

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kebutuhan bahan pangan akan semakin meningkat sesuai dengan laju pertumbuhan penduduk. Pertumbuhan penduduk yang meningkat cepat, akan menimbulkan dampak berupa tekanan yang kuat terhadap sumber daya alam, termasuk peningkatan kebutuhan pangan, air bersih, dan lainnya (Akhirul dkk., 2020). Dilansir dari data *Food Agriculture Organization* (FAO) pada Tahun 2022 diperkirakan mencapai 8.9 % hingga 9.4 % dari populasi dunia mengalami kelaparan kronis pada Tahun 2023. Asia memimpin dengan tingkat kelaparan sebesar 8.1% yang dinyatakan mencerminkan tren kelaparan global yang ditandai peningkatan tajam di Tahun 2019-2021 (FAO, 2024). Disisi lain, dalam suatu studi terbitan *Food Agriculture Organization* (FAO) isu *Food Loss and Waste* (FLW) secara global mencapai 1.3 miliar ton tiap tahunnya (Wulandari & Shannaz, 2023). Berdasarkan data Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) Tahun 2023, *food waste* mencapai 38.96 % dari total sampah yang dihasilkan masyarakat (SIPSN, 2024). Namun di sisi lain indeks ketahanan pangan di Indonesia pada tahun 2024 berada pada tingkatan rendah yaitu peringkat ke-77 dari 127 negara dan menempati peringkat kedua tertinggi di kawasan Asia Tenggara menurut data *Global Hunger Index* (Ahdiat, 2024). Berdasarkan situasi tersebut menunjukkan jika Indonesia yang termasuk dalam salah satu negara berkembang dengan indeks kelaparan yang masih berada pada level serius. Namun ironisnya tingkat timbunan FLW di Indonesia dapat mencapai 300 kg/kapita/tahun pada Tahun 2045 jika tidak ditangani secara bijak (Hermanu, 2022).

Kajian Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional Tahun 2021 menyatakan tingkat timbunan FLW Indonesia 20 Tahun terakhir mencapai 115 - 184 kg/kapita/tahun dengan timbunan terbesar berada pada tahap konsumsi. Timbunan tersebut diperkirakan dapat memberi makan 29% hingga 47% dari

populasi masyarakat Indonesia (BAPPENAS, 2021). Permasalahan ketahanan pangan dan fenomena FLW menjadi isu yang saling berbanding terbalik, dimana kondisi masyarakat yang mengalami krisis makanan namun masalah FLW masih tergolong tinggi dan perlu ditangani dengan serius (Ayu dkk., 2023). Sampah makanan (*food waste*) menimbulkan kerugian yang sangat kompleks dan mempengaruhi berbagai sektor, termasuk lingkungan, ekonomi, dan sosial (Stöckli dkk., 2018). Di sisi lain, *food waste* mengakibatkan peningkatan harga pangan dan ketidaksetaraan sosial, yang pada akhirnya berpotensi mengancam ketahanan pangan global dan merugikan ketahanan masyarakat lokal (Ayu dkk., 2023). Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional mengindikasikan adanya faktor yang mendorong peningkatan timbunan *food waste*, salah satunya adalah perilaku (*behavior*) konsumtif masyarakat (BAPPENAS, 2021). Merujuk dari salah satu studi yang telah dilakukan beberapa faktor yang menyebabkan timbulnya *food waste* saat proses konsumsi antara lain kurangnya kesadaran, ketidakpedulian, dan ketidakpahaman (Garbo & Karina, 2023). Hal tersebut dapat berupa kurangnya kemampuan untuk mengatur porsi makanan, mengurangi, dan menggunakan sisa makanan melatarbelakangi fenomena *food waste* (Clement dkk., 2023). Sejalan dengan temuan tersebut, dilansir dari UNEP DTU *Partnership or the United Nations Environment Programme* menjelaskan jika *behavior* yang mempengaruhi *food waste* di tingkat konsumsi yang ditentukan oleh motivasi konsumen (sikap, persepsi, kesadaran masalah, norma, dan sikap terhadap pemborosan makanan), sumber daya dan peluang (ketersediaan waktu, ekonomi, kualitas dan jumlah makanan dengan tepat, dan akses ke teknologi), kemampuan untuk mengendalikan dan mengubah *behavior*, serta pengetahuan. Faktor-faktor lain, termasuk usia dan jenis kelamin, keterampilan dan pengalaman, melengkapi kumpulan faktor personal tersebut (UNEP DTU, 2021).

