

NIAT PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP BUAH SUBOPTIMAL DI SUPERMARKET KOTA BOGOR

Sarah Febrianti Sirait¹, Suprehatin², Joko Purwono³

^{1,2,3)} Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor

Jl. Kamper Wing 4 Level 5 Kampus IPB Dramaga, Indonesia

e-mail: ¹⁾sarahfebriantisirait29@gmail.com

(Diterima 21 Februari 2025/Revisi 8 Mei 2025/Disetujui 16 Juli 2025)

ABSTRACT

Consumer preference for quality fruit products, including perfect physical appearance attributes, has led supermarkets to set and sell fruit with certain quality standards, such as size, color, and ripeness. Currently, some supermarkets sell fruit with physical imperfections, known as suboptimal fruit, along with increasing attention to food waste, especially that resulting from the disposal of less-than-perfect products. This study aims to analyze the factors that influence consumer's purchase intention on suboptimal fruit in supermarkets. This study uses primary data from 200 respondents who live close to six supermarkets in Bogor City that sell suboptimal fruit. Respondents were selected using voluntary sampling method. This study used the extended Theory of Planned Behavior (TPB) approach and the data were analyzed using structural equation modeling partial least square. The results showed that both TPB variables, namely attitudes, subjective norms and behavioral control and variables added to the model, namely environmental concerns, price discount promotions, and non-price promotions, had a significant effect on the purchase intention of suboptimal fruit in supermarkets. This research provides insight for supermarkets to increase purchase intention of suboptimal fruit through marketing strategies that focus on information, ease of access, product management and display arrangement, and consumer education.

Keywords: food waste, purchase intention, suboptimal fruit

ABSTRAK

Preferensi konsumen akan produk buah-buahan berkualitas, termasuk atribut tampilan fisik yang sempurna, mendorong supermarket untuk menetapkan dan menjual buah dengan standar kualitas tertentu, seperti ukuran, warna, dan tingkat kematangan. Saat ini, beberapa supermarket menjual buah dengan ketidaksempurnaan fisik, dikenal dengan buah suboptimal, seiring dengan meningkatnya perhatian terhadap limbah makanan, terutama yang dihasilkan dari pembuangan produk dengan penampilan kurang sempurna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat pembelian konsumen pada buah suboptimal di supermarket. Penelitian ini menggunakan data primer dari 200 responden yang berdomisili dekat dengan enam supermarket di Kota Bogor yang menjual buah suboptimal. Penentuan responden menggunakan metode *voluntary sampling*. Penelitian ini menggunakan pendekatan *extended theory of planned behaviour* (TPB) dan data dianalisis menggunakan *structural equation modeling partial least square*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik variabel TPB yaitu sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku maupun variabel yang ditambahkan dalam model yaitu kepedulian lingkungan, promosi diskon harga, dan promosi nonharga berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian buah suboptimal di supermarket. Penelitian ini memberikan insight bagi supermarket untuk meningkatkan niat pembelian buah suboptimal melalui strategi pemasaran yang berfokus pada informasi, kemudahan akses, pengelolaan produk dan penataan display, serta edukasi konsumen.

Kata kunci: buah suboptimal, limbah pangan, niat pembelian

PENDAHULUAN

Transformasi pertanian telah menyebabkan perubahan yang signifikan dalam kons-

umsi sayur dan buah (Rieger *et al.*, 2023). Semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi saat ini, maka semakin meningkat juga pengetahuan masyarakat dari

segi kesadaran akan kesehatan dan kebugaran, segi kuantitas, kualitas, aksesibilitas, maupun preferensi konsumen (Sullivan & Lachman, 2017). Seiring berjalanannya waktu, konsumen semakin memilih dan memprioritaskan produk yang segar, tampilan fisik yang baik, berkualitas, bergizi, hingga organik sebagai bagian dari gaya hidup mereka (Massaglia *et al.*, 2019). Preferensi konsumen inilah yang menjadi atribut dalam keputusan pembelian buah. Banyak tempat pembelanjaan yang menyediakan buah-buahan yang dapat dipilih oleh masyarakat baik pasar tradisional maupun modern seperti supermarket. Pasar buah di Indonesia terus berkembang dengan adanya peningkatan permintaan baik dari dalam negeri maupun ekspor. Supermarket di Indonesia, baik yang merupakan jaringan lokal maupun internasional, menyediakan beragam buah untuk memenuhi kebutuhan konsumen, mulai dari jenis buah lokal seperti contoh buah pisang, nanas, manga, papaya, manggis, duku, serta beberapa buah impor yaitu anggur, jeruk, apel, pir, kiwi dan lain-lain (Siregar *et al.*, 2020).

Dalam pembelian konsumen, terdapat faktor-faktor yang memengaruhinya yaitu mulai dari citra merek, kepercayaan merek, promosi (Utami *et al.*, 2023) karakter visual, harga, lokasi pembelian (Mahmud *et al.*, 2024), serta faktor manfaat dari kandungan vitamin, informasi buah, pengalaman pembelian sebelumnya, atribut rasa, dan faktor situasional (Putri *et al.*, 2024). Oleh sebab itu, untuk memenuhi preferensi dan permintaan konsumen tersebut, maka supermarket menetapkan standar kualitas yang cermat pada produk yang akan mereka jual dengan memastikan hanya buah terbaik yang dapat masuk ke rak mereka (Argenta *et al.*, 2015; Berdegué *et al.*, 2005), seperti produk buah yang berkualitas, memiliki karakter visual yang sempurna dan baik. Hal tersebut berdampak pada tidak terjualnya produk buah-buahan yang tidak memenuhi kriteria tersebut, sehingga mengakibatkan tingginya tingkat limbah makanan (*food waste*) dan berdampak pada keseluruhan rantai pasokan makanan.

