

Analisis Dampak COVID-19 Terhadap Bisnis Restoran Dan Isu Layanan Pengiriman Makanan Halal Selama Pandemi Covid-19 Ditinjau dari Perspektif Pemilik Restoran

Fitra Dila Lestari

Institut Daarul Qur'an Jakarta
fitradila5@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dampak COVID-19 terhadap perusahaan restoran di Jawa Tengah dan untuk mengidentifikasi masalah yang terkait dengan pengiriman makanan halal dan integritasnya. Penelitian ini menyelidiki konsekuensi sosial ekonomi dari wabah COVID-19 dan isu terkait layanan pengiriman makanan halal selama pandemi Covid 19 dari perspektif pemilik restoran. Penelitian ini juga bermaksud untuk memberikan rekomendasi untuk memitigasi efek pada bisnis restoran. Pendekatan penelitian kualitatif diadopsi untuk mengeksplorasi dampak pandemi COVID-19 terhadap bisnis restoran dan isu terkait layanan pengiriman makanan halal di Jawa Tengah. Sebanyak 22 wawancara mendalam dilakukan dengan pemilik restoran peringkat teratas di wilayah Semarang, Jawa Tengah. Teknik analisis tematik diterapkan untuk menganalisis data yang terkumpul. Penelitian ini menemukan bahwa pemilik restoran terpaksa mengurangi jumlah karyawan mereka, dan menerapkan social distancing serta sanitasi yang layak yang telah meningkatkan biaya operasional. Meskipun pesanan online dan layanan pesan antar ke rumah (home delivery service) telah meningkat secara signifikan, operasi bisnis restoran secara bertahap menjadi kritis karena kurangnya dukungan keuangan. Oleh karena itu, pemilik restoran mendesak pemerintah untuk memberikan bantuan keuangan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat masalah penting terkait dengan industri makanan dan layanan pengiriman yang dapat diatasi dengan mengikuti prosedur kontrol yang dikeluarkan oleh Dewan Keamanan Nasional (MKN) dan prinsip-prinsip Islam di bawah lingkup Maqashid Syariah. Penelitian ini akan membantu pemilik restoran dan pembuat kebijakan dalam merumuskan kebijakan dan strategi bisnis kontemporer. Dengan demikian, akan mendukung perbaikan kondisi bisnis restoran saat ini di negara berkembang seperti Indonesia.

Kata Kunci: COVID-19, bisnis restoran, pandemi, mitigasi, layanan pengiriman makanan halal

A. PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 (virus corona) mempengaruhi umat manusia dan memicu bencana universal. Pandemi memiliki efek yang sangat nyata pada industri pariwisata dan perhotelan, karena industri ini paling terpuak (World Travel and Tourism Council (WTTC), 2020) ketika sistem komunikasi dan transportasi, terutama maskapai penerbangan, menghentikan layanannya secara global. Tidak ada sektor lain yang terdampak separah industri pariwisata dan perhotelan karena COVID-19 (Zhang et al., 2021) dan dampaknya langsung dan menghancurkan. *The Statistical, Economic, and Social Research and Training Center for Islamic Countries* (SESRIC, 2020) melaporkan bahwa dari 217 destinasi di dunia, 65% ditutup untuk wisatawan sedangkan 25% memberlakukan pembatasan perjalanan pada wisatawan dari beberapa negara tertentu (SESRIC, 2020).

Qiu dkk. (2021) menyebutkan bahwa kawasan Asia Pasifik pertama kali terkena dampak COVID-19, disusul kawasan Amerika Utara, Eropa selanjutnya, dan terakhir kawasan Afrika. Akibatnya, hampir semua negara menutup perbatasannya hingga Maret 2020 dan hampir menenggelamkan kunjungan wisatawan internasional yang berdampak tinggi (95–100%) terhadap perekonomiannya dan diperkirakan pandemi ini akan menimbulkan kerugian sekitar 50 persen pada tahun 2021 (Fotiadis et al., 2021). Thailand kehilangan 6% dari PDB pada tahun 2020 karena negara tersebut sebagian besar bergantung pada pendapatan pariwisata (Qiu et al., 2021). Pandemi telah mempengaruhi arus wisatawan secara negatif yang menyebabkan industri tertinggal 15 tahun karena COVID-19 (Fotiadis et al., 2021) dan akan memakan waktu setidaknya 1 tahun untuk memulihkan kerugian sebagian dan 4 tahun untuk pulih sepenuhnya (Zhang dkk., 2021).

Indonesia juga mengalami dampak buruk pada bisnis terkait pariwisata dan perhotelan. Saat virus masuk ke Indonesia, pemerintah menyatakan keadaan darurat dan terjadi kekacauan di negara tersebut. Seperti negara-negara lain di dunia, cara hidup telah berubah secara drastis di mana Indonesia juga kehilangan daya tarik bisnis. Pandemi COVID-19 telah mengganggu rantai pasokan domestik dan internasional, menghasilkan ketidakstabilan di pasar keuangan, mengguncang permintaan konsumen, dan berdampak merugikan pada industri penting termasuk perjalanan dan pariwisata.