Menilai dari dampak dan ancaman dari adanya timbunan limbah pangan menjadi isu yang semakin membutuhkan perhatian dalam pengembangan kesadaran lingkungan. Meminimalisir ataupun menanggulangi tumpukan *food waste* dan menjaga ketahanan pangan tidak hanya menjadi tanggung jawab dan perhatian utama dari pemerintah tetapi juga masyarakat (Purwanto dkk., 2023). Hal

ini merupakan sesuatu yang perlu dievaluasi bersama untuk mencari solusi yang berkelanjutan sejalan dengan tujuan *Sustainable Development Goals* (SDGs) (Putri & Romadhona, 2023). Namun, sejumlah penelitian mendokumentasikan bahwa meskipun niat (*intention*) konsumen mengaku bersedia mengambil pilihan konsumtif yang lebih bertanggung jawab, akan tetapi pada kenyataannya *intention* tersebut tidak mencerminkan *behavior* konsumsi yang sebenarnya (Essiz dkk., 2023). Konsep kesenjangan antara *intention* dan *behavior* yang juga disebut sebagai *intention-behaviour gap*. Kesenjangan tersebut merujuk pada ketidaksesuaian antara *intention* dan *behavior* konsumen yang lebih berkelanjutan (*sustainable behavior*) (Liu & McCarthy, 2023). *Sustainable behavior* mencakup serangkaian tindakan dan keputusan yang diambil oleh individu, komunitas, dan organisasi dengan tujuan meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan yang melibatkan penerapan praktek-praktek ramah lingkungan (Ma'arif dkk., 2023).

*Intention-behaviour gap* merupakan istilah yang dipakai dalam konteks keberlanjutan (konsep yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia saat ini tanpa merugikan kemampuan generasi yang akan datang untuk memenuhi kebutuhan mereka) (Essiz dkk., 2023). Keterkaitan konteks *food waste* dan *intention-behaviour gap* menunjukkan bahwa individu mungkin memiliki kesadaran akan fenomena *food waste* dan *intention* untuk berperilaku ramah lingkungan, namun perilaku aktual (*actual behavior*) mereka tidak mencerminkan *intention* tersebut (Liu & McCarthy, 2023). Temuan studi yang telah dilakukan mendapatkan jika 90% konsumen di Amerika Utara yang menunjukkan adanya kepedulian dan rasa cemas akibat dari *behavior* pembelian, namun meskipun terdapat kekhawatiran yang ditunjukkan diperkirakan hanya 16% dari mereka yang bertindak dalam mewujudkan perubahan lingkungan yang lebih baik (Gleim & Lawson, 2019). Survey yang dilakukan di Malaysia menunjukkan bahwa masyarakat menyadari dampak dari *food waste*, dengan lebih dari 70% merasa bahwa membuang-buang makanan adalah tindakan bersalah karena sama halnya dengan membuang-buang uang dan sumber daya alam. Terlepas dari kesadaran tersebut, sebanyak 53.79% masyarakatnya mengindikasikan *food waste behavior* (Phooi dkk., 2022). Studi lain menjelaskan jika *intention-behaviour gap* merupakan

konsekuensi lebih lanjut yang didasari ketidakseimbangan motivasi (Elhoushy, 2020). Pengaruh kebiasaan (*habit*) dan emosi (*emotion*) menjadi salah satu penyebab yang mendorong *food waste behavior* individu (Amicarelli dkk., 2021).

Faktor internal dan eksternal secara dinamis berinteraksi dalam mempengaruhi *food waste behavior* seseorang, sehingga perlu adanya menjelaskan faktor-faktor yang mendahului *behavior* tersebut. *Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan salah satu model dipergunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *food waste behavior* di tingkat konsumen individu. Teori tersebut merujuk pada variabel sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*), niat berperilaku (*behavioral intention*), dan perilaku (*behavior*) itu sendiri (Ajzen, 1991). *Attitude* merupakan indikator utama yang menunjukkan seberapa positif individu memandang suatu *behavior* tertentu. Selain itu, *subjective norm* mencerminkan persepsi individu terhadap harapan orang-orang yang berpengaruh dalam hidupnya atau tekanan sosial untuk melakukan suatu *behavior*. Sementara itu, *perceived behavioral control* mengacu pada keyakinan individu mengenai sejauh mana mereka mampu melaksanakan *behavior* tertentu (Russell dkk., 2017). Hal tersebut menunjukkan jika, *behavioral intention* untuk bertindak meningkat jika mereka memiliki sikap positif, mendapat dukungan sosial, dan merasa memiliki kendali serta kemampuan untuk melakukannya (Mui dkk., 2023). Penerapan *Theory of Planned Behavior* dalam memprediksi dan memahami *behavior* menjadi relevan ketika dikaitkan dengan upaya pengelolaan *food waste*, khususnya pada tingkat konsumen (Anggraini, 2024). Salah satu daerah yang berkomitmen dalam pengelolaan *food waste* adalah Kabupaten Banyumas.

