

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PRODUK PANGAN KADALUWARSA: STRATEGI PENGURANGAN LIMBAH MAKANAN

Rachel, Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara,

E-mail: Rachellgunawan@gmail.com

Richard C. Adam, Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara,

E-mail: richard.adam.@srslawyers.com

doi: <https://doi.org/10.24843/KS.2023.v11.i06.p01>

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki fase pertama dan kedua dalam analisis perilaku konsumen terhadap produk pangan kadaluwarsa sebagai strategi pengurangan limbah makanan. Maksudnya yaitu bagaimana konsumen mempersepsikan makanan yang telah rusak dan bagaimana hal itu mempengaruhi apakah mereka menerimanya atau tidak. Metode penelitian yang digunakan adalah dua fase yang berbeda dengan sebuah pertanyaan terbuka. Tanggapan pertanyaan diperiksa secara cermat untuk mengidentifikasi gagasan dan pendapat. Pre test terdiri dari survei singkat 11 produk yang berbeda. Kuesioner ini disebarluaskan melalui media sosial. Hasil penelitian mengungkapkan pendapat peserta tentang makanan yang rusak bervariasi, dengan beberapa menolaknya karena mereka berusaha untuk kesempurnaan dalam makanan yang mereka beli. Namun, beberapa orang sering puas dengan barang inferior, terutama jika mereka senang memasak dan memiliki kepedulian terhadap lingkungan. Secara keseluruhan, penelitian ini berimplikasi pada tindakan pemasaran serta strategi untuk mengurangi limbah makanan.

Kata Kunci: Konsumen, Limbah makanan, Makanan kadaluwarsa.

ABSTRACT

This study aims to cover the first and second stages in the analysis of consumer behavior towards expired food products as a food waste reduction strategy. The point is how consumers perceive spoiled food and how it affects whether they accept it or not. The research method used is two different phases with an open question. Responses to questions were carefully scrutinized to identify ideas and opinions. The pre test consists of a brief survey of 11 different products. This questionnaire was distributed via social media. The results revealed that the participants' opinions of spoiled food varied, with some being disapproved of because they strive for perfection in the food they buy. However, some people are often content with inferior goods, especially if they enjoy cooking and have a concern for the environment. Overall, this research has implications for marketing actions as well as strategies to reduce food waste.

Key Words: Consumers, Food waste, Expired food.

I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Berbicara mengenai lingkungan, untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, banyak aspek sistem pangan yang dapat diperbaiki. Mengurangi limbah makanan adalah topik penting yang semakin mendapat perhatian akhir-akhir ini. Saat makanan terbuang sia-sia, energi dari pertanian, transportasi, pemrosesan, penjualan makanan, penyimpanan, dan persiapan juga hilang, seperti energi dari prosedur

kontrol kualitas rantai pasokan. Limbah makanan merupakan pemborosan sumber daya sebagai akibatnya.¹ Perilaku konsumsi makanan kita adalah salah satu cara penting agar kita dapat menanggapi panggilan semacam itu. Preferensi konsumen untuk standar estetika merupakan faktor signifikan dalam jumlah limbah makanan.² Orang cenderung hanya memilih barang dengan ciri visual tertentu saat berbelanja. Namun, seluruh rantai pasokan makanan dipengaruhi oleh permintaan akan makanan yang "sempurna", yang menyebabkan tingginya tingkat pemborosan makanan.

Bahkan jika mereka memiliki karakteristik kualitas dan jaminan keamanan yang sama, buah dan sayuran terutama dipilih berdasarkan penampilannya,³ dan penyimpangan dari bentuk, ukuran, atau berat yang khas mengakibatkan penolakan.⁴ Penerimaan paket dengan cacat juga terkendala, meskipun penting. Paket yang rusak secara dangkal memicu isyarat kontaminasi, yang menurunkan preferensi konsumen terhadap produk.⁵ Mengenai label tanggal kadaluwarsa, ada pola perilaku serupa yang meningkatkan jumlah limbah makanan.⁶ Konsumen biasanya menolak produk ketika tanggal kedaluwarsanya sudah dekat atau sudah lewat karena kekhawatiran tentang keamanan dan risiko makanan.⁷ Sebagai hasil dari standar kesempurnaan yang tinggi, makanan yang dapat dimakan terbuang sia-sia oleh petani, produsen, pengecer, dan konsumen. Produk makanan yang kurang optimal antara lain buah dan sayuran dengan tampilan visual yang berbeda, makanan dengan kemasan rusak, dan makanan yang akan kadaluwarsa yang tidak memenuhi spesifikasi tertentu.⁸ Penelitian sebelumnya telah membahas rendahnya preferensi terhadap makanan tidak sehat.

Fakta bahwa limbah makanan konsumen terutama dipelajari di negara industri dengan sedikit studi di negara berkembang merupakan batasan signifikan dari penelitian sebelumnya. Penting untuk dicatat bahwa mengurangi limbah makanan di negara berkembang menawarkan peluang besar untuk mencapai pembangunan

¹ Kummu, M., De Moel, H., Porkka, M., Siebert, S., Varis, O. and Ward, P.J. (2012), "Lost food, wasted resources: global food supply chain losses and their impacts on freshwater, cropland, and fertiliser use", *Science of the Total Environment*, Vol. 438, November, pp. 477-489.

² Parfitt, J., Barthel, M. and Macnaughton, S. (2010), "Food waste within food supply chains: quantification and potential for change to 2050", *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, Vol. 365 No. 1554, pp. 3065-3081.

³ Marx-Pienaar, N.J. and Erasmus, A.C. (2014), "Status consciousness and knowledge as potential impediments of households' sustainable consumption practices of fresh produce amidst times of climate change", *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 38 No. 4, pp. 419-426.

⁴ Göbel, C., Langen, N., Blumenthal, A., Teitscheid, P. and Ritter, G. (2015), "Cutting food waste through cooperation along the food supply chain", *Sustainability*, Vol. 7 No. 2, pp. 1429-1445.

⁵ White, K., Lin, L., Dahl, D.W. and Ritchie, R.J. (2016), "When do consumers avoid imperfections? Superficial packaging damage as a contamination cue", *Journal of Marketing Research*, Vol. 53 No. 1, pp. 110-123.

⁶ Milne, R. (2012), "Arbiters of waste: date labels, the consumer and knowing good, safe food", *The Sociological Review*, Vol. 60 No. S2, pp. 84-101.

⁷ Qi, D. and Roe, B.E. (2016), "Household food waste: multivariate regression and principal components analyses of awareness and attitudes among US consumers", *PloS One*, Vol. 11 No. 7.

