

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Siaputra et al (2022) menganalisis “Pengaruh *Food Consumption* generasi Z terhadap *Food Waste Reduction Intention* dalam restoran di Surabaya” dengan *Subjective Norms*, *Attitude*, dan *Perceived Behavioral Control* sebagai variabel mediasi. Studi ini memakai metode kuantitatif dengan analisis memakai teknik analisis statistik deskriptif serta diolah memakai PLS (*Partial Least Square*). Hasil yang didapat studi ini memaparkan bahwasanya *Subjective Norms* dan *Attitude* tidak bisa memediasi korelasi diantara *Food Consumption* generasi Z pada *Food Waste Reduction Intention*. Sementara *Perceived Behavioral Control* bisa memediasi korelasi diantara *Food Consumption* generasi Z pada *Food Waste Reduction Intention* serta *Food Consumption* generasi Z berkorelasi positif namun tidak signifikan pada *Food Waste Reduction Intention*. Perbedaan studi ini ialah tempat risetnya. Persamaan studi ini ada pada metode penelitian yang memakai PLS.

Ilmi (2019) memahami “hubungan terpaan kampanye *Food Waste* dan sikap terhadap perilaku mengurangi pembuangan makanan dengan minat mengurangi pembuangan makanan”. Variabel yang dipakai ialah terpaan kampanye, sikap, minat mengurangi pembuangan makanan, dan perilaku mengurangi pembuangan makanan. Metode pemilihan sampel yang diterapkan pada studi berikut ialah Non-Probability Sampling, khususnya Purposive Sampling, dilengkapi dengan analisis korelasi Kendall’s Tau. Temuan dari studi ini memaparkan bahwasanya dampak kampanye *Food Waste* pada minat mengurangi limbah makanan tidak memperlihatkan korelasi yang bermakna. Di lain sisi, sikap yang berkaitan dengan

perilaku mengurangi limbah makanan dan minat untuk mengurangi limbah makanan mempunyai korelasi yang sangat bermakna. Perbedaan dalam studi berikut ada pada tempat dan sejumlah variabel yang diimplementasikan. Kesamaan dari studi ini ialah fokus pada analisis perilaku pelanggan.

Lestari & Halimatussadiyah (2022) menganalisis “faktor–faktor yang mempengaruhi timbulan *Food Waste* di tingkat konsumen rumah tangga Kota Depok”. Variabel yang dipakai ialah perencanaan belanja, perilaku memilah sampah, timbulan *Food Waste*, dan motivasi ekonomi. Studi berikut memakai metode kuantitatif melalui model regresi *Ordinary Least Square*. Hasil studi memaparkan bahwasanya perencanaan belanja, perilaku memilah sampah, dan motivasi ekonomi berdampak pada timbulan *Food Waste* di rumah tangga. Perbedaan studi ini ada pada tempat riset dan alat analisis yang dipakai. Persamaan studi ini yaitu menganalisis perilaku konsumen.

Maulina et al (2023) memahami tindakan konsumen yang peduli lingkungan dalam usaha kuliner kecil untuk bisa menyusun kebijakan yang bisa menangani masalah lingkungan dengan memanfaatkan kearifan lokal Depok. Pada studi berikut, pendekatan yang dipakai ialah pendekatan kuantitatif melalui teknik purposive sampling dan dianalisis memakai *Partial Least Square* (PLS). Melalui hasil analisis data, kesimpulannya memaparkan sikap, norma subyektif, dan perilaku yang diasumsikan berdampak signifikan pada keinginan berbelanja makanan yang kemasannya ramah lingkungan. Perbedaan studi ini terletak pada tempat yang dikaji. Persamaan pada studi berikut ada pada sejumlah variabel yang dipakai.