Banyumas merupakan Kabupaten yang memiliki luas wilayah sekitar 1,327.60 km<sup>2</sup> dan jumlah penduduk yang mencapai 1,806,013 juta jiwa pada tahun 2022 (BPS, 2022). Kabupaten Banyumas sendiri memperoleh penghargaan Adipura dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) dalam kategori sedang. Penghargaan tersebut diberikan sebagai hasil dari dedikasi dan komitmen yang tinggi dari pemerintah, para pemangku kepentingan, dan masyarakat Banyumas dalam upaya mengelola serta menangani permasalahan sampah di

wilayah Kabupaten Banyumas (Abdulrahman, 2023). Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) Tahun 2022, menjelaskan jika Kabupaten Banyumas menyumbangkan 195,964.49 ton sampah tahunan yang terbuang dan 36% diantaranya merupakan *food waste* yang tercatat (SIPSN, 2022). Hal tersebut selaras dengan tingkat pengeluaran masyarakat Banyumas yang mencapai 53.80% dari total pengeluaran untuk konsumsi makanan (BPS, 2023). Tantangan penanganan *food waste* di Banyumas juga masih dalam kategori memperhatikan, dilansir dari hasil survey pada penelitian sebelumnya, diketahui sebesar 36% dari 409 responden belum mengetahui pengolahan limbah makanan (Linda dkk., 2024).

Konsumen generasi muda merujuk pada kelompok konsumen yang mencakup generasi Z (74.93 juta jiwa) dan generasi milenial (69.38 juta jiwa), yang menjadi kelompok usia terbesar dibandingkan kelompok usia lainnya. Kelompok usia muda ini terdiri dari pelajar, mahasiswa, dan pekerja dengan rentang usia 15 - 34 tahun yang berada dalam fase aktif berinteraksi sosial dan mengeksplorasi hal-hal baru (Putri dkk., 2022). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Tahun 2023, jumlah masyarakat dengan rentang usia 15-34 tahun sebesar 29.59% dari 1.828.573 jiwa atau sebanyak 541.146 jiwa. Data tersebut menunjukkan lebih dari seperempat dari total populasi masyarakat di Banyumas dihuni oleh generasi muda. Generasi muda sebagai *future consumer*, cenderung memiliki perilaku konsumtif yang berkontribusi besar terhadap *food waste*, sekaligus membentuk tren belanja baru yang akan memengaruhi pola konsumsi makanan di masa depan (Siaputra dkk., 2022). Permasalahan tersebut mencerminkan adanya kebutuhan untuk lebih fokus pada perubahan *behavior* masyarakat dalam meminimalisir dan menanggulangi *food waste* terutama pada generasi muda (Lemy dkk., 2020).

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan alasan konsumen membuang makanan beragam dan kompleks, masih belum pasti apakah konsumen yang mendukung pengurangan *food waste* benar-benar mengubah inisiatif lingkungan tersebut menjadi tindakan nyata. Namun memahami alasan yang membentuk pola berperilaku tersebut sangat penting dalam upaya untuk mengurangi *food waste*. Hal tersebut menunjukkan pengaruh *intention* sebagai

anteseden dari suatu pola *behavior* konsumen dilihat memiliki peran yang sangat nyata terhadap timbulnya *food waste* pada tingkat konsumsi. Konsumen muda di Banyumas sebagai bagian dari generasi yang lebih sadar lingkungan, diharapkan memiliki potensi untuk lebih berkomitmen dalam pengurangan limbah makanan. Namun, masih kurangnya data terkait *intention* dan *actual behavior* mereka di wilayah ini menjadi alasan penting mengapa penelitian ini perlu dilakukan. Oleh karena itu diperlukan penelitian yang mengadopsi dari temuan penelitian dan studi sebelumnya, dalam memahami dan menyelidiki *intention* dan *actual behavior* konsumen muda serta faktor yang mempengaruhinya dalam memahami timbulnya *intention-behavior gap*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Generasi muda terutama konsumen muda memiliki potensi dan berperan besar dalam menanggulangi intensitas *food waste* melalui pemanfaatan teknologi (Malena, 2022). Seruan terapan kampanye *food waste* sebagai media mengedukasi, meningkatkan kesadaran, dan praktik mengurangi pembuangan makanan menjadi sangat penting (Ilmi, 2019). Akan tetapi *behavior food waste* di tingkat konsumsi semakin berkembang setiap tahunnya yang menjadikannya kontraproduktif (Hermanu, 2022). *Behavior* yang ditunjukkan individu mengindikasikan adanya kesenjangan atau dapat disebut sebagai *intention-behaviour gap* terhadap timbunan *food waste* (Essiz dkk., 2023).