⁸ de Hooge, I.E., Oostindjer, M., Aschemann-Witzel, J., Normann, A., Loose, S.M. and Almlí, V.L. (2017), "This apple is too ugly for me!: consumer preferences for suboptimal food products in the supermarket and at home", *Food Quality and Preference*, Vol. 56, Part A, pp. 80-92.

berkelanjutan.⁹ Studi ini mengkaji limbah makanan dari konsumen di Brazil. Studi tentang limbah makanan di negara ini masih dalam tahap awal, tetapi patut mendapat perhatian.¹⁰

Brasil tidak memiliki undang-undang untuk mencegah pemborosan makanan. Namun, seseorang mungkin mendeteksi upaya untuk mengubah kenyataan ini. Dengan partisipasi lembaga pemerintah, organisasi non-pemerintah, universitas, FAO, asosiasi bisnis, pusat pasokan, dan supermarket, Strategi antar sektoral untuk Mengurangi Kehilangan dan Pemborosan Pangan di Brasil baru-baru ini diluncurkan. Keluarga Brasil diketahui rata-rata membuang 128,8 kg atau 353 gram makanan per hari.¹¹ Menurut analisis per orang, limbahnya adalah 114 gram per hari, atau 41,6 kg per orang per tahun.¹² Dan tujuan dari inisiatif ini adalah untuk menghentikan dan mengurangi limbah dan kerugian makanan di Brasil sebesar 50% pada tahun 2030. Oleh karena itu, sangat penting untuk meneliti penerimaan konsumen terhadap berbagai tindakan untuk mengurangi limbah makanan. Dalam studi ini, kami mempertimbangkan penggunaan produk makanan inferior serta pengurangannya sebagai metode pengurangan limbah makanan.

Dua fase berbeda dan saling melengkapi membentuk studi eksplorasi ini. Yang pertama, pertanyaan bentuk bebas dengan tanggapan dari tiga produk di bawah standar yang berbeda dianalisis sebagai bagian dari studi eksperimental tentang limbah makanan dengan konsumen Brasil. Diskusi kelompok terarah berfungsi sebagai sarana fase kedua untuk memperluas temuan fase pertama. Hasil dari kedua fase tersebut menunjukkan bahwa persepsi dan opini konsumen terhadap produk makanan yang kurang ideal sangat bervariasi. Beberapa peserta memiliki kecenderungan menolak produk karena mencari kesempurnaan saat membeli produk makanan. Namun, beberapa peserta cenderung menerima makanan yang kurang ideal, terutama karena kekhawatiran mereka terhadap lingkungan dan keterampilan juru masak. Hubungan antara perilaku konsumen dan persepsi makanan yang tidak disukai dapat dipahami dengan lebih baik berkat penelitian ini. Dengan demikian, penelitian ini membantu mengevaluasi inisiatif untuk mengurangi limbah makanan yang melibatkan pemasaran makanan yang kadaluwarsa, yang telah berkembang dalam beberapa tahun terakhir.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Hasil Fase Pertama Dalam Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk Pangan Kadaluwarsa: Strategi Pengurangan Limbah Makanan?
2. Apakah Hasil Fase Kedua Dalam Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk Pangan Kadaluwarsa: Strategi Pengurangan Limbah Makanan?

⁹ Thi, N.B.D., Kumar, G. and Lin, C.Y. (2015), "An overview of food waste management in developing countries: current status and future perspective", *Journal of Environmental Management*, Vol. 157, July, pp. 220-229.

¹⁰ Porpino, G., Parente, J. and Wansink, B. (2015), "Food waste paradox: antecedents of food disposal in low income households", *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 39 No. 6, pp. 619-629.

¹¹ Matzembacher, D.E., de Barcellos, M.D. and Vieira, L.M. (2018), "De um limão, uma limonada", *GV-executivo*, Vol. 17 No. 6.

¹² Porpino, G., Lourenco, C.E., Araújo, C.M. and Bastos, A. (2018), "Intercâmbio Brasil-União Europeia sobre desperdício de alimentos", *Relatório final de pesquisa, Diálogos Setoriais União Europeia-Brasil*. Brasília, available at: www.sectordialogues.org/publicacao

3. Bagaimana Implementasi Hukum Pemerintah pada Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Pangan Kadaluwarsa ?

1.3 Tujuan Penulisan

1. Untuk Mengetahui Hasil Fase Pertama Dalam Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk Pangan Kadaluwarsa: Strategi Pengurangan Limbah Makanan.
2. Untuk Mengetahui Hasil Fase Kedua Dalam Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk Pangan Kadaluwarsa: Strategi Pengurangan Limbah Makanan.
3. Untuk mendeskripsikan Implementasi Hukum Pemerintah pada Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Pangan Kadaluwarsa

2. Metode Penelitian

Dalam studi ini, kami menggunakan dua fase berbeda untuk menyelidiki persepsi konsumen terhadap produk makanan yang tidak memenuhi standar ideal atau kadaluwarsa. Sebuah pertanyaan terbuka yang menangkap pendapat tentang tiga produk makanan di bawah standar diperiksa pada tahap pertama (pertanyaan ini adalah bagian dari studi eksperimental tentang limbah makanan konsumen dan produk makanan yang kurang optimal). Tanggapan pertanyaan terbuka diperiksa dengan cermat untuk mengidentifikasi gagasan dan pendapat utama tentang tiga produk di bawah standar yang berbeda. Untuk mengeksplorasi lebih lanjut temuan-temuan dari studi tahap pertama dan untuk mengumpulkan berbagai sudut pandang tentang produk makanan di bawah standar dengan menggunakan metodologi yang berbeda, kami mengadakan diskusi kelompok terarah. Gambar tiga item makanan di bawah standar, satu untuk setiap jenis sub optimalitas, dipresentasikan kepada peserta di kedua fase. Pre-test yang terdiri dari survei singkat dengan 11 produk berbeda diterapkan dengan sampel kenyamanan (n 14 21) dilakukan untuk memilih produk dengan penampilan yang tidak biasa, dengan kemasan yang rusak, dan dengan produk yang mendekati tanggal kedaluwarsa. Kuesioner menanyakan tentang kualitas produk dan disebarluaskan melalui media sosial.

