

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan yang terkenal akan kekayaan alamnya yang melimpah, ragam suku dan budaya, sehingga menjadikan Indonesia kaya akan tempat wisata dan kuliner tradisional di setiap daerahnya. Rata-rata alasan wisatawan ingin berkunjung ke suatu tempat selain untuk menikmati dan mempelajari budaya daerah ataupun suasana alamnya, juga untuk menikmati wisata kuliner yang ada di tempat tersebut. Melalui wisata kuliner, wisatawan memberikan perhatian terhadap makanan, mulai dari jenis, kualitas, asal, dan pengalaman mengonsumsi makanan secara langsung (Walker, 2017, hal. 399). Wisata kuliner merupakan kegiatan yang dilakukan masyarakat Indonesia dalam mengenal keberagaman makanan yang ada ketika melakukan wisata kuliner.

Dalam melakukan wisata, hal yang tidak dapat dilewatkan adalah wisata kuliner, melalui wisata kuliner wisatawan dapat mencoba makanan khas daerah yang dikunjungi. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Hilton Worldwide (Rahayu, 2014) mengenai perilaku wisatawan mengungkapkan sebanyak 33% wisatawan Indonesia menganggap makanan sebagai faktor yang penting dalam menentukan tujuan wisata, 86% yang menganggap bahwa penting untuk mencoba makanan-makanan lokal yang terkenal saat berkunjung ke tempat wisata, sebanyak 90% dari wisatawan mencari pengalaman kuliner yang unik saat mereka berkunjung ke tempat wisata dan sebanyak 89% wisatawan yang berpendapat akan kembali

apabila makanannya atau pengalaman kuliner yang memenuhi ekspektasi mereka, sehingga melalui kunjungan kembali wisatawan, akan membantu perkembangan wisata kuliner di Indonesia terutama kepada pengusaha kecil yang beroperasi pada usaha kuliner.

Wisata kuliner juga menjadi kebiasaan bagi masyarakat Indonesia dalam makan sehari-harinya. Masyarakat Indonesia lebih memilih makan diluar, dikarenakan faktor harga yang terjangkau dan waktu persiapan yang disediakan oleh restoran lebih cepat dibandingkan dengan persiapan sendiri di rumah, sehingga akan memberikan keuntungan bagi setiap usaha penyediaan makan dan minum dalam memperoleh pendapatan.

TABEL 1
Peranan Lapangan Usaha terhadap PDRB Kategori Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum (persen), 2015-2019

Lapangan Usaha	2015	2016	2017	2018*	2019**
Penyediaan Akomodasi	31,28	31,64	30,21	29,15	30,27
Penyediaan Makan Minum	68,72	68,36	69,79	70,85	69,73
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	100	100	100	100	100

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Batam (2020)

Berdasarkan Tabel 1, mengenai peranan lapangan usaha penyediaan makan dan minum terhadap PDRB dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2019, pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 70,85% dan mengalami penurunan menjadi 69,73% pada tahun 2019. Dalam mengembangkan usaha penyediaan makanan dan minuman, saat ini pemerintah daerah Kota Batam tengah mengusahakan menonjolkan kuliner di Kota Batam dengan mengadakan pelatihan kepada pelaku usaha (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2019). Sehingga usaha

penyediaan makan dan minum dapat semakin berkembang dan menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat Kota Batam.

Pada saat ini, pemerintah Kota Batam sedang mengembangkan perencanaan mengenai peningkatan kualitas hidup masyarakat setempat, dengan cara mengajak masyarakat turut berkontribusi dalam pengembangan lapangan usaha (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2019). Selain pelaku usaha yang ada di Kota Batam dan ditambah dengan banyaknya pendatang di Kota Batam membuat kuliner di Kota Batam semakin bervariasi. Dalam menonjolkan usaha penyediaan makanan dan minuman, Kota Batam menyediakan berbagai objek wisata termasuk wisata belanja dan wisata kuliner untuk menarik perhatian wisatawan (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2019).

TABEL 2
Realisasi Pengunjung Tahun 2018

No	Nama	Target	Realisasi
1	Hotel	117.918.912.400	67.466.540.000
2	Restoran	68.600.000.000	43.095.015.386
3	Hiburan	29.190.000.000	8.747.776.338

Sumber : Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (2019)

Berdasarkan Tabel 2, dapat dilihat bahwa pengunjung tahun 2018 pada setiap indikator belum mencapai target, hal ini disebabkan oleh kurangnya pemasaran serta target yang ditetapkan terlalu tinggi, oleh karena itu, pihak pemerintah maupun pelaku usaha memerlukan upaya-upaya untuk dapat menarik perhatian wisatawan, mulai dari wisata budaya maupun wisata kuliner.

