

ANALISIS KAJIAN POTENSI PROSPEK USAHA JAJANAN MALAM HARIDI KOTA MEDAN

Oleh:
Nawary Saragih, SE, M.Si

Abstract

The purpose of this study was to: (1). Describe the main attraction of tourism potential prospects night snacks in Medan. (2). Examines the characteristics of tourists who visit the centers of business prospects night snacks Medan. (3). Assessing the behavior patterns of tourists visiting in the centers of business prospects night snacks Medan. (4). Assessing the perception of tourists to the potential business prospects night snacks in Medan. In order for the city of Medan can become a tourist destination evening snack can be achieved, the necessary development strategies: (1) .Menjaga and create the taste of food and beverages, for example Typical City of Medan. (2). Improve comfort and security of tourists in the centers of the evening snacks. (3). Maintain and enhance the overall area of cleanliness in the centers of the evening snacks. (4). Improve and maintain the appearance of employees in serving tourists. (5). Prices of food and beverages made cheap but the quality is maintained.

To take advantage of the vast opportunities, the local government of Medan city are expected to participate more intensively to support the development of snacks in the evening in the city of Medan. The existence of policies and extension is considered to be very helpful in the completion of cooking the evening snacks. In addition, local governments also need to facilitate the growth and development of tourism products industry night snacks with supporters as hardwares local regulations that can accommodate the interests of employers / principals hari. Terkait evening snacks of local government funding can also be a bridge to help the funding recommendation to the entrepreneur evening snacks through cooperatives and banks, one of which is a government-owned bank, Bank of North Sumatra.

Keywords: *Potential prospects, business hawker night*

PENDAHULUAN

Kekayaan alam, budaya dan manusia di Indonesia sebagai Negara kepulauan sangat besar dan beragam yang merupakan sumber kepariwisataan dan berpotensi besar sebagai daya tarik pariwisata. Pariwisata menjadi sektor andalan Indonesia dalam pemasukan devisa Negara, peningkatan pendapatan masyarakat, dan untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di berbagai kabupaten/kota maupun provinsi.

Trend wisatawan sekarang yang datang ke suatu daerah wisata untuk mencari atau berburu makanan khas daerah tersebut menjadi peluang besar bagi daerah. Mereka tidak segan-segan membayar mahal untuk menikmati suatu hidangan. Perubahan gaya hidup masyarakat juga telah terjadi, mereka makan tidak hanya untuk mengenyangkan perut saja, tetapi mereka juga mencari suasana dan pelayanan yang prima sebagai bagian dari sajian makanan yang dipesan. Banyak wisatawan yang menyempatkan waktu berburu makanan dan minuman khas daerah tujuan di sela-sela kegiatannya berwisata, termasuk wisatawan yang berkunjung ke Sumatera Utara pada umumnya dan Kota Medan pada khususnya.

Kota Medan sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Utara yang memiliki banyak lembaga pendidikan telah mampumendatangkan penduduk dari luar Kota Medan bahkan luar Daerah Provinsi Sumatera Utara untuk datang atau tinggal di Kota Medan. Hal itu menyebabkan keberadaan tempat makan (warung/restoran/rumah makan) dapat berkembang dengan baik. Namun demikian, para pendatang yang sebagian besar adalah

pelajar dan mahasiswa dari berbagai wilayah di Pulau Sumatera tidak semua cocok dengan selera masakan Kota Medan. Oleh karena itu para pemilik warung makan atau restoran mengembangkan produk makanannya menyesuaikan dengan selera para pendatang, sehingga semakin beragam jenis dan rasa masakan di Kota Medan.