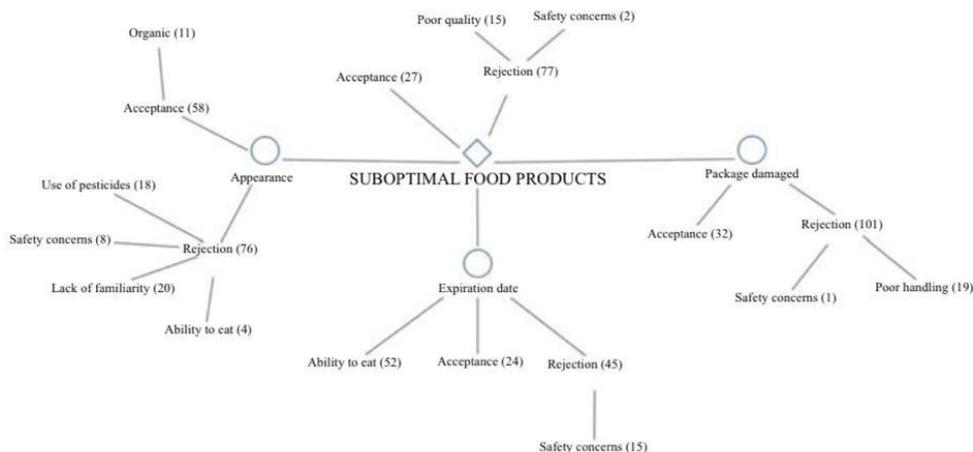
Pertama, kategori produk dalam laporan FAO (2013, 2014) dengan tingkat limbah makanan tertinggi diperiksa. Dua kategori utama laporan tersebut adalah buah-buahan, dengan 55% dari buah-buahan yang dihasilkan terbuang sia-sia, dan umbi-umbian (40 %). Selain itu, menggunakan data dari Analisis Konsumsi Makanan Pribadi Institut Geografi dan Statistik Brasil di Brasil (2008-2009) untuk memilih barang yang paling banyak dikonsumsi orang Brasil. Menurut analisis, kelompok makanan paling populer di Brasil adalah daging, susu dan produk susu, kue, minuman, dan infus. Peserta diminta untuk menilai penampilan buah dan sayuran pada skala tujuh poin (1 1/4 penampilan sangat berbeda dari standar biasa dan 7 1/4 penampilan sangat mirip dari standar biasa). Responden diminta untuk menilai pada skala tujuh poin (1/14 sangat sulit ditemukan dan 14/7 sangat mudah) seberapa mudah menemukan produk dengan kemasan rusak dan mendekati tanggal kedaluwarsa di rak supermarket. Gambar wortel dengan tampilan yang tidak biasa, biskuit yang rusak, dan sebungkus yogurt yang tersisa dua hari sebelum kadaluwarsa semuanya dianggap kurang optimal dan digunakan dalam studi akhir. Tahapan penelitian dijelaskan dalam kalimat-kalimat berikut.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian tahap pertama dan kedua dibahas secara terpisah di bagian berikut. Langkah terakhir adalah penyajian analisis gabungan melihat korespondensi antara dua fase. Temuan dari setiap tahapan disusun sesuai dengan tema yang muncul saat pengumpulan data. Menyusul paparan citra makanan yang buruk, sejumlah faktor disebutkan oleh responden. Faktor-faktor ini dipecah menjadi empat kategori: produk makanan di bawah standar, yang mencakup komentar tentang aspek ketiga produk secara umum tanpa menjelaskan masing-masing satu per satu; produk dengan penampilan yang tidak biasa; yang menyertakan komentar tentang tanggal kedaluwarsa dua hari yogurt; dan produk dengan paket rusak; yang mencakup komentar tentang kemasan yogurt yang rusak.

Fase pertama

Gambar 1 memberikan ringkasan elemen kunci dan komentar yang muncul di setiap kategori. Untuk mencerminkan persepsi responden tentang penerimaan atau penolakan mereka terhadap produk, kami membagi setiap kategori (produk makanan suboptimal, produk dengan tampilan yang tidak biasa, produk dengan tanggal kedaluwarsa berkurang, produk dengan kemasan rusak) ke dalam subkategori. Kemungkinan memakan produk karena ukurannya juga muncul sebagai masalah signifikan dalam komentar; komentar ini disusun dalam subkategori "kemampuan memakan produk" dan mengacu pada kekhawatiran responden tentang karena ukurannya, produk tersebut dapat dikonsumsi (misalnya karena mereka hidup sendiri). Jika mereka tahu bahwa mereka tidak dapat mengonsumsi produk tersebut,



mereka tidak akan membelinya. Misalnya, saya tidak akan membelinya karena menurut saya ukurannya terlalu besar untuk kebiasaan makan saya. (R157) (Untuk wortel yang bentuknya aneh).

1. Penerimaan produk pangan kadaluwarsa

Beberapa responden menyadari perbedaannya namun mereka akan menerima perbedaan tersebut dan menganggap produk tersebut masih aman untuk dikonsumsi, misalnya: Penggunaannya masih berlaku meskipun "non-standar" (R3)

2. Penolakan produk makanan kadaluwarsa

Sebagian besar responden yang membuat komentar umum tentang produk melakukannya dengan cara yang negatif, menolaknya dan menekankan pentingnya penampilan produk yang seragam: di luar apa yang biasanya diterima pasar. (R135)

Ketika melihat lebih dekat pada responden yang akan menolak produk, beberapa komentar terkait dengan masalah kualitas, seperti: Dalam keadaan tertentu, produk tampaknya memiliki kualitas yang lebih rendah (R165). Kekhawatiran tentang keamanan produk juga dikemukakan oleh responden:

Produk aneh, produk rusak, produk rusak, produk cacat, dan produk yang menimbulkan atau mungkin menimbulkan kerusakan adalah contoh produk aneh (R173).

3. Produk dengan penerimaan penampilan yang tidak biasa

Reaksi responden terhadap penampilan wortel yang tidak biasa itu beragam. Sebagian besar komentar pada produk itu baik. Mereka menyadari perbedaan tampilan tetapi menerimanya karena menganggap produk tersebut masih aman untuk dimakan:

Bagi saya, wortel sepertinya yang paling khas. Saya sadar bahwa standar tradisional tidak memasukkan makanan "jelek", yang menurut ide yang murni populer, diabaikan karena dianggap menunjukkan bahwa produk tersebut berkualitas rendah (R18).

Misalnya, "Saya percaya bahwa wortel berbentuk aneh memiliki gambaran tentang kualitas, bahkan mungkin dikacaukan dengan sesuatu yang organik" (R25) dan "Wortel, karena bukan format tradisional, terlihat organik" adalah komentar yang dibuat oleh responden yang mengasosiasikan wortel dengan produksi organik (R59).

4. Produk dengan penolakan penampilan yang tidak biasa

Saat responden membayangkan wortel dengan tampilan yang berbeda, sebagian besar dari mereka memiliki pikiran negatif. Satu hal yang menghalangi orang untuk mengkonsumsi produk ini, menurut beberapa orang, adalah kurangnya pengetahuan mereka tentang produk ini:

Wortel yang saya temukan sangat unik; Saya belum pernah melihat yang seperti itu di supermarket, jadi mungkin tidak akan menerimanya (R10).

