

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital saat ini telah membawa perubahan penting dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, salah satunya di sektor industri kuliner. Kementerian Perindustrian Indonesia menjelaskan bahwa dari tahun 2020 hingga 2022, pertumbuhan positif terjadi di sektor industri kuliner. Tahun 2022, tumbuh sebesar 4,90% secara tahunan dan sebagai penyokong terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) industri pengolahan non migas sebesar 38,35%. Kemudian di tahun 2023, pertumbuhan industri kuliner meningkat sebesar 6,25%. Menurut Peta Jalan Making Indonesia 4.0, industri kuliner merupakan salah satu subsektor manufaktur yang paling penting untuk melakukan transformasi digital (Lukman et al., 2023). Menurut Badan Pusat Statistik Kota Bandung, dari tahun 2016-2018 jumlah restoran di Kota Bandung mengalami peningkatan setiap tahunnya. Tahun 2016 tercatat sebanyak 795 unit restoran di Kota Bandung, selanjutnya mengalami peningkatan di tahun 2017 tercatat menjadi 899 unit restoran dan pada tahun 2018 tercatat hingga 916 unit restoran di Kota Bandung. Terakhir, tercatat pada tahun 2020 jumlah unit restoran di Kota Bandung menjadi 1.041 unit (Jayanti, 2022).

Dalam industri kuliner khususnya restoran, teknologi digital menjadi hal yang penting dalam membantu meningkatkan pengalaman konsumen. Seluruh aspek yang berkaitan dengan pengalaman konsumen dalam operasi layanan restoran mencakup kemudahan dalam memesan makanan dan tempat duduk, serta informasi tentang menu makanan dan cara pembayaran. Adanya teknologi digital memberikan bantuan yang luar biasa dalam memberikan pengalaman baik bagi konsumen restoran. Di industri kuliner restoran mempunyai fitur transformasi digital yang paling mempengaruhi yaitu dalam pemesanan online, pembayaran *mobile*, *self-service ordering kiosk*, media sosial dan program loyalitas digital. Pada tahun 2017 laporan dari *Restaurant Technology Trend* mengemukakan bahwa 79% konsumen restoran merasa setuju dengan restoran yang mengadopsi teknologi digital guna meningkatkan pengalaman mereka dalam bertamu. Dalam laporan tersebut juga menyatakan bahwa teknologi dapat

mempercepat proses pemesanan, mengurangi kesalahan, sebagai pengalihan selagi konsumen menunggu untuk diberi tempat duduk, dan memungkinkan mereka untuk terhubung dengan media sosial favorit saat bersantap. Disimpulkan bahwa pendekatan sistem digital dapat menjadi strategi penting dalam menjalankan bisnis kuliner di masa yang akan datang.

Namun disamping transformasi digital dapat meningkatkan kinerja sistem restoran, beberapa konsumen masih mengeluh dan lebih memilih untuk tetap melakukan interaksi fisik dengan pelayan daripada dengan perangkat digital. Steven Kim (dalam HighlightMedia.id) menjelaskan bahwa pasar *online* di bidang kuliner hanya sekitar 5% sedangkan sisanya di pasar *offline* yakni sebesar 95%. Hal tersebut terjadi karena masyarakat Indonesia yang tetap mempertahankan budaya berkumpul dengan keluarga atau teman ketika melakukan aktifitas makan Bersama. Dengan demikian, kehadiran teknologi informasi masih dianggap belum mampu untuk menggeser pasar *offline* yang sudah ada sejak lama. Keadaan ini jelas menjadi tantangan yang memerlukan perhatian dan penanganan yang serius dari pemilik bisnis makanan serta para konsumen. Interaksi antara konsumen dan pramusaji atau pelayan restoran juga berkurang dengan adanya sistem digital ini, konsumen hanya akan mendapat saran dan preferensi menu lewat digital (Panjaitan & Lupiana, 2023).