Banyak tempat-tempat yang menjadi pusat penjualan makanan dan minuman malam hari seperti di Merdeka Walk, Dr. Mansyur, Ring Road, Ramadhan Fair, Pagaruyung, Warkop Elisabeth, TST Jl Puri dan Halat, Jl. Gurupatimpus, Jl Majapahit, Pasar Merah Square, Amaliun Food Court, Jl. Semarang, Selat Panjang dan lainnya. Banyaknya sentra-sentra usaha jajanan malam hari di wilayah Kota Medan menjadi peluang untuk menjadikan Kota Medan sebagai Daerah Tujuan Wisata Kuliner. Namun demikian ketersediaan pusat-pusat penjualan makanan tersebut tidak lepas dari berbagai masalah seperti kebersihannya, menu yang ditawarkan, pemasarannya, harga yang dipatok oleh pedagang, suasana kurang nyaman. Oleh karena itu perlu dicari solusi agar potensi wisata jajanan malam hari di Kota Medan dapat dioptimalkan sesuai dengan visi Kota Medan "Kota Medan menjadi Kota Metropolitan yang berdaya Saing, Nyaman, Peduli, dan Sejahtera".

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survei. Lokasi penelitian adalah sentra-sentra jajanan malam hari di Kota Medan yang dianggap dapat mewakili masing-masing wilayah Kota Medan. Oleh karena itu dipilih sentra-sentra kuliner meliputi Merdeka Walk, Dr. Mansyur, Ring Road, Ramadhan Fair, Pagaruyung, Warkop Elisabeth, TST Jl Puri dan Halat, Jl. Gurupatimpus, Jl Majapahit, Selat Panjang. Populasi dalam kajian ini adalah seluruh sentra-sentra jajanan malam hari yang ada di Kota Medan.

Sampel penelitian dengan menggunakan teknik *Accidental Purposive* yang ditentukan jumlahnya melalui Kuota Sampling. Penetapan jumlah sampel dengan menggunakan Panduan Audit Kinerja Pemerintah kota dan Survei Kepuasan Masyarakat dengan rumus sebagai berikut:

$$\frac{NZ^2 * 0,25}{[d^2 * (N-1)] + [Z^2 * 0,25]}$$

Keterangan : N = jumlah populasi; d = confidence interval 0,05; Z = jumlah unit standar deviasi distribusi sampling yang berkorepondensi dengan tingkat kepercayaan 95% yaitu 1,96). Berdasarkan rumus, maka jumlah sampel pada kajian ini berjumlah 384 responden, masing-masing lokasi penelitian diambil jumlah sample secara proporsional.

Dari Kegiatan pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner yang disampaikan kepengunjung hasilnya sebagai berikut:

Hasil Uji Validitas dan Realiabilitas

Dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS) Version 16,0*, maka diperoleh hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1: Hasil Uji Validasi dan Realiabilitas

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prospek Usaha Jajanan Malam Hari	r	Ket	Alpha	Ket
			Cronbach	
Variasi pilihan Makanan dan Minuman	0.413	Valid	0.738	Realiabel
Rasa Makanan dan Minuman	0.354	Valid	0.740	Realiabel
Presentase Makanan dan Minuman	0.390	Valid	0.737	Realiabel
Ukuran Porsi Makanan dan Minuman	0.364	Valid	0.744	Realiabel
Kecepatan Pelayanan	0.508	Valid	0.733	Realiabel
Ketepatan Pelayanan	0.490	Valid	0.734	Realiabel
Fasilitas Pemesanan Tempat Duduk	0.770	Valid	0.725	Realiabel
Ketersediaan Pembayaran	0.419	Valid	0.737	Realiabel
Jam Operasional	0.668	Valid	0.729	Realiabel
Perilaku Karyawan Siap Membantu	0.424	Valid	0.738	Realiabel
Karyawan yang penuh perhatian	0.421	Valid	0.737	Realiabel
Penampilan karyawan yang bersih	0.791	Valid	0.726	Realiabel
Daftar menu bersih dan rapi	0.571	Valid	0.732	Realiabel
Kebersihan area	0.516	Valid	0.735	Realiabel
Value for money	0.732	Valid	0.727	Realiabel
Pemberian diskon	0.691	Valid	0.726	Realiabel
Happy hour	0.533	Valid	0.733	Realiabel
Pencahayaan yang tepat	0.672	Valid	0.729	Realiabel
Penataan meja makanan	0.601	Valid	0.731	Realiabel
Kenyamanan furniture	0.580	Valid	0.731	Realiabel
Hiburan	0.754	Valid	0.730	Realiabel

