

BAB I: PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Pangan merupakan salah satu dari tiga aspek kebutuhan yang mendasar selain sandang dan papan. Hal ini menjadikan pangan sebagai sesuatu yang dibutuhkan untuk kebutuhan sehari-hari. Pemenuhan kebutuhan pangan harus juga dipenuhi dari aspek ketersediaan, aman dan tidaknya pangan tersebut sehingga nilai ketahanan pangan yang dihasilkan juga akan baik (Saputro and Fidayani 2020). Permasalahan terkait pangan yang sampai saat ini belum dapat terselesaikan diberbagai negara, termasuk Indonesia adalah limbah makanan atau *food waste*. Hampir 1,3 miliar ton makanan terbuang setiap tahun, merugikan ekonomi global sekitar US \$2,6 triliun atau sekitar Rp. 38.727 triliun dan menghitung 8% dari emisi gas rumah kaca global (Massari et al. 2022). Diperkirakan sekitar 50% limbah makanan berasal dari rumah tangga di negara maju (Borg et al. 2022).

Rumah tangga bertanggung jawab atas porsi terbesar dari semua sisa makanan. *Rethinking Food Waste Economic and Data* (ReFED) memperkirakan bahwa rumah tangga di Amerika Serikat membuang 76 miliar pon atau sekitar 34,5 juta ton makanan per tahun (Gunders et al. 2017). 821 juta orang yang terkena dampak kelaparan dapat diberi makan empat kali lipat dengan pemborosan makanan yang dapat dihindari di seluruh dunia (FAO 2019). Berdasarkan penelitian yang diadakan oleh *The Economist Intelligence Unit (EIU)* pada tahun 2017, Indonesia merupakan negara kedua penghasil sampah makanan terbanyak di dunia, yaitu sekitar 300 kg tiap individu (Economist Intelligence Unit (EIU) 2017). Angka sebesar itu sebenarnya bisa memenuhi kebutuhan pangan bagi 28 juta orang yang masih membutuhkannya (Tamara, Mulyana, and Gunawan 2020).

Penelitian perilaku rumah tangga terkait pembuangan limbah makanan di Yunani dengan melakukan survei rumah tangga antar perkotaan suatu tempat

dengan mengelompokkannya ke dalam 3 fase kegiatan, yaitu fase pertama pada kegiatan berbelanja, menyiapkan makanan, dan membersihkan sisa makanan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen yang melakukan perilaku belanja kurang bijaksana yakni tidak ada daftar belanja dan sering membeli barang promosi cenderung lebih banyak membuang makanan (Ponis et al. 2017). Di Indonesia sendiri sumber sampah makanan terbesar berasal dari sektor rumah tangga, yaitu sebesar 63,64 porsi atau 77 kg per tahun, diikuti oleh restoran di 23,14 porsi (28 kg) dan pengusaha di 13,22 porsi (16 kg) (Raras 2022). Terdapat empat jenis sampah makanan di rumah tangga dalam setiap prosesnya, selama proses pembelian, seperti pembelian makanan yang berlebihan; selama persiapan makanan, seperti persiapan berlebihan dan estetika pada makanan; selama konsumsi, seperti sisa makanan yang tak dikonsumsi lagi; pada penyimpanan makanan, ketika penyimpanan makanan yang tidak tepat. Peningkatan frekuensi penggunaan media sosial dan pola pemasaran baru dari produsen makanan dapat menghasilkan lebih banyak pembelian impulsif produk makanan (Tariq et al. 2019)

Internet telah menjadi akses informasi bahkan memudahkan akses berbagai kebutuhan bagi masyarakat. Fasilitas tersebut memudahkan masyarakat yang mengakibatkan efek candu dari kepraktisan dan efisiensi yang ditimbulkan, salah satunya dalam segi berbelanja. Pergeseran kebiasaan belanja masyarakat selama pandemi covid 19 mempengaruhi keinginan berbelanja masyarakat (Yunus 2019). Dengan semakin majunya zaman modern, kini memungkinkan untuk menciptakan pasar tanpa terkendala oleh ruang dan waktu yang dapat terjadi melalui bantuan teknologi modern internet yang dapat menghubungkan antara penjual dan pembeli (Yunus 2019).

