

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Food waste merupakan makanan yang semula diperuntukkan bagi konsumsi manusia, namun dibuang karena berbagai alasan, seperti melewati tanggal kedaluwarsa atau mengalami kerusakan, baik dalam bentuk padat, cair, mentah, maupun matang (Blum., 2020). Meskipun *food waste* menjadi isu global, penyebab utamanya seperti perilaku konsumen yang mengabaikan dampaknya masih kurang mendapat perhatian dan sering dianggap hal biasa (Faisal dkk., 2023). Fenomena ini semakin mengkhawatirkan di Indonesia, terutama pada tahap konsumsi. Rendahnya kesadaran, ketidakpedulian, serta kurangnya pemahaman masyarakat menjadi penyebab utama tingginya timbulan sampah makanan (Garbo dan Karina, 2023). Kondisi tersebut erat kaitannya dengan kurangnya kemampuan dalam mengatur porsi makan, memanfaatkan makanan secara efisien, serta mengelola sisa makanan (Clement dkk., 2023). Secara nasional, data dari Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) tahun 2023 menunjukkan bahwa *food waste* menyumbang sekitar 38.96% dari total timbulan sampah domestik di Indonesia (SIPSN, 2024). Berdasarkan kajian BAPPENAS (2021), jumlah timbulan *food loss and waste* (FLW) dalam dua dekade terakhir berkisar antara 115 hingga 184 kg per kapita per tahun, dengan proporsi terbesar terjadi pada tahap konsumsi. Apabila tidak ada upaya penanganan yang efektif, angka tersebut diperkirakan dapat meningkat hingga 300 kg per kapita per tahun pada 2045 (Hermanu., 2022). Namun, di sisi lain, indeks ketahanan pangan Indonesia menunjukkan kondisi yang cukup memprihatinkan. Pada tahun 2024, Indonesia menempati peringkat ke-77 dari 127 negara dalam *Global Hunger Index* (GHI, 2024). Kondisi ini mencerminkan adanya kesenjangan yang tajam antara tingginya timbulan *food waste* dan masih rendahnya ketahanan pangan di Indonesia. Salah satu aspek yang turut memengaruhi ketidakseimbangan tersebut adalah perubahan pola konsumsi masyarakat, yang kini

semakin dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital (Panjaitan dan Lupiana., 2023).

Pola konsumsi masyarakat saat ini mengalami perubahan signifikan seiring dengan perkembangan teknologi digital (Defriyanti dan Fitri., 2024). Salah satu faktor utama yang mendorong perubahan tersebut adalah pesatnya pertumbuhan layanan *online food delivery* yang semakin diminati masyarakat (Paramadita dkk., 2020). Layanan ini hadir sebagai solusi praktis dengan berkolaborasi bersama berbagai restoran dan *outlet* makanan untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih efisien. Karakteristik konsumen Indonesia yang cenderung ingin dilayani dengan cepat, tanpa megantre, serta tidak menghabiskan waktu untuk datang langsung ke restoran atau *outlet* makanan menjadi alasan kuat dibalik meningkatnya penggunaan layanan *online food delivery* (Kusuma dan Hermawan., 2020). Selain itu, kehadiran layanan ini memungkinkan produsen atau pemilik restoran untuk menjangkau konsumen diberbagai wilayah, sehingga potensi pasar semakin luas dan jumlah konsumen pun mengalami peningkatan (Soemitro dkk., 2023). Berdasarkan kajian yang dilakukan Pangarso dkk., (2023) diketahui bahwa konsumen cenderung memanfaatkan layanan *online food delivery* untuk memenuhi kebutuhan makanan secara cepat, terutama karena kesibukan aktivitas harian yang menyita waktu. Sejalan dengan data yang tersaji dalam Works., (2024) Indonesia menjadi pengguna *Online Food Delivery* terbesar di Asia Tenggara dengan nilai transaksi bruto 4.6 miliar USD atau setara dengan IDR 72 triliun. *Platform* yang mendominasi layanan *Online Food Delivery* yaitu GrabFood dengan nilai presentase 50%, disusul dengan GoFood menduduki peringkat kedua dengan presentase 38% dan ShopeeFood menduduki peringkat terakhir dengan presentase 12%.