Terdapat sedikit keraguan bahwa epidemi COVID-19 akan berdampak pada seluruh rantai nilai pariwisata. Diperkirakan bahwa usaha kecil dan menengah akan terkena dampak yang tidak proporsional (Sugihamretha, 2020:192). Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Tanah Air pada awal tahun 2020 mengalami penurunan. Kunjungan wisman mencapai 1,27 juta pada Januari 2020. Hasil ini

berbanding 7,62 persen dari 1,37 juta wisman pada Desember 2019. Penurunan wisman tersebut terutama disebabkan oleh wabah COVID-19 yang terjadi pada pekan terakhir Januari 2020. Turunnya kunjungan wisman ke Indonesia juga terlihat pada data wisman yang datang melalui jalur udara (bandara). Jika dibandingkan dengan Desember 2019, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia melalui tiket pesawat mengalami penurunan sebesar 5,01 persen pada Januari 2020. Karena industri pariwisata terdiri dari beberapa sektor, krisis dimulai dari sektor restoran karena masyarakat mulai menghindari pertemuan besar, khususnya restoran, karena virus ini awalnya ditularkan melalui makanan, yang tentunya berdampak signifikan terhadap bisnis restoran.

Isu terkait dengan layanan pengiriman makanan halal juga muncul akibat pandemi Covid 19 dimana kebijakan *social distancing* diterapkan dan layanan pesan antar makanan merupakan alternatif untuk memesan makanan selama pandemi. Sejumlah restoran di Indonesia masih buka dan melayani pesan-antar, termasuk yang dijalankan oleh mitra *Go Food* dan *Grab Food*. Oleh karena itu, Halal telah dianggap sebagai pendekatan yang dibangun dalam layanan terkait makanan di negara ini di mana masyarakat Muslim percaya bahwa tidak hanya makanan dan minuman yang halal, layanan terkait termasuk pengiriman harus dilakukan sesuai dengan perspektif Syariah sehingga yang disampaikan produk halal dipertahankan sebagai halal dari produsen ke konsumen. Melonjaknya kebutuhan akan layanan pesan antar makanan di masa pandemi Covid-19 akibat keterbatasan dan pembatasan tertentu yang diterapkan di tanah air telah menciptakan kebutuhan akan layanan pesan antar makanan yang halal dan aman karena besarnya permintaan masyarakat muslim di negara ini.

Penelitian ini merupakan upaya untuk mengeksplorasi efek pandemi Covid 19 dari perspektif pemilik restoran. Tujuan keseluruhan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak COVID-19 terhadap bisnis restoran di Jawa Tengah dan untuk mengidentifikasi masalah yang terkait dengan pengiriman makanan halal dan integritasnya, sehingga perbaikan dan rekomendasi tertentu dapat diterapkan untuk memperbaiki masalah tersebut.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Pandemi COVID-19 mulai mendapat perhatian penelitian pada pertengahan tahun 2020. Keunikan, dimensi yang tidak dapat diprediksi, dan karakteristik yang menghancurkan dari pandemi memaksa para peneliti dari berbagai bidang untuk mengkaji dampak yang ditimbulkannya. Besar kemungkinan tidak terdapat isu lain selain pandemi COVID-19 yang mendapat perhatian yang

begitu cepat tidak hanya dari para peneliti akan tetapi juga dari seluruh lapisan masyarakat dalam 5 tahun terakhir. Ditemukan dari literatur bahwa studi berbasis peramalan tentang COVID-19 sekarang umum dan studi berbasis dampak juga tidak jarang namun mereka fokus secara luas pada pariwisata dan industri perhotelan.

Oleh karena itu, sangat penting untuk menyelidiki fenomena tertentu. Dalam pandemi COVID-19 ini, bisnis restoran dihadapkan pada situasi yang paling rentan, karena beberapa terpaksa menutup bisnis mereka dan beralih ke pekerjaan lain di mana penelitian ini belum dieksplorasi. Namun, sekarang, tidak terdapat pedoman tentang bagaimana mereka meremajakan bisnis mereka. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengisi kesenjangan dalam mengeksplorasi efek dan memberikan saran untuk beradaptasi di era new normal.

Di tengah pandemi covid-19 ini, umat Islam juga tampak lebih berhati-hati dalam memastikan makanan yang dijual ke mereka halal, di mana integritas dan kebersihan menjadi prioritas utama mereka dalam memilih makanan. Mereka juga khawatir tentang keamanan dan kualitas makanan yang dikirimkan kepada mereka. Adalah umum bagi konsumen untuk merujuk pada pembaruan informasi restoran atau portal mesin pencari pada penyedia layanan makanan tertentu. Misalnya, pemilik restoran akan menjelaskan makanan, jenis, dan kriteria status halal. Terkadang, pelanggan akan memilih makanan berdasarkan ulasan dan penilaian pelanggan sebelumnya. Selain itu, kinerja pengiriman tepat waktu (OTD) yang baik memainkan peran penting dalam kepuasan dan loyalitas klien dalam pemesanan makanan online (Kedah, Zulkarnain, Ismail, et al., 2015).

Menurut ensiklopedi Islam, pelayanan adalah suatu keharusan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syari'ah. Agar suatu pelayanan yang ada di perusahaan jasa harus lebih terarah maka semua pihak harus mempunyai pedoman dan prinsip-prinsip yang dituangkan dalam ajaran Islam. Dimana Islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen yang merasakan kepuasan secara maksimum (Muhammad, 2018).

