

BAB I

PENDAHULUAN

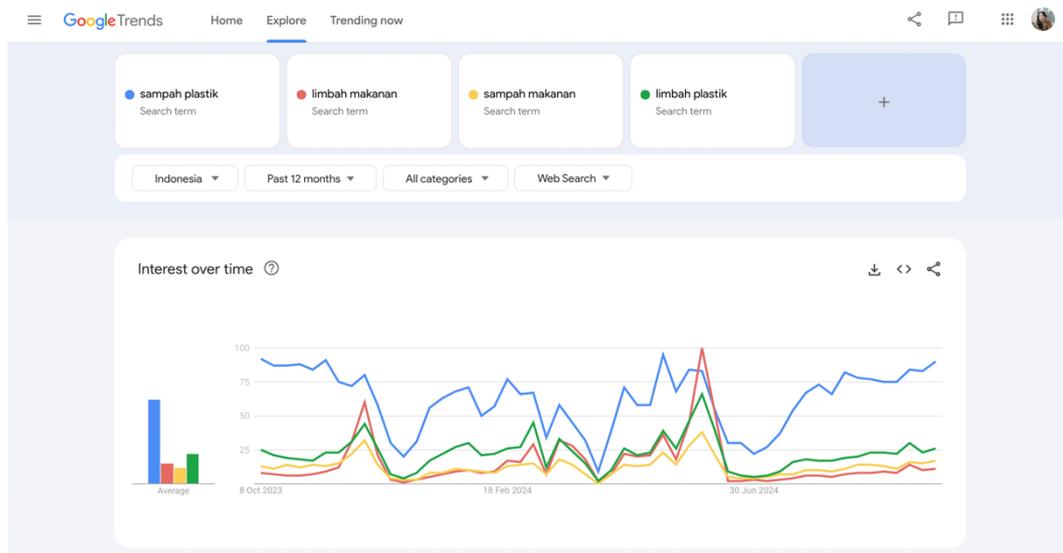
1.1 Latar Belakang Penelitian

Tahun demi tahun, lingkungan hidup telah dicemari oleh limbah yang berlimpah dan sulit untuk dikelola. Menurut *United Nations Environment Programme* (UNEP, 2024), terdapat banyak jenis limbah yang memberikan dampak buruk terhadap lingkungan, umumnya dikategorikan sebagai berikut: (1) Limbah material yakni limbah makanan dan sampah plastik; (2) Limbah produk yakni *e-waste*; dan terakhir, (3) Limbah padat yakni kumpulan limbah material dan produk – atau seringkali disebut *municipal solid waste* (MSW). Limbah-limbah tersebut mengakibatkan penurunan kualitas hidup, mulai dari penyakit bakteri dan virus yang tumbuh, kesehatan tubuh yang menurun, hingga terjadinya fenomena-fenomena alam yang ekstrim. Isu mengenai pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh limbah pun telah terjadi di seluruh negara, dimana terdapat lebih dari 2 miliar ton limbah padat yang dihasilkan per tahun (Nuru Lama, 2024), termasuk Indonesia. Meskipun demikian, upaya pengelolaan limbah dan peningkatan edukasi terhadap kelestarian lingkungan masih menjadi tantangan yang mengakibatkan tumbuhnya jumlah sampah per tahun.

Indonesia telah memasuki peringkat ke-2 dan ke-8 masing-masing sebagai negara dengan jumlah sampah plastik dan limbah makanan terbanyak di dunia. Berdasarkan data yang dilansir oleh Geeks for Geeks (2024), Indonesia memiliki jumlah sampah plastik sebesar 25 juta ton dengan MWI (*Mismanaged Waste Index*) sebesar 98.42% (World Population Review, 2024). Dari segi limbah makanan, rumah tangga di Indonesia telah menghasilkan sampah makanan sejumlah 14,73 juta ton per tahun (FWI, 2024). Menurut *Indonesian Gastronomy Community* (IGC) dalam Kompas.com, Indonesia menghasilkan jumlah limbah makanan sebesar 20,93 juta ton setiap tahunnya. Deputy Bidang Kerawanan Pangan dan Gizi Bapanas Nyoto Suwignyo dalam detikFinance (2024) pun menyatakan bahwa Indonesia telah mencapai 23-48 juta ton *food loss and waste* selama tahun 2000 hingga 2019.

Kedua isu tersebut merupakan permasalahan yang fatal, menantang dan patut diperhatikan, dimana isu ini akan terus memberikan dampak yang buruk kepada lingkungan hidup seiring dengan jumlah penduduk yang terus tumbuh setiap tahun.

Akan tetapi, tingkat kesadaran masyarakat mengenai limbah makanan masih rendah dibandingkan pengetahuan masyarakat mengenai sampah plastik. Hal ini benar sesuai dengan penelusuran lebih lanjut melalui beberapa artikel yang ditulis oleh Rosadi pada PRCF Indonesia (2023), dan Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kabupaten Badung (2019), serta melalui hasil pencarian masyarakat di Google Trends (**Gambar 1.1**).

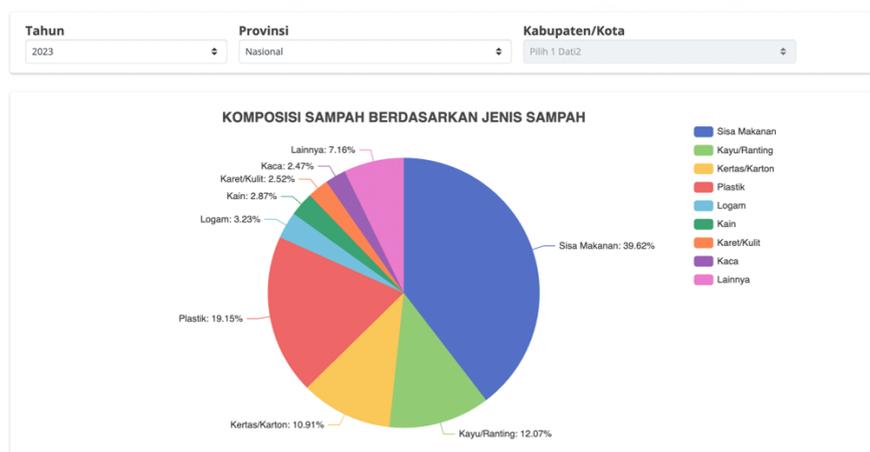


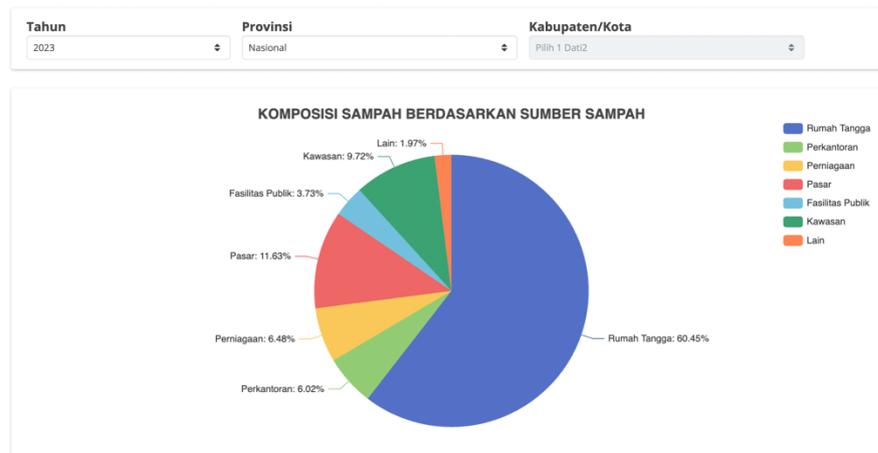
Gambar 1. 1 Tren Ketertarikan Masyarakat Indonesia terhadap Isu Limbah
Sumber: Google Trends (2024)