Restoran Mie Gacoan merupakan salah satu restoran yang menerapkan sistem teknologi digital. Restoran Mie Gacoan berdiri pada tahun 2016 di Kota Malang dan di naungi oleh PT Pesta Pora Abadi. Saat ini perusahaan Mie Gacoan mempunyai 15.000 karyawan yang tersebar dan mempunyai kurang lebih 100 cabang restoran di kota-kota besar di Indonesia, Kota Bandung menjadi salah satu kota yang terpilih didirikannya Restoran Mie Gacoan. PT Pesta Pora Abadi memberikan harga dan kualitas yang menarik serta terjangkau untuk Restoran Mie Gacoan. Hal tersebut membuat Restoran Mie Gacoan berhasil menjadi restoran Mie pedas No. 1 di Indonesia dan disukai dari berbagai kalangan mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa (Sitompul et al., 2024). Restoran Mie Gacoan sangat memperhatikan kepuasan konsumen terhadap pelayanan mereka, hal ini membuat Restoran Mie Gacoan menerapkan sistem teknologi digital untuk mempermudah dalam mengelola pesanan,

pembayaran, dan investaris restoran yang mendukung perkembangan perusahaannya (Rifqi, 2024). Sistem teknologi digital yang digunakan oleh Restoran Mie Gacoan adalah sistem *self order* dan *wireless calling system* dalam melayani konsumen. *Self Order* merupakan ide pemesanan yang memungkinkan konsumen untuk secara mandiri memilih serta memesan makanan atau minuman secara elektronik melalui perangkat teknologi yang disediakan oleh restoran. *Self order* merupakan konsep untuk mengurangi antrian panjang dalam proses pemesanan di suatu restoran (Aziz et al., 2022). Sedangkan *Wireless Calling System* merupakan teknologi yang dibuat untuk memudahkan interaksi antara konsumen dan karyawan restoran, serta memperbaiki kualitas layanan. Sistem ini digunakan untuk memberi tahu konsumen bahwa pesanan sudah selesai melalui sinyal dari perangkat yang digunakan, sehingga dapat mempercepat proses pelayanan dan meningkatkan efisiensi operasional (Prasetyo et al., 2024).

Namun dengan diterapkannya sistem *self order* dan *wireless calling system* dengan tujuan untuk mengurangi antrian justru menghadirkan komentar setuju dan tidak setuju dari konsumen di media sosial. Dikutip dari akun twitter @FOODFESS2 ada konsumen yang merasa dengan diterapkannya sistem tersebut justru memudahkan dalam pemesanan dan pembayaran. Konsumen hanya tinggal mencari tempat duduk, lalu scan barcode yang sudah disediakan di setiap tempat duduknya untuk memesan dan melakukan pembayaran secara online, setelah itu tinggal menunggu alat *wireless calling* berbunyi untuk mengambil pesanan yang sudah selesai. Dengan adanya sistem tersebut tidak perlu lagi mengantri dan menunggu dikasir untuk memesan. Adapun komentar konsumen yang merasa dengan diterapkan sistem tersebut justru membuat bingung dan kurang nyaman. Konsumen merasa sistem tersebut tidak efektif menyebabkan mereka harus menggunakan gadget dalam melakukan pemesanan dan pembayaran. Disamping itu mereka juga menjadi bolak-balik mengambil pesanan secara mandiri dan berpotensi menimbulkan kecelakaan seperti tumpahnya minuman atau makanan itu sendiri (Basoni, 2023).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena adaptasi teknologi digital dalam industri kuliner, khususnya penerapan sistem *self order* dan *wireless calling system* yang mulai digunakan oleh Restoran Mie Gacoan di Kota