Limbah sampah pangan di Indonesia adalah masalah yang signifikan di Indonesia. Laporan Organisasi Pangan dan Pertanian Perserikatan Bangsa-Bangsa (FAO) menyatakan bahwa sekitar sepertiga atau sekitar 1,3 miliar ton makanan yang diproduksi untuk dikonsumsi manusia hilang atau terbuang setiap tahun. Menurut laporan dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan FAO, limbah makanan di Indonesia menghasilkan sekitar 300 kg limbah makanan per kapita per tahun, yang jika dikalikan dengan jumlah penduduk sekitar 270 juta, maka menghasilkan lebih dari 80 juta ton limbah makanan per tahun. Sebagian besar limbah ini termasuk buah-buahan dan sayuran.

Penyebab adanya limbah buah-buahan adalah adanya buah-buahan yang tidak sempurna, atau dalam literatur dikenal dengan ragam istilah seperti buah suboptimal, buah abnormal, buah kurang sempurna, buah kelas dua, buah dengan kecacatan ringan, buah hemat, dan buah tidak sempurna (Cao & Miao, 2021; Hueppe & Zander, 2024; Lombart *et al.*, 2019; Wong *et al.*, 2018). Buah suboptimal memiliki visual yang tidak sempurna, misalnya buah-buahan yang memiliki bentuk, ukuran, atau warna yang tidak sesuai dengan standar pasar, kesegaran buah menurun atau pembelian berlebih dari konsumen lain (Cao & Miao, 2021; de Hooge *et al.*, 2017; Wong *et al.*, 2018). Pada dasarnya buah-buahan suboptimal masih layak dikonsumsi namun tidak memenuhi standar kualitas atau penampilan tertentu yang diharapkan oleh konsumen, pengecer, atau produsen. Pada akhirnya buah-buahan ini tidak terjual secara maksimal di supermarket dan pasar lainnya (Eriksson *et al.*, 2012; Mattsson *et al.*, 2022; Silapeux *et al.*, 2021), dan bahkan terbuang meskipun masih aman dan bergizi (Göbel *et al.*, 2015) menjadi sampah makanan (*food waste*).

Sampah makanan ini memiliki dampak yang besar bagi lingkungan, sosial, dan ekonomi. Bagi lingkungan, sampah makanan dapat menyebabkan meningkatnya gas emisi rumah kaca serta pencemaran lingkungan, sedangkan untuk perekonomian perusahaan dan pelaku rantai pasokan makanan ini dapat

menyebabkan pemborosan sumber daya di sepanjang rantai pasokan mulai dari penggunaan energi pertanian (misalnya pupuk, pestisida, air, tanah), transportasi, pemrosesan, penjualan makanan, penyimpanan, penyajian, dan dari aktivitas pengendalian kualitas di seluruh rantai pasokan juga terbuang.

Berbagai strategi telah dilakukan oleh supermarket untuk mengurangi limbah makanan dengan cara tetap menjual buah suboptimal. Pertama, supermarket tetap menjual buah suboptimal segar dengan beragam atribut seperti ukurannya lebih kecil, bentuk yang tidak sempurna, warna yang agak kusam atau memiliki bintik, dan dalam kondisi cacat kecil (Aschemann-Witzel *et al.*, 2019), kedua, supermarket menjual dalam bentuk buah potong, dan olahan buah seperti minuman jus. Selain sebagai strategi bisnis, upaya tersebut berkontribusi pada pengurangan limbah buah suboptimal. Agar strategi tersebut berhasil, perlu memahami perilaku konsumen terhadap buah suboptimal.

Beberapa penelitian perilaku konsumen terkait produk suboptimal juga sudah dilakukan seperti persepsi dan perilaku pembelian buah dan sayuran tidak sempurna (Lombart *et al.*, 2019) hasilnya konsumen cenderung lebih memilih tampilan buah yang normal daripada tampilan buah yang sangat cacat. sedangkan pada penelitian (Stangherlin *et al.*, 2019) yaitu tentang persepsi dan dampak penerimaan makanan suboptimal hasilnya beberapa orang menolak karena mereka mencari kesempurnaan saat membeli produk, namun beberapa orang juga masih cenderung menerima produk yang suboptimal terutama karena mereka perduaan dengan lingkungan dan memiliki kemampuan memasak atau mengolah produk suboptimal, dan penelitian Lim *et al.*, (2023) tentang persepsi kualitas dan atribut yang mempengaruhi penerimaan buah dan sayuran suboptimal, hasilnya konsumen kurang menerima makanan suboptimal karena konsumen beranggapan bahwa makanan suboptimal itu tidak menarik dan harus dikonsumsi dengan cepat.

Penelitian sebelumnya telah banyak meneliti perilaku konsumen tentang penerimaan

makanan suboptimal di berbagai negara, namun penelitian secara spesifik mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat pembelian konsumen terhadap buah suboptimal di supermarket masih kurang ditemukan termasuk di Indonesia. Penelitian sebelumnya di Indonesia telah banyak berfokus pada penelitian perilaku konsumen terhadap produk makanan optimal ataupun organik, sementara makanan suboptimal khususnya buah-buahan suboptimal adalah salah satu penyebab tingginya tingkat limbah makanan dan salah satu penyumbang pemborosan makanan, hampir tidak pernah diteliti di Indonesia.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat pembelian terhadap buah suboptimal. Penelitian ini menggunakan model *theory of planned behavior* (TPB) dengan menambahkan variabel seperti kepedulian lingkungan, keamanan pangan, promosi diskon harga, promosi nonharga yang diduga berpengaruh terhadap niat pembelian buah suboptimal..

Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi niat pembelian terhadap buah suboptimal, maka penjual dan produsen dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan penerimaan dan penjualan produk tersebut.

METODE

Penelitian dilakukan di Kota Bogor yaitu di area perumahan yang dekat dengan supermarket. Kota Bogor merupakan wilayah strategis secara ekonomi, memiliki kepadatan penduduk heterogen dan didominasi berbagai kalangan sosial (Rustam & Subarkah, 2021). Waktu pelaksanaan penelitian berlangsung selama satu bulan yaitu pada bulan Januari 2025.

Pengambilan sampel penelitian dilakukan melalui empat tahap. Pertama penelitian ini diawali dengan melakukan survei supermarket yang menjual buah suboptimal di Kota Bogor pada bulan desember 2024. Dari survei ini, didapatkan enam supermarket yang menjual

buah suboptimal yaitu supermarket Yogyo, Hypermart, Budiman, Tip Top, Bogor Square, dan All Fresh. Keenam supermarket ini menjual buah suboptimal dalam bentuk segar yang memiliki tampilan fisik tidak sempurna seperti cacat, kusam, ukuran lebih kecil, dan dalam bentuk olahan seperti buah potong dan lain-lain. Buah-buahan ini dijual dengan harga diskon atau murah.

Kedua, dari tiap supermarket terpilih, dipilih perumahan terdekat dengan supermarket tersebut. Enam perumahan terpilih yaitu Pakuan Regency Dramaga, Taman Yasmin, Bogor Raya Permai, Cilendek Indah, Bukit Cimanggu City, dan Hakim Danau Limboto. Secara umum, dari keenam perumahan tersebut berjarak rata-rata 1,3 km dengan jangkauan waktu tempuh rata-rata 5-6 menit menggunakan kendaraan menuju tiap supermarket.

Ketiga, dari perumahan yang terpilih, diambil masing-masing tiga RT. Tiap perumahan diambil 34 sampel, sehingga didapatkan 10 – 13 sampel tiap RT. Keempat, dari tiap RT terpilih, dilakukan pengambilan responden secara *voluntary sampling* yaitu hanya warga yang bersedia berpartisipasi dalam survei yang dijadikan sampel penelitian. Secara total, penelitian ini memperoleh 200 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden secara *offline* (survei lapangan) dan *online* (google form)

Penyebaran kuesioner pada responden memiliki kriteria responden mengetahui tentang buah suboptimal, tinggal/berdomisili di Kota Bogor, berusia lebih 17 tahun, pihak yang ikut serta mengambil keputusan pembelian bahan makanan, dan pernah berbelanja di supermarket. Penelitian ini menggunakan analisis *structural equation modeling partial least square* (SEM PLS), dengan menggunakan alat bantu Microsoft Excel dan Smart PLS 4.0.

Pengukuran SEM PLS terdapat dua tahap yaitu pertama outer model digunakan untuk mengukur reliabilitas dan validitas serta mengevaluasi hubungan antara indikator dengan konstruk laten pada model penelitian, dalam pengukurannya dengan melihat hasil nilai *cronbach's alpha* (CA), *average variance extracted* (AVE), dan *composite reliability* (CR).

Tahap kedua inner model digunakan untuk mengevaluasi dan mengukur seberapa besar variabel eksogen dalam memengaruhi variabel endogen, dengan melihat hasil pengukuran nilai R-square serta melihat koefisien jalur (β) dan nilai signifikansi t statistic melalui proses *bootstrapping*. Indikator merupakan variabel dalam bentuk pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner yang diduga dapat mengukur varibel laten, sedangkan variabel laten hanya bisa diukur dengan variabel indikatornya.

Kerangka kerja konseptual dalam penelitian ini menggunakan model TPB dan dimodifikasi melalui penambahan variabel baru untuk memprediksi dan memahami perilaku konsumen dengan baik. Model penelitian ini dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi niat pembelian konsumen terhadap buah suboptimal. Pada penelitian ini, faktor TPB yang bertanggung jawab atas pembentukan niat berperilaku, yaitu pertama sikap terhadap perilaku. Sikap positif dan negatif konsumen terhadap buah suboptimal memengaruhi niat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian buah suboptimal atau tidak, baik sikap terhadap kualitas buah suboptimal, manfaat dan lain-lain. Kedua norma subjektif, faktor ini dapat dipengaruhi oleh lingkungan atau kepercayaan terhadap orang lain, kepercayaan tersebut didapatkan dari orang-orang yang memiliki pengalaman pernah membeli buah suboptimal sehingga hal ini cenderung membuat konsumen meminta rekomendasi dari orang-orang tersebut untuk membeli atau tidak buah suboptimal dan akan memengaruhi niat pembelian buah suboptimal. Ketiga kontrol perilaku, faktor ini mengacu pada kemudahan maupun kesulitan yang dirasakan konsumen saat berniat membeli buah suboptimal, apakah konsumen merasa mudah atau sulit untuk berniat membeli buah suboptimal.

