

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejalan dengan kemajuan suatu zaman, maka kecepatan dalam mengakses segala sesuatu melalui internet akan semakin meningkat. Pada tahun 2020, *We Are Social* menyatakan data jumlah pengguna internet di dunia mencapai 4,54 miliar (Purba, ML., dkk. 2022). Dan jumlah tersebut terus bertambah hingga mencapai 4,95 miliar pada tahun 2022 (Pahlevi, 2022). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menghimpun data pada tahun 2022 – 2023, menyatakan jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang. Terjadi peningkatan 2,67% dari tahun sebelumnya yakni 210,03 juta orang. Jawa timur menduduki urutan ke – tiga setelah Jawa Tengah dengan pengguna internet sebanyak 26,35 juta orang pada tahun 2020 (Bayu, 2020).

Era digital merupakan suatu zaman dimana sebagian besar masyarakatnya telah menjadikan sistem digital menjadi bagian dari kehidupan sehari – hari (Rahayu, 2019). Era digitalisasi telah melahirkan berbagai macam wujud teknologi informasi dan komunikasi yang memiliki akses yang cepat, tepat serta dapat dijangkau oleh siapapun dan dimanapun. Salah satu wujud dari era digitalisasi adalah lahirnya *Electronic Commerce* (*e – commerce*). Pada tahun 2023, pengguna *e – commerce* di Indonesia mencapai 212 juta orang, yang mana jumlah tersebut meningkat 4% dibandingkan tahun 2022 yakni 204 juta orang (Jayani, 2019). Provinsi Jawa Timur menempati peringkat kedua setelah Jawa Barat dalam jumlah pengguna *e-commerce*, dengan total 571.958 pengguna (Muhammad, 2023).

Saat ini, penggunaan *e – commerce* tertinggi di Indonesia diduduki oleh *shoppe* dengan 157,97 juta pengguna, kemudian disusul oleh *tokopedia* dengan jumlah pengguna 117,03 juta. Berdasarkan golongan usia, mayoritas pengguna *e – commerce* di Indonesia berada dalam rentang usia 26 – 35 tahun (Dini, 2022). Transaksi produk melalui *e – commerce* meliputi, pulsa dan *voucher* dengan kategori produk yang paling sering dibeli dengan jumlah pembelian 23,4 juta. Kemudian disusul oleh *fashion* dan aksesoris dengan jumlah

pembelian 17,3 juta. Makanan menduduki urutan ke – lima dengan jumlah pembelian sebanyak 7,7 juta (Muhammad, 2023).

Kuliner merupakan salah satu bidang usaha yang menggunakan *e – commerce* sebagai media peniagaan. *ShopeeFood*, *GoFood*, *GrabFood* merupakan aplikasi *e – commerce* di Indonesia yang melayani pesan antar makanan atau *food delivery* pada sebuah rumah makan dengan memanfaatkan gawai (Halim FS, dkk., 2022). Berdasarkan data *Good Stats* pada tahun 2022, presentase layanan pesan antar makanan yang diminati oleh anak muda yaitu *GoFood* sebesar 46,4%, *ShopeeFood* sebesar 25,2%, *GrabFood* sebesar 22% dan 6% lainnya.

Indonesia *times* (IDN) pada tahun 2019 telah melakukan survey yang bertujuan untuk mengkaji kebiasaan masyarakat indonesia dalam menggunakan layanan pesan antar makanan, menunjukkan hasil yakni berdasarkan usia, rentang usia 21 – 25 tahun dengan persentase 48,4%, rentang usia 26 – 30 tahun dengan persentase 30,2%, rentang usia 15 – 20 tahun dengan persentase 15,5% dan rentang usia di atas 30 tahun dengan persentase 5,8%. Berdasarkan pekerjaan, yakni mahasiswa dengan persentase 44,2% dan berdasarkan jenis kelamin, yakni wanita dengan persentase 70,5% (Rahayu, 2019).

Penggunaan *e – commerce* dapat berpengaruh terhadap pemilihan makanan pada seseorang. Pemilihan makanan merupakan sebuah usaha untuk mengendalikan makanan yang akan dikonsumsi dengan mempertimbangkan dari segi cita rasa, suasana hati dan kualitas. Pemilihan makanan merupakan interaksi kompleks, dengan melibatkan berbagai bidang seperti biologis, psikologis, sosial, budaya dan kesehatan (Susanti, 2021).

Potongan harga dapat menjadi faktor yang dapat menyebabkan hal tersebut terjadi. Penelitian yang sejalan telah dilakukan oleh (Susanto dkk, 2024) bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara tersedianya potongan harga dengan pemilihan *ShopeeFood* sebagai aplikasi pembelian makanan oleh mahasiswa di Universitas Pendidikan Indonesia Mahasiswa Bisnis Digital. Faktor lain yang mempengaruhi pemilihan makanan yaitu kualitas makanan. Seseorang cenderung akan memilih makanan dengan kondisi yang baik.