Akibat pandemi covid 19 didukung adanya peraturan *social distancing*, semua keperluan menjadi memanfaatkan internet baik untuk bisnis maupun non bisnis sehingga mobilitas masyarakat keluar rumah semakin berkurang, dimana jenis *m-commerce* yang sedang populer adalah *Food Delivery Apps* (FDA) di sektor makanan. Produsen makanan didorong untuk memanfaatkan bisnis

online sebagai salah satu strategi ketahanan (Ali et al. 2021). Terdapat 19,1 juta pengguna aplikasi pesan-antar makanan, dan Statista Digital Market Outlook memperkirakan bahwa pada tahun 2024 ada perkembangan sekitar 68% pengguna, dengan aplikasi GoFood yang paling sering dipakai yakni sekitar 78% pengguna menurut survei (Statista 2022a). Hal ini menjadikan perubahan pola belanja konsumen dalam membeli makanan. Konsumen lebih memilih untuk memesan makanan secara *online* karena dinilai lebih nyaman, menguntungkan, dan motivasi yang lainnya (Kimes 2011; Littler and Melanthiou 2006; Saarijärvi, Mitronen, and Yrjölä 2014).

Pola belanja konsumen dalam memanfaatkan aplikasi pesan-antar makanan menjadi berubah terkait dengan salah satu kelebihan *m-commerce* dalam menarik perhatian konsumen dimana konsep dari aplikasi pesan-antar makanan memanjakan konsumen dengan memanfaatkan internet sebagai transaksi digital yang dapat mengantarkan makanan tanpa harus bergerak. Kelebihan pembelian makan *online* yaitu efisiensi dan kemudahan dalam penggunaan aplikasi yang ditawarkan pengguna yang dibuat sederhana mungkin sehingga proses melakukan transaksi tidaklah rumit. Dengan adanya perubahan kondisi tersebut, maka terjadi perubahan dalam perilaku makan pada masyarakat. Banyaknya perubahan selama pandemi juga berkaitan dengan perilaku konsumen terhadap makanan yang dibeli. Dalam penelitian Hapsari (2020) menyatakan bahwa 44,7% responden tidak menghabiskan waktunya selama pandemi ini untuk memasak (Hapsari, Astuti, and Praswati 2020).

Dilihat dari perkembangan teknologi dan inovasi perusahaan yang bergerak dibidang makanan akan mengakibatkan banyaknya ragam makanan yang dapat dipilih konsumen. Pendekatan psikologi pada bidang perilaku konsumen yang bertujuan untuk memilih dan mengukur faktor an proses intra-personal, kognitif, motivasi dan struktural tertentu baik yang mendorong atau menghambat pada perilaku pro lingkungan yang menjadi pengaruh utama dalam limbah makanan (Graham-Rowe, Jessop, and Sparks 2014; Stancu, Haugaard, and Lähteenmäki 2016; Stefan et al. 2013; Visschers, Wickli, and

Siegrist 2016). Selain itu, perencanaan dan rutinitas belanja juga menjadi faktor yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap limbah makanan (Stefan et al. 2013). Tingkat kesukaan konsumen yang berbeda-beda dapat menentukan perilaku makan dalam pemilihan makanan yang akan mereka konsumsi apalagi dengan adanya keanekaragaman makanan yang tersedia. Hasil penelitian Hapsari (2020) juga menyatakan bahwa sebanyak 37,3% responden memilih makanan berdasarkan tingkat kesehatannya dan 48,40% responden memilih makanan berdasarkan pada apa yang mereka sukai (Hapsari, Astuti, and Praswati 2020). Sebuah penelitian menyelidiki prevalensi pembersihan piring, perencanaan sebelum makan, dan pengaruhnya terhadap ukuran makanan. Hasilnya mengatakan bahwa 77% rela menghabiskan makanannya walaupun sebenarnya mereka sudah kenyang, hal ini dikarenakan mereka tidak mau membuang makanan (Sheen, Hardman, and Robinson 2020).

Perilaku membuang makanan seseorang berkaitan dengan pengaturan diri yang berperan dalam pengaturan waktu makan, jumlah asupan, dan preferensi makanannya, karena ketiga hal tersebut merupakan aspek perilaku makan (Grimm and Steinle 2011). Pola makan tiga kali sehari seperti sarapan, makan siang, dan makan malam memiliki struktur yang berbeda, sehingga orang secara sadar atau tidak sadar memberikan makna budaya yang berbeda. Waktu makan dan preferensi makanan merupakan faktor yang mempengaruhi keinginan makan. Aspek penting dari sosialisasi orang tua tentang makan anaknya adalah lingkungan, waktu makan, dan beberapa penelitian menemukan hubungan positif antara frekuensi makan keluarga dan perilaku makan anak, seperti konsumsi makanan sehat (Powell et al. 2017a). Kuantitas dan kualitas makanan menentukan tingkat konsumsi (Burian, Nielsen, and Winder 2020).

