

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Restoran atau jasa penyedia makanan dan minuman bukan hanya menjadi sarana penyedia kebutuhan saja, tetapi sudah menjadi gaya hidup masyarakat modern. Restoran merupakan salah satu bagian dari *Food & beverage Service Industry*. Selain restoran, terdapat beberapa sektor lain seperti hotel, catering, pub dan bar, makanan cepat saji, atraksi rekreasi dan *banquet*. Operasional *Food & Beverage Service* (atau layanan makanan) mencakup berbagai jenis restoran (*bistro*, *brasserie*, kedai kopi, *fine dining*, *ethnic*, *themed*), kafe, kafetaria, *takeaways*, operasi layanan *lounge*, operasi pengiriman ke rumah dan operasi layanan kamar untuk tamu hotel (Cousins *et al.*, 2014).

Makan di luar tidak hanya dilakukan untuk acara-acara khusus, tetapi sudah menjadi bagian dari gaya hidup, terutama bagi masyarakat Indonesia. Hasil survey Nielsen (2016) mengenai kebiasaan orang makan di luar, membuktikan bahwa 11% orang Indonesia memilih untuk makan di luar setidaknya satu kali setiap harinya atau lebih. Hal tersebut juga didukung dengan adanya pertumbuhan konsumsi layanan makanan per kapita di Indonesia sebanyak 7,4 kali sejak tahun 1998 hingga tahun 2019 (Momentum Works, 2021). Tujuan orang Indonesia makan di restoran bukan hanya untuk menikmati makanan yang mereka pesan, tetapi juga untuk bersosialisasi dengan teman, keluarga, atau rekan kerja.

Namun karena adanya pandemi COVID-19, kebiasaan orang Indonesia makan di luar berubah karena adanya pembatasan sosial yang diberlakukan oleh

pemerintah. Salah satu cara masyarakat membeli makanan dan minuman tidak lagi hanya dengan datang ke restoran lalu makan di restoran atau *takeaway*, tetapi menggunakan layanan pesan antar makanan daring. Penggunaan layanan pesan antar makanan daring di Indonesia semakin meningkat karena adanya pandemi COVID-19 yang mengharuskan masyarakat beradaptasi untuk berbelanja secara daring.

Virus SARS-CoV 2 merupakan virus yang pertama kali disebarkan di daerah Wuhan, Tiongkok pada tahun 2019. Kasus pertama penyakit ini mulai masuk ke Indonesia pada bulan Maret 2020. Angka penyebaran virus tersebut terus meningkat, sehingga menyebabkan beberapa daerah di Indonesia harus melakukan Pembatasan Sosial seperti Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Hal ini menyebabkan restoran dan tempat makan lainnya tidak diperbolehkan untuk menerima tamu makan di tempat. Dengan aktivitas makan di tempat yang dilarang, banyak restoran kesulitan melanjutkan operasionalnya, sebagian restoran hanya mengandalkan *takeaway* dan layanan pesan antar daring.

Mobilitas yang terbatas dan adanya pembatasan gerakan lainnya mungkin juga membuat konsumen mempertimbangkan pembelian selanjutnya. Akibatnya, beberapa 400.000 pekerja restoran di Jakarta – merupakan kota yang menyumbang sekitar 40% penjualan makanan dan minuman di Indonesia – telah dirumahkan sejak penerapan kembali tindakan PSBB (Deloitte, 2020). Wakil Ketua PHRI Bidang Restoran Emil Arifin, mengungkapkan bahwa terdapat 1.030 restoran yang tutup permanen, dan 400 restoran yang tutup sementara selama bulan Januari hingga Februari 2021. Pertimbangan penutupan oleh pemilik restoran dikarenakan

perhitungan mampu atau tidak restoran membayar uang sewa kepada mal atau ruko (CNN, 2021).

