

Strategi Bertahan Industri Restaurant Pada Era New Normal di Indonesia

Rahmad Ramadan¹, Silvia Ramadani², M. Zacky Faluti³

*Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo Yogyakarta*¹

rahmadramadan296@gmail.com

*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia Semarang*²

ramadanisilviaaa@gmail.com

*Universitas Gajah Mada*³

zackyfaluti@mail.ugm.ac.id

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has resulted in economic impacts, social activities and the attention of all levels of formal and non-formal industry, one of which is the tourism industry which is the backbone of everyone who makes tourism an important sector in increasing the country's foreign exchange. exchange. In this study, the author is interested in discussing how industrial restaurants survive in the midst of the Covid-19 pandemic. This study aims to provide an overview of the restaurant industry's resilience strategy in disaster vulnerability such as disease outbreaks that occur throughout the world. This research was conducted using the method. This research uses a Systematic Literature Review (SLR) approach with data sources coming from indexed journal literature that has been published electronically with ISSN (International Standard Serial Number). as for the results of this study. The Covid pandemic has actually caused a change in a trend and paradigm of a tourist's thinking. Today's tourists prioritize culinary tourism in restaurants with high standardized safety. So that the tourism industry business actors must be able to meet the expectations of these tourists by providing confidence in the safety and comfort of tourists by presenting CHSE at the venue.

Keywords: *restaurant; covid; strategy; new normal.*

Article Information: Submission: 03 November 2021, Accepted: 20 Desember 2021, Published: 31 Desember 2021
DOI: 10.53691/jpi.v17i2.241



Copyright © 2021 by the author(s). This article is published by Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta, Indonesia under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) license. Anyone may reproduce, distribute, translate, and create derivative works of this article (for both commercial

PENDAHULUAN

Industri Restoran merupakan salah satu bagian elemen penting yang begitu fundamental dalam suatu komponen pariwisata. Hal itu dikarenakan Industri restoran merupakan suatu produk pariwisata berupa amenitas, yakni merupakan salah satu fasilitas pendukung dalam memudahkan wisatawan untuk menikmati suatu atraksi atau daya tarik wisata yang disediakan pada suatu daerah. Akan sangat sukar sekali para wisatawan untuk dapat menikmati suatu destinasi secara maksimal apabila kebutuhan mendasar seperti kehadiran restoran maupun rumah makan disekitar daerah destinasi wisata tidak terpenuhi, dan dikhawatirkan akan berdampak kepada kepuasan para pengunjung wisatawan dan berujung kepada keputusan untuk tidak berkunjung kembali akibat fasilitas pendukung tidak memadai.

Industri restoran juga menjadi salah satu tulang punggung perekonomian nasional dan turut membantu menggerakkan roda perekonomian karena banyak restoran-restoran yang terletak di sekitaran lokasi wisata yang berbasis usaha mikro kecil menengah yang rata-rata dikelola secara perorangan. Seiring dengan semakin bertumbuhnya minat masyarakat akan kebutuhan terhadap daya tarik pariwisata sebagai suatu sarana untuk menghibur diri, menghilangkan lelah dalam rutinitas pekerjaan, dan lain sebagainya maka secara tidak langsung hal tersebut juga berdampak baik terhadap industri restaurant yang berada di suatu wilayah yang dikunjungi tersebut. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya bermunculan restoran-restoran yang menyesuaikan varian menu dan rentang harga mulai dari kelas bawah sampai kepada tingkat

atas untuk memudahkan wisatawan dalam menentukan pilihannya.

Pada tahun 2019 akhir terjadi suatu musibah besar yang melanda berbagai belahan negara dan berdampak kepada melemahnya perekonomian masyarakat, melambannya mobilitas, menurunnya daya beli masyarakat, dan berkurangnya permintaan kebutuhan masyarakat akan pariwisata termasuk produk-produk turunannya. Hal ini dikarenakan pada tahun 2019 akhir hingga tahun 2020 terjadi suatu fenomena luar biasa yakni mewabahnya suatu virus menjadi sebuah pandemi yang dinamakan Corona virus disease 2019 atau Covid-19. Virus ini diduga berasal dari suatu daerah di negara *People's Republic of China* yang bernama kota Wuhan. COVID-19 telah menyebabkan malapetaka di seluruh dunia. Negara-negara termasuk China, Italia, Spanyol, Prancis, Inggris, dan AS dan banyak negara besar lainnya saat ini telah terpukul dengan wabah COVID-19 yang parah. Sebagian besar negara lain juga mendekati resesi ekonomi diakibatkan virus ini. Wabah lokal yang bernama Covid-19 ini dengan cepat berkembang dan menyebabkan terjadinya krisis kesehatan masyarakat yang muncul dan akhirnya, pada 11 Maret, Organisasi Kesehatan Dunia (*World Health Organisation*) menyatakan COVID-19 sebagai pandemi.

