

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata merupakan sektor yang padat karya dan memiliki *multiplier effect* (efek ganda) yang cukup besar sehingga banyak meningkatkan sektor-sektor yang terkait yang pada akhirnya mampu meningkatkan pendapatan dan penyerapan tenaga kerja. Demikian pula menurut kajian bahwa mesin penggerak penyerapan tenaga kerja pada abad ke-19 adalah pertanian; pada abad ke -20 adalah industri *manufacturing* dan pada abad ke -21 adalah pariwisata. (Dowid. J. Villiers 1999 dalam Wahab, 1999)

Adapun visi kepariwisataan Indonesia adalah “Pariwisata Menumbuhkan Kesejahteraan dan Perdamaian”. Visi ini menjadi andalan pembangunan nasional yang secara seimbang mempertimbangkan bidang ekonomi dan bidang – bidang lainnya, demi kelangsungan hidup bangsa dan negara Indonesia. Kemudian Indonesia menjadi kawasan pariwisata dunia yang mengutamakan pembangunan pariwisata nusantara dan sekaligus sebagai tujuan wisatawan mancanegara (Depbudpar R.I.)

Kegiatan pariwisata saat ini telah menjadi sebuah kebutuhan yang hampir ada pada setiap warga di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya destinasi wisata di berbagai pelosok nusantara. Berkembangnya destinasi wisata juga berbanding lurus dengan berkembangnya jumlah wisatawan. Perkembangan jumlah wisatawan tidak hanya dari wisatawan lokal, melainkan juga wisatawan mancanegara yang setiap tahun semakin meningkat jumlah kunjungannya ke Indonesia.

Tabel 1.1
Grafik Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia dari Tahun
2014-2019

Tahun	Jumlah Wisatawan	Presentase Kenaikkan
2014	9,435,411	
2015	10,230,775	10%
2016	11,519,275	11%
2017	14,039,799	22%
2018	15,806,191	12,58%

Sumber: Badan Pusat Statistik 2019

Data pada tabel 1.1 memperlihatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mengalami kenaikan setiap tahunnya. Tahun 2017 terdapat kenaikan sebesar 11% dari jumlah kunjungan wisatawan mancanegara tahun 2016. Kunjungan wisatawan pada tahun 2017 adalah jumlah kunjungan terbanyak dibandingkan kunjungan selama lima tahun ke belakang, dan pada akhir tahun 2018 terjadi peningkatan sebesar 12,58% dari tahun sebelumnya. Potensi wisata yang dimiliki Indonesia tersebar diseluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Provinsi Jawa Barat memiliki sejumlah destinasi wisata yang sampai saat ini masih terus bertambah jumlahnya.

Salah satu provinsi yang ada di Indonesia adalah Jawa Barat. Provinsi Jawa Barat memiliki wisata alam yang melimpah mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Selain itu Jawa Barat merupakan provinsi yang paling dekat dengan ibu Kota negara, yang sedikitnya bisa berdampak positif dalam pengembangan pariwisatanya, karena kemudahan transportasi dan jarak tempuh dari ibu Kota negara. Berikut ini disajikan pertumbuhan kunjungan wisatawan ke objek yang ada di Jawa Barat sejak Tahun 2013 sampai dengan 2017 dalam Tabel 1.2.

Tabel 1.2
Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Provinsi Jawa Barat
Pada Tahun 2013-2017

Tahun/ Year	Wisatawan/ Visitors		Jumlah/ Total
	Mancanegara/ International	Domestik/ Domestic	
(1)	(2)	(3)	(4)
2013	1 794 401	45 536 179	47 357 580
2014	1 962 639	47 992 088	49 954 727
2015	2 027 629	56 334 706	58 362 335
2016	4 428 094	58 728 666	63 156 760
2017	4 984 035	59 644 070	64 628 105

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat 2018

Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa selalu terjadi peningkatan untuk jumlah wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara yang berwisata ke Provinsi Jawa Barat pada kurun waktu 5 tahun terakhir. Provinsi Jawa Barat memiliki 27 Kota/Kabupaten, salah satunya adalah Kabupaten Garut yang memiliki potensi besar pada industri

pariwisata. Hal tersebut dibuktikan dengan data statistik terhadap kunjungan Wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara yang datang ke Kabupaten Garut pada tabel 1.3.