Masyarakat sebagai konsumen sangat selektif dalam menentukan produk apa yang ingin mereka beli. Beberapa faktor yang melatarbelakangi pemilihan produk diantaranya adalah faktor halal dan keamanan pangan dan kualitas. Konsep halal dalam produksi dapat menjamin rangkaian kegiatan produksi mulai dari penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan dan penyajian produk yang sesuai dengan ketentuan dalam agama Islam (Salsabila, 2021). Ekonomi Islam dibangun atas dasar agama Islam, karenanya ia merupakan bagian yang tak terpisahkan (integral) dari agama Islam. Sebagai derivasi dari agama Islam, ekonomi Islam akan mengikuti agama Islam dalam berbagai aspeknya. Ekonomi, secara umum didefinisikan sebagai hal yang mempelajari perilaku manusia dalam menggunakan sumber daya yang langka untuk memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan manusia (Firdaus, 2019). Ruang lingkup ekonomi meliputi satu bidang perilaku manusia terkait dengan konsumsi, produksi dan distribusi.

Menurut sumber-sumber literatur mengatakan bahwa, etika ekonomi didasari oleh ajaran-ajaran agama. Dalam pelaksanaan etika bisnis ada beberapa prinsip yang harus dianut oleh pelaku bisnis.

Prinsip etika atas sikap jujur yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis merupakan prinsip penting, bahkan prinsip ini merupakan modal utama bagi pelaku bisnis manakala diinginkan bisnisnya mendapat kepercayaan dari partner dan masyarakat. *Delivery order* adalah suatu usaha perseorangan dibidang jasa. Secara umum, jenis usaha tersebut diperbolehkan, dalam Islam disebut Ijarah, lebih spesifikasinya Ijarah khusus, yang mana orang yang bekerja tidak boleh bekerja selain dengan yang memberinya upah. Maka dari unsur tersebut, penusun tertarik untuk menganalisis usaha perseorangan *delivery order* ditinjau dari segi etika ekonomi Islam.

Menurut Qardawi, antara ekonomi (bisnis) dan akhlak (etika) tidak pernah terpisah sama sekali, seperti halnya antara ilmu dan akhlak, antara politik dan akhlak, antara perang dan akhlak. Akhlak adalah daging dan urat nadi kehidupan Islam. Karena risalah Islam adalah risalah akhlak (Muhammad Djakfar, 2020: 21). Etika bisnis sebenarnya telah diajarkan oleh Rasulullah SAW. Selain memiliki sifat ulet dan berdedikasi dalam berdagang, beliau juga memiliki sifat shiddiq, amanah, fathanah dan tabligh. Berbisnis merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam agama Islam. Konsep dagang yang diajarkan Rasulullah SAW ialah apa yang disebut *value driven* yang tujuannya untuk menjaga, mempertahankan, menarik nilai-nilai dari pelanggan (Muhammad Djakfar, 2020: 193).

Jaipuria dkk. (2001) melakukan penelitian untuk meramalkan tingkat kedatangan turis inbound dan pendapatan devisa (FEE) di India. Kajian ini diawali dengan beberapa pernyataan penyebutan, seperti bagaimana pandemi COVID-19 mengurangi FEE, menghambat pembangunan daerah, menghancurkan kesempatan kerja, dan meruntuhkan kepercayaan masyarakat tuan rumah. Dengan demikian, penelitian ini mencoba memprediksi konsekuensi pandemi pada industri pariwisata India. Penelitian ini menggunakan Jaringan Syaraf Tiruan (JST) sebagai metode yang efektif untuk tujuan prediksi. Terlihat bahwa kunjungan wisatawan turun sebesar 6,63% pada Februari dan 66,42% pada Maret karena penutupan perbatasan, pembatalan penerbangan internasional, dan serangkaian lock down.

Juga dikonfirmasi bahwa dari Agustus 2020 hingga September 2021, industri pariwisata India dapat menghasilkan setidaknya 31.325,25 juta USD meskipun dalam situasi COVID-19. Studi tersebut memperkirakan bahwa FEE bulanan akan menjadi 1.790.53 juta USD. Namun, tingkat kedatangan bulanan bisa turun menjadi 68%. Studi ini juga menemukan bahwa pengelolaan kegiatan pariwisata yang baik dapat menghasilkan FEE USD 13,351,07 juta sedangkan dalam situasi sebaliknya, FEE dapat turun di bawah USD 1,790,53 juta dengan kerugian keseluruhan. Para penulis berpendapat bahwa pariwisata menghasilkan kesempatan kerja serta meningkatkan pendapatan. Tetapi ada kemungkinan kehilangan 9 juta pekerjaan di India karena pandemi.

Jadi, direkomendasikan untuk mengadopsi strategi yang tepat untuk merestrukturisasi industri, menghasilkan FEE USD 1.790,53 juta, memanfaatkan sumber daya dan menciptakan lapangan kerja. Penulis berharap bahwa penelitian ini akan memberikan kontribusi sebagai studi dasar dan akan membantu pengambil keputusan untuk mengambil keputusan yang cepat, mempromosikan tujuan,

mensubsidi industri, menerapkan protokol kesehatan yang efektif, dan merancang kurikulum pariwisata dan perhotelan yang up-to-date. Penulis juga menyatakan beberapa keterbatasan penelitian ini karena dilakukan berdasarkan data wisatawan inbound hanya satu negara- India, yang dapat meluas ke negara lain dan dapat mempertimbangkan wisatawan domestik dan outbound.

Higgins-Desbiolles (2020) menandai COVID-19 sebagai peluang untuk membuat pariwisata lebih bertanggung jawab terhadap masyarakat dan ekologi. Dengan demikian, makalah konseptual ini menawarkan beberapa pemikiran dan tindakan untuk memikirkan kembali dan mengatur ulang pariwisata agar berkelanjutan. Studi ini pertama kali mengidentifikasi COVID-19 sebagai krisis global yang serius dan mendesak intervensi pemerintah, jaring pengaman sosial, dan kepedulian sosial. Disebutkan bahwa kebutuhan dan kepentingan masyarakat tuan rumah harus diprioritaskan oleh wisatawan dan penyedia jasa pariwisata.