Berdasarkan1 di atas menunjukkan bahwa seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi potensi prospek usaha jajanan malam hari di Kota Medan sudah valid dan *reliable*, karena nilai korelasi hitung telah lebih besar dari 0,30, dan nilai Alpha Cronbach telah lebih besar dari 0,60.

Analisis KMO and Barllett's Test

Dari hasil pengolahan berdasarkan *Statistical Program for Social Science (SPSS) Version 16,0*, maka dari 24 pertanyaan yang dijawab oleh 73 responden dalam kuisioner didapatkan hasil untuk KMO (*Measure of Sampling Adequacy*) yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2: KMO and Barlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.7518
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1818.0196
	Df	276
	Sig.	8.255E-225

Dari tabel 2.di atas menunjukkan bahwa nilai KMO sebesar 0,7518, telah melampaui angka 0,50 dan signifikan pada alpha 0,00. Dengan demikian seluruh variabel penelitian sudah layak dianalisis lebih lanjut. Dilihat dari angka chi-Square 1818,0196, berarti ke dua puluh satu faktor yang mempengaruhi potensi prospek usaha jajanan malam hari di Kota Medan dapat diterima pada tingkat signifikansi 1 persen.

Anti Image Correlation

Pada tabel Anti Image Marrisces, di bagian *Anti Image Coorelation* menunjukkan angka yang membentuk diagonal yang menandakan besaran *Measure Sampling Adequacy* (MSA)

masing-masing variabel telah berada di atas 0,50, yang berarti seluruh variabel masih bisa diprediksi untuk dianalisis lebih lanjut. Dari hasil pengujian tersebut diketahui bahwa semua variabel mempunyai korelasi yang cukup tinggi dengan variabel lain, sehingga analisis layak dilanjutkan dengan mengikutkan ke dua puluh satu faktor yang mempengaruhi potensi prospek usaha jajan malam hari di Kota Medan.

Communalities

Communalities adalah jumlah varians dari suatu variabel yang bisa dijelaskan oleh faktor yang ada, dengan ketentuan semakin besar *communalities*, semakin erat hubungan variabel tersebut dengan faktor yang terbentuk. Hasil disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3: Communalities

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi	Initial	Extraction
Potensi Prospek Usaha Jajanan Malam Hari		
Variasi pilihan Makanan dan Minuman	1.000	.665
Rasa Makanan dan Minuman	1.000	.733
Presentase Makanan dan Minuman	1.000	.639
Ukuran Porsi Makanan dan Minuman	1.000	.602
Kecepatan Pelayanan	1.000	.888
Ketepatan Pelayanan	1.000	.862
Fasilitas Pemesanan Tempat Duduk	1.000	.785
Ketersediaan Pembayaran	1.000	.801
Jam Operasional	1.000	.810
Perilaku Karyawan Siap Membantu	1.000	.748
Karyawan yang penuh perhatian	1.000	.665
Penampilan karyawan yang bersih	1.000	.854
Daftar menu bersih dan rapi	1.000	.815
Kebersihan area	1.000	.689
Value for money	1.000	.724
Pemberian diskon	1.000	.675
Happy hour	1.000	.656
Pencahayaan yang tepat	1.000	.626
Penataan meja makanan	1.000	.838
Kenyamanan furniture	1.000	.815
Hiburan	1.000	.859

Dari tabel 3. di atas nampak bahwa besarnya varians setiap variabel yang dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk adalah sebesar yang ada pada kolom dari *Extraction*. Misalnya pertimbangan dari variasi pilihan makanan dan minuman, sekitar 66,5 persen varians dari variabel pertimbangan variasi pilihan makanan dan minuman bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk, demikian seterusnya.

