

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Organisasi Pangan dan Pertanian (FAO) melaporkan bahwa sekitar sepertiga dari seluruh makanan yang diproduksi (1,3 miliar ton makanan yang tidak dapat dimakan) untuk konsumsi manusia hilang dan terbuang setiap tahun di seluruh rantai pasokan. Dampak signifikan dari kehilangan dan pemborosan makanan telah meningkatkan minat untuk melakukan program pencegahan di seluruh dunia (Ishangulyyev et al., 2019). *Food waste* merupakan isu global yang sudah cukup lama muncul namun secara tidak disadari menjadi semakin serius (Maria & Asih, 2020). *Food waste* menjadi epidemi di seluruh dunia sehingga beberapa tahun terakhir, *food waste* semakin mendapat perhatian dari para pembuat kebijakan lokal, nasional dan Eropa (Schanes et al., 2018). Hal ini merupakan tantangan yang signifikan yang telah menjadi isu dan menjadi perhatian global. *Food waste* juga sangat berdampak buruk bagi ketersediaan makanan serta dapat mengancam lingkungan, seperti bau busuk dan menimbulkan bibit-bibit penyakit (Muhammad et al., 2023).

Indonesia menempati peringkat kedua di dunia dalam jumlah *food waste* kategori besar, dengan mencapai 300 kg sampah makanan per orang setiap tahun (Siaputra et al., 2019). Hasil tersebut didukung oleh data dari Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) Kementerian LHK (SIPSN, 2022). komposisi sampah terbesar di Indonesia pada tahun 2022 adalah sampah makanan, yaitu mencapai 40,64%. Data dari *FAOSTAT* menunjukkan bahwa 40% dari total sisa makanan adalah dihasilkan pada tingkat konsumsi (Seyffert et al., 2016). Keadaan tersebut menjadi sangat memprihatinkan, karena akan memicu kontra produktif dimana satu sisi terjadi ketersediaan makanan yang berlebih, sementara di sisi lain masih didapatkan kondisi sebagian masyarakat yang masih kekurangan makanan, sehingga terkesan ada indikasi perilaku yang menyia-nyiakan makanan (Hermanu, 2022). Oleh karena itu, beberapa peneliti berpendapat bahwa memahami perilaku sampah makanan konsumen sangat

penting untuk mengurangi sampah makanan pada tingkat konsumen (Aktas et al., 2018; Toti et al., 2019).

Menurut FAO (2015) *food waste* adalah makanan yang terbuang karena tidak dapat dikonsumsi atau sebagai hasil kelalaian dalam proses produksi, pengolahan, dan distribusi. *Food waste* mengacu pada makanan apa pun yang dibuang meskipun masih sesuai untuk konsumsi manusia, apakah itu disimpan di luar tanggal kedaluwarsa atau dibiarkan rusak (*Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2013*). Selain itu Menurut BFCN (Badan Ketahanan Pangan dan Farmasi Nasional) (2012) terdapat beberapa faktor penyebab *timbulnya food waste* antara lain karena membeli berlebihan, menyiapkan porsi makan yang berlebihan, kesulitan dalam pemahaman label dan kesalahan yang terjadi pada saat penyimpanan. Stuart (2009) menyebutkan bahwa fasilitas penyimpanan bahan makanan yang tidak baik juga memicu *timbulnya food waste*.

Perilaku konsumen yang tidak bertanggung jawab merupakan salah satu pendorong utama *food waste* yang ada di sebuah restoran (Artha, 2021). Konsumen dianggap sebagai penyumbang terbesar dari *food waste* (Aktas et al., 2018; Sakaguchi et al., 2018). *Food waste* yang terbentuk di tahap konsumsi memiliki dampak yang paling besar dalam hal ekonomi, sosial, dan lingkungan. Hal ini disebabkan karena hilangnya nilai tambah dari bahan makanan itu sendiri, biaya peluang (*opportunity cost*) untuk tidak memberi makan orang-orang yang sedang dalam kelaparan, dan hilangnya sumber daya alam, keanekaragaman hayati, tenaga kerja, dan energi secara sia-sia (Aktas et al., 2018). Hal itu terkadang muncul akibat sikap konsumen kurang tertarik dengan produk tertentu sehingga menimbulkan penumpukan bahan dan *food waste*, (Gollnhofer, 2017).