United Nations Food Programme (UNEP, 2024) mendefinisikan *food waste* – atau limbah makanan – sebagai makanan dan bagian-bagian yang tidak bisa dimakan yang dibuang dari rantai pasok pangan manusia. Frasa “dibuang dari rantai pasok pangan manusia” memiliki salah satu dari tujuan akhir berikut: pencernaan aerobik, kompos, lahan, pembakaran, saluran pembuangan, sampah, atau tempat pembuangan sampah (UNEP, 2024). Menurut *Food and Agriculture Organization of the United Nations* (FAO) dalam laporannya berjudul “*The State of Food and Agriculture*” (2019), *food waste* adalah berkurangnya jumlah atau kualitas makanan

yang disebabkan oleh keputusan dan tindakan dari pengecer, layanan makanan, dan konsumen. Maka dari itu, *food waste* dapat didefinisikan sebagai makanan – yang masih layak maupun tidak layak dikonsumsi – yang dibuang menjadi sampah dan disebabkan oleh aktivitas atau perilaku manusia.

Kesadaran masyarakat mengenai permasalahan limbah makanan masih rendah. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Anggun pada 100 orang dalam artikel Universitas Airlangga (2024), terdapat 62% yang tidak menyadari adanya ancaman limbah makanan terhadap lingkungan, sedangkan hanya 18% yang mengetahui atas permasalahan tersebut dan cara mengatasinya. Survei yang dilakukan oleh Yoesep dalam Kompas.id (2023) pada 600 orang mengenai kebiasaan masyarakat melakukan daur ulang sampah menunjukkan hanya 19,3% responden melakukan pemanfaatan kembali sampah. Data jumlah sampah di Indonesia pada tahun 2023 – yang dilansir oleh Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) – pun menunjukkan rendahnya kesadaran dan pengetahuan masyarakat, terutama pada rumah tangga, dalam mengatasi permasalahan pembuangan sisa makanan, yakni sebesar 38,24 juta ton dengan sisa makanan sebagai jenis sampah terbanyak sebesar 39,62% (lihat **Gambar 1.2**).





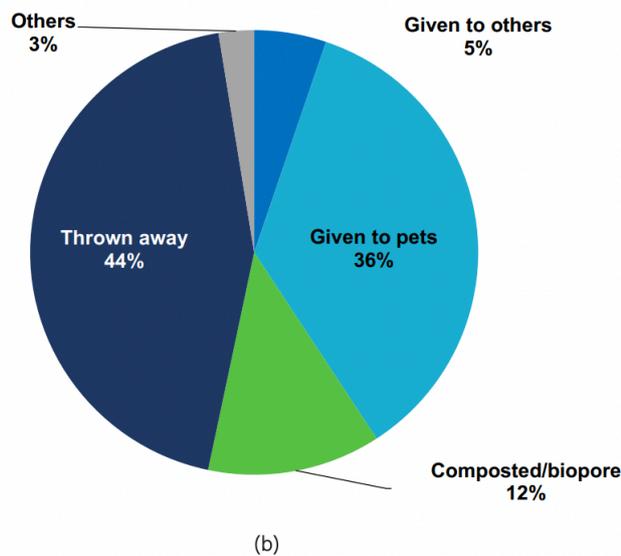
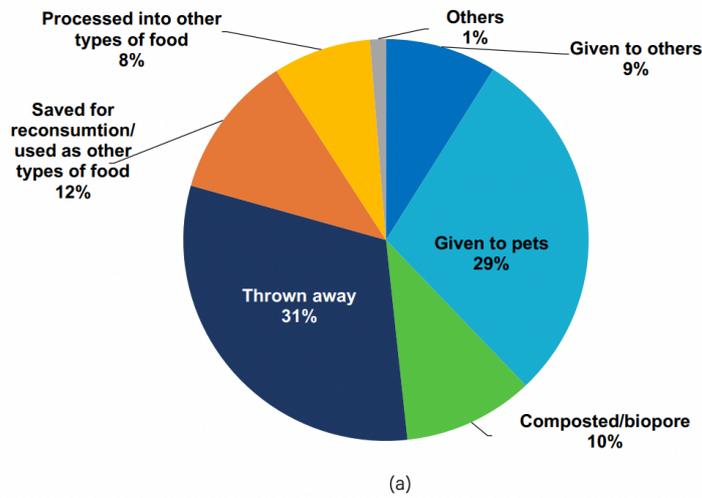
Gambar 1. 2 Komposisi Sampah Berdasarkan Jenis dan Sumber di Indonesia 2023
Sumber: SIPSN (2023)

Sebagian besar masyarakat Indonesia belum memahami dampak dari limbah makanan yang berkontribusi dalam perubahan iklim dan pemanasan global yang ekstrim. Setiap makanan yang dibuang dan membusuk di tempat pembuangan akhir (TPA) memancarkan metana – gas rumah kaca yang 25x lebih kuat dibandingkan karbon dioksida – dimana gas tersebut akan terus bertahan selama 12 tahun dan memerangkap panas matahari (Lewis, 2022). Secara global, limbah makanan telah memberikan emisi gas rumah kaca sebesar 20%. Jika permasalahan pembuangan makanan tidak cepat ditanggapi, jumlah limbah akan terus bertambah, jumlah gas metana pun meningkat, dan lingkungan hidup di Indonesia pun tidak akan berkelanjutan, atau terus memburuk. Alhasil, limbah makanan telah mencegah Indonesia untuk memenuhi *Sustainable Development Goals* (SDGs), terutama SDG 1 – tidak ada kemiskinan, SDG 2 – tidak ada kelaparan, dan SDG 12 – konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab (Waluyo & Kharisma, 2023; *United Nations*, diakses pada 13 Oktober 2024).

