

Analisis Faktor yang Mempengaruhi Gen-Z dalam Memilih Makanan

Sahid Aldi Susilo

Desain Komunikasi Visual, Universitas Sahid Surakarta

e-mail: sahidaldis.design@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi Gen-Z dalam memilih makanan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui survey ke 10 orang responden dengan usia Gen-Z dan menggunakan teori perilaku konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor rasa, kualitas, dan media sosial memiliki pengaruh yang signifikan. Studi ini memberikan gambaran penting terutama bagi industri yang bergerak di bidang makanan untuk mengembangkan produk yang sesuai dengan preferensi Gen-Z.

Kata kunci *gen-z; preferensi makanan; rasa; kualitas; media sosial*

Abstract

This study aims to determine and analyze the factors that influence Gen-Z in choosing food. This study uses a qualitative research method. Data collection techniques are carried out through a survey of 10 respondents with Gen-Z age and using consumer behavior theory. The results of the study show that taste, quality, and social media factors have a significant influence. This study provides an important picture, especially for industries engaged in the food sector to develop products that are in accordance with Gen-Z preferences.

Keywords *gen-z; food preferences; taste; quality; social media*

PENDAHULUAN

Setiap manusia memiliki alasan yang berbeda-beda dalam menentukan menu makanan. Ada yang karena suka, sehat, sedang tren, dan lain-lain. Setiap generasi memiliki preferensi sendiri-sendiri. Hal ini terjadi karena banyak faktor, seperti kultur, budaya, letak geografis, dan lain-lain. Salah satu generasi yang menonjol saat ini adalah Generasi Z atau lebih dikenal dengan Gen-Z. Generasi ini lahir pada rentang tahun 1997 sampai 2012. Berdasarkan data dari Sensus Penduduk 2020, jumlah generasi Z mencapai 75,49 juta jiwa atau setara dengan 27,94 persen dari total seluruh populasi penduduk di Indonesia. Gen Z dikenal sebagai generasi yang sangat terhubung dengan teknologi dan memiliki akses informasi yang luas, tidak seperti generasi-generasi sebelumnya, yang masih kental akan nuansa jadul. Hal ini berdampak ke banyak sektor, salah satunya preferensi pemilihan makanan.

Industri makanan, terutama di Indonesia, perlu memahami akan hal ini untuk bisa menawarkan produk yang sesuai dengan preferensi Gen-Z. Oleh karena itu, perlu dilakukan sebuah

penelitian untuk mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Gen-Z dalam memilih makanan sehingga bisa menjadi acuan bagi pengusaha di sektor terkait untuk bisa menawarkan produk yang relevan.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini didasarkan pada teori perilaku konsumen. Menurut Schiffman dan Kanuk (2008, p:6) mengemukakan bahwa studi perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi). Dalam konteks Gen-Z, perilaku konsumen yang relevan adalah bagaimana teknologi, tren global, dan kesehatan memainkan peranan signifikan dalam proses pengambilan keputusan pemilihan makanan. Penelitian ini juga menggunakan penelitian sebelumnya yang berjudul “Analisis Perilaku Konsumen Generasi Z pada Keputusan Pembelian di Kedai Camp Area Umbul Bengkok (CAUB) sebagai referensi.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui survey daring dengan 10 orang responden yang termasuk Gen-Z dan terdiri dari 7 pertanyaan utama. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif. Menurut Sugiyono (2014), penelitian analisis deskriptif merupakan jenis penelitian yang dilakukan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran karakteristik data melalui hasil analisis data yang bersifat apa adanya tanpa membuat kesimpulan secara umum.

PEMBAHASAN

Pada penelitian didapatkan hasil sebagai berikut:

A. Faktor Utama



Gambar 1
Diagram Faktor Utama. (Sumber: Google Form)

- a) Rasa sebanyak 40%
- b) Harga sebanyak 20%
- c) Kesehatan dan Gizi sebanyak 20%
- d) Ketersediaan di dekat lokasi sebanyak 20%

B. Faktor Kesehatan



Gambar 2

Diagram Faktor Kesehatan. (Sumber: Google Form)

- a) 50% mengatakan cukup penting
- b) 30% mengatakan sangat penting
- c) 20% mengatakan tidak terlalu penting

C. Jenis Makanan

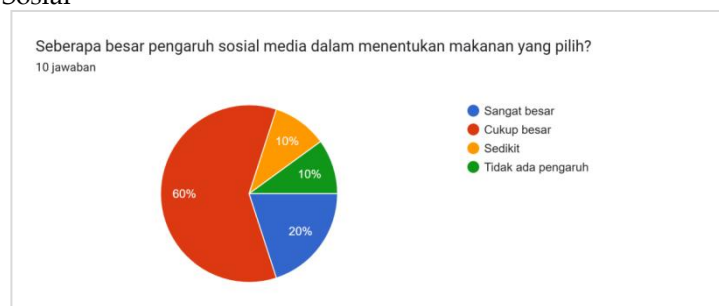


Gambar 3

Diagram Faktor Jenis Makanan. (Sumber: Google Form)

- a) 40% mengatakan lebih memilih makanan yang diolah secara manual
- b) 40% mengatakan lebih memilih makanan siap saji
- c) 20% mengatakan lebih memilih makanan cepat saji

D. Pengaruh Media Sosial

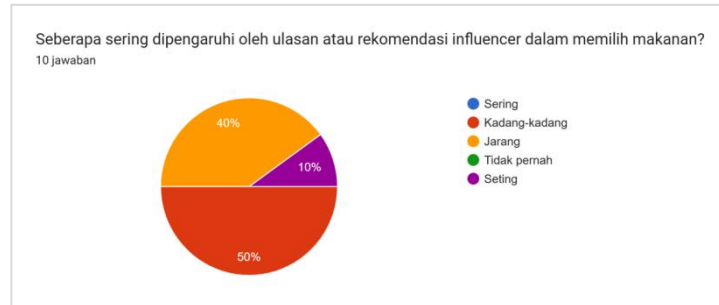


Gambar 4

Diagram Faktor Media Sosial. (Sumber: Google Form)

- a) 60% mengatakan cukup besar
- b) 20% mengatakan sangat besar
- c) 10% mengatakan sedikit
- d) 10% mengatakan tidak ada pengaruh

E. Pengaruh *Influencer*



Gambar 5

Diagram Faktor Pengaruh *Influencer*. (Sumber: Google Form)

- a) 50% mengatakan kadang-kadang
- b) 40% mengatakan jarang
- c) 10% mengatakan sering

F. Faktor Gizi

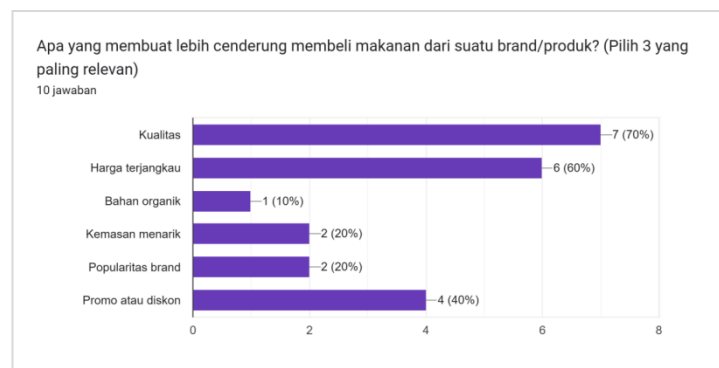


Gambar 6

Diagram Faktor Gizi. (Sumber: Google Form)

- a) 50% mengatakan jarang sekali
- b) 30% mengatakan kadang-kadang
- c) 20% mengatakan sering

G. Faktor Lainnya



Gambar 7

Diagram Faktor Lainnya. (Sumber: Google Form)

- a) 70% mengatakan kualitas dengan total suara 7 dari 10 orang
- b) 60% mengatakan harga terjangkau dengan total suara 6 dari 10 orang
- c) 40% mengatakan promo atau diskon dengan total suara 4 dari 10 orang
- d) 20% mengatakan popularitas brand dengan total suara 2 dari 10 orang
- e) 20% mengatakan kemasan menarik dengan total suara 2 dari 10 orang

Hasil yang didapatkan dari survey adalah Mayoritas (sekitar 40%) membeli makanan 1-2 kali per minggu, 25% membeli makanan setiap hari, menunjukkan kebiasaan makan di luar cukup umum. 50% responden mengatakan preferensi mereka tergantung situasi dan 30% lebih suka membeli makanan di luar. Faktor utama adalah harga (40%), diikuti oleh rasa (30%) dan ketersediaan di lokasi (20%). Sebagian besar responden (60%) menganggap makanan sehat cukup penting, 30% lainnya menganggapnya sangat penting. Mayoritas memilih makanan yang diolah secara manual (40%). Makanan siap saji juga cukup populer (30%). 50% responden merasa media sosial memiliki pengaruh cukup besar dalam menentukan pilihan makanan, 20% bahkan menganggapnya sangat besar. Sebagian besar responden (40%) terpengaruh ulasan atau rekomendasi influencer kadang-kadang, Hanya 10% yang terpengaruh secara signifikan. 50% responden jarang memperhatikan label gizi saat membeli makanan, 30% lainnya kadang-kadang memperhatikan. Alasan paling dominan adalah kualitas (50%), diikuti oleh harga terjangkau dan promo atau diskon. Sebagian besar responden (40%) menghabiskan kurang dari Rp50,000 per minggu, 30% lainnya menghabiskan antara Rp50,000 - Rp100,000. Perbedaan dari penelitian terdahulu terletak pada cakupan yang diteliti. Jika pada penelitian terdahulu hanya mencakup pada kedai Camp Area Umbul Bengkok, sedangkan pada penelitian ini lebih mengarah ke Gen-Z secara umum. Perbedaan juga terdapat pada hasil penelitian, jika pada penelitian terdahulu didapatkan hasil bahwa faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi semuanya berpengaruh pada keputusan pembelian, sedangkan pada penelitian ini cenderung mempertimbangkan rasa sebagai acuan terbesar, dengan tetap memperhatikan faktor kesehatan. Sedangkan faktor jenis makanan yang disukai adalah jenis yang diolah secara manual dan makanan cepat saji. Faktor media sosial dan influencer juga berpengaruh dalam memutuskan pembelian makanan. Sayangnya, Gen-Z tidak terlalu memperhatikan mengenai label gizi pada makanan yang akan dibeli. Selain itu, Gen-Z juga sangat memperhatikan kualitas produk dibandingkan popularitas *brand* dan kemasan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis hasil penelitian Gen-Z cenderung mempertimbangkan rasa sebagai acuan terbesar, dengan tetap memperhatikan faktor kesehatan. Jenis makanan yang disukai oleh Gen-Z adalah makanan yang diolah secara manual dan makanan siap saji. Faktor media sosial juga sangat mempengaruhi keputusan Gen-Z dalam memilih makanan, hal ini tidak terlepas dari pengaruh influencer yang mempunyai peran penting di dalamnya. Akan tetapi, kebanyakan Gen-Z tidak terlalu memperhatikan label gizi pada kemasan saat memilih produk. Faktor lain yang mempengaruhi adalah Gen-Z sangat memperhatikan kualitas produk dibandingkan popularitas *brand* dan kemasan yang menarik.

Daftar Pustaka

Sumber Penulisan Artikel Jurnal

Nurul Saefi. (2022). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN GENERASI Z PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KEDAI CAMP AREA UMBUL BENGKOK (CAUB) SKRIPSI.

Kusuma, A. M., & Mahardi, P. (2021). ANALISIS DESKRIPTIF TERHADAP PENGEMBANGAN MEDIA PEMBELAJARAN E –MODUL INTERAKTIF BERBASIS SOFTWARE APLIKASI LECTORA INSPIRE.

Sumber Penulisan Media Online

Detikcom. (2024). Gen Z Itu Tahun Berapa? Ini Rentang Tahun Kelahiran dan Karakteristiknya. Retrieved from <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7436833/gen-z-itu-tahun-berapa-ini-rentang-tahun-kelahiran-dan-karakteristiknya>.

Indonesia Baik. (n.d.). Usia Muda Dominasi Penduduk Indonesia. Retrieved from <https://indonesiabaik.id/infografis/usia-muda-dominasi-penduduk-indonesia#:~:text=Dikutip%20dari%20Hasil%20Sensus%20Penduduk,a%20tau%20sebesar%2025,87%20persen>.