

# Study of Consumer Behavior & Food Safety of Healthy Food Products

Kusdiyanto<sup>1</sup>, Mabruroh<sup>2</sup>, Sri Murwanti<sup>3</sup>, Edy Purwo Saputro<sup>4</sup>, Dewi Probawati Setyaningrum<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Department of Management, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

✉ [kus189@ums.ac.id](mailto:kus189@ums.ac.id)

## **Abstract**

*The need for healthy food during a pandemic is important not only in terms of fulfilling nutrition but also in terms of price, purchasing power and availability. Therefore, behavioral research on the attractiveness of consumption of healthy food products does not only refer to theoretical, but also aspects of practical and empirical importance. The long-term goal of this research is to build a model of healthy food consumption behavior and the purpose of this research is to identify the attractiveness factor for consumption of healthy food products (the case of organic vegetables). The mapping of the results of a review of 30 empirical research provides an overview of the diversity of factors that underlie the formation of a model of healthy food consumption behavior, not only in developing countries but also in developed countries. The limitations and weaknesses of the research are presented as an in-depth reference for further research*

**Keywords:** *consumption, purchase intention, knowledge, healthy food*

## **Kajian Perilaku Konsumen & Keamanan Pangan Produk Pangan Sehat**

### **Abstrak**

Kebutuhan pangan sehat di masa pandemi menjadi penting tidak saja terkait dengan pemenuhan gizi tetapi juga kepentingan harga, daya beli dan ketersediaan. Oleh karena itu, riset keperilakuan daya tarik konsumsi produk pangan sehat tidak saja mengacu teoritis semata, tapi juga aspek kepentingan praktis dan empiris. Tujuan jangka panjang riset ini membangun model perilaku konsumsi pangan sehat dan tujuan riset ini yaitu mengidentifikasi faktor daya tarik konsumsi produk pangan sehat (kasus sayur organik). Pemetaan hasil review 30 riset empiris memberikan gambaran dari keberagaman faktor yang mendasari terbentuknya model perilaku konsumsi pangan sehat, tidak hanya di negara berkembang tapi juga di negara maju. Temuan keterbatasan dan kelemahan riset disampaikan sebagai acuan pendalaman untuk riset lanjutan.

**Kata kunci:** *konsumsi, niat beli, pengetahuan, pangan sehat*

## **1. Pendahuluan**

Riset keperilakuan konsumsi produk pangan sehat menarik diteliti karena dari sejumlah penelitian menunjukkan hasil beragam [1] [2] [3]. Hal ini menunjukkan ada *research gap* yang menarik untuk diteliti. Selain itu, kepentingan terhadap kesehatan di masa pandemi juga menjadi penting, meski di sisi lain tuntutan kebutuhan pangan sehat tidak hanya didominasi mayoritas negara industri maju tapi juga meningkat di negara miskin berkembang. Fakta ini menjadi tantangan dan peluang pengembangan produk pangan sehat yang terjangkau daya beli. Hal ini juga menjadi acuan untuk riset keperilakuan karena teoritis menjelaskan ada potensi *switching behavior* ketika faktor daya tariknya berubah yaitu perilaku, sikap dan persepsi [4]. Artinya, pandemi memberikan perubahan keperilakuan karena ada pengaruh harga, daya beli, selera dan promosi. Identifikasi daya tarik konsumsi produk pangan sehat menjadi celah riset yang tidak hanya memberikan gambaran perubahan dari perilaku konsumen

tapi juga dampak sistemik dari pandemi setahun terakhir sehingga terjadi pergeseran dan atau perubahan perilaku konsumsi produk pangan sehat [2] [5].

Konsumsi produk pangan sehat pada dasarnya merupakan tuntutan pemenuhan pangan bagi semua, tidak saja di perkotaan tapi juga di perdesaan, tidak hanya untuk negara industri maju tetapi juga merata di negara miskin berkembang. Oleh karena itu, upaya pemenuhannya, baik melalui produksi dan distribusi harus berkelanjutan. Hal ini secara tidak langsung menjadi peluang dalam produksi produk pangan sehat, meski di sisi lain pandemi juga berdampak terhadap daya beli. Artinya, persaingan yang terjadi memberikan sentimen terhadap upaya pemenuhannya secara lebih baik, meski tuntutan terhadap kualitas tidak selaras dengan daya beli yang meredup. Oleh karena itu, sangat beralasan jika kemudian ada perubahan perilaku dari pemenuhan kebutuhan pangan ke produk pangan sehat sebagai dampak antisipatif dari pandemi, meski realitas tidak bisa digeneralisasi [6].