Demikian pula, jumlah limbah makanan di Indonesia terus bertambah akibat sistem pengelolaan yang tidak baik. Seperti yang diketahui, sudah terdapat beberapa praktik, prosedur dan kebijakan yang telah dilakukan oleh pemerintah dalam menangani permasalahan limbah di Indonesia, seperti sosialisasi mengenai 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*), melakukan Aksi Bersih Negeri setiap memperingati

Hari Peduli Sampah Nasional, dan lainnya, tetapi sampah yang berhasil dikelola hanya sebesar 61,79% dari 38,23 juta ton. Ditambah lagi, kebijakan dan program yang telah ditepatkan oleh pemerintah masih mengalami tantangan karena kurangnya dukungan dan koordinasi antara pemerintah dan para pelaku usaha (Waluyo & Kharisma, 2023). Hal ini telah memberikan dampak yang buruk tidak hanya kepada lingkungan hidup dan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga secara ekonomi. Akibat makanan yang terus dibuang, Indonesia telah mengalami kerugian sebesar Rp 213 triliun hingga Rp 551 triliun per tahun – atau sekitar 4-5% dari PDB Indonesia per tahun (BAPPENAS, diakses pada 13 Oktober 2024). Melanjutkan survei oleh BAPPENAS, nilai sampah makanan di Indonesia setara dengan porsi makan untuk 61 – 125 juta orang per tahun yang seharusnya dapat digunakan untuk melestarikan kehidupan masyarakat yang kelaparan, dimana Indonesia telah memasuki tingkat kelaparan sedang di ASEAN sesuai dengan laporan Global Hunger Index (yang dikutip oleh Kompas.com, 2024b).

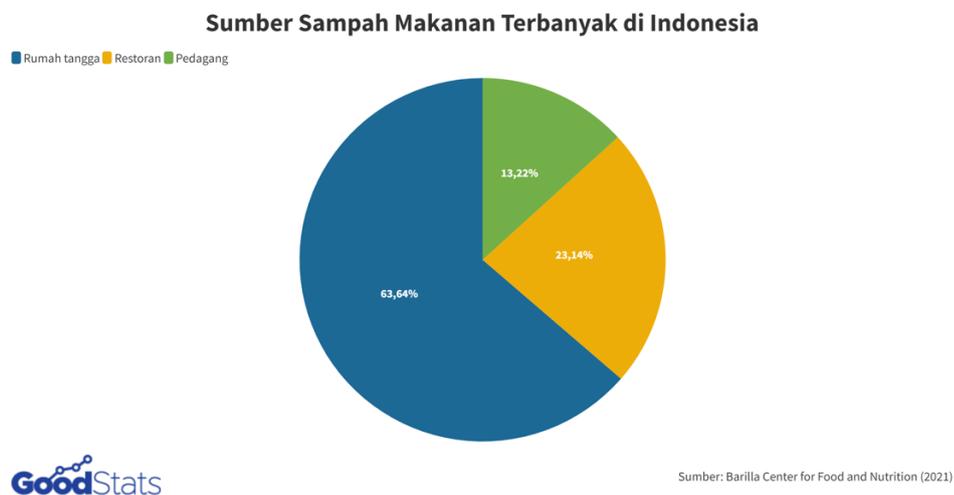
Selain dibutuhkan pihak legislatif dalam pengelolaan limbah makanan, perilaku masyarakat pun perlu diubah. Masyarakat Indonesia memiliki perilaku konsumtif yang mempengaruhi keputusan pembelian, dimana masyarakat seringkali membeli secara berlebihan walaupun tidak membutuhkannya untuk mengikuti tren atau mendapatkan penerimaan sosial (Wattimena, 2019, dalam Maharani *et al.*, 2024). Melalui survei yang dilakukan oleh BAPPENAS (2021), terdapat 50,18% yang mengakui bahwa seringkali terdapat sisa makanan akibat pembelian dan penyajian makanan yang berlebihan, dimana sebagian besar sisa makanan tersebut dibuang. **(Gambar 1.3: 31% terbuang dari hidangan bersama^(a), dan 44% terbuang dari makanan pribadi^(b)).**



Gambar 1. 3 Perilaku Masyarakat dalam Menangani Sisa Makanan di Rumah Tangga
 (a) Sisa makanan dari hidangan bersama; (b) Sisa makanan dari makanan pribadi
 Sumber: BAPPENAS (2021)

Restoran dan pedagang makanan di Indonesia pun merupakan pemicu limbah makanan seperti rumah tangga. Sebagian besar makanan sisa – yaitu makanan berlebih yang telah diproduksi namun tidak laris terjual atau dikonsumsi – pada restoran dibuang, karena dianggap sudah tidak layak untuk dikonsumsi untuk esok hari. Hal ini benar terjadi di Indonesia, dimana terdapat berita yang beredar mengenai salah satu toko donat ternama yang membuang sisa donat ketika toko sudah tutup (Utamidewi, 2024). Kasus tersebut telah menimbulkan beberapa

omongan masyarakat atas betapa sayangnya makanan yang masih layak dikonsumsi – dan bisa disumbangkan kepada orang yang membutuhkan – telah dibuang begitu saja. GoodStats (2022) pun mengungkapkan bahwa makanan sisa yang berasal dari restoran sebesar 23,14%, dimana sebagian besar makanan tersebut langsung dibuang. (lihat **Gambar 1.4**). Hasil studi yang dilakukan oleh Dora (Kompas.id, 2019) menemukan bahwa sebesar 84% makanan berlebih di hotel Depok langsung dibuang, dan sebesar 33% makanan berlebih dari restoran pun dibuang. Dora pun menemukan bahwa di Solo, Jawa Tengah, restoran menghasilkan makanan berlebih sebesar 52% yang dibuang ke tempat sampah tanpa diolah, serta 53% makanan berlebih di hotel diberikan kepada karyawan atau orang sekitar. Hal ini menunjukkan bahwa permasalahan pembuangan makanan sisa (*overstock*) masih menjadi isu di industri ritel makanan, dimana belum ada kebijakan yang pasti dalam mengolah makanan berlebih. Alhasil, para pelaku usaha makanan merasa lebih nyaman dan mudah untuk membuang makanan – beberapa melakukannya sesuai dengan SOP perusahaan – dibandingkan menyumbangkan atau menjual kembali.



Gambar 1. 4 Sumber Sampah Makanan Terbanyak di Indonesia
Sumber: GoodStats (2022)

Perilaku konsumtif masyarakat seringkali terdorong oleh diskon atau promo (Prianika & Bertuah, 2023; Hasrul *et al.*, 2021), terutama yang memiliki waktu terbatas (Peng, 2018). Ditambah lagi, dengan adanya teknologi dan permunculan aplikasi pemesanan makanan secara *online*, seperti Shopee Food, GoFood, dan

GrabFood, telah meningkatkan perilaku konsumtif masyarakat Indonesia sebab kemudahan dalam memesan dan pengiriman, serta promosi yang menarik (Sari *et al.*, 2022; Charlene *et al.*, 2022). Oleh karena itu, tindakan solutif yang dapat dilakukan dalam mengurangi produksi limbah makanan berpusat pada kesadaran dan perilaku masyarakat.