Hal tersebut dapat menghambat pencapaian tujuan dalam meminimalisir ataupun menanggulangi *food waste* secara keseluruhan (Casonato dkk., 2023). Upaya sistem pengelolaan sampah di Kabupaten Banyumas terbukti efektif dan efisien dalam mengurangi tingkat tumpukan sampah secara menyeluruh (LkjIP, 2023). Akan tetapi tantangan penanganan *Food Waste* di Banyumas juga masih dalam kategori memperhatikan (Linda dkk., 2024). *Behavior* dan *habit* generasi muda cenderung memiliki indikasi sebagai penyumbang *food waste* terbesar dan berbeda dari individu yang lebih tua (Bravi dkk., 2019). Selain itu, konsumen muda dianggap sebagai generasi masa depan yang penting untuk dipahami kebiasaan dan polanya serta bagaimana mengatur pola tersebut dalam mengembangkan upaya perlindungan lingkungan dan keberlanjutan (Fraj-Andrés dkk., 2022). Berdasarkan

temuan masalah, diperlukan penelitian yang mengadopsi dari temuan penelitian dan studi sebelumnya dalam mengeksplorasi variabel yang paling relevan untuk menguji dan memvalidasi timbulnya *intention-behaviour gap* dalam konteks *food waste* di kalangan konsumen muda Banyumas.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control* untuk menguji dan memvalidasi timbulnya *intention-behaviour gap* dalam konteks *food waste* di kalangan konsumen muda Banyumas.
2. Memahami pengaruh *behavioural intention* terhadap *actual behavior* untuk menguji dan memvalidasi timbulnya *intention-behaviour gap* dalam konteks *food waste* di kalangan konsumen muda Banyumas.
3. Mengetahui pengaruh *habit* dan *anticipated emotion* sebagai moderator hubungan antara *behavioural intention* terhadap *actual behavior* dalam konteks *food waste* di kalangan konsumen muda Banyumas.
4. Memberikan upaya perbaikan dan strategi penanggulangan serta pencegahan yang sesuai terkait *intention-behaviour gap* pada konsumen muda Banyumas.

### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi Institusi  
Penelitian ini diharapkan bisa digunakan untuk melengkapi dan menambah referensi terkait *intention-behaviour gap* pada konsumen muda yang dapat digunakan pada penelitian selanjutnya untuk pembahasan yang lebih mendalam di masa yang akan datang.
2. Manfaat Bagi Mahasiswa  
Penelitian ini sebagai bentuk penerapan ilmu yang dipelajari dan diperoleh sebelumnya di perguruan tinggi, yang memperluas pemahaman serta pengetahuan terkait *intention-behaviour gap* pada konsumen muda untuk mengembangkan keterampilan ilmiah dan kemampuan untuk melakukan penelitian selanjutnya.
3. Manfaat Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan bisa membantu dan mengedukasi masyarakat dalam memahami dampak jangka pendek ataupun jangka panjang fenomena perilaku *food waste* dan langkah-langkah dalam meminimalisir dan menanggulangi *food waste*.

#### 4. Manfaat Bagi Pemilik Usaha

Penelitian ini diharapkan bisa membantu pemilik usaha atau wirausahawan dalam memberikan respon cepat terhadap intensitas *food waste* akibat fenomena *intention-behaviour gap* pada konsumen muda, dalam menginovasikan bisnis usahanya menuju aspek keberlanjutan.

#### 5. Manfaat Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan bisa membantu pemerintah dalam meminimalisir intensitas *food waste behavior* di Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah sehingga meminimalkan dampak jangka pendek ataupun jangka panjang fenomena *food waste* di sektor lingkungan, ekonomi, dan pertumbuhan sosial.

### 1.5 Batasan dan Asumsi Penelitian

Adapun batasan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mendapatkan informasi dengan cara membagikan kepada sampel konsumen muda di Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah.
2. Karakter responden konsumen muda dalam penelitian ini adalah konsumen muda di Kabupaten Banyumas. Konsumen dari wilayah dan budaya yang berbeda, mungkin memberikan informasi yang berbeda karena kebiasaan dan budaya makanan yang berbeda.
3. Kebutuhan responden dalam penelitian ini berdasarkan rentang usia konsumen muda 15-34 tahun, yang merupakan konsumen yang tidak hanya peduli dengan situasi atau kondisi saat ini, tetapi juga memperhatikan dampak di masa depan.