Kehadiran *platform* seperti GrabFood, GoFood, dan ShopeeFood memungkinkan pengguna memilih makanan hanya melalui ponsel, menjadikannya semakin populer seiring pesatnya akses internet dan kemudahan penggunaan aplikasi pendukung (Sulastriningsih dkk., 2023). Selain itu, fitur-fitur yang ditawarkan seperti pencarian menu berdasarkan kategori, filter harga, hingga ulasan pelanggan mempermudah konsumen dalam menentukan pilihan makanan secara

tepat dan tepat. Tenggara Strategics., (2022) menunjukkan bahwa sekitar 98% pengguna OFD menganggap layanan ini memiliki menu yang beragam, 97% merasa nyaman, 99% menilai aman, dan 92% menilai higienis, serta mayoritas berencana menggunakan layanan tersebut kembali. Antusiasme masyarakat terutama generasi muda, dalam memenuhi kebutuhan makan semakin meningkat didukung oleh tawaran kenyamanan dan kemudahan yang diberikan oleh layanan OFD. Generasi muda yang merujuk pada generasi milenial dan generasi Z memiliki ketergantungan dengan internet dan memiliki gaya hidup hedonis (Irawati., 2022). Konsumen muda merupakan generasi muda yang membeli makanan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi mereka. Generasi Z dan Milenial memiliki kontribusi besar dalam konsumsi makanan, mereka menganggap makanan sebagai kebutuhan utama dalam kehidupan. Hal ini mendorong pertumbuhan layanan OFD karena kecenderungan memesan makanan dua hingga tiga kali dalam seminggu (Pangarso dkk., 2023). Penawaran promo dan diskon yang diberikan oleh layanan OFD menjadi daya tarik bagi pengguna untuk mendapatkan makanan atau minuman dengan harga yang lebih terjangkau. Selain itu, sistem pembayaran yang terintegrasi membuat transaksi menjadi lebih cepat dan aman. Kemudahan yang diberikan oleh layanan OFD berhasil membentuk gaya hidup modern yang lebih praktis dan efisien. Gaya hidup ini semakin diminati oleh masyarakat yang memiliki kesibukan tinggi terutama untuk generasi muda yang mengutamakan kenyamanan dalam aktivitasnya (Anjani dkk., 2024).

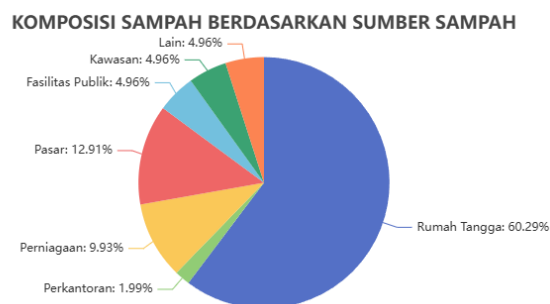
Pengguna sering memesan makanan yang *impulsif* tanpa memahami kebutuhannya. Faktor kemudahan akses, penawaran diskon menarik, dan iklan yang menggugah selera mempengaruhi keputusan pengguna dalam memesan (Sharma dkk., 2021). Seiring waktu, perilaku pembelian impulsif mengalami peningkatan yang signifikan, terutama di kalangan generasi muda khususnya Generasi Z (Asyifa dkk., 2024). Generasi muda, yang merupakan konsumen masa depan, menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif yang signifikan dalam menyumbang pada timbulnya *food waste*, sekaligus menciptakan tren belanja baru yang berpotensi memengaruhi pola konsumsi pangan di masa mendatang (Siaputra dkk., 2022). Meskipun perilaku impulsif dapat terjadi di berbagai kelompok usia,

Generasi Z memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk terlibat dalam pembelian impulsif dibandingkan kelompok usia yang lebih tua (Asyifa dkk., 2024). Temuan studi yang telah dilakukan Djafarova dan Bowes, (2020) menunjukkan bahwa sebanyak 41% konsumen dari generasi Z cenderung melakukan pembelian secara impulsif, disusul oleh generasi milenial sebesar 34% dan generasi X sebesar 32%. Sementara itu, survei oleh Populix mengungkapkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki kecenderungan untuk membeli produk secara spontan di luar rencana atau daftar belanja, yang dikenal sebagai perilaku *impulsive buying*. Selaras dengan hal tersebut, menurut Lina dan Royid (1997) dalam penelitian Jokhu dan Charisma (2022) pembelian impulsif terjadi ketika seseorang melakukan tindakan pembelian secara tiba-tiba tanpa pertimbangan rasional sebelumnya, yang umumnya dipengaruhi oleh dorongan emosional. Dorongan untuk membeli secara mendadak ini biasanya merupakan respons terhadap rangsangan yang diberikan oleh penjual kepada konsumen. Fenomena ini semakin relevan dalam konteks layanan makanan secara daring, dimana kemudahan dalam memesan makanan juga menghadapi tantangan baru yaitu timbulan *food waste* dengan jumlah yang cukup signifikan (Li dkk., 2024). Pada penelitian sebelumnya di China juga turut menyatakan bahwa 90.1% dari 884 responden membiarkan setengah dari porsi makanannya tidak termakan (Marsola dkk., 2022)