Alasan penolakan tambahan termasuk masalah keamanan makanan, seperti: membuatnya tersedia untuk konsumsi publik dapat menjadi situasi yang berisiko. (R162) Selain itu, responden menghubungkan penggunaan pestisida secara berlebihan dengan wortel:

Saya mewaspadaai wortel karena, menurut saya, wortel tampak cacat akibat penggunaan pestisida yang berlebihan (R38).

5. Produk dengan penerimaan tanggal kedaluwarsa yang dikurangi

Beberapa responden menunjukkan bahwa mereka akan menerima produk dan bahwa dua hari sebelum kedaluwarsa tidak akan memengaruhi keputusan mereka ketika pendapat tentang yogurt dengan tanggal kedaluwarsa yang dikurangi dianalisis:

Karena tanggal kedaluwarsa hanyalah faktor pelindung dan bukan faktor penentu, maka tidak berdampak (R145).

6. Produk dengan penolakan tanggal kedaluwarsa yang dikurangi

Sebagian besar responden tidak menyetujui produk tersebut karena tanggal kedaluwarsanya yang dipersingkat dan menyatakan bahwa mereka akan mencari produk lain sebagai gantinya. Misalnya: Saya menggunakan produk ini hampir

setiap hari, tetapi karena tanggal kedaluwarsanya yang pendek, saya akan mencari produk dengan umur simpan yang lebih lama (R157).

Selain itu, responden mengkhawatirkan keamanan produk karena produk tersebut akan kadaluwarsa dan dapat menyebabkan masalah kesehatan (R159).

Banyak responden mengemukakan kekhawatiran untuk dapat menggunakan produk dalam waktu dua hari. Ini berdampak besar pada apakah orang menyukai produk atau tidak. Responden menerima suatu produk jika mereka tahu bahwa mereka dapat segera menggunakannya. Ketika mereka membelinya dengan jangka waktu yang lebih lama, mereka cenderung menolaknya: "Saya percaya bahwa keputusan saya untuk membeli yogurt bergantung pada bagaimana saya ingin menggunakannya. Jika saya berniat menggunakannya hari ini, maka saya akan membelinya. Seperti yang tertera di "Yogurt sudah mendekati tanggal kadaluarsa, tapi masih dalam batas kadaluwarsa, jadi tidak ada masalah untuk dikonsumsi dalam waktu singkat" (R31), saya akan mencari yang kadaluwarsanya lebih lama jika saya tidak tahu kapan saya akan mengkonsumsinya (R20).

7. Produk dengan penerimaan paket rusak

Beberapa responden menyatakan akan menerima produk dengan kemasan yang rusak. Meskipun para responden ini menyadari bahwa paket tersebut tidak ideal, fakta ini tidak mempengaruhi pilihan mereka:

Mengingat keadaan seputar biskuit, saya tidak melihat ada masalah dengan konsumsinya jika ditawarkan untuk dijual. Fakta bahwa hanya sedikit biskuit yang pecah, meskipun kemasannya terlihat bagus, secara umum tidak mempengaruhi kualitas produk (R162).

8. Produk dengan penolakan paket rusak

Sebagian besar dari mereka yang disurvei memiliki pendapat negatif terhadap produk tersebut, menolaknya: Saya tidak akan membeli biskuit meskipun tidak menimbulkan masalah karena saya akan "kehilangan" barang tersebut. (R164) Beberapa komentar yang kurang baik berfokus pada bagaimana produk ditangani, termasuk: Produk rusak, kesan dibuang, dan manipulasi yang tidak benar (R159).

Menanggapi pertanyaan tentang keamanan makanan, seorang responden berkata: "Dalam kasus kemasan yang rusak, saya tidak akan membeli karena ini bisa berarti kehilangan kualitas dan risiko kesehatan konsumen." (R15).

Kami membuat gambar yang mengilustrasikan pembagian faktor antara faktor dan valensi pemikiran berdasarkan pengamatan ini (penerimaan vs penolakan) dan aspek yang paling ditekankan oleh masing-masing pemberi komentar divisi (lihat Gambar 1). Frekuensi komentar ditunjukkan dengan angka pada masing-masing faktor.

Fase kedua

Kesimpulan utama dari diskusi kelompok fokus dilaporkan pada bagian berikut. Sebagai hasil dari diskusi fokus pada setiap produk secara terpisah, kami menggunakan kategori yang sama dari fase sebelumnya untuk melaporkan hasilnya, kecuali produk makanan kadaluwarsa. Produk dengan tampilan yang tidak biasa, produk dengan tanggal kadaluwarsa yang lebih pendek, dan produk dengan kemasan yang rusak adalah kategori hasil dengan cara ini.

9. Produk dengan penampilan yang tidak biasa

Mayoritas peserta mengatakan mereka akan membeli wortel saat membahas penampilannya yang tidak biasa. Meski menyebutkan penampilannya yang berbeda, mereka tetap berpendapat bahwa wortel tersebut sebanding dengan yang lain. Beberapa orang mengomentari asal-usul alami produk: "Saya pikir itu normal karena menurut saya di alam, misalnya, kita memiliki kentang, yang satu menempel di yang lain, dari tanah di tempat yang tidak menggunakan pupuk jadi menurut saya itu adalah esensi alam, yang tidak normal, tapi wortel." (R6)

Selain itu, ada hubungannya dengan metode produksi: Saya akan membeli tetapi saya akan menanyakan jenis pupuk apa yang digunakan untuk menanamnya, yang jelas berbeda. (R4) Bahkan setelah menerima produk, para peserta mengklaim bahwa mereka memahami betapa seringnya orang mencari kesempurnaan saat melakukan pembelian. Misalnya, mereka mengklaim bahwa orang sering berpegang pada norma. Karena kelihatannya wajar, Anda berkata, "Ah, tidak, ini bukan yang saya harapkan". (R1)

Selain itu, beberapa responden menekankan pentingnya mengidentifikasi lokasi pembelian. Biasanya supermarket hanya menjual barang dengan tampilan standar saat Anda berbelanja di sana:

Selain itu, Anda akan melihat bahwa ukuran dan teksturnya kira-kira sama di supermarket. (R6)

Namun, jika pembelian dilakukan di pameran setempat, fakta ini mungkin berubah: Saat Anda mengunjungi pameran, apa yang Anda temukan di sana adalah apa yang Anda temukan; itu kasar, ada kotoran atau tidak (R4). Beberapa responden menyatakan bahwa mereka tidak akan membeli wortel, terutama karena ukurannya atau penampilannya yang unik: "Saya akan membeli jika saya tidak punya pilihan lain tetapi jika ada yang normal bersama-sama, saya akan membeli yang lain, saya tidak akan menerima." (R2)