Hal tersebut selaras dengan penelitian oleh (Susanto dkk, 2024) mengemukakan ditemukan pengaruh yang signifikan terkait kualitas makanan dengan pembelian makanan pada aplikasi *ShopeeFood* pada mahasiswa Bisnis Digital Universitas Pendidikan Indonesia. Pendapat yang selaras disampaikan oleh (Setyagustina dkk, 2022) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara potongan harga dan minat belanja dengan signifikan lebih dari 0.005 (0.000).

pengiklan yang menarik menjadi salah satu komponen yang berpengaruh terhadap pemilihan makanan pada seseorang. Penelitian yang sejalan dilakukan oleh (Febriani & Cahya, 2022) bahwa adanya pengiklan yang menarik sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan di aplikasi *ShopeeFood*. Pendapat lain yang selaras juga menyatakan bahwa 99,5% mahasiswa membeli makanan dengan menggunakan *e – commerce* dipengaruhi media periklanan, dan 0,5% mahasiswa tidak terpengaruh oleh media periklanan (Purba ML, dkk., 2022).

Faktor lain yang berpengaruh terhadap pemilihan makanan yaitu tempat tinggal. Mahasiswa yang tinggal terpisah dengan orang tuanya (kos) pada umumnya memilih makanan instant. Hal tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rismayani A, dkk., 2023) yang berpendapat bahwa mahasiswa yang tinggal di kos cenderung memilih makanan instan untuk dikonsumsi. Pendapat yang selaras juga disampaikan oleh (Nisa, 2020) yang menyatakan orang tua memiliki peran besar terhadap pemilihan makanan, utamanya sayur dan buah.

Pembelian makanan melalui *e – commerce* didominasi oleh *Fast food*. Hal ini selaras dengan pendapat (Stefani & Layalia, 2023) *fried chicken* adalah jenis makanan yang paling sering dipesan, dengan persentase pembelian sebesar 74,3% atau sebanyak 78 responden. Sedangkan, untuk jenis makanan lain yang paling sering dipesan melalui *e – commerce* yaitu es krim. Pengonsumsi *Fast food* secara terus menerus akan berdampak terhadap kondisi kesehatan tubuh, utamanya status gizi. Status gizi merupakan suatu kondisi yang terjadi pada tubuh sebagai akibat dari konsumsi makanan dan penggunaan zat gizi (Kemenkes RI, 2022).

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan pada tahun 2017 oleh Kementerian Kesehatan RI, diketahui persentase status gizi *underweight* pada penduduk dewasa dengan usia lebih dari 18 tahun sebesar 5%, persentase status gizi normal pada penduduk dewasa dengan usia lebih dari 18 tahun sebesar 54,6%, persentase *overweight* pada penduduk dewasa dengan usia lebih dari 18 tahun sebesar 14,6% dan persentase obesitas pada penduduk dewasa dengan usia lebih dari 18 tahun sebesar 25,8% (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2018).

Status gizi yang tidak normal, baik *underweight* maupun *overweight* berkaitan erat dengan konsumsi jenis makanan yang tidak tepat. Pernyataan tersebut selaras dengan pendapat (Stefani & Layalia, 2023) yang mengemukakan bahwa terdapat hubungan makanan/minuman yang dipesan melalui *e-commerce* dengan obesitas. penelitian yang dilakukan di SDN Putat Jaya II Surabaya yang menunjukkan ditemukan korelasi yang signifikan antara perilaku makan dengan status gizi ($p \text{ Value} < 0,005$) (Namira, 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh (Utari, 2023) berpendapat semakin tinggi frekuensi pembelian makanan melalui *e-commerce*, maka dapat berkontribusi terhadap meningkatnya status gizi. Hal ini disebabkan pembelian makanan melalui aplikasi *food delivery* diduduki oleh *Fast food*, minuman manis dan protein hewani, serta dengan frekuensi pembelian yang sering. Pendapat selaras juga disampaikan oleh (Harahap LA, dkk., 2020) yang menyatakan bahwa pada 83 subjek mahasiswa Medan Area University yang menggunakan aplikasi pesan antar makanan secara *online*, terdapat korelasi antara penggunaan aplikasi pesan antar makanan *online* dengan kejadian obesitas. Penelitian yang dilakukan oleh (Salsabila N & Wahyuningsih U, 2023) menunjukkan terdapat korelasi terkait pembelian makanan melalui *online* terhadap status gizi dengan nilai $p=0,0031$.

Mahasiswa merupakan peserta didik pada jenjang perguruan tinggi (Undang – Undang nomor 12 tahun 2012 tentang pendidikan tinggi). Dalam hal pemilihan makanan, pada umumnya mahasiswa lebih menyukai makanan cepat saji dibandingkan dengan makanan sehat. Hal ini selaras dengan pendapat (Salsabila N & Wahyuningsih U, 2023) yang menyatakan bahwa makanan yang

sering dipesan melalui pemesanan makanan *online* oleh mahasiswa adalah makanan cepat saji. Pemilihan *Fast food* pada mahasiswa didasari oleh berbagai faktor, seperti jadwal perkuliahan yang padat, telat bangun (kesiangan), serta malas untuk sarapan (Ranggayuni E & Aini N, 2021).

Berdasarkan studi pendahuluan berupa hasil wawancara awal yang telah dilakukan terhadap mahasiswa di Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Gresik menunjukkan hasil bahwa saat ini mahasiswa telah menggunakan *e-commerce* sebagai media untuk memesan makanan atau minuman. Jenis aplikasi yang digunakan yaitu *ShopeeFood* dengan persentase 63,6%, *GoFood* dengan persentase 27,3% dan *GrabFood* dengan persentase 9,1%. Frekuensi pembelian makanan atau minuman oleh mahasiswa yakni 45,5% melakukan pembelian 1 bulan sekali, 18,2% melakukan pembelian setiap 1 minggu sekali, 9,1% melakukan pemesanan setiap 4 hari sekali, 9,1% melakukan pembelian tiap 3 bulan sekali, dan 9,1% jarang sekali melakukan pembelian makanan melalui *e-commerce*.

Terdapat berbagai faktor yang melatar belakangi mahasiswa melakukan pembelian makanan melalui *e-commerce*, faktor tersebut meliputi adanya potongan harga atau promo yang ditawarkan, keterbatasan waktu, rasa makanan yang enak, adanya pengaruh dari lingkungan sosial seperti teman, dan adanya rasa malas untuk keluar rumah serta jarak rumah dan tempat makan yang cukup jauh. Sebagian besar jenis makanan yang dibeli melalui aplikasi *e-commerce* tergolong dalam makanan cepat saji, seperti mie kekinian.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Hubungan Penggunaan *Electronic Commerce (e-commerce)*, Pemilihan Makanan terhadap Status Gizi Pada Mahasiswa Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Gresik”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka pada penelitian ini disusun rumusan masalah sebagai berikut :

Apakah terdapat hubungan antara penggunaan *Electronic Commerce (e-commerce)* dengan pemilihan makanan dan status gizi pada mahasiswa Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Gresik?

1.3 Tujuan

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan penggunaan *Electronic Commerce (e – commerce)* dengan pemilihan makanan dan status gizi pada mahasiswa fakultas kesehatan, Universitas Muhammadiyah Gresik.

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini yaitu :

- a. Untuk mengetahui penggunaan *Electronic Commerce (e – commerce)* sebagai media untuk melakukan pembelian makanan pada mahasiswa di Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Gresik.
- b. Untuk mengetahui jenis dan frekuensi pemilihan makanan yang dibeli melalui *Electronic Commerce (e – commerce)* oleh mahasiswa Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Gresik
- c. Untuk mengetahui status gizi mahasiswa di Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Gresik.
- d. Untuk mengetahui hubungan antara penggunaan *e – commerce* dengan pemilihan makanan pada mahasiswa di Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Gresik.
- e. Untuk mengetahui hubungan penggunaan *e – commerce* dengan status gizi mahasiswa di Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Gresik.

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat teoritis

Manfaat teoritis yang diperoleh dari penelitian ini yaitu sebagai tambahan informasi terkait hubungan penggunaan *Electronic Commerce (e – commerce)* dengan pemilihan makanan dan status gizi pada mahasiswa fakultas kesehatan, Universitas Muhammadiyah Gresik

1.4.2 Manfaat praktis

Manfaat praktis yang diperoleh dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi responden

Untuk memberikan informasi dan masukan yang bermanfaat terkait hubungan penggunaan *Electronic Commerce (e-commerce)* dengan pemilihan makanan dan status gizi pada mahasiswa fakultas kesehatan, Universitas Muhammadiyah Gresik

2. Bagi Institusi

Sebagai bahan tambahan masukan dan informasi hubungan penggunaan *Electronic Commerce (e-commerce)* dengan pemilihan makanan dan status gizi pada mahasiswa fakultas kesehatan, Universitas Muhammadiyah Gresik

3. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat digunakan sebagai literatur guna melakukan penelitian selanjutnya hubungan penggunaan *Electronic Commerce (e-commerce)* dengan pemilihan makanan dan status gizi pada mahasiswa fakultas kesehatan, Universitas Muhammadiyah Gresik

1.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban atau asumsi sementara untuk masalah yang sedang diselidiki yang didasarkan pada pengalaman dan pengamatan peneliti. (Heryana, 2020). Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka penyusunan hipotesis sementara pada penelitian ini yaitu :

Ha : Terdapat hubungan antara penggunaan *Electronic Commerce (e-commerce)* dengan pemilihan makanan dan status gizi pada mahasiswa fakultas kesehatan, Universitas Muhammadiyah Gresik

H0 : Tidak terdapat hubungan antara penggunaan *Electronic Commerce (e-commerce)* dengan pemilihan makanan dan status gizi pada mahasiswa fakultas kesehatan, Universitas Muhammadiyah Gresik