Lebih dari 100 negara di dunia telah mengumumkan penguncian atau *Lockdown* sebagian atau seluruhnya, perjalanan udara dan antarkota turun 70–90% dibandingkan tahun sebelumnya di kota-kota besar di seluruh dunia (Dunford et al., 2020). Karenanya, pembatasan perjalanan internasional, regional, dan lokal telah sangat membahayakan industri perhotelan. Faktanya,

beberapa laporan profesional menyimpulkan bahwa COVID-19 telah mempengaruhi industri restoran secara signifikan, seiring dengan meluasnya pandemi. Misalnya, menurut National Restaurant Association (asosiasi perdagangan utama industri), penjualan nasional turun 47% selama periode dari 1 Maret hingga 22 Maret; 7 dari 10 operator harus memberhentikan karyawan dan mengurangi jumlah jam kerja (National Restaurant Association, 2020). Selain itu, sejak akhir Maret 2020, 3% restoran telah tutup secara permanen akibat COVID-19, dan industri restoran kemungkinan telah kehilangan hampir \$ 120 miliar dalam penjualan selama tiga bulan pertama pandemi COVID-19 (Nasional Asosiasi Restoran, 2020). Mengingat fakta bahwa COVID-19 memicu krisis ekonomi global dan menyebabkan ketidakseimbangan dan risiko keuangan, studi saat ini meneliti efek COVID-19 yang berfokus pada konteks restoran.

Dalam konteks industri perhotelan, industri restoran dianggap memiliki risiko bisnis tingkat tinggi yang tertanam secara luas (Singal, 2012) yang telah diperburuk dengan parah selama pandemi. Faktanya, beberapa laporan profesional menyimpulkan bahwa COVID-19 telah mempengaruhi industri restoran secara signifikan, seiring dengan meluasnya pandemi. Misalnya, menurut National Restaurant Association (asosiasi perdagangan utama industri), penjualan nasional turun 47% selama periode dari 1 Maret hingga 22 Maret; 7 dari 10 operator harus memberhentikan karyawan dan mengurangi jumlah jam kerja (National Restaurant Association, 2020). Selain itu, sejak akhir Maret 2020, 3% restoran telah tutup secara permanen akibat COVID-19, dan industri restoran kemungkinan telah

kehilangan hampir \$ 120 miliar dalam penjualan selama tiga bulan pertama pandemi COVID-19 (Nasional Asosiasi Restoran, 2020). Mengingat fakta bahwa COVID-19 memicu krisis ekonomi global dan menyebabkan ketidakseimbangan dan risiko keuangan, studi saat ini meneliti efek COVID-19 yang berfokus pada konteks restoran.

Memasuki penghujung tahun 2020 banyak negara yang sudah memulai adaptasi kebiasaan baru atau disebut dengan *New Normal*. Kegiatan mobilitas yang sebelumnya sangat terbatas, sudah mulai diperlonggar seiring dengan mulai melandainya kurva covid di berbagai negara di dunia. Di negara Indonesia kebijakan *New Normal* pun juga mulai diterapkan diberbagai kota. Sehingga kondisi para pelaku pariwisata terkhusus pada industri pariwisata semakin membaik kedepannya. Untuk menghadapi tatanan dunia baru yang lebih mengedepankan kesehatan dan kebersihan, maka diperlukan suatu strategi yang tepat dan mumpuni oleh para pelaku usaha industri restoran agar dapat menciptakan lingkungan yang ideal dan terbiasa serta mampu bertahan dan berdamai dengan keadaan era normal baru tersebut. Oleh karena didalam tulisan ini penulis membahas bagaimanakah strategi bertahan industry Restaurant di Era *New Normal*. Disamping itu, penulis juga membahas bagaimanakah kondisi para pelaku industry Restoran pada masa pandemic Covid-19.

TINJAUAN PUSTAKA

a. Strategi Survival

Kata Strategi berasal dari bahasa Yunani "*strategos*", yaitu "*stratos*" yang berarti militer dan "ag" yang berarti memimpin (Evered, 1983). Dengan demikian strategi dapat diartikan kepemimpinan dalam

ketentaraan. Dalam perkembangannya terdapat banyak pengertian atau definisi strategi. Salah satu pengertian strategi adalah hal yang menetapkan arah kepada manajemen dalam bisnis dan tentang bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk memenangkan persaingan di dalam pasar (Dirgantoro, 2021). Strategi survival industri kecil tergantung pada tingkat adaptasinya (Schindehutte and Morris, 2001). Konsep strategi dalam perusahaan sering berhubungan dengan fokus atau kunci arah area operasinya (Ireland and Hitt, 1997).