Kemudian konstruksi baru dalam TPB yang diduga dapat memengaruhi niat pembelian konsumen terhadap buah suboptimal, yaitu pertama kepedulian lingkungan, sejauh mana konsumen peduli terhadap isu-isu lingkungan yang disebabkan oleh buah suboptimal.

mal, seperti kesadaran, kekhawatiran dan komitmen untuk mengambil tindakan. Rasa kepedulian lingkungan konsumen akan dapat memengaruhi niat konsumen terhadap pembelian buah suboptimal. Kedua keamanan pangan buah suboptimal, yaitu kondisi buah suboptimal baik keamanan dan kelayakan buah yang dijual di supermarket untuk dikonsumsi maupun dimanfaatkan. Ketiga promosi diskon harga buah suboptimal yang diberikan oleh supermarket. Keempat yaitu promosi nonharga buah suboptimal yang dipromosikan oleh supermarket. Kerangka kerja konseptual dapat dilihat pada Gambar 1.

Konseptual model yang melandasi penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, yaitu variabel eksogen dan endogen. Variabel eksogen terdiri dari sikap terhadap perilaku (STP) memiliki tiga indikator, norma subjektif (NS) memiliki tiga indikator, kontrol perilaku (KP) memiliki tiga indikator, kepedulian lingkungan (KL) memiliki dua indikator, keamanan pangan buah suboptimal (KPBS) memiliki dua indikator, promosi diskon harga (PDH) memiliki dua indikator, promosi nonharga (PN) memiliki dua indikator. Sedangkan untuk variabel endogen terdiri dari niat pembelian (NP) memiliki empat indikator.

Hipotesis penelitian ini diduga dapat memengaruhi niat pembelian konsumen terhadap buah suboptimal dan akan meningkatkan niat pembelian buah suboptimal. Hipotesis tersebut yaitu:

Hipotesis (H1) Sikap terhadap perilaku secara signifikan berpengaruh terhadap niat pembelian buah suboptimal.

Hipotesis (H2) Norma subjektif secara signifikan berpengaruh terhadap niat pembelian buah suboptimal.

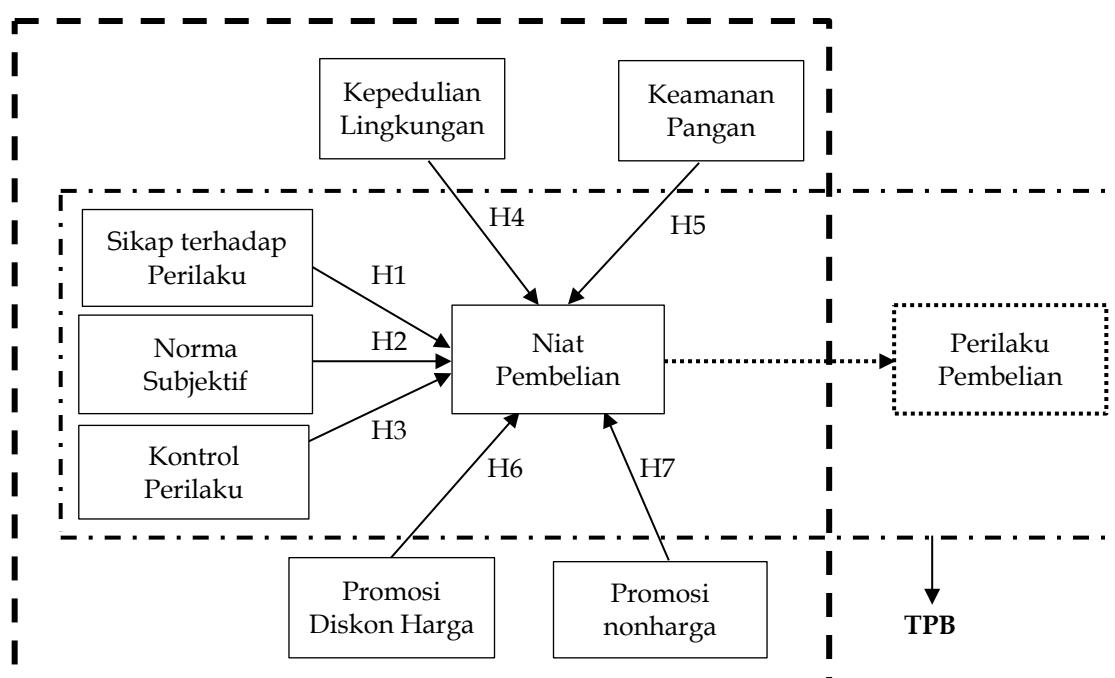
Hipotesis (H3) Kontrol perilaku secara signifikan berpengaruh terhadap niat pembelian buah suboptimal.

Hipotesis (H4) Kepedulian lingkungan secara signifikan berpengaruh terhadap niat pembelian buah suboptimal.

Hipotesis (H5) Keamanan pangan secara signifikan berpengaruh terhadap niat pembelian buah suboptimal.

Hipotesis (H6) Promosi diskon harga secara signifikan berpengaruh terhadap niat pembelian buah suboptimal.

Hipotesis (H7) Promosi nonharga secara signifikan berpengaruh terhadap niat pembelian buah suboptimal.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Statistik deskriptif dapat dilihat pada Tabel 1, merangkum bahwa mayoritas responden dalam sampel penelitian ini adalah perempuan dan sudah menikah, serta hasilnya juga menemukan bahwa responden perempuanlah yang lebih dominan sering berbelanja dan berperan dalam mengambil keputusan pembelian kebutuhan makanan rumah termasuk buah-buahan. Mayoritas jumlah responden terbanyak pada rentang usia 45 – 60 tahun dan mayoritas responden dalam penelitian ini tidak bekerja atau hanya sebagai ibu rumah tangga, oleh sebab itu mayoritas pendapatan pribadi perbulan mereka juga kurang dari Rp. 4.813.988, hal itu karena banyak responden yang tidak berkerja atau hanya sebagai ibu rumah tangga. Ibu rumah tangga mayoritas memiliki peran penting dalam memutuskan dan melakukan pembelian bahan makanan untuk rumah tangganya, oleh karena itu mereka lebih mengetahui produk makanan

yang dibutuhkan di dalam rumahnya khususnya pembelian buah-buahan.