Bandung. Meskipun teknologi ini bertujuan meningkatkan efisiensi dan kenyamanan layanan, respons konsumen terhadap sistem tersebut menunjukkan adanya perbedaan persepsi dan tingkat adaptasi. Beberapa konsumen merasa terbantu, sementara yang lain mengalami kesulitan dan ketidaknyamanan dalam penggunaannya. Hal ini menunjukkan perlunya kajian lebih mendalam mengenai bagaimana konsumen merespons dan menyesuaikan diri terhadap sistem digital dalam layanan restoran. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti adaptasi konsumen terhadap penggunaan teknologi *self order* dan *wireless calling system* sebagai bagian dari transformasi digital dalam transaksi layanan di restoran.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Siti Aisyah dan Budi Harto (2024) yang berjudul “Analisis *Customer Journey* dalam Meningkatkan *Customer Experience* Pelanggan di Fore Coffe Shop yang Berbasis Teknologi” menjelaskan bahwa pentingnya menerapkan teknologi dan personalisasi dalam meningkatkan pengalaman konsumen di berbagai sektor seperti *e-commerce*, ritel, dan *industry hospitality*. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi seperti aplikasi *mobile*, sistem *self-service*, kios digital, dan *augmented reality* (AR) mampu mempercepat proses layanan, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Dalam penelitian ini menjelaskan respons konsumen terhadap penggunaan teknologi sangat positif, terutama dalam hal kemudahan, kecepatan, dan personalisasi layanan. Konsumen merasa dilibatkan melalui interaksi digital yang memungkinkan mereka memberi *feedback* secara langsung dan *real-time*. Respons emosional ini penting karena dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan dan pengalaman secara keseluruhan. Penelitian ini memiliki relevansi kuat dengan penelitian yang akan peneliti kaji, karena keduanya sama-sama menyoroti bagaimana konsumen merespons penggunaan teknologi dalam layanan makanan dan minuman. Dalam konteks Restoran Mie Gacoan Kota Bandung, fokus penelitian adalah pada dua bentuk teknologi layanan yaitu *self order* dan *wireless calling system* yang digunakan untuk meningkatkan efisiensi pemesanan dan pelayanan kepada pelanggan.

Mengacu pada fenomena yang terjadi penelitian ini akan ditinjau menggunakan teori Difusi Inovasi dari Everett M. Rogers. Teori Difusi dari Rogers (1983) menekankan bagaimana suatu inovasi (ide, praktik, atau objek baru) yang disebarakan dan diadopsi menjadi sesuatu yang baru oleh individu (Mailin et al., 2022). Dengan menggunakan teori difusi inovasi, penelitian ini menyoroti bagaimana konsumen Restoran Mie Gacoan Kota Bandung merespons dan beradaptasi terhadap teknologi, dimulai dari tahap pengetahuan mengenai teknologi tersebut, selanjutnya pengambilan sikap, pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak teknologi, implementasi dalam penggunaan nyata, hingga akhirnya penguatan keputusan setelah mencoba teknologi tersebut.

Dengan demikian, melihat dari fenomena yang terjadi mengenai respons konsumen terhadap adaptasi teknologi yang di terapkan oleh Restoran Mie Gacoan, penting untuk melakukan penelitian yang mengkaji secara mendalam terkait bagaimana pengetahuan konsumen terhadap penggunaan sistem teknologi *self order* dan *wireless calling system* dalam transaksi yang di terapkan oleh Restoran Mie Gacoan Kota Bandung, bagaimana proses adaptasi teknologi penggunaan sistem teknologi *self order* dan *wireless calling system* di Restoran Mie Gacoan Kota Bandung, dan apa saja kendala adaptasi penggunaan teknologi *self order* dan *wireless calling system* di Restoran Mie Gacoan Kota Bandung (Aisyah & Harto, 2024).

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, perkembangan teknologi digital di sektor industri kuliner menunjukkan adanya perubahan yang cukup besar dalam sistem pelayanan restoran. Penerapan sistem *self order* dan *wireless calling system* di Restoran Mie Gacoan Kota Bandung merupakan salah satu bentuk adaptasi terhadap tuntutan digitalisasi tersebut. Sistem ini dirancang untuk meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat proses pemesanan dan pembayaran, serta mengurangi antrean yang kerap terjadi pada jam ramai. Namun demikian, implementasi teknologi ini tidak sepenuhnya berjalan tanpa tantangan.

Fenomena yang muncul menunjukkan adanya perbedaan respons konsumen terhadap penggunaan sistem digital tersebut. Sebagian konsumen merasa terbantu karena sistem dinilai lebih praktis, cepat, dan sesuai dengan kebiasaan transaksi digital yang sudah mereka lakukan sehari-hari. Akan tetapi, terdapat pula konsumen yang merasa kurang nyaman, mengalami kebingungan dalam proses pemesanan, dan bahkan merasa adanya sistem ini justru terkesan tidak efektif. Kondisi ini memperlihatkan adanya variasi dalam tingkat literasi digital, pengalaman penggunaan teknologi, serta faktor usia yang memengaruhi kemampuan adaptasi masing-masing konsumen.

Berdasarkan kondisi tersebut, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan utama dalam penelitian ini, yaitu bagaimana pengetahuan konsumen terhadap penggunaan sistem teknologi *self order* dan *wireless calling system*, bagaimana proses adaptasi konsumen dalam menggunakan sistem tersebut dalam aktivitas transaksi di restoran, serta apa saja kendala yang muncul dalam proses adaptasi tersebut. Identifikasi masalah ini menjadi penting untuk dikaji lebih lanjut guna memahami dinamika penerimaan inovasi teknologi dalam layanan restoran di Kota Bandung.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang masalah yang telah dipaparkan, penelitian ini akan menjawab rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah konsumen mengetahui penggunaan sistem teknologi *self order* dan *wireless calling system* di Restoran Mie Gacoan, Kota Bandung?
2. Bagaimana proses adaptasi teknologi dalam penggunaan sistem teknologi *self order* dan *wireless calling system* di Restoran Mie Gacoan, Kota Bandung?
3. Apa kendala dalam adaptasi penggunaan teknologi *self order* dan *wireless calling system* di Restoran Mie Gacoan, Kota Bandung?

D. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah yang telah disusun, penelitian ini ditujukan untuk mencapai tujuan utama, yakni sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah konsumen mengetahui penggunaan sistem teknologi *self order* dan *wireless calling system* di Restoran Mie Gacoan, Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui proses adaptasi teknologi dalam penggunaan sistem teknologi *self order* dan *wireless calling system* di Restoran Mie Gacoan, Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui kendala dalam adaptasi penggunaan teknologi *self order* dan *wireless calling system* di Restoran Mie Gacoan, Kota Bandung.

E. Kegunaan dan Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, diharapkan hasil yang diperoleh dapat memberikan manfaat baik secara akademik maupun praktis, sebagai berikut:

1. Kegunaan Ilmiah

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan Sosiologi Digital, khususnya kajian tentang adaptasi teknologi dalam bidang industri kuliner di Indonesia. Penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi penting bagi kajian serupa di masa mendatang.

2. Kegunaan Sosial

- a. Bagi Konsumen dan Manajemen Restoran Mie Gacoan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran nyata mengenai pandangan dan kepuasan konsumen terhadap penggunaan teknologi *self order* dan *wireless calling system*, sehingga dapat menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas layanan.
- b. Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang hubungan antara teknologi dan perilaku konsumen di ruang *public*, serta dapat memberikan contoh

nyata mengenai penerapan pendekatan sosiologis terhadap fenomena modernisasi teknologi dalam kehidupan sehari-hari.

- c. Bagi Masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran akan pentingnya adaptasi terhadap perkembangan teknologi dalam kehidupan sehari-hari.

