

# JOURNEY

Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention, and Event Management

POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI



IMPLEMENTASI PROTOKOL KESEHATAN  
PADA PAVILIUN INDONESIA DI EXPO 2020  
DUBAI UNI EMIRAT ARAB

**G. A. Istri Sumadiah, Nelsye L., Dinar Sukma P.**

PERAN PEREMPUAN DALAM KEGIATAN  
PARIWISATA DI PANTAI OETUNE  
(STUDI KASUS PADA DESA TUAFANU  
KABUPATEN TIMOR TENGAH SELATAN)

**Yudha Eka Nugraha, Helen I. S. Balukh**

ANALISIS KOMPARATIF *INDONESIAN ARTS AND  
CULTURE SCHOLARSHIP* DI SANGGAR SENI  
SEMARANDANA PRA DAN POST PANDEMI COVID-19  
**Ni Nyoman Arini, Ni Wayan Mekarini**





# **JOURNEY**

(Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management)

E-ISSN 2654-9999

P-ISSN 2774-1923

## **PENGELOLA**

### **PEMBINA**

Prof. Dr. Ir. Sulistyawati, M.S., M.M., M.Mis., D.Th., Ph.D., D.Ag.

### **KETUA EDITOR**

Dinar Sukma Pramesti, S.T., M.T.

### **ANGGOTA EDITOR**

1. Luh Sri Damayanti, S.Pd., M.Pd. (PIB)
2. Elsita Lisnawati Guntar, S.S., M.Pd. (STIE BIITM)
3. Yudha Eka Nugraha, S.Kesos., M.Par. (PNK)
4. Ni Putu Premierita Haryanti, S.Sos., S.E., M.A. (UNUD)
5. M. Setia Dharmawan Suarsana, S.Kom. (PIB)
6. I Made Kresna Dana, S.Kom. (PIB)
7. Pande Gede Rama Wiguna Duarja, A.Md. (PIB)

### **MITRA BESTARI**

1. Prof. Dr. Ir. Syamsul Alam Paturusi, MSP. (UNUD)
2. Dr. Nararya Narottama, S.E., M.Par., M.Rech. (UNUD)
3. Dr. Ir. Deddy Kurniawan Halim, M.M., Ph.D. (PIB)
4. Dr. A. A. Nyoman Sri Wahyuni, S.E., M.Si. (PIB)
5. Dwi Novita Cahyaningtyas Permatasari, S.I.P., M.B.A., M.A. (PIB)
6. Dr. I Wayan Agus Anggayana, S.Pd., M.Pd. (TRIATMA)
7. Dr. Dewa Putu Oka Prasiasa, A.Par., M.M. (UNDHIRA)
8. A. A. Ayu Arun Suwi Arianty, S.ST.Par., M.Par., M.Rech., CHE. (IPBI)
9. Putu Eka Wirawan, S.ST.Par., M.Par. (IPBI)
10. Kadek Feni Aryati, S.Pd., M.Pd. (IPBI)
11. Dr. Ersy Ervina, S.Sos., M.M.Par.
12. Made Handijaya Dewantara, S.ST.Par., M.Par., M.Pro. (PRASMUL)

### **ALAMAT**

PIB Press, Politeknik Internasional Bali

Jalan Pantai Nyanyi, Tanah Lot, Desa Beraban, Kecamatan Kediri,  
Kabupaten Tabanan, 82121, Bali - Indonesia

Telepon : +62 361-880099, +62 8113995658, +62 81997899889

Email : [pibpress@pib.ac.id](mailto:pibpress@pib.ac.id) || [lppm@pib.ac.id](mailto:lppm@pib.ac.id)

Website : <http://lppm.pib.ac.id>

## JOURNEY

(JOURNAL of TOURISMPRENEURSHIP, CULINARY, HOSPITALITY,  
CONVENTION and EVENT MANAGEMENT)

### Daftar Isi

<b>Kata Sambutan</b>	ii
<b>Pariwisata Medis Sebagai Pasar Niche Yang Unik Dalam Konteks Indonesia</b> Rita Komalasari	95
<b>Analisis Komparatif <i>Indonesian Arts And Culture Scholarship</i> Di Sanggar Seni Semarandana Pra Dan Post Pandemi Covid-19</b> Ni Nyoman Arini, Ni Wayan Mekarini	105
<b>Protokol Kebersihan Kesehatan Keamanan Lingkungan Pada <i>Event Bali And Beyond Travel Forum 2022</i> Di Bali</b> Gusti Bagus Wiryu Gupta, Nelsye Lumanauw	115
<b>Persepsi Pengunjung <i>Event Soundrenaline The Spirit Of All Time</i> Terhadap Kualitas Pelayanan CV. Cipta Kreatif Komunika</b> I Kadek Budiartanayasa Karang, I Nengah Wirata, I Gede Sumadi	127
<b>Dekonstruksi Hidangan Penutup Dingin Tradisional Indonesia Menjadi <i>Fusion Dessert</i></b> Ni Made Ayu Dwi Krisna Yanti, Billy Tanius, Ni Nyoman Widani, Heru Pramudia	135
<b>Peran Perempuan Dalam Kegiatan Pariwisata Di Pantai Oetune (Studi Kasus Pada Desa Tuafanu Kabupaten Timor Tengah Selatan)</b> Yudha Eka Nugraha, Helen I. S. Balukh	145
<b>Implementasi Protokol Kesehatan Pada Paviliun Indonesia Di Expo 2020 Dubai Uni Emirat Arab</b> Gusti Ayu Istri Sumadiasih, Nelsye Lumanauw, Dinar Sukma Pramesti	155
<b>Analisis Pengendalian <i>Food Cost</i> Di Hotel Vila Lumbung - Bali</b> I Nyoman Dhita Utama Putra, Rimalinda Lukitasari, Victor Bangun Mulia, I Ketut Wibawa	165
<b>Peran <i>Front Office</i> Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Di The Capital Hotel And Resort Bali</b> I Wayan Agus Selamat, Ni Wayan Purnami Rusadi, Putu Laksana Wijaya	177
<b>Perubahan Budaya Kuliner Dan Adaptasi Bisnis Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19</b> Anastasia Sulistyawati	185

## KATA SAMBUTAN

*Om Swastiastu,*

Puji syukur kami panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa (*Ida Sang Hyang Widhi Wasa*) karena atas berkatnya dan melalui upaya yang sungguh-sungguh dari redaksi maka Jurnal Ilmiah JOURNEY Volume 5 Nomor 2, Desember 2022 dapat diterbitkan sesuai dengan rencana. Saya selaku Direktur Politeknik Internasional Bali (PIB) menyambut baik terbitnya jurnal ilmiah ini, sebagai pelaksanaan salah satu bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu penelitian ilmiah.

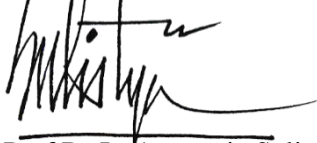
Sebagai perguruan tinggi swasta sudah merupakan suatu keharusan memiliki jurnal ilmiah, untuk wadah mempublikasikan hasil-hasil penelitian dan atau pemikiran-pemikiran ilmiah dari para sivitas akademiknya, dalam rangka ikut menyebarkan ilmu pengetahuan tersebut kepada masyarakat luas. Kajian-kajian ilmiah ini nantinya dapat dimanfaatkan oleh kalangan mahasiswa, dosen maupun pihak lain dalam rangka mengembangkan pemikiran dan memajukan dunia pendidikan dan kepariwisataan.

Melalui kesempatan ini saya sangat berharap kepada para Dosen di PIB dapat melaksanakan salah satu *dharma* (kewajiban) dalam fungsi Tri Dharma Perguruan Tinggi sesuai dengan yang disyaratkan oleh UU No. 12 Tahun 2005 dan UU No. 14 Tahun 2005. Semua hasil penelitian sivitas akademika akan dimuat ke dalam jurnal ilmiah ini secara berkesinambungan, secara periodik, dan akan terus ditingkatkan sampai menjadi Jurnal Ilmiah yang terakreditasi oleh Dikti.

Sebagai kata penutup, saya sampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh dewan redaksi yang telah berkerja keras dalam upaya penerbitan jurnal ilmiah PIB ini. Demikian juga kepada segenap sivitas akademika yang telah menyumbangkan karya ilmiahnya.

*Om Shanti Shanti Shanti Om*

Tarah Lot, 28 Desember 2022  
Politeknik Internasional Bali  
Direktur,



Prof. Dr. Ir. Anastasia Sulistyawati, M.S., M.M., M.Mis., D. Th., Ph.D., D. Ag.



Volume 5 Nomor 2, Desember 2022, pages: 95-104

## **PARIWISATA MEDIS SEBAGAI PASAR NICHE YANG UNIK DALAM KONTEKS INDONESIA**

### ***MEDICAL TOURISM AS A UNIQUE NICHE MARKET IN THE CONTEXT OF INDONESIA***

**Rita Komalasari<sup>1\*</sup>**

Medical Department, YARSI University<sup>1\*</sup>  
rita.komalasari161@gmail.com

Received: 18/10/2022

Revised: 22/11/2022

Accepted: 02/12/2022

#### **Abstrak**

Tujuan: Tujuan dari makalah ini adalah untuk mengembangkan pemahaman mendalam tentang kompleksitas pariwisata medis dan khususnya kompleksitas pariwisata medis sebagai pasar niche yang unik dalam konteks Indonesia. Metode: Metode penelitian literatur dengan jumlah artikel terpilih sebanyak 15 digunakan dalam penyusunan makalah ini. Lima belas artikel tersebut selanjutnya dianalisa berdasarkan area/lokasi. Hasil Temuan: Pemerintah Indonesia sekarang berusaha untuk mengembangkan industri pariwisata medis, yang akan terus menyediakan layanan kesehatan kelas dunia bagi rakyatnya, dan memperluas basis ekonomi berkelanjutan. Simpulan: Wisata medis dapat memberikan peningkatan yang menjanjikan dan positif dalam tingkat pertumbuhan ekonomi di berbagai negara Asia, terutama di Indonesia.

**Kata Kunci:** Pariwisata Medis, Pertumbuhan Ekonomi, Pasar Niche

#### **Abstract**

*Objective: The purpose of this paper is to develop an in-depth understanding of the complexity of medical tourism and in particular the complexity of medical tourism as a distinct niche market in the Indonesian context. This research used literature research method with 15 selected articles in the preparation of this paper. 15 articles were analyzed by area/location. The findings showed that Indonesian government is trying to develop the medical tourism industry, which will continue to provide world-class health services for its people, and expand its sustainable economic base. Overview: Medical tourism can provide a promising and positive improvement in economic growth rates in various Asian countries, especially in Indonesia.*

**Keywords:** Medical Tourism, Economic Growth, Niche Market

#### **1. PENDAHULUAN**

Pariwisata medis adalah pasar niche yang berkembang di sektor pariwisata global yang telah berkembang secara signifikan selama dua dekade terakhir. Sejak awal 2000-an, Pemerintah Indonesia secara proaktif berusaha mengembangkan industri yang lebih berkelanjutan. Pada saat yang sama budaya negara telah berarti bahwa

pemerintah selalu berusaha untuk menyediakan layanan kesehatan kelas dunia bagi rakyatnya secara gratis pada titik penggunaan. Mengkonsolidasi tujuan-tujuan ini dalam Visi Nasional Indonesia 2030, Pemerintah Indonesia sekarang berusaha untuk mengembangkan industri pariwisata medis, yang akan terus menyediakan layanan kesehatan kelas dunia bagi

rakyatnya, menyediakan pekerjaan status tinggi, dan memperluas basis ekonomi berkelanjutan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan pemahaman mendalam tentang kompleksitas pariwisata medis dan khususnya kompleksitas pariwisata medis sebagai pasar niche yang berbeda dalam konteks Indonesia.

Perjalanan internasional dipandang sebagai pariwisata medis, dalam hal klien (pasien) meninggalkan negara asalnya untuk tujuan medis, kesehatan, atau perawatan, menjadi bentuk pariwisata yang penting di negara-negara yang telah berinvestasi dalam perawatan kesehatan (Lee dan Balaban, 2014). Popularitas wisata medis semakin meningkat karena meningkatnya permintaan akan pelayanan medis yang lebih baik. Ini termasuk kenaikan harga, memaksa pasien untuk bepergian ke luar negeri, dan peningkatan eksponensial wisatawan asing yang mencari operasi kosmetik dan jawaban atas berbagai kondisi medis. Makalah ini memberikan tinjauan komprehensif literatur tentang pariwisata niche. Fokusnya adalah pada topik yang terkait dengan pariwisata medis dan tinjauan konsep wisata medis melalui penerapannya dalam berbagai konteks bisnis. Pemangku kepentingan fasilitas medis, karakteristik pelayanan non medis rumah sakit, akan mendapatkan manfaat dari makalah ini.

British Tourism Association menggambarkan konsep pariwisata sebagai perjalanan sementara jangka pendek ke tujuan selain tempat orang biasanya tinggal dan bekerja, dan kegiatan selama mereka tinggal di tujuan tersebut. Ini termasuk perjalanan ke semua tujuan, serta perjalanan sehari dan tamasya "(Wongkit and Mckercher 2013). Biasanya, ketika orang memikirkan pariwisata, mereka tidak hanya memikirkan perjalanan semalam, tetapi juga liburan dan kegiatan pesta. Organisasi Pariwisata Dunia (WTO) mengusulkan definisi pariwisata sebagai berikut: untuk olahraga, kegiatan dibayar dari tempat-tempat yang dikunjungi". Oleh karena itu, pariwisata mencakup perjalanan ke negara dan tempat lain untuk kesenangan atau tujuan lain, sebagaimana disepakati bersama. Banyak peneliti telah mencoba untuk mendefinisikan pariwisata medis

sebagai perjalanan untuk tujuan kesehatan. Istilah ini pertama kali diciptakan oleh agen perjalanan dan telekomunikasi untuk mempromosikan cara baru bepergian (Connell 2013). Hal tersebut, telah menjadi ungkapan unik untuk menggambarkan peningkatan pesat jumlah pelancong yang bepergian ke luar negeri untuk layanan medis. Beberapa definisi pariwisata medis fokus pada alasan pariwisata medis meninggalkan negara asalnya. Studi sebelumnya menggambarkan pariwisata medis sebagai "pasien yang meninggalkan negara asal mereka dan melakukan perjalanan lintas negara untuk menerima perawatan medis, seringkali operasi, di luar negeri. Demikian pula, penelitian sebelumnya mendefinisikan turis medis sebagai pasien yang bersedia melakukan perjalanan untuk pengobatan. Namun, menurut beberapa definisi, perawatan 'darurat' oleh otoritas kesehatan seperti rumah sakit, agen asuransi, dan lembaga pemerintah mungkin mengalami tantangan terkait masalah daftar tunggu, kurangnya keahlian, atau fasilitas yang tidak dapat diakses. Menurut sebuah studi, turis medis sangat berbeda dengan "imigran medis" yang dipandu oleh fasilitas daripada membuat keputusan sendiri. Dalam istilah medis, turis medis disebut "klien pasien".

Penelitian sebelumnya mendefinisikan pariwisata kesehatan sebagai berikut: Pelayanan kesehatan tersebut meliputi pemeriksaan kesehatan oleh dokter dan perawat yang berkualifikasi di resort dan hotel, diet khusus, akupunktur, bio injection, minum vitamin kompleks, pengobatan khusus untuk berbagai penyakit seperti arthritis. Wisata kesehatan telah didefinisikan sebagai "penyediaan fasilitas medis yang memanfaatkan sumber daya alam suatu negara, khususnya air mineral dan iklim". Berdasarkan literatur, wisata medis dapat dibedakan dari wisata kesehatan dan kebugaran. Wisata Kebugaran didefinisikan sebagai wisata "ringan" dan secara medis dipandang kurang relevan. Tumbuhnya istilah "wellness" terkait dengan dua faktor yang dikemukakan oleh Koncul (2012). Faktor pertama adalah promosi konsep kesejahteraan dan kesejahteraan terintegrasi dalam Kebijakan

Kesehatan Global Organisasi Kesehatan Dunia. Faktor kedua adalah meningkatnya pendidikan masyarakat secara umum yang telah meningkatkan minat masyarakat terhadap kesehatan pribadi (Koncul, 2012). Sebuah studi mendefinisikan pariwisata kesehatan sebagai menarik orang dari seluruh dunia dengan menggabungkan atraksi unik bersama dengan fasilitas kesehatan. Wisatawan medis mungkin adalah wisatawan yang telah berjanji untuk menerima perawatan medis, atau mereka yang telah memasukkan unsur wisata hiburan ke dalam perjalanan mereka selain perawatan medis." Wongkit dan Mckercher (2013) mengemukakan bahwa wisata medis dapat memiliki implikasi yang berbeda untuk peneliti yang berbeda, tergantung pada latar belakang dan fokus penelitian.

Sebuah studi mengusulkan bahwa ada empat kategori wisatawan medis. Kategori pertama adalah wisatawan yang dirawat karena kecelakaan dan komplikasi kesehatan, yang biasanya terjadi saat liburan ke luar negeri. Kategori kedua, yang disebut "wisata medis yang sesuai," berencana melakukan perjalanan ke negara tersebut untuk perawatan, tetapi meskipun tidak, berpartisipasi dalam beberapa kegiatan wisata tradisional setidaknya sekali di negara tersebut. Termasuk orang-orang yang mungkin memilih untuk melakukannya. "Pasien berbayar" adalah seorang pelancong yang tidak hanya merencanakan perjalanan untuk tujuan terapeutik, tetapi juga merencanakan beberapa kegiatan pariwisata. Kategori terakhir terdiri dari wisatawan yang bepergian semata-mata untuk pengobatan, yaitu "hanya pasien". Oleh karena itu, kelompok yang terlibat dalam memberikan atau menerima pelayanan medis, seperti pasien, pengusaha, dan birokrat, dapat disebut sebagai pemangku kepentingan wisata medis. Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut: bagaimanakah perkembangan pariwisata medis dapat berkontribusi positif pada tingkat pertumbuhan ekonomi di berbagai negara, terutama di Indonesia. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara lebih komprehensif literatur pariwisata medis

dapat berkontribusi positif pada tingkat pertumbuhan ekonomi di berbagai negara, dalam rangka pengembangan pariwisata medis di Indonesia.

## 2. METODE

Objek dalam penelitian ini adalah kajian pariwisata medis di kawasan Amerika, Eropa, Afrika, Asia dan Indonesia. Secara metodologis, kata-kata pencarian yang sensitif (menemukan studi yang paling penting tetapi dengan banyak bahan yang tidak relevan) diambil setelah pencarian awal (penelitian yang lebih relevan tetapi dengan risiko kehilangan beberapa yang penting). Bagian ini menggunakan frase "wisata medis" dan "wisata pengobatan" selama penelitian artikel. Pemeriksaan komprehensif berbasis bukti mencakup masalah wisata medis. Kami memilih publikasi terbaru, karena ini adalah area yang berkembang pesat. Artikel yang telah diterbitkan dalam kurun waktu sepuluh tahun sebelumnya. Setelah mengevaluasi abstrak, kami mengevaluasi 15 artikel terpilih. Hasil yang disajikan dalam makalah ini menggunakan jaminan kualitas dengan tujuan meningkatkan validitas dan kepercayaan hasil. Penulis memastikan bahwa fakta mendukung setiap penjelasan. Terkait metode analisis data, penulis menggunakan metode analisis deskriptif. Artinya, data yang diperoleh dari data tersebut dituangkan ke dalam kata-kata atau skema dan dijelaskan sedemikian rupa sehingga dapat menghasilkan kejelasan yang realistis dalam penelitian pariwisata medis.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian berikut ini menyajikan hasil dari 15 Artikel yang telah dianalisis dan menyajikannya dalam bentuk tabel rekapitulasi.

**Tabel 1.** Rekapitulasi 15 Artikel yang dianalisis

Penulis Artikel	Hasil
Bennie, R. (2014)	Orang yang mencari perawatan medis melalui wisata medis tertarik tidak hanya untuk perjalanan internasional, tetapi untuk tujuan yang mencakup afinitas budaya.
Connell J. (2013)	Penelitian mendefinisikan pariwisata medis sebagai

	perjalanan untuk tujuan kesehatan.
Dalstrom, M. (2012)	Institusi khusus di negara-negara tertentu dapat mengeluarkan pemberitahuan peringatan resiko untuk negara-negara yang dipandang rendah kualitas pelayanan medisnya.
Dunn, H. L. (1959)	Konsep wellness melihat manusia secara keseluruhan, dan keterkaitan antara pikiran dan tubuh.
Hall, C., (2013)	Generasi baby boomer pada tahun 1970-an, dipandang berkontribusi dalam peningkatan antusiasme pilihan kesehatan dan pengobatan alternatif.
Hanefeld (2014)	Sebagian besar data yang tersedia terkait perjalanan medis di kawasan Eropa masih terbatas karena keterbatasan akses.
Koncul, N. (2012)	Peningkatan pendidikan masyarakat secara umum yang telah berkontribusi pada peningkatan minat masyarakat terhadap kesehatan pribadi.
Lee, C. (2014)	Popularitas wisata medis semakin meningkat karena meningkatnya permintaan akan pelayanan medis yang lebih baik.
Pakpahan, (2021)	Indonesia dipandang telah cukup mengatasi tantangan perawatan kesehatannya dengan investasi besar di sektor perawatan kesehatan.
US Chamber of Commerce (2014)	Perawatan thalassotherapy di negara Tunisia menempati urutan pertama di dunia.
UNWTO (2014)	Wisata medis di negara Mesir mengalami penurunan sebesar 28%.
UNWTO (2015)	Faktor ketidakstabilan politik di suatu wilayah, justru menawarkan peluang bagi negara lain, seperti Indonesia, yang dianggap stabil secara politik.
Ventures Onsite Report. (2015)	Wisatawan medis dari negara Meksiko dan kawasan Amerika Latin cenderung bermigrasi ke negara Kuba.
Wongkit, M. (2013)	Wisata medis dapat memiliki implikasi yang berbeda untuk peneliti yang berbeda, tergantung pada latar belakang dan fokus penelitian.
Mashuri., (2021)	Pemangku kepentingan yang diperlukan untuk memfasilitasi pengembangan pariwisata medis di sektor-sektor seperti pemerintah, sektor swasta, masyarakat, bisnis dan industri, pendidikan dan media.

### **Pariwisata Medis di Kawasan Amerika**

Bagian ini menyajikan hasil studi terkait wisata medis pada abad ke-20. Perkembangan modern pariwisata medis di Amerika Serikat berawal dari era meningkatnya kesuburan (baby boomer) pada tahun 1970-an, yang menghasilkan antusiasme yang luas terhadap pilihan kesehatan dan pengobatan alternatif (Hall 2013). Namun, pada awalnya, konsep wisata medis di Amerika Serikat terbatas pada pasien yang mencari perawatan medis, seperti di sanatorium. Fasilitas medis untuk perawatan jangka panjang di luar negeri yang biasanya tidak ada di Jepang. Mereka meniru perilaku orang Eropa yang mengunjungi sanatorium untuk kepentingan kesehatan dan kebugaran. Contoh sanatorium yang paling terkenal adalah sanatorium tuberkulosis di Pegunungan Alpen Swiss. Sanatorium tersebut dipandang populer dan terus digunakan sampai paruh kedua abad ke-20. Namun, ini telah berubah, dan pada paruh kedua abad ke-20, kemajuan teknologi dalam perawatan kesehatan menjadikan Amerika Serikat sebagai salah satu tujuan perawatan kesehatan paling populer.

Dari tahun 1980-an hingga 1990-an, orang asing yang mencari perawatan mata, jantung, dan kecantikan mencari program khusus di Kuba, menawarkan perawatan murah dan proses cepat kepada wisatawan. Negara-negara Karibia lainnya seperti Jamaika, Barbados dan Puerto Rico telah menetapkan merek mereka sendiri di bidang medis untuk menghindari persaingan. Jamaika adalah operasi plastik, Barbados adalah infertilitas, Puerto Rico adalah kardiovaskular dan ortopedi, neurologi. Negara tersebut mempromosikan keunggulan dalam sains dan onkologi. Tujuan utama dari program ini adalah untuk menarik pasien dari Amerika Utara dan Eropa. Pada saat yang sama, beberapa negara di Asia dan Amerika Latin bertujuan untuk menarik wisatawan dari negara-negara Barat dengan memungkinkan pasien untuk menghindari waktu tunggu yang lama, biaya tinggi dan pembatasan hukum yang rumit. Program wisata medis juga telah dibentuk. Orang Barat, terutama mereka yang mencari layanan kesehatan seksual dan



reproduksi, dapat memanfaatkan opsi luar negeri ini untuk menjaga kerahasiaan sosial. Awalnya, perawatan ini hanya tersedia untuk orang Barat dari golongan sangat mampu secara ekonomi, tetapi karena semakin banyak perawatan yang tersedia, orang-orang kelas menengah juga dapat memperoleh manfaat dari program ini, Pasar wisata medis telah berkembang.

### **Pariwisata Medis di Kawasan Asia**

Krisis ekonomi di Asia yang dimulai pada tahun 1997 telah mendorong beberapa negara untuk berinvestasi besar-besaran di bidang pariwisata medis. Thailand telah membuat kemajuan dalam operasi plastik dan telah mampu menarik banyak orang asing. Negara ini mengkhususkan diri dalam program yang terjangkau dan gender-operasi yang sesuai dengan kondisi psikologis pra operasi yang kurang terbatas, termasuk beberapa layanan medis pariwisata seperti Rumah Sakit Internasional Bumrungrad di Bangkok, Thailand. Studi menunjukkan bahwa pertumbuhan pariwisata medis di 12 negara di Amerika, Asia dan Eropa disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk rendahnya biaya pelayanan kesehatan, lokasi negara dan investasi. Perawatan medis oleh pemerintah negara bagian. Joint Commission International (JCI), sebuah organisasi internasional yang bertanggung jawab untuk meningkatkan kualitas perawatan kesehatan di masyarakat internasional, memprediksi pertumbuhan pariwisata medis, dengan lebih dari 375 rumah sakit di 47 negara termasuk Eropa, Asia dan Asia. Amerika Serikat. Pada awal abad ke-21, sebagian besar media mengabaikan isu pariwisata medis, tetapi sejak itu liputan meningkat secara signifikan dari sekitar 40 episode pada tahun 1990 menjadi lebih dari 2000 pada tahun 2007. Alasan perhatian media pada 1990-an termasuk pengembangan tujuan wisata baru, munculnya organisasi pariwisata medis khusus, buku pegangan, majalah khusus, artikel tentang tradisi pariwisata restoratif, dan publikasi program kesadaran akademik. Abad ke-21 telah menyaksikan peningkatan jumlah turis medis bukan dari golongan ekonomi sangat mampu dari negara-negara maju yang mencari perawatan medis yang

terjangkau dan berkualitas di wilayah tertentu di negara-negara Dunia Ketiga.

### **Pariwisata Medis di Kawasan Eropa**

Terkait pariwisata medis di kawasan Eropa, sebagian besar data yang tersedia tentang perjalanan medis tersebut disebabkan oleh sumber yang tidak dapat diakses, perkiraan yang tidak dapat dibenarkan (Hanefeld et al., 2014), dan kurangnya prosedur pengumpulan data yang disepakati (Connell, 2013). Juga, seperti yang telah disebutkan, definisi istilah turis medis bervariasi. Misalnya, Singapura mengumpulkan data tentang arus masuk medis melalui survei bandara untuk memperkirakan jumlah pelancong medis. Seseorang dengan tujuan utama yang benar untuk menerima perawatan medis. Di Thailand, pemerintah telah memberikan akses yang sama terhadap jumlah orang asing yang menjalani perawatan di rumah sakit dengan mereka yang bepergian untuk tujuan wisata atau kecantikan dan menggunakan spa dan resor kesehatan. Ketika Thailand mengumumkan menyambut lebih dari 1,5 juta wisatawan medis setiap tahun. Studi menunjukkan bahwa hanya sepertiga dari wisatawan ini yang benar-benar bepergian untuk alasan medis semata. Lebih lanjut, Hongaria menerima 1,8 juta turis medis setiap tahun, menjadikannya salah satu pusat perjalanan medis di Eropa. Kebanyakan dari mereka adalah pengunjung short-stay untuk fitness atau perawatan gigi yang biasanya melakukan perjalanan dalam perjalanan terpisah dan kebanyakan berasal dari negara-negara Eropa seperti Jerman, Inggris dan Spanyol.

### **Pariwisata Medis di Kawasan Afrika**

Di Afrika Utara, Tunisia adalah tujuan wisata medis utama dengan sekitar 150.000 wisatawan internasional mengunjungi Tunisia, menurut Kamar Dagang AS (2014). Tunisia menarik pasien dari daerah lokal dan kaya di Eropa Barat, tetapi juga dari Eropa Barat, termasuk imigran Tunisia dan Francophones. Perawatan thalassotherapy di negara tersebut menempati urutan pertama di dunia (US Chamber of Commerce, 2014). Mesir

adalah pemain utama lainnya di kawasan Afrika Utara. Mesir melaporkan menerima 50.000 turis medis setiap tahun dari negara-negara Arab lainnya sejak 2004. 40.000 orang bisa berasal dari Libya pada 2010. Namun, masuknya wisatawan medis pada tahun 2014 mengalami penurunan sebesar 28% dibandingkan tren tahun sebelumnya di dalam negeri (UNWTO Middle East Commission, 2014). Menurut statistik baru dari Organisasi Pariwisata Dunia Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNWTO) pada tahun 2015, pariwisata di Afrika Utara telah menurun sebesar 8% karena ketidakstabilan politik di wilayah tersebut, justru menawarkan peluang bagi negara lain, seperti Indonesia, yang dianggap stabil secara politik (UNWTO, 2015).

Afrika Selatan telah membangun pasar Afrika yang berkembang pesat. Negara ini juga mendapat perhatian khusus dalam bedah kosmetik. Selain itu, kesadaran eksternal akan kualitas perawatan kesehatan di Afrika merupakan tantangan besar, bahkan jika fokusnya adalah pada masalah perawatan kesehatan domestik. Namun, studi menunjukkan bagaimana konsumen potensial Eropa secara negatif menyadari kualitas pelayanan perawatan kesehatan yang disediakan oleh Afrika sub-Sahara dan banyak negara non-Barat. Misalnya, sistem perawatan kesehatan negara-negara seperti India telah lama dianggap tidak memadai di negara-negara Barat. Institusi khusus di negara-negara tertentu bahkan dapat mengeluarkan pemberitahuan peringatan setelah menyelesaikan komplikasi dan prosedur yang gagal dalam menghadapi pariwisata medis di timur (Dalstrom, 2012) Ini adalah teknik medis yang sangat maju. Bagi Indonesia, hal ini akan menciptakan peluang baru untuk memasuki pasar niche yang unik.

Migrasi wisata medis dari satu negara ke negara lain dipengaruhi oleh kualitas, ketersediaan, keramahan, keterjangkauan, geografi dan persepsi budaya. Baru-baru ini, Bennie (2014) menemukan bahwa orang yang mencari perawatan medis melalui wisata medis tertarik tidak hanya untuk perjalanan internasional, tetapi juga untuk tujuan yang mencakup afinitas budaya, perjalanan

singkat, bahasa umum, dan atraksi simulasi. Thailand dan Singapura adalah tujuan yang paling banyak dikunjungi oleh warga Australia dan Selandia Baru karena kedekatannya dengan negara tuan rumah dan biaya perawatan yang berbeda. Pasien dari Inggris, Swedia dan Jerman cenderung bermigrasi ke Hongaria, Polandia dan Latvia meskipun memiliki tenaga kesehatan yang berkualitas (perawat dan dokter) di negara asalnya. Orang Meksiko dan Amerika Latin cenderung bermigrasi ke Kuba (Ventures Onsite, 2015).

### **Pengembangan Pariwisata Medis di Indonesia**

Mempertimbangkan niat pemerintah Indonesia yang akan berperan aktif dalam bisnis pariwisata medis, kemajuan pesat pada bidang terkait ini sedang dibuat di sektor perawatan kesehatan. Sebagai bagian dari tujuan ini, praktik medis nasional ditandai dengan pengembangan keterampilan bedah robotik yang sangat terspesialisasi. Investasi dalam industri perawatan kesehatan tersedia pada tahun 2015 seiring dengan kemajuan negara dan bertujuan untuk menggandakan jumlah fasilitas kesehatan pada tahun 2022. Pemerintah Indonesia telah meningkatkan anggaran kesehatannya. Dana dialokasikan untuk memodernisasi fasilitas Rumah Sakit Umum dan mendirikan pusat kesehatan baru.

Studi menunjukkan Indonesia telah mengatasi tantangan perawatan kesehatannya dengan investasi besar di sektor perawatan kesehatan (Pakpahan et al., 2021). Melihat penelitian dan pengembangan ilmiah Indonesia, dan berinvestasi di rumah sakit baru, hal ini menunjukkan peluang pengembangan pariwisata medis di Indonesia. Tidak hanya dari aspek hemat biaya, dunia dapat belajar banyak dari Indonesia. Jika Indonesia tidak menjadi tujuan medis utama, akan ada begitu banyak fasilitas medis sehingga tidak akan ada pilihan ketika orang-orang bersatu. Hal ini menunjukkan bahwa investasi besar dalam wisata medis telah membuat Indonesia menjadi tujuan yang menarik bagi banyak wisatawan medis dari berbagai negara.

### **Konsep Gaya Hidup Sehat**

Kesadaran gaya hidup merupakan salah satu konsep yang paling banyak digunakan dalam kegiatan pemasaran modern karena memberikan cara untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen sehari-hari. Gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumen, termasuk pariwisata dan secara langsung mempengaruhi motivasi perjalanan. Konsep pertama perilaku sadar kesehatan adalah "konsep keyakinan kesehatan" telah menjadi dasar yang paling umum. "Health Belief Konsep" telah digunakan untuk menggambarkan berbagai perilaku penting dan mencakup lima komponen: kerentanan yang dirasakan, keparahan yang dirasakan, kegunaan yang dirasakan, isyarat perilaku, dan self-efficacy. Konsep ini didasarkan pada dua bagian: persepsi ancaman dan penilaian tindakan. "Ancaman yang dirasakan" muncul dari keparahan yang dirasakan dan diharapkan dari paparan penyakit. "Penilaian perilaku" terdiri dari keyakinan tentang manfaat dari perilaku penyakit tertentu, dan "isyarat perilaku" yang membatasi dan "motivasi kesehatan" dimasukkan dalam konsep bersama-sama. Namun, "konsep kepercayaan kesehatan" dapat mengubah orang menjadi 'pengambil keputusan keuangan sosial'. Konsep gaya hidup sehat, "Wellbeing" pertama kali dikembangkan oleh Dunn (1959). Dunn mengatakan bahwa kondisi kesehatan khusus terdiri dari kesejahteraan umum yang melihat "orang" sebagai mental, fisik, bergantung pada lingkungan, dan penuh perhatian. Kemudian dikembangkan dengan menggunakan konsep roda kesehatan untuk menggambarkan pentingnya gaya hidup sehat. Konsep tersebut melihat manusia "secara keseluruhan, mencari interaksi pikiran dan tubuh, karena keduanya adalah bagian dari keseluruhan yang harus kita lihat" adalah psikologi Warisan. Konsep ini dikembangkan dengan argumen bahwa kemajuan, aktualisasi diri, dan keunggulan adalah keinginan dan tujuan universal manusia. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa "pengukuran yang andal dan valid dari banyak aspek perilaku kesehatan secara umum dan perilaku yang meningkatkan kesehatan pada khususnya" jelas diinginkan.

Pengembangan prosedur tersebut dapat dibayangkan, tetapi prosedur tersebut harus memiliki dasar teoritis yang kuat untuk memastikan keandalan intervensi. Berdasarkan literatur teoritis dan eksperimental, studi mengusulkan konsep "psikologis mengusulkan kesehatan holistik konsep yang mengintegrasikan bersama-sama, Antropologi, Sosiologi, Agama dan Pendidikan". Roda Wisata Kesehatan didasarkan pada penelitian dan wawasan dari psikologi sosial, kesehatan, klinis, kepribadian, sosial, dan perkembangan.

Konseptualisasinya juga dipengaruhi oleh aspek ekologi dan manajemen stres. Aspek-aspek kehidupan ini menyatu secara harmonis dengan berbagai kekuatan kehidupan, termasuk namun tidak terbatas pada "keluarga, komunitas, agama, pendidikan, pemerintah, media, dan bisnis". Konsep roda menggambarkan sifat kompleks pariwisata medis dan memberikan gambaran tentang beragam pemangku kepentingan yang diperlukan untuk memfasilitasi pengembangan pariwisata medis di sektor-sektor seperti pemerintah, sektor swasta, masyarakat, bisnis dan industri, pendidikan dan media.