Temuan serupa oleh Zhang dkk., (2022) melaporkan bahwa pada tahun 2019, layanan pengantaran makanan daring di Wuhan, Tiongkok menghasilkan sekitar 177.6 ribu ton limbah, di mana lebih dari dua pertiganya berasal dari sisa makanan. Di Indonesia sendiri, menurut studi Asyifa, dkk., (2024) menjelaskan jika perilaku pembelian impulsif dalam sektor makanan kerap dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk faktor eksternal. Beberapa pemicu utamanya meliputi adanya potongan harga, promosi yang menggoda, atau dorongan untuk membeli setelah melihat orang lain mencicipi makanan tersebut. Survei yang dilakukan di Wonosobo, Indonesia menunjukan bahwa mayoritas responden memesan makanan yang tidak direncanakan sebelumnya, dengan presentase 68% ketika menggunakan salah satu aplikasi OFD (Sekarsari dkk., 2023). Berdasarkan survei lain dalam

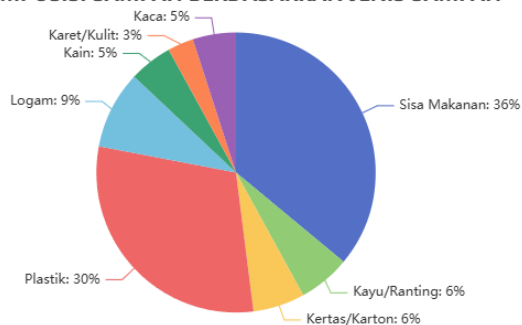
penelitian sebelumnya, diketahui bahwa dalam rentang waktu 72 jam terakhir, rata-rata responden melakukan pemesanan makanan secara daring sebanyak 3 hingga 4 kali. Dari aktivitas tersebut, *food waste* yang dihasilkan dari penggunaan layanan OFD tercatat kurang dari $\frac{1}{4}$ bagian makanan atau sekitar kurang dari 137.5 gram per piring (Aini dkk., 2023).

Fenomena perilaku ini juga berpotensi terjadi di berbagai wilayah, termasuk Kabupaten Banyumas, yang memiliki jumlah penduduk cukup besar dan tingkat konsumsi yang tinggi khususnya dalam penggunaan layanan OFD yang dapat menghasilkan *food waste*. Banyumas merupakan Kabupaten yang memiliki luas wilayah sekitar 1,327.60 km² dan populasi sebanyak 1,864,665 jiwa terhitung pada bulan Juni 2024 berdasarkan informasi Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil. Berdasarkan data Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) KLHK tahun 2024, Banyumas mencatatkan timbunan sampah tahunan sebesar 200.228,74 ton, dengan sekitar 60.29% berasal dari limbah rumah tangga dan 36% dari keseluruhan timbunan sampah merupakan *food waste* (SIPSN, 2022). Tingginya proporsi sampah makanan ini sejalan dengan struktur pengeluaran masyarakat Banyumas, yang mencapai 48.94% dari total pengeluaran rumah tangga dialokasikan untuk konsumsi makanan (BPS, 2024).



Gambar 1.1 Diagram Sumber Sampah di Banyumas

KOMPOSISI SAMPAH BERDASARKAN JENIS SAMPAH

**Gambar 1.2** Jenis Sampah di Banyumas

Tingginya jumlah sampah yang berasal dari rumah tangga mencerminkan pola konsumsi masyarakat yang menghasilkan limbah dalam jumlah signifikan setiap harinya (Sukadaryati dan Andini, 2022). Namun, upaya penanganan *food waste* di wilayah ini masih menghadapi tantangan signifikan. Berdasarkan survei dalam penelitian sebelumnya, ditemukan bahwa 36% dari 409 responden belum memiliki pengetahuan mengenai pengelolaan limbah makanan (Linda dkk., 2024). Menunjukkan bahwa perubahan perilaku konsumsi serta kesadaran pentingnya pengelolaan sampah di tingkat rumah tangga sangat diperlukan untuk mengurangi dampak lingkungan yang ditimbulkan (Siagian dkk., 2021).

Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan peneliti pada Dinas Lingkungan Hidup (DLH) mengatakan bahwa: “*DLH Banyumas memandang bahwa timbulan sampah makanan merupakan salah satu persoalan krusial karena berdampak langsung pada lingkungan dan aspek sosial. Jika tidak ditangani dengan tepat, hal ini dapat menimbulkan berbagai konsekuensi negatif, termasuk pencemaran, pemborosan sumber daya, dan beban pada sistem pengelolaan sampah.*”. (wawancara (Ibu Elita), 21 Juni 2025).

