MUSYTARI
ISSN : 3025-9495

Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 25 No. 2 Tahun 2026
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

STUDI KELAYAKAN BISNIS TEMPAT KULINER KEKINIAN DENGAN PENDEKATAN LIFESTYLE GENERASI Z

Sefnie Chabita[1]✉, Sekar Melati [2]
[1,2]Manajemen, Universitas Muhammadiyah Jakarta

✉ sefniechabita@gmail.com, Sekarmelati5313@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis tempat kuliner kekinian dengan pendekatan lifestyle Generasi Z. Generasi Z merupakan kelompok usia produktif yang memiliki karakteristik digital native, menyukai pengalaman visual, serta menjadikan aktivitas kuliner sebagai bagian dari gaya hidup dan sarana bersosialisasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kelayakan bisnis dengan pendekatan deskriptif kualitatif, yang mencakup analisis aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasional, aspek manajemen dan sumber daya manusia, serta aspek keuangan. Hasil analisis menunjukkan bahwa bisnis tempat kuliner kekinian memiliki potensi pasar yang besar seiring dengan tingginya minat Generasi Z terhadap konsep kuliner yang estetis, nyaman, dan instagramable. Dari sisi operasional dan teknologi, pemanfaatan sistem digital seperti pemesanan online, pembayaran non-tunai, dan promosi melalui media sosial menjadi faktor pendukung utama. Selain itu, dari aspek manajemen dan keuangan, bisnis ini dinilai layak dengan risiko yang masih dapat dikendalikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa usaha tempat kuliner kekinian berbasis lifestyle Generasi Z layak untuk dijalankan dan memiliki peluang keberhasilan yang tinggi.

Kata kunci: studi kelayakan bisnis, kuliner kekinian, lifestyle, Generasi Z

Abstract

This study aims to analyze the feasibility of a contemporary culinary business using a Generation Z lifestyle approach. Generation Z represents a productive age group characterized as digital natives who value visual experiences and consider culinary activities as part of their lifestyle and social interaction. This research employs a descriptive qualitative feasibility study method, covering market and marketing aspects, technical and operational aspects, management and human resources, and financial aspects. The results indicate that contemporary culinary businesses have strong market potential due to Generation Z's high interest in aesthetic, comfortable, and Instagrammable dining concepts. From an operational and technological perspective, the use of digital systems such as online ordering, cashless payments, and social media marketing serves as a major supporting factor. Furthermore, in terms of management and finance, the business is considered feasible with manageable risks. Therefore, it can be concluded that a lifestyle-based contemporary culinary business targeting Generation Z is viable and has a high potential for success.

Keywords: business feasibility study, contemporary culinary business, lifestyle, Generation Z

Article History
Received: Januari 2026
Reviewed: Januari 2026
Published: Januari 2026

Plagirism checker no 1678
Doi : prefix doi : 10.8734/musytari.v1i2.359
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 25 No. 2 Tahun 2026
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kuliner di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat dan meningkatnya daya beli, khususnya di kalangan generasi muda. Kuliner tidak lagi dipandang semata-mata sebagai pemenuhan kebutuhan dasar, melainkan telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup (lifestyle), sarana bersosialisasi, serta media ekspresi diri. Kondisi ini mendorong munculnya berbagai konsep tempat kuliner kekinian yang mengedepankan pengalaman, estetika, dan kenyamanan.

Generasi Z, sebagai kelompok usia produktif yang lahir dan tumbuh di era digital, memiliki karakteristik yang unik dalam perilaku konsumsinya. Mereka dikenal sebagai digital native yang sangat akrab dengan teknologi, media sosial, serta cenderung memilih produk dan layanan yang menawarkan nilai pengalaman, visual yang menarik, dan kemudahan akses. Dalam konteks bisnis kuliner, Generasi Z lebih tertarik pada tempat makan yang memiliki konsep estetik, instagramable, serta mendukung aktivitas sosial dan digital mereka.

Fenomena tersebut menjadikan bisnis tempat kuliner kekinian sebagai peluang usaha yang menjanjikan, namun sekaligus memiliki tingkat persaingan yang tinggi. Oleh karena itu, diperlukan suatu kajian yang komprehensif untuk menilai apakah bisnis tersebut layak dijalankan dari berbagai aspek. Studi kelayakan bisnis menjadi alat penting untuk mengidentifikasi potensi, peluang, serta risiko yang mungkin dihadapi, sehingga pelaku usaha dapat mengambil keputusan yang tepat dan terukur.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini disusun untuk menganalisis kelayakan bisnis tempat kuliner kekinian dengan pendekatan lifestyle Generasi Z, dengan mempertimbangkan aspek pasar, teknis, manajemen, dan keuangan, agar dapat memberikan gambaran yang objektif mengenai peluang dan tantangan usaha tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kelayakan bisnis. Metode ini dipilih untuk memperoleh gambaran yang mendalam dan sistematis mengenai potensi serta kelayakan usaha tempat kuliner kekinian yang menyasar Generasi Z sebagai target pasar utama.

Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur dan analisis data sekunder yang bersumber dari buku teks, jurnal ilmiah, laporan penelitian, data statistik, serta referensi lain yang relevan dengan topik studi kelayakan bisnis dan perilaku konsumen Generasi Z. Selain itu, data pendukung juga diperoleh dari laporan tren industri kuliner dan media digital.

Analisis data dilakukan dengan mengkaji beberapa aspek utama studi kelayakan bisnis, yaitu:

A. Aspek Pasar dan Pemasaran, yang meliputi analisis karakteristik Generasi Z, preferensi lifestyle, tren konsumsi kuliner, serta strategi pemasaran berbasis digital dan media sosial.
B. Aspek Teknis dan Operasional, yang mencakup analisis lokasi usaha, desain tempat, peralatan operasional, serta pemanfaatan teknologi pendukung seperti sistem pemesanan digital dan pembayaran non-tunai.
C. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia, yang menilai kompetensi SDM dalam mengoperasikan teknologi, pelayanan pelanggan, serta kemampuan adaptasi terhadap tren.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 25 No. 2 Tahun 2026
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

D. Aspek Keuangan, yang menilai kelayakan usaha secara umum berdasarkan potensi pendapatan, biaya operasional, dan risiko usaha.

Hasil dari analisis setiap aspek tersebut kemudian disintesis untuk menarik kesimpulan mengenai tingkat kelayakan bisnis tempat kuliner kekinian berbasis lifestyle Generasi Z.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa bisnis tempat kuliner kekinian dengan pendekatan lifestyle Generasi Z memiliki potensi pasar yang sangat besar. Generasi Z menunjukkan minat yang tinggi terhadap konsep kuliner yang tidak hanya menawarkan kualitas produk, tetapi juga pengalaman, suasana, dan nilai estetika. Faktor seperti desain interior yang instagramable, akses internet yang cepat, serta kemudahan pembayaran digital menjadi daya tarik utama.

Dari aspek teknis dan operasional, bisnis ini dinilai dapat dijalankan secara efektif dengan dukungan teknologi digital, seperti sistem Point of Sale (POS), platform pemesanan online, serta integrasi dengan aplikasi layanan pesan antar. Pemilihan lokasi yang strategis, khususnya di area yang sering dikunjungi Generasi Z seperti dekat kampus atau pusat aktivitas publik, juga menjadi faktor pendukung keberhasilan usaha.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan lifestyle Generasi Z merupakan strategi yang relevan dan efektif dalam pengembangan bisnis kuliner kekinian. Generasi Z tidak hanya menilai produk dari segi harga dan rasa, tetapi juga dari pengalaman yang ditawarkan. Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk terus berinovasi dan mengikuti perkembangan tren.

Pemanfaatan teknologi digital dan media sosial terbukti menjadi faktor krusial dalam meningkatkan daya saing usaha. Digital marketing, konten visual, serta interaksi aktif dengan konsumen melalui platform online mampu meningkatkan visibilitas merek dan loyalitas pelanggan. Hal ini sejalan dengan karakteristik Generasi Z yang sangat aktif di dunia digital.

Dengan demikian, hasil dan pembahasan ini menegaskan bahwa bisnis tempat kuliner kekinian berbasis lifestyle Generasi Z tidak hanya layak secara konsep, tetapi juga memiliki peluang keberhasilan yang tinggi apabila dikelola secara profesional dan adaptif terhadap perubahan tren pasar.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa bisnis tempat kuliner kekinian dengan pendekatan lifestyle Generasi Z memiliki potensi yang besar dan layak untuk dikembangkan. Generasi Z sebagai target pasar utama menunjukkan ketertarikan yang tinggi terhadap konsep kuliner yang tidak hanya menonjolkan kualitas produk, tetapi juga pengalaman, suasana, dan nilai estetika yang mendukung aktivitas sosial serta digital. Dari aspek pasar, teknis, manajemen, dan keuangan, bisnis ini dinilai mampu dijalankan dengan peluang keuntungan yang menjanjikan apabila dikelola secara profesional dan adaptif terhadap perkembangan tren. Oleh karena itu, studi kelayakan bisnis ini dapat menjadi dasar pertimbangan yang penting bagi pelaku usaha maupun pihak terkait dalam merancang dan mengembangkan usaha kuliner kekinian yang berorientasi pada kebutuhan Generasi Z.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 25 No. 2 Tahun 2026
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. Rony Edward Utama, S.E., M.M. selaku dosen mata kuliah Studi Kelayakan Bisnis atas bimbingan, arahan, serta ilmu yang telah diberikan selama proses perkuliahan. Berkat penjelasan, masukan, dan motivasi yang diberikan, penulis dapat menyelesaikan penyusunan makalah ini dengan baik. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat dan menjadi salah satu bentuk penerapan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan.

DAFTAR PUSTAKA

Maharani, M., & Darista, N. (2025). Studi kelayakan lokasi bisnis dengan pendekatan lifestyle Generasi Z: Peluang untuk usaha kuliner. Mov ere Journal, 3(1), 1-15. https://ojs.stie-tdn.ac.id/index.php/MV/article/view/628

Suryani, P. (2025). Kuliner sebagai ekspresi gaya hidup: Studi preferensi restoran modern di kalangan Generasi Z dan Milenial. JUPSIM, 4(2), 500-507. https://doi.org/10.55606/jupsim.v4i2.5039

Nazhifah, M. N. (2023). Pengaruh shopping lifestyle dan fashion involvement terhadap impulse buying (Studi kasus Generasi Z pengguna e-commerce Shopee di Kota Jember). Digilib UIN Khas Jember. https://digilib.uinkhas.ac.id/50931/

Dewantoro, R. (2025). Transformation of Generation Z's consumption behavior in the digital era. PSSJ: Priveit Social Science Journal, 2(1), 1-15.

https://journal.privietlab.org/index.php/PSSJ/article/view/619

Suryani, P. (2025). Studi preferensi restoran modern di kalangan Generasi Z dan Milenial. JUPSIM, 4(2), 500-507. https://journalcenter.org/index.php/jupsim/article/view/5039

Purnamasari, M. (2025). Perilaku konsumen Gen Z dalam memilih Japanese food di Jakarta Selatan. Jurnal STP, 3(2), 100-115.

https://journal.polteksahid.ac.id/index.php/jstp/article/view/496