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT PEMBELIAN TERHADAP BUAH SUBOPTIMAL

Faktor-faktor yang memengaruhi niat pembelian terhadap buah suboptimal dianalisis menggunakan SEM PLS dengan dua tahap yaitu, yaitu outer model dan inner model. Tahap pertama outer model yaitu model pengukuran validitas dan reliabilitas untuk konstruk, hasilnya dapat dilihat pada Tabel 2.

Pengujian *convergent validity*, yaitu diukur berdasarkan tiga komponen, yaitu *composite reliability*, *loading factor*, dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Hasilnya nilai *composite reliability* didapatkan berkisar dari 0,79 - 0,95 nilai ini lebih tinggi dari 0,6 sehingga semua konstruk memenuhi kriteria dan reliabel, artinya indikator-indikator yang digunakan secara konsisten dapat mengukur variabel yang digunakan (Gefen *et al.*; Solimun *et al.*, 2017). Selanjutnya nilai *loading factor* berkisar

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah (n=200)	Percentase
Usia	80 - 85 tahun	1	1%
	61 - 79 tahun	33	16%
	45 - 60 tahun	92	46%
	29 - 44 tahun	63	32%
	17 - 28 tahun	11	6%
Jenis Kelamin	Perempuan	158	79%
	Laki-Laki	42	21%
Status Pernikahan	Sudah Menikah	181	90%
	Pernah Menikah	13	7%
	Belum Menikah	6	3%
Pekerjaan	Ibu rumah tangga	102	51%
	Pegawai Negeri	24	12%
	Pengusaha/pedagang	22	11%
	Pensiunan	18	9%
	Pegawai Swasta	15	7%
	Lainnya:	17	9%
	Mahasiswa	2	1%
	< Rp. 4.813.988	128	64%
Pendapatan pribadi responden per Bulan	Rp. 4.813.988 - Rp. 6.000.000	11	5%
	Rp. 6.000.001 - Rp. 10.000.000	12	6%
	Rp. 10.000.001 - Rp. 15.000.000	21	10%
	Rp. 15.000.001 - Rp. 20.000.000	13	7%
	> Rp. 20.000.000	15	8%

Tabel 2. Hasil Evaluasi Outer Model

Variabel	Outer loadings	CA	AVE	CR
1. Sikap terhadap perilaku		0,73	0,66	0,85
STP1	0,84			
STP2	0,87			
2. Norma Subjektif		0,93	0,87	0,95
NS1	0,92			
NS2	0,96			
NS3	0,92			
3. Kontrol Perilaku		0,69	0,62	0,83
KP1	0,70			
KP2	0,86			
KP3	0,78			
4. Kepedulian Lingkungan		0,69	0,73	0,84
KL3	0,95			
KL4	0,74			
5. Keamanan Pangan Buah Suboptimal		0,70	0,75	0,85
KPBS1	0,77			
KPBS2	0,95			
6. Promosi Diskon Harga		0,88	0,89	0,94
PDH1	0,94			
PDH2	0,94			
7. Promosi Nonharga		0,48	0,65	0,79
PN2	0,87			
PN3	0,73			
8. Niat Pembelian		0,82	0,66	0,88
NP1	0,84			
NP2	0,90			
NP3	0,70			
NP4	0,78			

Keterangan: CA: Cronbach's alpha, AVE: Average Variance Extracted, CR: Composite Reliability

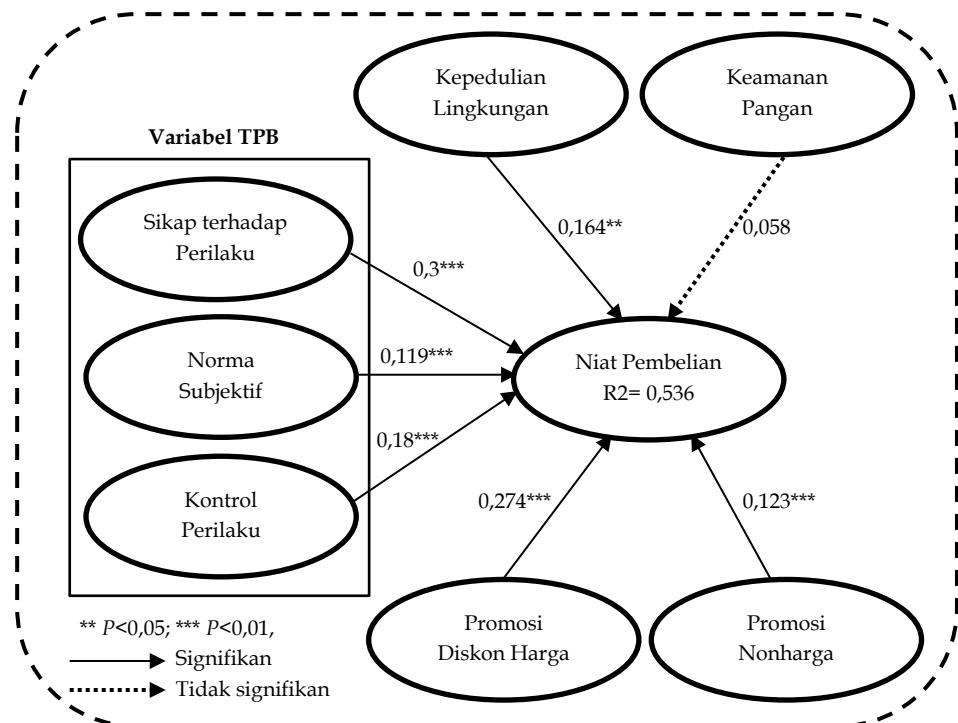
0,70 – 0,96 nilai ini memenuhi dan lebih tinggi dari 0,7, artinya indikator-indikator yang digunakan sudah dinilai kuat dan dapat menjelaskan variabel yang digunakan. Nilai AVE berkisar 0,62 – 0,89 juga memenuhi batas yang dapat diterima 0,05, artinya indikator-indikator yang digunakan saling mendukung dan mampu menggambarkan konstruknya di tiap variabel (Sholihin & Ratmono, 2021).

