

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Makan merupakan salah satu kebutuhan manusia untuk hidup. Melihat hal ini, banyak orang mulai menghidupi diri dengan menjual makanan dan minuman atau yang mulai di kenal dengan industri makanan dan minuman. Semakin berkembangnya zaman, industri makanan pun mulai berlomba-lomba menciptakan rumah makan yang memiliki keunikan tersendiri. Salah satu keunikan yang sedang ramai dibuat oleh industri rumah makan adalah menjual pengalaman pada saat makan di rumah makan bahkan sampai kepada rumah makan yang memiliki tema tersendiri.

Menurut data yang di kutip dari [www.data.jakarta.go.id](http://www.data.jakarta.go.id) terdapat 3900+ tempat makan yang tersebar hampir di seluruh DKI Jakarta dengan berbagai jenis tempat makan di tahun 2016. Sedangkan di tahun 2011, menurut kementerian Jakarta memiliki 1100+ tempat makan berskala menengah ke atas.

Dari banyak jenis tempat makan di dunia, kaum milenial sangat menyukai tempat-tempat modern yang bisa digunakan untuk berkumpul bersama kelompoknya. Apalagi, bila tempat tersebut menyediakan berbagai fasilitas seperti wi-fi dan colokan untuk mengisi daya ulang gadget yang mereka miliki. Selain itu, kaum millennial juga menyukai tempat makan yang instagramable atau sesuatu yang bisa atau layak untuk di bagikan ke profil Instagram dalam bentuk foto dan video dengan tingkat estetika tertentu.

Namun, terlepas dari sarana yang disediakan di suatu tempat makan. Ternyata generasi millennial juga memasukan tipe atau jenis makanan ke dalam konsiderasi mereka dalam memilih tempat makan. Generasi millennial merupakan kaum yang konsumtif. Oleh karena itu menurut (Weenas 2013, 607-618) ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan dalam pembelian yang dilakukan yaitu kualitas produk, harga, promosi, dan kualitas pelayanan. sehingga secara singkat dapat disimpulkan bahwa generasi millenials bukan hanya konsumtif namun juga cukup selektif dalam memilih tempat makan.

Jumlah generasi millennial di Jakarta pada tahun 2015 ada sebanyak 2.900.000+ dan terus bertambah hingga 2019. Sehingga tidak sedikit dari masyarakat di ibu kota Indonesia ini yang memiliki sikap konsumtif. Sikap konsumtif generasi millennial ini tidak melulu membawa dampak buruk. Ada dampak baik yang di juga diberikan dengan adanya sikap konsumtif ini contohnya generasi ini tidak sungkan untuk mengeluarkan kocek lebih untuk sebuah makanan atau minuman sehingga sudah pasti membawa keuntungan bagi para pemilik bisnis tempat makan.

Menurut (Sabani 2018) generasi millenials merupakan generasi yang sangat identik dengan teknologi. Generasi ini tidak bisa di pisahkan dengan teknologi terutama internet. Hal ini mulai menjadi kebutuhan bagi kaum millenials. Salah satu hal yang membuat millenials membutuhkan internet adalah cara mereka bersosialisasi dengan dunia melalui media sosial. Hal ini juga di terapkan kaum millenials dalam mencari referensi tempat makan.

Salah satu media sosial yang paling sering digunakan oleh seluruh kalangan untuk mencari referensi tempat makan adalah Zomato. Zomato merupakan aplikasi atau website yang bertujuan untuk membantu manusia untuk menemukan tempat-tempat makan dengan kualitas baik di sekitar mereka serta memberikan platform bagi para pengguna untuk memberikan komentar serta nilai untuk tempat makan yang telah dikunjungi. Adanya komentar ini juga akan membantu para pengguna lainnya dalam menentukan tempat makan serta membantu pemilik tempat makan mengembangkan tempat makan yang mereka miliki melalui komentar dan kritik yang disampaikan pengguna Zomato.

Namun, terlepas dari keunggulan Zomato, beberapa kali kami menemukan kasus dimana ulasan atau nilai yang diberikan pengguna Zomato seringkali tidak sesuai dengan kenyataan yang terjadi di lapangan. Sebagai contoh nilai yang diberikan pengguna Zomato terhadap tempat makan X adalah 4,9 dari 5 dengan ulasan yang sangat menarik. Namun pada kenyataannya beberapa ternyata kecewa karena ulasan yang tidak sesuai dengan kenyataan, terutama generasi millennial. Maka dari itu, judul dari penelitian ini adalah “Dampak Media sosial Zomato terhadap pemilihan tempat makan yang berkualitas bagi generasi millennial”.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan dan untuk mempermudah penelitian ini, maka berikut adalah identifikasi masalah untuk penelitian ini:

- 1) Banyaknya variasi tempat makan dengan jenis yang berbeda-beda membuat banyak orang cukup kesulitan dalam menentukan tempat makan. Hal ini juga didukung dengan minim nya referensi dari orang-orang sekitar. Sehingga, rumah makan yang ada, khususnya di Jakarta, perlu lebih aware lagi dalam menyebarkan informasi mengenai tempatnya.
- 2) Media sosial merupakan salah satu sarana komunikasi yang paling sering di gunakan. Namun, seringkali media sosial tidak dimanfaatkan dengan baik seperti memberikan referensi atau penilaian akan rumah makan. Sehingga, masalah yang akan di teliti adalah dampak sosial media khususnya Zomato dalam mempengaruhi keputusan pembeli

## 1.3 Batasan Permasalahan

Agar penelitian ini lebih terfokus dan memiliki makna serta dampak yang lebih mendalam, maka variabel penelitian ini di batasi hanya pada “Dampak Media Sosial Zomato terhadap pemilihan tempat makan yang berkualitas bagi generasi millennial”.

## 1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, berikut merupakan rumusan masalah untuk penelitian ini:

- 1) Apa dampak media sosial, khususnya Zomato, dalam mempengaruhi masyarakat kaum millenials dalam memilih tempat makan yang berkualitas?
- 2) Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dampak media sosial Zomato terhadap pemilihan tempat makan yang berkualitas bagi generasi milenials ?

## 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Menganalisis seberapa jauh Zomato mampu mempengaruhi generasi

millennials dalam memilih tempat makan.

- 2) Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dampak media sosial Zomato terhadap pemilihan tempat makan yang berkualitas bagi generasi milenials ?

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Praktis**

Manfaat bagi pihak manajemen Zomato

Penelitian ini di harapkan agar pihak manajemen Zomato dapat memiliki informasi tentang masukan atau arahan untuk terus memberikan informasi atau ulasan yang lebih baik sehingga kepuasan penggunaanya terus meningkat.

### **1.6.2 Manfaat Akademis**

Manfaat bagi peneliti lainnya

Dengan variabel serupa atau sama yaitu dampak sosial media, pengaruh kualitas tempat makan, dan keputusan pembelian. Penelitian ini di harapkan menjadi landasan yang untuk penelitian selanjutnya.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

### **BAB I**

Pada bab I ini berisikan mengenai latar belakang masalah, ruang lingkup masalah, rumusan masalah, manfaat penelitian masalah dan sistematika masalah.

### **BAB II**

Pada bab II ini berisikan mengenai tinjauan teoritis, penggunaan teori, kerangka pikiran dan hipotesis.

### **BAB III**

Pada bab III ini berisikan mengenai metodologi penelitian.

### **BAB IV**

Pada bab IV ini berisikan mengenai analisis hasil penelitian dan pembahasan.

## BAB V

Pada bab V ini berisikan kesimpulan dan saran.

