

INTISARI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP SAYUR DAN BUAH TIDAK SEMPURNA MELALUI PLATFORM BELANJA DARING

Faricha Rizqi Amalia¹, Adi Djoko Guritno², Pujo Saroyo³

Sampah makanan merupakan salah satu permasalahan serius yang tengah dihadapi Indonesia bahkan dunia. Sebanyak 931 juta ton makanan terbuang setiap tahunnya. Di Indonesia, jumlah sampah makanan dari tahun 2000 hingga 2019 mencapai 23 hingga 48 juta ton per tahun. Terdapat titik kehilangan pangan terbesar pada sektor hortikultura, untuk sayuran sebesar 62,8% dan untuk buah-buahan sebesar 45,5% dari total suplai domestik. Salah satu sumber sampah makanan tersebut adalah sayur dan buah tidak sempurna atau yang tidak memenuhi standar pasar dari penampilannya tetapi memiliki nilai gizi yang sama dengan sayur dan buah biasa. Masalah ini kemudian menjadi perhatian platform belanja daring untuk melakukan penjualan produk tidak sempurna sebagai upaya pengurangan limbah, akan tetapi masih banyak konsumen yang enggan membeli produk tersebut karena penampilannya tidak memenuhi standar pasar. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji faktor yang mempengaruhi minat beli sayur dan buah tidak sempurna yang meliputi aspek dari teori perilaku terencana (sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku), kepedulian lingkungan, dan kesadaran harga sebagai dasar penyusunan rekomendasi pemasaran untuk memasarkan produk sayur dan buah tidak sempurna di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Metode survei dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner secara *online*. Data yang dikumpulkan akan dianalisis menggunakan teknik analisis regresi berganda menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa 65,3% minat beli konsumen dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, kepedulian lingkungan, dan kesadaran harga. Minat beli sayur dan buah tidak sempurna dipengaruhi oleh sikap sebesar 31,6% yang menjadikan sikap sebagai faktor yang dominan dalam mempengaruhi minat beli, norma subjektif sebesar 6,3%, persepsi kontrol perilaku sebesar 11,6%, kepedulian lingkungan sebesar 10%, dan kesadaran harga sebesar 3,9%. Hasil penelitian ini dapat berkontribusi bagi pengembangan pemasaran produk tidak sempurna di Indonesia sebagai salah satu upaya untuk pengurangan limbah makanan.

Kata kunci: sayur tidak sempurna, teori perilaku terencana, kepedulian lingkungan, kesadaran harga

¹ Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada

² Staff Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada

ABSTRACT

ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING CONSUMERS PURCHASE INTENTION TOWARD IMPERFECT VEGETABLES AND FRUITS THROUGH ONLINE GROCERY STORE

Faricha Rizqi Amalia¹, Adi Djoko Guritno², Pujo Saroyo³

Food waste is one of the serious problems faced by Indonesia and the world. Approximately 931 million tons of food are wasted annually. In Indonesia, food waste generated from 2000 to 2019 reached 23-48 million tons per year, with the largest food loss occurring in the horticulture sector, with 62.8% for vegetables and 45.5% for fruits out of the total domestic supply. One source of food waste is imperfect or non-standard fruits and vegetables, which have the same nutritional value as regular ones. This issue has gained attention from online grocery store that aim to sell imperfect products as a waste reduction effort. However, many consumers are reluctant to purchase these products because they do not meet market standards in appearance. This research aims to examine the factors influencing the purchase intention of imperfect fruits and vegetables, including aspects of the theory of planned behavior (attitude, subjective norms, perceived behavioral control), environmental concern, and price consciousness. The findings of this study will be used to develop marketing recommendations for promoting imperfect fruits and vegetables in Indonesia. The research utilized a quantitative approach, employing a survey method through online questionnaires. The collected data were analyzed using multiple regression analysis facilitated by the SPSS software. The results of this study revealed that 65.3% of consumer purchase intention is influenced by attitude, subjective norms, perceived behavioral control, environmental concern, and price consciousness. The purchase intention of imperfect fruits and vegetables is influenced by attitude (31.6%), which is identified as the dominant factor in influencing purchase intention, subjective norms (6.3%), perceived behavioral control (11.6%), environmental concern (10%), and price consciousness (3.9%). These research findings can contribute to the development of marketing strategies for imperfect products in Indonesia, as part of efforts to reduce food waste.

Keywords: imperfect vegetables, theory of planned behavior, environmental concern, price consciousness

¹ Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada

² Staff Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada