

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kuliner di Indonesia, khususnya di kota besar seperti Surabaya bagian barat, mengalami pertumbuhan pesat yang dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup dan ekspektasi konsumen muda. Dua segmen demografis yang memainkan peran penting dalam dinamika ini adalah Generasi Y (Milenial) dan Generasi Z. Generasi Y, atau milenial, merujuk pada individu yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996 (usia 29 - 44), sementara Generasi Z mencakup mereka yang lahir antara 1997 hingga 2012 (usia 13 - 28) (Dimock, 2019). Kedua generasi ini memiliki karakteristik konsumsi yang unik: terbuka terhadap inovasi, sangat visual, terhubung secara digital, serta menjadikan pengalaman dan nilai estetika sebagai bagian integral dari keputusan konsumsi (Barska & Wojciech, 2014; Krikheli & Silva, 2024).

Dalam konteks kuliner, konsumen dari generasi Y dan Z tidak hanya mengejar rasa yang enak, tetapi juga memperhatikan cerita, tampilan visual, dan *shareability* dari makanan yang mereka pilih. Studi oleh Guiné et al. (2020) menunjukkan bahwa elemen sensorik, estetika, dan pengenalan produk memainkan peran besar dalam keputusan pembelian makanan inovatif. Salah satu tren yang paling menonjol adalah meningkatnya popularitas makanan penutup (*dessert*) yang inovatif dan *Instagrammable*, yang tidak hanya dikonsumsi secara fisik tetapi juga menjadi bagian dari identitas digital konsumen (Zhu et al., 2019).

Restoran Union menjadi salah satu contoh representatif dari restoran yang sukses menjawab tuntutan tersebut. Dikenal dengan inovasi *dessert*-nya seperti *Red Velvet Cake*, *Es Teler Cake*, dan *Martabak Cake*, Restoran Union berhasil menciptakan kombinasi antara rasa yang khas, tampilan visual yang menarik, dan narasi yang relevan dengan budaya pop dan identitas generasi muda. Restoran Union juga dikenal luas di media sosial dan termasuk dalam daftar Asia's 50 Best Bars (2021), menandakan pengakuan baik secara komersial maupun profesional dalam industri kuliner (TheWorlds50Best.com, 2021).

Pemilihan Restoran Union Pakuwon Mall sebagai objek penelitian didasarkan pada keberhasilannya menggabungkan elemen budaya lokal Indonesia dalam sajian modern, yang sangat selaras dengan preferensi generasi Y dan Z yang menghargai inovasi berbasis kultural namun tetap estetik. Penelitian sebelumnya oleh Kraus et al. (2020) serta Alexandra dan Choirisa (2024) menekankan bahwa generasi muda memiliki preferensi yang dipengaruhi oleh faktor estetika, nilai lokal, dan narasi inovatif dari makanan yang mereka konsumsi.

Namun demikian, masih belum diketahui bagaimana cara Restoran Union Pakuwon Mall berhasil dalam menjual *dessert*-nya, dengan melihat jumlah penjualan yang banyak dan ketersediaan banyak menu yang variatif. Meskipun Restoran Union Pakuwon Mall telah populer secara praktis, masih terdapat kesenjangan dalam literatur akademik mengenai penyebab apa saja yang dapat memengaruhi preferensi konsumsi generasi Y dan Z terhadap inovasi *dessert* di restoran ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam faktor apa saja yang memengaruhi maraknya penjualan *dessert*, serta untuk mengetahui preferensi konsumen generasi Y dan Z terhadap inovasi *dessert* di Restoran Union Pakuwon Mall. Temuan dari studi ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap strategi pengembangan produk dan pemasaran yang lebih relevan dengan kebutuhan generasi muda, serta memperkaya literatur akademik dalam bidang pemasaran kuliner dan perilaku konsumen digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana preferensi konsumen generasi Y dan Z terhadap inovasi *dessert* di Restoran Union Pakuwon Mall?
2. Apa saja faktor yang memengaruhi keputusan pembelian generasi Y dan Z dalam memilih inovasi *dessert* di Restoran Union Pakuwon Mall?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi preferensi konsumen generasi Y dan Z terhadap inovasi *dessert* di Restoran Union Pakuwon Mall.
2. Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen generasi Y dan Z dalam memilih menu *dessert* inovatif di Restoran Union Pakuwon Mall.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen, khususnya generasi Y dan Z, dalam konteks preferensi terhadap inovasi kuliner. Temuan ini dapat menjadi dasar untuk penelitian lanjutan dalam bidang pemasaran kuliner, inovasi produk makanan, serta perilaku konsumen generasi muda.

1.4.2 Secara praktis

Hasil penelitian ini bermanfaat bagi produsen, khususnya Restoran Union serta pelaku bisnis kuliner lainnya, sebagai acuan dalam merancang inovasi *dessert* yang sesuai dengan preferensi generasi Y dan Z. Sedangkan bagi konsumen, khususnya generasi Y dan Z, temuan ini dapat meningkatkan kesadaran dalam memilih produk kuliner yang sesuai dengan gaya hidup dan nilai personal mereka.