Hall (2013) menyarankan untuk membedakan antara wisata kesehatan dan wisata medis. Karena yang terakhir harus berurusan dengan kasus intervensi medis. Diskusi tentang istilah wisata medis dan wisata kesehatan penting dalam menentukan apakah wisata medis merupakan bagian dari atau terpisah dari wisata kesehatan. Hall (2013) mengusulkan bahwa wisata medis adalah bagian dari wisata kesehatan karena wisata medis dan wisata kesehatan digabungkan di bawah panji wisata kesehatan. Studi ini percaya bahwa wisata medis hanya mencakup pemeriksaan kesehatan, bukan keseluruhan paket. Tingkat tumpang tindih antara pariwisata medis dan pariwisata sangat menonjol, dan dasar dari penyediaan pariwisata medis dibentuk oleh aspek industri pariwisata dan layanan medis. Oleh karena itu, untuk mendefinisikan pariwisata medis, perlu mempertimbangkan kombinasi bidang-bidang ini. Memahami topologi pariwisata medis dan pariwisata kesehatan penting

untuk memahami aspek-aspek yang terlibat dalam analisis sektor pariwisata medis. Pertama, penulis mengidentifikasi apa wisata medis dan wisata kesehatan dan menunjukkan perbedaan sebenarnya antara kedua sektor (karena pasar ini sering membingungkan). Kedua, penekanannya adalah pada penawaran berbagai layanan, dari layanan tradisional atau "umum" hingga layanan lengkap atau "lokasi khusus". Wisata medis dan wisata kesehatan telah diidentifikasi sebagai dua dari empat "jenis" kontinum ini, yang semuanya berpotensi menjadi pasar yang produktif. Dengan demikian, dalam rangka meningkatkan dan memasarkan menu yang melayani wisatawan medis dan kesehatan di Indonesia, pelaku industri seperti pemerintah, otoritas kesehatan, dan operator memiliki peluang dan kebutuhan unik bagi wisatawan pada keempat kategori tersebut.

#### **4. KESIMPULAN**

Untuk menjawab rumusan masalah penelitian: bagaimanakah perkembangan pariwisata medis dapat berkontribusi positif pada tingkat pertumbuhan ekonomi di berbagai negara, terutama di Indonesia? Berdasarkan pembahasan tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa wisata medis dapat memberikan peningkatan yang menjanjikan dan positif dalam tingkat pertumbuhan ekonomi di berbagai negara Asia, terutama di Indonesia. Studi menunjukkan bahwa wisatawan medis menghabiskan tiga kali lebih banyak daripada wisatawan biasa karena biaya pengobatan tambahan dan kecenderungan untuk juga melakukan perjalanan rekreasi reguler setelah pemulihan. Elemen dasar dari paket wisata medis adalah medis, tarif internasional, akomodasi, pengaturan perjalanan, belanja, makan dan minum, dan biaya transportasi lokal. Elemen ini menunjukkan bahwa setengah dari sumber keuangan untuk wisata medis dipergunakan untuk berkunjung ke fasilitas medis dan sisanya dipergunakan untuk berkunjung ke tempat pariwisata. Selain itu, turis medis biasanya ditemani oleh setidaknya satu orang lain, yang meningkatkan biaya perjalanan atau kunjungan. Berdasarkan hal tersebut maka perjalanan medis dapat

dipandang sebagai pasar niche yang unik menghasilkan pendapatan yang jauh lebih banyak daripada perjalanan liburan tradisional ke berbagai negara, terutama Indonesia.

#### **REFERENSI**

- Bennie, R. (2014). Medical tourism: A look at how medical outsourcing can reshape health care. *Texas International Law Journal*, 49, 583.
- Connell J. (2013). Contemporary medical tourism: Conceptualisation, culture and commodification, *Tourism Management*, 34, 1–13.
- Dalstrom, M. (2012). Winter Texans and the re-creation of the American medical experience in Mexico. *Medical Anthropology*, 31, 162-177.
- Dunn, H. L. (1959). High-level wellness for man and society. *American Journal of Public Health*, 49, 786-792.
- Hall, C., (2013). *Medical tourism: The ethics, regulation, and marketing of health mobility*. London, UK: Routledge.
- Hanefeld, J., Smith, R., Horsfall, D., and Lunt, N. (2014). What do we know about medical tourism? A review of the literature with discussion of its implications for the UK National Health Service as an example of a public health care system. *Journal of Travel Medicine*, 6, 410–417.
- Koncul, N. (2012). Wellness: a new mode of tourism. *Ekonomiska Istraživanja*, 25(2), 525–534.
- Lee, C., Balaban, V. (2014). Chapter 2. The pre-travel consultation. Medical tourism. In *CDC Health Information for International Travel 2014*. Oxford, UK: Oxford University.
- Mashuri, M. A., & Apriliana, S. D. (2021). Peran Masyarakat Terhadap Pembangunan Ekonomi Berbasis Kampung Tangguh Sebagai Upaya Menekan Angka Covid-19. *Jurnal Makro Manajemen*, 5(2), 141-156.
- Pakpahan, M., Siregar, D., Susilawaty, A., Tasnim, T., Ramdany, R., Manurung, E. I., ... & Maisyarah, M. (2021). Promosi Kesehatan dan



- Perilaku Kesehatan. Yayasan Kita Menulis.
- US Chamber of Commerce (2014). Africa's medical tourism industry. *Africa Business Initiative*, 4(2), 1-4.
- United Nations World Tourism Organisation (UNWTO) (2014). Provisional agenda item 4: 4. *Snapshot report on tourism trends in the region and Identification of key challenges for 2015 June 2014*. In proceedings of the UNWTO Commission for the Middle East Thirty-ninth meeting, Cairo, Egypt, 14 September. Available at: [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/cme39\\_4\\_snapshot\\_report\\_on\\_tourism\\_trends\\_and\\_challenges\\_e.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/cme39_4_snapshot_report_on_tourism_trends_and_challenges_e.pdf) [Accessed 1 August 2022].
- United Nations World Tourism Organisation (UNWTO). (2015). *Commission Annual Report*. Available at: [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/annual\\_report\\_2015\\_lr.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/annual_report_2015_lr.pdf) [Accessed 1 August 2022].
- Ventures Onsite Report. (2015). Available at: <https://www.venturesonsite.com/news/tag/hospital-development/> [Accessed 1 August 2022].
- Wongkit, M. and Mckercher, B. (2013). Toward a typology of medical tourists: A case study of Thailand. *Tourism Management*, 38, 4-12.





*Volume 5 Nomor 2, Desember 2022, pages: 105-114*

## **ANALISIS KOMPARATIF *INDONESIAN ARTS AND CULTURE SCHOLARSHIP* DI SANGGAR SENI SEMARANDANA PRA DAN POST PANDEMI COVID-19**

## ***COMPARATIVE ANALYSIS OF INDONESIAN ARTS AND CULTURE SCHOLARSHIP AT SEMARANDANA ART STUDIO PRE AND POST PANDEMI COVID-19***

**Ni Nyoman Arini<sup>1\*</sup>, Ni Wayan Mekarini<sup>2</sup>**

Diploma III Perhotelan, Fakultas Bisnis dan Pariwisata, Universitas Triatma Mulya<sup>1\*</sup>  
nyoman.arini@triatmamulya.ac.id

Diploma IV Pengelolaan Perhotelan, Fakultas Bisnis dan Pariwisata, Universitas Triatma Mulya<sup>2</sup>

*Received: 18/10/2022*

*Revised: 23/11/2022*

*Accepted: 02/12/2022*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana pelaksanaan Program Indonesian Arts and Culture Scholarship di Sanggar Seni Semarandana pra dan post pandemi Covid-19. Pendekatan penelitian yang relevan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif komparatif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya persamaan dan perbedaan dalam pelaksanaan Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia pra dan post pandemi Covid-19. Pelaksanaan Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia di Sanggar Seni Semarandana yang diselenggarakan sejak tahun 2003 hingga 2019 berlangsung secara tatap muka. Munculnya wabah pandemi Covid-19 menyebabkan pelaksanaan Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia pada tahun 2020 ditiadakan. Seiring berjalannya waktu, Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia bersama sanggar mitra mulai beradaptasi dalam menghadapi pandemi Covid-19 dengan memanfaatkan teknologi. Pelaksanaan Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia pada tahun 2021-2022 dilaksanakan secara virtual dengan menggunakan platform Zoom Meeting.

**Kata Kunci:** Diplomasi Budaya, Mahasiswa Asing, Beasiswa Seni Dan Budaya Indonesia

### **Abstract**

*This research aims to describe how the Indonesian Arts and Culture Scholarship Program was implemented at the Semarandana Art Studio pre and post Covid-19 pandemic. The relevant research approach used in this study is a qualitative approach. Data analysis used in this research is descriptive comparative analysis. Data was collected through observation, interviews and documentation. This study This article concludes that there are similarities and differences in the implementation of the Indonesian Arts and Culture Scholarship Program pre and post Covid-19 pandemic. The implementation of the Indonesian Arts and Culture Scholarship Program at the Semarandana Art Studio which was held from 2003 to 2019 took place face-to-face. The emergence of the Covid-19 pandemic caused the implementation of the Indonesian Art and Culture Scholarship in 2020 to be abolished. Over time, the Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Indonesia together with partner studios began to adapt in dealing with the Covid-19 pandemic by utilizing technology. The implementation of the Indonesian Arts and Culture Scholarship Program in 2021-2022 will be carried out virtually using the Zoom Meeting platform.*

**Keywords:** Cultural Diplomacy, Foreign Student, Indonesian Arts And Culture Scholarship

## 1. PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia menyelenggarakan program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia / *Indonesian Arts and Culture Scholarship*. Program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* sebagai salah satu upaya Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia untuk memperkenalkan seni dan budaya Indonesia kepada masyarakat Internasional. Peserta dari program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* berasal dari orang asing dan diaspora Indonesia yang berdomisili di luar negeri. Program beasiswa yang digagas oleh Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia bertujuan untuk memperkuat *people to people contact* (Yew dan Madu, 2018:30), dan memberikan kesempatan kepada pemuda-pemudi luar negeri untuk mendalami seni dan budaya di Indonesia. Penerima program beasiswa memperoleh pelatihan seni dan budaya Indonesia seperti tari tradisional, musik tradisional, bahasa daerah, kearifan lokal, dan lagu daerah (Prabhawati, 2018:164). Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia bermitra dengan enam (6) sanggar kesenian di Indonesia sebagai instruktur pelatihan yaitu Sanggar Tari dan Musik Soyani di Padang, Gubang Art Community di Tenggara Kutai Kartanegara, Kazaki Art School di Makassar, Sanggar Seni Semarandana di Bali, Sanggar Langlang Buana di Banyuwangi, dan Sanggar Kinanti Sekar di Yogyakarta ([kemenlu.go.id/2021](http://kemenlu.go.id/2021)).

Bali merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Indonesia yang memiliki keragaman seni dan budaya. Pengembangan pariwisata di Bali mengedepankan konsep pariwisata berbasis budaya dengan memanfaatkan seni dan budaya sebagai daya tarik wisata (Perda Provinsi Bali Nomor 5 tahun 2020). Pelestarian seni dan budaya Bali masih sangat terasa pada kehidupan masyarakatnya yang sangat khas dalam mempertahankan budaya leluhurnya. Kebudayaan Bali turut serta dalam program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* yang digagas oleh Pemerintah melalui Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. Kementerian Luar Negeri

Republik Indonesia bermitra dengan salah satu sanggar seni di Bali yaitu Sanggar Seni Semarandana yang bergerak di bidang seni tari dan seni tabuh (musik tradisional Bali) sebagai mitra dalam penyelenggaraan program *Indonesian Arts and Culture Scholarship*. Sanggar Seni Semarandana berlokasi di Desa Munggu, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung yang telah ditetapkan sebagai desa wisata melalui Peraturan Bupati Badung Nomor 47 Tahun 2010 tentang Penetapan Kawasan Desa Wisata di Kabupaten Badung. Melalui Sanggar Seni Semarandana, masyarakat Internasional yang terpilih dalam program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* berkesempatan belajar seni dan budaya dan lebih mendalami kebudayaan Bali. Selain itu, peserta *Indonesian Arts and Culture Scholarship* yang memperoleh pelatihan di Sanggar Seni Semarandana juga dapat berwisata untuk melepas rasa lelah dengan mengunjungi destinasi wisata yang ada di Bali.

Munculnya wabah *corona virus disease* 2019 (Covid-19) yang mematikan sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan kegiatan belajar mengajar seni dan budaya di Sanggar Seni Semarandana. Pemerintah mengeluarkan kebijakan untuk menekan penularan Covid-19 dengan membatasi pergerakan masyarakat, sehingga berdampak terhadap proses pelatihan di seluruh sanggar seni mitra Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, termasuk Sanggar Seni Semarandana. Dalam kondisi demikian, aktivitas belajar seni dan budaya tidak dapat dilakukan secara tatap muka. Pada tahun 2020, program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* ditiadakan akibat pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 merupakan rintangan bagi penggiat seni dalam melaksanakan aktivitasnya. Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia berkoordinasi dengan sanggar seni mitra untuk menyusun strategi baru dalam penyelenggaraan program *Indonesian Arts and Culture Scholarship*. Pada tahun 2021-2022, penyelenggaraan program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* dilaksanakan kembali dengan konsep yang berbeda yaitu secara *virtual*. Penelitian ini menganalisis



perbandingan pelaksanaan program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* di Sanggar Seni Semarandana pra dan post Covid-19. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana pelaksanaan Program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* di Sanggar Seni Semarandana pra dan post pandemi Covid-19. Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia bersama sanggar seni mitra menyusun berbagai strategi sebagai salah satu upaya agar tetap bertahan akibat pandemi Covid-19 melalui penyelenggaraan program *virtual Indonesian Arts and Culture Scholarship*.

## 2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif komparatif dengan pendekatan kualitatif. Penggunaan metode analisis deskriptif komparatif dalam penelitian ini adalah dengan membandingkan pelaksanaan program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* di Sanggar Seni Semarandana pra dan post Covid-19. Penelitian ini dilakukan di Sanggar Seni Semarandana yang merupakan mitra Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia dalam program *Indonesian Arts and Culture Scholarship*. Sanggar Seni Semarandana yang terletak di Banjar Gambang, Desa Munggu, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui hasil wawancara dengan Ketua Sanggar Seni Semarandana. Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui dokumen seperti buku, dan artikel-artikel penelitian terkait dengan diplomasi budaya. Wawancara yang dilakukan dengan Ketua Sanggar Seni Semarandana bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai penyelenggaraan program *virtual Indonesian Arts and Culture Scholarship* di Sanggar Seni Semarandana.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Gambaran Umum Sanggar Seni Semarandana

Sanggar Seni Semarandana berlokasi di Banjar Gambang, Desa

Munggu, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung. Sanggar Seni Semarandana didirikan oleh Bapak Dr. Drs. I Nyoman Nikanaya, M.M. Sanggar Seni Semarandana berdiri sejak tahun 2002 yang bergerak di bidang kesenian dan kebudayaan Bali khususnya seni tari dan seni tabuh. Pembentukan Sanggar Seni Semarandana bermula dari ketertarikan beliau pada bidang seni. Beliau akrab disapa dengan panggilan *kakiang* (yang artinya kakek). Sanggar Seni Semarandana beranggotakan para seniman dan pecinta kesenian serta kebudayaan Bali. Berdasarkan hasil wawancara, beliau menyampaikan bahwa sejak menginjak Sekolah Dasar (SD) sudah tertarik pada semua bidang seni seperti seni ukir, seni tari, tabuh, dan melukis. Beliau mengawali karirnya sebagai seorang Guru Seni Rupa, lalu dipercaya menjadi Kepala Taman Budaya Bali sejak 31 Desember 1997, kemudian pernah menjabat sebagai Kepala Dinas Kebudayaan Propinsi Bali. Dilihat dari perjalanan karirnya, tentu beliau menangani semua bidang kesenian. Pembentukan Sanggar Seni Semarandana berawal dari pemikiran beliau sebagai berikut:

*“Saya mempunyai pemikiran kalau saya pensiun, perjuangan saya akan terputus, jadi sebelum pensiun saya membuat sanggar kepunyaan pribadi di rumah yaitu Sanggar Seni Semarandana. Setelah pensiun, saya akan tetap berjuang di bidang seni dan budaya dan tetap mempertahankan budaya Bali agar tetap ajeg. Saya ingin sekali budaya Bali tetap dilestarikan karena merupakan sumber kesejahteraan masyarakat Bali. Budaya Bali dikemas untuk mensejahterakan masyarakat Bali. Pariwisata Bali juga bertumpu pada kebudayaan (Wawancara, 11 Juni 2022).”*

Berawal dari pemikiran tersebut, seorang praktisi seni yang merupakan Ketua

Sanggar Seni Semarandana tetap kukuh melestarikan seni dan budaya Bali di usianya yang sudah sekitar 70-an tahun. Pola pikir beliau mendirikan Sanggar Seni Semarandana bertujuan untuk menggali kesenian-kesenian yang hampir punah untuk tetap dilestarikan. Setelah dilestarikan, tahap selanjutnya adalah melakukan pembinaan kepada generasi muda. Seni dan budaya lalu dikembangkan yang artinya dimodifikasi tanpa melepas *pakem* (aturan) tertentu agar generasi muda tertarik menonton pertunjukkan seni budaya, dan kemudian tertarik untuk belajar atau mendalami seni budaya. Setelah seni dan budaya tersebut berkembang baru sifatnya ekonomi yang artinya bisa dijual di bidang kepariwisataan. Tentunya dengan mempertimbangkan mana kesenian yang bersifat sakral dan bersifat balih-balihan atau hiburan. Pariwisata di Bali mengusung konsep pariwisata berbasis budaya. Bali sebagai daerah tujuan wisata mengedepankan tradisi, adat istiadat, seni, dan budaya, sehingga kebudayaan merupakan aset berharga warisan leluhur yang harus dilestarikan. Bali menempatkan kebudayaan sebagai landasan utama dalam kehidupan bermasyarakat dan juga berimbas pada pembangunan di bidang kepariwisataan. Kebudayaan sebagai modal pengembangan pariwisata di Bali secara langsung mensejahterakan masyarakat secara ekonomi. Mensejahterakan masyarakat Bali tentunya harus sejalan dengan kemajuan budaya tanpa mengurangi nilai-nilai luhur kebudayaan Bali. Selain bersifat ekonomi, hal tersebut tentunya juga merupakan salah satu upaya pelestarian untuk menjaga warisan leluhur agar tetap ajeg sepanjang zaman. Sanggar Seni Semarandana berperan sebagai tempat pengembangan dan pelestarian kesenian Bali dan memperkenalkan kesenian serta kebudayaan Bali kepada masyarakat Internasional. Sebelum bermitra dengan Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, Sanggar Seni Semarandana awalnya menerima wisatawan yang ingin belajar seni dan budaya dengan tarif sesuai

ketentuan. Pemandu wisata atau *guide* biasanya membawa wisatawan yang ingin belajar seni dan budaya ke Sanggar Seni Semarandana. Ketua Sanggar Seni Semarandana berharap agar Sanggar Seni Semarandana dapat menjadi bagian dari upaya pelestarian seni dan budaya Bali. Instruktur seni di Sanggar Seni Semarandana memanfaatkan masyarakat lokal yaitu pemuda-pemudi di Desa Munggu yang kebanyakan lulusan dari Institut Seni Indonesia (ISI) Denpasar dan beberapa kerabat terdekat beliau yang merupakan Dosen Institut Seni Indonesia (ISI) Denpasar.

### **3.2 Penyelenggaraan Program Indonesian Arts and Culture Scholarship di Sanggar Seni Semarandana Pra Pandemi Covid-19**

Sanggar Seni Semarandana bersama sejumlah sanggar seni di Indonesia menjadi mitra program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* yang digelar oleh Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia sejak tahun 2003. Sanggar Seni Semarandana dalam program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* memberikan pelatihan seni tari, seni tabuh atau *gamelan*, seni rupa atau melukis, menyanyikan lagu daerah, tata rias, pengenalan busana, bahasa Indonesia, dan kearifan lokal. Mahasiswa asing juga turut serta dalam festival budaya / tradisi *mekotek* di Desa Wisata Munggu. Program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* merupakan program tahunan Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia dalam ajang diplomasi budaya. Diplomasi budaya merupakan pertukaran ide, informasi, seni, bahasa dan aspek budaya lainnya untuk menumbuhkan pemahaman bersama (Cummings, 2003). Diplomasi budaya bertujuan untuk mempengaruhi *foreign audience* agar memiliki pandangan positif terhadap budaya masyarakat, mendorong kerjasama antar negara, dan mencegah terjadinya konflik (Waller, 2009). Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia bersama sanggar mitra mencoba merangkul negara sahabat melalui program *Indonesian Arts and Culture Scholarship*.

Peserta program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* adalah masyarakat Internasional yang berasal dari kalangan dosen, para ahli dibidang budaya, dan profesi lainnya agar dapat menyebarluaskan pengetahuan terkait seni dan budaya Indonesia di negaranya masing-masing. Maraknya kasus kebudayaan Indonesia termasuk kebudayaan Bali yang diklaim kepemilikannya oleh negara asing, menjadikan program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* sebagai salah satu upaya untuk memperkenalkan seni dan budaya Indonesia kepada masyarakat Internasional. Program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* yang diselenggarakan di Sanggar Seni semarandana memperkenalkan Bali dengan keunikan budayanya di dunia internasional. Ketua Sanggar Seni Semarandana menyampaikan bahwa program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* tentu sangat membantu Pemerintah Propinsi Bali dalam mempromosikan budaya Bali ke mancanegara. Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia melalui program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* menjembatani antar negara sahabat, dan mempromosikan budaya Bali, khususnya di bidang pariwisata. Selain melestarikan budaya agar tetap ajeg, program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* juga merupakan keuntungan yang sangat besar bagi Bali di bidang promosi pariwisata Bali. Dengan adanya pelatihan seni untuk mahasiswa asing dalam program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* di Kabupaten Badung, diharapkan semakin banyak wisatawan mancanegara yang melakukan kunjungan sehingga dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Badung yang bersumber dari pariwisata. Program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* merupakan bagian dari promosi pariwisata. Mahasiswa asing program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* yang mempelajari, memperdalam, dan mengenal langsung kebudayaan Bali di Sanggar Seni Semarandana diharapkan dapat menginformasikan dan mempromosikan kebudayaan Bali di luar negeri.

Manfaat yang diperoleh melalui program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* adalah persahabatan antar negara lebih erat, pelestarian budaya, seni dan budaya yang merupakan kepemilikan Negara Republik Indonesia dikenal oleh masyarakat Internasional. Kendala yang dihadapi Ketua Sanggar Seni Semarandana dalam program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* adalah iklim/cuaca, makanan yang berbeda-beda di setiap negara, dan yang menjadi tantangan adalah bagaimana cara menyatukan semua negara yang berbeda budaya. Upaya-upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala-kendala yang dihadapi adalah: *Pertama*, mahasiswa asing harus belajar menyesuaikan diri dengan iklim yang ada di Indonesia. *Kedua*, Ketua Sanggar Seni Semarandana awalnya hampir setiap hari menanyakan seluruh mahasiswa asing mengenai sarapan dengan menu apa keesokan harinya, dibuatkan *list* masing-masing orang dengan menu *berakfast* yang berbeda-beda. Namun, lama-kelamaan mahasiswa asing mulai sepakat untuk sarapan dengan menu nasi goreng bersama-sama, atau menu lainnya secara bersama-sama. *Ketiga*, pada saat evaluasi kegiatan pelatihan seni, Ketua Sanggar Seni Semarandana membentuk *group discussion* sehingga terjadi interaksi dan mereka lebih mengenal satu sama lain. Di samping itu, setiap mahasiswa asing juga diberikan kesempatan untuk menunjukkan seni dan budayanya di hadapan teman-temannya, misalnya mahasiswa asing dari India menari tarian India dan diikuti oleh teman-temannya yg lain, tentu mereka akan berbaur satu sama lain sehingga lama-kelamaan menjadi akrab.

Mahasiswa asing diberikan kesempatan untuk belajar seni selama 3 (tiga) bulan. Pelatihan seni dan budaya di Sanggar Seni Semarandana dilaksanakan setiap hari Senin – Jumat mulai pukul 10.00 – 16.00 Wita. Ketua Sanggar Seni Semarandana memiliki program *tour* pada hari Sabtu. Mahasiswa asing diajak berwisata mengunjungi destinasi wisata di Bali, dan libur di hari Minggu. Disamping itu, mahasiswa asing juga mendapatkan waktu untuk liburan selama satu minggu, mereka dapat berkunjung ke sanggar seni

lainnya yang menjadi mitra Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. Selama proses pelatihan berlangsung di Sanggar Seni Semarandana, mahasiswa asing menginap di Apartment Kak Okoh yang merupakan akomodasi milik Ketua Sanggar Seni Semarandana. Fasilitas yang dimiliki Sanggar Seni Semarandana termasuk sangat lengkap untuk menunjang aktivitas mahasiswa asing belajar seni di Bali termasuk sanggar (tempat pelatihan seni) dan tempat menginap yang merupakan kepunyaan pribadi. Hasil pelatihan seni dan budaya tersebut nantinya ditampilkan pada acara puncak yaitu Indonesia Channel yang menandakan berakhirnya program *Indonesian Arts and Culture Scholarship*. Mahasiswa asing yang telah menyelesaikan pelatihan seni dan budaya nantinya menjadi *friends of Indonesia* sekaligus sebagai duta Indonesia yang akan memperkenalkan seni dan budaya Indonesia di negaranya masing-masing. Ketua Sanggar Seni Semarandana juga meminta mahasiswa asing untuk membuat kesan dan pesan selama pelatihan seni di Bali, lalu kesan dan pesan dari masing-masing mahasiswa asing digabung dan membentuk sebuah buku.

### **3.3 Penyelenggaraan Program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* di Sanggar Seni Semarandana Post Pandemi Covid-19**

Sejak tahun 2003 hingga 2019, program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* diselenggarakan setiap tahunnya. Munculnya wabah pandemi Covid-19, Pemerintah membuat kebijakan yang membatasi pergerakan masyarakat, dan tidak melakukan aktivitas yang menciptakan kerumunan. Pada tahun 2020, secara resmi diumumkan melalui akun Instagram @iacs\_kemlu bahwa program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* akan diselenggarakan pada tanggal 5 Mei – 18 Agustus 2020, lalu beberapa hari kemudian pihak Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia sempat melakukan *revised schedule*. Mempertimbangkan kondisi global terkait pandemi Covid-19 yang berpengaruh terhadap keselamatan semua orang, Pemerintah juga telah

mengeluarkan kebijakan *physical distancing*, pembatasan bepergian, pemotongan kapasitas penumpang oleh maskapai-maskapai internasional, dan pembatasan akses masuk bagi warga negara asing oleh Pemerintah Indonesia, sehingga diputuskan bahwa penyelenggaraan program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* tahun 2020 dibatalkan. Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia bersama penggiat seni mitra program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* mencari langkah terbaik untuk tetap bertahan.

Sebagai langkah utama, Sanggar Seni Semarandana (Bali) melaksanakan kegiatan *online reunion on alumni talk* agar komunikasi tetap terjalin melalui aplikasi *whatsapp group* yang melibatkan para alumni untuk saling bercerita membagikan pengalamannya. Terkait *maintenance*, Ketua Sanggar Seni Semarandana mengatakan bahwa alat musik tradisional atau *gamelan* yang tidak dipakai oleh mahasiswa asing biasanya digunakan untuk latihan bagi mahasiswa/mahasiswi Institut Seni Indonesia (ISI) Denpasar yang akan melangsungkan ujian tugas akhir. Ketua Sanggar Seni Semarandana juga menyampaikan bahwa mahasiswa/mahasiswi Institut Seni Indonesia (ISI) Denpasar yang akan ujian tugas akhir dengan membuat tabuh dan tari, mereka berlatih di Sanggar Seni Semarandana tidak diminta untuk membayar biaya sewa alat dan tempat, mereka diijinkan untuk memakai fasilitas sanggar. Ketua Sanggar Seni Semarandana merasa sangat bersyukur sekali anak-anak muda memiliki semangat yang tinggi untuk melestarikan seni dan budaya Bali. Hal yang cukup sulit dilakukan bagi Ketua Sanggar Seni Semarandana terkait *maintenance* adalah melakukan perawatan terhadap busana tari yang harus mendapatkan perhatian dan perawatan khusus agar tetap awet dan tidak lusuh, sehingga setiap satu hingga dua bulan sekali selalu diperiksa dan diberikan pengawet pakaian agar tidak terkena serangan jamur.

Setelah vakum selama satu tahun akibat pandemi Covid-19, seiring dengan adanya kebijakan terkait tatanan kehidupan



era baru maka Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia bersama sanggar seni mitra mulai beradaptasi dengan memanfaatkan teknologi. Program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* diselenggarakan secara *virtual* pada tahun 2021–2022. *Virtual Indonesian Arts and Culture Scholarship* merupakan upaya untuk beradaptasi menghadapi pandemi Covid-19. Hal tersebut juga dilakukan sebagai salah satu bentuk apresiasi Kementerian Luar Negeri Republik terhadap penggiat seni di sanggar seni mitra yang terdampak akibat pandemi Covid-19 agar tetap bisa berkarya. Terdapat beberapa persyaratan untuk mengikuti program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* 2021–2022 adalah berkomitmen pada program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* selama dua (2) bulan, usia 19-35 tahun, non-Indonesia atau diaspora Indonesia yang berdomisili di luar negeri, tinggal di kota dekat dengan kedutaan Indonesia, dan mempunyai akses internet yang memadai.

Pada tahun 2021, program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* mengangkat tema “Jauh di Mata, Dekat di Hati”. *It means that although Indonesia is far from home, it’s always reverberate in your heart.* (terjemahan: meskipun Indonesia jauh dari tempat tinggal kalian, namun selalu terasa dekat di hati). Program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* 2021 diselenggarakan sejak 25 September – 14 November 2021. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua Sanggar Seni Semarandana dapat diketahui bahwa, “dalam program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* tahun 2021, mahasiswa asing yang melakukan pelatihan seni dan budaya Bali di Sanggar Seni Semarandana berasal dari 7 (tujuh) negara yaitu Jepang, Laos, Thailand, Singapura, Rusia, Serbia, dan Portugal”. Ketua Sanggar Seni Semarandana mencoba menyesuaikan waktu antara seluruh peserta dan instruktur seni dalam proses pelatihan seni secara *virtual*. Ketua Sanggar Seni Semarandana bersama seluruh mahasiswa asing membuat kesepakatan melalui *whatsapp group*. Berdasarkan kesepakatan yang telah dibuat, maka Ketua Sanggar Seni Semarandana memutuskan pelatihan seni dan budaya Bali

berlangsung mulai pukul 16.00 Wita. Apabila mahasiswa asing berhalangan hadir tentunya mereka meminta ijin terlebih dahulu kepada Ketua Sanggar Seni Semarandana. Pelatihan tari pada program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* 2021 berlangsung secara *virtual* tanpa adanya sentuhan fisik dari instruktur seni, namun mahasiswa asing rupanya dapat menari dengan baik seperti gambar di bawah ini:



**Gambar 1.** Penampilan *Virtual* Tari Puspawresthi

Sumber: @sanggarsenisemarandana, 2021

Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia juga mendorong sanggar seni mitra untuk membuat kurikulum *virtual Indonesian Arts and Culture Scholarship*. Kurikulum di Sanggar Seni Semarandana yang awalnya terdiri dari pelatihan seni tari, seni tabuh atau *gamelan*, seni rupa atau melukis, menyanyikan lagu daerah, tata rias, pengenalan busana, bahasa Indonesia, dan kearifan lokal, dengan adanya gagasan baru tersebut sehingga terjadi perubahan kurikulum. Kurikulum *virtual Indonesian Arts and Culture Scholarship* 2021 yang diajarkan di Sanggar Seni Semarandana mencakup pelatihan seni Tari Puspawresthi, menyanyikan lagu daerah Bali yang berjudul *Puteri Cening Ayu*, dan seni rupa (melukis tokoh pewayangan). Berikut ini merupakan dokumentasi selama pelatihan berlangsung secara *virtual* di Sanggar Seni Semarandana menggunakan *platform* Zoom Meeting.





**Gambar 2.** Pelatihan Menyanyi dan Melukis Melalui Platform Zoom Meeting  
Sumber: @sanggarsenisemarandana, 2021

Dalam kurikulum *virtual Indonesian Arts and Culture Scholarship* 2021 terdapat cuplikan-cuplikan video yang berisi gerakan-gerakan tari dengan dua versi durasi yaitu gerakan cepat dan gerakan lambat agar memudahkan mahasiswa asing untuk mengikuti gerakan pada video yang ditampilkan melalui platform Zoom Meeting. Tentu dalam kurikulum *virtual*, kameramen berperan aktif dalam berlangsungnya proses latihan. Terkait pelatihan menyanyikan lagu *Puteri Cening Ayu*, mahasiswa asing belajar melalui *video klip* yang dilengkapi dengan lirik lagu *Puteri Cening Ayu*. Sebelum mahasiswa asing berlatih menyanyikan lagu *Puteri Cening Ayu*, Ketua Sanggar Seni Semarandana menceritakan filsafat dari lagu *Puteri Cening Ayu* terlebih dahulu agar mahasiswa asing dapat memahami makna dari lagu tersebut. Pada *closing event* atau acara puncak “Indonesia Chanel 2021” diselenggarakan secara hybrid pada tanggal 20 November 2021. Sanggar Tari dan Musik Soyani di Padang menjadi tuan rumah dalam *closing event virtual Indonesian Arts and Culture Scholarship* 2021, dan juga berlangsung secara daring platform Zoom Meeting.

Pada tahun 2022, pelaksanaan program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* 2022 juga berlangsung secara *virtual* dengan mengangkat tema, “Aku Rindu Indonesia” yang diselenggarakan sejak 15 Mei – 16 Juli 2022. Dalam program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* tahun 2022, mahasiswa asing yang melakukan pelatihan seni dan budaya Bali di Sanggar Seni Semarandana berasal dari 8 (delapan) negara yaitu Thailand, Singapore, Jepang, China, Solomon, Laos, Pakistan, dan Afghanistan (Wawancara, 6 Oktober

2022). Pada saat acara pembukaan *Indonesian Arts and Culture Scholarship* tahun 2022 yang berlangsung di Sanggar Seni Semarandana dihadiri oleh Direktorat Jenderal Informasi dan Diplomasi Publik, dan pihak Dinas Pariwisata Kabupaten Badung (Wawancara, 6 Oktober 2022). Berikut ini merupakan dokumentasi acara pembukaan dan kegiatan selama pelatihan berlangsung secara *virtual* di Sanggar Seni Semarandana melalui platform Zoom Meeting.



**Gambar 3.** Pelatihan Menari Melalui Platform Zoom Meeting

Sumber: ProkomKukar Youtube, 2022

Kurikulum *virtual Indonesian Arts and Culture Scholarship* 2022 yang diajarkan di Sanggar Seni Semarandana mencakup pelatihan seni Tari Puspawresti, menyanyikan lagu daerah Bali yang berjudul *Ratu Anom*, dan *Balinese picture of Dewi Kunti*. Pelaksanaan waktu selama pelatihan juga disepakati berlangsung mulai pukul 16.00 Wita. Pelatihan program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* 2022 yang juga berlangsung secara *virtual* tanpa adanya sentuhan fisik dari instruktur seni, namun mahasiswa asing rupanya juga dapat menari dengan baik seperti gambar di bawah ini:



**Gambar 4.** Penampilan *Virtual Tari Puspawresti*  
Sumber: ProkomKukar Youtube, 2022

Dalam kurikulum *virtual Indonesian Arts and Culture Scholarship* 2022 juga terdapat cuplikan-cuplikan video yang berisi gerakan-gerakan tari dengan dua versi durasi yaitu gerakan cepat dan gerakan lambat. Hal tersebut bertujuan untuk memudahkan mahasiswa asing untuk mengikuti gerakan pada video yang ditampilkan melalui *platform* Zoom Meeting. Terkait pelatihan menyanyikan lagu *Ratu Anom*, mahasiswa asing belajar melalui *video klip* yang dilengkapi dengan lirik lagu *Ratu Anom*. Sebelum mahasiswa asing berlatih menyanyikan lagu *Ratu Anom*, Ketua Sanggar Seni Semarandana menceritakan filsafat dari lagu *Ratu Anom* terlebih dahulu agar mahasiswa asing dapat memahami makna dari lagu tersebut. Pada *closing event* atau acara puncak “Indonesia Chanel 2022” juga diselenggarakan secara hybrid pada tanggal 23 Juli 2022. Gubang Art Community dari Tenggarong, Kutai Kartanegara mendapatkan kesempatan menjadi tuan rumah dalam *closing event virtual Indonesian Arts and Culture Scholarship* 2022, dan juga berlangsung secara daring *platform* Zoom Meeting.