Attitude atau sikap konsumen terhadap pemborosan makanan akan dipengaruhi oleh keyakinan mereka tentang dampak negatif dari tindakan tersebut, menurut Ajzen (1991) *attitude* adalah evaluasi afektif atau penilaian kognitif terhadap suatu objek, orang, atau peristiwa yang dipengaruhi oleh keyakinan individu tentang konsekuensi dari interaksi dengan objek tersebut. Dalam konteks teori perilaku yang direncanakan (*Theory of Planned Behavior*) *attitude* merupakan

satu dari tiga faktor utama yang mempengaruhi niat perilaku seseorang, yang kemudian akan memengaruhi perilaku aktual. baik itu terhadap lingkungan, masalah keuangan, atau etika makanan. seseorang yang memiliki sikap negatif terhadap pemborosan makanan mungkin percaya bahwa membuang makanan menyebabkan kerugian finansial dan merugikan lingkungan karena peningkatan limbah makanan.

Sikap perilaku konsumen dalam membuang makanan semakin penting mengingat dampak buruknya terhadap keberlanjutan (Pandey et al., 2023). Sebagian besar *food waste* terjadi di tempat layanan makanan seperti kafe, perhotelan, dan perusahaan swasta yang menyajikan makanan bergaya prasmanan (Gunders, 2012). Menurut Ajzen (1991) menyoroti bahwa norma subjektif sebagai faktor yang signifikan dalam memengaruhi sikap dan perilaku individu terkait dengan pemborosan makanan. Norma subjektif melibatkan persepsi individu tentang apakah orang-orang yang berpengaruh bagi mereka mendukung atau menentang perilaku *food waste*.

Norma subjektif terletak pada pengaruhnya terhadap sikap individu terhadap pemborosan makanan. Jika individu merasa bahwa orang-orang yang penting bagi mereka mengharapkan perilaku yang bertanggung jawab terkait dengan pengelolaan makanan, seperti *food waste*, hal ini dapat memperkuat sikap negatif mereka terhadap *food waste*. Sebaliknya, jika norma subjektif menekankan bahwa pemborosan makanan dianggap biasa atau diterima. Pembuangan makanan, baik yang disengaja maupun tidak, terjadi dari tahap produksi hingga konsumsi, kebiasaan ini merupakan salah satu penyebab terjadinya *food waste*.

Sebagian besar sampah makanan restoran berasal dari piring pelanggan (Sirieix et al., 2017). Motif pemilihan makanan oleh konsumen memengaruhi kebiasaan konsumsi makanan sangatlah penting, karena peran kebiasaan adalah bagian integral dalam menjelaskan perilaku pembuangan makanan (Russell et al., 2017). seperti preferensi rasa, kecenderungan memilih makanan berlebihan, dan persepsi terhadap ukuran porsi dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam mengambil makanan. Menurut Verplanken dan Holland (2002), kebiasaan adalah “pola perilaku yang relatif stabil, yang telah diperkuat dalam masa lalu dieksekusi

tanpa pertimbangan yang disengaja, dan dihasilkan dari proses otomatis. Ketika individu secara rutin melakukan tindakan-tindakan tertentu terkait dengan pengelolaan makanan tanpa pertimbangan yang mendalam atau kesadaran yang menyeluruh, tindakan-tindakan tersebut dapat menjadi kebiasaan. Jika seseorang secara otomatis membuang sisa makanan setiap kali mereka selesai makan tanpa mempertimbangkan apakah makanan tersebut masih dapat dimanfaatkan, maka perilaku pemborosan makanan tersebut dapat menjadi sebuah kebiasaan. Kebiasaan tersebut akan menjadi dampak lingkungan yang signifikan, diperparah oleh rendahnya pemahaman masyarakat tentang *food waste*. Walaupun masyarakat memiliki pengetahuan tentang dampaknya, mereka masih membuang makanan, terutama sayur dan nasi (Timoty & Yuliati, 2022). Pemanfaatan sampah makanan dari restoran sebagai pakan hewan dapat mengalihkannya dari tempat pembuangan sampah serta memberikan nutrisi kepada hewan, selanjutnya composting dapat memberikan nutrisi kepada tanah dalam mempertahankan kandungan air tanah. (Murni, 2020). Meskipun tindakan – tindakan tersebut sudah dilakukan namun, belum mampu menghilangkan *food waste*, dan *food waste* masih terjadi pada tingkatan terakhir rantai makanan (Wharton et al., 2021).