10. Produk dengan tanggal kedaluwarsa yang dikurangi

Ketika ditanya apakah mereka akan membeli yogurt dengan tanggal kedaluwarsa yang lebih pendek, sebagian besar peserta menjawab ya, terutama karena mereka dapat memakannya hari itu atau menggunakannya dalam resep lain: "Saya mungkin membelinya dan saya akan memakannya pada saat yang sama." (R1) dan "Jika saya membuat resep atau sesuatu yang saya yakin akan saya lakukan pada hari itu atau hari itu maka saya akan membeli, tidak masalah sama sekali." (R3)

Karena makanan kadaluarsa di rumah terkadang Anda makan dan rasanya masih enak, beberapa responden menyebutkan bahwa mereka sudah pernah menggunakan produk kadaluarsa di rumah mereka. (R3)

Namun, mereka menegaskan bahwa jika produk tersebut telah kadaluarsa, mereka tidak akan membelinya: "Saya tidak akan membelinya jika saya melihat kadaluarsa" (R1) dan "Saya mencari umur panjang maksimum hingga kadaluarsa." (R6) Beberapa responden menyatakan memilih produk makanan dengan masa kadaluarsa paling lama saat melakukan pembelian: Saya dapat yang terbaru (R2). Produk tidak akan dikonsumsi pada hari yang sama menurut Responden 6; namun, jika keluarganya lebih besar, dia akan membeli barang tersebut. Meskipun dia tinggal sendiri, dia tidak akan membelinya. Selain itu, Responden 6 menyatakan kepedulian terhadap kesehatannya meskipun memiliki produk yang kadaluarsa di rumahnya: Kesehatan saya tidak ternilai harganya,

jadi saya akan melakukannya berapa pun biayanya. Saya tidak akan mempertaruhkan kesehatan saya.

11. Produk dengan paket rusak

Reaksi peserta terhadap biskuit yang pecah itu beragam saat ditanyai. Salah satu peserta menyatakan ketidaksetujuannya terhadap produk tersebut karena paketnya rusak, dengan mengatakan, "Saya tidak akan membeli karena menurut saya konservasi berubah." Saya percaya itu berubah menjadi kaleng penyok. Saya membayangkannya berubah menjadi kotak kardus yang kusut. Saya tidak pernah membeli (R6). Namun, sebagian besar menyatakan menyesal bahwa mereka hanya akan membeli barang sampai jumlah tertentu, misalnya:

Menurut adonan. Saya tidak percaya Anda perlu berhenti membeli jika hanya sedikit (R3).

Penting untuk dicatat bahwa beberapa peserta menyatakan bahwa kesediaan mereka untuk membeli produk akan bergantung pada kegunaan yang dimaksudkan untuk produk tersebut: Tidak apa-apa jika Anda akan membuat pai. Saya akan membeli semuanya jika dimaksudkan untuk dimakan seperti biskuit (R2).

Implementasi Hukum Perlindungan Konsumen

Kehidupan masyarakat semakin konsumtif di era globalisasi mengakibatkan berkurangnya kesadaran masyarakat terhadap produk makanan yang dikonsumsi. Masyarakat sebagai konsumen cenderung tidak memperhatikan batas kadaluarsa dari makanan yang hendak dikonsumsi. Hal ini menjadi celah bagi produsen untuk menjual produk kadaluarsa yang menjadikan produsen tidak mengalami kerugian apapun karena makanan yang telah kadaluarsa telah dibeli oleh konsumen yang secara tidak langsung mengalami kerugian materi maupun kesehatan. Dalam Undang-undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan menyatakan bahwa pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang pemenuhannya menjadi hak asasi setiap rakyat Indonesia dalam mewujudkan sumber daya manusia yang berkualitas untuk melaksanakan pembangunan nasional.¹³

Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara material maupun formal makin terasa sangat penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung atau tidak langsung, konsumenlah yang pada umumnya akan merasakan dampaknya. Dengan demikian, upaya-upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak untuk segera dicari solusinya, terutama di Indonesia, mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen, lebih-lebih menyongsong era perdagangan bebas yang akan datang.¹⁴

¹³ Isabella Sucitra, "Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Makanan Kadaluarsa Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen," *LEX PRIVATUM* 5, no. 8 (December 12, 2017): 102, <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/lexprivatum/article/view/18215>.

¹⁴ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cet. 1. (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 5.

Berkaitan dengan hal ini, maka hukum perlindungan konsumen harus mendapat cukup perhatian karena menyangkut aturan-aturan yang berguna untuk mensejahterakan masyarakat sebagai konsumen. Oleh karena itu, terdapat dasar hukum perlindungan konsumen yang menjadi landasan kebijakan perlindungan konsumen di Indonesia yakni tertera pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dalam hal ini dijelaskan pada pasal 4 bahwasanya konsumen memiliki hak tertentu diantaranya hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa; hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa; serta hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang atau jasa yang digunakan.¹⁵

Dasar hukum tersebut memiliki tujuan untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen. Selain itu, hukum perlindungan konsumen harus bersikap adil dan berperilaku jujur serta pelaksana hukum harus dibekali dengan sarana yang memadai dan disertai dengan tanggungjawab. Para pihak yang memahami adanya aturan perundang-undangan yang berlaku tentu akan merasakan kenyamanan dalam menjalankan transaksi. Hal ini juga merupakan peraturan hukum perlindungan konsumen yang diberikan oleh pemerintah yang menyangkut permasalahan mutu barang, syarat kesehatan, syarat pengemasan, syarat lingkungan dan sebagainya.¹⁶

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga dijelaskan bahwasanya perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang dilakukan dan menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Oleh karena itu, berbicara mengenai perlindungan konsumen berarti mempersoalkan mengenai jaminan ataupun kepastian mengenai terpenuhinya hak-hak konsumen sebagaimana telah disebutkan sebelumnya. Perlu diketahui bahwa dengan adanya globalisasi dan perkembangan-perkembangan perekonomian yang terjadi secara pesat di dalam era perekonomian modern ini.¹⁷

Sejak dua dasawarsa terakhir perhatian dunia terhadap masalah perlindungan konsumen semakin meningkat. Gerakan perlindungan konsumen sejak lama dikenal di dunia Barat. Negara-negara di Eropa dan Amerika juga telah lama memiliki peraturan tentang Perlindungan Konsumen. Organisasi Dunia seperti PBB pun tidak kurang perhatiannya terhadap masalah ini. Hal ini terbukti dengan dikeluarkannya Resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa No. 39/248 Tahun 1985. Dalam resolusi ini kepentingan konsumen yang harus dilindungi meliputi: perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya; promosi dan perlindungan kepentingan sosial ekonomi konsumen; tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka dalam melakukan pilihan yang tepat sesuai dengan kehendak dan kebutuhan pribadi; pendidikan konsumen; tersedianya upaya ganti rugi yang efektif; serta kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen.¹⁸

¹⁵ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, BAB III Bagian Pertama tentang Hak dan Kewajiban Konsumen Pasal 4

¹⁶ Rina Shahriyani Shahrullah and Hindra (2020), "Perlindungan Konsumen terhadap Produk Makanan Kadaluarsa di Kota Batam", *Journal of Law and Policy Transformation*, Vol. 5, No. 1, June, pp. 85-112.