**Tabel 1.** *Mapping Indonesian Arts and Culture Scholarship (IACS) Pra dan Post Pandemi Covid-19*

<i>Indonesian Arts and Culture Scholarship</i> Pra Pandemi Covid-19	<i>Indonesian Arts and Culture Scholarship</i> Post Pandemi Covid-19	
Kurikulum IACS	Tema <i>Virtual IACS</i>	Kurikulum <i>Virtual IACS</i>
1. Seni Tari,	Jauh di Mata, Dekat	<i>Balinese Dance</i> Tari Puspawresti

2. Seni Tabuh atau <i>Gamelan</i> ,	di Hati (2021)	<i>Balinese Song</i>	Lagu <i>Puteri Cening Ayu</i>
3. Seni Rupa atau Melukis,		<i>Balinese Picture</i>	Melukis Tokoh Pewayangan
4. Menyanyikan lagu daerah,			
5. Tata Rias,			
6. Pengenalan Busana,	Aku Rindu Indonesia (2022)	<i>Balinese Dance</i>	Tari Puspawresti
7. Bahasa Indonesia, dan		<i>Balinese Song</i>	Lagu <i>Ratu Anom</i>
8. Kearifan Lokal.		<i>Balinese Picture</i>	Melukis Dewi Kunti

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Hal-hal yang membedakan kurikulum sebelum pandemi Covid-19 dengan kurikulum *virtual Indonesian Arts and Culture Scholarship* 2021–2022 di Sanggar Seni Semarandana adalah pelatihan seni dalam program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* yang awalnya berlangsung selama 3 (tiga) bulan, kini pelaksanaan secara *virtual* hanya berlangsung selama 2 (dua) bulan. Program pelatihan seni yang awalnya juga terjadwal dengan baik setiap hari Senin hingga Jumat, kini hanya diselenggarakan setiap akhir pekan yaitu pada hari Sabtu dan Minggu selama 16 (enam belas) kali pertemuan. Pada awalnya kurikulum *Indonesian Arts and Culture Scholarship* sebelum pandemi Covid-19 mencakup pelatihan seni tari, seni tabuh atau *gamelan*, seni rupa atau melukis, menyanyikan lagu daerah, tata rias, pengenalan busana, bahasa Indonesia, dan kearifan lokal. Sedangkan kurikulum *virtual* hanya mencakup pelatihan seni tari (*Balinese dance*), menyanyikan lagu daerah (*Balinese song*), dan melukis (*Balinese pictures*). Melalui program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* 2021–2022 yang diselenggarakan secara *virtual*, diharapkan agar masyarakat Internasional dapat belajar seni dan budaya Indonesia dari negara asalnya.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang mengkaji tentang analisis komparatif pelaksanaan *Indonesian Arts and Culture Scholarship* di Sanggar Seni Semarandana pra dan post pandemi Covid-19 dapat disimpulkan bahwa adanya persamaan dan perbedaan dalam pelaksanaan Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia pra dan post pandemi Covid-19. Adapun persamaan dalam pelaksanaan Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia di Sanggar Seni Semarandana pra dan post pandemi Covid-19 adalah tetap mempromosikan seni dan budaya Bali ke masyarakat internasional. Perbedaannya dapat dilihat dari kurikulum yang diajarkan, ketika pra pandemi Covid-19 mahasiswa asing belajar seni dan budaya Bali di Sanggar Seni Semarandana melalui Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia diberikan pelatihan seni tari, seni tabuh atau *gamelan*, seni rupa atau melukis, menyanyikan lagu daerah, tata rias, pengenalan busana, bahasa Indonesia, dan kearifan lokal. Namun, ketika post pandemi pelaksanaan Program Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia dilakukan secara *virtual* menggunakan *platform* Zoom Meeting sehingga mahasiswa asing hanya bisa mempelajari seni tari, seni rupa atau melukis, dan menyanyikan lagu daerah Bali. Rekomendasi penelitian ini ditujukan kepada pembaca, dan juga peneliti yang akan melakukan penelitian serupa dengan harapan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi kedepannya.

#### REFERENSI

- Cummings, M. C. (2003). *Cultural Diplomacy and the United States Government*. United States: Center for arts and culture.
- Dinas Pariwisata Daerah Provinsi Bali. 2020. "List of Rural Tourism in Bali", Link: <https://disparda.baliprov.go.id>, diakses 1 Mei 2022.
- Indonesian Arts and Culture Scholarship (IACS). Instagram @iacs\_kemlu, Link: [https://www.instagram.com/iacs\\_kemlu/](https://www.instagram.com/iacs_kemlu/) diakses 1 Mei 2022.
- Indonesian Arts and Culture Scholarship (IACS) Bali. Instagram

- @sanggarsenisemarandana, Link: <https://www.instagram.com/sanggarsenisemarandana/> diakses 1 Mei 2022.
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. 2021. "Pembukaan Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia Virtual tahun 2021", Link: <https://kemlu.go.id/portal/id/read/2964/berita/pembukaan-beasiswa-seni-dan-budaya-indonesia-virtual-tahun-2021> diakses 1 Mei 2022.
- Peraturan Bupati Badung Nomor 47 Tahun 2010 tentang Penetapan Kawasan Desa Wisata di Kabupaten Badung.
- Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 5 Tahun 2020 tentang Standar Penyelenggaraan Kepariwisataaan Budaya Bali.
- Prabhawati, A. (2019). Upaya Indonesia dalam Meningkatkan Kualitas Pariwisata Budaya Melalui Diplomasi Kebudayaan. *Journal of Tourism and Creativity*, 2(2).
- Waller, M. J. (2009). *Cultural Diplomacy, Political Influence, and Integrated Strategy*. Washington, DC: Institute of World Politics Press.
- Yew, L. W., & Madu, L. (2018). Upaya Peningkatan Diplomasi Publik Indonesia Di Negara-Negara ASEAN Melalui Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia (BSBI). *Jurnal Studi Diplomasi Dan Keamanan*, 10(2).





Volume 5 Nomor 2, Desember 2022, pages: 115-126

## **PROTOKOL KEBERSIHAN KESEHATAN KEAMANAN LINGKUNGAN PADA *EVENT* BALI AND *BEYOND TRAVEL FORUM 2022* DI BALI**

### ***CLEAN HEALTH SAFETY ENVIRONMENT PROTOCOL AT BALI AND BEYOND TRAVEL FORUM 2022 EVENT IN BALI***

**Gst. Bgs. Wirya Gupta<sup>1\*</sup>, Nelsye Lumanauw<sup>2</sup>**

Manajemen, Universitas Ngurah Rai<sup>1\*</sup>

wiryagupta@gmail.com

Pengelolaan Konvensi dan Peristiwa, Politeknik Internasional Bali<sup>2</sup>

Received: 18/10/2022

Revised: 03/12/2022

Accepted: 12/12/2022

#### **Abstrak**

Industri MICE di Bali mulai terasa geliatnya sejak awal tahun 2022, salah satunya adalah penyelenggaraan BBTF. *Event* BBTF diprakarsai oleh ASITA Bali sejak tahun 2014 dan merupakan salah satu ajang pameran perjalanan dan wisata internasional tahunan paling terkemuka di Indonesia. Penyelenggaraan BBTF menerapkan protokol kesehatan CHSE sebagai upaya pencegahan penyebaran virus corona. Namun, terjadi ketidaksesuaian antara upaya penerapan protokol kesehatan dan pelaksanaannya, sehingga menimbulkan pertanyaan bagaimana penerapan protokol kesehatan pada *event* tersebut yang juga menjadi tujuan penelitian ini. Lokasi penelitian dilakukan pada *event* BBTF di *venue* BICC yang berada di Hotel Westin Nusa Dua. Metode analisis deskriptif kualitatif menggunakan pendekatan standar operasional prosedur untuk MICE terhadap unsur-unsur protokol kesehatan CHSE yang mencakup kebersihan, kesehatan, keamanan, lingkungan dan penerapannya. Hasil penelitian mengungkapkan secara keseluruhan *event* BBTF telah melaksanakan protokol kesehatan CHSE sesuai dengan aturan pemerintah. Namun, terdapat kelalaian dan ketidakdisiplinan yang dilakukan oleh peserta terhadap unsur-unsur protokol kesehatan, khususnya pemantauan proses selama berlangsungnya *event*. Kelalaian dan ketidakdisiplinan mengakibatkan beberapa peserta asal mancanegara setelah menghadiri *event* tersebut terindikasi gejala COVID-19 dan harus melakukan karantina di negaranya. Kesimpulan penelitian ini adalah kesadaran dan kepatuhan oleh peserta dan panitia merupakan hal penting untuk keamanan dan kenyamanan peserta, serta reputasi *event*.

**Kata Kunci:** MICE, CHSE, Protokol Kesehatan, COVID-19

#### **Abstract**

The MICE industry in Bali began to feel vibrant since the beginning of 2022. The BBTF event was initiated by ASITA Bali since 2014 and is one of the most prominent annual international travel and tourism exhibitions in Indonesia. The BBTF implementation applies the CHSE health protocol as an effort to prevent the spread of the corona virus. However, there is a discrepancy between efforts to implement health protocols and their implementation, which raises the question of how to apply health protocols at the 2022 BBT event which is the purpose of this study. The location of the research was carried out at the BBTF event at the BICC venue at the Westin Nusa Dua Hotel. The qualitative descriptive analysis method uses a standard operating procedure approach for MICE to the elements of the CHSE health protocol which includes hygiene, health, safety, environment and its application. The results of the study revealed that overall BBTF events had implemented the CHSE health protocol in accordance with government

*regulations. However, there were omissions and indiscipline by participants regarding the elements of the health protocol, especially the monitoring of progress during the event. Negligence and indiscipline resulted in several participants from abroad after attending the event indicated symptoms of COVID-19 and had to quarantine in their country. The conclusion of this study is that awareness and compliance by participants and committee are important for the safety and comfort of participants, as well as the reputation of the event.*

**Keywords:** MICE, CHSE, Health Protocol, COVID-19

---

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan situasi pandemi COVID-19 sejak awal 2022 di Indonesia sudah berangsur membaik. Situasi ini seiring dengan pariwisata Bali yang mulai menunjukkan geliat dan didorong dengan adanya kebijakan-kebijakan yang memungkinkan wisatawan kembali mau melakukan perjalanan wisata ke Indonesia, khususnya Pulau Bali. Kebijakan *visa on arrival* untuk berbagai negara dan dibukanya penerbangan internasional merupakan berita penting sekaligus memberi motivasi bagi pelaku pariwisata untuk turut serta bersama pemerintah memulihkan pariwisata.

Industri *meeting incentive convention exhibition* (MICE) sebagai salah satu unsur pariwisata juga mulai terasa geliatnya, khususnya di Bali. Beragam *event* mulai digelar sebagai wujud upaya pemulihan pariwisata. Bali Spirit Festival, Pesta Kesenian Bali dan Bali & Beyond Tourism Forum (BBTF) adalah beberapa contoh *event* yang telah diselenggarakan. Situasi membaik dari pandemi harus dijaga, oleh karenanya penyelenggaraan *event* harus tetap menerapkan protokol kesehatan yang mencakup unsur-unsur kebersihan, kesehatan, keamanan, dan lingkungan yang biasa dikenal dengan *clean health safety environment* (CHSE).

Penyelenggaraan kegiatan pertemuan pada masa pandemi Covid 19 ini memberikan banyak tantangan bagi penyelenggara kegiatan dan juga destinasi penyelenggara (Wardhani & Rudatin, 2021: 262). Lumanauw dan Gupta (2022: 68) menyebutkan penerapan protokol kesehatan CHSE pada unsur kebersihan, kesehatan, keselamatan dan kelestarian lingkungan berperan penting guna mencegah dan mengendalikan penyebaran Covid-19.

BBTF merupakan salah satu ajang pameran perjalanan dan wisata internasional tahunan paling terkemuka di Indonesia. Penyelenggaraan BBTF diprakarsai oleh Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata Indonesia atau *Association of The Indonesian Tours and Travel Agencies* (ASITA) Bali sejak 2014. Dengan demikian pelaksanaan BBTF tahun 2022 merupakan pelaksanaan ke delapan. Di tengah pandemi Covid-19, *event* BBTF tahun 2020 dan 2021 tetap dilaksanakan secara terbatas dan *live streaming*. Namun demikian, *event* tersebut memberi makna bagi para *stakeholders* untuk tetap berkolaborasi menghadapi tantangan pandemi dan juga membuka kesempatan berkarya dalam mengangkat potensi Indonesia dan keunggulan produk-produk yang dimiliki masyarakat.

Pelaksanaan BBTF 2022 bertepatan *Balancing in Harmony* dan digelar di kawasan The Nusa Dua Bali, yaitu di Bali International Convention Centre (BICC) pada tanggal 14 sampai 17 Juni 2022. Terdapat dua *venue* yang digunakan untuk penyelenggaraan *event* tersebut. Mangupura Hall untuk para *exhibitor* yang berasal dari unsur-unsur pariwisata, seperti hotel, biro perjalanan wisata, atraksi wisata dan dinas pariwisata. Exhibition Hall dikhususkan untuk para *exhibitor* dari para pengusaha industri kerajinan. ([www.bbtf.co.id](http://www.bbtf.co.id)).

Peserta BBTF 2022 berasal dari 30 negara, dengan jumlah peserta 181 sebagai *sellers* dari 13 provinsi di Indonesia dan dihadiri oleh 273 sebagai *buyers* diantaranya berasal dari Australia, India, Perancis, Filipina, United Kingdom, Emirates, Jerman, Nigeria, United State, China dan Asia yang hadir secara tatap muka dan *virtual*. BBTF 2022 diharapkan menjadi upaya komunikasi dan jembatan antar pelaku industri pariwisata guna

membangkitkan ekonomi pariwisata *post*-pandemi dan mata rantai promosi destinasi maupun produk wisata berkelanjutan.

Penyelenggaraan BBTF di tengah situasi membaik dari pandemi COVID-19 tidak semata melalaikan penerapan protokol kesehatan. BBTF sebagai *event* berskala internasional harus tetap menerapkan protokol kesehatan CHSE dengan baik. Di samping sebagai upaya pencegahan penyebaran, *event* tersebut juga menjadi sorotan internasional yang akan menjadi penilaian terhadap protokol kesehatan yang diterapkan. Penerapan tatanan kehidupan era baru penting guna mencegah terjadinya penularan COVID-19 dan menjamin keselamatan serta keamanan wisatawan yang berkunjung (Gupta & Lumanauw, 2020:86).