Penulis mencatat intervensi tersebut sebagai sosialisasi pariwisata, yang berarti meningkatkan pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat lokal melalui pariwisata. Studi ini juga menilai intervensi sosial, pendidikan, dan kesehatan sukarela pemerintah dalam menanggapi COVID-19 dan meremehkan inisiatif privatisasi, marketisasi, dan komersialisasi. Penelitian tersebut menekankan pada pengembangan pariwisata domestik dan usaha pariwisata kecil dan menengah untuk mitigasi dampak COVID-19. Disarankan juga untuk menjadikan pariwisata terlayani dan akuntabel kepada publik. Sebagai langkah ulang untuk industri pariwisata, studi ini menyarankan model pengganti dalam bentuk koperasi, nirlaba, usaha sosial dan bisnis sosial sehingga dapat memfasilitasi pariwisata. Terakhir, peneliti menyatakan “harus” dipastikan bahwa organisasi pariwisata nasional berbasis layanan publik karena ini juga akan memastikan hak-hak pekerja dan lingkungan kerja yang aman.

Karabulut dkk. (2020) berfokus pada eksplorasi berbagai cara pengukuran efek pandemi melalui indeks yang baru dikembangkan. Penulis mengklaim bahwa mereka adalah inovator pertama yang menggunakan indeks baru, dan Data Indeks Pandemi tersedia dalam interval 4 bulan. Saat menganalisis data, penulis menemukan hubungan negatif antara pandemi dan kedatangan turis. Merebaknya pandemi membuat wisatawan enggan berwisata. Selain itu, pembatasan perjalanan yang berbeda juga bertindak sebagai pengurangan kedatangan wisatawan.

Makalah ini mengumpulkan data dari 129 negara dan menyoroti bahwa efek negatif ada di negara-negara berpenghasilan rendah. Dengan demikian, negara-negara kelompok berpenghasilan rendah sangat kehilangan kedatangan turis dibandingkan dengan negara-negara maju karena infrastruktur kesehatan yang rapuh dan korupsi. Studi tersebut juga menyebutkan bahwa PDB per kapita dan nilai tukar berpengaruh positif terhadap kedatangan wisatawan. Kedatangan wisatawan meningkat seiring dengan peningkatan PDB per kapita dan nilai tukar yang menguntungkan. Terakhir, penulis berpendapat bahwa efek COVID-19 sulit diprediksi karena karakteristiknya yang tidak dapat diprediksi dan berbeda.

C. METODE

Penelitian ini bersifat kualitatif. Model kualitatif diterapkan untuk mengumpulkan data melalui wawancara mendalam semi-terstruktur dari pemilik restoran. Penelitian yang diusulkan adalah daerah penelitian di Semarang, Jawa Tengah. Dengan demikian, model kualitatif cocok karena daerah penelitian baru didukung oleh model kualitatif (Mallat, 2007).

Rasionalitas lain dari penerapan model kualitatif adalah untuk mengeksplorasi faktor dan variabel yang tidak dikenali sebelumnya (Hossain, 2013). Model memiliki kemampuan untuk menangkap dan memahami wawasan, faktor, dan variabel nyata dari konteks fenomena yang diteliti. Penelitian ini mengidentifikasi responden melalui *purposive sampling*. Alasan untuk mengadopsi teknik penelitian kualitatif adalah untuk memilih responden atau lokasi dengan tujuan yang paling membantu peneliti untuk memahami masalah penelitian (Creswell dan Creswell, 2017).

Penelitian ini memilih sampel yang memiliki pengetahuan yang tersedia, pengalaman tentang subjek, dan mereka yang mudah dijangkau (Berg, 2004) selama pandemi. Penelitian ini mewawancarai total 22 responden sampel (pemilik restoran) yang berminat mengikuti wawancara mendalam di Korporasi Kota Semarang wilayah Jawa Tengah. Penelitian ini menggunakan teknik analisis tematik untuk menganalisis data yang terkumpul. Braun dan Clarke (2006), dan Fereday dan Muir-Cochrane (2006) mengembangkan teknik tersebut. Teknik ini membantu mengumpulkan atau menggabungkan pendapat atau komentar serupa dari responden dalam dokumen Microsoft Excel dan Word (Ray, 2019). Akibatnya, tema dan subtema dikembangkan untuk menyortir dan merestrukturisasi data yang tidak terstruktur (Ose, 2016).

D. HASIL PEMBAHASAN

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak COVID-19 terhadap bisnis restoran di Jawa Tengah dan untuk mengidentifikasi masalah yang terkait dengan pengiriman makanan halal dan integritasnya. Pendekatan penelitian kualitatif telah diadopsi untuk mengeksplorasi efek dari pandemi yang sedang berlangsung pada bisnis restoran. Dengan demikian, penelitian ini menemukan beberapa variabel dan mengkategorikannya menjadi empat faktor melalui teknik analisis tematik: (i) Faktor Ekonomi, (ii) Faktor Sosial, (iii) Faktor Teknologi, dan (iv) Faktor Politik pada bisnis restoran selama pandemi COVID-19.