¹⁷ Robert Willem Pares Sianturi et al., "Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Atas Beredarnya Makanan Kadaluarsa," *JURNAL RETENTUM* 4, no. 1 (February 6, 2023): 68.

¹⁸ Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, 4.

Pembahasan

Studi ini menyajikan penelitian orisinal tentang bagaimana konsumen memandang produk makanan yang kadaluwarsa. Hasil dari kedua fase mengungkapkan kesamaan faktor yang muncul dalam kaitannya dengan produk. Sebaliknya, kesan awal orang terhadap produk cenderung negatif (penolakan) daripada positif (penerimaan). Hal ini disebabkan oleh keinginan responden untuk membeli produk makanan dengan tampilan yang “sempurna” yang diasosiasikan dengan barang berkualitas tinggi.¹⁹ Selain itu, tampaknya orang ingin mendapatkan hasil maksimal dari pembelian mereka dan percaya bahwa ketika mereka membeli makanan berkualitas rendah, mereka kehilangan beberapa manfaat produk tersebut.

Peserta lebih menerima produk di fase kedua. Temuan diskusi kelompok fokus mengungkapkan bahwa peserta memiliki hubungan yang lebih kuat dengan makanan dan persiapan makanan, yang membuat mereka lebih mungkin menerima produk. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan memasak²⁰ dan pemahaman yang lebih baik tentang kelayakan makanan²¹ mengurangi sampah. Selain itu, salah satu faktor penting dalam mengurangi limbah makanan adalah hubungannya dengan makanan.²² Peserta yang memahami nilai makanan dan berbagai cara mengolahnya lebih proaktif dalam mengurangi sampah dan menerima barang-barang inferior.

Tinjauan tentang persepsi kunci yang muncul di kedua fase disajikan pada Tabel IV. Cara menghasilkan wortel dengan penampilan yang tidak biasa muncul sebagai faktor penting dalam kedua fase. Beberapa responden menolak untuk membeli produk tersebut karena menurut mereka produk tersebut mengandung lebih banyak pestisida dan bahan kimia daripada yang seharusnya. Namun, jika produk tersebut memiliki rekor produksi organik, orang lebih cenderung menerimanya. Konsumen sering menerima makanan dengan kekurangan kosmetik begitu mereka diberitahu tentang penggunaan pestisida yang lebih sedikit.²³ Selain itu, perusahaan mendapat manfaat dari pemasaran produk organik dengan mendorong asosiasi merek yang positif.

Selain itu, dimungkinkan untuk mengamati bahwa orang lebih mudah menerima kekurangan ketika mereka memiliki kepedulian lingkungan yang lebih besar²⁴.

¹⁹ Aschemann-Witzel, J., de Hooge, I., Amani, P., Bech-Larsen, T. and Oostindjer, M. (2015), “Consumer- related food waste: causes and potential for action”, *Sustainability*, Vol. 7 No. 6, pp. 6457-6477.

²⁰ Gjerris, M. and Gaiani, S. (2013), “Household food waste in Nordic countries: estimations and ethical implications”, *Etikk i praksis-Nordic Journal of Applied Ethics*, Vol. 7 No. 1, pp. 6-23.

²¹ Farr-Wharton, G., Foth, M. and Choi, J.H.J. (2014), “Identifying factors that promote consumer behaviours causing expired domestic food waste”, *Journal of Consumer Behaviour*, Vol. 13 No. 6, pp. 393-402.

²² Blichfeldt, B.S., Mikkelsen, M. and Gram, M. (2015), “When it stops being food. Food, culture & society”, *An International Journal of Multidisciplinary Research*, Vol. 18 No. 1, pp. 89-105.

²³ Bunn, D., Feenstra, G.W., Lynch, L. and Sommer, R. (1990), “Consumer acceptance of cosmetically imperfect produce”, *Journal of Consumer Affairs*, Vol. 24 No. 2, pp. 268-279.

²⁴ Yue, C., Alfnes, F. and Jensen, H.H. (2009), “Discounting spotted apples: investigating consumers’ willingness to accept cosmetic damage in an organic product”, *Journal of Agricultural and Applied Economics*, Vol. 41 No. 1, pp. 29-46.

Fase Pertama	Fase Kedua
Produk dengan penampilan yang tidak biasa	Produk dari alam
Produksi organik Penggunaan pestisida Kurangnya keakraban Kemampuan makan	Metode produksi
Produk dengan tanggal kedaluwarsa yang dikurangi	Cari kesempurnaan
Kemampuan untuk makan Masalah keamanan	Ukuran produk
Produk dengan paket rusak	Konsumsi di hari yang sama
Masalah keamanan Penanganan yang buruk	Ukuran rumah tangga
	Daya tahan maksimum
	Masalah kesehatan
	Konservasi produk
	Batas penerimaan
	Gunakan dalam resep

Hasilnya menunjukkan bahwa orang lebih bersedia menerima produk inferior ketika mereka merasakan hubungan dengan alam. Khususnya dalam diskusi kelompok fokus, peserta yang dekat dengan alam dan produksi alami makanan lebih cenderung menerima penampilan wortel yang aneh:

Karena saya mendasarkan pemikiran saya pada alam, saya yakin itu normal (R6). Namun, orang sering mengandalkan penampilan, bau, atau rasa makanan untuk menilai kelayakannya dan, akibatnya, cenderung menolak produk ketika mereka tidak memiliki pengetahuan untuk menarik kesimpulan. tentang produk dan kondisinya untuk dimakan. Misalnya, ketidaktahuan dengan penampilan aneh wortel menyebabkan opini negatif terhadap merek tersebut.

Fakta bahwa responden memikirkan apakah mereka dapat mengkonsumsi yogurt dalam waktu dua hari sebelum menerima produk merupakan temuan yang signifikan mengenai yogurt dengan tanggal kedaluwarsa yang berkurang. Mereka lebih mungkin menerima yogurt jika mereka bisa mengkonsumsinya sebelum menjadi buruk. Jika mereka tidak dapat memasukkan produk tersebut ke dalam makanan biasa mereka, mereka cenderung menolaknya. Beberapa responden mengatakan mereka tidak akan membelinya sehingga mereka tidak perlu membuang barang tersebut di rumah mereka. Hal ini penting karena konsumen seringkali memilih untuk tidak membeli produk ketika mereka menyadari kemungkinan adanya limbah makanan di tingkat rumah tangga.