Tabel 1.3
Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Menurut Kota/Kabupaten di Provinsi Jawa Barat Tahun 2018

	Kota/Kabupaten	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Jumlah
Kabupaten				
1.	Bogor	139.826	4.018.999	4.158.825
2.	Sukabumi	49.138	443.795	492.933
3.	Cianjur	9.350	11.140	20.490
4.	Bandung	77.200	3.965.258	4.042.458
5.	Garut	29.158	13.583	42.741
6.	Tasikmalaya	1.476	23.400	24.876
7.	Ciamis	3.505	70.071	73.576
8.	Kuningan	-	188.727	188.727
9.	Cirebon	1.588	130.796	132.384
10.	Majalengka	500	70.885	71.385
11.	Sumedang	7.455	144.249	151.704
12.	Indramayu	251	78.255	78.506
13.	Subang	45.507	1.104.324	1.149.831
14.	Purwakarta	7.913	209.873	217.786
15.	Karawang	61.237	73.971	135.208
16.	Bekasi	63.246	186.990	250.236
17.	Bandung Barat	278.027	481.114	759.141
18.	Pangandaran	10.344	912.184	922.528

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat 2018

Dilihat dari data pada tabel, kunjungan wisatawan ke Kabupaten Garut yang cukup tinggi mampu meningkatkan peluang bisnis pada bagian sektor kepariwisataan Kabupaten Garut, khususnya pada industri kuliner Kabupaten Garut. Perkembangan industri kuliner di Kabupaten Garut saat ini bukan hanya

sekadar pemenuhan akan kebutuhan dasar manusia saja, namun telah menjadi gaya hidup di kalangan masyarakat modern. Oleh karena itu, industri kuliner kini berkembang pesat dengan pola konsumsi (makanan) masyarakat yang berpikir praktis sehingga para pembisnis kuliner di Kabupaten Garut tertarik untuk membangun usaha berupa cafe, restoran, makanan pinggir jalan, dan katering. Pada tabel 1.5 menunjukkan perkembangan mengenai data jumlah restoran/rumah makan di Kabupaten Garut dari tahun 2013 sampai 2016 sebagai berikut.

Tabel 1.4
Jumlah Restoran/Rumah Makan Menurut Kota/Kabupaten di Provinsi Jawa Barat 2014-2016

Kabupaten/Kabupaten	2013	2014	2015	2016
1. Bogor	86	86	86	162
2. Sukabumi	63	63	63	63
3. Cianjur	193	193	193	193
4. Bandung	467	467	467	467
5. Garut	85	85	85	85
6. Tasikmalaya	28	28	28	25
7. Ciamis	109	109	109	149
8. Kuningan	60	60	60	60
9. Cirebon	21	21	21	21
10. Majalengka	65	65	65	67
11. Sumedang	105	105	105	105
12. Indramayu	77	77	77	77
13. Subang	151	151	151	151
14. Purwakarta	66	46	46	65
15. Karawang	90	90	90	90
16. Bekasi	28	28	28	28
17. Bandung Barat	128	128	128	128
Kota				
1. Bogor	130	130	130	162
2. Sukabumi	72	65	65	65
3. Bandung	291	291	291	291
4. Cirebon	52	52	52	52
5. Bekasi	143	143	143	143
6. Depok	107	107	107	107
7. Cimahi	31	31	31	31
8. Tasikmalaya	30	30	30	30
9. Banjar	36	36	36	36
Jawa Barat	2.714	2.687	2.687	2.853

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat 2018

Muhamad Iqbal, 2019

PENGARUH KNOWLEDGE OF HEALTHY FOOD DAN HEALTH AWARENESS TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION PADA KONSUMEN JASA KATERING MAKANAN SEHAT DI ANA KITCHEN GARUT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Katering merupakan pelayanan bagian dari industri kuliner yang bergerak di bidang pelayanan jasa makanan. Melihat peluang yang ada, kini para pembisnis banyak yang membuat usaha bisnis serupa. Maka dari itu para pembisnis dalam bidang kuliner seperti katering harus mampu melakukan inovasi lewat konsep yang berbeda namun dapat diterima masyarakat dengan baik, serta mampu memberikan dampak positif terhadap konsumen. Salah satu jenis katering yang memiliki konsep berbeda atau masih jarang yaitu jasa katering makanan sehat.

Meningkatnya kesadaran dan kepedulian terhadap kesehatan, menjadikan jasa katering makanan sehat banyak berdiri. Makanan yang ditawarkan berupa berbagai macam menu mulai dari sarapan, makan siang, makan malam, kudapan, hingga hidangan pencuci mulut. Menu makanan yang disajikan mencakup berbagai rasa, mulai dari masakan Indonesia, Jepang, Barat hingga India. Setiap penyedia jasa katering menawarkan menu makanan sehat yang dapat memenuhi kebutuhan konsumennya, seperti menu makanan tanpa garam, rendah lemak atau rendah karbohidrat. Jangka waktunya pun beragam, rata-rata mulai dari tujuh hari sampai tiga belas hari. Kehadiran jasa katering makanan sehat ini disambut baik oleh masyarakat yang memiliki tujuan untuk memiliki tubuh yang sehat atau menurunkan berat badan (lifestyle.kompas.com, 2015)

Banyaknya usaha kuliner di Kabupaten Garut yang bisa dilihat dalam tabel 1.5, ternyata belum mampu meningkatkan pola hidup sehat dalam mengonsumsi makanan sehat, karena menurut penelitian terbaru yang dilakukan oleh ahli gizi di Kabupaten Garut bahwa 70% remaja di kalangan mahasiswa tidak memperhatikan kandungan gizi saat mengonsumsi makanan. Bahkan 50,8% mahasiswa secara rutin mengonsumsi makanan siap saji seperti *junk food* (kurang bergizi) dan pada anak-anak usia sekolah hanya 37% yang mengonsumsi buah dan sayur setiap hari. Pola makan masyarakat Kota Garut cenderung tidak sehat karena lebih suka makanan siap saji, goreng-gorengan dan instan, hingga dapat disimpulkan bahwa kesadaran gizi masyarakat Kabupaten Garut terutama generasi muda dalam kondisi prihatin. Padahal semua makanan atau minuman tersebut mengandung banyak garam dan lemak tinggi. Bahan kimia yang dipakai sebagai pengawet, pewarna dan perasa di dalamnya juga berbahaya bagi tubuh (pejuangtanahair.org, 2017).

Pola konsumsi masyarakat Kabupaten Garut terhadap makanan atau minuman juga dapat dilihat dari tabel 1.4 mengenai data pengeluaran konsumsi sesuai kelompok makanan per bulan di Kabupaten Garut tahun 2017 berikut:

Tabel 1.5
Pengeluaran Konsumsi Kelompok Makanan Per Bulan Menurut
Kelompok Makanan di Kabupaten Garut 2017

	Kelompok Makanan <i>Food Group</i>	Rata-rata Pengeluaran <i>Average Expenditure</i> (rupiah)	Persentase Rata-rata Pengeluaran <i>Percentage of</i> <i>Average</i> <i>Expenditure</i>
	(1)	(2)	(3)
1	Padi-padian/ <i>Cereals</i>	60,077	14,70
2	Umbi-umbian/ <i>Tubers</i>	4,034	0,99
3	Ikan/ Udang/ Cumi/ Kerang <i>Fish/Prawn/Squid/Clam</i>	20,298	4,97
4	Daging/ <i>Meat</i>	22,523	5,51
5	Telur dan susu/ <i>Eggs and milk</i>	18,660	4,57
6	Sayur-sayuran/ <i>Vegetables</i>	20,818	5,09
7	Kacang-kacangan/ <i>Legumes</i>	8,957	2,18
8	Buah-buahan/ <i>Fruits</i>	14,001	3,43
9	Minyak dan Kelapa/ <i>Oil and Coconut</i>	10,133	2,48
10	Bahan minuman/ <i>Beverage Stuffs</i>	14,701	3,60
11	Bumbu-bumbuan/ <i>Spices</i>	6,213	1,52
12	Konsumsi lainnya/ <i>Miscellaneous food items</i>	11,463	2,80
13	Makanan dan minuman jadi	120,096	29,38
14	Rokok/ <i>Cigarette</i>	76,772	18,78
	Jumlah/Total	408,746	100,00

Sumber: Badan Pusat Statistik Garut ; Survei Sosial Ekonomi Nasional, Maret 2017

Tabel di atas menunjukkan jika konsumsi per bulan masyarakat Kabupaten Garut banyak yang memilih produk pangan dalam bentuk cepat saji yang dalam pernyataan sebelumnya, kebanyakan makanan cepat saji yang dimaksud adalah makanan kurang bergizi (*junk food*) dan makanan dalam kemasan ketimbang bahan

makanan atau minuman segar dalam kategori sehat dan aman, penulis berasumsi jika hal tersebut mengindikasikan tentang pengetahuan mengenai makanan sehat pada masyarakat Kabupaten Garut cenderung belum maksimal. Pada akhir tabel juga menunjukkan bahwa pengeluaran untuk rokok hampir sama dengan pengeluaran makan, yang secara tidak langsung menjelaskan kesadaran kesehatan pada masyarakat Kabupaten Garut cenderung belum meyeluruh.

Dikutip pula dari halaman *website* www.garutkab.go.id (2018) yang memaparkan pernyataan dari Kepala Dinas Ketahanan Pangan Kabupaten Garut, Enok Rahmawati bahwa kualitas konsumsi pangan penduduk Kabupaten Garut saat ini yang diukur dengan persentase Pola Pangan Harapan (PPH) adalah 75,9% artinya masih kurang sekitar 24,1% untuk mencapai 100%. Berdasarkan fakta dan data tersebut, dapat disimpulkan sementara bahwa pengetahuan akan makanan sehat (*Knowledge of Healthy Food*) serta kesadaran kesehatan (*Health Awareness*) pada pola konsumsi makanan sehat masyarakat Kabupaten Garut mampu berkembang bila didukung dengan keberadaan produsen makanan sehat, seperti katering makanan sehat

Salah satu katering yang menerapkan konsep katering makanan sehat di Kota Garut adalah Ana Kitchen yang berlokasi di Annarto Mall Ruko C1 (pas pintu masuk), Garut, Haurpanggung, Tarogong Kidul. Keberadaan jasa katering makanan sehat di Kabupaten Garut seperti Ana Kitchen saat ini memiliki peluang untuk memenuhi kebutuhan makanan sehat untuk masyarakat Kabupaten Garut, khususnya para konsumen yang telah memiliki peningkatan pengetahuan akan makanan sehat (*Knowledge of Healthy Food*) dan kesadaran kesehatan (*Health Awareness*) terhadap pola mengonsumsi makanan sehat.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Lee, Jin, & Kim, 2013) menghasilkan fakta bahwa pengetahuan akan makanan sehat memiliki pengaruh positif terhadap niat perilaku membeli konsumen (*behavioral intention*), dengan menambahkan informasi yang bermakna bagi pemahaman umum tentang perilaku konsumen atas pilihan makanan sehat dari bermacam sudut pandang. Maka dari itu, perusahaan jasa makanan seperti katering makanan sehat perlu meneliti dan mengembangkan perihal kesehatan makanan. Kemudian jasa pelayanan makanan dapat mempertimbangkan program penyebaran informasi lebih

luas dan bermanfaat tentang makanan sehat kepada konsumen. Selain itu, dapat juga menunjukkan bahwa pengetahuan tentang makanan sehat adalah prediktor signifikan terhadap masalah kesehatan serta niat perilaku konsumen, penelitian tersebut mendukung penelitian sebelumnya juga yang dilakukan oleh Bogue. J., Coleman, T., & Sorenson (2005) serta Desphande, S., Basil, M. D., & Basil (2009). Bogue. J., Coleman, T., & Sorenson (2005) memaparkan hasil penelitian jika kesadaran pada kesehatan adalah salah satu anteseden (hal pendukung) penting terhadap *behavioral intention* dan pengetahuan tentang makanan telah menjadi prediktor (acuan prediksi) utama pada *behavioral intention*.

Menurut Jin, N., Line, N. D., & Lee (2017), *behavioral intention* (perilaku membeli kembali) yang positif dapat terbentuk dengan memperhatikan dan meningkatkan salah satu faktor yaitu kesadaran kesehatan (*health Awareness*) pada konsumen. Persepsi baik dari nilai penawaran maupun kualitas keseluruhan pengalaman juga dipengaruhi oleh kepedulian konsumen terhadap kesehatannya. Sikap konsumen terhadap nilai gizi dan rasa makanan yang mereka konsumsi sangat dipengaruhi oleh kepedulian konsumen terhadap kesehatan serta makanan sehat mereka (Jun, J., Kang, J., & Arendt, 2014).

Hal tersebut dapat menjadi peluang bagi jasa katering makanan sehat seperti Ana kitchen di Kabupaten Garut untuk mempertahankan bisnisnya dan juga meningkatkan volume penjualan dengan strategi menciptakan *behavioral intention* positif kepada konsumen yang telah memiliki *knowledge of healthy food* dan *health awareness* maupun yang belum memilikinya.

Maka berdasarkan keseluruhan uraian tersebut, penelitian ini bermaksud untuk meneliti pengaruh dari *knowledge of healthy food* dan *health awareness* terhadap *behavioral intention* di kalangan konsumen pengguna jasa katering makanan sehat Ana Kitchen Garut.

Peneliti memberikan judul penelitian ini **“Pengaruh *Knowledge of Healthy Food* dan *Health Awareness* terhadap *Behavioral Intention* pada Konsumen Jasa Katering Makanan Sehat Di Ana Kitchen Garut”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah maka masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran mengenai pengetahuan akan makanan sehat (*knowledge of healthy food*) pada konsumen jasa katering makanan sehat Ana Kitchen Garut?
2. Bagaimana gambaran mengenai kesadaran kesehatan (*health awareness*) pada konsumen jasa katering makanan sehat Ana Kitchen Garut?
3. Bagaimana gambaran mengenai niat berperilaku konsumen (*behavioral intention*) pada konsumen di Ana Kitchen garut?
4. Apakah terdapat pengaruh dari *knowledge of healthy food* dan *health awareness* terhadap *behavioral intention* pada konsumen jasa katering makanan sehat Ana Kitchen Garut?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini untuk memperoleh hasil temuan mengenai :

1. Untuk memperoleh hasil temuan mengenai gambaran kesadaran kesehatan pada konsumen jasa katering makanan sehat Ana Kitchen Garut.
2. Untuk memperoleh hasil temuan mengenai deskripsi pengetahuan makanan sehat dan alasan kesehatan yang beragam dari konsumen jasa katering makanan sehat Ana Kitchen Garut.
3. Untuk memperoleh temuan mengenai gambaran *behavioral intention* di Ana Kitchen Garut.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari kesadaran kesehatan dan pengetahuan akan makanan sehat terhadap *behavioral intention* pada kalangan konsumen jasa katering makanan sehat Ana Kitchen Garut.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini , terdiri dari dua jenis, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis. Dalam hal ini kegunaan teoritis dipengaruhi oleh teori-teori lama,

sedangkan kegunaan praktis merupakan kegunaan untuk perusahaan, kegunaan tersebut dipparkan sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam memberikan wawasan dan membantu pengelola jasa katering makanan sehat Ana Kitchen Garut dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat mempertimbangkan posisi mereka di pasar sehingga dapat menaikkan volume penjualan dan meningkatkan nilai perusahaan tersebut.

Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengetahuan akan makanan sehat (*Knowledge of healthy food*) dan kesadaran kesehatan (*Health awareness*) terhadap niat perilaku konsumen (*behavioral intention*).

1.4.2 Kegunaan Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam memberikan wawasan dan membantu para pelaku bisnis dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat dari sebuah perusahaan terutama perusahaan yang bergerak di bidang produk makanan dan minuman sehat untuk dapat mempertimbangkan posisi mereka di pasar sehingga dapat menaikkan volume penjualan dan meningkatkan nilai perusahaan tersebut.