Argumen dari ketidakmampuan generalisasi karena tidak semua konsumen bisa memenuhi kebutuhan konsumsi produk pangan sehat di masa pandemi dengan berbagai faktornya. Selain itu, rendahnya daya beli dari dampak sistemik pandemi secara tidak langsung juga berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan produk pangan sehat. Fakta ini tidak terlepas dari kondisi PHK dan pengangguran sehingga pendapatan justru menurun yang kemudian berimbas terhadap daya beli. Artinya, membangun kesadaran kolektif terhadap pemenuhan konsumsi produk pangan sehat tidak bisa digeneralisasi, meski sebenarnya kebutuhan terhadap itu menjadi penting di masa pandemi. Terkait ini sebenarnya membangun kesadaran kolektif konsumsi produk pangan sehat merupakan sinergi dari aspek kognitif, afektif dan konatif [1].

Perilaku hidup sehat di masa pandemi menjadi dasar yang baik untuk memacu konsumsi produk pangan sehat. Setidaknya hal ini ditandai dengan semakin tingginya kebutuhan terhadap konsumsi produk pangan sehat. Meski awalnya realita konsumsi produk pangan sehat lebih dominan terjadi di mayoritas negara industri maju tapi masa pandemi justru berdampak positif terhadap perkembangan di negara miskin berkembang dan karenanya ini menjadi potensi untuk ditindaklanjuti, bukan hanya dari produksinya tetapi juga distribusi sehingga terjangkau oleh semua [2] [7] [8] [9].

Konsumsi produk pangan sehat yang semakin meningkat di masa pandemi secara tidak langsung menjadi peluang dan tantangan menindaklanjutinya sehingga aspek ke depan dari perilaku konsumsi produk pangan sehat adalah kebutuhan pasokannya sehingga potensi produksi juga berkembang. Hal ini berdampak terhadap produksi - konsumsi yang diharapkan memacu perubahan perilaku atau *switching behavior* yang kemudian disebut adopsi sosial perilaku konsumsi produk pangan sehat [2] [1] [8] [5] [4]. Oleh karena itu, rumusan masalah riset ini adalah bagaimana identifikasi daya tarik konsumsi produk pangan sehat?

## 2. Literatur Review

Pandemi dan tuntutan kesehatan menjadi sinyal positif terhadap peningkatan kebutuhan konsumsi produk pangan sehat. Di satu sisi, ini menjadi peluang dan di sisi lain menjadi tantangan, terutama dikaitkan produksi - distribusi sehingga harga terjangkau [1] [5]. Harapan terkait hal ini konsumsi produk pangan sehat bukan trend sesaat tetapi perilaku sehat. Artinya, kecenderungan konsumsi produk pangan sehat menjadi perilaku jamak dan *life style* sehingga harus didukung edukasi dan literasi sistematis dan berkelanjutan karena menyangkut kepentingan kesehatan [12].

Fenomena kebutuhan konsumsi produk pangan sehat memberikan gambaran riil bahwa upaya pemenuhannya tidak hanya mengacu pemenuhan kebutuhan semata tetapi juga mengacu pertimbangan kesehatan sehingga faktor pertimbangan di era kekinian semakin kompleks, tidak hanya internal tetapi juga eksternal [5] [11] [12]. Fakta lain yang juga menarik dicermati trend konsumsi produk pangan sehat bukan hanya terkait *switching behavior* tetapi juga karena dukungan ketersediaan pangan, informasi kesehatan, kesadaran kolektif konsumsi produk pangan sehat, risiko, nilai sosial, sikap individu, edukasi, pembelajaran sosial, proses pembelian, atribut produk, budaya dan beragam identifikasi konsumen [4] [8].

Identifikasi terhadap faktor konsumsi produk pangan sehat menjadi acuan dalam riset ini, termasuk juga esensinya terhadap *setting* amatan kasus di Solo yang



melibatkan berperilaku ibu rumah tangga terkait konsumsi produk pangan sehat. Oleh karena itu, relevansi penelitian ini tidak hanya mengacu aspek eksplorasi terkait fenomena *switching behavior*, tapi juga pendalaman teoritis – konsep tentang niat beli terhadap pangan sehat. Selain itu, implikasi dari temuan riset ini juga memberikan kontribusi terhadap bidang pemasaran dan produksi, terutama dari aspek produk yang lebih memberikan jaminan kesehatan kepada konsumen.