Mengenai yogurt dengan sisa dua hari, berbagai faktor juga dikemukakan. Ukuran rumah tangga menjadi pertimbangan utama dalam diskusi kelompok. Makan produk dengan tanggal kedaluwarsa yang lebih pendek tampaknya lebih sederhana untuk rumah tangga yang lebih besar daripada yang lebih kecil. Juga disebutkan oleh para peserta sebagai faktor signifikan adalah masalah keamanan. Beberapa orang

menggunakan masalah keamanan dan risiko sebagai alasan untuk menolak produk dengan tanggal kedaluwarsa yang pendek. Pemahaman yang lebih baik tentang kelayakan makanan dapat membantu orang menerima produk yang lebih rendah dan, sebagai hasilnya, mengurangi limbah makanan.

Pada penelitian tahap awal, produk dengan kemasan rusak memiliki penerimaan yang paling rendah. Fakta ini terutama disebabkan oleh kebutuhan responden untuk membeli barang dalam kondisi ideal. De Hooge dkk. menunjukkan bahwa orang jarang setuju untuk membeli kue kering dari supermarket. Aktivasi isyarat kontaminasi selama visualisasi produk ini mungkin memengaruhi persepsi akhir peserta. Selain itu, dimensi kualitas merupakan faktor yang signifikan dalam penolakannya. Biskuit yang pecah dianggap memiliki kualitas yang lebih rendah karena penanganan yang buruk dan persepsi kualitas yang buruk.

Namun, penerimaan lebih tinggi di antara mereka yang tahu cara menggunakan produk. Beberapa responden menyatakan akan membeli biskuit pecah karena dapat digunakan dalam berbagai resep. Temuan ini sekali lagi menunjukkan bahwa mereka yang terampil di dapur lebih menerima produk makanan yang lebih rendah, yang berkontribusi pada pengurangan limbah makanan.

Hasil menggarisbawahi pentingnya komunikasi produk yang efektif. Saat menjual makanan di bawah standar, mereka harus disertai dengan informasi tentang keamanannya, kesesuaian untuk dikonsumsi, dan bagaimana membuangnya akan menghasilkan tingkat limbah makanan yang lebih tinggi. Lebih banyak pekerjaan dapat dilakukan untuk meyakinkan pelanggan bahwa produk memiliki rasa, aroma, dan rasa yang sama. Intervensi praktis, seperti keterampilan sensorik, yang meningkatkan kesadaran akan kesegaran dan tanggal kedaluwarsa, dapat digunakan untuk menyelidiki praktik ini. Dalam upaya meningkatkan kesadaran lingkungan masyarakat, penting juga untuk menyebarkan berita tentang pentingnya hubungan antara makanan dan alam. Terakhir, temuan menyoroti pentingnya menawarkan berbagai resep dan membantu orang dalam menggunakan produk makanan. Peserta yang terbiasa dengan cara menggunakan produk cenderung lebih menerima makanan yang kurang ideal daripada mereka yang tidak. Temuan ini dapat digunakan untuk mengembangkan strategi untuk menurunkan limbah makanan.

4. Kesimpulan

Kebutuhan konsumen untuk mengubah perilaku tipikal mereka untuk mengakomodasi praktik yang lebih berkelanjutan menjadi semakin dibahas. Pembelian makanan di bawah standar adalah cara untuk mencapai hal ini, karena preferensi konsumen dan pengecer untuk barang-barang ini berdampak pada pemborosan makanan. Sejauh mana berbagai faktor berdampak pada pilihan makanan yang buruk ditunjukkan oleh temuan tersebut. Perbedaan pendapat yang sangat mencolok tentang produk ini disorot oleh hasilnya. Selain itu, tidak ada pola perilaku yang konsisten di antara pelanggan: beberapa akan menerima satu produk sambil menolak yang lain, sementara yang lain akan menerima atau menolak setiap produk. Ini menunjukkan pentingnya memeriksa hasil untuk setiap produk secara terpisah, karena penerimaan makanan di bawah standar bergantung pada jenis suboptimalitas.

Temuan penelitian ini memiliki implikasi pemasaran dan periklanan yang signifikan. Perancang kampanye iklan dapat menggunakan pengaruh normatif untuk menyampaikan pentingnya mengonsumsi makanan yang tidak sehat. Sekali lagi, sangat penting untuk meningkatkan kesadaran tentang berapa banyak sisa makanan yang dapat dicegah ketika produk ini ditolak.

Selain itu, peritel perlu membangun kepercayaan konsumen terhadap keamanan pangan dan citra merek yang positif. Karena beberapa orang tidak berpikir bahwa fakta bahwa suatu produk memiliki waktu dua hari untuk kedaluwarsa atau beberapa biskuit rusak membatalkan konsumsi mereka, pengecer dapat menetapkan kondisi yang tepat sehingga lebih banyak orang melihat nilai dari produk ini. Jika konsumen diberikan pesan yang tepat, keputusan mereka mengenai makanan inferior dapat dipengaruhi secara positif.

Studi ini berimplikasi pada pengecer dengan menjelaskan faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen ketika dihadapkan pada pilihan untuk membeli produk makanan inferior. Hasil strategi pemasaran merek menunjukkan berbagai pendekatan yang dapat diambil untuk meningkatkan penerimaan konsumen terhadap produk. Studi ini juga memiliki konsekuensi terkait kebijakan, menekankan perlunya inisiatif pendidikan yang berfokus pada konsumen yang meningkatkan kesadaran konsumen tentang pentingnya mengurangi tingkat limbah makanan dan berbagai pilihan yang tersedia bagi mereka untuk melakukannya (seperti membeli dan mengonsumsi produk yang kurang optimal). Hasil dianggap membantu untuk memandu framing pesan yang tepat.

Penting untuk diingat bahwa keterbatasan data harus diperhitungkan saat menginterpretasikan temuan kualitatif normatif. Pendekatan tersebut mungkin secara tidak sengaja mengingatkan ide-ide yang biasanya tidak akan terjadi sejauh itu. Data tersebut harus ditafsirkan dengan hubungan antara variabel dalam pikiran. Dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data dan mencoba menganalisis persepsi makanan suboptimal dalam berbagai kondisi, penelitian di masa depan mungkin dapat menjelaskan masalah ini lebih lanjut. Penelitian di masa depan juga dapat meneliti efek dari faktor individu seperti jenis kelamin, usia, dan pencapaian pendidikan. Analisis yang lebih kaya dimungkinkan jika ada korelasi menarik antara hasil dan variabel ini.