Sebab teknologi yang terus berkembang dan perilaku masyarakat yang terus bergantung kepada teknologi, digitalisasi mengenai pengelolaan limbah makanan dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat sehingga dapat menangani isu pengelolaan limbah makanan (Ranjbari *et al.*, 2023). Digitalisasi tersebut dapat dilakukan baik melalui media sosial maupun pengembangan aplikasi, dimana Indonesia sendiri telah memiliki beberapa *startups* yang dibangun untuk mengurangi jumlah limbah yang ada. *Startups* yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mengedukasikan masyarakat Indonesia mengenai permasalahan limbah makanan termasuk: (1) Garda Pangan: Dikenal sebagai komunitas yang bekerjasama dengan industri makanan, distributor makanan, dan pelaku usaha FnB dalam menyelematkan makanan sisa yang akan diberikan kepada yang membutuhkan; dan (2) FoodCycle Indonesia: Organisasi nirlaba yang mengumpulkan makanan sisa dari berbagai sumber mulai dari pesta pernikahan, toko roti, makan siang perusahaan, supermarket, hingga perusahaan FMCG, dimana makanan tersebut diberikan kepada yang membutuhkan. *Startups* tersebut telah memberikan kontribusi dalam menyelematkan makanan masing-masing sebesar 494.802 porsi makanan (GardaPangan) dan 140.322 kg makanan didistribusikan (Annual Report FoodCycle Indonesia).

Dari segi pengembangan aplikasi, hal ini memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam mengelola limbah makanan dari rumah dengan cara bertransaksi. Serupa dengan aplikasi pemesanan makanan pada umumnya, aplikasi *zero food waste* bertujuan untuk membantu mengelola limbah makanan dengan menjual kembali makanan sisa (*overstock*). Ditambah lagi, perilaku konsumtif yang dimiliki oleh masyarakat memungkinkan minat beli dan penggunaan pada aplikasi *zero food waste* yang tinggi, karena harga makanan yang ditawarkan murah dan/atau

mendapatkan potongan harga yang besar untuk makanan yang masih berkualitas (Kaur *et al.*, 2021; Tsang *et al.*, 2024). Aplikasi *zero food waste* ini pun tidak hanya mendorong perilaku masyarakat untuk mengurangi limbah makanan, tetapi juga memberikan edukasi dalam menurunkan stigma negatif mengenai makanan sisa dan meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai isu limbah makanan yang masih tinggi. Upaya-upaya dari *startups* baik dari komunitas maupun aplikasi telah memberikan peran yang besar bagi pemerintah dan masyarakat Indonesia untuk menangani dan mengurangi permasalahan limbah makanan, dimana jumlah emisi gas CO₂ akan berkurang, ekonomi Indonesia akan lebih maju, dan tingkat kelaparan serta kemiskinan dapat merendah. Berikut merupakan beberapa aplikasi penyelamat makanan sisa yang pernah dan/atau telah berkembang di Indonesia pada **Tabel 1.1**.

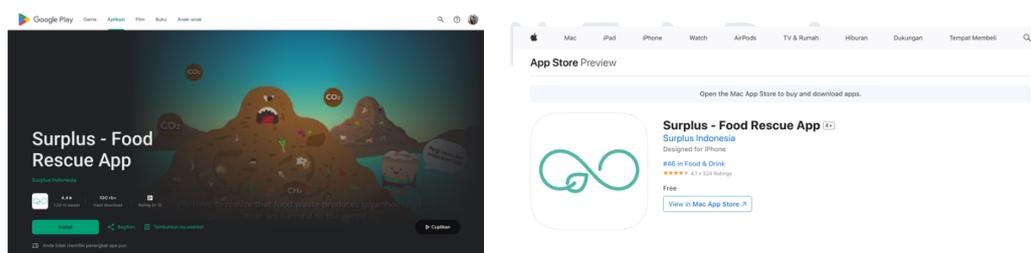
Tabel 1. 1 Aplikasi *Food Rescue* di Indonesia

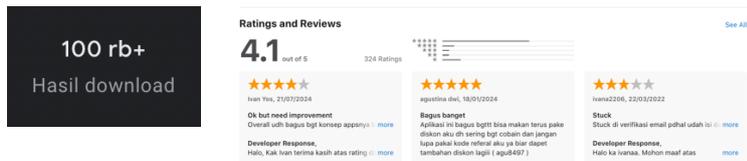
Nama Aplikasi	Cakupan Wilayah	Jenis Layanan <i>Food Waste Management</i>	Jumlah Unduhan
Surplus Indonesia (2021) (https://www.instagram.com/surplusindonesia/)	Dapat digunakan di seluruh Indonesia, namun <i>merchant</i> terbanyak berada di DKI Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung, Daerah Istimewa Yogyakarta, Surabaya, Bali, Makassar, Sukabumi, Malang, Samarinda	Menjual kembali sisa makanan (<i>overstock</i>) dari restoran, café, atau bisnis makanan lainnya dengan harga yang murah (50% diskon)	100.000+ unduhan
DamoGO (2018 di Korea, 2020 di Indonesia) (https://www.instagram.com/damogo_id/)	Yogyakarta	Menjual kembali sisa bahan makanan (<i>overstock</i>) dari <i>supplier</i>	Sudah tidak berjalan
SiDaur (2022) (https://www.instagram.com/sidaur/)	Tidak diketahui	Menerima sumbangan makanan sisa (<i>overstock</i>) dan pupuk baik dari pengguna dan/atau pelaku usaha, dan menjual kembali makanan sisa	Sudah tidak berjalan

Sumber: Hasil Pencarian Peneliti (2024)

Solusi konkrit yang telah diimplementasikan di Indonesia dalam membantu pengelolaan limbah makanan adalah kehadiran aplikasi Surplus Indonesia. Surplus Indonesia adalah aplikasi pemesan makanan *online* yang menjual kembali sisa makanan – dalam hal ini makanan berlebih – dari restoran, café, bakery maupun bisnis makanan lainnya dengan harga yang lebih murah (setengah harga). Aplikasi ini didirikan oleh Muhammad Agung Saptura pada tahun 2020 yang telah memiliki 3 tahun pengalaman dalam proyek konsultasi dan kebijakan lingkungan dengan minat di pengelolaan sampah dan ekonomi sirkular, serta pernah mengalami kekurangan pangan di Papua selama lebih dari 10 tahun (Eco-Business, 2021; ANGIN & JICA, 2022).

Melalui website resmi Surplus Indonesia, aplikasi ini telah dinyatakan memberikan pengaruh yang positif dalam menyelesaikan permasalahan limbah makanan di Indonesia. Pencapaian Surplus Indonesia termasuk telah menyelamatkan sekitar 100 ribu ton makanan, mencegah kehilangan ekonomi Indonesia sebesar Rp 2,2 miliar, menurunkan jumlah emisi CO₂ dari limbah makanan sebesar 3.500 ton CO₂, dan 10% pengguna aplikasi Surplus Indonesia memanfaatkan *eco-friendly packaging* (seperti membawa wadah sendiri) ketika mengambil pesanan, dimana pengguna diberikan diskon tambahan. Surplus Indonesia pun telah mendapatkan penghargaan pada Forbes Asia 30 Under 30 2024 sebagai aplikasi Teknologi Konsumen. Sampai saat ini, jumlah unduhan dan pengguna Surplus Indonesia telah mencapai lebih dari 100 ribu dengan mitra bisnis yang bergabung lebih dari 1 ribu (lihat **Gambar 1.5**). CEO dari Surplus Indonesia pun optimis untuk mendapatkan jumlah pengguna sebesar 1 juta dan jumlah mitra sebesar 50 ribu pada tahun 2024 (Koran Tempo, Januari 2023).