Saat ini, di Indonesia terdapat empat layanan pesan antar makanan daring besar yang biasanya digunakan masyarakat Indonesia, seperti GoFood, GrabFood, Shopee Food, dan Traveloka Eats. Layanan pesan antar makanan daring memiliki fungsi sebagai beberapa restoran yang dikumpulkan kemudian menyediakan konsumen dengan berbagai macam pilihan makanan, pengambilan pesanan dan penyampaiannya pesanan kepada produsen makanan, pemantauan pembayaran, pengaturan pengiriman makanan dan penyediaan fasilitas pelacakan untuk makanan yang akan diantar (Li, 2020). Menurut hasil penelitian dari *Momentum Works* (2021), Indonesia menjadi salah satu negara dengan pasar pengiriman makanan terbesar di Asia Tenggara. Hingga tahun 2020, Grab dan GoJek mendominasi aplikasi layanan pesan antar makanan daring di Indonesia, dengan persentase jumlah pengguna Grab 53% dan GoJek 47% (Momentum Works, 2021).

Frekuensi pembelian secara daring pada generasi Y/Z lebih tinggi dibandingkan generasi X karena generasi Y/Z lebih sering menggunakan internet dibandingkan generasi sebelumnya (Dhanapal *et al.*, 2015). Dengan adanya beberapa aplikasi pemesanan makanan secara daring, tentunya menjadi sebuah sarana bagi seseorang untuk dapat memesan makanan tanpa harus ke restoran secara langsung, terutama bagi mahasiswa (termasuk dari gen Z) yang cenderung lebih memilih platform yang lebih mudah dan nyaman untuk digunakan, serta yang memberikan mereka pengalaman pemakaian yang lebih baik (Hooi *et al.*, 2021). Generasi Z merupakan generasi yang lahir setelah tahun 1995 (Cilliers, 2017). Dalam menggunakan teknologi, Generasi Z dapat melakukan aktivitas di dunia

nyata maupun dunia virtual dengan baik, mereka dapat beralih dari satu dunia ke dunia lainnya dengan mudah (Żarczyńska-Dobiesz & Chomałowska, 2014). Generasi Z sudah terbiasa dengan menggunakan internet dan cenderung mereka suka mengevaluasi apa yang mereka beli dan gunakan, menunjukkan tempat dimana mereka menghabiskan waktu, terbiasa dalam mengekspresikan diri, suka mencari tahu mengenai teknologi baru yang bermunculan, dan mempelajari cara menggunakannya (Dolot, 2018). Generasi Z juga merupakan generasi yang lama di media sosial terutama untuk mencari informasi mengenai makanan dibandingkan generasi lainnya. Generasi Z merupakan generasi yang saat ini mengutamakan kemudahan, kenyamanan, dan banyak pilihan dalam membeli makanan. Solusi teknologi teras masuk akal bagi generasi Z, sesuai dengan asumsi mereka bahwa teknologi akan memainkan peran penting di masa depan (Food Standards Agency, 2020). Berdasarkan fakta dalam bagaimana hubungan generasi Z dan teknologi, dapat dikatakan bahwa generasi Z merupakan konsumen masa depan yang sudah terbiasa menggunakan teknologi, sehingga penulis ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi generasi Z dalam menggunakan layanan antar makanan berani.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya, yang dilakukan oleh Hong, *et al.* (2021) dengan judul *Factors affecting customer intention to use online food delivery services before and during the COVID-19 pandemic*. Penelitian tersebut dilaksanakan di Amerika Serikat, dalam dua periode: minggu ketiga di bulan Juni 2019 dan minggu kelima di bulan Juli 2020, yang merepresentasikan sebelum dan saat pandemi COVID-19 berlangsung. Namun, sampel yang digunakan diperkecil oleh karena keterbatasan peneliti. Generasi Z

digunakan dalam penelitian penulis karena generasi Z sudah terbiasa dalam menggunakan teknologi pada keseharian mereka (Dolot, 2018).

Penelitian ini dilakukan karena hal ini merupakan sebuah fenomena yang membawa perkembangan baik bagi industri F&B service. Layanan pesan antar makanan daring menjadi salah satu cara bagi F&B service untuk beradaptasi dan bertahan pada masa pandemi COVID-19 ini. Maka dari itu, penulis ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi niat pelanggan generasi Z di Jabodetabek untuk menggunakan layanan pesan antar makanan daring.

