

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi dalam perkembangannya memiliki pengaruh dalam menjadikan hubungan sosial berubah dalam kemasyarakatan karena adanya fleksibilitas dalam kemampuan masuk dalam aspek-aspek kehidupan didalam masyarakat.¹ Akibat adanya era globalisasi ini salah satu yang memberikan pengaruh dari teknologi dan komunikasi ini yaitu dengan adanya internet. Orang-orang sekarang ini tidak akan asing jika mendengar kata internet, sebab telah menjadi bagian dari kebutuhan hidupnya sehari-hari. Internet itu sendiri merupakan jejaring sosial yang dapat mendekatkan jarak seseorang walaupun sebenarnya jarak mereka berjauhan karena internet ini cakupannya sudah global artinya sudah mencakup seluruh dunia.

Negara Indonesia dalam penggunaan memakai internet itu sendiri menduduki posisi nomor enam dunia. Tingginya penggunaan internet di Indonesia mengakibatkan dampak dari informasi berupa dampak positif dan dampak negatifnya akan mudah didapatkan dan diakses, dari hal ini akan menambah wawasan dan pengetahuan masyarakat Indonesia yang menggunakan internet terutama dalam pola pikir dan gaya hidup masyarakat tersebut.

Selain dari jalan untuk mengekspresikan diri, pengguna dari media sosial sekarang pun banyak yang memanfaatkan media sosial sebagai lahan untuk

¹Agung Noegroho, *Teknologi Komunikasi*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010),h.36.

melakukan bisnis mereka. Tidak ketinggalan remaja saat sekarang pun sudah mulai pandai membuat bisnis melalui media masa dengan membuat bisnis online atau yang umum kita tahu dengan kata *olshop*. Selain dari berbisnis online remaja-remaja sekarang pun sering menggunakan jasa media sosial dalam membeli sesuatu barang secara online.

Perkembangan awal dari belanja secara online telah ada dari tahun 1994 memakai istilah E-Commerce yang memiliki arti dari *electric commerce* yang sekarang lebih umum dengan sebutan jual beli online. Awalnya E-Commerce ini di pegang oleh sebuah perusahaan perdagangan dalam usaha melakukan strateginya di media sosial, tetapi pada kenyataannya seiring perkembangan teknologi E-Commerce ini banyak juga yang dipakai oleh perseorangan untuk melakukan perdagangan. Oleh sebab itu belanja online di gemari oleh remaja sekarang karena prosesnya mudah serta tidak banyak menghabiskan waktu untuk menemukan barang yang ingin kita beli. Kemudahan dan kepraktisan yang didapat dari belanja online ini membuat remaja menjadi senang serta sudah terbiasa melakukannya.

Di negara Indonesia sendiri kebiasaan belanja online sudah menjadi suatu yang biasa dikalangan remaja, bahkan kebiasaan ini sudah menjamur dikalangan remaja pada saat ini. Dengan maraknya media sosial seperti *Shopee*, *Tokopedia*, *Lazada*, bahkan *Grabfood* pun segala kebutuhannya bisa terpenuhi secara praktis. Biasanya para remaja selalu merekomendasikan hal tersebut dari satu teman ke temannya yang lain, jika kita membeli suatu barang atau makanan di aplikasi tertentu maka mereka akan menyarankan juga kepada temannya untuk membelinya juga. Dampak yang ditimbulkan dari kebiasaan seperti ini mengakibatkan remaja saat ini akan

menjadi konsumtif. Mengingat dalam menggunakan internet dan media sosial sangat mudah dan praktis perilaku konsumtif ini juga akan mengakibatkan dalam memakai media sosial ini bukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya melainkan ada kepentingan lain seperti ingin terlihat keren dan mengikuti tren pada saat ini.

“Menurut survei Chip,co.id penggemar belanja online cenderung membeli fashion seperti baju, celana serta aksesoris lainnya. Tetapi pada sekarang ini dengan perkembangan yang semakin pesat makanan pun tidak kalah digemari dalam melakukan berbelanja online, sebab dalam hal ini dapat mempermudah dalam memesan makanan yang kita inginkan walaupun jarak kita dengan restoran yang kita inginkan sangat berjauhan”.²

Makanan ini merupakan kebutuhan pokok dalam bentuk pangan. Sehingga banyak orang setelah terciptanya suatu produk makanan orang akan menjualkan produk tersebut kepada konsumen, tetapi di era teknologi ini, model penjualannya akan memunculkan inovasi baru. Jika dulu pedagang menjualkan kepada konsumen dengan cara langsung bertemu konsumen, sekarang ini sebagai inovasi dari pemasaran konvensional bergeser ke pemasaran modern yang berbasis digital. Pasar konvensional merupakan pasar dalam proses jual beli mengharuskan bertatap muka, sedangkan pasar digital mampu melalui media sosial sehingga menjadi model pemasaran yang baru. Munculya pasar online atau *online shop*, platform *electric commerce*, serta *electric business* lainnya merupakan salah satu tanda bahwa masyarakat sekarang sudah menginginkan kemudahan dan kepraktisan dalam kehidupannya.

²[http://www.pandagila.com/tpko-online-indonesia-populer-dikunjungi.](http://www.pandagila.com/tpko-online-indonesia-populer-dikunjungi/) /&hl + en -ID & grqid + Htwrvo WW, diakses pada tanggal 10 september pukul 11.47 WIB

Toko online sekarang semakin banyak kita temui dan banyak begitu promo yang menarik akan menimbulkan persepsi seseorang dalam berbelanja di pasar online atau belanja secara online ini. Bahkan untuk berbelanja secara online ini sudah menjadi tren selama dua puluh terakhir ini, hingga detik sekarang masih digemari terutama dalam kalangan remaja

Dalam hal ini peneliti akan melakukan bagaimana persepsi remaja terhadap E-Commerce berbasis makanan. Persepsi itu sendiri merupakan pandangan serta cara individu dalam memiliki respon terhadap bagaimana serta dengan apa seseorang akan melakukan dalam bertindak. Seseorang melakukan persepsi terhadap makanan merupakan seseorang telah berpikir nantinya untuk digunakan dalam memilih serta mengkonsumsi atau menggunakannya produk makanan yang mereka inginkan.

SMAN 1 Cisaat merupakan sekolah menengah atas yang berada Jl. Nagrak Gunungguruh, Mangkalaya, Kecamatan Gunungguruh Kabupaten Sukabumi. Sekolah ini juga dikenal dengan sebutan SMANCIS seperti pada umumnya pembelajaran di sekolah ini ditempuh dengan jangka waktu selama 3 tahun. Sekolah SMAN 1 Cisaat mulai berdiri pada tanggal 16 Juli 1979. Saat awal terbentuknya sekolah ini dalam proses pembelajarannya masih bersatu dengan sekolah SMPN 1 Cisaat, tetapi seiringnya berjalan waktu pada tanggal 10 Juni 1981 sekolah SMAN 1 Cisaat memiliki gedung sendiri yang diresmikan oleh Dr. Daud Yusuf sebagai menteri pendidikan dan kebudayaan. Saat ini SMAN 1 Cisaat memiliki 30 kelas yang terbagi menjadi kelas sepuluh (X), kelas sebelas (XI), serta kelas duabelas (XII) serta memiliki pemfokusan seperti IPA, IPS, dan Bahasa.

Siswa dari SMAN 1 Cisaat ini merupakan seorang remaja yang memiliki potensi serta remaja yang sedang mencari jati dirinya. Batasan remaja pada umumnya yang di perkirakan adalah antara umur dua belas sampai dua puluh satu tahun (12-21 tahun). rentang usia ini biasanya dibedakan menjadi tiga kategori, yaitu kategori awal, akhir, serta tengah. Didalam hal ini remaja berasumsi bahwa berbelanja makanan di pasar online lebih memudahkan dan praktis untuk dilakukan dalam mendapatkan makanan yang kita inginkan.

Peneliti berminat dalam mengetahui bagaimana persepsi remaja terhadap E-Commerce berbasis makanan penelitian dilakukan pada siswa SMAN 1 Cisaat Kabupaten Sukabumi.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, permasalahannya ialah siswa SMAN 1 Cisaat Kabupaten Sukabumi sudah dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan mengalami perubahan di dalam kehidupannya. Salah satu nya mengenai kebiasaan melakukan pembelian makanan secara online di E-Commerce yang mereka miliki di *smartphone* nya, sebab hal ini sudah menjadi dilakukan secara terus menerus makan sudah menjadi kebiasaan didalam kehidupannya.

Kegiatan pembelian makanan secara online di E-Commerce yang sudah menjadi kebiasaan di kalangan siswa SMAN 1 Cisaat, maka mereka memiliki persepsi terhadap kegiatan tersebut. Adapun masalah utamanya yaitu sesuai pembahasan dalam penelitian ini mengenai persepsi siswa SMAN 1 Cisaat Kabupaten Sukabumi. Maka dari itu, studi ini akan membahas mengenai pertanyaan pokok mengenai

“bagaimana persepsi siswa SMAN 1 Cisaat mengenai E-Commerce berbasis makanan”

C. Rumusan Masalah

Mengenai permasalahan tersebut, peneliti akan membahas mengenai bagaimana persepsi remaja terhadap E-Commerce berbasis makanan didalam kehidupan kesehariannya (Penelitian di SMAN 1 Cisaat). Rumusan masalah nya sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi siswa SMAN 1 Cisaat terhadap E-Commerce dalam melakukan pembelian makanan?
2. Apa faktor pendukung siswa SMAN 1 Cisaat saat melakukan pembelian makanan secara online?
3. Apa faktor penghambat siswa SMAN 1 Cisaat saat melakukan pembelian makanan secara online?

D. Tujuan Penelitian

Mengenai permasalahan tersebut, tujuannya dari penelitian ini merupakan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui persepsi remaja SMAN 1 Cisaat terhadap E-Commerce dalam melakukan pembelian makanan?
2. Untuk mengetahui faktor pendukung remaja SMAN 1 Cisaat saat melakukan pembelian makanan secara online?
3. Untuk mengetahui faktor penghambat remaja SMAN 1 Cisaat saat melakukan pembelian makanan secara online?

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dapat dirasakan secara akademis dan juga secara praktis, dengan adanya penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Secara Akademis

Penelitian ini dapat membantu serta bermanfaat dalam ilmu pengetahuan dan bisa menambah wawasan dalam rumpun ilmu sosial terkhusus yang berhubungan mengenai Persepsi remaja terhadap E-Commerce berbasis makanan.

2. Secara Praktis

Penelitian ini berguna bagi remaja saat ini dalam menggunakan E-Commerce terutama dalam basis makanan, bagaimana mereka menggunakannya dengan bijak dalam kehidupannya. Dan dalam penelitian ini pun akan memberikan pengetahuan bagaimana remaja menanggapi perubahan teknologi terkhusus dalam media sosial seperti E-Commerce yang berbasis makanan.

F. Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran merupakan perangkat definisi dan konsep yang saling mencerminkan serta berhubungan terhadap suatu sudut pandangan yang berurutan terhadap fenomena serta tujuan untuk menerangkan, meramal peristiwa. Kerangka pemikiran ditujukan dalam memberikan batasan teori dan juga pemahaman dalam suatu permasalahan untuk penyelesaiannya.

Perubahan-perubahan yang sedang berlangsung dalam masyarakat kita cepat maupun lambat menuntut pengetahuan yang baru serta bagaimana mengatasi masalah-masalah yang timbul oleh perubahan yang ada saat ini. Aspek yang

terlihat dalam perubahan ini mengenai transformasi masyarakat dalam semua aspeknya. Para ahli sosiologi dan antropologi mencari-cari aspek dari proses modernisasi terutama dalam perkembangan teknologi yang memiliki dampak besar dalam kehidupan. Tokoh yang terkenal seperti Ralph Linton berbicara mengenai *neo-evolutionisme*. Beliau berbicara tentang fase-fase perkembangan dalam perkembangan manusia.

Dalam perubahan yang dialami di kehidupan pasti selalu mengalami evolusi. Menurut Lester Ward mekanisme evolusi tidaklah konstan, melainkan akan selalu terjadi perubahan dengan sendirinya seiring perjalanan waktu. Dalam perjalanannya, evolusi akan selalu menuju ke dalam keadaan yang semakin baru, ketinggian yang lebih tinggi, dan prosesnya semakin multidimensional.³ Objek ini dipandang sebagai perubahan yang selalu bergerak dari bentuk yang primitif ke bentuk yang berkembang, dari keadaan yang sangat sederhana menjadi keadaan yang luas serta kompleks.

Perubahan disini menyangkut terhadap perubahan teknologi serta komunikasi. didalamnya berhubungan dengan media sosial online yang sudah populer dikalangan masyarakat. Dalam media sosial kita bisa melakukan apa saja, serta dapat mempermudah kegiatan sehari-hari dalam memenuhi kebutuhan kita. Era sekarang kita berbelanja bisa melalui *e-commerce* atau platform yang sudah tersedia di media sosial yang kita miliki atau pasar online untuk melakukan belanja online. *E-commerce* dapat diartikan sebagai bentuk untuk melakukan bertransaksi

³ Alimandan. *Sosiologi Perubahan Sosial Edisi Pertama*. (Jakarta: Pranada, 2014), h.124-125

dagang atau barang dan jasa dengan perantara media sosial. Didalam *e-commerce* sendiri terdapat perdagangan melalui internet seperti dalam *business to consumer* dan *business to business* dan perdagangan dengan pertukaran data struktur dalam elektronik.

Berdasarkan uraian tersebut bahwa perubahan yang dialami oleh manusia selalu berevolusi seiring dengan perkembangan waktu. Perkembangan teknologi dan komunikasi yang kita rasakan merupakan salah satu perubahan yang terjadi akibat evolusi tersebut. Disini timbul media sosial yang membantu memudahkan kehidupan kita dalam kegiatan sehari-hari. Manusia yang memiliki naluri tidak bisa hidup sendiri selalu membutuhkan teman serta dalam hidupnya selalu terjadi perubahan sehingga apa yang terjadi dan terlihat dalam kehidupannya akan menimbulkan persepsi.