Gambar 1. 5 Pratinjau Aplikasi di Play Store (Android) dan App Store (IOS)
Sumber: Play Store & App Store (2024)

Namun sayangnya, masyarakat Indonesia masih memiliki stigma yang negatif terhadap makanan sisa yang dianggap sudah tidak layak dikonsumsi (Gaiani, 2018). Hal ini berdampak kepada kurang tercapainya target jumlah pengguna aplikasi Surplus Indonesia pada tahun 2024 yakni sebesar 1 juta pengguna dengan merangkul 50 ribu mitra bisnis, karena masyarakat merasa skeptis (Putra, 2022). Saat ini, per tahun 2024, jumlah pengguna aplikasi Surplus Indonesia hanya sebanyak 300.000 di seluruh Indonesia dengan 3.000 mitra bisnis (Mongabay, 2024; Impact Report Surplus Indonesia, 2023). Meskipun Surplus Indonesia terus berupaya dalam memberikan edukasi mengenai sistem pengelolaan limbah makanan pada aplikasinya, masih banyak masyarakat Indonesia, baik sebagai konsumen maupun pelaku usaha, merasa tidak yakin dengan penjualan makanan sisa di aplikasi Surplus Indonesia. Hal ini pun didukung dengan respon dari beberapa masyarakat dan ulasan negatif dari pengguna aplikasi Surplus Indonesia yang terlihat pada **Gambar 1.6**.



Gambar 1. 6 Kumpulan Ulasan Masyarakat dan Pengguna Aplikasi Surplus Indonesia
Sumber: Instagram Surplus Indonesia (2024)

Hal ini memperlihatkan bahwa terdapat beberapa aspek yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli dan mengonsumsi makanan. *Theory of Consumption Values* (TCV) yang dikembangkan oleh Sheth (1991) dapat

dimanfaatkan untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap makanan melalui nilai-nilai konsumtif (Ghufran *et al.*, 2022). Konsumen memutuskan untuk membeli dan mengonsumsi makanan berdasarkan: (1) *Functional Value* seperti harga dan kualitas makanan (Zhai *et al.*, 2021), serta dampak terhadap kesehatan individu dan bagi lingkungan (Uliano *et al.*, 2024); (2) *Social Value* seperti penerimaan sosial dan pengaruh dari kerabat dekat (Dannenberg, 2024); (3) *Conditional Value* seperti kenyamanan dan nilai – manfaat dan risiko – yang dirasakan konsumen (Pham *et al.*, 2018); (4) *Epistemic Value* seperti memiliki pengetahuan yang cukup mengenai makanan tersebut (Firoozzare *et al.*, 2024); dan (5) *Emotional Value* seperti kenikmatan pengalaman makan (Han & Orłowski, 2024). Berkaitan dengan stigma masyarakat yang masih negatif terhadap makanan sisa, TCV digunakan pada penelitian ini untuk menganalisis minat beli terhadap makanan sisa sebagai aksi mengelola limbah makanan.

Surplus Indonesia diharapkan dapat menjangkau lebih banyak pengguna. Sesuai dengan yang dinyatakan oleh CEO Surplus Indonesia dalam *BRAVE Southeast Asia Tech Podcast* (Au & Saputra, 2024), ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap topik *food waste* terus meningkat, terutama generasi Z, dan, dengan ini, pasar segmen aplikasi Surplus Indonesia dapat terus tumbuh setiap tahunnya. Direktur Eksekutif Wahana Lingkungan Hidup (Walhi) Suci Fitriya Tanjung dalam Kompas.com (2024a) pun menyatakan bahwa generasi muda, seperti generasi Z, telah menyadari dan tertarik dengan isu perubahan iklim, serta bersedia untuk ikut serta dalam melestarikan lingkungan. Apabila dibandingkan dengan aplikasi *zero food waste* yang telah beroperasi dengan baik di luar negeri, yakni aplikasi *Too Good To Go* dari Copenhagen-Denmark, aplikasi Surplus Indonesia memiliki potensi yang sama besar untuk berkembang di Indonesia. Menurut data pencarian pada Sensor Tower (2024), aplikasi *Too Good To Go* – yang beroperasi sejak tahun 2016 – telah memiliki jumlah pengguna dan unduhan sebesar 900 ribu di Play Store dan 1 juta di App Store per bulan, dimana aplikasi telah banyak digunakan di negara-negara Eropa dan Amerika Serikat. Data yang didapatkan dari SimilarWeb pun menunjukkan bahwa jumlah unduhan aplikasi *Too Good To Go* cukup konstan, terlihat pada **Gambar 1.7**.



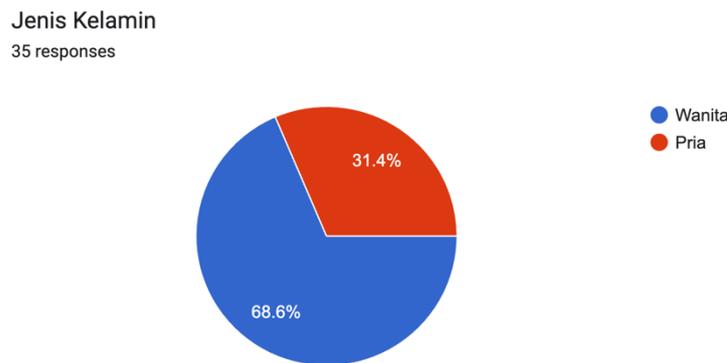
Gambar 1. 7 Grafik Jumlah Unduhan Aplikasi Too Good To Go
Sumber: SimilarWeb (2024)

Untuk aplikasi Surplus Indonesia sendiri, data yang dilansir oleh Sensor Tower (2024) dan SimilarWeb (2024) pun menunjukkan tidak tercapainya target jumlah pengguna. Pada Sensor Tower (2024), hasil menunjukkan bahwa aplikasi Surplus Indonesia hanya memiliki jumlah unduhan dan pengguna kurang dari 5 ribu di Play Store dan App Store per bulan. Di sisi lain, pada SimilarWeb (2024), ditemukan bahwa rata-rata jumlah unduhan aplikasi Surplus Indonesia sebesar 12.2 ribu per bulan, dimana jumlah unduhan aplikasi terus menurun setiap bulannya, terlihat pada **Gambar 1.8**.