Penyesuaian-penyesuaian amat cocok untuk industri kecil karena ketidakpastian dan risiko yang dihadapinya. Ketidakpastian timbul bukan saja karena lingkungannya tetapi juga dari kemampuan menangkap kesempatan yang ada. Adaptasi didefinisikan sebagai tindakan entrepreneur dan kelompoknya dalam memproses informasi yang datang dari lingkungannya dan melakukan penyesuaian-penyesuaian secara cepat untuk umpan balik. Adaptasi mempengaruhi perubahan perilaku strategiknya, meningkatkan kompetisinya, dan mendorong keselarasan organisasi dengan lingkungannya. Tidak ada sebuah organisasi pun yang secara statis sepanjang waktu. Penyesuaian-penyesuaian, perubahan atau peningkatan akan sejalan dengan operasi perusahaannya. Tingkat adaptasi yang timbul dan hasil dari adaptasi selalu bervariasi antarperusahaan (Chakravarthy, 1982; Bonk, 1996). Adaptasi organisasi muncul sebagai suatu bentuk koalisi untuk mengelola kebutuhan-kebutuhan organisasi agar tetap survival (Preffer, 1981)

b. Era New Normal

Perkembangan pandemi covid-19 di Indonesia masih belum menunjukkan tanda-tanda akan berakhir, meskipun di beberapa daerah sudah mulai memperlihatkan perkembangan yang baik, kegiatan pariwisata mulai berjalan sekalipun covid-19 masih banyak diderita oleh masyarakat. Presiden Joko Widodo menyatakan bahwasanya aktivitas usaha tidak boleh berhenti, kendatipun kesehatan juga perlu dilindungi. Oleh karena itulah berbagai kebijakan yang sifatnya inkremental dikeluarkan oleh para pemangku-kepentingan sehingga Pemerintah melalui Kementerian Kesehatan mengeluarkan Keputusan Kesehatan Nomor: HK.01.07/MENKES/382/2020 tentang Protokol Kesehatan Bagi Masyarakat di Tempat dan Fasilitas Umum.

Implementasi regulasi tersebut menjadikan suatu kehidupan normal baru (*new normal*), dimana seluruh aktivitas masyarakat diwajibkan mengikuti protokol kesehatan, termasuk juga dalam kegiatan usaha. *New normal* merupakan tatanan kehidupan baru untuk mewujudkan masyarakat produktif dan aman dari Covid-19. Usaha produktif masyarakat, seperti UMKM juga terkena dampaknya. Beberapa sektor UMKM terkena dampak positif (*potential winners*), diantaranya adalah sektor Kimia-farmasi, Alat Kesehatan, Tekstil, dan Makanan-minuman. Di sisi lain, sektor yang mengalami dampak negatif (*potential losers*), antara lain: Sektor Pariwisata, Konstruksi, dan Perhubungan. (Kemenko Perekonomian, 2020).

c. Industri Restoran

Istilah restoran berasal dari bahasa Perancis “*restourant*” yang berarti *restores of energy* atau pemulihan tenaga. Restoran tidak hanya kebutuhan sosial tetapi juga kebutuhan secara biologi. Berbagai macam alasan untuk makan di restoran antara lain melepaskan diri dari kebosanan, untuk bersosialisasi, merasakan makanan yang berbeda yang biasanya disajikan di rumah, dan menghindari pekerjaan yang membosankan di tempat kerja (Ardhiyansyah, 2005). Dengan demikian restoran dapat didefinisikan sebagai suatu usaha yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan makanan dan minuman.

Menurut Ardiyansyah (2005), restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang di organisir secara komersil, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumennya baik berupa makanan maupun minuman. Tujuan operasionalnya restoran adalah untuk mencari keuntungan, tetapi membuat puas para konsumennya pun merupakan tujuan operasional restoran yang utama. restoran merupakan salah satu penunjang kegiatan pariwisata. Dalam proses perkembangan usaha restoran telah mampu memberikan kontribusi dan peranan yang cukup baik bagi terciptanya pariwisata yang nyaman. Di daerah tujuan wisata, restoran yang berdiri biasanya merupakan restoran yang juga berada atau masih dalam kawasan hotel-hotel resort atau tempat peristirahatan dan rekreasi yang ditunjukkan bagi para wisatawan.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Author dan Tahun	Lokasi	Aspek Kajian
Hyong ju, Song jih wan, yeon seoki le, 2020	Korea Selatan	Bagaimana efek COVID-19 pada pengembalian saham perusahaan restoran AS bervariasi sesuai karakteristik pra-pandemi dengan menggunakan tiga dimensi tingkat perusahaan yakni; kondisi keuangan, strategi suatu perusahaan, dan struktur pada kepemilikan.
Dogan Gursoy & Christina G. Chi, 2020	Washington, Amerika Serikat	Pengaruh pandemi COVID-19 pada Industri hotel: peninjauan situasi saat ini.
Syed Saad Andaleeb and Carolyn Conway, 2006	Pennsylvania, Amerika Serikat	Menentukan faktor-faktor yang menjelaskan kepuasan para pelanggan pada industri restoran layanan penuh.
Yvette Green, John A. Williams, Kim Williams, 2020	Louisiana, Amerika Serikat	Meneliti Pengaruh Tumpahan Minyak Pantai Teluk pada Industri Restoran Negara Bagian Louisiana
Nirwaty Tarigan & Naomi Serlina	Medan, Indonesia	Meneliti bagaimanakah pelaksanaan protokoler Covid-19 dalam

Agave, 2020		melayani tamu di SUSHI TEI Restoran
Liliyana Liliyana,20 20	Ciledug, Jawa Barat, Indonesia	Menggambarkan pelaksanaan bauran promosi di Restoran Bumbu Desa Ciledug dan mengetahui cara promosi yang diterapkan di Restoran Bumbu Desa Ciledug di tengah pandemic Covid_19
Wicaksono, Ajie.2020	Yogyakarta, Indonesia	NEW NORMAL PARIWISATA YOGYAKARTA.
Suprihatin, Wiwik,202 1	Mataram, Indonesia	Analisis Perilaku Konsumen Wisatawan Era Pandemi Covid- 19 (Studi Kasus Pariwisata di Nusa Tenggara Barat.
Kurniawan, Cahya Nova, Ellyn Eka Wahyu, Siti Nurbaya,20 20	Malang, Indonesia.	Review Integratif Mengenai dampak Pandemi Covid- 19 Terhadap Industri Minuman Kopi.
Christanto, Jehezkiel, & Lulu Setiawati,2 021	Tangerang, Indonesia.	Dampak Corona virus Terhadap Revenue Growth Perusahaan Sub. Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan Systematic Literature Review (SLR) dengan sumber data berasal dari literatur jurnal

terindeks yang telah ber-ISSN (International Standar Serial Number) secara elektronik yang telah dipublikasikan melalui surfing internet dari google scholars. Populasi data penelitian adalah artikel dengan fokus pada kajian strategi bertahan industri restaurant pada era new normal di Indonesia. Systematic Literature Review (SLR) didefinisikan sebagai proses mengidentifikasi, menilai dan menafsirkan semua bukti penelitian yang tersedia dengan tujuan untuk memberikan jawaban untuk pertanyaan penelitian tertentu (Kitchenham dan Charters, 2007). Tinjauan pustaka ini telah dilakukan sebagai tinjauan pustaka sistematis berdasarkan pedoman asli yang disusun oleh Kitchenham dan Charters (2007). ini berbasis pada studi literatur, yaitu dengan mengumpulkan penelitian yang terkait dari berbagai sumber yaitu artikel di jurnal dan lain-lain. Pangkalan data yang digunakan bersumber dari: Google Scholar, SINTA, Emerald dll.

Identifikasi, Mencari artikel:

↓
Google Schoolar, SINTA, Emerald,
Elsevier, Science Direct

Penyaringan artikel (judul dan abstrak)



Melihat Kelayakan, membaca artikel lengkap



Topic : Strategi bertahan industri restoran di
era *new normal* di Indonesia

Analisis, Review semua artikel meliputi:

↓
Metode, Hasil, Batasan penelitian

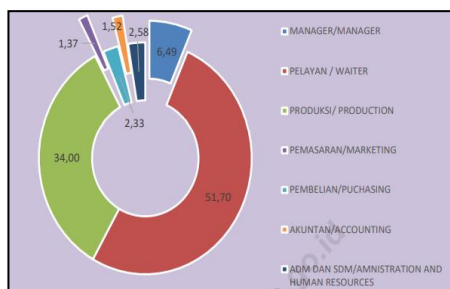
Kesimpulan dan Kemungkinan Pengembangan Penelitian Masa Depan

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Kondisi Industri Restoran Sebelum wabah Pandemi Covid-19

Tumbuhnya usaha penyedia makanan dan minuman memberikan peluang pada penciptaan kesempatan kerja. Berdasarkan data PHRI, pertumbuhan kinerja industri restoran meningkat sebesar 8%. Berdasar Survei Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman tahun 2019, rata-rata tenaga kerja pada usaha penyediaan makanan dan minuman di Indonesia mencapai 23 pekerja per usaha. Rata-rata tenaga kerja terbanyak terjadi di Bali, yaitu 36 orang per usaha. Provinsi Papua Barat dan Kalimantan Tengah adalah provinsi dengan rata-rata tenaga kerja per usaha terkecil, masing-masing hanya sebanyak 14 orang per usaha. Jenis pekerjaan pada usaha penyediaan makanan dan minuman, meliputi manager, bagian pelayanan, bagian produksi, pemasaran, administrasi dan SDM. Distribusi atau penyebaran besarnya tenaga kerja yang terserap dalam tiap jenis pekerjaan dapat dilihat pada Gambar. dapat dilihat bahwa sebagian besar tenaga kerja (51,70 persen) bekerja sebagai pelayan, disusul tenaga produksi sebesar 34,0 persen. Sedangkan yang mempunyai share terkecil adalah tenaga pemasaran atau marketing, yaitu hanya sebesar 1,37 persen.