Penelitian ini membahas mengenai Persepsi Remaja terhadap E-Commerce berbasis makanan. Persepsi sendiri berdasarkan George Herbert Mead adalah suatu proses dimana seorang individu menafsirkan kondisi dan situasi yang telah ada di sekelilingnya⁴. Dalam konteks ini siswa SMAN 1 Cisaat menanggapi mengenai persoalan E-Commerce di lingkungan mereka. Persepsi juga diartikan sebagai suatu proses penggabungan sebuah data tentang penginderaan yang kemudian di kembangkan sehingga apa yang ada disekeliling dapat kita sadari, termasuk diri kita dapat kita sadari⁵. Persepsi dalam penelitian ini merupakan proses dimana individu

⁴ Umiarso. *Interaksionisme Simbolik dari Era Klasik hingga Modern*. (Jakarta: RajaGrafindo Persada), 2014. h. 116

⁵ Abdurahman Saleh. *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*. (Jakarta: Kencana, 2009). h. 110

menafsirkan kondisi dan situasi yang berada disekelilingnya. Setiap orang pasti memiliki memiliki penafsiran berbeda-beda akan kondisi yang ada disekitar sehingga akan menimbulkan persepsi yang berbeda, termasuk siswa SMAN 1 Cisaat yang menafsirkan E-Commerce ini dalam kehidupannya. Namun tidak menutup kemungkinan nantinya akanada persepsi yang sama mengenai suatu peristiwa dan permasalahan.

Persepsi sendiri bisa diterjemahkan dimana keadaan kita melihat atau merasakan yang terjadi didalam lingkungan sekitar kita, sehingga kita memberikan aksi dan tindakan didalamnya. Teori ini dipakai dalam hal supaya menjelaskan dan memecahkan permasalahan dalam penelitian sehingga dapat menimbulkan suatu ilmu pengetahuan yang tesusun serta bisa mempermudah dalam menyelesaikan penelitiannya. Oleh karena itu setiap peneliti membutuhkan landasan berpikir dalam memecahkan pemasalah yang dikerjakannya. Dalam penelitian ini, Peneliti memakai teori yang cocok untuk pemecahan dalam masalah ini.

Tindakan merupakan persepsi, dimana persepsi ini akan terjadi ketika seorang individu melakukan pencarian seperti memahami serta merasakan sesuatu dan beakhir dengan adanya tindakan yang dilakukan oleh seseorang.

Stimuli memungkingkan memiliki beberapa dimensi, dan individu akan melakukan penyaringan terhadap dimensi tersebut, sebab setiap orang memiliki stimuli berbeda-beda. Seorang tokoh sosiologi bernama George Herbert Mead menolak dalam memisahkan orang dari objek yang dirasakan, tindakan merasakan dari suatu objek itu yang membuatnya suatu objek bagi seseorang, sehingga

persepsi dengan objek tidak bisa dipisahkan⁶. Hal ini sebagaimana dijelaskan George Herbert Mead dalam Teorinya Interaksionisme Simbolik mengenai empat tahap dalam Analisis Tindakan.

Tahap pertama mengenai Impuls hal ini merupakan dorongan hati atau impuls yang meliputi rangsangan spontan yang berhubungan dengan panca indera, dan reaksi Individu terhadap rangsangan. Tahap kedua mengenai Persepsi merupakan aktor (individu) dan beraksi terhadap rangsangan yang berhubungan dengan impuls. Tahap ketiga merupakan manipulasi, hal ini setelah impuls menyatakan dirinya sendiri dan objek telah dipahami, berikutnya memanipulasi objek atau mengambil tindakan yang berkenaan dengan objek itu. Tahap terakhir yaitu konsumsi, berdasarkan pertimbangan ini aktor (individu) mungkin memutuskan untuk memakan atau tidaknya serta mengambil tindakan yang memuaskan dorongan hati yang sebenarnya.

Dalam kasus ini penulis mengambil permasalahan dari persepsi remaja terhadap E-Commerce berbasis makanan. Di era sekarang ini remaja gemar sekali melakukan transaksi menggunakan E-Commerce, bahkan untuk mencari makanan pun mereka melalui media sosial. Sehingga akan menimbulkan persepsi tentang E-Commerce berbasis makanan ini dikalangan remaja. Diharapkan dari persepsi remaja ini akan menimbulkan suatu tindakan dalam melakukan transaksi di E-Commerce berbasis makanan ini. Secara sederhananya kita dapat melihat skema konseptual dibawah ini:

⁶ George, Ritzer. *Teori Sosiologi dari sosiologi klasik sampai perkembangan Terakhir postmodern*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), h.605-607

Gambar 1.1
Skema Konseptual