Tsai et al (2020) mengetahui dampak dari motivasi untuk mengurangi sampah makanan, norma moral, faktor situasional, dan rutinitas yang berhubungan dengan makanan terhadap perilaku membuang makanan. Variabel yang dipakai pada studi berikut ialah sikap, control perilaku, norma subjektif, rutinitas, motivasi, dan niat mengurangi makanan. Pendekatan yang dipakai ialah pendekatan kuantitatif dengan analisis model struktural. Hasil studi memaparkan bahwasanya model *Theory of Planned Behavior* yang diperluas mencakup motivasi dan norma subjektif untuk mengurangi limbah makanan sebesar 56,84% varians niat untuk tidak membuang makanan. Sedangkan niat, rutinitas belanja, dan faktor situasional berkontribusi sebagai penentu perilaku membuang makanan sebesar 15,72% dari varians perilaku tersebut. Perbedaan studi berikut ada pada metode yang dipakai. Persamaan pada studi berikut terletak pada sejumlah variabel yang dipakai.

Moldovan et al (2024) mengeksplorasi sentimen dan persepsi konsumen mengenai limbah makanan dalam rantai agrikultur dengan menekankan peran emosi dalam membentuk keputusan konsumen di Rumania. variabel yang diuji dalam penelitian ini adalah perilaku konsumen, emosi, rantai makanan pertanian, kesadaran konsumen, dan limbah makanan. Pendekatan yang digunakan yaitu kualitatif dengan analisis sentiment dan analisis kluster. Hasil penelitian menunjukkan bahwa emosi konsumen yang berkaitan dengan belanja, pemesanan makanan, dan memasak secara umum positif dengan tingkat antisipasi yang tinggi. Serta sentiment negatif yang dominan terkait dengan pengalaman berbelanja dan manajemen makanan. Perbedaan studi ini ada pada lokasi penelitiannya dan metode yang dipakai. Persamaan pada studi ini terletak pada beberapa variabel yang dipakai.

Jiang et al (2020) menganalisis pengaruh faktor emosional, rasa bersalah yang diantisipasi, dan nilai-nilai budaya terhadap niat perilaku konsumsi rendah karbon di kalangan penduduk Cina. Variabel yang diuji adalah sikap, norma subjektif, control perilaku yang dirasakan, rasa bersalah yang diantisipasi, nilai orientasi manusia ke alam, nilai kolektivis, dan niat untuk berperilaku konsumsi rendah karbon. Studi ini memakai metode kuantitatif melalui teknik pemilihan sampel yakni *Simple Random Sampling* dan diolah memakai PLS (*Partial Least Square*). Hasil studi memaparkan bahwasanya rasa bersalah yang diantisipasi, sikap, norma subjektif, norma subjektif dan control perilaku yang dirasakan berdampak positif pada niat perilaku konsumsi rendah karbon. Sedangkan nilai kolektivis dan nilai orientasi manusia terhadap alam tidak memiliki pengaruh langsung terhadap niat perilaku konsumsi rendah karbon. Perbedaan studi berikut ialah lokasi penelitiannya. Persamaan studi ini ada pada metode penelitian yang memakai PLS.

Matharu et al., (2022) menganalisis faktor – faktor motivasi yang dapat mendorong konsumen rumah tangga untuk mengurangi sampah makanan. Variabel yang digunakan adalah sikap, kontrol perilaku yang dirasakan, pernah mengalami kelangkaan, perilaku pemborosan makanan dimasa lalu, keterkaitan dengan makanan, kesadaran pengetahuan tentang masalah pemborosan makanan, norma subjektif, motif finansial, melakukan pembelian terencana, kurangnya waktu, pengetahuan keterampilan tentang pengelolaan makanan yang tepat dirumah dan keterampilan rumah tangga yang baik. Studi berikut memakai pendekatan kuantitatif melalui metode *Decision-Making Trial and Evaluation Laboratory* yang melibatkan perhitungan numerik dan matriks. Hasil studi memaparkan bahwasanya kontrol perilaku yang dirasakan PBC (*Perceived Behavior Control*) ialah faktor

pendorong yang paling berpengaruh terhadap pengurangan makanan di tingkat konsumen rumah tangga. Sedangkan pengetahuan dan keterampilan tentang pengelolaan makanan yang tepat dirumah paling tidak berpengaruh terhadap pengurangan makanan ditingkat konsumen rumah tangga. Perbedaan studi berikut ada pada metode yang dipakai yakni metode DEMATEL (*Decision-Making Trial and Evaluation Laboratory*). Persamaan penelitian ini terdapat pada beberapa variabel yang digunakan.