Penanganan sertifikasi produk halal di Indonesia dapat dilihat dari ketentuan peraturan perundang-undangan produk yang disahkan beberapa tahun terakhir. Beberapa di antaranya adalah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan. Kemudian ada pula Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 yang menyebutkan beberapa hal yang berkaitan dengan pangan, salah satunya menyatakan bahwa penyelenggaraan pangan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia yang memberikan manfaat secara adil, merata, dan berkelanjutan berdasarkan kedaulatan pangan, kemandirian pangan, dan ketahanan pangan.

Meskipun Indonesia telah memiliki pedoman halal dan sertifikasi, namun masih terdapat masalah terkait makanan dalam banyak hal, seperti makanan yang terkontaminasi dari pengadaan, persiapan, penyimpanan, dan transportasi. Isu-isu yang berulang kali dilaporkan ini terutama mengenai kontaminasi silang makanan perlu dievaluasi dari perspektif Syariah. Di antara masalah tersebut termasuk kesalahan pelabelan produk makanan yang disengaja, kontaminasi daging halal dengan babi dan bahan non-halal lainnya, sertifikasi daging halal, dan penyembelihan ilegal.

Tabel 1. Faktor dan variabel mengenai dampak COVID-19 pada bisnis restoran.

Tema dan Sub-Tema	P a r t i s i p a n																	Telaah Pustaka
	1	3	4	5	6	7	9	11	13	14	15	17	18	19	20	21	22	
<i>Faktor-faktor ekonomi</i>																		
Penutupan bisnis dan karyawan diberhentikan	*	*		*				*		*	*				*	*	*	
Menurunkan permintaan dan meningkatkan biaya	*			*			*			*	*		*					
Pinjaman bank/kebangkrutan			*															
Kerapuhan finansial			*						*						*			
Kurangi kapasitas makan	*		*							*	*		*					
<i>Faktor-faktor sosial</i>																		
Tekanan untuk meningkatkan kualitas layanan dan menjaga kebersihan kesehatan					*					*		*			*	*		
Mencari dana/dukungan			*						*					*				
Mengubah pilihan konsumen						*	*										*	

Melatih Kembali tenaga kerja																			Nicola dkk., 2020; Jaipuria dkk., 2021; Foo dkk., 2020
Kurangi pengakuan sosial dan merasa tercekik			*														*		
<i>Faktor-faktor Teknologi</i>																			
Tingkatkan pesanan online								*			*						*		Fotiadis dkk., 2021; Zhang dkk., 2021; Sharma dkk., 2021; Fu, 2020; Zeng dkk., 2020; Gössling dkk., 2020
Tingkatkan pembayaran tanpa uang tunai	*						*											*	
Tekanan untuk inovasi			*		*														
Membentuk kembali industri dan pengembangan produk baru						*			*					*					
Merestrukturisasi rantai pasokan						*			*					*				*	
<i>Faktor-faktor Politik</i>																			
Lockdown yang sering							*			*								*	Choquet dan Sam-Lefebvre 2021; Fotiadis dkk., 2021; Liu dkk., 2021; Qiu dkk., 2021; Zhang dkk., 2021; Fu, 2020; Higgins-Desbiolles, 2020; Hall dkk., 2020
Kebijakan dan pedoman pemerintah						*		*		*							*		
Protokol Kesehatan	*		*				*				*			*		*			
Pembatasan sosial pedoman dan pemantauan yang ketat untuk menjaga kebersihan dan sanitasi		*		*		*			*					*		*			

(*). Menunjukkan respons dari peserta yang ditandai.

1. Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Bisnis Restoran

Faktor-faktor Ekonomi

Penelitian ini mencantumkan pendapat (subtema) responden sebagai faktor ekonomi (tema) yang mempengaruhi kondisi ekonomi usaha, pemilik dan karyawan. Responden menyoroti bahwa pandemi COVID-19 melumpuhkan bisnis mereka. Ketika pandemi pertama kali menyebar, karyawan kehilangan pekerjaan (Tabel 2), pemilik restoran terpaksa menutup bisnis mereka, dan berharap untuk membuka kembali restoran setelah istirahat sejenak. Tapi hari demi hari situasinya lebih parah. Ketika pemerintah membuka kembali bisnis lain, mereka tidak memberikan izin untuk membuka restoran.

Akibatnya, mereka kehilangan kekuatan ekonomi, dan tidak membayar gaji kepada karyawannya atau membayar cicilan pinjaman. Responden juga menyebutkan bahwa mereka menghadapi kenyataan baru setelah mendapatkan izin untuk membuka restoran. Permintaan telah menurun secara dramatis tetapi biaya operasi telah meningkat karena beberapa kebutuhan biaya baru terjadi. Itu juga menurunkan keuntungan bisnis.

Temuan dari bagian ini tercermin dalam beberapa studi terkait. Nicola dkk. (2020) dan Williams dan Kayaoglu (2020) menemukan bahwa COVID-19 membuat hidup lebih menantang bagi pekerja sementara sementara 50 juta pekerjaan di sektor pariwisata berisiko

tinggi. Situasinya lebih buruk di negara-negara kurang berkembang dan restoran tutup di sebagian besar negara berkembang.

Tabel 2. Status pekerjaan sebelum dan sesudah pandemi di restoran-restoran wilayah studi.