Restoran memiliki jenis layanan yang berbeda (misalnya, santapan lezat, santai, layanan cepat, dibawa pulang, prasmanan, dan makan sepuasnya) dan jumlah sisa makanan yang dihasilkan dari setiap aktivitas sering kali dianggap sekali pakai (Garrone et al., 2014). Selain kebiasaan, Kesadaran harga juga memainkan peran penting dalam hubungan antara jenis layanan restoran dan perilaku konsumen yang berkontribusi terhadap *food waste*. Ketika konsumen mempertimbangkan harga yang mereka bayar untuk makanan di restoran, hal ini dapat memengaruhi perilaku mereka terkait dengan konsumsi makanan. Dalam situasi di mana konsumen merasa harga yang mereka bayar relatif rendah, seperti pada layanan prasmanan atau makan sepuasnya, mereka mungkin cenderung mengambil lebih banyak makanan daripada yang mereka butuhkan, karena persepsi bahwa mereka telah membayar untuk konsumsi sebanyak mungkin. Ini berkontribusi pada peningkatan *food waste* di restoran. Di sisi lain, pada layanan santai atau santapan lezat di mana harga makanan cenderung lebih tinggi,

konsumen mungkin lebih cenderung untuk mempertimbangkan porsi yang mereka pesan dan lebih memperhatikan jumlah sisa makanan yang mereka tinggalkan. Perilaku konsumen diidentifikasi sebagai penentu penting terjadinya *food waste* di restoran (Martin-Rios et al., 2018). Misalnya, pelanggan memesan lebih banyak makanan daripada yang bisa mereka makan (Papargyropoulou et al., 2016) dan meninggalkan makanan di piring (Aamir et al., 2018) merupakan salah satu penyebab munculnya *food waste* pada restoran.

Studi juga menemukan bahwa *food waste* dapat dipengaruhi oleh faktor emosi dan afeksi (Russell et al., 2017). Selain itu, terdapat juga faktor eksternal yang turut memengaruhi perilaku *food waste* seperti budaya dan norma sosial (Bozzola et al., 2017). Meski demikian, faktor eksternal maupun internal akan secara dinamis saling terkait dengan perilaku *food waste* seseorang. Untuk mengurangi *Food Waste*, kita perlu memahami faktor-faktor yang terkait dengan perilaku *food waste* itu sendiri (Aktas et al., 2018).

Waroeng Makan Spesial Sambal memang dikenal karena variasi sambalnya yang beragam (Wulansari et al., 2014). Sebagai usaha untuk memberikan pelayanan yang unik, beberapa waroeng spesial sambal memutuskan untuk memasang "garansi kekecewaan." Garansi ini memberikan pelanggan jaminan bahwa jika mereka merasa kecewa dengan rasa makanan yang dipesan, seperti terlalu asin, kurang pedas, terlalu manis, atau terlalu pedas, mereka dapat menggantinya dengan hidangan lain. ((Fadhillah, 2022). Termaksud juga Waroeng Spesial Sambal yang ada di Jl. Sengkaling No. 150, Dau, Malang. Sama seperti waroeng – waroeng spesial sambal pada umumnya mereka juga menyediakan garansi kekecewaan untuk melindungi kepuasan pelanggan. Namun, sayangnya, praktik ini dapat meningkatkan jumlah *food waste* yang dihasilkan oleh konsumen (Adam et al., 2023). Ketika pelanggan merasa makanan tidak sesuai dengan preferensi mereka, makanan yang sudah disajikan mungkin tidak lagi dapat dimakan, sehingga berakhir sebagai limbah makanan (Dimilna, 2022),

Dengan tingginya angka *food waste* di Indonesia saat ini dan masih terbatas penelitian mengenai hal ini, maka peneliti menyadari bahwa pengetahuan masyarakat mengenai *food waste*, terutama bahaya dampak yang ditimbulkan *food waste*, masih

sangat minim. Dan Penelitian-penelitian sebelumnya lebih banyak membahas perilaku makan konsumen sebagai kontributor *food waste* di sektor restoran masih minim. Oleh sebab itu peneliti ingin meneliti terkait Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Food Waste Behavior* Konsumen Waroeng Spesial Sambal.

1.2 Rumusan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah attitude berpengaruh terhadap *food waste behavior*?
2. Apakah norma subjektif berpengaruh terhadap *food waste behavior*?
3. Apakah kebiasaan berpengaruh terhadap *food waste behavior*?
4. Apakah kesadaran harga berpengaruh terhadap *food waste behavior*?
5. Apakah attitude, kebiasaan dan kesadaran harga berpengaruh terhadap *food waste behavior*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan penelitian ini untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh attitude terhadap *food waste behavior*
2. Untuk mengetahui pengaruh norma subjektif terhadap *food waste behavior*
3. Untuk mengetahui pengaruh kebiasaan terhadap *food waste behavior*
4. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran harga terhadap *food waste behavior*
5. Untuk mengetahui pengaruh attitude, kebiasaan, dan kesadaran harga, terhadap *food waste behaviour*

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. manfaat teoritis

Sebagai bahan referensi dan sumber ilmu pengetahuan bagi para pembaca baik dari kalangan akademik maupun masyarakat dan acuan untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan *food waste* di rumah makan/ retorantant

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap konsumen untuk dapat mengurangi perilaku *food waste* di rumah makan spesial sambal, maupun di rumah makan lainnya yang sejenis.

