

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Selain wisata alam Indonesia juga terkenal akan wisata kulinernya. Keberagaman budaya dan sumberdaya alam di Indonesia membuat masing-masing daerah memiliki sajian khasnya sendiri (Traveloka, 2021). Salah satu kota yang terkenal akan wisata kulinernya adalah kota Surabaya (Paskanita, 2014; Tyastity & Mbulu, 2019). Kepopuleran Surabaya sebagai wisata kuliner ini juga berdampak pada usaha restoran di Surabaya yang terus mengalami peningkatan. Menurut ketua Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran (Apkrindo) Jawa Timur yakni Tjahjono Haryono data pertumbuhan usaha restoran dan kafe tahun 2019 meningkat sebanyak 20%, dari angka semula 1341 di tahun 2018 (Badan Pusat Statistik, 2019; Lestari, 2019). Pertumbuhan ini juga didukung dengan *lifestyle* warga Surabaya terutama kaum milenial yang suka makan di luar (*dining-out*). Generasi milenial atau generasi Y sendiri adalah mereka yang lahir pada tahun 1980 - 2000 (Ali dkk., 2017; Šabić, 2020). Generasi milenial merupakan kelompok usia tertinggi di Surabaya yang pada 2020 mencapai 733.440 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2021). Diantara generasi lain milenial jauh lebih sering makan di luar dan juga mengeluarkan lebih banyak uang untuk makan di luar (Reiter, 2015).

Pada awal 2020 lalu, dunia dikejutkan dengan adanya pandemi Covid-19. Virus ini terus menyebar ke seluruh dunia dan sangat mempengaruhi berbagai

sektor usaha (Ncube dkk., 2021). Indonesia juga tak luput dari pandemi ini. Kasus pertama diumumkan pada Senin, 2 Maret 2020, kemudian jumlah kasus terus bertambah hingga membuat sejumlah daerah memutuskan untuk menerapkan kebijakan *local lockdown* (Dzulfaroh, 2020). Surabaya juga menjadi daerah yang melaksanakan *lokal lockdown*. Akibatnya terjadi perubahan drastis dari kebiasaan hidup masyarakat Surabaya yang biasanya bisa bebas bepergian, berkumpul dan makan di luar kini harus membatasi diri menggunakan masker, menjaga jarak, dan selalu menjaga kebersihan agar bisa terhindar dari covid-19. Perubahan ini juga berdampak bagi pengusaha restoran di Surabaya, dimana menurut Ketua Apkrindo Jatim Tjahjono Haryono terjadi penurunan omset mencapai 50 – 60% (Widarti, 2021). Bahkan menurut riset dari Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) pada September 2020 terdapat 1.033 restoran yang tutup permanen (Fadli, 2021).

Dampak lainnya dari covid-19 adalah meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kebersihan. Hal ini tentunya juga mempengaruhi sektor usaha dalam menjaga kualitas pelayanan-nya (*service quality*) di bidang kebersihan. Seperti pada restoran misalnya yang harus menjalankan protokol kesehatan yaitu mengecek suhu tubuh dari pelanggan dan karyawan, kemudian juga menyediakan *hand sanitizer*, rutin menyemprotkan disinfektan, mewajibkan masker baik bagi pelanggan maupun karyawan, dan peraturan lainnya (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020). Bahkan menurut Doğan (2020), menjaga dan meningkatkan kebersihan ini sudah diharapkan oleh konsumen.

Kebersihan memang sudah menjadi faktor penting bagi konsumen. Beberapa penelitian sebelumnya juga menyatakan bahwa kebersihan merupakan faktor penting dalam kualitas pelayanan (Leach dkk., 2001; Pettijohn dkk., 1997; Ungku Fatimah dkk., 2011). Meski demikian, hanya sedikit penelitian yang berfokus pada perspektif kebersihan konsumen terhadap keputusan untuk *dining-out*. Penelitian oleh Ungku Fatimah dkk. (2011) dan Leach dkk. (2001) lebih berfokus pada bagaimana dimensi kebersihan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Melihat kota Surabaya merupakan salah satu kota wisata kuliner populer dan banyaknya restoran yang tutup akibat pandemi covid-19 kemudian adanya peningkatan kesadaran konsumen akan kebersihan pada restoran (Doğan, 2020) serta kurangnya penelitian yang berfokus pada perspektif kebersihan konsumen terhadap keputusan untuk *dining-out* maka, penelitian ini mencoba untuk memahami lebih baik tentang persepsi kebersihan konsumen khususnya generasi milenial Surabaya dan pengaruhnya bagi keputusan untuk *dining-out*.

Dimensi kebersihan yang digunakan pada penelitian ini adalah dimensi restoran yang sering ditemui pelanggan restoran. Dimensi ini adalah makanan, karyawan, ruang makan, dan toilet. Makanan adalah hasil olahan yang bertujuan untuk dikonsumsi. Karyawan adalah mereka yang bekerja pada lembaga tertentu dan pada penelitian ini adalah pada restoran. Ruang makan adalah suatu ruangan untuk dilaksanakannya kegiatan mengonsumsi makanan. Toilet adalah suatu ruangan yang di dalamnya terdapat toilet, wastafel dan kebutuhan lainnya yang masih berhubungan

Dengan menggunakan metode kuantitatif, peneliti akan mencari tahu apa saja dimensi kebersihan yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk *dining-out* khususnya generasi milenial Surabaya. Hasil dari penelitian ini nantinya adalah untuk mengetahui dimensi kebersihan restoran mana berpengaruh bagi generasi milenial surabaya sehingga para pelaku bisnis restoran terutama yang market utamanya adalah generasi milenial memiliki suatu pedoman mengenai dimensi kebersihan dalam mengembangkan bisnisnya. Serta membantu pelaku bisnis restoran memahami dimensi kebersihan man

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi generasi milenial Surabaya dalam kebersihan restoran untuk pengambilan keputusan untuk *dining-out* di restoran?

## **1.3 Tujuan**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi generasi milenial Surabaya dalam kebersihan restoran untuk pengambilan keputusan untuk *dining-out* di restoran.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Implikasi Manajerial:

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi yang berguna kepada pengusaha restoran tentang area kebersihan yang mempengaruhi keputusan untuk *dining-out* konsumen khususnya milenial Surabaya. Penelitian ini juga bisa menjadi pedoman pengusaha restoran ketika ingin mengembangkan usahanya.

## 2. Implikasi Teoritis:

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam ilmu manajemen restoran terutama pada teori persepsi kebersihan konsumen. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu peneliti lain dengan menyediakan alat ukur untuk mengevaluasi persepsi kebersihan di restoran.

### 1.5 Batasan Penelitian

Batasan terdapat pada fokus studi dari penelitian yakni hanya membatasi penelitian kepada generasi milenial Surabaya yang setidaknya 2 kali pergi ke restoran/*café* dengan konsep *casual dining* di area Surabaya dalam jangka 12 bulan lalu. Mengingat bahwa tahun 2020 terdapat pandemi covid-19 menyebabkan banyak orang tidak bepergian yang bisa menyebabkan susah mencari responden yang sesuai dengan kriteria dan kualitas yang penulis harapkan. Durasi pengambilan data adalah 1 bulan yakni dari bulan Juni – Juli 2021.