

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

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 dibangunan 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* A2 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.

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).

Berdasarkan informasi dari Kementerian Kesehatan (2020), upaya protokol kesehatan terhadap masyarakat terdiri dari: selalu mengenakan masker apabila berada di tempat umum, rutin mencuci tangan atau memakai hand sanitizer, dan beristirahat di rumah apabila demam tiga puluh delapan derajat celsius. Sedangkan protokol kesehatan bagi pelaku usaha terdiri dari menyediakan alat bantu sarung tangan, membungkus peralatan makan terutama pada peralatan yang sering disentuh, membersihkan dan desinfeksi secara berkala minimal dua kali sehari minimal sebelum usaha buka dan tutup, menyediakan tempat cuci tangan dan menyiapkan sabun atau hand sanitizer di area pintu masuk.

Pada masa pandemi COVID-19, 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 tempat makan tersebut dapat melakukan sertifikasi standar Cleanliness, Health, Safety dan Environment Sustainability yang ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2020) sehingga 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 pelanggannya.

Berdasarkan uraian diatas, pengaruh *physical and human environment, uniqueness and cultural significance dan hygiene and food safety*, dan protokol kesehatan COVID-19 menjadi faktor yang dapat memengaruhi minat kunjungan kembali konsumen. Dalam hal ini, penulis memilih *Food Court A2* untuk menjadi obyek penelitian. Penelitian dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat kembali konsumen untuk datang ke *Food Court A2*.

B. Tujuan

Seminar hasil penelitian ini bertujuan untuk mendiseminasikan hasil analisis penelitian, memaparkan hasil analisis penelitian dan mendapatkan umpan balik dari dosen reviewer terhadap hasil analisis penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan kembali konsumen untuk datang ke *Food Court A2* Kota Batam.

C. Manfaat

Adapun beberapa manfaat penelitian yang bisa didapatkan melalui seminar yaitu sebagai berikut:

1. Kontribusi pengembangan teori

Diharapkan melalui seminar kali 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 seminar ini 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 seminar 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.

D. Deskripsi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam periode bulan Agustus-Desember 2020, dengan lingkungan setting yang digunakan adalah riil dengan melakukan eksperimen lapangan. Tingkat dari kesatuan data penelitian ini adalah individu, sebagai unit analisis, karena penelitian ini berfokus pada pengunjung yang pernah mengunjungi dan makan di *Food Court A2* Batam. Target populasi dari penelitian ini adalah pengunjung yang pernah ke *Food Court A2*, dengan sampel pengunjung yang pernah berkunjung dan makan di *Food Court A2* dalam kurun waktu lima bulan terakhir dan berdomisili di Kota Batam. Penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling dengan pendekatan convenience sampling yang dibagikan kepada 260 responden.

Dalam penelitian ini menggunakan *electronic and online questionnaire* dan menyebarkan kuesioner melalui media *google form* dan menggunakan skala likert dengan skala enam poin. Teknik analisis

data menggunakan uji instrumen, analisis deskriptif, pengujian hipotesis dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien determinasi, uji T dan uji F serta regresi linear berganda, uji asumsi klasik. Data yang diperoleh dianalisis melalui program SPSS versi 25.0. Dalam pengujian validitas semua indikator memiliki nilai r hitung lebih besar dari 0,1217, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator pertanyaan pada setiap variabel dinyatakan valid. Pada uji reliabilitas, seluruh hasil dari setiap pertanyaan dinyatakan reliabel dan konsisten karena memiliki nilai koefisien cronbach's alpha sebesar 0,923 dan nilai tersebut melebihi nilai koefisien cronbach's alpha 0,6. Pada uji normalitas, diketahui nilai signifikansi asymptotic (*2-tailed*) sebesar 0,077 lebih besar dari signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh peneliti terdistribusi normal.

Pada uji t, variabel *physical and human environment, hygiene and food safety*, dan protokol kesehatan COVID-19 berpengaruh positif terhadap minat kunjungan kembali konsumen ke *Food Court A2*, sedangkan pada variabel *uniqueness and cultural significance* tidak berpengaruh positif terhadap minat kunjungan kembali ke *Food Court A2*. Pada uji F, variabel *physical and human environment, uniqueness and cultural significance, hygiene and food safety*, dan protokol kesehatan COVID-19 secara simultan memiliki pengaruh terhadap minat kunjungan kembali ke *Food Court A2*. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi, variabel *physical and human environment, uniqueness and cultural significance, hygiene and food safety*, dan protokol kesehatan COVID-19 mempengaruhi minat kunjungan

kembali konsumen sebesar 0,395 atau 39,5% dan sisanya sebanyak 60,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Berdasarkan hasil pengujian-pengujian yang telah dipaparkan, dapat dibuktikan bahwa hasil dari penelitian ini menunjukkan variabel *physical and human environment*, *uniqueness and cultural significance*, *hygiene and food safety*, dan protokol kesehatan COVID-19 mempengaruhi minat kunjungan kembali konsumen .