Penulis hanya meneliti niat konsumen generasi Z dalam menggunakan layanan pesan antar selama masa pandemi COVID-19 karena adanya kebijakan sosial dan physical distancing sehingga membuat konsumen tidak dapat makan di restoran lagi. Penulis ingin mengetahui faktor lain apa saja yang membuat konsumen generasi Z memilih untuk menggunakan layanan pesan antar makanan selama masa pandemi selain karena faktor adanya kebijakan *social* dan *physical distancing*. Selain itu, karena kebijakan tersebut, konsumen banyak kegiatan di dalam rumah, mereka memiliki banyak waktu untuk menggunakan teknologi dibandingkan ketika mereka dapat melakukan di rumah, seperti aplikasi yang terdapat pada *smartphone* mereka, termasuk layanan pesan antar makanan berani. Peneliti juga ingin mengetahui apakah dengan adanya layanan pesan antar makanan berani dapat membantu mereka dalam memesan makanan selama masa pandemi COVID-19 ini, dan apakah teknologi ini dapat memudahkan mereka serta memberikan keuntungan pada saat pandemi COVID-19 yang dimana mobilitas mereka dibatasi.

## B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang peneliti gunakan diadaptasi dari penelitian yang telah dilakukan oleh Hong *et al.* (2021) dengan judul *Factors affecting customer intention to use online food delivery services before and during the COVID-19 pandemic*. Terdapat delapan variabel independen yang terdiri dari: *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *trust*, *price saving benefits*, *time saving benefits*, *food safety risk perception*, *perceived severity*, dan *perceived vulnerability*. Terdapat satu variabel dependen yaitu *customer's intention to use*.

*Perceived Usefulness* didefinisikan sebagai probabilitas subjektif calon pengguna yang menggunakan sistem aplikasi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya dalam konteks organisasi. *Perceived ease of use* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang mengharapkan tantangan mental atau fisik dalam beradaptasi dengan teknologi (Hong *et al.*, 2021). *Trust* merupakan atribut dalam layanan yang berorientasi teknologi karena kepercayaan dalam sistem telah divalidasi sebagai pendorong utama dalam adaptasi konsumen terhadap teknologi baru di berbagai bidang, dari saat check-in/out di hotel (Kaushik *et al.*, 2015). *Price saving benefits* didefinisikan sebagai manfaat penghematan uang. *Time saving benefits* dapat diartikan dengan penghematan waktu pelanggan dengan menghindari waktu yang dihabiskan untuk bepergian ke restoran dan mengantre.

Risiko yang dirasakan terkait dengan konsumsi makanan disebut *food safety risk perception* (Nardi *et al.*, 2020). *Perceived Severity*

didefinisikan sebagai perhatian pribadi seorang individu terhadap sebuah situasi yang serius. *Perceived Vulnerability* mengacu pada keyakinan pribadi tentang risiko terkena penyakit (Cahyanto *et al.*, 2016). Penelitian tersebut merumuskan delapan permasalahan, yang peneliti gunakan juga pada penelitian ini. Delapan rumusan masalah tersebut adalah:

1. Apakah *perceived usefulness* mempengaruhi niat pelanggan generasi Z untuk menggunakan layanan pesan antar makanan daring?
2. Apakah *perceived ease of use* mempengaruhi niat pelanggan generasi Z untuk menggunakan layanan pesan antar makanan daring?
3. Apakah *trust* mempengaruhi niat pelanggan generasi Z untuk menggunakan layanan pesan antar makanan daring?
4. Apakah *price saving benefits* mempengaruhi niat pelanggan generasi Z untuk menggunakan layanan pesan antar makanan daring?
5. Apakah *time saving benefits* mempengaruhi niat pelanggan generasi Z untuk menggunakan layanan pesan antar makanan daring?
6. Apakah *food safety risk perception* mempengaruhi niat pelanggan generasi Z untuk menggunakan layanan pesan antar makanan daring?
7. Apakah *perceived severity* mempengaruhi niat pelanggan generasi Z untuk menggunakan layanan pesan antar makanan daring?
8. Apakah *perceived vulnerability* mempengaruhi niat pelanggan generasi Z untuk menggunakan layanan pesan antar makanan daring?