Menurut survei, sekitar 74% responden Indonesia memesan masakan lokal dari aplikasi pengiriman makanan dan 66% responden memesan makanan cepat saji. Survei yang sama menunjukkan bahwa orang Indonesia kebanyakan memesan makan malam di aplikasi pesan-antar makanan (Statista 2022a). Berbagai macam alasan masyarakat Indonesia menggunakan aplikasi pesan-

antar makanan menurut Rakuten Insight Indonesia, sekitar 83 persen responden berusia 45 hingga 54 tahun melaporkan lebih sering memesan makanan melalui aplikasi pesan-antar selama pandemi covid 19 karena mereka dan keluarganya mempraktikkan *social distancing*, 7% responden berusia 16 hingga 34 tahun mengatakan alasan mereka lebih sering menggunakan aplikasi pesan antar makanan karena tidak bisa memasak. Survei yang sama menunjukkan bahwa kebanyakan orang Indonesia memesan makan malam melalui aplikasi pengiriman makanan (Statista 2022b). Sebuah studi mengidentifikasi faktor-faktor apa yang dapat meningkatkan kepuasan pengguna di Indonesia dengan aplikasi pesan-antar makanan karena berbagai alasan seperti kenyamanan, kualitas makanan, motivasi hedonis, pengaruh media sosial, penghematan harga (diskon, promo), kualitas layanan *e-commerce*, penghematan waktu, ataupun kegunaan aplikasi. Berdasarkan analisis *Partial Least Square Structural Equation Modeling* faktor kepuasan pengguna yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna adalah kualitas makanan, kualitas layanan, motivasi hedonis, ataupun dari pengalaman pembelian online sebelumnya (Putri, Zakaria, and Yuniaristanto 2022).

Sebelum pandemi COVID dimulai, industri pesan-antar makanan berkembang pesat. Pada tahun 2018, Forbes melaporkan bahwa industri ini tidak hanya tumbuh lebih dari 20% dari tahun ke tahun dengan potensi mencapai rata-rata tahunan sebesar \$365 miliar pada tahun 2030 (Forbes 2018). Bahkan se usai pandemi Covid 19, penggunaan aplikasi pesan-antar makanan ini diperkirakan akan terus berlanjut. Menurut survei *food service* dan *cloud kitchen* yang dilakukan oleh Rakuten Insight di Indonesia, sekitar 63 persen responden menyatakan akan tetap memesan makanan secara online setelah pembatasan COVID-19 dicabut, alasannya karena nyaman, sekitar 17 persen responden menyatakan akan terus memesan karena memiliki pengalaman dan kualitas makanan yang baik (Statista 2022a). Namun laporan limbah makanan oleh (Rabobank 2020) menunjukkan bahwa rumah tangga membelanjakan

lebih banyak untuk layanan pengiriman makanan tetapi hampir 13% bahan makanan terbuang sia-sia.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penggunaan aplikasi pesan-antar makanan akan berlanjut bahkan setelah pandemi berakhir. Selain karena alasan nyaman, pengalaman konsumen, dan kualitas makanan yang baik, strategi marketing dalam menarik perhatian konsumen aplikasi pesan-antar makanan juga melalui promosi seperti '*buy one get one*' yang dapat mendorong konsumen membeli berlebihan. Makanan yang berlebihan cenderung tidak dikonsumsi kembali karena rasa bosan untuk memakan makanan yang sama berulang-ulang atau enggan memanaskan kembali makanan yang disimpan karena dianggap kurang berkualitas dan tidak segar (Cappellini and Parsons 2012), dimana makanan tersebut berpeluang menjadi limbah makanan.

Kesukaan terhadap makanan pun menjadi berubah, masyarakat cenderung lebih menyukai makanan cepat saji dan/atau makanan yang mereka sukai. Limbah makanan bukan hanya menyebabkan kerugian dari sektor sosial, ekonomi dan lingkungan, tetapi juga pada kualitas pangan yang berkelanjutan dan zat gizi. Di Indonesia masih sedikit penelitian yang meneliti perilaku *Food Waste* pada rumah tangga pengguna aplikasi pesan-antar makanan dimana hal ini harus dicari tahu lebih mendalam, maka dari itu peneliti akan meneliti hubungan pola belanja dan perilaku makan dengan perilaku *food waste* pada rumah tangga pengguna aplikasi pesan-antar makanan.