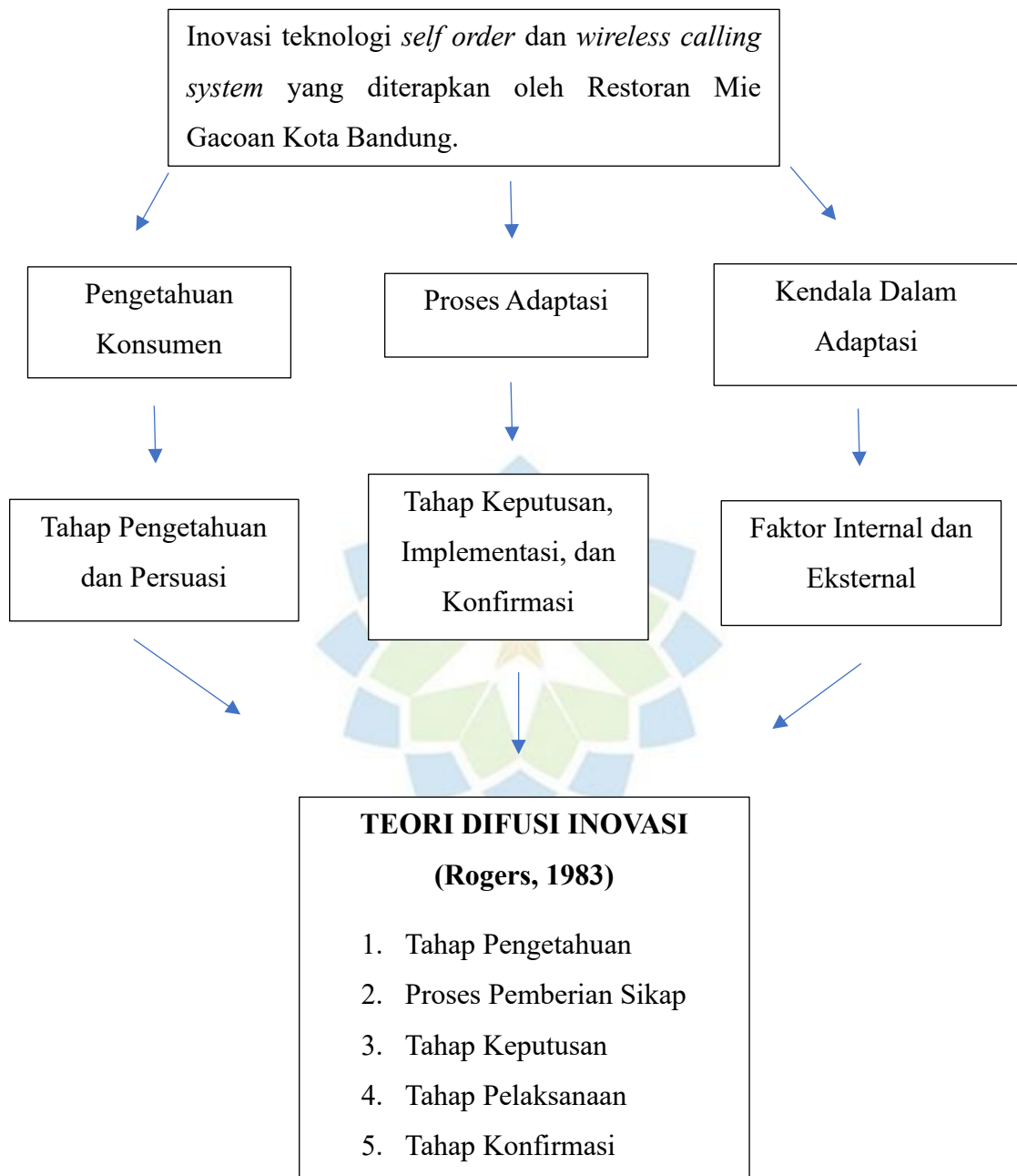
F. Kerangka Pemikiran

Perkembangan teknologi digital saat ini telah membawa perubahan penting dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, salah satunya di sektor industri kuliner (Jayanti, 2022). Khususnya di restoran, penggunaan teknologi digital menjadi hal yang penting dalam membantu meningkatkan pengalaman konsumen. Restoran Mie Gacoan merupakan salah satu restoran yang menerapkan sistem teknologi digital, termasuk di cabang Kota Bandung. Sistem yang digunakan adalah sistem *self order* dan *wireless calling system* untuk membantu konsumen dalam melakukan pemesanan, pembayaran, dan mengambil pesanan (Aziz et al., 2022). Akan tetapi dengan diterapkannya sistem tersebut justru menghadirkan komentar setuju dan tidak setuju dari konsumen. Akun twitter *@FOODFESS2* mengutip bahwa ada konsumen yang merasa dengan diterapkannya sistem tersebut justru memudahkan dalam pemesanan dan pembayaran. Konsumen hanya tinggal menunggu alat *wireless calling system* berbunyi menandakan pesanan telah selesai di tempat duduk yang sudah disediakan, dengan melakukan pemesanan dan pembayaran melalui online mengurangi antrian di kasir. Adapun konsumen yang merasa dengan diterapkannya sistem tersebut justru membuat tidak nyaman dan membuat bingung. Konsumen merasa sistem tersebut tidak efektif menyebabkan mereka harus menggunakan gadget dalam melakukan pemesanan dan pembayaran. Disamping itu mereka juga menjadi bolak-balik mengambil pesanan secara mandiri dan berpotensi menimbulkan kecelakaan seperti tumpahnya minuman atau makanan itu sendiri (Basoni, 2023).

Penelitian ini menggunakan teori difusi inovasi yang dikembangkan dari Everett M. Rogers, teori ini dikenal sebagai teori yang membahas keputusan inovasi. Teori Difusi oleh Rogers (1983) menekankan bagaimana suatu inovasi

(ide, praktik, atau objek baru) yang disebar dan diadopsi menjadi sesuatu yang baru oleh individu. Menurut Rogers ada empat teori utama yang memiliki hubungan dengan difusi inovasi, yaitu teori proses keputusan inovasi, teori inovasi individu, teori tingkat adopsi, dan teori atribut yang dirasakan. Rogers menjelaskan bahwa teori proses keputusan inovasi berdasarkan pada waktu dan lima tahap yang berbeda, yaitu pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. Lalu teori tingkat adopsi memiliki lima tahapan yaitu innovator (*innovators*), pengadopsi awal (*early adopters*), mayoritas awal (*early majority*), mayoritas akhir (*last majority*), dan pelambat atau inovasi akhir (*laggards*). Sedangkan teori atribut yang dirasakan diidentifikasi memiliki lima atribut utama yang menentukan seberapa cepat dan luas sebuah inovasi diadopsi oleh masyarakat, yaitu keuntungan relative (*relative advantage*), kesesuaian atau kecocokan (*compatibility*), kerumitan (*complexity*), kemungkinan untuk dicoba (*trialability*), dan kemudahan diamati (*observability*) (Mailin et al., 2022).

Dalam konteks penelitian ini, inovasi teknologi *self order* dan *wireless calling system* diterapkan oleh Restoran Mie Gacoan Kota Bandung sebagai upaya untuk meningkatkan efisiensi dan memperbaharui layanan. Pengetahuan konsumen terhadap sistem teknologi, proses adaptasi konsumen, serta kendala yang dihadapi dalam penggunaan teknologi *self order* dan *wireless calling system* menjadi fokus dalam penelitian ini. Pengetahuan konsumen dapat dilihat dalam tahapan *knowledge* dan *persuasion*, ketika konsumen mengenal dan membentuk sikap terhadap teknologi yang diterapkan. Proses adaptasi mencakup tahapan *decision*, *implementation*, dan *confirmation*, di mana konsumen memutuskan untuk menggunakan atau tidak, mulai mengaplikasikan teknologi tersebut dalam pengalaman makan, serta mengevaluasi apakah teknologi tersebut bermanfaat atau justru menjadi hambatan. Sementara itu, kendala dalam adaptasi dapat ditemukan di seluruh tahapan tersebut, yang dapat disebabkan oleh faktor internal seperti usia, literasi teknologi, dan preferensi sosial maupun eksternal seperti keterbatasan sistem, kurangnya informasi, atau desain aplikasi yang kurang ramah pengguna. Adapun skema kerangka berpikir yang tergambar dalam penelitian ini sebagaimana terlihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Skema Konseptual