Pengujian kedua yaitu inner model, pertama dengan melihat nilai R^2 (R-square), hasilnya menunjukkan kriteria nilai R-square yaitu 0,536 dinilai sudah baik untuk menjelaskan variabel-variabel dalam model penelitian (Chin & Newsted, 1998).

Selanjutnya yaitu melihat signifikansi hubungan antar konstruk variabel yang disajikan pada Gambar 2. Dengan melihat koefisien jalur (β) yang menggambarkan kekuatan hu-

bungan antar konstruk (*path coefficient*), dan nilai signifikansi t statistic atau CR (*critical ratio*) yang diperoleh melalui proses bootstrapping (metode resampling).

Hasil menunjukkan bahwa niat pembelian buah suboptimal secara signifikan dipengaruhi oleh sikap konsumen terhadap buah suboptimal, dan norma subjektif, serta kontrol perilaku yang dipersepsikan, sejalan dengan penelitian Wong *et al.*, (2018) bahwa sikap dan kontrol perilaku dapat memengaruhi niat pembelian konsumen terhadap makanan suboptimal. Hasilnya pada sikap terhadap perilaku memiliki pengaruh positif terhadap niat pembelian buah suboptimal ($\beta = 0,3, p < 0,01$), karena hasilnya mayoritas responden pada penelitian ini memiliki sikap positif terhadap niat pembelian buah suboptimal. Sikap terhadap perilaku merupakan faktor yang paling



Gambar 2. Hasil Model Struktural SEM PLS Penelitian

bertanggung jawab serta memiliki pengaruh yang paling besar dan signifikan terhadap niat pembelian buah suboptimal, artinya semakin positif sikap seseorang terhadap buah suboptimal, maka semakin besar niat mereka untuk membelinya.

Selanjutnya norma subjektif, walaupun pada penelitian sebelumnya yaitu Wong *et al.*, (2018) bahwa norma subjektif tidak memengaruhi niat pembelian makanan suboptimal, akan tetapi pada penelitian ini faktor norma subjektif juga masih relevan dalam membentuk niat pembelian buah suboptimal, hasilnya faktor ini memiliki pengaruh signifikan positif terhadap niat pembelian buah suboptimal ($\beta = 0,119, p < 0,01$), karena hasilnya mayoritas konsumen masih memerlukan dan mempertimbangkan pendapat dari orang-orang yang memiliki pengalaman pernah membeli buah suboptimal, dimana mereka ingin mengetahui tentang bagaimana kualitas rasa, kesegaran, dan kelayakannya, hal ini sejalan dengan penelitian (Ayu *et al.*, 2024) bahwa konsumen yang memiliki pengalaman konsumsi produk yang baik maupun tidak, besar kemungkinan akan merekomendasikan atau mereview produk tersebut kepada orang lain yang akan melakukan pembelian.

Faktor selanjutnya yaitu kontrol perilaku, faktor ini juga memiliki pengaruh signifikan positif terhadap niat pembelian buah suboptimal ($\beta = 0,18, p < 0,01$), karena hasilnya kontrol perilaku masih relevan dalam membentuk niat pembelian buah suboptimal. Hasilnya ditemukan bahwa konsumen masih merasa mudah untuk membeli buah suboptimal, karena ketersediaan buah di supermarket dan harga buah yang relatif lebih murah dari pada buah normal lainnya, serta kontrol keputusan pembelian buah suboptimal juga sepenuhnya tergantung konsumen itu sendiri.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa diantara variabel tambahan, Faktor promosi diskon harga memiliki pengaruh signifikan positif terhadap niat pembelian buah suboptimal ($\beta = 0,274, p < 0,01$), promosi diskon harga memiliki pengaruh signifikan yang paling besar terhadap niat pembelian buah suboptimal, karena mayoritas konsumen memiliki persepisi promosi diskon harga buah suboptimal yang masih layak itu menarik dan masih sesuai dengan kebutuhan mereka, namun bukan berarti bahwa faktor tambahan lainnya tidak berperan dalam pembentukan niat pembelian, hasilnya menemukan bahwa faktor kepedulian lingkungan memiliki pengaruh

signifikan positif terhadap niat pembelian buah suboptimal ($\beta = 0,164, p < 0,05$), karena hasilnya mayoritas konsumen perduli dengan lingkungan dan limbah makanan dapat dikurangi dengan partisipasi mereka, serta mereka juga setuju bahwa diperlukannya pemanfaatan yang tepat untuk limbah makanan suboptimal, hal ini sejalan dengan penelitian (Wong *et al.*, 2018) artinya apabila mereka perduli dengan lingkungan maka semakin besar kemungkinan mereka akan membeli buah suboptimal ini.