Schrank et al (2023) mengetahui faktor – faktor perilaku pengurangan sampah makanan dari konsumsi individu. Variabel yang uji ialah sikap individu, kontrol perilaku yang dirasakan, norma subjektif, kepedulian lingkungan, anggapan tanggung jawab, kecanduan pemasaran, norma moral, dan perilaku pencegahan limbah. Metode pengumpulan data menggunakan *Kuota Sampling* dan dianalisis dengan PLS (*Partial Least Square*). Hasil studi memaparkan bahwasanya Perilaku pencegahan terhadap sampah, persepsi kontrol perilaku, dan sikap individu berdampak signifikan pada niat individu dalam meminimalkan sampah makanan. Sikap tersebut terpengaruh secara positif oleh norma subjektif dan kesadaran lingkungan. Di lain sisi, kecanduan terhadap pemasaran berdampak negatif pada persepsi kontrol perilaku. Studi berikut berbeda dikarenakan memakai sejumlah variabel yang berbeda. Namun, kesamaan terletak pada metode analisis yang dipakai, yakni PLS.

Attiq et al (2021) mengidentifikasi faktor penentu utama yang memengaruhi perilaku sampah makanan di kalangan konsumen muda Pakistan. Variabel yang diuji meliputi emosi, keterlibatan sosial, kesadaran lingkungan, keterbatasan waktu, perilaku pengurangan limbah makanan. Studi berikut memakai metode kuantitatif

dengan teknik pemilihan sampel yakni *Purposive Sampling* dan data dianalisis memakai PLS (*Partial Least Square*). Hasil studi berikut memaparkan bahwasanya emosi, keterlibatan sosial, kesadaran lingkungan, keterbatasan waktu memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pengurangan limbah makanan. Perbedaan studi berikut yaitu lokasi penelitiannya. Persamaan studi berikut ada terletak pada metode penelitian yang memakai PLS.

## **2.2 Food Waste**

Satu diantara wujud perilaku konsumtif berlebih ialah membuang makanan yang bisa menimbulkan *Food Waste*. Berbagai organisasi internasional dan lembaga negara, seperti Organisasi Pangan dan Pertanian (FAO), Pedesaan Parlemen Eropa dan Komisi Pertanian, California *Department of Resources Recycling and Recovery* (CalRecycle), dan Badan Perlindungan Lingkungan Amerika Serikat (EPA) telah memberikan definisi yang bervariasi terkait konsep *Food Lost and Waste* (FLW). Sampah makanan (*Food Waste*) merujuk pada bagian dari *Food Lost* yang terjadi pada tahap akhir rantai pasokan pangan yang melibatkan pengecer dan konsumen akhir (Rohini C et al., 2020). Produk tersebut dapat dibuang dikarenakan alasan ekonomi, penampilan, dan masa kadaluwarsa meskipun masih layak dan aman untuk dikonsumsi manusia. Fenomena ini berkaitan erat dengan perilaku konsumen dan ritel dalam pengelolaan sisa makanan (Hidayat et al., 2020).

## **2.3 Theory of Planned Behavior**

TPB (*Theory of Planned Behavior*) ialah perluasan dari TRA (*Theory of Reasoned Action*) yang dikembangkan oleh Icek Ajzen dan Martin Fisbein pada

tahun 1980. Ajzen dan Fisbein mengembangkan teori perilaku terencana dengan menambah konstruk yang belum ada di *Theory of Reasoned Action* yaitu persepsi kontrol perilaku (*Perceived Behavioral Control*). Menurut Hati et al., (2020) menyatakan bahwa TPB adalah model teoritis yang menjelaskan tentang bagaimana niat seseorang dalam mengambil tindakan dan mempertimbangkan konsekuensi dari tindakan tersebut secara rasional. Penelitian ini menerapkan *Theory of Planned Behavior* karena mampu memprediksi perilaku konsumen baik yang berada di bawah kendali sadar maupun yang dipengaruhi oleh kemauan individu itu sendiri.

Teori TPB sering digunakan untuk mempelajari bagaimana norma subjektif, sikap, dan persepsi kontrol perilaku individu yang berhubungan dengan niat untuk terlibat dalam perilaku tertentu seperti mengurangi sampah makanan. Menurut Wandayu et al., (2019) *Theory of Planned Behavior (TPB)* dapat membantu meningkatkan kesadaran dan mendorong perilaku mengurangi sampah makanan dikalangan konsumen dengan cara yang lebih efektif.

### **2.3.1 Sikap**

Sikap mengacu pada evaluasi perasaan negatif atau positif dari individu bila harus menjalankan perilaku yang akan ditetapkan. Sikap individu dibentuk oleh pengetahuan mereka tentang aktivitas terutama mengenai konsekuensi lingkungan dari sampah. Seseorang yang sadar akan dampak ini dan memiliki sikap positif untuk mengurangi sampah makanan akan lebih cenderung berniat untuk meminamalkannya. Selain itu, sikap dianggap sebagai elemen penting dari *Theory of Planned Behavior (TPB)* dan akan berdampak pada niat untuk mengurangi sampah makanan (Pratiwi & Siswidiyanto, 2023). Adapun indikator - indikator dari

sikap, sebagaimana dijelaskan oleh Desmita & Helmayunita, (2023) adalah sebagai berikut:

1. Kognitif (*Cognitive*): Berkaitan dengan keyakinan dan pengetahuan individu tentang objek atau perilaku tertentu.
2. Afektif (*Affective*): Berkaitan dengan perasaan atau emosi yang muncul saat individu mengevaluasi objek atau perilaku.
3. Konatif (*Conative*): Berkaitan dengan kecenderungan untuk bertindak berdasarkan sikap yang dimiliki.
4. Evaluasi Hasil: Berkaitan dengan dimana evaluasi individu terhadap hasil dari perilaku tersebut termasuk dari keuntungan dan kerugian yang timbul dari tindakan yang diambil.

### 2.3.2 Norma Subjektif

Norma subketif (*Subjective Norm*) merupakan perilaku yang dilakukan seseorang akibat adanya tekanan sosial dan keyakinan individu mengenai pandangan orang - orang disekitarnya terhadap perilaku tertentu. Menurut Srivastava et al., (2023) norma subjektif dapat berperan dalam memengaruhi niat seseorang untuk melakukan tindakan-tindakan tertentu, dimana niat tersebut cenderung diperkuat apabila individu merasakan dukungan dari orang – orang yang dianggap penting dalam lingkungannya. Adapun indikator dari norma subjektif sebagaimana diuraikan oleh Awaluddin et al., (2023) adalah sebagai berikut:

1. Pendapat Orang Lain: Individu mengevaluasi apakah orang – orang disekelilingnya penting baginya untuk mendukung atau menentang perilaku tertentu.

2. Harapan Orang Lain: Harapan yang dirasakan individu saat orang disekitarnya mendukung perilaku tertentu dan mendorong individu untuk melakukannya.
3. Tekanan Sosial: Individu merasakan tekanan untuk mengikuti norma sosial yang berlaku termasuk keyakinan tentang seberapa besar harapan orang lain terhadap perilaku mereka.
4. Motivasi: seberapa besar motivasi atau dorongan seseorang untuk mengikuti pandangan orang lain terhadap perilaku yang dilakukannya.

### **2.3.3 Kontrol Perilaku**

Kontrol perilaku yang dirasakan memiliki pengaruh paling besar dibandingkan dengan aspek lain dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) seperti sikap dan norma subjektif. Menurut Gunawan et al (2023) Kontrol perilaku adalah keyakinan individu mengenai tingkat kemudahan atau kesulitan dalam melaksanakan suatu tindakan yang seringkali mencerminkan pengalaman sebelumnya dan tantangan yang diantisipasi. Dalam konteks pengelolaan sampah makanan, kontrol perilaku berperan penting dalam memengaruhi perilaku khususnya dalam pengelolaan sampah makanan. Individu yang memiliki keyakinan tinggi terhadap kontrol dan kemampuan mereka untuk melakukan tindakan tertentu lebih cenderung melakukannya secara berkelanjutan, bahkan dalam kondisi yang penuh tantangan. Adapun indikator dari control perilaku menurut Prasetyo & Djuwita, (2020) sebagai berikut:

1. Kontrol keyakinan: Pengakuan konsumen adanya sumber daya yang dapat menghambat ataupun memudahkan konsumen untuk melakukan suatu perilaku.