Selanjutnya, selaras dengan penelitian penulis. Hasil wawancara awal sebagai berikut “*ya, terdapat korelasi antara meningkatnya layanan pesan antar makanan (OFD) dengan timbulan food waste. Peningkatan jumlah penduduk dan pelaku usaha kuliner turut mendorong lonjakan konsumsi makanan, termasuk melalui layanan OFD. Ketika konsumen memesan makanan secara berlebihan atau tidak sesuai kebutuhan, potensi terjadinya pemborosan makanan pun meningkat.*”. (wawancara (Ibu Elita), 21 Juni 2025).

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, tingginya timbunan *food waste* yang terjadi di Indonesia, khususnya pada tahap konsumsi, menjadi tantangan serius dalam mewujudkan sistem pangan yang berkelanjutan. Perubahan gaya hidup modern yang semakin bergantung pada layanan OFD telah mengubah pola konsumsi masyarakat, termasuk dikalangan generasi muda. Kemudahan akses, diskon yang menarik, dan tampilan menu yang menggoda mendorong terjadinya perilaku konsumtif dan pembelian impulsif, yang berkontribusi pada peningkatan *food waste*. Rendahnya pengetahuan masyarakat mengenai pengelolaan limbah makanan memperparah situasi ini. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian yang mengadopsi dari temuan penelitian dan studi sebelumnya, dalam memahami pengaruh layanan OFD terhadap perilaku konsumtif dan kontribusinya terhadap *food waste*, khususnya dikalangan generasi muda di Kabupaten Banyumas, guna merumuskan strategi perbaikan yang dapat diterapkan untuk mengurangi pemborosan makanan dalam konteks penggunaan layanan OFD.

1.2 Rumusan Masalah

Layanan *Online Food Delivery* (OFD) saat ini menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari, terutama bagi konsumen muda yang mengutamakan kemudahan dan kecepatan. Layanan ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan makanan dengan efisien tanpa menimbulkan dampak negatif. Namun, kemudahan akses serta berbagai promo dan diskon yang ditawarkan sering kali mendorong konsumen melakukan pemesanan makanan secara berlebihan atau *impulsif*. Hal ini menyebabkan pesanan melebihi kebutuhan sehingga peningkatan *food waste* atau sampah makanan. Di Banyumas, generasi muda belum menyadari dampak serius dari sampah makanan terhadap lingkungan, ekonomi, dan sosial. Oleh karena itu, meningkatkan kesadaran konsumen tentang dampak negatif *food waste* yang dihasilkan dengan mempromosikan perilaku konsumsi yang lebih bijak, serta melibatkan penyedia layanan OFD dalam strategi untuk mengurangi pemborosan makanan. Identifikasi faktor promosi, kemudahan akses, dan kebiasaan konsumtif dikalangan konsumen muda Banyumas diperlukan untuk mengetahui pemicu *food waste* dan menentukan langkah-langkah untuk mengurangi dampak negatifnya.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dideskripsikan, tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh perilaku penggunaan *Online Food Delivery* (OFD) terhadap *food waste behavior* dikalangan konsumen muda Banyumas.
2. Mengusulkan usulan perbaikan untuk mengurangi pemborosan makanan terhadap *food waste* yang dihasilkan oleh layanan OFD

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijabarkan, manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Universitas

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan bagi civitas akademik dalam mengembangkan penelitian lebih lanjut terkait perilaku konsumtif dan dampak teknologi terhadap masalah sosial dan lingkungan.

2. Manfaat Bagi Industri

Penelitian ini memberikan wawasan terkait faktor yang memicu terjadinya *food waste* dikalangan konsumen muda seperti ukuran porsi makanan. Informasi ini dapat digunakan untuk menyusun strategi untuk pengurangan timbunan *food waste*.

3. Manfaat Bagi Masyarakat

Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pembaca mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi berlebihan melalui layanan OFD serta sadar akan dampak negatif dari *food waste* serta pentingnya mengubah kebiasaan konsumsi menjadi lebih bijak dan bertanggung jawab.

4. Manfaat Bagi Pemerintah

Penelitian ini memberikan data dan wawasan terkait faktor pemicu *food waste* pada layanan OFD dapat membantu pemerintah dalam merancang

kampanye kesadaran publik, peraturan, serta kolaborasi dengan penyedia layanan OFD guna mengurangi limbah makanan.

1.5 Batasan Penelitian dan Asumsi Tugas Akhir

Berdasarkan manfaat penelitian yang telah dijabarkan, batasan penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada konsumen muda berusia 12-48 tahun
2. Penelitian ini dilakukan pada wilayah Banyumas