Faktor lainnya yaitu promosi nonharga, faktor ini juga memiliki pengaruh signifikan positif terhadap niat pembelian buah suboptimal ($\beta = 0,123, p < 0,05$), promosi nonharga juga merupakan salah satu faktor penting untuk membentuk niat pembelian buah suboptimal, sejalan dengan penelitian (Utami *et al.*, 2023) bahwa promosi secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian buah dan sayur. Promosi nonharga seperti kampanye edukasi yang menyoroti aspek mengurangi food waste, resep olahan, dan manfaat dari buah suboptimal dapat memengaruhi persepsi dan sikap konsumen terhadap buah suboptimal. namun disisi lain faktor keamanan pangan buah suboptimal tidak berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian buah suboptimal ($\beta = 0,058, p < 0,37$), karena sebagian besar konsumen beranggapan bahwa buah suboptimal masih aman dan layak, serta bukan hambatan utama dalam keputusan pembelian. Berdasarkan temuan ini dihasilkan hipotesis penelitian bahwa H1, H2, H3, H4, H6, H7 terkonfirmasi dan H5 tidak terkonfirmasi.

Berdasarkan hasil analisis tersebut didapatkan implikasi manajerial untuk produsen atau perusahaan dalam meningkatkan niat pembelian buah suboptimal di masyarakat yaitu pertama sehubungan dengan informasi terkait buah suboptimal, supermarket dapat memberikan informasi yang jelas tentang manfaat dan keamanan buah suboptimal agar konsumen merasa lebih yakin dalam mengambil keputusan. Kedua, menambahkan sarana tempat khusus untuk buah suboptimal, seperti bundling produk atau lokasi khu-

sus di rak supermarket, itu dapat membantu konsumen merasa lebih terkontrol dalam memilih buah suboptimal. Ketiga, diperlukannya supermarket untuk membuat kampanye yang melibatkan influencer atau figur publik yang peduli lingkungan dapat meningkatkan tekanan sosial positif terhadap pembelian buah suboptimal

Tidak hanya mengenai harga, namun meningkatkan sikap positif terhadap perilaku dengan memberikan edukasi konsumen tentang dampak positif membeli buah suboptimal baik dari segi ekonomi maupun lingkungan dapat membentuk sikap yang lebih positif, serta pemberian label atau sertifikasi khusus yang menandakan bahwa pembelian buah suboptimal mendukung pengurangan limbah pangan dapat meningkatkan citra positif di mata konsumen. Dengan menerapkan strategi ini, supermarket dapat meningkatkan niat pembelian konsumen terhadap buah suboptimal secara efektif dan berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Niat konsumen membeli buah suboptimal di supermarket di Kota bogor dipengaruhi oleh variabel TPB, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku. Selain itu, faktor kepedulian lingkungan konsumen, promosi diskon harga, dan promosi nonharga juga berpengaruh terhadap niat pembelian buah suboptimal di supermarket di Kota Bogor.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dihasilkan saran untuk supermarket atau perusahaan dan penelitian selanjutnya, yaitu pertama saran untuk supermarket. Supermarket dapat memberikan diskon harga yang besar atau fantastis agar dapat menarik niat konsumen dalam pembelian buah suboptimal, kedua supermarket dapat memberikan pilihan buah-buahan dengan tingkat kecacatan tertentu dengan menambahkan sarana tempat khusus untuk buah suboptimal, seperti bundling pro-

duk atau lokasi khusus di rak supermarket agar konsumen merasa lebih terkontrol dalam memilih buah suboptimal, ketiga supermarket dapat menyediakan testimoni untuk pelanggan agar dapat merasakan buah yang suboptimal, sehingga konsumen dapat mempertimbangkan untuk melakukan pembelian, selain itu dapat juga memberikan promosi paket buah *mix* dalam satu kemasan atau pemberian resep olahan buah seperti *smoothie* dan lain-lain.

Saran bagi penelitian selanjutnya yaitu perlu dilakukan penelitian mengenai faktor-faktor lainnya yang belum tercakup dalam penelitian ini karena masih banyak faktor-faktor lain yang diduga memengaruhi niat pembelian terhadap pangan yang suboptimal baik pada produk pertanian buah-buahan, sayuran, atau produk pangan lainnya. Kedua, penelitian lebih lanjut tentang segmentasi demografis terhadap niat pembelian buah suboptimal, penelitian ini mengidentifikasi kelompok konsumen manakah yang paling banyak berniat untuk membeli buah suboptimal, penelitian ini memberikan strategi dan sasaran pasar yang tepat bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Argenta LC, Vieira MJ, Souza F, De Pereira WSP, & Edagi FK. (2015). Diagnóstico Da Qualidade De Macas No Mercado Varejista Brasileiro. *Revista Brasileira de Fruticultura*, 37(1), 48-63. doi.org/10.1590/0100-2945-047/14
- Aschemann-Witzel J, Otterbring T, de Hooge IE, Normann A, Rohm H, Almlí VL, & Oostindjer M. (2019). The who, where and why of choosing suboptimal foods: Consequences for tackling food waste in store. *Journal of Cleaner Production*, 236. doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.07.071
- Ayu RS, Krisnamurthi B, Rachmina D. (2024). Analisis Keputusan Pembelian Mie Basah Oleh Konsumen Muda Di Kota Bogor. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 12(2), 345-358. doi.org/10.29244/jai.2024.12.2.345-358
- Berdegué JA, Balsevich F, Flores L, & Reardon T. (2005). Central American supermarkets' private standards of quality and safety in procurement of fresh fruits and vegetables. *Food Policy*, 30(3), 254-269. doi.org/10.1016/j.foodpol.2005.05.003
- Cao Y, & Miao L. (2021). Consumer responses to suboptimal food products. *Appetite*, 163(March), 105205. doi.org/10.1016/j.appet.2021.105205
- Chin WW, & Newsted PR. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. Modern methods for business research. *Statistical Strategies for Small Sample Research*, January 1998, 295-336.
- de Hooge IE, Oostindjer M, Aschemann-Witzel J, Normann A, Loose SM, & Almlí VL. (2017). This apple is too ugly for me!: Consumer preferences for suboptimal food products in the supermarket and at home. *Food Quality and Preference*, 56, 80-92. doi.org/10.1016/j.foodqual.2016.09.012
- Eriksson M, Strid I, & Hansson PA. (2012). Food losses in six Swedish retail stores: Wastage of fruit and vegetables in relation to quantities delivered. *Resources, Conservation and Recycling*, 68, 14-20. doi.org/10.1016/j.resconrec.2012.08.001
- Gefen D, Drexel U, George JF, UFS, Hantula DA, Temple U, Huff S, Wellington VU, Zealand N, Kendall JE, Rutgers U, Munkvold BE, Agder U, Standing CUEC, Figueiredo AD, De & Coimbra U (n.d.). A Note on How to Conduct a Factor-Based PLS-SEM Analysis. *IGI Publishing*. IJeC Editorial Board.
- Gobel C, Langen N, Blumenthal A, Teitscheid P, & Ritter G. (2015). Cutting food waste through cooperation along the food supply chain. *Sustainability (Switzerland)*, 7(2), 1429-1445. doi.org/10.3390/su7021429
- Hueppe R, & Zander K. (2024). Perfect apples or sustainable production?—Consumer perspectives from Germany. *Journal of*

