

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, katering, pub dan bar, makanan cepat saji, atraksi rekreasi dan *banquet*. Operasional *Food & Beverage Service* 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 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 Z lebih tinggi dibandingkan generasi X karena generasi 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).

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). Penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan

topik yang berkaitan dengan COVID-19 dan layanan pesan antar makanan daring karena pada masa pandemic COVID-19, banyak sekali kebiasaan makan orang-orang yang terdampak, yang menyebabkan banyak orang memesan secara daring. Sementara, seminar hasil ini dibuat untuk mempresentasikan mengenai penelitian yang telah dilakukan, yakni menjelaskan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat pelanggan generasi Z di Jabodetabek untuk menggunakan layanan pesan antar makanan daring.

B. Tujuan

Tujuan dari dilaksanakannya seminar adalah untuk memperoleh masukan dan ulasan dari dosen-dosen penguji seminar untuk menambah informasi bagi penelitian ini. Selain itu, seminar ini juga bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat pelanggan generasi Z di Jabodetabek dalam menggunakan layanan pesan antar makanan daring selama masa pandemi COVID-19. Seminar ini juga dilaksanakan untuk memenuhi syarat kelulusan demi mendapatkan gelar Sarjana Terapan Pariwisata.

C. Manfaat

Terdapat beberapa manfaat dari seminar hasil, antara lain:

1. Untuk menyelesaikan syarat kelulusan dalam memperoleh gelar Sarjana Terapan Pariwisata.
2. Untuk memperluas wawasan dan informasi baru mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat pelanggan generasi Z dalam menggunakan layanan pesan antar daring di masa pandemi COVID-19.

3. Bagi pelaku usaha dan manajerial, seminar ini bermanfaat untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat pelanggan generasi Z dalam menggunakan layanan pesan antar daring.

D. Deskripsi Penelitian

Penelitian yang dipresentasikan dalam seminar hasil berjudul Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Pelanggan Generasi Z untuk Menggunakan Layanan Pesan Antar Makanan Daring selama Masa Pandemi COVID-19. Terdapat 5 Bab di dalam penelitian ini: Bab 1 berisi Pendahuluan, Bab 2 Tinjauan Pustaka, Bab 3 Metode Penelitian, Bab 4 Hasil dan Pembahasan, serta Bab 5 yang berisi Simpulan, Saran, dan Rencana Berkelanjutan Penelitian. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai faktor-faktor mana saja yang berpengaruh terhadap niat pelanggan generasi Z untuk menggunakan layanan pesan antar daring di masa pandemi COVID-19. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yang dilaksanakan pada bulan September sampai bulan November 2021. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca dari semua kalangan.