Perubahan perilaku konsumen merupakan salah satu isu riset yang menarik dan faktor yang mempengaruhinya cenderung beragam sehingga ini menjadi *research gap*. Di satu sisi, ada faktor internal yang mempengaruhi dan di sisi lain peran faktor eksternal juga tidak bisa diabaikan [1] [5]. Identifikasi daya tarik konsumsi produk pangan sehat tidak hanya berkaitan proses produksi, tapi juga distribusi - persaingan dengan produk pangan konvensional. Jadi fenomena konsumsi produk pangan sehat menjadi alasan *switching behavior* dan karenanya faktor yang menjadi daya tariknya menjadi salah satu isu relevan untuk dikaji terutama terkait kesehatan dibandingkan tuntutan konsumsi secara umum oleh konsumen.

Salah satu faktor utama *switching behavior* yaitu dari motivasi, sedangkan motivasi dipengaruhi kuatnya persepsi tentang sesuatu (dalam kasus ini yaitu pangan sehat), pengalaman individu, ketersediaan waktu bagi pencarian informasi terhadap suatu produk, pemahaman tentang isu manajemen global, faktor ketersediaan produk tersebut, dan juga dukungan finansial [8] [9] [3] [4].

Sinergi perubahan berperilaku dalam konsumsi produk pangan sehat tidak bisa terlepas dari perubahan sikap. Oleh karena itu, persepsian individu menjadi salah satu hal penting dalam mendukung perubahan perilaku konsumsi. Argumen yang mendasarinya karena sikap positif akan berpengaruh terhadap tindakan (*action*), begitu juga jika yang terjadi adalah sikap negatif sehingga berdampak terhadap sikap penolakan [7] [11]. Terkait hal ini pandemi berdampak terhadap tuntutan pemenuhan konsumsi produk pangan sehat dan kemudian berpengaruh terhadap persepsian konsumen yang kemudian memicu stimulus terhadap sikap positif yang pada akhirnya membangun persepsian positif terhadap niat konsumsi pangan sehat. Imbasnya adalah terjadi perubahan perilaku konsumsi di masyarakat. Terkait ini, maka edukasi kepada publik menjadi penting dan identifikasi apa saja yang perlu disampaikan ke publik dari produk pangan sehat harus dieksplorasi yang melibatkan pihak terkait, misal ahli gizi, dokter, pedagang dan konsumen.

Urgensi konsumsi produk pangan sehat dan pengetahuan tentang produk pangan sehat maka kajian tentang faktor pendorongnya menjadi penting dan identifikasinya bisa menjadi stimulus terhadap konsumsi produk pangan sehat secara berkelanjutan. Terkait ini keberhasilan membangun stimulus harus mengacu sejumlah faktor yaitu kualitas stimulus, atribut stimulus yang dipakai, emosi individu, niat beli, situasional dan personal [2] [5] [9]. Selain itu faktor eksternal yang perlu diperhatikan yaitu risiko perubahan perilaku yang terjadi [4] [9]. Hal ini mengindikasikan *review* hasil riset empiris merupakan salah satu faktor yang penting untuk bisa memetakan faktor daya tarik konsumsi pangan sehat. Identifikasi faktor penting ini menunjukkan *switching behavior* dalam berperilaku konsumen (juga menunjukkan *research gap*).

Pangan sehat merupakan kebutuhan untuk mendukung pemenuhan konsumsi, tidak saja di perkotaan, juga di perdesaan. Pandemi secara tidak langsung berdampak positif terhadap pemenuhan kebutuhan pangan sehat sehingga hal ini berpengaruh terhadap trend peningkatan permintaan dan konsumsi produk pangan sehat. Di satu sisi, realitas ini menarik dicermati terutama dikaitkan dengan tuntutan kesehatan meski di sisi lain ini juga terkait perubahan berperilaku - *switching behavior*. Hasil riset empiris menunjukkan ada beberapa faktor penting yang mempengaruhi perubahan perilaku konsumsi misalnya labelisasi kandungan produk, jenis produk, harga, sistem distribusi dan sistem produksi [2] [5] [4]. Faktor lain yang juga menjadi perhatian yaitu sikap terhadap teknologi produksi, sikap terhadap lingkungan, phobia produk, keberagaman pasar, pengetahuan, risiko, manfaat dan norma subyektif [5] [4] [11].

Identifikasi dari temuan sejumlah riset memberikan gambaran bahwa kajian dari konsumsi produk pangan sehat tidak hanya mengacu kepentingan teoritis semata, tapi juga empiris dan praktis karena menyangkut produksi, distribusi dan pemasaran sehingga implikasinya yaitu membangun model *buyer-supplier relationship* [2]. Hasil riset empiris menegaskan *switching behavior*, termasuk pada kasus produk pangan

sehat mengacu dua aspek yaitu ekspektasi sebelum melakukan dan pengalaman pasca melakukan. Hal ini menunjukkan bahwa ekspektasi yang melampaui harapan dan lebih diperkuat dengan pengalaman yang mendukung ekspektasinya maka ini berpengaruh terhadap keberhasilan *switching behavior* [1]. Implikasi adalah berperilaku menjadi loyalitas sehingga memberikan profit jangka panjang.

Hal lain yang juga menarik dikaji yaitu harga, terutama nominal dan pandemi. Persoalan harga tidak terlepas dari ketersediaan yang sebenarnya berkaitan dengan distribusi. Faktor harga dan ketersediaan tidak bisa diremehkan karena ini dikaitkan tuntutan pemenuhan konsumsi pangan sehat, tidak saja di masa pandemi tapi juga di situasi normal sehingga harapannya adalah masyarakat sehat. Persoalan harga dan ketersediaan perlu dicermati karena ini rentan terhadap *switching behavior* dalam niat beli dan juga konsumsi produk pangan sehat [12] [8] [4].

Keberagaman faktor konsumsi produk pangan sehat memberi gambaran bahwa faktor global juga perlu dicermati, misalnya regulasi global pangan, termasuk regulasi ISO 14000 sehingga ini berpengaruh terhadap pasokan terutama pangan impor.

### 3. Metode

Definisi produk pangan sehat cenderung beragam, ada yang mengkaitkannya dengan proses produksi alami, ramah lingkungan, produksi hijau, minimalisasi dalam penggunaan bahan-bahan kimia, dan produk yang memberikan manfaat kesehatan. Dari definisi itu dalam riset ini pemahaman produk pangan sehat adalah produk yang berorientasi keamanan pangan dan kesehatan yang menggunakan proses produksi secara alamiah [2] [1] [5] [4] [7].

Metode yang digunakan dalam riset ini yaitu studi kualitatif melakukan review 30 riset empiris dengan tujuan melakukan pemetaan mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh terhadap niat konsumsi produk pangan sehat.

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1. Pangan Sehat

Konsumsi pangan sehat menjadi isu menarik tidak hanya mengacu teoritis di bidang kesehatan tapi juga di bidang pemasaran karena menyangkut banyak aspek. Oleh karena itu, kajian tentang konsumsi pangan sehat tidak hanya terjadi di negara industri maju, tapi juga semakin berkembang di negara miskin berkembang. Hal ini secara tidak langsung memberikan gambaran semakin tingginya kesadaran kolektif terhadap tuntutan pemenuhan konsumsi pangan sehat. Di satu sisi, realitas ini tentu menarik dicermati dan pastinya berdampak positif terhadap niat beli dan loyalitas terhadap konsumsi pangan sehat, meski di sisi lain konsekuensinya adalah pemenuhan dalam arti kuantitas, selain kualitasnya. Aspek lain yang juga menarik dicermati adalah pertimbangan harga karena konsumsi pangan sehat cenderung lebih mahal dibanding konsumsi pangan konvensional [2] [5] [4] [12].

Identifikasi terhadap konsumsi pangan sehat secara tidak langsung menjadi kajian yang juga menarik sebagai konsekuensi dari lanjutan perubahan konsumsi pangan sehat secara global. Setidaknya ini mengacu sejumlah aspek yang mendasari, misal pertimbangan ketersediaannya, faktor harga yang kompetitif, kualitas yang mampu menjamin terhadap kandungan gizi dan pertimbangan tentang distribusi, termasuk faktor daya tahan produk (pertimbangan waktu kedaluarsa sebelum konsumsi). Oleh karena itu, kontinuitas dari perilaku konsumsi produk pangan sehat tidak hanya mengacu faktor dari internal (kesadaran kolektif terkait hidup sehat) tapi juga pengaruh eksternal (menyangkut kontinuitas dan kepastian pasokan sehingga berdampak terhadap demand – supply).

Faktor kompleks dari konsumsi produk pangan sehat maka menarik dikaji tentang review atau pemetaan sejumlah hasil riset empiris untuk melakukan identifikasi tentang faktor apa saja yang mendasari konsumsinya. Hal ini menjadi penting tidak saja mengacu pertimbangan teoritis pemasaran tetapi juga faktor kesehatan, apalagi ada pandemi yang mengancam dalam beberapa tahun terakhir.

### 4.2. Jenis Riset

Pemahaman secara umum menjelaskan adanya dua kelompok riset yaitu kualitatif dan kuantitatif. Penelitian kualitatif lebih mengacu kepada suatu metode bertujuan untuk memberikan penjelasan dan melakukan kajian analisis terhadap fenomena, dinamika, suatu peristiwa dan juga berkaitan dengan persepsian secara jamak. Artinya, riset secara kualitatif mengacu kepentingan terhadap pemahaman suatu fenomena yang dialami subyek dari penelitian tersebut. Di sisi lain, penelitian kuantitatif lebih mengacu suatu proses kajian yang terkait penggunaan dan pemanfaatan angka-angka tertentu yang dianalisis untuk merumuskan hasil dari pelaksanaan risetnya. Artinya, riset kuantitatif ini lebih mengutamakan penafsiran angka, mulai dari pengumpulan, olah datanya dan aspek pemaparan hasil risetnya.

Perbedaan kedua riset tersebut maka bisa dijelaskan bahwa riset kualitatif mengedepankan pengembangan teoritis, mendeskripsikan fenomena yang muncul dan juga kompleksitas permasalahan yang berkembang. Selain itu, riset kuantitatif mengedepankan penjelasan terhadap keterkaitan antar variabel dan berkepentingan untuk pengujian teori dan kemudian aspek lanjutannya adalah generalisasi hasil. Pertimbangan lain yang juga menarik bahwa dalam riset kualitatif berkepentingan mendapat data secara mendetail terkait kasus dan fenomena tertentu sehingga terkadang ada banyak narasumber yang harus dilibatkan dalam penggalan data, meskipun juga dimungkinkan memilih narasumber secara terbatas dan spesifik. Terkait ini untuk riset kuantitatif justru mengandalkan sejumlah instrumen riset, termasuk juga keterlibatan kuesioner yang dalam hasilnya kemudian dikonversi menjadi angka-angka untuk dianalisis untuk menemukan generalisasi hasil.

Dikotomi antara riset kualitatif dan kuantitatif juga mempertimbangkan dinamisasi dalam pelaksanaan risetnya karena riset kualitatif cenderung sangat dinamis karena lebih mengacu kepada perkembangan atau dinamisasi risetnya sendiri sehingga tidak ada model penetapan yang baku. Oleh karena itu, beralasan jika riset kualitatif lebih menonjolkan aspek narasi, termasuk dalam interpretasi temuan lapangan dan hasil wawancara. Hal ini berbeda dengan riset kuantitatif yang cenderung terperinci - rigid dalam semua prosedur sehingga alur ditetapkan lebih awal dan semuanya mengacu prosedural yang telah ditetapkan tersebut untuk mencapai hasil dan kepentingan generalisasi hasil. Hal ini tidak bisa lepas dari pemahaman riset kuantitatif mementingkan netralitas sehingga semua kebenaran hanya berdasarkan data dan fakta karena peneliti harus netral sementara dalam riset kualitatif dimungkinkan adanya subyektifitas peneliti, meski secara umum tuntutan netralitas menjadi pertimbangan yang utama.

Dualisme dibalik riset kualitatif dan kuantitatif juga tidak bisa mengabaikan adanya tujuan riset karena riset kualitatif lebih mempertimbangkan pemahaman secara mendalam, pengembangan teoritis yang ada, melakukan deskripsi - narasi dari realita yang muncul dan berkembang, termasuk juga kompleksitas yang ada. Riset kuantitatif bertujuan menjelaskan adanya hubungan antar variabel amatan untuk dilakukan pengujian yang membenarkan dan atau menolak teori sehingga kemudian melakukan generalisasi hasil. Hal ini yang kemudian memunculkan adanya kajian tentang regresi dan korelasi pada riset kuantitatif, termasuk juga dimungkinkan adanya pelaksanaan riset eksperimen.

Dari pejabaran diatas dapat disimpulkan bahwa riset kualitatif cenderung subyektif karena peneliti berinteraksi secara langsung dengan narasumber atau obyek riset sehingga riset kualitatif bisa disebut melakukan proses secara induktif yang memungkinkan proses berlangsung secara dinamis tergantung situasi yang berkembang. Hal ini berbeda dengan riset kuantitatif yang cenderung obyektif karena peneliti mencermati berdasarkan fakta - data sehingga prosesnya dilakukan secara deduktif dan pelaksanaan riset tidak bisa dinamis tetapi terinci dan rigid mengacu model yang ditetapkan sedari awal. Terkait ini hasil dari riset kualitatif cenderung terbatas generalisasinya dan ini berbeda jika dibanding generalisasi hasil riset kuantitatif yang cenderung lebih luas. Oleh karena itu, dalam riset kualitatif maka proses analisis data dilakukan selama proses penelitian itu berlangsung sedangkan riset kuantitatif maka analisis data dilakukan di akhir sebelum ada laporan riset untuk kemudian melakukan kesimpulan. Hal ini juga menguatkan arti

keterlibatan subyek penelitian yaitu dalam riset kualitatif disebut narasumber sedangkan di riset kuantitatif disebut responden.

#### 4.3. Lokasi

Lokasi penelitian merupakan obyek amatan yang tidak bisa diabaikan peran penting dalam pelaksanaan penelitian. Pemahaman ini memberi gambaran lokasi adalah tempat dimana peneliti mendapatkan informasi, data dan fenomena untuk kepentingan dalam riset yang dilakukan. Artinya, lokasi adalah tempat dimana riset itu dilakukan untuk menjawab tujuan riset. Oleh karena itu, pemilihan lokasi riset perlu mempertimbangkan dari sejumlah aspek, misal fenomena yang muncul dan berkembang, representasi isu dan tujuan riset, kemampuan pengumpulan datanya, kemudahan mendapatkan responden, dan akses terhadap penyampaian kuesioner, baik secara offline atau online dll.

Penjabaran diatas memberikan gambaran pemilihan lokasi juga penting dari sukses pelaksanaan penelitian karena mencakup ragam pertimbangan. Oleh karena itu, pemilihan lokasi riset menjadi salah satu kunci keberhasilan, terutama terkait pengumpulan data untuk perumusan hasil dan generalisasi hasil riset. Artinya, dari pemilihan lokasi riset juga bisa mendiskripsikan daya tarik, keunikan topik riset termasuk juga pertimbangan kesesuaian dari topik riset tersebut. Fakta ini menjadi argumen urgensi lokasi dalam mendukung riset, baik kualitatif atau kuantitatif. Jadi pertimbangan pemilihan lokasi menjadi acuan terhadap banyak kepentingan sebagai salah satu strategi mendukung pelaksanaan penelitian.

#### 4.4. Responden

Keberhasilan penelitian tidak hanya dipengaruhi oleh jenis riset dan lokasi tetapi juga peran dari responden. Argumen yang mendasari karena responden merupakan komponen yang juga penting, terutama berkaitan pencarian data untuk kepentingan riset dan responden tidak hanya dibatasi oleh jumlah tapi juga kualitasnya, termasuk misal dari karakteristik dan juga gender. Jadi, dalam riset kuantitatif peran penting responden tidak bisa diremehkan dan pada riset kualitatif peran penting narasumber juga mendiskripsikan fungsi utama untuk merumuskan hasil. Meski narasumber dan responden berbeda peruntukannya tetapi esensi dari perannya cenderung sama.

Peran utama dari responden sejatinya adalah menjawab sejumlah pertanyaan untuk menjawab tujuan pelaksanaan riset. Pertanyaan itu sendiri bisa dikembangkan dari temuan sejumlah riset sebelumnya kemudian disesuaikan dengan setting amatan tetapi juga dapat dikembangkan sesuai perjalanan riset itu sendiri. Oleh karena itu, pengembangan variabel yang dilanjutkan perumusan dan pembentukan indikator pertanyaan menjadi salah satu kunci penting untuk penyebaran kuesioner kepada responden sehingga apa yang bisa diperoleh dari jawaban kuesioner akan menjadi acuan pendataan untuk pengolahan data demi pencapaian tujuan pelaksanaan riset.

Tabel 4.1 Identifikasi temuan sejumlah riset empiris

NO	KETERANGAN	JMLH	KETERANGAN	JMLH
1	JENIS RISET			
	Kuantitatif		TRA – Regresi	2
			TPB – SEM	11
			TPB – PLS	1
			PLS	2
			SEM	4
			Kuesioner	1
			Model Logit	1
	Kualitatif		Kajian Teoritis	
			FGD – Indepth Interview	1
			Diskriptif	7
	Kuantitatif & Kualitatif			

2	<b>LOKASI</b>	
	Eropa	5
	Asia - Afrika	19
	Arabia	1
	Indonesia	2
	Tidak terdeteksi	3
3	<b>RESPONDEN</b>	
	Konsumen	22
	Dosen, Mhs & Pelajar	5
	Wanita	
	Tidak terdeteksi	3

Sejumlah riset menunjukkan mayoritas merupakan riset kuantitatif mencapai 22 riset (73%) sedangkan riset kualitatif mencapai 8 buah (27%). Hal ini secara tidak langsung menegaskan bahwa kajian tentang konsumsi produk pangan sehat secara umum lebih banyak dilakukan melalui riset kuantitatif. Meski pendekatan kuantitatif dan kualitatif memiliki keunggulan tetapi aspek generalisasi hasil riset memberikan gambaran berbeda sehingga keduanya memiliki implikasi yang cenderung berbeda. Meski demikian, baik antara pendekatan kuantitatif atau kualitatif memiliki potensi hasil untuk kepentingan generalisasi yang memberikan peluang riset lanjutan.

Penjelasan untuk riset kuantitatif dengan analisis SEM yang mengacu teoritis TPB mencapai 11 riset (37%) sedangkan yang menggunakan analisis SEM mencapai 4 riset (13%). Selain itu, riset kuantitatif dengan analisis SEM mengacu teoritis TRA mencapai 2 buah, begitu juga untuk riset yang menggunakan analisis PLS. Temuan lain memberi gambaran riset kualitatif tentang pangan dengan menggunakan analisis diskriptif mencapai 7 buah (23%) sedangkan riset kualitatif yang memakai model FGD – indepth interview hanya 1 buah.

Lokasi riset ternyata lebih banyak terjadi di kawasan Asia – Afrika (63%), lalu di Eropa (17%), meski demikian untuk kasus di Indonesia ada 2 riset. Selain itu, keterlibatan responden menjadi dominan karena mencapai 22 (73%). Peran responden menjadi kunci dalam pendataan riset karena memberikan keterangan dan data untuk analisis lanjutan. Di sisi lain keterlibatan responden dosen, mahasiswa dan pelajar mencapai 5 riset (17%).

Temuan tersebut menjadi acuan adanya sejumlah variabel amatan sehingga ini menjadi penting untuk riset lanjutan dan pengujian tentang faktor yang memberikan pengaruh terhadap niat beli produk pangan sehat. Oleh karena itu, hasil pemetaan itu secara tidak langsung memberikan gambaran pentingnya identifikasi sejumlah hal termasuk variabel amatan yang akan menjadi acuan bagi penelitian lanjutan sesuai dengan setting amatan, termasuk juga potensi riset replikasi.

## 5. Kesimpulan

Pemetaan riset empiris merupakan salah satu cara melihat perkembangan riset dan juga keberagaman variasi variabel penelitian sehingga menjadi acuan untuk penelitian lanjutan dan juga identifikasi dari perkembangan teoritis. Oleh karena itu, pemetaan hasil sejumlah riset sebelumnya untuk pengembangan penelitian lanjutan tidak hanya mengacu kepentingan jangka pendek, tapi juga jangka panjang. Temuan dari sejumlah riset menjadi alasan dari identifikasi sejumlah indikator misalnya jenis riset yang dibedakan menjadi 2 yaitu riset kualitatif dan kuantitatif. Terkait ini, mayoritas dilakukan dengan riset kuantitatif dengan teoritis menggunakan TPB dan analisis SEM sedangkan untuk jenis riset kualitatif dengan menggunakan analisis diskriptif. Selain itu dominasi riset terjadi di kawasan Asia – Afrika, lalu Eropa. Di sisi lain, mayoritas responden yang menjadi bagian dari penelitian adalah konsumen.

Keterbatasan pemetaan riset empiris adalah jumlah riset empiris hanya 30. Meski kuantitas tidak menjamin terhadap generalisasi hasil riset dan keberagaman variabelnya, tapi di sisi lain identifikasi dari temuan riset sudah bisa menjadi acuan melakukan pemetaan dari keberagaman temuan riset. Oleh karena itu kuantitas juga perlu dipertimbangkan dengan aspek kualitas temuan riset itu sendiri.

Konsekuensi dari keterbatasan riset maka saran riset lanjutan perlu untuk menambah dari jumlah riset empiris sehingga bisa menjadi pertimbangan terkait keberagaman hasil riset dan juga identifikasi variabel amatan dari riset menjadi lebih variatif sehingga dapat memberikan warna terhadap keberagaman riset niat beli produk pangan sehat.

## Ucapan Terima Kasih

Tim Peneliti mengucapkan terimakasih kepada LPMPP UMS yang telah memberikan pendanaan dalam riset ini melalui Skim PUPS

## Referensi

- [1] P. J. Chen and M. Antonelli, “Conceptual models of food choice: influential factors related to foods, individual differences, and society,” *Foods*, vol. 9, no. 12. MDPI, Dec. 01, 2020. doi: 10.3390/foods9121898.
- [2] H. P. Chang, C. C. Ma, and H. S. Chen, “The impacts of young consumers’ health values on functional beverages purchase intentions,” *Int. J. Environ. Res. Public Health*, vol. 17, no. 10, 2020, doi: 10.3390/ijerph17103479.
- [3] J. Liñán, P. Arroyo, and L. Carrete, “Conceptualizing Healthy Food: How Consumer’s Values Influence the Perceived Healthiness of a Food Product,” *J. Food Nutr. Res.*, vol. 7, no. 9, pp. 679–687, 2019, doi: 10.12691/jfnr-7-9-10.
- [4] P. Liu and H. Chandler Yu, “An Investigation of Healthy Food Consumption in Low-Income Families,” *J. Food Nutr. Res.*, vol. 7, no. 7, pp. 514–521, 2019, doi: 10.12691/jfnr-7-7-5.
- [5] A. Waqas and C. Hong, “Study on Consumer Behaviour and Food Safety of Organic Products in Pakistan,” *E3S Web Conf.*, vol. 78, pp. 1–7, 2019, doi: 10.1051/e3sconf/20197802021.
- [6] T. Ghosh Chowdhury, F. Murshed, and A. Khare, “Flexible flexibility! Food categorization flexibility and utilitarian preference,” *J. Consum. Mark.*, vol. 35, no. 1, pp. 1–10, 2018, doi: 10.1108/JCM-11-2016-2010.
- [7] B. T. Nystrand and S. O. Olsen, “Consumers’ attitudes and intentions toward consuming functional foods in Norway,” *Food Qual. Prefer.*, vol. 80, no. October, p. 103827, 2020, doi: 10.1016/j.foodqual.2019.103827.
- [8] H. H. Pérez-Villarreal, M. P. Martínez-Ruiz, A. Izquierdo-Yusta, and C. M. Gómez-Cantó, “Food values, benefits and their influence on attitudes and purchase intention: Evidence obtained at fast-food hamburger restaurants,” *Sustain.*, vol. 12, no. 18, 2020, doi: 10.3390/SU12187749.
- [9] H. H. Pérez-Villarreal, M. P. Martínez-Ruiz, and A. Izquierdo-Yusta, “Testing model of purchase intention for fast food in Mexico: How do consumers react to food values, positive anticipated emotions, attitude toward the brand, and attitude toward eating hamburgers?,” *Foods*, vol. 8, no. 9, 2019, doi: 10.3390/foods8090369.
- [10] A. Recio-Román, M. Recio-Menéndez, and M. V. Román-González, “Food reward and food choice. An inquiry through the liking and wanting model,” *Nutrients*, vol. 12, no. 3, pp. 18–24, 2020, doi: 10.3390/nu12030639.
- [11] M. Vega-Zamora, M. Parras-Rosa, and F. J. Torres-Ruiz, “You are what you eat: The relationship between values and organic food consumption,” *Sustain.*, vol. 12, no. 9, 2020, doi: 10.3390/su12093900.
- [12] M. B. Ruby, I. Walker, and H. M. Watkins, “Sustainable Consumption: The Psychology of Individual Choice, Identity, and Behavior,” *J. Soc. Issues*, vol. 76, no. 1, pp. 8–18, 2020, doi: 10.1111/josi.12376.
- [13] T. Hansen, M. I. Sørensen, and M. L. R. Eriksen, “How the interplay between



consumer motivations and values influences organic food identity and behavior,”  
*Food Policy*, vol. 74, no. November 2017, pp. 39–52, 2018, doi:  
10.1016/j.foodpol.2017.11.003.