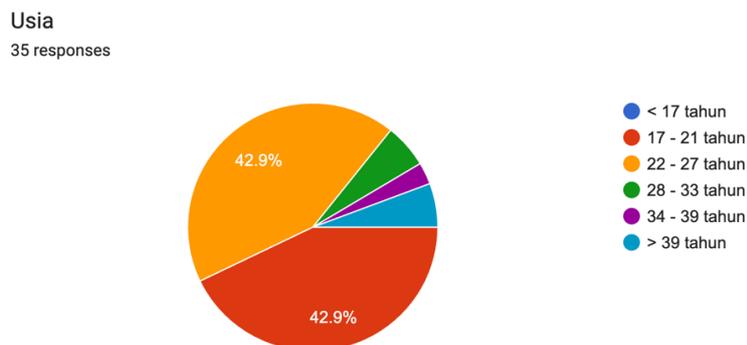


Gambar 1. 8 Grafik Jumlah Unduhan Aplikasi Surplus Indonesia
Sumber: SimilarWeb (2024)

Ketidaktertarikan masyarakat Indonesia terhadap aplikasi Surplus Indonesia pun ditemukan melalui *pilot survey* yang dilakukan untuk penelitian ini. *Pilot survey* disebarikan kepada 35 responden dalam menganalisis apabila masyarakat mengetahui aplikasi Surplus Indonesia, serta mengunduh dan menggunakan aplikasi (melakukan transaksi). Hasil dari *pilot survey* sebagai berikut:



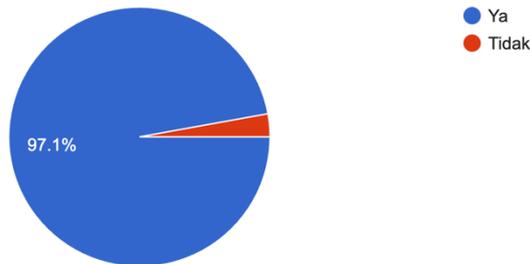
Gambar 1. 9 Karakteristik Responden pada Pilot Survey Berdasarkan Jenis Kelamin
Sumber: Hasil Survei Peneliti (2024)



Gambar 1. 10 Karakteristik Responden pada Pilot Survey Berdasarkan Usia
Sumber: Hasil Survei Peneliti (2024)

Gambar 1.9 dan **Gambar 1.10** menunjukkan karakteristik responden *pilot survey* masing-masing berdasarkan jenis kelamin dan usia. Sesuai dengan hasil survei, ditemukan bahwa sebagian besar responden adalah Wanita dengan rentang usia 17 – 21 tahun hingga 22 – 27 tahun, atau merupakan generasi muda.

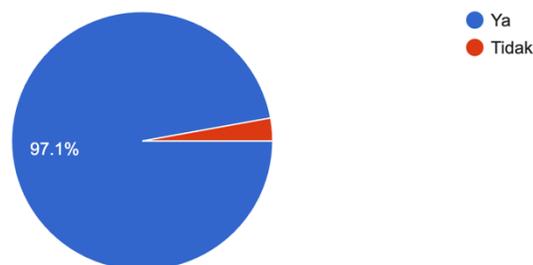
Apakah Anda mengetahui aplikasi Surplus Indonesia?
35 responses



Gambar 1. 11 Pilot Survey Pengetahuan Responden mengenai Aplikasi Surplus Indonesia
Sumber: Hasil Survei Peneliti (2024)

Gambar 1.11 menunjukkan seberapa banyak responden pada *pilot survey* yang mengetahui aplikasi Surplus Indonesia. Berdasarkan dengan hasil, terdapat 34 dari 35 responden (97.1%) mengetahui aplikasi Surplus Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi cukup dikenal oleh kalangan masyarakat Indonesia.

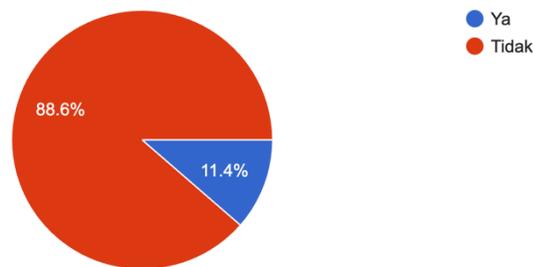
Apakah Anda pernah mengunduh aplikasi Surplus Indonesia?
35 responses



Gambar 1. 12 Pilot Survey Pernah Mengunduh Aplikasi Surplus Indonesia
Sumber: Hasil Survei Peneliti (2024)

Gambar 1.12 menunjukkan seberapa banyak responden pada *pilot survey* yang pernah mengunduh aplikasi Surplus Indonesia. Berdasarkan dengan hasil, seluruh responden yang mengetahui aplikasi Surplus Indonesia, yakni 34 responden (97.1%) pernah mengunduh aplikasi.

Apakah Anda pernah bertransaksi dalam aplikasi Surplus Indonesia?
35 responses



Gambar 1. 13 Pilot Survey Pernah Bertransaksi dalam Aplikasi Surplus Indonesia
Sumber: Hasil Survei Peneliti (2024)

Gambar 1.13 menunjukkan seberapa banyak responden pada *pilot survey* yang pernah bertransaksi pada aplikasi Surplus Indonesia. Ditemukan bahwa sebagian besar yang mengetahui dan mengunduh aplikasi, yakni sebesar 30 responden (85.7%) tidak pernah bertransaksi. Sedangkan, hanya 4 dari 35 responden (11.4%) yang pernah bertransaksi.

Berdasarkan dengan hasil *pilot survey*, diketahui bahwa aplikasi Surplus Indonesia cukup dikenal oleh masyarakat, terutama para generasi muda. Hal ini pun sesuai dengan kebutuhan Surplus Indonesia yang ingin menysasar generasi muda, dimana para anak muda mulai memiliki pengetahuan dan dorongan untuk bertindak atas permasalahan isu lingkungan. Namun, survei ini pun menjelaskan bahwa terdapat kekurangan pada aplikasi Surplus Indonesia yang membuat responden untuk tidak ingin bertransaksi, meskipun memiliki pengetahuan mengenai isu limbah makanan, mengetahui dan sudah mengunduh aplikasi Surplus Indonesia. *Pilot survei* ini pun menganalisis apa saja faktor yang dapat meningkatkan minat beli pengguna pada aplikasi pemesan makanan. Faktor terbesar adalah pemesanan yang mudah, efektif dan banyak promo, serta penawaran harga yang wajar/terjangkau – yang terlihat pada **Gambar 1.14**. Hasil survei ini membantu proses penelitian ini, sehingga dapat memberikan wawasan baru bagi Surplus Indonesia atas apa saja yang bisa ditingkatkan pada aplikasi.