Total Jumlah Restoran	240
Jumlah karyawan yang dipekerjakan sebelum pandemi	1600
Jumlah karyawan yang dipekerjakan setelah pandemi	814
Jumlah total karyawan yang kehilangan pekerjaan	896

Sumber: Asosiasi Pemilik Restoran di Jawa Tengah

Faktor-faktor Sosial

Pandemi juga mengubah sikap dan perilaku masyarakat/konsumen masyarakat kita (Gössling et al., 2020). Variabel-variabel perubahan tersebut diakumulasikan sebagai faktor sosial. Responden berpendapat bahwa konsumen saat ini lebih peduli untuk menjaga kebersihan dan sanitasi. Mereka lebih suka duduk sambil menjaga jarak sosial. Karena konsumen lebih khusus dalam tindakan pencegahan COVID-19, restoran juga sangat memperhatikan kualitas dan kebersihan. Responden menyebutkan bahwa mereka perlu melatih kembali karyawan mereka dengan perubahan perilaku konsumen. Mereka merasa dalam posisi tercekik karena frustrasi oleh pandemi. Martabat sosial mereka juga rapuh seiring dengan kekuatan ekonomi mereka. Temuan di atas didukung oleh beberapa literatur (Foo et al., 2020; Gössling et al., 2020; Hall et al., 2020; Jain, 2020; Klein, 2020; Nicola et al., 2020; Fotiadis et al., 2021; Jaipuria dkk., 2021).

Faktor-faktor Teknologi

Terlepas dari beberapa efek negatif, teknologi telah berkembang selama pandemi COVID-19. Pandemi memotivasi para manajer untuk menggunakan kecerdasan buatan dan robotika dalam operasi bisnis mereka (Zeng et al., 2020). Responden penelitian ini menyebutkan bahwa pesanan online dan layanan pesan-antar makanan berbasis aplikasi semakin populer di masa pandemi. Selain itu, pemerintah lebih mendorong untuk layanan pesan antar ke rumah daripada makan di restoran. Ini memberi tekanan pada pemilik restoran untuk mengembangkan strategi inovatif dan membangun pengembangan produk. Studi oleh Fu (2020), Gössling et al. (2020), Zeng dkk. (2020), Fotiadis dkk. (2021), Sharma dkk. (2021) dan Zhang et al. (2021) mendukung temuan yang dibahas dari faktor teknologi.

Faktor-faktor Politik

Di tengah pandemi COVID-19, intervensi pemerintah menjadi skenario umum di semua sektor. Pemerintah memberlakukan aturan, peraturan, dan pedoman yang berbeda untuk mengendalikan penyebaran virus. Namun terkadang, intervensi tersebut tidak dilaksanakan dengan baik karena kurangnya pemantauan yang tepat dan keputusan kontemporer yang meniadakan kemanjurannya. Responden menyoroti bahwa pemerintah tidak menerapkan *lock down* dengan benar, yang menyebabkan virus menyebar lebih luas. Dengan demikian, akibatnya telah menyebabkan periode *lock down* yang lebih lama di mana restoran terpaksa ditutup, sehingga menghancurkan bisnis.

Berbagai penelitian (Fu, 2020; Hall et al., 2020; Higgins- Desbiolles, 2020; Choquet dan Sam-Lefebvre, 2021; Fotiadis et al., 2021; Liu et al., 2021; Qiu et al., 2021; Zhang et al., 2021) juga menyebutkan berbagai intervensi pemerintah.

2. Isu Layanan Pengiriman Makanan Halal Selama Pandemi Covid 19

Meninjau masalah pengiriman makanan halal di dalam negeri, terlihat bahwa langkah-langkah tertentu harus diterapkan untuk memperbaiki kondisi saat ini. Oleh karena itu, staf produksi makanan harus mematuhi Prosedur Manual Sertifikasi Halal Indonesia dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (disingkat BPJPH) dengan mengenakan pakaian yang sesuai dan harus selalu mempraktekkan kode etik dan *Good Hygienic Practices* (GHP) yang tercantum dalam *Food Hygiene Regulations* 2014. Praktik ini harus selalu diperhatikan tidak hanya oleh pekerja tetapi juga oleh staf manajemen untuk memastikan keamanan dan kualitas makanan yang dihasilkan. Semua proses produksi termasuk pergerakan produk, penyimpanan bahan, dan penanganan harus diprioritaskan.

Hal ini didukung oleh Noorsiah Ahmad & Sariwati Mohd Shariff (2016) yang menyatakan bahwa kontaminasi dapat terjadi selama proses pemindahan sangat tergantung pada kontingensi pembukaan, periode kontak, dan paparan reguler terhadap produk halal yang dibawa. Misalnya, dalam kasus kontaminasi dengan *najs mughallazah* (anjing dan babi termasuk cairan molekul dan juga benda-benda yang dibuang), pekerja yang terlibat dalam operasi logistik harus berpengalaman dan dilengkapi dengan langkah-langkah pencegahan dan perbaikan-perbaikan dalam menjaga status halal kontainer pengangkut yang membawa barang halal (MS2400: 2019).

Selain itu, terdapat beberapa pedoman pengiriman layanan P-hailing untuk produk makanan yang disiapkan oleh Dewan Keamanan Nasional (MKN, 2021) yang harus diterapkan oleh mereka yang terlibat dalam industri pengiriman makanan untuk memastikan

pengiriman makanan yang aman dan higienis tanpa risiko kontaminasi silang selama situasi pandemi Covid-19 yang ada, sebagaimana diatur di bawah ini:

- a. Semua penjual makanan harus menerapkan kebijakan kesehatan, jarak sosial, dan transaksi nirsentuh yang diwajibkan. Diantaranya juga memakai masker, menggunakan *hand sanitizer*, dan rutin mencuci tangan setelah melakukan pengiriman;
- b. Menurut Kementerian Kesehatan Indonesia, pengendara harus memastikan sanitasi rutin setiap hari dari kotak pengiriman;
- c. Kotak pengiriman yang digunakan oleh pengendara sepeda motor p-hailing harus mengikuti dimensi standar dan digunakan sesuai dengan RTD;
- d. Pemilik restoran atau rumah makan harus sepenuhnya membantu Depkes untuk melakukan pelacakan kontak dan manajemen pada karyawan;
- e. Pengendara dengan gejala harus segera mengambil tindakan pencegahan yang diperlukan untuk mengisolasi diri dan berhenti memberikan layanan pengiriman;
- f. Hanya jalur sepeda motor yang ditentukan yang dapat digunakan oleh pengendara dan bila memungkinkan, pengendara harus mengenakan pakaian yang terlihat;
- g. Semua pengendara p-hailing harus mengunduh, menginstal, dan mendaftarkan diri mereka sendiri di bawah aplikasi mySejahtera yang dikelola oleh NSC.

Dalam Islam, hukum Islam (Syariah) telah memberi umat Islam pedoman penting dan nilai-nilai fundamental yang sesuai untuk kemaslahatan (kepentingan dan manfaat terbaik) umat manusia. Syariah sebagai hukum yang komprehensif terdiri dari sistem hukum yang kaya yang telah diperkenalkan dan dikembangkan oleh para ahli hukum dan sarjana Muslim, terutama selama masa kejayaan. Pada tahap selanjutnya, sistem hukum terpimpin ini akhirnya dikenal sebagai al-Fiqh al-Islami atau hukum Islam.

Sumber utama hukum Islam adalah Al-Qur'an dan Hadits Nabi SAW. Dalam Al-Qur'an, tidak terdapat pedoman khusus terkait dengan operasi pengiriman halal, oleh karena itu, sebagian besar tema yang terkait dengan halal berkonsentrasi pada permintaan untuk mendapatkan makanan halal dan sumber halal. Banyak ayat Al-Qur'an menjelaskan aspek halal dan haram, terutama dalam konsumsi makanan. Namun, penting untuk dicatat bahwa pentingnya dan perlunya pemahaman halal yang ditanamkan dari Al-Qur'an tidak hanya terkonsentrasi pada makanan akan tetapi juga diperluas ke kegiatan sehari-hari Muslim lainnya, termasuk operasi pengiriman.

Meninjau pendapat kontemporer terkait layanan pesan-antar makanan, ditemukan bahwa Irsyad Fatwa pada tahun 2017 telah membahas secara umum terkait dengan kondisi pengiriman makanan (Mohamad Razif, 2017), seperti yang dinyatakan di berikut ini: “itu halal, haram atau campuran halal dan haram. Jika memang makanan atau minuman yang tidak halal, juga ilegal untuk terlibat dalam proses pengiriman. Namun, fatwa tersebut juga menyebutkan bahwa jika perintah tersebut dicampur antara halal dan haram, tiga syarat perlu diperhatikan”:

- a. Jika makanan dan minuman yang halal melebihi yang haram, kita cenderung mengatakan bahwa penghasilannya halal karena Nabi SAW juga biasa berdagang dengan musyrik dan ahlul kitab;
- b. Jika makanan atau minuman yang haram melebihi halal, maka penghasilan yang diperoleh menurut Imam Ahmad sebaiknya dihindari kecuali kecil atau sulit diketahui atau dibedakan;
- c. Penghasilan dianggap makruh jika pemberi hantaran tidak dapat membedakan antara makanan atau minuman yang halal dan haram”.

Menurut pendapat yang diberikan dalam Fatwa Irsyad (Kantor mufti wilayah federal), penting untuk dicatat bahwa pengendara Muslim yang terlibat dalam layanan pengiriman makanan harus mengamati aktivitas kerja sehari-hari mereka untuk memastikan bahwa mereka tidak mengirimkan makanan atau produk yang tidak halal karena perilaku ini dapat dianggap haram dari perspektif Islam dan harus dihindari.

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan atau pelanggan. Pelayanan menurut Islam adalah suatu keharusan dalam pelayanan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syari'ah. Konsep pelayanan menurut Islam memiliki 6 prinsip, yaitu Prinsip Tolong Menolong (Ta'awun), Prinsip Memberi Kemudahan (At-taysir), Prinsip Persamaan (Musawah), Prinsip Saling Mencintai (Muhabbah), Prinsip Lemah Lembut (Al-layin), Prinsip Kekeluargaan (Ukhuwah). Islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang mempunyai niat yang baik, yaitu: 1). Pelayanan diberikan sesuai harapan pelanggan dengan kepuasan secara maksimum. 2). Terjadinya suatu kesulitan dalam memberikan pelayanan tetapi konsumen tidak mengetahuinya. 3). Terjadinya kesalahan pemberian pelayanan pelanggan mengelak merasa tidak puas terhadap hasil kerja pelaksana petugas pelayanan.

Budaya kerja sebagai pelayan yang melayani dalam Islam yang mengacu kepada sifat-sifat Nabi saw shiddiq, istiqamah, fathanah, tabligh dan amanah.

E. KESIMPULAN

Studi ini mengeksplorasi dampak pandemi COVID-19 terhadap bisnis restoran. Temuan penelitian ini menyajikan pengalaman praktis dan langsung dari pemilik restoran. Dengan demikian, ditemukan bahwa bisnis restoran terkena dampak dalam empat aspek yaitu aspek ekonomi, sosial, politik, dan teknologi selama pandemi COVID-19, aspek ekonomi yang paling parah. Juga ditemukan bahwa perubahan dramatis seperti peningkatan pengiriman online dan pembatasan sosial (*social distancing*) terjadi dalam bisnis, sangat menantang pemilik restoran.