1.3. Batasan masalah

Adanya masalah yang terlampir dalam latar belakang dan hubungan antar variabel yang belum diketahui secara jelas membuat peneliti tertarik untuk mencari hubungan antar variabel. Untuk menghindari luasnya masalah serta untuk mempermudah pemahaman dalam penelitian, maka penelitian ini dibatasi pada faktor pola belanja dan perilaku makan sebagai variabel

independent, dan perilaku *food waste* sebagai variabel *dependen*. Responden yang diteliti ialah manajer pengelola makanan dalam rumah tangga yang menggunakan aplikasi pesan-antar makanan.

1.4. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengetahui hubungan pola belanja dan perilaku makan dengan perilaku *food waste* pada rumah tangga pengguna aplikasi pesan-antar makanan. Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah ada hubungan antara pola belanja, perilaku makan dengan perilaku *food waste* pada rumah tangga pengguna aplikasi pesan-antar makanan di Kelurahan Tanah Sareal.

1.5. Tujuan

1) Tujuan umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan pola belanja dan perilaku makan dengan perilaku *food waste* pada rumah tangga pengguna aplikasi pesan-antar makanan di Kelurahan Tanah Sareal.

2) Tujuan khusus

1. Mengidentifikasi karakteristik rumah tangga di wilayah Tanah Sareal yang meliputi jumlah anggota keluarga yang tinggal serumah dan pengeluaran pangan;
2. Mengidentifikasi karakteristik manajer rumah tangga di wilayah Tanah Sareal yang meliputi usia, manajer rumah tangga;
3. Mengidentifikasi karakteristik rumah tangga pengguna aplikasi pesan-antar makanan di wilayah Tanah Sareal yang meliputi aplikasi yang digunakan, frekuensi penggunaan aplikasi pesan-antar, dan jenis makanan yang sering dibeli saat menggunakan aplikasi pesan-antar makanan;

4. Mengidentifikasi perilaku makan, pola belanja dan perilaku *food waste* rumah tangga pengguna aplikasi pesan-antar makanan di wilayah Tanah Sareal;
5. Menganalisis hubungan pola belanja dan perilaku *food waste* pada rumah tangga pengguna aplikasi pesan-antar makanan di wilayah Tanah Sareal;
6. Menganalisis hubungan antara perilaku makan dan perilaku *food waste* pada rumah tangga pengguna aplikasi pesan-antar makanan di wilayah Tanah Sareal.

1.6. Manfaat penelitian

1. Bagi Masyarakat

Memberikan informasi dan pengetahuan tentang hubungan pola belanja dan perilaku makan dengan perilaku *food waste* pada rumah tangga pengguna aplikasi pesan-antar makanan serta menjadi sarana edukasi diri untuk tidak menyisakan makanan.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S1) Gizi di Universitas Esa Unggul Jakarta dan menambah wawasan penulis mengenai studi penelitian hubungan pola belanja dan perilaku makan dengan perilaku *food waste* pada rumah tangga pengguna aplikasi pesan-antar makanan.

3. Bagi Program Studi S1 Gizi Universitas Esa Unggul

Bagi Program Studi, penelitian ini dapat menjadi inspirasi penelitian untuk generasi angkatan selanjutnya dan dapat menambah literatur terkait topik hubungan pola belanja dan perilaku makan dengan perilaku *food waste* pada rumah tangga pengguna aplikasi pesan-antar makanan serta sebagai acuan untuk mengetahui perilaku *food waste* pada rumah tangga pengguna aplikasi pesan-antar makanan.

1.7. Keterbaruan penelitian terdahulu

Tabel 1.1 Keterbaruan penelitian terdahulu

Nama Peneliti	Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Lisa Romadhoni, Ir. Anna Maria Sri Asih, S.T., M.M., M.Sc., Ph.D., IPM., ASEAN.Eng.	2021	Pembelian Makanan secara <i>online</i> pada Perilaku <i>Food Wasting</i>	Kuisisioner	Faktor-faktor yang secara signifikan memengaruhi perilaku <i>food wasting</i> di Indonesia adalah norma personal, pengetahuan, dan kebiasaan dalam membeli makanan secara <i>online</i> , di mana norma personal dapat diprediksi melalui kesadaran mengenai konsekuensi dan beban tanggung jawab.
Florence Sheen, Charlotte A. Hardman, Eric Robinson	2020	<i>Food waste</i> concerns, eating behaviour and body weight	Kuisisioner	Limbah makanan dikaitkan dengan niat untuk mengurangi sisa makanan dan kecenderungan membersihkan sisa dalam piring, tetapi tidak ada bukti bahwa masalah limbah makanan dikaitkan dengan asupan energi yang diukur secara objektif di laboratorium atau berat badan.
Lisnawati, Aslamia Rosa, Dessy Yunita, Hartati	2019	Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pesan-antar Makanan <i>Online</i>	Kuisisioner	Keputusan penggunaan jasa pesan-antar makanan <i>online</i> dipengaruhi secara signifikan oleh <i>e-marketing mix</i> dengan faktor <i>e-place</i> sebagai faktor yang paling dominan, sedangkan dari semua

				faktor tersebut diketahui bahwa faktor <i>e-product</i> tidak berpengaruh signifikan pada keputusan pengguna jasa pesan-antar makanan <i>online</i>
Salsabila Mutiara Ramadhani Handana	2018	Perilaku Pembelian Makanan Secara <i>Online</i> Melalui Aplikasi <i>Go-Food (Theory of Planned Behavior)</i>	Purposive sampling	Sikap, norma subjektif, dan persepsi kendali berpengaruh positif dalam pembelian makanan melalui <i>Go-Food</i> pada mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Variabel sikap memiliki pengaruh paling kuat terhadap niat pembelian makanan melalui <i>Go-Food</i> .
Endar Adi Sasmito	2018	Pengalaman pengguna pada layanan pesan-antar makanan studi kasus <i>go-food</i> dan <i>grab food</i>	Kuisisioner	Pengalaman pengguna <i>Go-Food</i> lebih unggul daripada <i>GrabFood</i> pada semua aspek penilaian <i>User Experience Questionnaire (UEQ)</i>
Diaz-Ruiz, Costa-Font, dan Gil	2017	<i>Moving ahead from food-related behaviours: an alternative approach to understand household food waste generation</i>	Kuisisioner	<i>Food waste</i> secara langsung dipengaruhi oleh kontrol pembelian, praktik pencegahan limbah, dan norma materialisme dan secara tidak langsung dipengaruhi oleh norma lingkungan.
Principato, Secondi, dan Pratesi	2015	<i>Reducing food waste: an investigation on the behavior of Italian youths</i>	<i>Probit</i>	Konsumen yang memiliki kesadaran dan pengetahuan tentang <i>food waste</i> akan cenderung mengurangi tingkat

				<i>food waste</i> yang dihasilkan. Sedangkan, konsumen yang lebih mengutamakan kesegaran makananan cenderung menghasilkan <i>food waste</i> yang lebih banyak.
Charles Surjadi	2013	Globalisasi dan Pola Makan Mahasiswa	Wawancara	Globalisasi meningkatkan konsumsi makanan instan di antara mahasiswa. Faktor yang berkaitan dengan itu antara lain tidak ada waktu khusus untuk makan siang, kebiasaan menghabiskan waktu di outlet makanan, dan adanya pertemuan yang berulang kali.

Food waste merupakan masalah pangan yang berkembang seiring bertambahnya populasi manusia dan didukung adanya pengaruh globalisasi yang berdampak negatif pada kelanjutan pangan dan kelestarian lingkungan. Dari tabel diatas, yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya:

1. Variabel yang diteliti yaitu pola belanja, perilaku makan, dan perilaku *food waste* pada rumah tangga pengguna aplikasi pesan-antar makanan
2. Lokasi penelitian dilakukan di Kecamatan Tanah Sareal yang berpenduduk 209.737 jiwa dan volume pengolahan penimbunan sampahnya 21% atau 365 m³/hari yang merupakan terbanyak kedua (Strategi Sanitasi Kota Bogor 2020).

Pembelian secara berlebihan melalui aplikasi pesan-antar makanan karna alasan promosi, nyaman, dan kualitas namun tidak mengetahui atau peduli pada dampak kelebihan makanan yang tidak dikonsumsi akan menyebabkan dampak akibat perilaku *food waste*. Maka dari itu, penelitian ini akan meneliti tentang apakah ada hubungan antara pola belanja dan perilaku makan pada rumah tangga pengguna aplikasi pesan-antar makanan