- Consumer Behaviour*, 23(2), 698-710. doi.org/10.1002/cb.2236
- Lim SM, Law H, & Lee SS. (2023). Consumers' Quality Perception and Acceptance of Suboptimal Food: An Online Survey in Selangor and Kuala Lumpur, Malaysia. *Foods*, 12(15). doi.org/10.3390/foods12152824
- Lombart C, Millan E, Normand JM, Verhulst A, Labbe-Pinlon B, & Moreau G. (2019). Consumer perceptions and purchase behavior toward imperfect fruits and vegetables in an immersive virtual reality grocery store. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 48(January), 28-40. doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.01.010
- Mahmud SSO, Pambudy R, & Tinaprilla N. (2024). Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Eksternal Produk Beras Organik Di Yogyakarta. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 12(2), 370-379. doi.org/10.29244/jai.2024.12.2.370-379
- Massaglia S, Borra D, Peano C, Sottile F, & Merlini VM. (2019). Consumer preference heterogeneity evaluation in fruit and vegetable purchasing decisions using the best-worst approach. *Mdpi*, 8(7).
- Mattsson L, Williams H, Eriksson M, Strid I, & Hansson PA. (2022). Avoidance of Supermarket Food Waste—Employees' Perspective on Causes and Measures to Reduce Fruit and Vegetables Waste. *Resources, Conservation and Recycling*, 68(16), 14-20. doi.org/10.3390/su141610031
- Putri RR, Nurmalina R, Suprehatin. (2024). Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Jeruk Lokal Rimau Gerga Lebong Di Pulau Sumatera. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, Vol 12(2), 330-344. doi.org/10.29244/jai.2024.12.2.330-344
- Rieger J, Freund F, Offermann F, Geibel I, & Gocht A. (2023). From fork to farm: Impacts of more sustainable diets in the EU-27 on the agricultural sector. *Journal of Agricultural Economics*, 74(3), 764-784. doi.org/10.1111/1477-9552.12530
- Rustam K, & Subarkah R. (2021). Studi Pengembangan Ekonomi Lokal Kota Bogor Berbasis Produk Unggulan Daerah Dengan Analisis Swot. *Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 127-146. doi.org/10.51277/keb.v16i2.98
- Sholihin M. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis* (C. Mitak (ed.); 2nd ed.). CV ANDI OFFSET.
- Silapeux AGK, Ponka R, Fazzoli C, & Fokou E. (2021). Waste of fresh fruits in Yaoundé, Cameroon: Challenges for retailers and impacts on consumer health. *Agriculture (Switzerland)*, 11(2), 1-12. doi.org/10.3390/agriculture11020089
- Siregar AF, Salsabila S, & Tanjung AF. (2020). Analisis Jumlah Penawaran dan Nilai Jual Buah Lokal dan Impor di Pasar Tradisional Kota Medan. In *Daun: Jurnal Ilmiah Pertanian dan Kehutanan* (Vol. 7, Issue 2, pp. 88-99). doi.org/10.33084/daun.v7i2.2001
- Solimun, Rinaldo AA, Fernandes N. (2017). *Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS* (U. Press (ed.); 2nd ed.). UB Press.
- Stangherlin I, do C, Duarte Ribeiro JL, & Barcellos M. (2019). Consumer behaviour towards suboptimal food products: a strategy for food waste reduction. *British Food Journal*, 121(10), 2396-2412. doi.org/10.1108/BFJ-12-2018-0817
- Sullivan AN, & Lachman ME. (2017). Behavior change with fitness technology in sedentary adults: A review of the evidence for increasing physical activity. *Frontiers in Public Health*, 4(JAN). doi.org/10.3389/FPUBH.2016.00289
- Utami DN, Trimo L, Judawinata MG, & Suminartika E. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Platform Pembelian Buah dan Sayur Online. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 11(1), 64-74. doi.org/10.29244/jai.2023.11.1.64-74

Wong SL, Hsu CC, & Chen HS. (2018). To buy or not to buy? Consumer attitudes and purchase intentions for suboptimal food. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(7). doi.org/10.3390/ijerph15071431