

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri kuliner Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir dan menjadi salah satu sektor unggulan dalam mendorong perekonomian nasional. Di wilayah Jawa Timur, sektor makanan dan minuman tercatat sebagai penyumbang terbesar dalam struktur industri pengolahan dengan kontribusi sebesar 38,87% (BPS Kota Surabaya, 2025). Surabaya, sebagai pusat ekonomi dan ibu kota provinsi, mencatatkan pertumbuhan ekonomi sebesar 5,45% pada Triwulan III tahun 2024, melebihi rata-rata pertumbuhan provinsi dan nasional. Pertumbuhan ini juga tercermin dari meningkatnya jumlah unit usaha di sektor hotel dan restoran yang mencapai 858 unit pada tahun 2024, naik signifikan dibandingkan tahun sebelumnya (DPM-PTSP Surabaya, 2024). Kondisi ini menandakan bahwa sektor kuliner menjadi tulang punggung penting dalam pertumbuhan ekonomi kota.

Kemajuan ini turut didorong oleh meningkatnya permintaan terhadap ragam menu yang inovatif, unik, dan mampu memenuhi selera konsumen modern. Salah satu tren yang sedang berkembang dan mencuri perhatian adalah *fusion food* sebuah konsep yang menggabungkan berbagai elemen dari beragam budaya kuliner menjadi satu sajian baru yang unik. *Fusion food* di Indonesia tidak hanya menjadi bentuk inovasi, tetapi juga cerminan dari dinamika budaya dan globalisasi dalam dunia kuliner. Hidangan-hidangan seperti *ramen burger*, *pizza ayam rica-rica*, *taco rendang*, hingga *nasi goreng kimchi* menggambarkan bagaimana pelaku kuliner memadukan cita rasa lokal dan global dalam satu piring (Bee.id, 2024; Jurnalika News, 2025).

Fenomena ini tidak hanya menawarkan eksplorasi rasa, tetapi juga membuka peluang baru bagi industri kuliner Indonesia untuk menembus pasar internasional. Dengan pendekatan rasa yang lebih universal namun tetap mempertahankan kekhasan lokal. Survei terkini menunjukkan bahwa generasi muda - terutama Gen Z menunjukkan minat yang tinggi terhadap *fusion food*. Berdasarkan survei, sebanyak 44% Gen Z menyukai masakan Indonesia murni, dan *fusion* Indonesia - *western* 16%. (katadata,2023)

Namun, meskipun tren ini berkembang, potensi *fusion food* di Indonesia belum dimaksimalkan sepenuhnya. Terdapat sejumlah tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku industri. Pertama, masalah konsistensi rasa dan kualitas, yakni bagaimana menjaga keseimbangan antara orisinalitas bahan lokal dengan sentuhan modern agar tetap diterima oleh

konsumen yang beragam. Kedua, edukasi konsumen, terutama terkait pemahaman mengenai konsep *fusion food* agar tidak dianggap sebagai ‘penyimpangan’ dari rasa asli makanan tradisional. Ketiga, masih terbatasnya eksplorasi bahan lokal yang memiliki potensi besar untuk diangkat ke dalam kreasi *fusion* yang lebih berkarakter dan otentik. (Jadwal Sertifikasi, 2025; IndonesiaIndustryWeek, 2024).

Berdasarkan uraian di atas, Penulis bermaksud ingin melakukan penelitian mengenai penerimaan konsumen terhadap tren menu *fusion* di restoran Surabaya . Surabaya memiliki posisi strategis dalam melihat dinamika preferensi kuliner masyarakat modern.

1.2. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana tingkat penerimaan konsumen Surabaya terhadap tren menu *fusion* di restoran?
2. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi penerimaan konsumen terhadap tren menu *fusion*?
3. Bagaimana pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan memilih menu *fusion*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah : (kurang urgent)

1. Menganalisis tingkat penerimaan konsumen terhadap tren menu *fusion* di restoran Surabaya
2. Mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi penerimaan konsumen terhadap tren menu *fusion*
3. Mengevaluasi pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan memilih menu *fusion*

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Memberikan kontribusi pada pengembangan literatur di bidang kuliner, pemasaran makanan, dan perilaku konsumen terkait inovasi menu dalam industri restoran.

2. Manfaat Praktis

Memberikan informasi dan rekomendasi bagi pelaku usaha kuliner, khususnya restoran yang menerapkan konsep menu *fusion*, dalam merancang strategi produk dan layanan yang sesuai dengan preferensi konsumen Surabaya. Sedangkan manfaat bagi Konsumen adalah merupakan pengalaman baru, memperoleh pilihan menu yang beragam, merupakan edukasi budaya, adaptasi rasa lokal dan mempermudah penerimaan makanan asing dengan sentuhan lokal.