2. Kontrol Kepercayaan: Evaluasi bagi konsumen atas hasil yang didapatkan melalui hambatan dan kemudahan yang dirasakan konsumen
3. Presepsi Individu: Sejauh mana mereka memiliki kontrol atas perilaku tersebut (Perceived Power).

#### **2.4 Kesadaran Diri**

Kesadaran diri memiliki peran penting dalam mengembangkan kemampuan untuk mengevaluasi dampak dari tindakan yang dilakukan terhadap orang lain. Menurut Tsai et al., (2020) kesadaran diri merupakan kemampuan individu dalam mengenali dan memahami perasaan, pikiran, dan tindakannya termasuk dampak yang ditimbulkan terhadap orang lain maupun lingkungan sekitar. Ketika individu meningkatkan kesadaran terhadap sisa makanan dan memahami bahwa mengurangi sampah makanan akan memberikan manfaat bagi lingkungan sehingga tiap individu dapat melakukan penyesuaian untuk menjaga lingkungan sekitar dari sisa makanan. Adapun indikator – indikator kesadaran diri menurut Garbo & Karina, (2023) diataranya meliputi:

1. Mengenali perilaku dan perasaan diri sendiri: Individu bisa mengenali yang tengah dirasakan, memahami penyebab munculnya perasaan tersebut, dan mengevaluasi dampaknya terhadap lingkungan sekitar .
2. Mengenali kekurangan dan kelebihan diri: Individu bisa mengidentifikasi kekurangan dan kelebihan diri sendiri.
3. Memiliki sikap mandiri: Mencerminkan adanya motivasi untuk melakukan tindakan berdasarkan kapasitas dan keyakinan diri sendiri.

4. Bisa menentukan keputusan yang tepat: Individu bisa membuat Keputusan dengan tepat dengan mempertimbangkan berbagai faktor dan konsekuensi jangka Panjang.
5. Terampil dalam mengungkapkan perasaan, pikiran, keyakinan, dan pendapat: Individu mempunyai kepercayaan diri dan keberanian dalam mencerminkan nilai – nilai intrinsiknya.
6. Bisa Mengevaluasi diri: Individu bisa mengevaluasi dari pengalaman yang diperoleh dengan menerima masukan dari lingkungan sekitar.

## **2.5 Emosi**

Emosi memiliki peran penting dalam pembentukan niat dan perilaku konsumen sehingga memengaruhi dalam proses pengambilan keputusan serta tindakan yang diambil individu. Emosi manusia muncul dari interaksi individu dengan lingkungannya sehingga persepsi kedekatan dengan kenyataan cenderung memperkuat respons emosional individu terhadap suatu perilaku. Menurut Mumtaz et al., (2022) menyatakan bahwa emosi berperan sebagai pendorong motivasi dalam tindakan seseorang dalam memengaruhi niat serta perilaku terhadap pengurangan sisa makanan seperti rasa bersalah kepercayaan diri, dan kebanggaan yang diantisipasi. Konsumen memiliki lebih banyak emosi positif dibandingkan dengan emosi negatif karena cenderung lebih menggunakannya dan merekomendasi kepada orang lain atau sebaliknya. Adapun indikator-indikator emosi menurut Purwanto & Sudargini, (2022) diantaranya sebagai berikut:

1. Emosi positif: Individu memiliki perasaan gembira atau kesenangan sehingga membuat individu perspektif terhadap sisa makanan.

2. Emosi negatif; Individu memiliki rasa bersalah atau kemarahan dapat memotivasi individu untuk mengubah perilakunya dalam mengurangi sisa makanan.

## 2.6 Niat Mengurangi Sisa Makanan

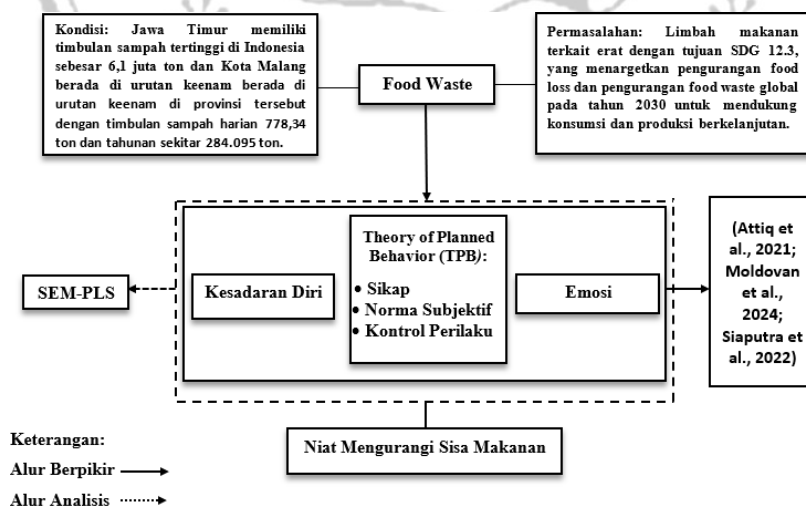
Aktivitas makan dan minum tidak lagi dipandang sebagai pemenuhan kebutuhan biologis, tetapi juga mencakup upaya untuk mengurangi sisa makanan yang tidak terpakai atau terbuang. Sisa makanan (*Food Waste*) merujuk pada makanan dan minuman yang layak dikonsumsi oleh individu namun terbuang begitu saja tanpa dimanfaatkan. Timbulnya sisa makanan (*Food Waste*) pada saat konsumsi disebabkan oleh beberapa faktor seperti kurangnya kesadaran, ketidakpedulian, dan kurangnya pemahaman, porsi yang terlalu besar, dan perbedaan selera. Perhatian lebih dalam mengurangi sisa makanan dengan fokus pada perilaku konsumen dalam mengelola makanan akan meningkatkan kesadaran tentang dampak dari sisa makanan terhadap lingkungan sekitar (Islam, 2020). Adapun indikator sampah makanan (*Food Waste*) menurut Heidari et al., (2020) adalah sebagai berikut:

1. Demografis: Disebabkan dari tingkat Pendidikan, pendapatan, dan jenis kelamin.
2. Psikologis: Disebabkan oleh sikap pemborosan makanan dan rasa bersalah.
3. Sosial dan budaya: Disebabkan oleh pengaruh makan bersama dan norma budaya.
4. Perilaku Makan: Disebabkan oleh kebiasaan makan berlebih dan frekuensi makan yang tinggi.

5. Lingkungan dan kebijakan: Disebabkan oleh akses ke informasi dan edukasi serta kebijakan dari tiap restoran.

## 2.7 Kerangka Pemikiran

Sampah makanan (*Food Waste*) merupakan masalah yang signifikan di seluruh dunia, karena berdampak merugikan masyarakat, ekonomi dan lingkungan. Tingginya timbulan sampah di Kota Malang yang diakibatkan oleh limbah makanan dihasilkan dari aktivitas di berbagai sektor yang dilakukan oleh manusia sehingga peneliti ingin melakukan penelitian terkait pengaruh sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, emosi dan kesadaran diri terhadap niat untuk mengurangi *Food Waste*. Hal ini dilakukan untuk mengetahui perilaku konsumen dalam mengurangi limbah makanan dan memastikan pola konsumsi serta produksi yang berkelanjutan. Adapun metode analisis yang digunakan yaitu Teknik analisis *Part Least Square* (PLS). Hasil dari analisis tersebut diharapkan menjadi bahan rekomendasi bagi mahasiswa khususnya di Kota Malang untuk mengurangi limbah makanan Berikut ini merupakan alur kerangka pemikiran yang dapat dilihat pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Kerangka Pemikiran

## 2.8 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan gagasan - gagasan yang dikembangkan dari penelitian terdahulu, maka diperoleh hipotesis sebagai berikut:

1. H1: Diduga Teori TPB (sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku) dapat mempengaruhi niat mengurangi *Food Waste* di Kota Malang.
2. H2: Diduga kesadaran diri dan emosi berpengaruh terhadap niat mengurangi *Food Waste* di Kota Malang.