Total Variance Explained

Dari 21 variabel (component) yang dimasukkan dalam analisis faktor, jika masing-masing variabel mempunyai varians 1, maka total varians adalah $21 * 1 = 21$. Dengan 21 variabel tersebut diringkaskan menjadi satu faktor, maka yang dapat dijelaskan oleh satu faktor tersebut adalah 37,461%.

Tabel 4: Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
Variasi pilihan Makanan dan Minuman	6.540	31.145	31.145	6.540	31.145	31.145
Rasa Makanan dan Minuman	3.102	14.770	45.915	3.102	14.770	45.915
Presentase Makanan dan Minuman	2.190	10.427	56.342	2.190	10.427	56.342
Ukuran Porsi Makanan dan Minuman	1.586	7.553	63.895	1.586	7.553	63.895
Kecepatan Pelayanan	1.249	5.947	69.842	1.249	5.947	69.842
Ketepatan Pelayanan	1.081	5.146	74.988	1.081	5.146	74.988
Fasilitas Pemesanan Tempat Duduk	.881	4.195	79.183			
Ketersediaan Pembayaran	.712	3.389	82.571			
Jam Operasional	.665	3.168	85.739			
Perilaku Karyawan Siap Membantu	.556	2.647	88.386			
Karyawan yang penuh perhatian	.522	2.485	90.871			
Penampilan karyawan yang bersih	.341	1.623	92.494			
Daftar menu bersih dan rapi	.323	1.537	94.031			
Kebersihan area	.299	1.422	95.452			
Value for money	.223	1.064	96.517			
Pemberian diskon	.178	.847	97.364			
Happy hour	.142	.676	98.040			
Pencahayaan yang tepat	.135	.642	98.682			
Penataan meja makanan	.123	.586	99.268			
Kenyamanan furniture	.090	.429	99.696			
Hiburan	.064	.304	100.000			

Dari tabel 4. di atas nampak bahwa bila variabel diekstrak menjadi enam faktor, maka diperoleh hasilnya sebagai berikut: Varians faktor pertama adalah 37,461 %, Varians faktor kedua adalah $4.734:24 * 100\% = 19,725\%$, Varians faktor ketiga adalah $1.638:24 * 100\% = 6.823\%$, Varians faktor keempat adalah $1.380:24 * 100\% = 5.750\%$, Varians faktor kelima adalah $1.133:24 * 100\% = 4.721\%$, Varians faktor keenam adalah $1.030:24 * 100\% = 4.290\%$,

Total keenam faktor tersebut adalah 78.770% yang berarti enam faktor tersebut dapat dijelaskan oleh 78.770 % dari variabilitas kedua puluh empat faktor yang ada. *Eigenvalues* menunjukkan kepentingan relatif masing-masing faktor dalam menghitung varians kedua puluh empat variabel yang dianalisis. Jumlah angka *eigenvalues* untuk kedua puluh empat faktor adalah = 24. *Eigenvalues* diurutkan dari yang terbesar sampai yang terkecil, dengan kriteria angka *eigenvalues* di bawah 1 tidak digunakan dalam menghitung jumlah faktor yang terbentuk. Dari lampiran terdapat 6 faktor angka *eigenvalues* berada di atas angka 1.

Componen Matrix dan Rotated Componen Matrix

Factor loading yaitu besarnya korelasi antara masing-masing variabel dengan faktor 1, faktor 2, faktor 3, faktor 4 dan faktor 6. Penentuan variabel masing-masing faktor yang dilakukan dengan membandingkan besaran korelasi pada setiap baris. Angka korelasi di bawah 0,50

menunjukkan indikasi korelasi yang lemah sedangkan diatas 0,50 berindikasi kuat korelasinya. *Component matrix* yang diperoleh disajikan pada tabel berikut:

Tabel 5:Component Matrix

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi	Component					
	1	2	3	4	5	6
Potensi Prospek Usaha Jajanan Malam Hari						
Variasi pilihan Makanan dan Minuman	.336	.276	.496	-.258	.361	-.184
Rasa Makanan dan Minuman	.181	.611	.382	-.243	.331	-.112
Presentase Makanan dan Minuman	.187	.656	.395	-.047	-.117	-.048
Ukuran Porsi Makanan dan Minuman	-.045	.693	.286	.108	.119	.111
Kecepatan Pelayanan	.313	.732	-.425	.108	-.246	.033
Ketepatan Pelayanan	.288	.743	-.279	-.194	-.119	.312
Fasilitas Pemesanan Tempat Duduk	.740	.251	-.383	.117	-.019	-.119
Ketersediaan Pembayaran	.401	-.020	-.564	.241	.421	.295
Jam Operasional	.665	.056	-.117	.549	.213	-.055
Perilaku Karyawan Siap Membantu	.343	.342	-.177	.506	.093	-.467
Karyawan yang penuh perhatian	.428	-.217	-.381	-.472	.217	-.137
Penampilan karyawan yang bersih	.850	-.131	-.173	-.212	.024	-.198
Daftar menu bersih dan rapi	.658	-.317	-.185	-.242	.368	.231
Kebersihan area	.586	-.324	.336	.099	-.163	-.301
Value for money	.783	-.111	.174	-.158	-.187	.091
Pemberian diskon	.689	.089	-.088	-.130	-.409	-.011
Happy hour	.556	-.321	.120	.305	-.370	-.010
Pencahayaan yang tepat	.599	.058	.037	-.300	-.315	.272
Penataan meja makanan	.643	-.233	.432	.245	.098	.338
Kenyamanan furniture	.597	-.077	.470	.309	.115	.350
Hiburan	.838	-.121	.090	-.227	.072	-.278
<i>a. 6 components extracted.</i>						

Dari tabel 5 di atas nampak bahwa hubungan setiap variabel terhadap setiap faktor, jika nilai korelasi lebih dari 0,50, maka variabel tersebut dapat dimasukkan sebagai faktor. *Rotated component matrix* adalah memperjelas variabel-variabel mana yang masuk ke dalam tiap-tiap faktor. Untuk lebih jelasnya hasil *rotated component matrix* disajikan pada tabel berikut.

Tabel 6: Rotated Component Matrix

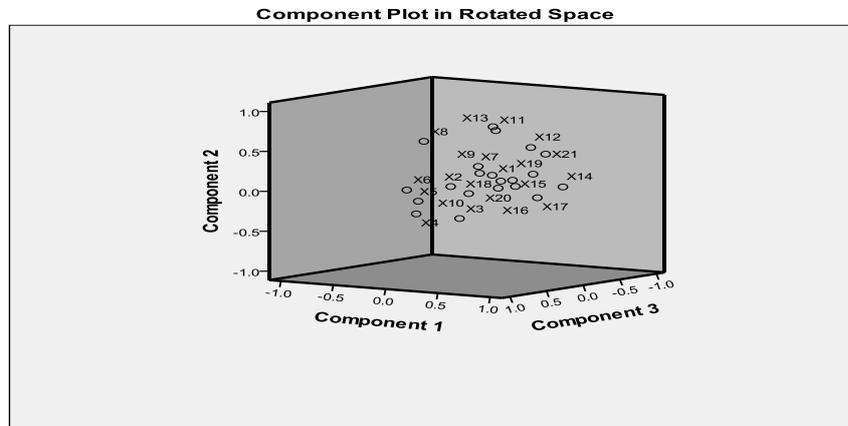
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi	Component					
	1	2	3	4	5	6
Potensi Prospek Usaha Jajanan Malam Hari						
Variasi pilihan Makanan dan Minuman	.159	.152	-.117	.764	.133	.022
Rasa Makanan dan Minuman	-.033	.033	.175	.835	.015	.045
Presentase Makanan dan Minuman	.170	-.321	.344	.618	.052	.066
Ukuran Porsi Makanan dan Minuman	-.230	-.301	.365	.548	.126	.098
Kecepatan Pelayanan	.116	-.040	.832	.090	-.144	.390
Ketepatan Pelayanan	.044	.101	.884	.258	-.031	.019
Fasilitas Pemesanan Tempat Duduk	.409	.367	.430	.024	.081	.539
Ketersediaan Pembayaran	-.199	.602	.304	-.250	.323	.375
Jam Operasional	.193	.212	.101	-.005	.473	.702
Perilaku Karyawan Siap Membantu	.094	-.051	.109	.134	-.035	.840
Karyawan yang penuh perhatian	.277	.741	.003	-.014	-.196	-.010
Penampilan karyawan yang bersih	.660	.577	.070	.080	.084	.259
Daftar menu bersih dan rapi	.254	.787	.007	-.017	.360	-.018
Kebersihan area	.674	.025	-.347	.072	.249	.216
Value for money	.711	.255	.113	.116	.357	-.011
Pemberian diskon	.714	.138	.358	-.008	.082	.105
Happy hour	.616	-.078	-.082	-.267	.383	.215
Pencahayaan yang tepat	.589	.194	.379	.059	.222	-.210
Penataan meja makanan	.363	.112	-.104	.103	.819	.045
Kenyamanan furniture	.283	.017	-.023	.192	.830	.094
Hiburan	.693	.476	-.085	.278	.136	.224
<i>Extraction Method: Principal Component Analysis.</i>						
<i>Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.</i>						
<i>Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization</i>						
<i>a. Rotation converged in 12 iterations.</i>						

Dari tabel 6. di atas nampak bahwa faktor-faktor yang dominan mempengaruhi potensi prospek usaha jajanan malam hari di Kota Medan yang didasarkan pada setiap faktor. Untuk membuktikan keenam faktor (component) yang yang terbentuk sudah tepat, maka dari tabel 4.7 di bawah ini nampak bahwa angka-angka yang ada pada diagonal, antara Component 1 dengan 1, Component 2 dengan 2, Comonent 3 dengan 3, Component 4 dengan 4, Component 5 dengan 5, dan Comonent 6 dengan 6 terlihat keenam angka jauh di atas 0,50, dengan demikian keenamp faktor sudah tepat karena mempunyai korelasi yang tinggi.

Tabel 7. Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5	6
1	.686	.436	.203	.159	.409	.323
2	-.184	-.257	.699	.579	-.164	.221
3	.179	-.466	-.420	.578	.401	-.280
4	-.221	-.433	-.066	-.313	.450	.678
5	-.590	.579	-.283	.395	.206	.195
6	-.256	.066	.457	-.226	.632	-.521
<i>Extraction Method: Principal Component Analysis.</i>						
<i>Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.</i>						

Dari tabel 7 di atas nampak bahwa semua variabel yang masuk pada tiap-tiap faktor mempunyai korelasi positif, artinya peningkatan loading variabel yang bersangkutan semakin mempengaruhi akan pengembangan potensi prospek usaha jajanan malam hari di Kota Medan. Adapun faktor-faktor yang dominan mempengaruhi potensi prospek usaha jajanan malam hari di Kota Medan disajikan pada Gambar dan Tabel 8 berikut:



Tabel 8: Faktor Dominan yang Mempengaruhi potensi prospek usaha jajanan malam hari di Kota Medan

Korelasi ®	Faktor	Keterangan
[1]	[2]	[3]
0.714	1	Rasa makanan dan minuman
0.711	1	Ketepatan pelayanan
0.693	1	Kebersihan area keseluruhan
0.693	1	Penampilan karyawan
0.693	1	Pemberian diskon
0.671	1	Kenyamanan furniture
0.616	1	Happy hour
0.598	1	Pencahayaan yang tepat
0.714	2	Karyawan yang penuh perhatian
0.787	2	Daftar makanan dan minuman yang bersih
0.602	2	Ketersediaan pembayaran
0.577	2	Penampilan karyawan yang bersih
0.835	3	Kecepatan pelayanan
0.884	3	Value for money
0.835	4	Hiburan
0.764	4	Jenis rasa makanan dan minuman
0.618	4	Presentase makanan dan minuman
0.548	4	Ukuran porsi makanan dan minuman
0.819	5	Pencahayaan yang tepat
0.830	5	Penataan meja makan
0.840	6	Perilaku karyawan untuk membantu
0.702	6	Jam operasional
0.539	6	Fasilitas reservasi dan pemesanan tempat duduk

Dari hasil analisis di atas nampak bahwa kedua puluh dua variabel dapat dikelompokkan ke dalam enam faktor. Keenam faktor yang memiliki duapuluh dua variabel memiliki korelasi yang positif, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa: semakin memperhatikan keenam faktor yang terdiri dari dua puluh empat variabel, maka potensi prospek usaha jajanan malam hari di Kota Medan akan meningkatkan kunjungan dari wisatawan yang berkunjung atau berada di Kota Medan. Dengan demikian para wisatawan yang bersangkutan akan memperoleh suasana atau kepuasan yang tinggi sehingga mengulangi dan mengajak saudara dan teman yang lain untuk datang kembali ke tempat jajanan malam hari yang tersebar di Kota Medan.

Saran

1. Untuk mendatangkan wisatawan sebanyak-banyaknya adalah jika mampu memenuhi kebutuhan mereka. Oleh karena itu seluruh komponen di dalam obyek wisata harus dikelola dengan baik dan terencana serta didukung dengan koordinasi yang baik, yaitu Koordinasi antar instansi/Dinas di lingkungan Pemerintah Daerah sangat dibutuhkan.
2. Kota Medan dapat menjadi tujuan wisata jajanan malam hari dapat tercapai, diperlukan strategi pengembangan antara lain:
 - a. Menjaga dan menciptakan rasa makanan dan minuman, misalnya Khas Kota Medan.
 - b. Meningkatkan kenyamanan dan keamanan wisatawan di sentra-sentra jajanan malam hari.
 - c. Menjaga dan meningkatkan kebersihan area keseluruhan di sentra-sentra jajanan malam hari.
 - d. Meningkatkan dan menjaga penampilan karyawan dalam melayani wisatawan
 - e. Harga makanan dan minuman dibuat murah tetapi kualitas tetap terjaga.
3. Dengan memanfaatkan peluang yang begitu luas, pemerintah daerah Kota Medan diharapkan berperan serta untuk lebih intensif dalam mendukung pengembangan jajanan malam hari di Kota Medan. Adanya kebijakan dan penyuluhan dirasa akan sangat membantu dalam penyempurnaan masakan jajanan malam hari. Selain itu pemerintah daerah perlu juga memfasilitasi pertumbuhan dan pengembangan industri produk wisata jajanan malam hari dengan perangkat pendukung seperti:
 - a. Peraturan daerah yang dapat mengakomodir kepentingan pengusaha/pelaku jajanan malam hari.
 - b. Terkait pendanaan pemerintah daerah juga dapat menjadi jembatan dengan membantu rekomendasi pendanaan kepada pengusaha jajanan malam hari melalui koperasi dan bank, salah satunya adalah bank yang dimiliki pemerintah daerah yaitu Bank Sumut.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. ed. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Revisi V. Rineka Cipta. Jakarta.
- Echols, John M. & Shadily, Hasan. 1993. *Kamus Inggris Indonesia*. Penerbit PT. Gramedia. Jakarta.
- Fandeli, Chafid dan Mukhlison. 2000. *Pengusahaan Ekowisata*. Fakultas Kehutanan Universitas Gadjah Mada Yogyakarta bekerjasama dengan Unit KSDA DI Yogyakarta dan Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Fandeli, Chafid. 2002. *Perencanaan Kepariwisata Alam*. Fakultas Kehutanan Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Faulkner, B. 1997. *Perkembangan Pariwisata Indonesia: Perspektif "Gambaran Besar"*. dalam Myra P. Gunawan. ed. *Perencanaan Pariwisata Berkelanjutan*. Proseding Pelatihan dan Lokakarya. ITB. Bandung.
- Gunn, Clare A. 1988. *Tourism Planning*. 2 Edition. Taylor & Francis. New York. Husein, Umar. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Ghalia Indonesia. Yogyakarta. <http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/2007/022007/17/0902.htm>
http://en.wikipedia.org/wiki/Culinary_profession
- Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata. 2004. *Peningkatan Status Gastronomi Makanan Khas Indonesia* dalam festival Boga. Deputi Bid pengembangan Produk dan Usaha Pariwisata. Jakarta.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. 1999. *Principles of Marketing*. 7th Edition. Printice Hall Inc. Upper Saddle River.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management*. Milenium ed. Printice Hall Inc. Upper Saddle River.
- Marsum, WA. 1991. *Restoran Dan Segala Permasalahannya*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Mc Intosh, Robert W & Goeldner, Charles R. 1990. *Tourism, Principles, Practices, and Philosophies*. John Wiley & Sons Inc. New York.
- Musanef. 1996. *Manajemen Usaha Pariwisata di Indonesia*. Gunung Agung. Jakarta.
- Nasution. 2001. *Manajemen Mutu terpadu*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Nuryanti, Wiendu. 1995. *Perencanaan Pembangunan Regional dan Kawasan untuk Kepariwisata Alam*. Dalam Chafid Fandeli. Ed. *Dasar-dasar manajemen Kepariwisata alam*. Penerbit Liberty. Yogyakarta.
- Pearce, Douglas. 1988. *Tourist Development. Second Edition*. Longman Scientific & Technical. New Zealand.
- Petunjuk Penulisan Usulan Penelitian dan Tesis. Edisi 2003. Program Pascasarjana Universitas Gadjah Math. Yogyakarta.
- Pride, William M. & Ferrel, O.C. 1995. *Penwsaran :Teori dan Prakiek Sehari-hari*. Alih Bahasa Daniel Wirajaya. Binarupa Aksara. Jakarta.