### **C. Batasan Penelitian**

Karena keterbatasan waktu dan peneliti, sampel generasi Z yang digunakan hanya berasal dari daerah jabodetabek, dan uji asumsi klasik

belum diterapkan pada pengolahan data. Maka dari itu, hasil penelitian ini tidak bisa digeneralisasikan terhadap semua kalangan generasi Z.

#### **D. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui apakah *perceived usefulness* memiliki pengaruh terhadap minat pelanggan Generasi Z dalam menggunakan layanan pesan antar makanan daring di masa pandemi
2. Mengetahui apakah *perceived ease of use* memiliki pengaruh terhadap minat pelanggan Generasi Z dalam menggunakan layanan pesan antar makanan daring di masa pandemi
3. Mengetahui apakah *trust* memiliki pengaruh terhadap minat pelanggan Generasi Z dalam menggunakan layanan pesan antar makanan daring di masa pandemi
4. Mengetahui apakah *price saving benefits* memiliki pengaruh terhadap minat pelanggan Generasi Z dalam menggunakan layanan pesan antar makanan daring di masa pandemi
5. Mengetahui apakah *time saving benefits* memiliki pengaruh terhadap minat pelanggan Generasi Z dalam menggunakan layanan pesan antar makanan daring di masa pandemi
6. Mengetahui apakah *food safety risk perception* memiliki pengaruh terhadap minat pelanggan Generasi Z dalam menggunakan layanan pesan antar makanan daring di masa pandemi
7. Mengetahui apakah *perceived severity* memiliki pengaruh terhadap minat pelanggan Generasi Z dalam menggunakan layanan pesan antar makanan daring di masa pandemi

8. Mengetahui apakah *perceived vulnerability* memiliki pengaruh terhadap minat pelanggan Generasi Z dalam menggunakan layanan pesan antar makanan daring di masa pandemi
9. Untuk memenuhi syarat akademik guna memperoleh gelar Sarjana Terapan Pariwisata

#### **E. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan layanan pesan antar makanan daring,

##### 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai penerapan untuk pelaku usaha layanan pesan antar makanan daring untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat pelanggan generasi Z untuk menggunakan layanan pesan antar daring

#### **F. Sistematika Penulisan**

##### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi pendahuluan yang menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

##### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjabarkan tentang paparan teoritis yang membahas konsep-konsep teoritis untuk memecahkan masalah yang relevan, penelitian sebelumnya yang menjelaskan uraian hasil yang berkaitan dengan perumusan hipotesis, masalah penelitian, dan kerangka konseptual.

### BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis melakukan penelitian dengan teknik regresi yang menggunakan data kuantitatif yang didapat dari instrumen penelitian kuesioner, dengan delapan variabel independen dan satu variabel dependen. Hasil yang didapat akan diuji dengan menghubungkan variabel-variabel independen dengan variabel dependen menggunakan uji regresi linier berganda dan juga melakukan uji korelasi, koefisiensi determinan, uji hipotesis.

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis menjelaskan hasil yang telah didapatkan dan mengaitkannya dengan masalah yang sudah dijelaskan pada bab I. Hasil data penelitian ini akan dibandingkan dengan delapan hipotesis yang sudah disusun pada bab II untuk mengetahui hipotesis mana saja yang diterima dan ditolak.

### BAB V SIMPULAN, SARAN, DAN RENCANA KEBERLANJUTAN PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari penelitian ini, mulai dari latar belakang yang ada pada bab I hingga hasil yang ada di bab IV. Bab ini juga menyarankan mengenai hal-hal yang dapat digunakan untuk penelitian

selanjutnya serta saran yang dapat digunakan oleh pihak terkait dalam mengembangkan usaha mereka.

