

Informasi ekonomi atau agama? Pengaruh awareness information terhadap kuantitas sampah makanan = Economic or religious information? The effect of awareness information on the level of food waste

Khairun Nisa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20494903&lokasi=lokal>

Abstrak

Secara global, Organisasi Pangan dan Pertanian (FAO) pada tahun 2009 memperkirakan bahwa satu dari setiap empat kalori makanan yang diproduksi untuk manusia pada akhirnya tidak dikonsumsi atau menjadi limbah makanan dan kerugian. Di Indonesia, dalam laporan Indeks Keberlanjutan Pangan yang diterbitkan oleh The Barilla Centre for Food and Nutrition (BCFN) pada tahun 2016, diperkirakan setiap orang menghasilkan 300 kg sisa makanan per tahun. Sampah makanan bertentangan dengan ajaran Islam yang melarang siapa pun membuang-buang makanan. Oleh karena itu, upaya untuk mengurangi tingkat limbah makanan sangat penting untuk dipelajari dan dilakukan seoptimal mungkin. Penelitian ini bertujuan untuk mengamati perilaku konsumen yang terkait dengan limbah makanan dalam percobaan lapangan dengan memberikan poster yang berisi informasi tentang limbah makanan. Dalam percobaan ini, dua kelompok konsumen yang berbeda akan diberikan poster yang berisi data ekonomi terkait dengan dampak limbah makanan (info ekonomi) dan poster yang berisi argumen keagamaan yang melarang tindakan membuang dan meninggalkan makanan (info agama), sementara satu kelompok konsumen lainnya dibiarkan tanpa perawatan (kontrol). Dengan teknik analisis Difference In Difference (DID), ditemukan bahwa kedua jenis poster yang berisi argumen keagamaan dan data ekonomi tidak mempengaruhi perilaku konsumen terhadap limbah makanan. Dari hasil survei kualitatif dengan 62 responden, ditemukan bahwa poster yang berisi info ekonomi yang diletakkan di atas meja konsumen hanya direalisasikan oleh sekitar 69% responden dan hanya 29% responden membaca dengan cermat poster dan terpengaruh. Sedangkan untuk poster yang berisi info keagamaan, berdasarkan hasil survei kualitatif dengan 77 responden, ditemukan bahwa poster hanya direalisasikan oleh sekitar 55% responden dan hanya 23% responden membaca poster dengan hati-hati dan terpengaruh.

<hr>

Globally, the Food and Agriculture Organization (FAO) in 2009 estimated that one out of every four calories of food produced for humans would ultimately not be consumed or become food waste and losses. In Indonesia, in the Food Sustainability Index report published by The Barilla Center for Food and Nutrition (BCFN) in 2016, it is estimated that each person produces 300 kg of leftovers per year. Food waste is against Islamic teachings which forbid anyone from wasting food. Therefore, efforts to reduce the level of food waste is very important to be studied and carried out optimally. This study aims to observe consumer behavior related to food waste in field experiments by providing posters containing information about food waste. In this experiment, two different consumer groups will be given posters containing economic data related to the impact of food waste (economic info) and posters containing religious arguments that prohibit the act of discarding and leaving food (religious info), while one other consumer group is left without care (control). With the Difference In Difference (DID) analysis technique, it was found that the two types of posters containing religious arguments and economic data did not affect consumer behavior towards food

waste. From the results of a qualitative survey with 62 respondents, it was found that posters containing economic information placed on consumers' tables were only realized by around 69% of respondents and only 29% of respondents read carefully posters and were affected. As for posters containing religious information, based on the results of a qualitative survey with 77 respondents, it was found that posters were only realized by around 55% of respondents and only 23% of respondents read the posters carefully and were affected.