Gambar 1. 14 Pilot Survey Faktor yang Dipertimbangkan Responden Ketika Membeli Makanan dan Minuman secara Online
Sumber: Hasil Survei Peneliti (2024)

Fenomena ini pun menunjukkan adanya kesenjangan antara perilaku konsumtif masyarakat Indonesia dengan penggunaan aplikasi pemesanan makanan *online* yang menjual sisa makanan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor apa saja yang dapat ditingkatkan pada aplikasi Surplus Indonesia sehingga semakin banyak masyarakat Indonesia terdorong untuk menggunakan dan bertransaksi pada aplikasi Surplus Indonesia. Melalui fenomena dan permasalahan ini, peneliti mengajukan penelitian yang berjudul **“Analisis Minat Beli Konsumen pada Aplikasi Pengelolaan Limbah Makanan Surplus Indonesia melalui Teori Nilai Konsumsi.”**

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, diketahui bahwa isu limbah makanan di Indonesia masih belum dikelola dengan baik. Limbah makanan tersebut seringkali berasal dari rumah tangga dan restoran yang membuang makanan sisa (berlebih), baik yang masih bisa dikonsumsi maupun tidak layak dikonsumsi. Ditambah lagi, sebagian besar masyarakat belum menyadari atas krisisnya permasalahan limbah makanan di Indonesia, maupun memahami cara mengelola atau mementingkan pengelolaan limbah makanan. Hal ini pun memanggil perusahaan-perusahaan *zero food waste* seperti Surplus Indonesia untuk membantu menangani permasalahan ini, sehingga kondisi lingkungan hidup dan ekonomi Indonesia dapat menjadi lebih baik. Perusahaan

perlu mengembangkan strateginya dalam menarik lebih banyak masyarakat untuk turut ikut mengelola limbah makanan.

Penelitian ini bertujuan untuk membantu meningkatkan jumlah pengguna aplikasi Surplus Indonesia, sesuai dengan target yang ingin dicapai oleh *founder* Surplus Indonesia. Dalam mengetahui faktor yang mendorong konsumen untuk menggunakan dan bertransaksi di aplikasi Surplus Indonesia, penelitian ini meneliti perilaku konsumtif konsumen (*theory of consumption values*) yang dapat mempengaruhi *Purchase Intention* pengguna aplikasi Surplus Indonesia. *Theory of consumption values* oleh Sheth (1991) digunakan untuk menganalisis apa saja nilai konsumsi pada konsumen yang mendorong keputusan konsumen untuk membeli atau tidak membeli suatu produk. *Purchase Intention* adalah niat dalam diri individu untuk mempertimbangkan dan membeli suatu produk atau jasa (Prianika & Bertuah, 2023). Melalui *theory of consumption values* yang menganalisis keputusan konsumen untuk membeli suatu produk, terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *Purchase Intention*, yakni *Price Value*, *Health Consciousness*, dan *Food Safety Concern* – menggambarkan *functional value*, *Prestige Value* – menggambarkan *social value*, *Affordances Value* – menggambarkan *conditional value*, dan *Visibility* – menggambarkan *epistemic value*. Faktor-faktor tersebut pun didasari oleh penelitian terdahulu yang menemukan adanya pengaruh, sebagai berikut:

- Kaur *et al.* (2021) menjelaskan pada penelitiannya mengenai perilaku konsumen terhadap aplikasi pemesanan makanan bahwa *price value* berpengaruh positif terhadap *purchase intention* pengguna. Hubungan pengaruh tersebut didasari oleh penawaran harga yang wajar, manfaat yang besar, dan *good value for money* yang ditawarkan pada aplikasi.
- *Health Consciousness* adalah kesadaran kesehatan ditemukan memiliki pengaruh yang negatif terhadap *Purchase Intention* dalam aplikasi pemesanan makanan, apalagi dengan aplikasi Surplus Indonesia yang menjual makanan sisa (*overstock*) dan stigma negatif yang dimiliki masyarakat. Pengaruh negatif *Health Consciousness* pun didasari dengan penelitian oleh Bennett

et al. (2024) yang menjelaskan bahwa aplikasi pemesan makanan cenderung menjual makanan yang tidak sehat bagi tubuh, dan seringkali dibeli oleh konsumen karena strategi promo seperti diskon dan gambar-gambar menarik. Hal ini menunjukkan adanya persepsi negatif terhadap aplikasi pemesan makanan, yang dapat menurunkan minat beli konsumen jika memiliki tingkat kesadaran kesehatan yang tinggi dan tidak adanya faktor lainnya yang mempengaruhi.

- *Food Safety Concern* – atau kekhawatiran akan keamanan makanan – pun serupa dengan *Health Consciousness*. Berdasarkan penelitian oleh Jin (2020), ditemukan bahwa *negative emotions* pada *food safety* (seperti ketakutan, kebingungan, dan ketidakpercayaan) memiliki pengaruh yang positif terhadap *Purchase Intention*. *Food safety* dalam hal ini didasari oleh kualitas makanan dan penggunaan bahan-bahan (seperti pengawet dan bahan kimia) pada makanan. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa konsumen dengan *food safety concern* yang tinggi cenderung akan memilih dan mengonsumsi makanan yang sehat bagi tubuh. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa *Food Safety Concern* memiliki pengaruh yang negatif terhadap *Purchase Intention* pada aplikasi Surplus Indonesia – mengingat kembali stigma negatif masyarakat mengenai makanan sisa.
- Burlea-Schiopoiu *et al.* (2022) menjelaskan pada penelitiannya bahwa *Prestige Value* memiliki pengaruh yang positif terhadap *consumer buying decision* dalam aplikasi pemesan makanan. Tak hanya itu, *Prestige Value* adalah pendorong utama yang mempengaruhi konsumen untuk memesan dan mengonsumsi makanan melalui aplikasi pemesan makanan. *Prestige Value* pada penelitian tersebut didasari oleh keinginan konsumen untuk mendukung ekonomi digital, penggunaan aplikasi pemesan makanan sesuai tren dan gemar membagi pengalaman penggunaan aplikasi dengan teman.
- Penelitian oleh Kaur *et al.* (2021) pun menemukan bahwa *Purchase Intention* konsumen pada aplikasi pemesan makanan dipengaruhi oleh manfaat tambahan yang besar di aplikasi, yakni *Affordances Value*. Variabel

tersebut didasari oleh faktor-faktor seperti gratis ongkir, insentif promosi, dan jenis restoran yang beragam untuk dipilih.

- Seberapa sering konsumen melihat produk (aplikasi) di kalangan masyarakat penting dalam mendorong konsumen untuk turut membeli dan mencoba. Tandon *et al.* (2021) pada penelitiannya mengenai aplikasi pemesan makanan menjelaskan bahwa *Visibility* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Purchase Intention*, dimana variabel tersebut didasari oleh faktor seperti seberapa banyak teman atau orang sekitarnya yang menggunakan dan merasakan manfaat pada aplikasi.

Berdasarkan dengan rumusan masalah dan analisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi atau meningkatkan *Purchase Intention* pengguna dalam aplikasi Surplus Indonesia, terdapat beberapa pertanyaan penelitian yang diuji dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Apakah *Price Value* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*?
2. Apakah *Health Consciousness* berpengaruh negatif terhadap *Purchase Intention*?
3. Apakah *Food Safety Concern* berpengaruh negatif terhadap *Purchase Intention*?
4. Apakah *Prestige Value* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*?
5. Apakah *Affordances Value* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*?
6. Apakah *Visibility* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat beli pengguna dalam menggunakan aplikasi Surplus Indonesia, serta meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai permasalahan limbah makanan di Indonesia. Berikut adalah tujuan penelitian berdasarkan dengan permasalahan pada penelitian:

1. Mengetahui dan menguji pengaruh positif antara *Price Value* terhadap *Purchase Intention*;
2. Mengetahui dan menguji pengaruh negatif antara *Health Consciousness* terhadap *Purchase Intention*;
3. Mengetahui dan menguji pengaruh negatif antara *Food Safety Concern* terhadap *Purchase Intention*;
4. Mengetahui dan menguji pengaruh positif antara *Prestige Value* terhadap *Purchase Intention*;
5. Mengetahui dan menguji pengaruh positif antara *Affordances Value* terhadap *Purchase Intention*;
6. Mengetahui dan menguji pengaruh positif antara *Visibility* terhadap *Purchase Intention*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan memberikan beberapa manfaat mengenai *purchase intention* pada pembelian makanan sisa melalui aplikasi Surplus Indonesia sebagai aksi mengelola limbah makanan di Indonesia, yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi praktisi dalam aspek *marketing* untuk mengetahui apa saja yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen melalui nilai konsumtif yang dimiliki oleh masyarakat. Selain itu, peneliti pun berharap penelitian ini dapat menjadi literatur dan referensi tambahan bagi peneliti lainnya atas analisis pengaruh variabel nilai harga, kesadaran kesehatan, kekhawatiran akan keamanan makanan, nilai prestise, nilai keterjangkauan, dan visibilitas terhadap minat beli dalam aplikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Melalui penelitian ini, peneliti berharap dapat membantu PT Ekonomi Sirkular Indonesia (Surplus Indonesia) dalam meningkatkan jumlah pengguna pada aplikasi Surplus Indonesia. Penelitian ini pun diharapkan dapat memberikan wawasan yang baru atas layanan apa saja yang dapat ditingkatkan

pada aplikasi, serta mengetahui faktor apa saja yang dapat meningkatkan minat beli pengguna (dalam hal ini menggunakan dan bertransaksi) pada aplikasi Surplus Indonesia.

1.5 Batasan Penelitian

Dalam proses penyusunan dan melaksanakan penelitian ini, terdapat ruang lingkup yang menjadi batasan peneliti sehingga permasalahan pada penelitian dapat difokuskan dan jelas, serta tujuan penelitian dapat tercapai, sebagai berikut:

1. Penelitian dibatasi oleh 7 variabel: *Price Value*, *Health Consciousness*, *Food Safety Concern*, *Prestige Value*, *Affordances Value*, *Visibility*, dan *Purchase Intention*;
2. Objek pada penelitian ini adalah orang-orang berusia 17 – 39 tahun (generasi Z hingga Milenial), berdomisili di Indonesia, pernah mendapatkan informasi mengenai pengelolaan limbah makanan, memiliki pengetahuan mengenai isu limbah makanan yang masih tinggi di Indonesia, pernah melakukan aktivitas pengelolaan limbah makanan di rumah, serta mengetahui, pernah melihat konten promosi, pernah mengunduh dan mengakses aplikasi Surplus Indonesia, tetapi tidak pernah bertransaksi dalam aplikasi tersebut;
3. Jumlah responden yang perlu dikumpulkan minimal 130 sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan;
4. Periode penelitian dilakukan mulai dari bulan Oktober hingga November 2024;
5. Kuesioner dibagikan secara daring melalui media sosial dengan menggunakan *Google Forms*;
6. Proses pengolahan data menggunakan *software IBM Statistic SPSS* versi 29.0.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari 5 bab yang memiliki hubungan antara satu lain dalam menjelaskan dan menganalisis permasalahan penelitian sesuai dengan kerangka

penulisan yang telah ditetapkan. Berikut uraian sistematika penulisan dalam penelitian ini:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bagian ini, peneliti membahas latar belakang dari masalah penelitian yang diangkat, rumusan masalah berupa pertanyaan yang akan diuji pada penelitian ini, tujuan dari pelaksanaan penelitian, manfaat penelitian baik secara teoritis dan praktis, batasan penelitian sehingga masalah pada penelitian dapat dijelaskan dengan baik, dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II: LANDASAN TEORI

Pada bab kedua, peneliti memberikan landasan teori, serta definisi ahli untuk *grand theory* dan variabel yang digunakan dalam penelitian ini. *Grand theory* penelitian ini adalah *theory of consumption value*, terdiri dari: *functional value* yang digambarkan oleh *price value, health consciousness & food safety concern; social value* yang digambarkan oleh *prestige value; conditional value* yang digambarkan oleh *affordances value; epistemic value* yang digambarkan oleh *visibility*; dan *purchase intention*. Selain dari teori, bab ini pun menjelaskan hubungan hipotesis antara variabel independen dan variabel dependen pada penelitian dengan adanya kerangka penelitian.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

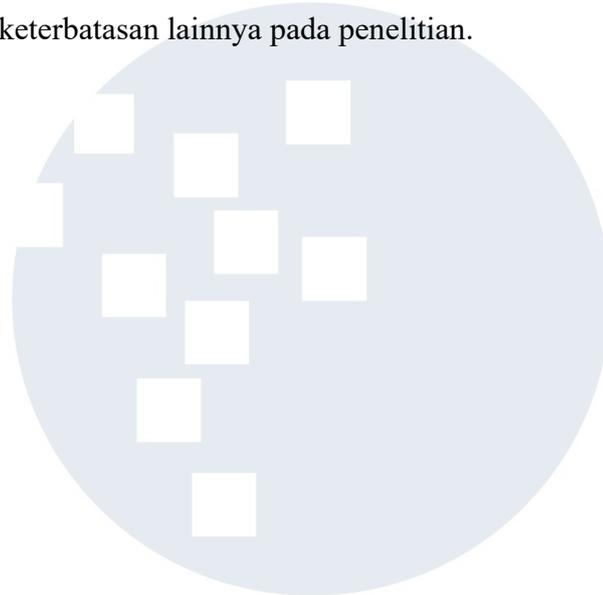
Pada bab ketiga, peneliti memberikan gambaran singkat mengenai perusahaan aplikasi Surplus Indonesia, menentukan riset desain, pendekatan dan metode penelitian, cara pengambilan sampel, identifikasi variabel penelitian, serta mengkaji teknik analisis data melalui *software IBM Statistic SPSS* versi 29.0.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab keempat, peneliti menjabarkan hasil olah data yang telah dilakukan dari bab ketiga, serta memberikan penjelasan apabila adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir, peneliti memberikan kesimpulan akhir atas permasalahan pada penelitian dengan hasil penelitian dari pengolahan data kuesioner. Selain itu, peneliti pun memberikan saran kepada perusahaan, para pembaca, dan peneliti selanjutnya, sehingga penelitian dapat memberikan manfaat dan dikembangkan apabila terdapat keterbatasan lainnya pada penelitian.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA