

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi Indonesia sekarang ini sedang tidak stabil dikala pemerintah sedang berupaya untuk mengoptimalkan perekonomian di Indonesia. Dengan adanya pandemi Covid-19. Virus Covid yang tumbuh dalam setahun terakhir yang dimulai bulan Desember 2019 tahun lalu, dunia dihadapkan pada permasalahan sosial yang cukup serius dengan adanya wabah pandemi virus corona (Covid-19). Pandemi Covid-19 bermula di kota Wuhan, China yang kemudian seluruh dunia terkena imbas dari adanya virus ini, salah satunya yakni, Indonesia yang telah menerapkan *social distancing* dan *physical distancing* sejak awal Maret 2020. Penyebaran virus Corona yang telah meluas ke berbagai belahan dunia membawa dampak pada semua sektor termasuk sektor pariwisata, salah satu sektor industri pariwisata yaitu wisata kuliner dalam hal ini adalah restoran.

Restoran merupakan suatu tempat atau bangunan yang menyelenggarakan pelayanan dimana tamu datang untuk mendapatkan pelayanan dan menikmati makanan atau minuman serta membayar hidangan yang dipesan sesuai dengan harga yang ditentukan di daftar menu. Pelayanan dan pemesanan banyak dilakukan oleh masyarakat sehingga sering kali ada beberapa restoran yang ketika dikunjungi dan harus mengantri. Kegiatan Restoran meliputi warung makan, rumah makan, kafe, restoran, pedagang kaki lima/lapak jajanan.

Sebelum pandemi Covid-19 melanda dunia, industri restoran adalah salah satu tempat yang sangat ramai pengunjung dan basis penjualannya tergantung pada aktivitas *dine-in* (makan ditempat). Konsumen yang datang kerumah makan tanpa menggunakan masker, tanpa membawa hand sanitizer, tanpa harus mengecek suhu badan sebelum masuk rumah makan adalah hal yang biasa saja. Namun, sekarang menjadi hal yang paling dikhawatirkan jika tidak mematuhi protokol tersebut. Setelah adanya pandemi Covid-19 Banyak pebisnis kuliner dan pemilik restoran di dunia mengalami kebangkrutan dan beberapa restoran terpaksa menutup usahanya untuk sementara waktu karena tingkat kunjungan yang sepi, tetapi ternyata dalam keadaan yang sepi seperti ini ada beberapa restoran yang tetap buka dan membuat kebiasaan-kebiasaan kita berubah sehingga kita harus menyesuaikan diri dengan kehidupan normal yang baru. Artinya, pengelola restoran tidak bisa mengatur meja-meja makan seperti ketika belum terjadi pandemi. Meja-meja makan tersebut kini harus diatur agar jaraknya lebih jauh satu sama lain. Kemudian, pengunjung yang datang untuk makan di tempat juga tidak sebanyak dulu. Hal ini dikarenakan orang-orang masih mengantisipasi resiko penularan virus Corona.

Perubahan perilaku konsumen saat ini tentu saja terjadi karena adanya dorongan dari perubahan kondisi yang memaksa mereka untuk beradaptasi dengan kondisi tersebut. Hal ini disebabkan karena konsumen pun membutuhkan waktu untuk melakukan penyesuaian kembali pada kebiasaan dan perilaku lama mereka. Konsumen tentu saat ini sudah terbiasa untuk berbelanja atau melakukan aktivitas

dengan kontak fisik yang minim dan melakukan protokol kesehatan di mana saja karena masih belum merasa aman sejak hadirnya pandemi Covid-19.

Ketika adanya pemberlakuan pembatasan sosial berskala besar, membuat masyarakat membutuhkan teknologi yang dapat menunjang kegiatan kerja mereka. Seperti internet, khususnya pada kegiatan meeting maupun belajar mengajar konsumen dapat berlangganan seperti *Zoom* maupun yang lain.

Perilaku konsumen pada masa Covid-19 memungkinkan bertahan pada waktu yang panjang, untuk melakukan kebiasaan berbelanja konsumen harus melakukan penyesuaian kembali pada kebiasaan yang lama. Dalam masa pandemi pada masa sekarang banyak pelaku usaha harus memutar otak untuk mengubah strategi bisnisnya. Terutama dalam hal melakukan pembelian, berbeda dengan keadaan sebelum pandemi, kegiatan pembelian masyarakat lebih aktif.

Kondisi pandemi yang dialami berimplikasi pada perubahan pola konsumen dalam berbelanja dengan hadirnya berbagai *platform delivery online, take away*, sampai terakhir harus berada di ruang terbuka untuk melayani makan di tempat (*dine-ini*) wajib melampirkan sertifikasi vaksin Covid-19. Dalam hal ini dimana konsumen akan lebih sering berada di rumah untuk melakukan transaksi mereka. Dengan menggunakan *gadget* konsumen akan memiliki preferensi yang lebih luas mengenai tujuan berbelanja, mereka akan lebih banyak untuk mencari tahu tentang sebuah produk makanan, dan harga yang ditawarkan oleh berbagai penjual atau restoran. kebiasaan ini akan terus berlanjut setelah pandemi Covid-19 berakhir. Kemudian, para pelaku usaha juga akan semakin memaksimalkan layanan *delivery*, baik dengan

merekrut kurir pengantar pesanan ataupun bekerja sama dengan penyedia jasa pengantaran.

Keamanan menjadi hal yang utama pada masa pandemi seperti ini karena harus meminimalisir berhadapan langsung dengan orang lain. Masyarakat lebih memilih dengan melakukan transaksi secara *online* karena aman dan praktis tanpa harus melakukan kontak fisik dengan orang lain. Banyak konsumen membeli kebutuhan sehari-hari secara *online*, pelayanan yang cepat dan lebih mudah membuat konsumen beralih ke belanja *online*. Kebiasaan ini mengubah perilaku secara drastis selama pandemi dalam memilih metode belanja masyarakat. Dengan mengutamakan risiko yang tidak terlalu tinggi, keamanan, serta praktis. Dengan segalanya beralih ke *online*, para konsumen mulai berlangganan ke belanja *online* tersebut. Frekuensi pemesanan yang meningkat membuat konsumen terus berlangganan menjadi pilihan alternatif karena lebih hemat dan efisien.

Adanya pandemi berdampak pada kondisi ekonomi dan perilaku masyarakat, yang pada akhirnya mempengaruhi pola konsumsi masyarakat dalam berbelanja. Hal ini tentunya juga berpengaruh pada tingkat penjualan bisnis. wabah virus corona telah mengakibatkan penurunan konsumen sehingga berpengaruh pada pendapatan bagi mereka yang berkecimpung di industri kuliner.

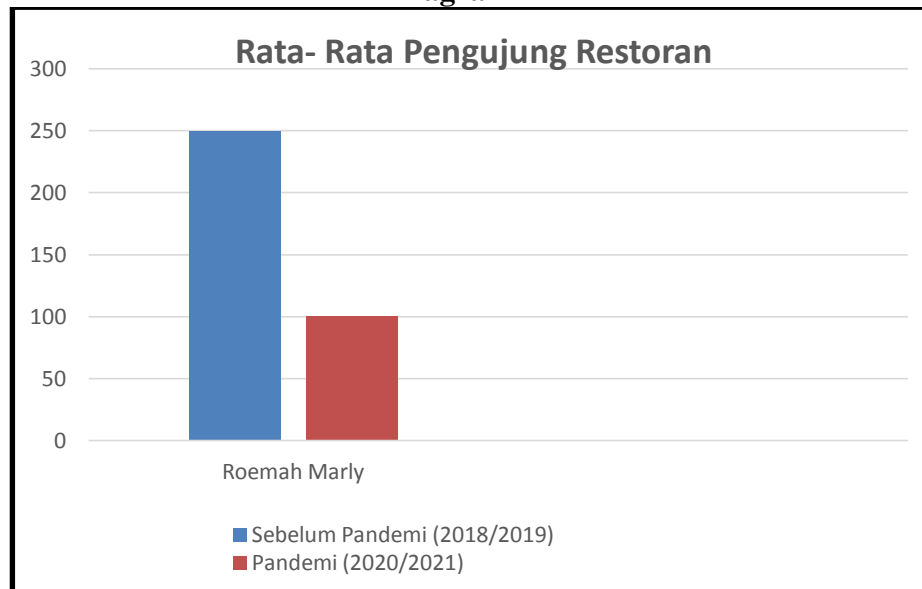
Gorontalo memiliki beberapa restoran yang dibidang cukup baik, tetapi adanya Covid-19 ini beberapa restoran yang berada di Gorontalo mengalami perubahan baik dari segi penurunan konsumen, pendapatan, pelayanan, tempat dan aturan-aturan

untuk para karyawan dan juga konsumen yang sesuai dengan protokol kesehatan seperti Roemah Marly.

Roemah Marly adalah salah satu rumah makan yang terbesar di kota Gorontalo. Tempat makan Roemah marly bukan hanya tempat untuk makan tetapi Roemah Marly juga menyediakan fasilitas untuk *ivent* dan *meeting room*, tak jarang roemah marly digunakan konsumen untuk acara ulang tahun, dan petunangan. Dimasa pandemi seperti ini roemah marly adalah salah satu rumah makan yang tetap beroperasi dan tetap dikunjungi oleh beberapa konsumen, maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian di roemah marly.

Berdasarkan wawancara singkat antara penulis dengan salah satu karyawan yang digunakan sebagai sampel di beberapa restoran, penulis dapat menyimpulkan ada perbedaan yang sangat significant, khususnya pengujung restaurat, dimasa sebelum pandemi dan di saat pandemi.

Diagram 1



Menurut gambar di atas dapat di significant bahwa sebelum masa pandemi Roemah Marly dapat menerima 250 pengunjung dalam seminggu di bandingkan pada saat pandemi hanya dapat menerima 100 pengunjung dalam seminggu.

Perilaku konsumen pada masa pandemi Covid-19 ini tentunya mengalami banyak perubahan pola belanja pada masyarakat. Kecenderungan saat ini masyarakat lebih memilih transaksi cashless dibandingkan tunai demi menjaga kesehatan dimana ketentuan pembatasan jarak sosial, pembayaran non tunai dan penggunaan masker harus sudah menjadi kebiasaan saat ini. Pandemi Covid-19 menyebabkan beberapa perubahan pada perilaku konsumen untuk berbelanja. Perubahan perilaku konsumen ini menuntut para pelaku usaha atau industri pariwisata lainnya harus menyesuaikan pola kebiasaan baru yang diharapkan dapat menjaga berbagai pihak untuk terhindar dari paparan virus Covid 19 ini. Berdasarkan kondisi dan situasi diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Perubahan Perilaku Konsumen**

Dalam Berbelanja Di Rumah Makan Pada Saat Pandemi Covid-19 di Kota Gorontalo (Studi Kasus : RM Roemah Marly)”

1.2 Identifikasi Masalah

Bedasarkan latar belakang diatas maka dapat disimpulkan bahwa di masa pandemi ini semua bentuk aktifitas dibatasi termasuk jam *operasional* rumah makan yang tetap buka walau dalam keadaan sepi dikarenakan pembatasan aktifitas yang di terapkan pemerintah pada masa pandemi. akibat pembatasan aktifitas ini para konsumen yang ingin berbelanja di rumah makan memiliki pola belanja yang baru, sehingga peneliti mengidentifikasi adanya perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja di rumah makan pada saat pandemi Covid-19?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja selama masa pandemi Covid-19
2. Hasil penelitian ini menjadi referensi bagi pengelola Rumah makan/Resto terhadap kesiapannya dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen tersebut.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan dua manfaat yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan acuan pengembangan, pemasaran bagi industri makanan dan minuman khususnya di Kota Gorontalo serta informasi dan pengetahuan mengenai perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja di rumah makan pada saat pandemi Covid-19.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi masukan bagi para pengusaha industri yang bergerak di bidang rumah makan untuk berfikir secara inovatif lagi bagaimana cara menghadapi suasana pada saat sebelum pandemi.