Penelitian ini juga dibatasi oleh fakta bahwa biaya produk tidak diperhitungkan. Konsumen yang memprioritaskan harga tampaknya lebih sedikit membuang makanan. Namun, dengan mempertimbangkan harga variabel bukanlah tujuan dari penelitian ini. Saat menggunakan pemosisian harga sebagai taktik pemasaran untuk mempromosikan makanan inferior, hasilnya mungkin berbeda. Namun, dalam kasus strategi penetapan harga tanggal kedaluwarsa, sangat penting untuk meningkatkan kesadaran praktik untuk membujuk orang. Namun, penelitian terbaru menemukan bahwa beberapa intervensi, seperti mengubah persepsi seseorang tentang diri sendiri, menghilangkan kebutuhan untuk mengabaikan makanan yang tidak menarik.

Kelemahan lain dari penelitian ini adalah kami tidak dapat menentukan apakah responden bertanggung jawab untuk melakukan pembelian makanan untuk rumah tangga mereka. Jika mereka tidak bertanggung jawab atas toko kelontong, mereka mungkin tidak akan membuat pertimbangan seperti ini, yang dapat berdampak pada hasilnya. Kami merekomendasikan agar penelitian di masa mendatang melihat apakah fakta bahwa seseorang bertanggung jawab untuk melakukan pembelian makanan berdampak pada apakah mereka menerima makanan yang kurang ideal atau tidak.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cet. 1. Jakarta: Sinar Grafika, (2008)
- FAO. "Urgent collaboration required on food wastage." *Food and Agriculture Organization of the United Nations* (2013).
- IBGE, BRASIL, and IBGE. "Pesquisa de orçamentos familiares 2008-2009: análise do consumo alimentar pessoal no Brasil." *Rio de Janeiro: IBGE* (2011).
- Yearbook, FAO Statistical. "Latin America and the Caribbean food and agriculture." *Santiago: FAO 2014: (2014).*

Jurnal

- Aschemann-Witzel, Jessica, Ilona De Hooge, Pegah Amani, Tino Bech-Larsen, and Marije Oostindjer. "Consumer-related food waste: Causes and potential for action." *Sustainability* 7, no. 6 (2015): 6457-6477.
- Blichfeldt, Bodil Stilling, Marie Mikkelsen, and Malene Gram. "When it stops being food: The edibility, ideology, procrastination, objectification and internalization of household food waste." *Food, Culture & Society* 18, no. 1 (2015): 89-105.
- Bunn, David, Gail W. Feenstra, Lori Lynch, and Robert Sommer. "Consumer acceptance of cosmetically imperfect produce." *Journal of Consumer Affairs* 24, no. 2 (1990): 268-279.
- De Hooge, Ilona E., Marije Oostindjer, Jessica Aschemann-Witzel, Anne Normann, Simone Mueller Loose, and Valérie Lengard Almlí. "This apple is too ugly for me!: Consumer preferences for suboptimal food products in the supermarket and at home." *Food Quality and Preference* 56 (2017): 80-92.
- Farr-Wharton, Jeremy, Marcus Foth, and Jaz Hee-Jeong Choi. "Identifying factors that promote consumer behaviours causing expired domestic food waste." *Journal of Consumer Behaviour* 13, no. 6 (2014): 393-402.
- Gjerris, Mickey, and Silvia Gaiani. "Household food waste in Nordic countries: Estimations and ethical implications." *Etikk i praksis-Nordic Journal of Applied Ethics* 1 (2013): 6-23.
- Göbel, Christine, Nina Langen, Antonia Blumenthal, Petra Teitscheid, and Guido Ritter. "Cutting food waste through cooperation along the food supply chain." *Sustainability* 7, no. 2 (2015): 1429-1445.
- Kummu, Matti, Hans De Moel, Miina Porkka, Stefan Siebert, Olli Varis, and Philip J. Ward. "Lost food, wasted resources: Global food supply chain losses and their impacts on freshwater, cropland, and fertiliser use." *Science of the total environment* 438 (2012): 477-489.
- Marx-Pienaar, Nadene JMM, and Alet C. Erasmus. "Status consciousness and knowledge as potential impediments of households' sustainable consumption practices of fresh produce amidst times of climate change." *International Journal of Consumer Studies* 38, no. 4 (2014): 419-426.
- Matzembacher, Daniele Eckert, Marcia Dutra de Barcellos, and Luciana Marques Vieira. "De um limão, uma limonada." *GV-executivo* 17, no. 6 (2018): 32-35.
- Milne, Richard. "Arbiters of waste: date labels, the consumer and knowing good, safe food." *The Sociological Review* 60, no. 2_suppl (2012): 84-101.
- Parfitt, Julian, Mark Barthel, and Sarah Macnaughton. "Food waste within food supply chains: quantification and potential for change to 2050." *Philosophical transactions of the royal society B: biological sciences* 365, no. 1554 (2010): 3065-3081.

- Porpino, Gustavo, Juracy Parente, and Brian Wansink. "Food waste paradox: antecedents of food disposal in low income households." *International journal of consumer studies* 39, no. 6 (2015): 619-629.
- Qi, Danyi, and Brian E. Roe. "Household food waste: Multivariate regression and principal components analyses of awareness and attitudes among US consumers." *PloS one* 11, no. 7 (2016): e0159250.
- Sianturi, Robert Willem Pares, Suhendri Mikael Siburian, Maurice Rogers, and Lestari Victoria Sinaga. "Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Atas Beredarnya Makanan Kadaluwarsa." *JURNAL RETENTUM* 4, no. 1 (2023): 65-83.
- Shahrullah, Rina Shahriyani, and Hindra Hindra. "Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Makanan Kadaluarasa di Kota Batam." *Journal of Law and Policy Transformation* 5, no. 1 (2020): 85-112.
- Sucitra, Isabella. "Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Makanan Kadaluarasa Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *Lex Privatum* 5, no. 8 (2017).
- Thi, Ngoc Bao Dung, Gopalakrishnan Kumar, and Chiu-Yue Lin. "An overview of food waste management in developing countries: Current status and future perspective." *Journal of environmental management* 157 (2015): 220-229.
- Yue, Chengyan, Frode Alfnes, and Helen H. Jensen. "Discounting spotted apples: investigating consumers' willingness to accept cosmetic damage in an organic product." *Journal of Agricultural and Applied Economics* 41, no. 1 (2009): 29-46.

Website

- FAO. "Urgent collaboration required on food wastage", (2013), www.fao.org/news/story/en/item/202914/icode/
- Porpino, G., Lourenco, C.E., Araújo, C.M. and Bastos, A. (2018), "Intercâmbio Brasil-União Europeia sobre desperdício de alimentos", Relatório final de pesquisa, Diálogos Setoriais União Europeia - Brasil. Brasília, www.sectordialogues.org/publicacao

Peraturan Perundangan

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen