

SKRIPSI

**DAMPAK *FOOD DELIVERY* TERHADAP POLA MAKAN MAHASISWA
PERANTAU DI KOTA MAKASSAR**

Disusun dan diajukan oleh:

**ARINI WIDYASTUTI
E511 16 304**



**DEPARTEMEN ANTROPOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Dampak *Food Delivery* Terhadap Pola Makan Mahasiswa Perantau di
Kota Makassar

Disusun dan diajukan oleh:

ARINI WIDYASTUTI

E511 16 304

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam
rangka Penyelesaian Studi Program Sarjana Departemen
Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Hasanuddin pada tanggal 12 Maret 2021 dan dinyatakan telah
memenuhi syarat kelulusan.

Menyetujui,

Pembimbing Utama



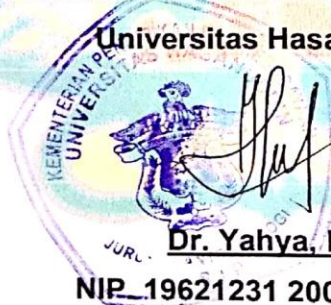
Prof. Dr. Ansar Arifin, M.S
NIP. 19611227198811 1 002

Pembimbing Pendamping



Dr. Yahya, MA
NIP. 19621231 200012 1001

**Ketua Departemen Antropologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin**



Dr. Yahya, MA
NIP. 19621231 200012 1001

HALAMAN PENERIMAAN

Telah diterima oleh panitia ujian skripsi Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin di Makassar pada hari Senin, tanggal 12, bulan Maret , tahun 2021, dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1).

Makassar, 12 Maret 2021

Panitia Ujian

Ketua : Prof. Dr. Ansar Arifin, M.S

NIP. 19611227 198811 1 002


(.....)

Sekretaris : Hardiyanti Munsir, S. Sos. M.Si

NIP. 19920207 201801 6 001


(.....)

Anggota : 1. Dr. Yahya, MA

NIP. 19621231 200012 1 001


(.....)

2. Dr. Safriadi, M.Si

NIP. 19740605 200812 1 001


(.....)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arini Widyastuti
Nim : E511 16 304
Program Studi : Antropologi Sosial
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul :

**DAMPAK FOOD DELIVERY TERHADAP POLA MAKAN
MAHASISWA PERANTAU DI KOTA MAKASSAR**

Adalah karya tulisan saya sendiri, bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain dan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa Sebagian atau keseluruhan isi skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 12 Maret 2021

Yang menyatakan,


ARINI WIDYASTUTI

ABSTRAK

ARINI WIDYASTUTI (E51116304). Dampak *Food Delivery* Terhadap Pola Makan Mahasiswa Perantau Di Kota Makassar. Dibimbing oleh Prof. Dr Ansar Arifin M.S selaku pembimbing I, dan Dr. Yahya MA selaku pembimbing II. Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Penelitian ini bertujuan menggambarkan dampak *food delivery* terhadap pola makan mahasiswa perantau di kota Makassar. Secara khusus penelitian ini dilakukan pada mahasiswa perantau yang aktif menggunakan layanan *food delivery* untuk memenuhi kebutuhan makan sehari-hari sehingga melebur dan menjadi sebuah kebiasaan baru. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang mencoba mendeskripsikan bagaimana mahasiswa perantau memanfaatkan berbagai macam layanan *food delivery* yang tersedia dan bagaimana dampak penggunaan *food delivery* terhadap pola makan mahasiswa perantau.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dampak dari penggunaan layanan *food delivery* di kalangan mahasiswa perantau terhadap pola makannya yaitu terdapat perubahan variasi jenis makanan yang didominasi oleh jenis makanan *fast food*, *dessert* dan makanan modern. Kemudian frekuensi makan bertambah dan tidak terkontrol serta jumlah makanan yang dikonsumsi mengalami peningkatan karena akses pemenuhan kebutuhannya yang semakin mudah.

Kata kunci: food delivery, pola makan, mahasiswa perantau.

ABSTRACT

This study aims to describe the impact of food delivery on the diet of migrant students in the city of Makassar. In particular, this research was conducted on migrant students who actively use food delivery services to meet their daily food needs so that they dissolve and become a new habit. This research is a type of qualitative research that tries to describe how migrant students make use of the various food delivery services available and how the impact of using food delivery on the diets of overseas students.

The results of this study indicate that the impact of the use of food delivery services among overseas students on their diet is that there is a change in the variety of food types which are dominated by fast food, dessert and modern food. Then the frequency of eating increases and is uncontrolled and the amount of food consumed has increased due to easier access to fulfillment needs.

Keywords: food delivery, dietary patterns, overseas students.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat karunia dan anugerah-Nya, sehingga penulis dimampukan untuk menyelesaikan Skripsi dengan judul dampak *food delivery* terhadap pola makan mahasiswa perantau di Kota Makassar.

Skripsi ini dibuat dengan tujuan mendeskripsikan pengaruh pemanfaatan layanan *food delivery* terhadap pola makan mahasiswa perantau di Kota Makassar. Meskipun hasilnya jauh dari yang diharapkan, namun pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu Dosen Pembimbing, Dosen Penguji, Keluarga dan Teman-Teman yang telah mengarahkan dan membantu dalam pembuatan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa masih sangat banyak kekurangan pada skripsi ini. Maka dari itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun demi kemajuan ilmu pengetahuan. Semoga skripsi ini dapat memberikan sumbangsih yang positif bagi kita semua.

Makassar, 7 Maret 2021
Penulis,

ARINI WIDYASTUTI

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat penyertaanNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Dampak Food Delivery Terhadap Pola Makan Mahasiswa Perantau Di Kota Makassar ” : penulis sangat bersyukur karena penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya dan sesuai dengan yang direncanakan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan dengan cukup baik karena dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Dwia Aries Tina Pulubuhu MA., selaku Rektor Universitas Hasanuddin.
2. Prof. Dr. Armin Arsyad, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Dr. Yahya, M.A, selaku Ketua Departemen Antropologi Sosial FISIP UNHAS
4. Dosen Pembimbing Skripsi, Prof. Dr. Ansar Arifin. M.S dan Dr. Yahya M.A, Terima kasih banyak atas bimbingan, arahan, kritikan dan saran yang membangun serta memberi motivasi untuk penulis yang selama ini, atau dalam proses pembuatan skripsi.
5. Kepada Seluruh dosen-dosen penguji atas kritik dan sarannya, Dr Safriadi M.Si dan Hardianti, S.Sos, M.Si
6. Seluruh Staf Pengajar dan Pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik terkhusus untuk Ibu Anni, Pak M. Idris S.Sos dan Pak Yunus di Departemen Antropologi.
7. Kedua Orang Tua penulis yang penulis selalu banggakan, kepada Bapak Hadi Susilo dan kepada Ibu Erni Abdullah. Terima kasih banyak buat kasih sayang yang tak pernah berhenti, doa yang selalu mengiringi perjalanan penulis dalam meraih pendidikan serta harapan yang senantiasa ada buat penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.

8. Terhusus kepada seluruh informan penelitian yang telah memberikan pengalaman dan pembelajaran serta menjadi teman pendengar yang baik selama penelitian dilakukan.
9. Segenap keluarga yang selalu mendoakan dan mendukung baik daripihak Ayah maupun dari Ibu. Terkhusus untuk Adikku Angga, Kakak Dewi, Kakak Iwo dan Bunda atas dukungan yang selalu diberikan.
10. Kepada Fajar Syarif selaku sahabat, pasangan dan penasihat yang bijak dan selalu siap disusahkan, terima kasih atas dukungan dan nasihatnya selama ini.
11. Kepada sahabat-sahabatku, Bella, Ikka, Nuramalia, Muflihah, Ulfa, Rahmi, Arni, Ummu, Aca dan Pajo.
12. Ka Wahyu, Ka Anwar, Ka Ucu dan kakak-kakak senior yang lainnya. Terimakasih banyak kak sudah meluangkan waktunya dan pemikirannya untuk menyempurnakan skripsi ini.
13. Teman-teman seluruh angkatan 2016 Siwarka: yang telah mendukung dan memberikan bantuan serta pengalaman selama berkuliah, tekrkhusus untuk Ela, Pia, Ainun, Adin, Uci, Ayy, Pina, Nopy, Tian, Ramly, Ardi, Gafur, Muslimin, Muhris. Terima kasih buat kebersamaannya semoga persahabatan dan kekerabatan kita semua tetap terjalin selamanya.
14. Teman-teman UKM Gojukai FISIP, dari diksar IV, Ela, Henny, Barsan, Ferry, Gafur, Uun, Ira, Uci, Wanda, Satri dan Fadel.
15. Teman-teman crew Asal Mula Kopi, Nisa, Tasya dan Erma. Juga teman-teman crew Kopi Hub, Dewi, Selin, Ardi, Kiki dan Elang. Teman-teman dari Kawan Pencerita, terimakasih sudah menghibur penulis disaat lelah.
16. Terima kasih kepada seluruh teman-teman KKN Tematik Kecamatan Maros Baru Dusun Borimasunggu, Yudhi, Syahlan, Justine, Aenun, Indri, Nitha, Hesti dan Gaby. .
17. Terima kasih kepada mangaka Hajime Isayama, Kapten Levi, Eren, Armin, Mikasa, Shasa dan Hange Zoe kehadiran kalian sangat menghibur. Terimakasih untuk semua pihak yang ikut membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis hanya bisa berdoa, semoga Allah membalas kebaikan-kebaikan mereka. Aamiin.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PENERIMAAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
UCAPAN TERIMAKASIH	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Modernisme.....	8
B. Gaya Hidup	11
a) Konsep Gaya Hidup.....	11
b) Macam-macam Gaya Hidup	12
c) Faktor –faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	14
C. Kelas Sosial	17
a) Kelas Atas (<i>Upper Class</i>).....	18
b) Kelas Menengah (<i>Midle Class</i>)	18
c) Kelas Bawah (<i>Lower Class</i>).....	19
D. Konsep Dampak.....	21
a) Pengertian Dampak	21
b) Dampak Belanja <i>Online (E-Commerce)</i>	22
E. Konsep <i>Food Delivery</i>	28
a) Pengertian <i>Food Delivery</i>	28
b) Cara Menggunakan <i>Food Delivery</i>	30
c) Meode Pembayaran <i>Food Delivery</i>	32
F. Pola Makan.....	34
a) Pengertian Pola Makan.....	34
b) Faktor Yang Mempengaruhi Pola Makan	35

G. Penelitian Relevan	37
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	41
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	41
C. Teknik Penentuan Informan Penelitian.....	42
D. Teknik Pengumpulan Data	43
E. Teknik Analisis Data	48
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN	
A. Letak Geografis dan Administrasi Kota Makassar	50
B. Aspek Pendidikan.....	53
C. Karakteristik Mahasiswa.....	55
D. Sejarah <i>Food Delivery</i> di Kota Makassar	58
E. Karakteristik Pengguna Layanan <i>Food Delivery</i>	60
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Pola Makan Mahasiswa Perantau Sebelum Mengenal <i>Food Delivery</i>....	63
A. Jenis Makanan	65
B. Frekuensi Makan.....	71
C. Jumlah Makanan	72
B. Jenis-Jenis Pelayanan <i>Food Delivery</i> Apa Saja Yang Dimanfaatkan Oleh Mahasiswa Perantau	75
A. Memesan Melalui Media <i>Call Center</i>	76
B. Memesan Melalui Media Aplikasi Gojek dan Grab	79
C. Memesan Melalui Sosial Media (<i>Whatsapp</i>)	84
C. Pengaruh Pemanfaatan <i>Food Delivery</i> Terhadap Pola Makan Mahasiswa Perantau	88
A. Penambahan Variasi Jenis Makanan	89
B. Frekuensi Makan Bertambah dan Tidak Terkontrol.....	96
C. Jumlah Makanan Yang Dikonsumsi Meningkat.....	99
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan	105
B. Saran.....	108

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Nama-nama Informan	43
Tabel 4.1 Luas Wilayah Kecamatan di Kota Makassar	51
Tabel 4.2 Tingkat Kepadatan Penduduk di Kota Makassar	52
Tabel 4.3 Daftar Perguruan Tinggi di Kota Makassar	54
Tabel 5.1 Menu Favorit Makanan Warung	69
Tabel 5.2 Menu Favorit Restoran <i>Fast Food</i>	69
Tabel 5.3 Menu Favorit di Layanan <i>Food Delivery</i>	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.1 Menu Makanan Warung	68
Gambar 5.2 Fasilitas Restoran <i>Fast Food</i>	70
Gambar 5.3 Hotline KFC	76
Gambar 5.4 Tampilan Aplikasi <i>Go-Food</i>	80
Gambar 5.5 Promo <i>Merchant</i>	82
Gambar 5.6 Makanan <i>Delivery Order</i>	94
Gambar 5.7 Riwayat Pemesanan <i>Gofood</i>	95
DAFTAR PUSTAKA.....	110

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Modernitas tumbuh dan berkembang dalam setiap langkah besar kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Modernisasi dilihat sebagai solusi yang berasal dari akalnya manusia untuk keluar dari masalah, ingin hidup lebih mudah, lebih aman, dan sebagainya. Modernisasi juga sangat lekat dengan kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Teknologi juga memberikan banyak kemudahan dalam menyelesaikan berbagai macam kegiatan. Sebagai bagian dari dampak modernisme, kemajuan teknologi yang bertujuan untuk mempermudah pekerjaan manusia kemudian banyak menghasilkan benturan budaya tradisional dan modern, yang menjadi alasan lahirnya sebuah perubahan sosial dan budaya baik bagi individu atau kelompok masyarakat. Menurut Bell (dalam Featherstone, 2008:17) mengatakan bahwa modernisme merupakan kekuatan yang dapat merusak, dan dapat menimbulkan budaya konsumsi massa secara hedonistik. Meskipun demikian manusia terus melahirkan inovasi-inovasi baru dalam bidang teknologi dan ilmu

pengetahuan yang dapat berguna bagi seluruh kalangan masyarakat.

Salah satu bentuk inovasi teknologi yang tengah digandrungi masyarakat adalah aktivitas belanja *online* melalui *e-commerce* atau *marketplace* yang tersedia dengan berbagai macam jenis pelayanan. Salah satu jenis perbelanjaan *online* yang sedang naik daun adalah layanan antar jemput baik antar jemput konsumen, mengantar paket, membersihkan rumah, hingga membelikan makanan yang siap diantar ke alamat yang kita inginkan. Sebut saja aplikasi penyedia yang terkenal di Indonesia seperti gojek dengan *Go-food* dan *grab* dengan *grabfood*-nya. Aplikasi ini merupakan bagian dari belanja online yang berbasis pada makanan atau dikenal dengan sebutan *food delivery*.

Food delivery dinilai sebagai inovasi yang sangat membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan makan sehari-hari mereka dan tentu saja dinilai sangat efektif untuk mempermudah berbagai aktivitas masyarakat perkotaan, tidak terkecuali di kalangan mahasiswa. Dulu ketika lapar, pilihan yang tersedia hanya ada dua yaitu mengeluarkan tenaga untuk membeli makanan di luar atau memasak sendiri dengan bahan makanan yang ada. Bahan-bahan makanan pun didapatkan melalui kiriman orang tua atau hasil belanjaan sendiri menggunakan uang bulanan atau uang jajan. Kehadiran

layanan ini ditengah kesibukan mahasiswa yang padat, memelopori penggunaan layanan dengan intensitas yang lebih sering.

Berdasarkan survei sebuah perusahaan media berbasis teknologi IDN Times tahun 2019 dengan melibatkan 258 orang sebagai sampel yang tersebar di-enam kota besar di Indonesia, dengan tujuan untuk mengamati perubahan perilaku konsumen akibat layanan *online food delivery* berbasis aplikasi. Sebanyak 47,3% pengguna aplikasi gojek menggunakan layanan *Go-food* sekali dalam seminggu dengan *budget* pesanan kurang lebih Rp. 50.000; sebanyak 41% dan jarak tempuh kurang dari 500 meter. Hasil dari survei tersebut menyatakan bahwa sebanyak 44% penggunanya berstatus mahasiswa atau pelajar yang justru belum memiliki penghasilan sendiri, selain itu alasan penggunaan layanan tersebut cukup bervariasi namun yang paling umum adalah dapat menghemat waktu dan tenaga sehingga tidak mengganggu aktivitas lainnya. Layanan *food delivery* tentunya menjadi pertimbangan sebagian besar mahasiswa, terutama mahasiswa perantau yang belum begitu memahami lingkungan baru mereka dan mampu meminimalisir tenaga agar tidak mengganggu aktivitas lainnya.

Menjadi mahasiswa perantau bukan hanya membutuhkan keterampilan dalam menuntut ilmu, namun juga dituntut agar mampu beradaptasi dan bersosialisasi dengan lingkungan baru

termasuk kebudayaannya. Sebagian besar dari mahasiswa perantau akan dihadapkan dengan perubahan pola hidup. Perubahan tersebut juga akan lebih terasa bagi mereka yang lebih memilih untuk tinggal sendiri atau indekos. Berbeda jauh dengan kehidupan daerah-daerah kecil yang masih terkesan tradisional, aktivitas masak-memasak dan makan bersama masih lumrah ditemui. Lain halnya dengan keadaan di tempat perantauan, masak dan makan sendiri menjadi kebiasaan baru. Biasanya, sebagai antisipasi para orang tua akan membekali anak-anaknya dengan bahan pokok seperti beras, telur atau sejumlah uang yang dipergunakan untuk membeli bahan makanan dengan jangka waktu tertentu. Perilaku tersebut bertujuan agar memudahkan mahasiswa perantau dalam mengatur kehidupannya di perantauan. Bagi sebagian kalangan orang tua mengajarkan tata cara mengatur keuangan, mengatur agenda kebutuhan dan mengolah makanan agar kebutuhannya dapat terkontrol. Sebagian kalangan lain, membebaskan penggunaan uang dan tidak mempermasalahkannya. Bagi mereka sebagai mahasiswa tujuannya adalah belajar dan menuntut ilmu dengan sebaik-baiknya.

Secara umum hal pertama yang akan ditemukan oleh mahasiswa perantau, kemungkinan adanya pergaulan masyarakat kota besar yang mengarah pada pemenuhan kebutuhan hidup yang lebih modern, dan berbeda dari

kebiasaan mereka sebelumnya seperti penggunaan layanan *food delivery*. Realitanya perbedaan gaya hidup masih menjadi momok yang menarik dalam keanekaragaman sosial dan budaya, yang dimana mereka dituntut untuk dapat bersosialisasi dan mampu beradaptasi agar dapat menyesuaikan diri dengan lingkungannya, atau dapat diakui oleh lingkungan barunya tanpa melihat dampak yang akan ditimbulkan.

Meskipun memiliki banyak manfaat sebagai dampak positif perkembangan teknologi, layanan *food delivery* juga memiliki dampak negatif yang dapat mempengaruhi mahasiswa secara langsung atau tidak langsung. Keinginan untuk beradaptasi agar diterima dilingkungannya, ataupun agar tidak terkesan berasal dari daerah dan untuk menunjukkan status mereka, memungkinkan mahasiswa tersebut akan rela menghabiskan uang bulanan mereka demi makanan yang sedang trend, memesan makanan karena ajakan teman atau karena lapar mata. Kemungkinan menghabiskan uang pemberian orang tua hanya untuk hal-hal kesenangan, atau adanya permintaan lebih uang kebutuhan yang mengatas namakan kepentingan kuliah dan mengalih fungsikan uang SPP untuk hal yang sebenarnya tidak terlalu mereka butuhkan. Jika kebiasaan baru tidak terfilter dengan baik, kemungkinan dampak negatif seperti yang disebutkan bisa saja terjadi. Selain itu layanan *food delivery* lebih berpotensi

menimbulkan masalah kesehatan seperti obesitas karena kurangnya aktivitas bergerak.

Fenomena ini juga terlihat dari penelitian yang pernah dilakukan oleh salah satu mahasiswa mengenai dampak gaya hidup mahasiswa dalam prespektif ekonomi islam pada tahun 2016. Dimana hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa modernitas membawa dampak nyata dalam pergaulan dan sangat mempengaruhi gaya hidup mahasiswa, sehingga banyak kewajiban yang seharusnya terpenuhi menjadi terbengkalai.

Kecenderungan masyarakat perkotaan menggunakan layanan berbasis online dalam berbagai hal seperti *delivery order* telah menjadi kesenangan dan kebiasaan ketimbang menggunakan tenaga sendiri untuk memasak dan menyiapkan makanan. Perkembangan teknologi yang semakin pesat juga menjadi salah satu pemicu lahirnya penyedia jasa layanan secara *online* dalam berbagai macam bentuk. Terlepas dari hal itu semua dampak dari penggunaan teknologi nyata adanya, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Kemudian penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pengetahuan mengenai hubungan antara pola kehidupan mahasiswa perantau dengan aktivitas penggunaan layanan *food delivery*, selain itu juga sebagai refrensi bagi penelitian lebih lanjut.

B. Rumusan Penelitian

1. Bagaimana pola makan mahasiswa perantau sebelum adanya *food delivery*?
2. Pelayanan *food delivery* apa saja yang dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa perantau?
3. Bagaimana pengaruh pemanfaatan *food delivery* terhadap pola makan mahasiswa perantau?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menggambarkan pola makan mahasiswa perantau sebelum adanya penggunaan layanan *food delivery*.
2. Untuk menggambarkan layanan *food delivery* yang dimanfaatkan oleh mahasiswa perantau.
3. Untuk mendeskripsikan bagaimana dampak layanan *food delivery* terhadap pola makan mahasiswa perantau.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi ilmiah pada kajian ilmiah mengenai dampak *food delivery* di kalangan mahasiswa perantau dan menjadi bahan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.
2. Secara pribadi, penelitian ini bermanfaat sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk menyelesaikan studi pada jenjang S1 di jurusan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Modernisme

a. Konsep Modernisasi

Koentjaraningrat (Effendi dan Malihah, 2011, hlm. 68) mengatakan bahwa: Modernisasi merupakan usaha penyesuaian hidup dengan konstelasi dunia sekarang ini. Hal ini berarti bahwa untuk mencapai tingkat modern, manusia harus berpedoman kepada dunia sekitar yang telah mengalami kemajuan. Modernisasi yang telah dilandasi dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi tidak hanya bersifat fisik material, melainkan lebih dari pada itu, yakni dengan dilandasi oleh sikap mental yang mendalam. Manusia yang telah mengalami modernisasi terlihat pada sikap mentalnya yang maju, berpikir rasional, berjiwa wiraswasta, berorientasi ke masa depan, dan lain sebagainya. Selain daripada itu, istilah modernisasi berasal dari kata modern berasal dari kata modern yang secara bahasa berarti baru, keninian, akhir, up-to-date, atau semacamnya. Sedangkan pengertian modernisasi ialah usaha penyesuaian hidup dengan konstelasi dunia sekarang ini.

Modernisasi pun identik dengan Westernisasi dan ciri manusia modern mencakup dua bagian, yakni berkaitan dengan lingkungan yang lainnya dengan sikap, nilai, dan perasaan.

1. Manusia Modern

Sebagaimana dikemukakan oleh Uchjana (1989, hlm. 149) bahwa "Ciri manusia modern mencakup dua bagian, internal dan eksternal; yang satu berkaitan dengan lingkungan, yang lainnya dengan sikap, nilai, dan perasaan". Berikut merupakan ciri-ciri manusia modern menurut Uchjana (1989, hlm. 151-155):

- a) Kesiapan dalam meghadapi pengalaman baru dan keterbukaan terhadap inovasi dan perubahan.
- b) Mempunyai suatu disposisi untuk membentuk atau memiliki opini mengenai sejumlah besar problema dan persoalan yang tidak saja muncul dalam lingkungan sendiri tetapi juga di luar lingkungannya. Selain daripada itu, orientasi terhadap bidang opini lebih demokratik.
- c) Lebih berorientasi ke masa kini dan masa yang akan datang daripada ke tempo dulu.
- d) Berorientasi kepada dan terlihat dalam perencanaan dan pengorganisasian serta kepercayaan kepadanya sebagai gaya hidup yang dijalannya.
- e) Percaya bahwa manusia dapat mempelajari derajat substansial, untuk menguasai lingkungannya guna mencapai tujuan dan sasarannya, daripada didominasi sepenuhnya oleh lingkungan tersebut.
- f) Lebih percaya bahwa dunianya dapat diperhitungkan bahwa orang-orang lain dan lembaga-lembaga di sekitarnya dapat

menjadi sandaran untuk memenuhi kewajiban dan tanggung jawabnya.

- g) Lebih tanggap terhadap harga diri orang lain dan lebih siap untuk menunjukkan rasa hormat kepadanya.
- h) Lebih percaya kepada sains dan teknologi dalam gaya yang amat primitif pun.
- i) Percaya kepada keadilan yang merata.

Sejalan dengan pendapat Uchjana, Inkeles (Suwarsono dan Alvin, 2000, hlm. 31) mengemukakan bahwa 'manusia modern akan memiliki berbagai karakteristik pokok berikut ini:

- a) Terbuka terhadap pengalaman baru.
- b) Memiliki sikap untuk semakin independen terhadap berbagai bentuk otoritas tradisional.
- c) Percaya terhadap ilmu pengetahuan, termasuk percaya akan kemampuannya untuk menundukkan alam semesta.
- d) Memiliki orientasi mobilitas dan ambisi hidup yang tinggi.
- e) Memiliki rencana jangka panjang. Aktif terlibat dalam percaturan politik.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri manusia modern dapat dilihat dari:

- a) Kesiapan dalam menghadapi pengalaman baru dan keterbukaan terhadap inovasi dan perubahan.
- b) Lebih berorientasi ke masa kini dan masa yang akan mendatang dari pada ke tempo dulu.

- c) Lebih percaya kepada sains dan teknologi termasuk percaya akan kemampuannya untuk menundukkan alam semesta.
- d) Memiliki rencana jangka panjang.

B. Gaya Hidup

a. Konsep Gaya Hidup

Menurut Adler sebagaimana yang dijelaskan oleh Misbahun Nadzir bahwa gaya hidup adalah cara yang unik dari setiap orang dalam berjuang mencapai tujuan khusus yang telah ditentukan orang itu dalam kehidupan tertentu dimana dia berada. Gaya hidup sudah terbentuk pada usia 4-5 tahun, gaya hidup itu tidak hanya ditentukan oleh kemampuan instrinsik (hereditas) dan lingkungan objektif, tetapi dibentuk oleh anak melalui pengamatan dan intepretasinya terhadap keduanya. Gaya hidup adalah suatu perpaduan antara kebudayaan ekspresi diri dan harapan terhadap seseorang dalam bertindak yang berdasarkan pada norma-norma yang berlaku. Gaya hidup menurut Engel, Blackwell dan Miniard dalam Jurnal Sari Listyorini, didefinisikan sebagai pola dimana orang hidup dan menggunakan uang dan waktunya. Gaya hidup adalah konsep yang lebih baru dan lebih mudah terukur dibandingkan dengan kepribadian. Dari beberapa penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seseorang, bagaimana dia hidup, menggunakan uangnya dan memamfaatkan waktunya dalam

kehidupan sehari-hari, yang sudah terbentuk sejak usia 4-5 tahun. Gaya hidup membedakan antara satu orang dengan orang lain.

b. Macam-macam Gaya Hidup

Dalam dunia moderen gaya hidup membantu mendefinisikan sikap, nilai-nilai, dan menunjukkan kekayaan serta posisi sosial seseorang. Adapun macam-macam gaya hidup yang terangkum dalam Skripsi Dwi Kresdianto meliputi :

- a) Gaya Hidup Mandiri.
- b) Gaya Hidup Moderen.
- c) Gaya Hidup Sehat.
- d) Gaya Hidup Hedonis.
- e) Gaya Hidup Bebas.
- f) Gaya Hidup Hemat.

Berdasarkan keenam poin macam-macam gaya hidup tersebut maka dapat dijelaskan bahwa gaya hidup mandiri adalah kemampuan hidup tanpa bergantung mutlak kepada orang lain, untuk itu diperlukan kemampuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri, serta berstrategi dengan kelebihan dan kekurangan tersebut untuk mencapai tujuan. Sementara gaya hidup moderen adalah istilah yang sering kali digunakan untuk menggambarkan gaya hidup yang sarat dengan teknologi dan kecanggihan. Teknologi sangat berperan untuk mengefisienkan segala sesuatu yang kita lakukan, baik dimasa kini maupun masa

depan, dengan satu tujuan yaitu mencapai efisiensi dan produktivitas maksimum, di jaman sekarang ini yang serba moderen dan praktis, menuntut masyarakat untuk tidak ketinggalan dalam segala hal.

Gaya hidup sehat adalah pilihan sederhana yang sangat tepat untuk dijalankan, hidup dengan pola makan, pikiran, kebiasaan dan lingkungan yang sehat, sehat dalam arti kata mendasar adalah segala hal yang kita kerjakan memberikan hasil yang baik dan positif. Berbeda dengan gaya hidup hedonis yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenangi, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian, sebagaimana Franz Magnis Suseno menjelaskan bahwa Hedonisme adalah pandangan hidup yang menganggap bahwa orang akan menjadi bahagia dengan mencari kebahagiaan sebanyak mungkin dan sedapat mungkin menghindari perasaan-perasaan yang menyakitkan. Sejalan dengan gaya hidup bebas yang mencerminkan cara hidup dengan mengikuti kehendak hati tanpa terikat oleh aturan yang berlaku dimasyarakat, gaya hidup bebas sangat baik bagi penganutnya. Sementara gaya hidup hemat ialah hidup sesuai dengan kemampuan namun dalam artian bukan hidup boros.

c. Faktor-faktor yang Memengaruhi Gaya Hidup

Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada dua faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal).

1. Faktor Internal

Lemahnya keyakinan agama seseorang juga berpengaruh terhadap perilaku sebagian masyarakat yang mengagumkan kesenangan dan hura-hura semata, kerohanian seseorang menjadi tolak ukur dalam kehidupan sehari-hari. Dalam Skripsi yang disusun oleh Habibah dikemukakan bahwa faktor-faktor internal yang mempengaruhi gaya hidup ialah sebagai berikut :

1. Sikap,
2. Pengalaman dan pengamatan,
3. Kepribadian,
4. Konsep diri,
5. Motif, dan
6. Persepsi.

Sikap berarti keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek, melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya. Sementara pengalaman dan pengamatan dapat mempengaruhi pengamatan

sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari, hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek. Kepribadian lebih sering dideskripsikan dalam istilah sifat yang bisa diukur dan ditunjukkan. Kepribadian mempengaruhi konsep diri seseorang dan bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek, dan motif merupakan dorongan dalam diri manusia yang timbul dikarenakan adanya kebutuhan- kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh manusia tersebut, motif berasal dari bahasa latin yang diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri yang mendorong untuk berbuat.

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis. Serta Persepsi merupakan proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia. Persepsi seseorang untuk memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi dan membentuk suatu gambaran yang berarti mengenai dunia merupakan proses berwujud dari apa yang telah diterima individu melalui alat indera.

2. Faktor Eksternal

Adapun faktor eksternal yang sebagaimana dalam Skripsi Dwi Kresdianto adalah sebagai berikut :

1. Kelompok Referensi,
2. Kelompok Sosial,
3. Kebudayaan, dan
4. Keluarga.

Dari keempat poin tersebut dapat dijelaskan bahwa kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama.

Dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan dan peranan. Gaya hidup yang ditampilkan antara kelas sosial satu dengan yang lain dalam banyak hal tidak sama, bahkan ada kecenderungan masing-masing kelas mencoba mengembangkan gaya hidup yang eksklusif untuk membedakan dirinya dengan kelas yang lain. Berbeda dengan kelas sosial rendah yang umumnya bersikap konservatif di bidang agama, moralitas, selera pakaian, selera makanan dan lain-lain.

Kebudayaan meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Keluarga adalah wadah yang sangat penting di antara individu dan grup, dan merupakan kelompok sosial yang pertama.

C. Kelas Sosial

Menurut Dalimunthe (1995), kehidupan sosial ekonomi adalah suatu kehidupan sosial ekonomi masyarakat yang menggunakan indikator pendidikan, pekerjaan dan penghasilan sebagai tolak ukur. Menurut pendapat Junaidi (1999), dalam suatu masyarakat sering dijumpai aneka ragam masyarakat, diantaranya ada yang kaya sementara sebagian besar lainnya termasuk kategori miskin. Ada juga kita temukan tingkat pendidikan sekelompok masyarakat yang mencapai jenjang perguruan tinggi, tapi tidak sedikit pula kelompok yang lainnya yang hanya lulus sampai tingkat sekolah lanjutan atau di bawahnya. Ini semua menggambarkan bahwa dalam suatu masyarakat manapun selalu memperlihatkan adanya strata sosial karena perbedaan tingkat ekonomi, pendidikan, status sosial, kekuasaan dan lain-lain. Sistem pelapisan yang terjadi dalam masyarakat disebut juga dengan stratifikasi sosial. Menurut Pitirim A Sorokin stratifikasi adalah

perbedaan penduduk atau masyarakat kedalam kelas-kelas yang tersusun secara bertingkat (hirarki). Umumnya perbedaan masyarakat berdasarkan kepemilikan materi disebut kelas sosial (*social class*). Menurut M. Arifin Noor secara umum kelas sosial dapat dibagi kedalam tiga golongan, yakni:

1. Kelas atas (*upper class*)

Mereka adalah golongan yang kaya raya seperti kelompok konglomerat, kelompok eksekutif dan seterusnya. Pada kelas ini segala kebutuhan hidup dapat terpenuhi dengan mudah sehingga pendidikan anak memperoleh prioritas utama, karena anak yang hidup pada kelas ini memiliki sarana dan prasarana yang memadahi dalam belajarnya dan kesempatan untuk mendapatkan pendidikan tambahan sangat besar. Sehingga kondisi demikian tentu akan membangkitkan semangat anak untuk belajar karena fasilitas belajar mereka dapat terpenuhi oleh orangtua mereka.

2. Kelas menengah (*middle class*)

Kelas menengah biasanya diisi oleh kaum profesional dan para pemilik toko dan bisnis yang lebih kecil. Biasanya ditempati oleh orang-orang dengan tingkat yang sedang-sedang saja. Kedudukan orang tua dalam masyarakat terpandang, perhatian mereka terhadap pendidikan anak-anak terpenuhi dan mereka tidak merasa khawatir akan kekurangan pada kelas ini, walaupun penghasilan yang mereka peroleh tidaklah berlebihan tetapi mereka

mempunyai sarana belajar yang cukup dan waktu yang banyak untuk belajar.

3. Kelas bawah (*lower class*)

Menurut Mulyanto Sumardi (1982), kelas bawah adalah golongan yang memperoleh pendapatan atau penerimaan sebagai imbalan terhadap kerja mereka yang jumlahnya jauh lebih sedikit dalam kebutuhan pokoknya. Mereka yang termasuk kedalam kategori ini sebagai orang miskin dan kehilangan ambisi dalam merengkuh keberhasilan yang lebih tinggi. Golongan ini antara lain pembantu rumah tangga, pengangkut sampah dan lain-lain. Penghargaan mereka terhadap kehidupan dan pendidikan anak sangat kecil dan sering kali diabaikan karena ini sangat membebankan mereka. Perhatian mereka terhadap keluarga pun tidak ada, karena mereka tidak mempunyai waktu luang untuk berkumpul dan berhubungan antar anggota keluarga kurang akrab. Disini keinginan-keinginan seperti upper class itu kurang karena alasan-alasan ekonomi dan sosial.

Konsep tentang stratifikasi sosial tergantung pada cara seseorang menentukan golongan sosial itu. Adanya golongan sosial timbul karena adanya perbedaan status dikalangan masyarakat. Untuk menentukan stratifikasi sosial dapat diikuti dengan tiga metode, yaitu:

a. Metode obyektif

Stratifikasi ditentukan berdasarkan kriteria obyektif antara lain jumlah pendapatan, lama atau tinggi pendidikan dan jenis pekerjaan.

b. Metode subyektif

Dalam metode ini golongan sosial dirumuskan menurut pandangan anggota masyarakat menilai dirinya dalam hierarki kedudukan kedalam kelompok ini.

c. Metode reputasi

Metode ini dikembangkan oleh W. Lyod Wamer. Dalam metode ini golongan sosial dirumuskan menurut bagaimana anggota masyarakat menempatkan masing-masing dalam stratifikasi masyarakat itu. Kesulitan penggolongan obyektif dan subyektif adalah bahwa penggolongan itu sering tidak sesuai dengan anggapan orang dalam kehidupan sehari-hari yang nyata tentang golongan masing-masing.

Menurut Badan Pusat Statistika, tingkat ekonomi di bagi atas tiga bagian, yaitu :

1. Golongan masyarakat berpenghasilan tinggi yaitu masyarakat yang dapat memenuhi kebutuhan hidup baik kebutuhan jangka pendek maupun jangka panjang tanpa ada rasa khawatir. Menjadikan pendidikan bukan sebagai acuan kehidupan, menjadikan budaya dalam keluarga untuk menjaga marwah. Rata-rata penghasilan (Rp. 2.500.000 – 3.000.000/bulan).

2. Golongan masyarakat berpenghasilan sedang yaitu masyarakat yang dapat memenuhi kebutuhan hidup namun hanya pas-pasan. Menjadikan pendidikan sebagai acuan kehidupan. Rata-rata penghasilan (Rp. 1.500.000 – 2.500.000/bulan).
3. Golongan masyarakat berpenghasilan rendah yaitu masyarakat yang menerima pendapatan lebih rendah dari keperluan untuk memenuhi tingkat hidup yang minimal. Rata-rata penghasilan (< Rp. 1.500.000/bulan).

D. Konsep Dampak

a. Pengertian Dampak

Pengertian dampak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif. Dampak dibagi kedalam dua pengertian yaitu:

1. Pengertian Dampak Positif

Dampak adalah keinginan untuk membujuk, menakutkan, mempengaruhi atau memberikan kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. Sedangkan positif adalah pasti atau tegas dan nyata dari suatu pikiran terutama memperhatikan hal-hal yang baik dan positif. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengertian dampak positif adalah keinginan untuk membujuk, menakutkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang baik.

2. Pengertian Dampak Negatif

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dampak negatif adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat negatif. Dampak negatif merupakan keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang buruk dan menimbulkan akibat tertentu

b. Dampak Belanja Online (*E-Commerce*)

Belanja *online* merupakan kegiatan yang tidak bisa terlepas dari setiap individu atau kelompok. Pemerintah telah mengatur *E-commerce* (perdagangan melalui sistem elektroik) melalui UU RI No.7 tahun 2014. *E-commerce* berasal dari bahas inggris yaitu *electronic commerce* atau perdagangan elektronik. *E-commerce* merupakan alat konsumsi baru yang memungkinkan masyarakat mengkonsumsi barang dan jasa dengan bantuan jaringan internet dalam aktivitas jual beli. Pada dasarnya konsep *E-commerce* ini berasal dari konsep Marx pada alat produksi, yaitu alat-alat, bahan baku, mesin, perusahaan, dan sebagainya yang dipergunakan untuk produksi dan sebaliknya. Alat konsumsi melakukan peran yang sama dalam bidang konsumsi, alat konsumsi yang ada terkesan memberi kemudahan dan keramahan yang dapat menggiring konsumen untuk mengkonsumsi menurut yang menguntungkan bagi pabrik dan penjual dalam hal ini

menguntungkan vendor (Ritzer, 2003 : 375-376), dengan adanya media *E-commerce* ini memungkinkan para konsumen untuk membeli sesuatu yang sebenarnya mereka tidak begitu butuhkan, selain itu memungkinkan mereka untuk berbelanja tanpa batas waktu 24 jam sehari.

Banyak keuntungan dan dampak positif dari adanya *online shop* antara lain:

- Belanja menjadi lebih praktis.
- Bisa membandingkan harga dengan mudah dari satu *online shop* ke *online shop* lain.
- Hemat tenaga dan waktu tidak perlu berjalan dari satu toko ke toko lain untuk mendapatkan barang yang diinginkan.
- Bisa mendapatkan dari mana saja dari luar kota bahkan luar negeri.
- Harga barang biasanya lebih murah.
- Membantu perekonomian pedagang kecil.

Selain itu, adapun beberapa dampak negatif yang hadir karena kebiasaan berbelanja *online* seperti kecanduan internet yang sebagai salah satu akibat dari transformasi berbelanja, sifat internet khususnya *E-commerce* yang fleksibel dan menawarkan banyak kemudahan dan kesenangan mendesak remaja urban untuk secara finansial, psikologi, materi untuk membeli lebih dari apa yang mereka perlukan dan tentu saja membelanjakan uang dari yang seharusnya. Gaya hidup berbelanja di *E-commerce*

merupakan ciri sebuah dunia modern atau modernitas Chaney (2009: 40) yang hal ini diartikan sebagai siapapun yang hidup pada masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup berbelanja di *E-commerce* untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain, selain itu gaya hidup oleh Chaney diartikan sebagai sebuah pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain, sehingga gaya hidup membantu memahami dan menjelaskan apa yang sedang orang lakukan. Belanja di *E-commerce* dipahami sebagai sebuah aktivitas penggambaran diri dan sebagai sebuah upaya untuk membedakan diri dengan orang lain, sebagai representasi kelas sosial remaja perkotaan.

Berbelanja di *E-commerce* merupakan sebuah ciri khusus bagi masyarakat perkotaan untuk memberikan identitasnya kepada orang lain, berbelanja dalam media ini sebuah pertanda bahwa masyarakat perkotaan saat ini adalah masyarakat modern, dimana semua kegiatannya menggunakan media internet tren berbelanja melalui *E-commerce* telah dijadikan sebuah ciri atau identitas group, bagi masyarakat perkotaan jika ada seorang anggota dalam group mereka yang tidak berbelanja melalui *E-commerce* maka mereka dianggap "kuper" kurang pergaulan dan ketinggalan zaman. Fenomena belanja di *E-commerce* digunakan sebagai pembeda kelas sosial dibenarkan oleh Jean Baudrillard beberapa tanda yang dikandung oleh sebuah objek telah menjadi sebuah

sistem diferensiasi, sistem pembentukan perbedaan status, simbol dan prestise sosial sama halnya yang diungkapkan oleh Mike Featherstone, (2005 : 30) bahwa orang melakukan konsumsi dalam rangka untuk menciptakan ikatan atau perbedaan masyarakat, hal inilah yang menjadi pola sosial masyarakat konsumen. Belanja berubah menjadi kebutuhan bagi manusia yang cukup diri. Disinilah letak konsumerisme dalam arti mengubah " konsumsi yang seperlunya" menjadi " konsumsi yang mengada-ada". Dimana *E-commerce* dibentuk semenarik, semewah dan semudah mungkin agar masyarakat semakin ketagihan untuk berbelanja. *E-commerce* menjadikan seorang untuk melakukan pembelian barang diluar kebutuhannya dengan adanya iklan menjadikan mereka konsumtif.

Fenomena remaja berperilaku konsumtif dalam berbelanja dibenarkan Baudrillard, (dalam Poster, 1988:25) yang dikonsumsi bukan lagi *use* atau *exchange value*, melainkan "*symbolic value*", maksudnya ialah orang tidak lagi mengkonsumsi objek berdasarkan karena kegunaan atau nilai tukarnya, melainkan karena nilai simbolis yang sifatnya abstrak dan terkonstruksi. Oleh karena itulah saat ini objek konsumsi yang ada mampu menentukan prestise, status dan simbol-simbol sosial tertentu bagi pemakainya. Objek juga mampu membentuk perbedaan sosial dan menaturalisasikannya melalui perbedaan pada tingkat pertandaan. Singkatnya remaja urban tidak lagi hanya membeli barang-barang melainkan merek ternama yang terkandung didalam barang

maupun media belanja tersebut. Jati diri manusia terukur dari kemampuannya memperoleh sesuatu.

Pada studi ini dihasilkan bahwa belanja untuk remaja urban bukan lagi sebagai upaya untuk membeli fungsi pertama suatu barang tetapi sudah mengarah untuk membeli nilai guna kedua dari suatu benda. Nilai kedua benda ini dapat berupa sebuah kesenangan karena telah memiliki barang yang mereka inginkan. Pada studi remaja urban merasa puas jika mereka telah memiliki barang yang mereka inginkan walaupun sebenarnya barang tersebut tidak memiliki manfaat yang berarti terhadap hidupnya, mereka hanya mengejar sebuah kepuasan batin. Kegiatan berbelanja di *E-commerce* yang dilakukan oleh masyarakat perkotaan dimaknai sebagai sebuah aktivitas yang lebih dari sebuah kegiatan pemenuhan kebutuhan hidup melainkan memiliki makna sebagai kegiatan pemuasan hasrat, kesenangan belaka hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Piliang bahwa masyarakat konsumen mengembangkan rasionalitas konsumsi telah jauh berubah. Karena saat ini, masyarakat berkonsumsi bukan sebagai upaya untuk pemenuhan kebutuhan (*needs*), namun lebih sebagai pemenuhan hasrat (*desire*). Kebutuhan mungkin dapat dipenuhi dengan konsumsi objek, sebaliknya, hasrat justru tidak akan pernah terpenuhi. (Piliang, 2004 : 187) mengemukakan, satu-satunya objek yang dapat memenuhi hasrat adalah objek hasrat yang muncul secara bawah sadar. Dan objek hasrat ini telah

menghilang dan hanya mampu mencari substitusinya dalam dunia objek dari simbol-simbol yang dikonsumsi. Fenomena berbelanja dilatar belakangi oleh pemenuhan hasrat ini dibenarkan oleh Mike Featherstone dan Jean Baudrillard. Jean Baudrillard menilai konsumerisme sebagai logika untuk memuaskan hasrat (Featherstone, 2005 : 30). Melimpahnya barang konsumsi adalah untuk pemuasan nafsu belaka.

Dalam pandangan Baudrillard, kapitalisme akhir memanfaatkan mesin hasrat tersebut untuk terus membelenggu masyarakat dalam jerat konsumerisme. Ia memahami era posmodern sebagai “matinya yang sosial”. Siapa pun dapat merayakan konsumsi tanpa memandang kelas dan status sosial. Memudahkan mereka untuk berbelanja tanpa harus pergi ke pasar atau mall, dengan hanya mengakses internet mereka dapat melihat barang kebutuhan hidup yang mereka butuhkan dengan waktu yang relative singkat dengan hanya mengklik atau memasukkan kata kunci pada *search engine* akan keluar *E-commerce* atau toko *online* yang kita inginkan. Hilangnya sifat dasar konsumsi ini dibenarkan oleh Swastha (1997:25) bahwa konsumsi saat ini tidak hanya memenuhi kebutuhan saja tetapi juga dilakukan atas dasar keinginan semata. Hilangnya sifat ini menyebabkan remaja urban berperilaku konsumtif, dimana konsumtif diartikan sebagai sebuah perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksi atau pendapatan untuk membeli barang dan jasa

yang bukan kebutuhan pokok dari definisi ini terlihat adanya pemborosan dalam pembelian barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan yang utama untuk dipenuhi, pernyataan ini selaras dengan pernyataan Zebua (2001:74) perilaku konsumtif sebagai tindakan mengkonsumsi tanpa batas yang dilakukan secara irasional sehingga menimbulkan pemborosan atau inefisiensi biaya, jadi dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif tidak hanya melibatkan pemborosan tetapi juga adanya irasionalisasi.

E. Konsep *Food Delivery*

a. Pengertian *Food delivery*

Layanan *food delivery* adalah sebuah layanan pengiriman makanan menggunakan kurir dimana restoran, toko atau perusahaan pengiriman makanan independen mengirimkan makanan ke pelanggan. *Food delivery* merupakan layanan *online-to-offline* (O2O), yang masuk dalam kategori aktivitas perbelanjaan via online atau sebuah bagian dari *E-Commerce* yang berbasis pada makanan dan minuman. Pemesanan biasanya dilakukan melalui situs website, telepon restoran, toko kelontong atau melalui perusahaan pemesanan makanan. Item yang dikirim dapat berupa makanan pembuka, makanan pendamping makanan penutup atau bahan makanan dan biasanya dikirim dalam bentuk paket. Pengirimannya menggunakan jasa kurir dengan mengendarai

sepeda motor karena dinilai lebih efisien dibandingkan dengan mobil. Salah satu *marketpalce* yang memfasilitasi partner restoring seperti grab dan gojek, menampilkan menu-menu restoran tersebut pada aplikasi mereka untuk lebih menarik minat konsumen, dan konsumen bisa memesan makanan secara online dan mengirimkannya pada lokasi yang telah ditentukan dalam waktu yang singkat. Pengiriman makanan (*Food Delivery*) merupakan salah satu layanan pesan antar makanan yang sangat populer. Menurut Christopher Lovelock dan Jochen Wittz layanan *food delivery* merupakan penciptaan situs web yang memberikan informasi menerima pesanan bahkan berfungsi sebagai saluran penghantaran layanan berbasis informasi.

Jasa dan layanan pesan antar makanan ini menghadirkan sejumlah keuntungan bagi publik atau konsumen. Dalam konteks transaksi online, reputasi yang baik dapat dilakukan dengan memberi respons yang cepat dan ramah, pengiriman barang tepat waktu, pengiriman barang sesuai order, serta kemudahan mengakses (Adi 2013). Pelayanan yang baik akan mengurangi rasa khawatir calon konsumen mengenai transaksi online yang dilakukan. Adapun nilai tambah dari sebuah layanan pesan antar salah satunya adalah konsumen akan dimanjakan dengan berbagai macam menu dengan beragam tambahannya. Karena keberagaman menu tersebut konsumen dapat dengan mudah berganti menu makanan setiap harinya. Konsumen juga tidak perlu

membuang waktu untuk pergi keluar rumah untuk berbelanja atau memasak dirumah dengan menyiapkan segala bentuk peralatan dan bahan-bahan masakan. Kemudian penyediaan promo untuk makanan dan minuman yang tentu saja juga beragam jenisnya.

Menurut Amelia dan Apriliya S Andyna (2015), tren penggunaan layanan *food delivery* saat ini sedang naik daun, kelebihan seperti kepraktisan dan kenyamanan pelayanan yang diberikan sangat memanjakan para penggunanya, meminimalisir tenaga yang dikeluarkan (untuk jalan dari gerai satu ke gerai yang lain), waktu yang dikeluarkan juga relatif lebih sedikit. Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan dengan harga yang murah termasuk ongkos yang diberikan oleh penyedia layanan pesan antar kepada konsumen dapat membuat konsumen menjadi tertarik untuk menggunakan layanan tersebut. Selain itu, saat ini *marketplace* penyedia layanan *food delivery* mengalami banyak perkembangan seperti pemesanan dari berbagai restoran secara bersamaan. Dengan pertimbangan jika konsumen harus keluar rumah dengan kendaraan dan adanya cuaca panas atau hujan maka jauh lebih murah dan mudah dengan menggunakan layanan *food delivery*. Pada dasarnya hampir semua restoran dan cafe saat ini memiliki layanan pesan antar, namun kebanyakan dari mereka mengambil bagian untuk menjadi *partner* dari marketplace yang lebih disoroti seperti gojek dan *grab*.

b. Cara Menggunakan *Food Delivery*

Dalam melakukan transaksi, calon konsumen hanya melakukan sedikit usaha, tidak terlalu ribet sehingga memudahkan calon konsumen tersebut melakukan keputusan pembelian produk melalui internet. Persepsi kemudahan transaksi tersebut dapat berupa prosedur pemesanan yang sederhana, prosedur pembayaran yang variatif, dan mudah dilakukan, proses pembelian yang informatif dan menyenangkan serta proses pengiriman produk yang cepat dan tepat. Venkatesh and Davis (2000) dan Pikkarainen, Karjaluoto, & Pahnla (2004) menunjukkan bahwa kemudahan inilah yang menjadi faktor penting dalam belanja online. Kemudahan ini selain mudah dioperasionalkan juga berkaitan dapat dikurangi usaha seseorang (baik dari segi biaya, waktu dan tenaga) dalam melakukan transaksi. Kemudahan dalam berbelanja online akan menyebabkan calon konsumen tidak mengalami kesulitan dalam berbelanja online.

Penggunaan aplikasi *food delivery* terbilang cukup mudah berikut adalah langkah-langkahnya:

1. Bagi pelanggan baru, pertama-tama harus melakukan pendaftaran pada aplikasi *food delivery* yang digunakan, dengan mengisi data diri, alamat, nomor telepon dan beberapa pertanyaan tambahan yang berbeda-beda di setiap platform.
2. Setelah memiliki akun yang telah diverifikasi oleh pihak penyedia pengguna dapat memilih menu makanan dan minuman yang

diinginkan dari resto,cafe atau warung kaki lima yang menjadi mitra dari platform penyedia.

3. Pemesanan makanan dan minuman, dilakukan oleh pengguna dengan memilih secara manual makanan atau minuman apa yang diinginkan, kemudian akan dimasukkan dalam keranjang belanjaan sebelum menerima total biaya yang harus dibayar untuk makanan/minuman beserta ongkos kirim dan pajak yang dikenakan apabila ada.
4. Selanjutnya, akan dilakukan pengecekan kembali mengenai pembayaran, apakah akan menggunakan pembayaran konvensional dengan uang tunai atau menggunakan pembayaran virtual seperti ovo,gopay dana dan link.
5. Setelah metode pembayaran telah dikonfirmasi, selanjutnya dari pihak restoran akan menerima pesan pembuatan orderan dengan batas waktu yang telah ditentukan oleh platform layanan, kemudian setiap proses distribusi makanan dari restoran kepada kurir hingga diterima oleh pelanggan akan diberikan estimasi waktu yang ditentukan oleh kondisi jalanan yang akan dilalui dan beberapa alasan personal dari pihak resto atau kurirnya sendiri.

c. Metode Pembayaran *Food Delivery*

Untuk metode pembayaran secara umum layanan *food delivery* di beberapa *marketplace* terbilang hampir sama. Berikut jenis-jenis pembayaran yang berlaku:

1. Tunai (*Cash*)

Pembayaran secara tunai artinya pembayaran menggunakan uang kartal (uang kertas dan logam) yang dibayarkan oleh penerima barang atau jasa kepada kurir pengantar.

2. Uang Elektronik (*Cashless*)

Uang yang digunakan pada metode pembayaran ini melibatkan penggunaan jaringan komputer atau internet. Uang elektronik memiliki nilai tersimpan (*stored-value*) atau prebayar (*prepaid*) dimana sejumlah nilai uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang. Nilai uang elektronik akan berkurang pada saat konsumen menggunakannya untuk pembayaran. Biasanya pengguna uang elektronik akan melakukan *top up* sebagai pengisian saldo uang elektronik tersebut agar dapat digunakan dalam proses pembayaran. Dalam aplikasi *food delivery* sendiri, uang elektronik diwadahi oleh berbagai macam *platform* penyedia, seperti ovo, gopay, dana, link dan sebagainya. Penggunaannya cukup mudah, setelah konfirmasi harga pesanan dan ongkos kirim telah terbit, pengguna dapat langsung memilih metode pembayaran menggunakan uang elektronik yang dimiliki, kemudian saldo akan terpotong sesuai dengan harga barang pesanan. Hal ini memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi.

F. Pola Makan

a. Pengertian Pola Makan

Pola makan adalah suatu cara atau usaha dalam pengaturan jumlah dan jenis makanan dengan informasi gambaran dengan meliputi mempertahankan kesehatan, status nutrisi, mencegah atau membantu kesembuhan penyakit (Depkes RI, 2009). Pengertian pola makan menurut Handajani adalah tingkah laku manusia atau sekelompok manusia dalam memenuhi makanan yang meliputi sikap, kepercayaan, dan pilihan makanan, sedangkan menurut Suhardjo pola makan di artikan sebagai cara seseorang atau sekelompok orang untuk memilih makanan dan mengkonsumsi makanan terhadap pengaruh fisiologis, psikologis, budaya dan sosial. Dan menurut seorang ahlimengatakan bahwa pola makan di definisikan sebagai karakteristik dari kegiatan yang berulang kali makan individu atau setiap orang makan dalam memenuhi kebutuhan makanan. (Sulistyoningsih, 2011). Secara umum pola makan memiliki 3 (tiga) komponen yang terdiri dari: jenis, frekuensi, dan jumlah makanan.

a) Jenis makan

Jenis makan adalah sejenis makanan pokok yang dimakan setiap hari terdiri dari makanan pokok, lauk hewani, lauk nabati, sayuran dan buah yang dikonsumsi setiap hari makanan pokok adalah sumber makanan utama di negara indonesia yang dikonsumsi setiap orang atau sekelompok masyarakat yang terdiri

dari beras, jangung, sagu, umbi-umbian, dan tepung. (Sulistyoningsih,2011).

b) Frekuensi makan

Frekuensi makan adalah beberapa kali makan dalam sehari meliputi makan pagi, makan siang, makan malam dan makan selingan (Depkes, 2013). sedangkan menurut Suhardjo (2009) frekuensi makan merupakan berulang kali makan sehari dengan jumlah tiga kali makan pagi, makan siang, dan makan malam.

c) Jumlah makan

Jumlah makan adalah banyaknya makanan yang dimakan dalam setiap orang atau setiap individu dalam kelompok.

b. Faktor Yang Mempengaruhi Pola Makan

Pola makan yang terbentuk gambaran sama dengan kebiasaan makan seseorang. Secara umum faktor yang mempengaruhi terbentuknya pola makan adalah faktor ekonomi, sosial budaya, agama, pendidikan, dan lingkungan (Sulistyoningsih, 2011).

1. Faktor ekonomi

Variabel ekonomi mencukup dalam peningkatan peluang untuk daya beli pangan dengan kuantitas dan kualitas dalam pendapatan menurunkan daya beli pangan secara kualitas maupun kuantitas masyarakat. Pendapatan yang tinggi dapat mencakup kurangnya daya beli denganh kurangnya pola makan masysrakat

sehingga pemilihan suatu bahan makanan lebih di dasarkan dalam pertimbangan selera dibandingkan aspek gizi. Kecenderungan untuk mengkonsumsi makanan impor.(Sulistyoningsih, 2011).

2. Faktor Sosial Budaya

Pantang dalam mengkonsumsi jenis makanan dapat dipengaruhi oleh faktor budaya sosial dalam kepercayaan budaya adat daerah yang menjadi kebiasaan atau adat. Kebudayaan suatu masyarakat memiliki cara mengkonsumsi pola makan dengan cara sendiri. Dalam budaya mempunyai suatu cara bentuk macam pola makan seperti:dimakan, bagaimana pengolahanya, persiapan dan penyajian, (Sulistyoningsih, 2011).

3. Agama

Dalam agama pola makan ialah suatu cara makan dengan diawali berdoa sebelum makan dengan diawali makan menggunakan tangan kanan (Depkes RI, 2008).

4. Pendidikan

Dalam pendidikan pola makan ialah salah satu pengetahuan, yang dipelajari dengan berpengaruh terhadap pemilihan bahan makanan dan penentuan kebutuhan gizi (Sulistyoningsih, 2011).

5. Lingkungan

Dalam lingkungan pola makan ialah berpengaruh terhadap pembentuk perilaku makan berupa lingkungan keluarga melalui adanya promosi, media elektronik, dan media cetak. (Sulistyoningsih, 2011).

6. Kebiasaan makan

Kebiasaan makan ialah suatu cara seseorang yang mempunyai keterbiasaan makan dalam jumlah tiga kali makan dengan frekuensi dan jenis makanan yang dimakan. (Depkes,2009). Menurut Willy (2011) mengatakan bahwa suatu penduduk mempunyai kebiasaan makan dalam tiga kali sehari adalah kebiasaan makan dalam setiap waktu.

G. Penelitian Relevan

Penelitian yang dilakukan oleh Nurbayti dari Universitas AMIKOM Yogyakarta mengenai Tren Pengguna Aplikasi *Go-Food* di Era Digital (Studi Fenomenologi Pengguna *Go-Food* di Universitas Amikom Yogyakarta) menjelaskan bahwa aplikasi *Go Food* menjadi salah satu fenomena yang merubah pola hidup masyarakat urban dalam melakukan transaksi pembelian, jika sebelum membanjirnya kehebatan *smart phone* dan beragam aplikasi pendukungnya, masyarakat urban dan pedesaan masih menggunakan cara konvensional ketika hendak berbelanja sandang pangan dan papan, hadirnya *smart phone* mendorong para teknokrat menciptakan aplikasi visual, yang mampu merubah cara konvensional tadi menjadi cara yang lebih praktis, dari segi waktu, tenaga bahkan biaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa yang menjadi latar belakang masyarakat urban menggunakan *Go Food* sebagai jasa pengantar makanan. Gaya Hidup

berdasarkan data yang peneliti peroleh dilapangan, hampir 90% juga pengguna *Go Food* dipengaruhi oleh lingkungannya, yakni ketika salah seorang rekan, memilih untuk mengorder makanan melalui *Go Food* yang lainnya pun ikut terpengaruh untuk melakukan *order*, alasannya sederhana yakni agar hemat ongkos kirim. Sebagai informasi, *Go Food* memberlakukan ongkos kirim sebagai bayaran atas jasa pembelian dan pengantaran makanan oleh *driver*, semakin jauh jarak tempat penjualan makanan, maka akan semakin mahal harga jasa *Go Food*, hal inilah yang mendorong beberapa pengguna *Go Food* seringkali ikut “nebeng” ketika menu makanan yang dipesan sama dengan keinginannya. Meskipun demikian, tak sedikit dari mereka, yang memaparkan bahwa pernah kecewa dengan *driver Go Food*, karena order mereka salah, selain itu pernah kecewa karena GPS pada aplikasi rusak, sehingga jarak yang tertera pada layar jauh, mengakibatkan narasumber membayar lebih untuk jasa antar. Namun selebihnya ketika ditanya apakah masih mau menggunakan jasa *Go Food*, rata-rata jawaban mereka menunjukkan hal yang positif, artinya *human error* pada *driver* dan aplikasi tidak membuat mereka jera untuk menggunakan jasa *Go Food*.

Kemudian penelitian selanjutnya yaitu berdasarkan analisa yang dilakukan dalam penelitian pola perilaku konsumtif berbelanja online di kalangan mahasiswi antropologi fisip UNAIR, dapat diperoleh kesimpulan yaitu:

1. Perilaku konsumtif berbelanja online di kalangan mahasiswi Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga ditunjukkan oleh adanya intensitas belanja mereka yang terhitung tidak wajar yaitu rata-rata sebulan sekali dan menghabiskan dana mulai dari Rp 45.000,-, dimana jenis kosmetik yang dapat diperoleh misalnya *eyeliner*, *lipstik* biasa tanpa *glow* dan lainnya. Harga tersebut tidak terbatas hingga mencapai Rp 500.000,-serta rela menghabiskan uang saku satu bulan untuk sekedar membeli barang yang dijual pada *online shop* berupa barang-barang penunjang penampilan, bukan untuk barang-barang penunjang kuliah mereka yaitu baju, kosmetik, makanan, aksesoris, sepatu *handmade*, jilbab, celana dan tas. Pola perilaku konsumtif di Kalangan Mahasiswi Antropologi FISIP UNAIR berawal dari diperolehnya stimulus akan produk-produk *online shop* yang kebanyakan diperoleh dari media sosial yang paling banyak adalah instagram. Ketika mahasiswi tersebut berminat dengan produk tersebut, disinilai telah terjadi proses kognitif dalam diri mahasiswi. Melalui proses kognitif inilah pada akhirnya akan terjadi keputusan untuk membeli produk tersebut atau tidak. Namun, berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari informan, seorang mahasiswi memberikan keputusan untuk membeli suatu produk dalam online shop hanya ketika dirinya memang sedang butuh saja. Namun, jika sedang tidak butuh dan meskipun dirinya sangat

ingin untuk membeli produk tersebut maka mahasiswi tersebut akan lebih memilih untuk tidak membelinya.

2. Persoalan-persoalan yang sering dihadapi oleh mahasiswi ketika berbelanja *online* adalah kebanyakan terkait dengan produk yang diterima tidak sesuai dengan gambar yang di-*posting*, lamanya waktu pengiriman, respon yang lambat dari *online shop* dalam menanggapi *order* konsumen, dan ongkos kirim yang tergolong mahal. Menyikapi persoalan tersebut cara mahasiswi mengatasinya adalah dengan pindah *online shop*. Selain itu, para mahasiswi dituntut untuk lebih teliti dan berhati-hati saat melakukan *order* di *online shop*. Memilih cara pembayaran yang paling aman, jika *online shop* dapat dipercaya, maka yang paling bagus adalah memakai cara pembayaran lewat *transfer* bank. Tetapi jika kurang yakin, sebaiknya memanfaatkan metode *cod* di mana barang akan sampai ke konsumen terlebih dahulu baru dibayar atau memakai rekening bersama dari pengguna forum komunitas seperti kaskus.