Gambar 1. Pekerja Sektor Akomodasi Makanan & Minuman



Sumber: bps.go.id (2021)

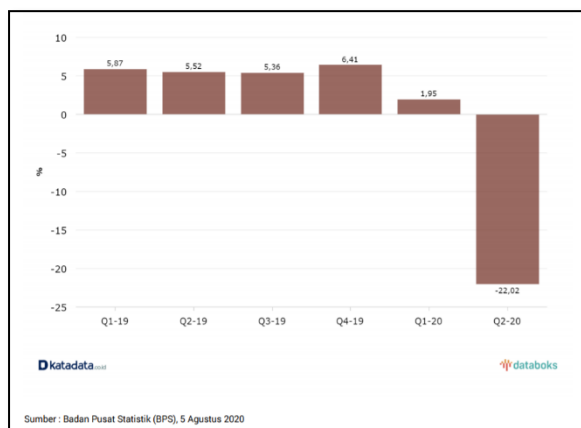
Pada tahun 2018, rata-rata pengeluaran perusahaan/usaha penyediaan makanan dan minuman sebesar Rp. 5,52 miliar per usaha. Pengeluaran terbesar digunakan untuk pembelian bahan makanan dan minuman yang akan diolah maupun makanan dan minuman jadi yang akan dijual kembali, dimana besarnya mencapai 50,78 persen dari total pengeluaran. Sementara sisanya (49,22 persen) merupakan biaya umum yang meliputi biaya untuk upah dan gaji, pembelian bahan bakar, listrik, gas, dan air, biaya angkutan/pengiriman, sewa, jasa, dan lain-lain.. Pendapatan Usaha Pendapatan perusahaan/usaha penyediaan makanan dan minuman berskala menengah dan besar terdiri dari pendapatan utama dan pendapatan lainnya. Sebagian besar pendapatan (99,11 persen) merupakan pendapatan yang diperoleh dari kegiatan utama yaitu penjualan makanan dan minuman, sedangkan pendapatan lainnya hanya 0,89 persen. Pendapatan lainnya diantaranya diperoleh dari menyewakan gedung.

b. Kondisi Industri Restoran pada masa Pandemi Covid-19

Sepanjang tahun 2020, industri penyedia makanan dan minuman mengalami kinerja yang negatif sebesar 6,89 persen. Penyediaan akomodasi dan makan minum merupakan industri yang paling terdampak setelah transportasi dan pergudangan pada kuartal II 2020. Pertumbuhannya terkontraksi 22,02% secara tahunan (year on year/yoy), menurun dari kuartal I 2020 dengan pertumbuhan positif 1,95% (yoy). Angka ini juga jauh dari kuartal II 2019 yang berhasil mencetak pertumbuhan hingga 5,52% (yoy). Sebagai informasi, nilai produk domestik bruto (PDB)

dari penyediaan akomodasi dan makan minum sebesar Rp 64,3 triliun. Angka ini setara dengan 2,28% dari total PDB Indonesia pada kuartal II 2020 yang sebesar Rp 2.589,6 triliun. (Baca: Akomodasi dan Pariwisata Sektor Paling Terdampak Covid-19).

Gambar. 2 Pekerja Sektor Akomodasi Makanan & Minuman



Sumber: bps.go.id (2021)

c. Dampak pandemi terhadap Restoran

Bisnis restoran sebagian besar terpengaruh selama pandemi ini karena pemerintah memutuskan untuk menutup segala celah-celah keramaian dan memberlakukan jarak sosial di seluruh dunia. Hal ini menyebabkan kerugian secara drastis sehingga menyebabkan terjadinya penutupan restoran dan hotel dengan cepat. Wabah pandemi Covid-19 ini secara langsung berdampak kepada aktivitas ekonomi riil. Sejauh ini sudah banyak para pengusaha Restaurant yang mengeluhkan berkurangnya pendapatan mereka sebagai pelaku industri pariwisata semenjak kehadiran wabah pandemi ini.

Terlebih dikarenakan wabah ini juga penularannya sangat mudah, dan menyerang manusia tanpa memandang usia, maka pemerintah juga langsung tanggap dengan

mengeluarkan berbagai kebijakan-kebijakan berkenaan dengan pembatasan sosial berskala besar yang menyebabkan para pelaku wisata sangat terpuak akibat efek daripada covid-19 ini. Karna memang sektor industri pariwisata sangat bergantung kepada mobilitas masyarakat. Apabila masyarakat dihimbau untuk tetap dirumah, tentu saja pemasukan para pelaku industri Restaurant menjadi salah satu yang paling merasakan dampak tersebut. Pemerintah saat ini dihadapkan dengan situasi yang begitu dilematis antara menyelamatkan ekonomi atau menyelamatkan kesehatan masyarakat dan nyatanya kedua hal tersebut sangat begitu penting dalam kehidupan manusia.

Pandemi yang tidak berkesudahan telah banyak menyebabkan kerugian-kerugian di masyarakat tak terkecuali para pelaku industri restaurant dan hotel. Menurunnya pendapatan para pelaku industri restoran tak hanya berdampak terhadap pengusahanya melainkan juga terhadap karyawan-karyawan yang dipekerjakan di sektor tersebut. Banyak pengusaha restoran tak lagi mampu menggaji karyawannya dikarenakan kesulitan untuk bertahan selama masa pandemi. Hal ini mengakibatkan banyak karyawan yang terpaksa di rumahkan dilakukan pemutusan hubungan kerja dengan terpaksa karena efisiensi pengeluaran para pelaku industri restaurant. Efek domino ini juga menyebabkan bertambahnya pengangguran yang kehilangan mata pencahariannya.

Dilansir dari berbagai media elektronik, Haryadi Sukamdani yang merupakan ketua umum Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) menyatakan bahwa ada 2.000 hotel dan 8.000 restoran tutup dikarenakan pandemi covid-19 dan kerugian ditaksir mencapai Rp.70 Triliun. Kalkulasi

tersebut didasarkan pada hitungan potensi kehilangan pendapatan selama bulan Januari sampai April 2020 dari sektor hotel sekitar Rp. 30 Triliun dan restoran Rp.40 triliun. Kondisi tersebut diperparah dengan rentetan efek domino dari pandemi covid tersebut seperti beberapa bahan baku impor mulai dari gula, bawang putih, susu mulai mengalami kelangkaan dan harga yang tinggi. Selain itu juga selama tidak beroperasi, biaya operasional yang dikeluarkan oleh pelaku industri pariwisata amenities tetap menjadi kewajiban seperti pembayaran listrik, gas, PDAM, dan biaya sewa ruangan tempat membuka usaha, hingga saat ini pelaku industri restoran masih berusaha bertahan walaupun mengalami kerugian. Walaupun saat ini sudah banyak restoran yang buka dikarenakan sejumlah mall maupun tempat wisata sudah diizinkan beroperasi, pengunjung belum kembali datang dengan normal. Hal ini dikarenakan adaptasi kebiasaan baru atau era new normal masih belum memberikan keleluasaan terhadap industri restoran.

d. Peranan Pemerintah dalam membantu pelaku industri restoran

Tak dapat dipungkiri bahwasanya pemulihan keadaan pariwisata di Indonesia semuanya bertumpu pada regulasi atau kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh pemerintah termasuk industri restoran. Kebijakan-kebijakan yang baik akan melahirkan hasil yang baik pula. Maka kondisi industri restoran juga baik secara langsung maupun tidak langsung itu tergantung dari keberpihakan pemerintah melakukan perencanaan taktis, serta menetapkan langkah-langkah strategis dan spesifik yang diperlukan untuk

menyelamatkan para pelaku industri pariwisata. Dalam hal ini, pemerintah telah menghadirkan sejumlah regulasi-regulasi yakni presiden melalui kementerian Pariwisata dan ekonomi kreatif mulai melaksanakan program dana hibah pariwisata dalam rangka berupaya membantu Pemerintah daerah dan membantu industri pariwisata seperti hotel dan restoran yang dalam kondisi masa pandemi ini mengalami begitu banyak kerugian-kerugian diakibatkan berkurangnya pendapatan baik pendapatan asli daerah maupun pendapatan pelaku industri pariwisata.

Besaran dana yang digelontorkan mencapai 3,3 Triliun sebagai wujud dari upaya membantu yang terdampak dan menjaga keberlangsungan ekonomi pada sektor pariwisata. Berbagai stimulus-stimulus telah dilakukan pemerintah untuk mendorong agar sektor pariwisata kembali menggeliat dan juga kemudahan akses juga diberikan tanpa terhalang rumitnya urusan birokrasi. Peranan pemerintah dalam upaya pemulihan ekonomi industri pariwisata memang berdampak positif dan sangat terasa di lapangan. Dimana menurut data PHRI okupansi kegiatan Mice dari pemerintah mencapai 30-40% dari pendapatan sektor restoran dan perhotelan. Selain itu dengan persentase hotel dan restoran yang tergolong kategori UMKM yang mencapai 96%, sehingga para pelaku industri kecil bisa bertahan ditengah kondisi ketidakpastian ini.

e. Upaya yang dapat dilakukan industri Restoran dalam mengembalikan loyalitas & kepercayaan konsumen

Tak dapat dipungkiri saat ini setelah pemerintah memberlakukan adaptasi kebiasaan baru atau *New Normal*, hal tersebut

tidak serta merta menyebabkan pulihnya kepercayaan masyarakat akan keamanan dirinya apabila terlalu lama berada diluar rumahnya. Semenjak pandemi mewabah di Indonesia, seakan sudah terjadi suatu trend baru, atau bisa disebut dengan pergeseran perilaku masyarakat saat ini. Isdarmanto menyebutkan bahwa produk pariwisata adalah semua produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan wisatawan, mulai dari meninggalkan tempat tinggal hingga kembali ke tempat tinggal semula. Produk pariwisata dapat berwujud, yaitu suatu bentuk pelayanan yang dapat diberikan oleh pengelola pariwisata untuk memuaskan wisatawan. Dibandingkan dengan produk industri lainnya, produk pariwisata memiliki karakteristik yang berbeda. Beberapa ciri produk pariwisata tersebut antara lain adalah Industri pariwisata tidak membutuhkan perantara untuk mencapai kepuasan; tidak dapat menyimpan atau menyimpan pariwisata; industri pariwisata sangat dipengaruhi oleh faktor non-ekonomi; sangat bergantung pada faktor manusia; risiko investasi tinggi; dan tidak ada standar atau kriteria obyektif untuk mengevaluasi kualitas produk. Isdarmanto (2017).

Karakter pariwisata inilah yang pada dasarnya menjadi sebab kenapa industri pariwisata sangat rentan terhadap perubahan-perubahan. Karena karakteristiknya yang unik, pariwisata hanya bisa dialami di ODTW tertentu yang tidak akan ditemukan di tempat lain. Tentu saja hal ini berakibat yakni faktor manusia yang berpindah tempat memiliki peranan yang utama dalam hal berjalannya roda industri pariwisata. Dalam kondisi tertentu yang tidak memungkinkan manusia berpindah- pindah tempat, seperti perang dan bencana alam, baik di tempat asal maupun di

objek destinasi tujuan wisata, bisa dipastikan kegiatan pariwisata juga tidak akan berjalan dengan semestinya bahkan hal terburuk yang akan terjadi ialah berhentinya kegiatan pariwisata tersebut. Oleh karena hal tersebut, para pelaku yang menekuni industri pariwisata terkhusus para pelaku industri restoran, haruslah mampu menganalisa dan mendalami perubahan-perubahan perilaku wisatawan pada masa adaptasi kebiasaan baru sekaligus harus mampu mendeskripsikan apa-apa saja yang dibutuhkan wisatawan dan dikemas menjadi Starter Pack yang perlu dipersiapkan para wisatawan untuk berwisata ditengah situasi “New Normal” ini.

Dikatakan bahwa perilaku wisatawan bersifat dinamis, karena proses berpikir, perasaan dan perilaku masing-masing wisatawan, kelompok wisatawan dan kelompok wisatawan terus berubah. Sifat dinamis ini membuat perumusan strategi pemasaran menjadi sulit dan sulit. Strategi dapat berhasil pada waktu dan tempat tertentu, namun gagal pada waktu dan tempat lain, sehingga perusahaan harus selalu melakukan inovasi secara berkala untuk menarik wisatawan. Dalam pandemi saat ini, tidak diragukan lagi ini merupakan tantangan dan peluang bagi industri pariwisata. Belakangan ini, fokus wisatawan telah bergeser untuk memprioritaskan prosedur kesehatan CHSE (kebersihan, kesehatan, keselamatan, dan kelestarian lingkungan) sebelum bepergian dan di antara wisatawan yang menuju destinasi wisata. Keempat hal tersebut merupakan faktor penting. Faktor-faktor tersebut sangat menentukan dalam proses pengambilan keputusan, sehingga tidak mungkin membuat pilihan berdasarkan destinasi. Mengingat prioritas yang tidak biasa ini, ketika normal baru berubah, hal ini

tentu saja akan mengarah pada perkembangan pariwisata. Jika pada periode sebelum pandemi Covid-19 kebutuhan konsumen perjalanan didasarkan pada pemenuhan kebutuhan fisiologis (hiburan), maka pada saat pandemi ini kebutuhan akan keselamatan dan kelangsungan hidup fisik menjadi prioritas utama. Pembatasan untuk mencegah penyebaran virus ini memerlukan persyaratan keamanan. Ketika kebijakan pemerintah berada pada posisi "pembatasan sosial skala besar", pariwisata tidak akan memberikan ruang terbuka bagi produk. Turis membatalkan dan menunda pembelian mereka.

Di era pandemi Covid-19, faktor kontekstual berdampak pada keputusan pembelian, dan konsumen cemas akan dampak pandemi yang mengancam diri sendiri dan keluarganya. Pemerintah melindungi rakyatnya dengan mengeluarkan regulasi untuk memberlakukan pembatasan sosial, yang selama ini menjadi faktor sosial yang mempengaruhi keputusan pembelian. Di era pandemi Covid-19, calon wisatawan membuat keputusan pembelian berdasarkan kebutuhan mereka untuk merasakan manfaat perjalanan dalam hal kepraktisan dan kenikmatan. Menurut beberapa penelitian dan artikel terkait perilaku konsumen pada saat pandemi Covid-19, keputusan konsumen wisata didasarkan pada motivasi, yaitu motivasi untuk memperoleh kepuasan atas produk pariwisata terkait dengan perlindungan kenyamanan yaitu kebersihan, sehat dan aman. Bentuk menentukan tujuan utama pembelian. Maka menyikapi suatu trend dan pola perilaku wisatawan yang telah berubah tersebut, yang biasanya cenderung abai akan kesehatan dan keamanan, oleh karena itu pelaku industri restoran harus

mengikuti perubahan pola perilaku tersebut agar tidak ditinggalkan para wisatawan. Seperti halnya melengkapi restoran dengan sertifikasi CHSE, melakukan pembatasan dengan menggunakan stiker berlogo silang dan disamping itu tetap melakukan pelayanan melalui *Take away* dan mewajibkan para wisatawan untuk diukur suhu terlebih dahulu oleh petugas yang berjaga di depan restoran, menyediakan wadah untuk mencuci tangan lengkap dengan sabun cuci tangan, dan juga memberikan edukasi-edukasi barangkali melalui Running teks yang ada di restaurant, maupun melalui pamflet yang tersebar di ruangan. Mewajibkan menggunakan masker dan lain sebagainya agar para wisatawan yang bertindak sebagai konsumen merasakan akan betapa *Aware* nya pelaku usaha tersebut dan tentu saja hal tersebut menciptakan suatu *Public Trust* dan berdampak terhadap peningkatan jumlah konsumen yang merasa aman tersebut untuk merekomendasikan tempat tersebut dari mulut ke mulut, testimoni yang positif, dan bukan tidak mungkin juga berdampak terhadap keputusan untuk berkunjung kembali.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Industri Pariwisata yang menjadi primadona dalam hal pendapatan negara dan sedang menggeliat sebelum pandemi ternyata menjadi begitu rapuh dengan kehadiran wabah pandemi covid-19. Hal ini terlihat dari berkurangnya okupansi di hotel, berkurangnya mobilitas masyarakat melakukan kunjungan dikarenakan kecemasan akan tertular wabah tersebut. Pemerintah telah berupaya menanggulangi akan efek dari covid tersebut dan pelaku industri pariwisata mulai mengembalikan kepercayaan masyarakat

untuk berwisata secara aman dan nyaman. Terpuruknya sektor pariwisata dewasa ini telah banyak menimbulkan korban baik pemilik hotel restoran maupun karyawan. Banyak karyawan yang dirumahkan dan pelaku industri pariwisata bersama sama pemerintah harus mampu mencari solusi agar hal tersebut tidak terjadi berlarut-larut. Sehingga dilonggarkanlah pembatasan-pembatasan namun tetap dengan memperhatikan protokol kesehatan. Pandemi covid secara nyata telah menyebabkan berubahnya suatu trend dan paradigma berfikir suatu wisatawan. Wisatawan dewasa ini lebih memprioritaskan wisata dengan keamanan yang terstandarisasi tinggi. Sehingga pelaku usaha industri pariwisata harus mampu memenuhi ekspektasi wisatawan tersebut dengan memberikan keyakinan akan keamanan dan kenyamanan wisatawan dengan menghadirkan CHSE di tempat tersebut.

Saran

Pemerintah harus lebih memperhatikan Sektor Usaha Mikro kecil menengah dalam hal menanggulangi para pelaku UMKM yang mulai tidak stabil dikarenakan pandemic covid-19.

Para pelaku industry restoran hendaknya melengkapi restorannya dengan *starter pack* protokol kesehatan, untuk menjamin keselamatan wisatawan yang berkunjung, dan Wisatawan seyogyanya lebih bijak memilih restaurant yang memiliki standar keamanan CHSE.

DAFTAR PUSTAKA

Diayudha, L. (2020). Industri Perhotelan Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-

19: Analisis Deskriptif. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 3(1). <https://doi.org/10.30813/fame.v3i1.2166>

Ju, H., Yeon, J., & Lee, S. (2020). *Since January 2020 Elsevier has created a COVID-19 resource centre with free information in English and Mandarin on the novel coronavirus COVID- 19. The COVID-19 resource centre is hosted on Elsevier Connect, the company' s public news and information. January.*

Kurniawan, C. N., Wahyu, E. E., Nurbaya, S., Brawijaya, U., Malang, P. N., & Malang, P. N. (2020). *Review Integratif Mengenai Pandemi Covid-19 Dan.* 6(October), 21–30.

Laura Hardilawati, W. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 10(1), 89-98.

Liliyana. (2020). Implementasi Bauran Promosi pada Usaha Kuliner Restoran Bumbu Desa Ciledug di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Akrab Juara*, 5(4), 228–243.

Saad Andaleeb, S., & Conway, C. (2006). Customer satisfaction in the restaurant industry: An examination of the transaction-specific model. *Journal of Services Marketing*, 20(1), 3–11. <https://doi.org/10.1108/08876040610646536>

Tarigan, N. Ageve. N. S. (2020). Pelaksanaan Prosedur Protokol Covid-19 dalam Melayani Tamu Disushi Tei Restoran di Medan Sumatera Utara. *Endocrine*, 9(May), 6.