Wisata kuliner yang terkenal dan dapat dimanfaatkan di Kota Batam adalah boga bahari, karena Kota Batam memiliki produksi perikanan

dan diketahui hasil perikanan pada tahun 2020 tercatat sebanyak 1.913,36 ton (Dinas Perikanan Kota Batam, 2020). Oleh karena itu, boga bahari dan kerang gong-gong menjadi potensi kuliner unggulan yang ada di Kota Batam. Selain restoran seafood, wisata kuliner yang menjadi incaran wisatawan di Kota Batam yaitu jajanannya, jajanan menjadi kuliner favorit terutama bagi masyarakat Indonesia.

TABEL 3
Pencarian Jajanan Pinggir Jalan

No.	Negara	Persen Rata-Rata
1	Malaysia	51%
2	Taiwan	50%
3	Vietnam	48%
4	Indonesia	44%
5	China	43%
6	Singapore	43%
7	Hong Kong	38%
8	Thailand	38%
9	India	36%
10	Germany	34%
11	Philippines	30%
12	Mexico	30%
13	Pakistan	29%

Sumber: Nielsen (Nielsen, 2016)

Berdasarkan Tabel 3, diketahui sebanyak 44% responden Indonesia yang menyukai jajanan, melebihi rata-rata responden global yang dilaporkan sebanyak 27% oleh Nielsen (Nielsen, 2016) yang makan jauh dari rumah dan memilih jajanan pinggir jalan. Dibandingkan dengan negara lain, kebiasaan jajan masyarakat Indonesia memiliki potensi untuk terus meningkat dan semakin banyak usaha makanan yang terus berkembang.

TABEL 4
Rekomendasi Wisata Kuliner Kota Batam

No.	Nama Restoran
1	RM Mie Tarempa
2	Tempat Wisata Batam: Sei Enam Seafood
3	RM Yong Kee
4	Rezeki Seafood Restaurant
5	Tempat Wisata Batam: Bareleng Seafood Restaurant
6	Amir Prata

Sumber: Batam Tourism Polytechnic (2020)

Selain itu, wisatawan juga bisa mencoba jajanan kuliner di Kota Batam mulai dari masakan khas Kota Batam maupun khas luar Kota Batam dapat ditemukan di restoran, *cafe*, dan *food court*. *Food court* atau *hawker centre* merupakan tempat makan terbuka yang terdapat konter-konter, masing-masing konter menjual masakan berbeda-beda disetiap konternya. Di Indonesia *food court* lebih dikenal dengan sebutan pujasera yang merupakan singkatan dari ‘Pusat Jajanan Serba Ada’. *Food court* dapat ditemukan di area luar ruangan atau area dalam ruangan seperti di mal, sekolah maupun bangunan lainnya. Pengunjung dari *food court* merupakan masyarakat lokal maupun wisatawan, pengunjung yang memesan makanan dapat langsung membayar ke konter, kemudian pemilik konter akan mengantarkan pesanan ke meja pengunjung.

Berdasarkan informasi dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam situs Wonderful Indonesia, *Food Court A2* sebagai *food court* yang berada di wilayah Penuin, Kota Batam. *Food Court A2* terdapat konter-konter yang menjual makanan dan minuman yang bervariasi mulai dari etnis Tionghoa, India, dan Melayu seperti nasi hainan, mie tarempa, bihun goreng, kwetiau goreng, mie sagu, dengan harga yang terjangkau

(Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2019). *Food Court A2* terletak di wilayah yang strategis karena terletak tepat di sebelah *mall Batam City Square*, dikelilingi oleh pusat perbelanjaan dan hotel-hotel seperti I Hotel dan BCC Hotel sehingga membuat *Food Court A2* menjadi salah satu destinasi bagi pengunjung yang ingin mencoba makanan-makanan maupun jajanan khas Kota Batam maupun luar Kota Batam serta menjadi tempat untuk menghabiskan waktu sambil menikmati suasana keramaian di *food court*. Oleh karena itu, peneliti memilih *Food Court A2* sebagai tempat penelitian ini.

Berdasarkan riset yang telah dilakukan oleh Henderson (2012), faktor yang memengaruhi minat kunjungan turis ke *Hawker Centres* terdiri atas *physical and social environment, uniqueness and cultural significance*, serta *hygiene and food safety*. Dalam hal ini, peneliti mengambil faktor yang memengaruhi minat kunjungan turis ke *Hawker Centres* sebagai variabel penelitian untuk diteliti *Food Court A2*. Dikarenakan pengunjung memilih ke *food court* karena pengunjung dapat memilih berbagai varian makanan dan minuman yang dapat dipilih melalui menu yang dipajang di setiap konter, selain itu kebersihan *food court* juga terjaga karena konter yang terbuka membuat konsumen bisa melihat sendiri bahan makanan yang tersedia sampai dengan persiapan makanannya sehingga pemilih konter akan tetap menjaga kebersihan dari konternya sendiri serta karyawan *food court* akan membersihkan area makan setelah pengunjung selesai makan. Dari pemenuhan sisi kebersihan dan kenyamanan dari *food court*, maka akan menjadi bahan pertimbangan oleh konsumen ketika memutuskan

melakukan pembelian, sehingga ketika konsumen melakukan pembelian produk di sebuah tempat dan pengalaman yang didapat, maka dapat menimbulkan keinginan konsumen untuk berkunjung kembali. Menurut Han and Ryu (2017) dalam menciptakan kunjungan kembali pengunjung menjadi tantangan sendiri bagi setiap pelaku usaha, sebab hal ini berkaitan langsung dengan peningkatan keuntungan dan kesuksesan suatu usaha. Oleh karena itu perlu dipertimbangkan untuk meningkatkan citra merk usaha, permintaan pasar, faktor kualitas, kepuasan, dan ketertarikan dari pengunjung.

Pada tahun 2020, Pada masa pandemi COVID-19, setiap tempat termasuk tempat makan yang ada di Indonesia dihimbau oleh pemerintah untuk senantiasa menerapkan aturan protokol kesehatan untuk mengurangi penularan COVID-19. COVID-19 atau *Coronavirus Disease* merupakan sejenis penyakit yang dapat menular antar manusia melalui air liur maupun bersin dan batuk, penularan COVID-19 bisa menyebabkan batuk, demam hingga sesak pernapasan (WHO, 2020).

Tabel 5
Perkembangan Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Kota
Batam Tahun 2018 - 2020

No.	Tahun	Jumlah Kunjungan
1	2018	142,157
2	2019	145,442
3	2020	1,798

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Batam (2020)

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Batam dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020, pada tahun 2019 sempat mengalami kenaikan jumlah wisatawan manca negara, akan tetapi mengalami

penurunan pada tahun 2020. Penurunan Jumlah wisatawan manca negara terkait dengan pelarangan sementara bagi wisatawan asing untuk masuk ke Kota Batam oleh pemerintah.

Menurut Ozili dan Arun (2020), pandemi COVID-19 memberikan dampak yang merugikan bagi bisnis restoran karena pemerintah memutuskan untuk menutup dan menjaga jarak sosial. *Food Court A2* juga turut merasakan dampak dari Pandemi COVID-19 dan mengalami kerugian sebelum penerapan kebijakan *New Normal* dikarenakan pembatasan penjualan oleh petugas kepolisian, membuat pengunjung enggan untuk mengunjungi *Food Court A2*. Selain itu sebelum kebijakan *New Normal*, *Food Court A2* belum bisa meyakinkan konsumen dalam faktor kebersihan makanannya sehingga konsumen tidak merasa aman untuk berkunjung ke *Food Court A2*. Sehingga Kementerian Kesehatan (2020), mengeluarkan kebijakan seperti upaya protokol kesehatan terhadap masyarakat dan protokol kesehatan bagi pelaku usaha, hal-hal tersebut perlu dilakukan oleh pelaku usaha sehingga pelanggan dapat merasa aman saat berkunjung ke restoran.

Selain itu, untuk mendapatkan kepercayaan dari pelanggannya maka setiap tempat makan dapat melakukan sertifikasi standar *Cleanliness, Health, Safety dan Environment Sustainability* atau sertifikat CHSE yang ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2020) untuk mendapatkan kepercayaan dari pelanggan untuk tetap bersedia membeli dan makan di tempat mereka. Meskipun belum mendapatkan sertifikasi CHSE, *Food Court A2* tetap berupaya untuk mengikuti protokol kesehatan yang

telah ditetapkan oleh Kementerian Kesehatan untuk tetap menarik dan mempertahankan minat berkunjung pelanggannya.

Berdasarkan uraian diatas, pengaruh kondisi lingkungan, budaya dan kebersihana makanan menjadi faktor yang dapat memengaruhi minat kunjungan kembali konsumen. Dalam hal ini, penulis memilih *Food Court* A2 untuk menjadi obyek penelitian. Penelitian dilakukan untuk mengetahui apakah *kondisi lingkungan, budaya, dan kebersihan makanan* berpengaruh terhadap minat kembali konsumen untuk datang ke *Food Court* A2. Dalam hal ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kondisi Lingkungan, Budaya, dan Kebersihan Makanan terhadap Minat Kunjungan Kembali Konsumen ke *Food Court* A2 di Kota Batam ”**.

B. Perumusan dan Batasan Masalah

Perumusan masalah yang penulis ingin teliti adalah

1. Apakah kondisi lingkungan dapat mempengaruhi minat kunjungan kembali konsumen ke *Food Court* A2?
2. Apakah budaya dapat mempengaruhi minat kunjungan kembali konsumen ke *Food Court* A2?
3. Apakah kebersihan makanan dapat mempengaruhi minat kunjungan kembali konsumen ke *Food Court* A2?
4. Apakah protokol kesehatan Covid-19 dapat mempengaruhi minat kunjungan kembali konsumen ke *Food Court* A2?

Batasan masalah pada penelitian ini adalah hanya meneliti variabel *kondisi lingkungan, budaya, dan kebersihan makanan* dan minat kunjungan kembali konsumen sebagai variabel penelitian.

C. Tujuan Penelitian

Setelah mengetahui masalah-masalah diatas, maka peneliti mendapatkan beberapa tujuan penelitian, yaitu:

1. Pengaruh kondisi lingkungan terhadap minat kunjungan kembali konsumen ke *Food Court A2*.
2. Pengaruh budaya terhadap minat kunjungan kembali konsumen ke *Food Court A2*.
3. Pengaruh kebersihan makanan terhadap minat kunjungan kembali konsumen ke *Food Court A2*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat penelitian yang berupa manfaat teoritis dan manfaat praktis, yaitu sebagai berikut:

1. Kontribusi pengembangan teori
Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman lebih mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan kembali konsumen dan menjadikan penelitian ini sebagai ide terhadap penelitian selanjutnya.
2. Kontribusi praktik dan manajerial
Diharapkan dapat membantu pihak *Food Court A2* dalam mengelola *food court* dalam mempersiapkan diri menghadapi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat kunjungan kembali konsumen.

3. Kontribusi kebijakan pariwisata

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberi kontribusi terhadap bidang pariwisata, terutama pada area wisata kuliner yang dikelola oleh pemerintah, sehingga bisa memberikan solusi, menyiapkan strategi yang lebih baik dan menganalisis apa yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan kedepannya.

E. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab. Berikut uraian mengenai penelitian:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdapat pendahuluan yang menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan dan batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi uraian paparan teoritis yang membahas konsep-konsep teoritis untuk memecahkan masalah yang relevan, hasil penelitian sebelumnya yang menjelaskan uraian rinci hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan perumusan hipotesis, masalah penelitian, dan kerangka konseptual.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode-metode yang dilakukan pada penelitian yang dilakukan dan menguraikan secara rinci dan jelas. Metode penelitian juga menjelaskan secara detail dan jelas mengenai langkah-langkah yang dilakukan untuk mendapatkan data yang diinginkan, dan dapat menjelaskan

metode penelitian dengan menggunakan diagram flowchart atau diagram alur. Metode penelitian berisi gambaran umum objek penelitian, pengumpulan variabel, instrumen pengumpulan data, penentuan sampel dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil dari penelitian yang didapat sesuai dengan jenis penelitian yang dipilih dan pembahasan yang berisi analisis terhadap hasil yang didapatkan yang disandingkan dengan teori yang telah dikemukakan. Hasil penelitian yang dilakukan harus dapat menjawab permasalahan yang telah dikemukakan.

BAB V SIMPULAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran atau rekomendasi yang berguna sebagai masukan untuk penelitian selanjutnya yang menggunakan topik sejenis.