- Riduwan.2006. Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-karyawan dan Peneliti Pemula. Alfabeta. Bandung.
- Sammeng, Andi Mappi. 2000. *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta
- Sjahmien, Moehyi. 1992. *Penyelenggaraan Makanan Industri dan Jasa Boga*. Bhara. Jakarta,
- Soekadji, R.G. 1996. *Anatomi Pariwisata*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Soekresno.2000. *Manajemen Food & Beverage Service Hotel*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta. Bandung
- Sugiantoro, Ronny. 2000. *Pariwisata: Antara Obsesi dan Realita*. Adicipta Karya Nusa. Yogyakarta.
- Supranto. J. 2001. *Pengukuran Kepuasan Konsumen*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Triton, P.B. 2006. *SPSS 12.0 Terapan Riset statistikparametrik*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Undang-undang No.9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataaan
- Undang-undang No.67 Tahun 1996 tentang penyelenggaraan Kepariwisataaan
- Voase, Richard. 1999. *Tourism: The Human Perspective*. Hodder & Stoughton. London.
- Yoeti, Oka A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa. Bandung.
- _____.1997. *Perencanaan dan Pengembangan pariwisata*. Pradna Paramita. Jakarta.
- _____.2001. *Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata Menyongsong Penerapan Otonomi Daerah*. Jurnal Pariwisata Vol 1 Nomor 2. Januari Stiepari Yapari Aktripa. Bandung.
- Zeithami, Valarie A. & Bitner, Mary Jo. 2000. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. Second Edition. Mc Graw-Hill Inc. Singapore.