Namun demikian, mereka harus menjalankan bisnis mereka dan mengelola serta beradaptasi dengan semua perubahan. Mereka sangat membutuhkan kerja sama dan bantuan untuk mengurangi dampaknya. Dengan demikian, studi ini mengusulkan lima langkah/pedoman: (i) Pemerintah harus mendukung bisnis dengan kerjasama bantuan keuangan. (ii) Bank sentral dapat memerintahkan semua bank untuk memberikan pinjaman lunak/pinjaman bebas bunga kepada bisnis restoran. (iii) Selain itu, restoran harus dibebaskan dari semua jenis pajak selama 3 tahun ke depan. (iv) Karena pandemi menyebabkan perubahan dalam berbagai aspek, pemilik, manajer, dan karyawan harus dilatih untuk mengatasi perubahan tersebut. Selain itu, pemilik restoran juga harus menjaga protokol kesehatan dan kebersihan untuk mencegah penyebaran virus.

Temuan penelitian ini juga telah memasukkan isu-isu terkini dalam layanan pengiriman makanan di tanah air yang antara lain terdiri dari masalah keamanan, kualitas dan halal. Kajian ini juga telah menjabarkan beberapa langkah yang telah dilakukan oleh pihak berwenang dan dapat diterapkan oleh penyedia jasa pesan antar makanan, dalam rangka meningkatkan pelayanannya, terutama di masa pandemi Covid-19. Studi ini akan membantu pemilik restoran dan pembuat kebijakan dalam merumuskan kebijakan dan strategi bisnis kontemporer. Dengan demikian, akan sangat mendukung untuk memperbaiki kondisi bisnis restoran saat ini di negara berkembang seperti Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W., and Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage publications.
- Fereday, J., and Muir-Cochrane, E. (2006). Demonstrating rigor using thematic analysis: a hybrid approach of inductive and deductive coding and theme development. *Int. J. Qual. Methods* 5, 80–92.
- Foo, L.-P., Chin, M.-Y., Tan, K.-L., and Phuah, K.-T. (2020). The impact of COVID-19 on the tourism industry in Malaysia. *Curr. Issu. Tour.* 16, 1–5. [doi: 10.1007/s11356-021-15064-1](https://doi.org/10.1007/s11356-021-15064-1)
- Fotiadis, A., Polyzos, S., and Huan, T.-C. T. (2021). The good, the bad and the ugly on COVID-19 tourism recovery. *Anna. Tourism Res.* 87:103117. [doi: 10.1016/j.annals.2020.103117](https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103117)
- Fu, Y.-K. (2020). The impact and recovering strategies of the COVID-19 pandemic: Lessons from Taiwan's hospitality industry. *Cogent Soc. Sci.* 6, 1–12. [doi: 10.1080/23311886.2020.1829806](https://doi.org/10.1080/23311886.2020.1829806)
- Gössling, S., Scott, D., and Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *J. Sustainab. Tourism* 29, 1–20. [doi: 10.1080/09669582.2020.1758708](https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708)
- Hall, C. M., Scott, D., and Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for. *Tourism Geogr.* 22, 577–598. [doi: 10.1080/14616688.2020.1759131](https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131)
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geogr.* 22, 610–623.
- Hossain, M. E. (2013). *An investigation on tourism consumers' choice behavior towards tour destination loyalty*, Ph.D thesis, Australia: Curtin University.
- Karabulut, G., Bilgin, M. H., Demir, E., and Doker, A. C. (2020). How pandemics affect tourism: International evidence. *Anna. Tourism Res.* 84:102991. [doi: 10.1016/j.annals.2020.102991](https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102991)
- Mallat, N. (2007). Exploring consumer adoption of mobile payments—A qualitative study. *J. Strateg. Inform. Syst.* 16, 413–432. [doi: 10.1016/j.jsis.2007.08.001](https://doi.org/10.1016/j.jsis.2007.08.001)
- Muhammad. (2013). *Pengantar Akuntansi Syari'ah*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka
- Qiu, R. T., Park, J., Li, S., and Song, H. (2020). Social costs of tourism during the COVID-19 pandemic. *Ann. Tour. Res.* 84:102994.
- Qiu, R. T., Wu, D. C., Dropsy, V., Petit, S., Pratt, S., and Ohe, Y. (2021). Visitor arrivals forecasts amid COVID-19: A perspective from the Asia and Pacific team. *Anna. Tourism Res.* 88:103155. [doi: 10.1016/j.annals.2021.103155](https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103155)
- SESRIC (2020). *International Tourism in the OIC Countries: Prospects and Challenges 2020*. Available online at: <https://www.sesric.org/files/article/757.pdf> (accessed November 22, 2021).
- World Travel and Tourism Council [WTTC] (2020). *Economic impact reports. World Travel and Tourism Council*. Available online at: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>. (Accessed February 14, 2021).

Zeng, Z., Chen, P.-J., and Lew, A. A. (2020). From high-touch to high-tech: COVID-19 drives robotics adoption. *Tourism Geogr.* 22, 724–734. doi: [10.1080/14616688.2020.1762118](https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762118)

Zhang, H., Song, H., Wen, L., and Liu, C. (2021). Forecasting tourism recovery amid. *Anna. Tourism Res.* 87:103149. doi: [10.1016/j.annals.2021.103149](https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103149)

Badan Pusat Statistik, <https://www.bps.go.id>