Dukungan pemerintah terhadap penyelenggaraan *event* MICE dengan menerbitkan aturan protokol kesehatan CHSE melalui panduan operasional dari Keputusan Menteri Kesehatan nomor K.01.07/Menkes/382/2020 tentang Protokol Kesehatan Bagi Masyarakat di Tempat dan Fasilitas Umum dalam Rangka Pencegahan dan Pengendalian *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19). Aturan protokol kesehatan tersebut menjadi panduan penerapan protokol kesehatan pada penyelenggaraan *event* BBTF.

Ratusan peserta dari berbagai daerah di Indonesia dan mancanegara berkumpul di *event* BBTF 2022 memunculkan beragam perilaku terhadap protokol kesehatan yang diterapkan. Setiap peserta *event* BBTF baik sebagai *sellers* maupun *buyers* diwajibkan menerapkan protokol kesehatan tersebut. Antusias para peserta dalam berinteraksi memunculkan beragam perilaku dalam penerapan protokol kesehatan CHSE. Hal ini bisa dipahami mengingat situasi puncak pandemic tahun 2020 dan 2021 sebelumnya terdapat keterbatasan dalam berinteraksi tatap muka langsung.

Penerapan perilaku sosial yang baru pada masyarakat tidaklah mudah dan masih ada sebagian orang masih belum taat dalam penerapan kebiasaan baru ini (Riyadi & Larasaty, 2020: 46). Jaga jarak satu meter tidak diindahkan, terutama oleh peserta yang

sudah saling mengenal. Ketersediaan pencuci tangan berupa *hand sanitizer* di tempat-tempat yang mudah dijangkau, tampak tidak dimanfaatkan oleh peserta. Keterbatasan waktu *appointment* antara *sellers* dan *buyers* mengakibatkan delegasi harus jalan dengan terburu-buru mencapai lokasi, sehingga tanpa sengaja terjadi kontak fisik. Para delegasi yang berada di satu ruangan dengan *air conditioner* (AC) tidak memakai masker dalam berkomunikasi secara lisan. Kelalaian-kelalaian tersebut mengakibatkan terjadinya penularan virus corona. Hal ini terjadi pada beberapa peserta yang mengalami gejala COVID-19 setelah mengikuti *event* dan terdeteksi saat kembali ke negaranya.

Beberapa kelalaian tersebut menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara upaya penerapan protokol kesehatan dan pelaksanaannya, serta menimbulkan pertanyaan bagaimana penerapan protokol kesehatan pada *event* BBT 2022. Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan guna menjawab pertanyaan tersebut dan memberikan perhatian khusus terhadap penerapan protokol kesehatan CHSE pada suatu *event*.

Kepatuhan terhadap aturan penyelenggaraan *event*, dalam hal ini protokol kesehatan, menjadi salah satu tolok ukur kesuksesan *event*. Hal ini penting karena protokol kesehatan merupakan keharusan walaupun tingkat penularannya sudah berkurang. Namun demikian, belum ada perubahan status pandemi menjadi endemi dari pemerintah. Selain itu, wisatawan memerlukan jaminan keamanan berbasis fakta saat berkunjung ke destinasi wisata yang sudah melakukan sertifikasi protokol kesehatan (Lumanauw & Sumartana, 2022: 215). Hasil penelitian ini juga bisa menjadi pertimbangan tolok ukur kepatuhan terhadap suatu aturan pada penyelenggaraan *event* selanjutnya.

## 2. METODE

Lokasi penelitian dilakukan pada *event* BBTF di *venue* BICC yang berada di Hotel Westin Nusa Dua. Metode analisis deskriptif kualitatif menggunakan pendekatan standar operasional prosedur (SOP) untuk MICE dari panduan CHSE oleh



Kementerian Pariwisata Ekonomi dan Kreatif (Kemenparekraf) 2020 dan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/Menkes/382/2020 tentang protokol kesehatan sebagai pedoman dalam melakukan sosialisasi dan penerapan kebersihan, kesehatan, keselamatan, dan kelestarian lingkungan demi meningkatkan keyakinan para peserta serta reputasi *event*. Sejak pandemi COVID-19, protokol CHSE menjadi faktor utama alasan kunjungan wisatawan, sehingga penerapannya merupakan keharusan, demi keamanan dan kenyamanan wisatawan.

Pengumpulan data dilakukan pada saat penyelenggaraan kegiatan atau *on event* BBTF 2022. Jenis data kualitatif berupa hasil analisis terhadap unsur-unsur protokol kesehatan CHSE yang mencakup kebersihan (*clean*), kesehatan (*health*), keamanan (*safety*), lingkungan (*environment*) dan penerapannya selama penyelenggaraan kegiatan BBTF. Sumber data primer diperoleh dari informan yang terlibat dalam kegiatan sehingga paham terhadap penyelenggaraan *event* BBTF. Adapun, sumber data sekunder diperoleh dari publisitas terkait *event* BBTF dan laman *website* [www.bbtf.co.id](http://www.bbtf.co.id). Teknik pengumpulan data penelitian dilakukan secara langsung di lokasi penyelenggaraan kegiatan melalui wawancara sekaligus observasi. Wawancara pada penelitian ini dilakukan terhadap informan berdasarkan *purposive sampling*, yaitu panitia BBTF, media, peserta asal Bali, luar Bali dan mancanegara. Kegiatan observasi dilakukan secara langsung pada saat berlangsungnya *event* BBTF. Selanjutnya data yang terkumpul dianalisis dan disimpulkan berdasarkan pedoman CHSE oleh Kemenparekraf, melalui tahapan setiap unsur kebersihan (*clean*), kesehatan (*health*), keamanan (*safety*) dan lingkungan (*environment*).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan terhadap protokol kesehatan CHSE pada *event* BBTF 2022 berdasarkan panduan khusus untuk pelaksanaan kegiatan MICE oleh Kemenparekraf yang disesuaikan dengan

kondisi *event* saat observasi. Panduan khusus mencakup tahapan *cleanliness*, *health*, *safety*, dan *environmental sustainability*. Berikut ulasan panduan protokol kesehatan (prokes) dan penerapannya pada *event* BBTF 2022.

Konsep dan teori yang sama telah dilakukan pada penelitian sebelumnya oleh Ningsi & Wibowo (2022). Penelitian tersebut mengungkapkan penerapan *cleanliness*, *health*, *safety* and *environmental sustainability* (CHSE) pada penyelenggaraan kegiatan wisata bagi pengelola keraton, abdi dalam, dan wisatawan di Keraton Kanoman. Adapun kesimpulan dari penelitian tersebut adalah pelaksanaan CHSE memerlukan kerjasama dari seluruh pihak untuk dapat menghasilkan produk dan pelayanan pariwisata di masa pandemic COVID-19.

Penelitian tersebut tidak mengungkapkan secara detail setiap unsur CHSE, sedangkan penelitian ini membahas setiap tahapan dari unsur CHSE, sebagai berikut.

#### *Cleanliness*

*Cleanliness* atau kebersihan terfokus pada sanitasi dan *hygiene* yang merupakan aspek mutlak dan harus dikuasai. Hal ini dikarenakan adanya sikap kritis konsumen yang makin meningkat, juga menjadi tuntutan manajemen terhadap karyawan. (Yuliastri & Yulianto, 2013: 2). Dengan demikian, aspek kebersihan harus mendapatkan perhatian serius.

Tahap kebersihan (*cleanliness*) difokuskan pada hal-hal yang terkait dengan upaya panitia untuk mewujudkan unsur kebersihan pada *event* dan penerapannya oleh seluruh personil baik para peserta maupun pihak panitia itu sendiri.

1. Memastikan penyediaan peralatan dan perlengkapan kesehatan, keselamatan, dan keamanan di tempat kegiatan (*venue*) sesuai pedoman teknis keselamatan dan kesehatan kerja (K3). Penerapan: peralatan dan perlengkapan prokes seperti alat pengukur suhu tubuh, masker, kotak pertolongan pertama pada kecelakaan (P3K) dan *handsanitizer* disediakan oleh panitia *event*, serta diletakkan pada tempat-tempat yang

strategis sehingga mudah dijangkau oleh para peserta. Utari, et al (2022: 202) menyebutkan penerapan protokol kesehatan dapat terlaksana dengan baik jika disediakan sarana prasarana yang menunjang seperti penyediaan masker, tempat mencuci tangan dan air mengalir, *hand wash* atau *hand sanitizer*, dan petunjuk jaga jarak

2. Menyediakan mikrofon untuk kegiatan MICE dan memastikan dalam kondisi telah didisinfeksi, bersih, dan aman ketika digunakan.

Penerapan: panitia *event* menyediakan beberapa mikrofon yang sudah didisinfeksi dan digunakan oleh ketua dan jajarannya pada saat konferensi pers, maupun saat menyampaikan berbagai informasi kepada para peserta.

3. Menyediakan wadah/tempat khusus untuk meletakkan masker yang akan digunakan kembali se usai makan, minum, dan pada saat menjadi pembicara dalam kegiatan MICE.

Penerapan: tidak ada tempat khusus untuk meletakkan masker saat makan, minum atau berbicara, karena hal ini dianggap sebagai tanggung jawab masing-masing peserta. Dengan demikian para peserta bertanggung jawab masing-masing terhadap keberadaan dan higienitas maskernya.

### **Health**

Keparahan dampak kesehatan yang dihasilkan, dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang memengaruhi individu (termasuk usia, penyakit yang sudah diderita dan kondisi kesehatan), serta langkah-langkah yang tersedia untuk mengendalikan dampak infeksi. (ILO, 2020: 14).

Tahap kesehatan (*health*) difokuskan pada hal-hal yang terkait dengan upaya panitia untuk mewujudkan unsur kesehatan pada *event* dan penerapannya oleh seluruh personil baik para peserta maupun pihak panitia itu sendiri.

4. Menyediakan peralatan dan perlengkapan kebersihan dan kesehatan, seperti masker, sarung tangan, peralatan pengukur suhu tubuh (termometer digital terkalibrasi), kotak obat, penanda

posisi berdiri dan duduk untuk menjaga jarak aman minimal 1 meter, serta tempat sampah khusus alat pelindung diri.

Penerapan: tersedia peralatan dan perlengkapan untuk penerapan protokol kesehatan, namun jaga jarak minimal 1 meter tidak diabaikan baik oleh para peserta dan panitia yang bertugas tidak menegur atau mengambil tindakan tegas.

5. Setiap orang yang berada dan melakukan aktivitas di tempat kegiatan (*venue*) wajib mematuhi aturan yang terdapat pada Panduan Pelaksanaan Kesehatan, Kebersihan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan.

Penerapan: sebagian peserta mematuhi aturan protokol kesehatan yang ditetapkan, namun para peserta lain tidak mematuhi aturan sehingga terjadi kelalaian dan ketidakdisiplinan menjalankan proses saat berinteraksi. Situasi ini tidak mendapatkan perhatian khusus dari panitia.

6. Mematuhi aturan sebagai berikut:

- a. Mengenakan masker.
- b. Melakukan pemeriksaan suhu tubuh dengan ketentuan kurang dari 37,3°C.
- c. Rutin mencuci tangan dengan air mengalir dan sabun atau menggunakan *hand sanitizer*.
- d. Tidak menyentuh bagian mata, hidung dan/atau mulut sebelum mencuci tangan/menggunakan *hand sanitizer*.
- e. Menghindari kontak fisik seperti berjabat tangan atau berpelukan dan menjaga jarak aman minimal 1 meter.
- f. Menerapkan etika batuk dan bersin di tempat publik. Gunakan sapu tangan/ tisu/lengan atas bagian dalam jika akan batuk dan bersin, saat sedang melepas masker.
- g. Disarankan membawa perlengkapan ibadah sendiri.

Penerapan: para peserta dihibau untuk memakai masker dan menggunakan *handsanitizer* sebelum memasuki ruangan serta selama berada di ruangan. Himbauan juga dilakukan terhadap

posisi duduk yang telah diatur tidak boleh dirubah oleh para peserta atau menggeser posisinya. Hal ini dimaksudkan agar para peserta tidak berbincang dengan rekannya dengan jarak kurang dari 1,5 meter dan membuka masker ketika sedang berbincang dari awal hingga akhir kegiatan. Namun demikian, tidak semua peserta menjalankan aturan tersebut dan tidak semua meja atau *booth* menyediakan salah satu peralatan prokes *hand sanitizer*, seperti tampak pada Gambar 1 dan Gambar 2.

7. Melarang setiap orang yang memiliki gejala COVID-19 seperti demam, batuk, pilek, nyeri tenggorokan, dan/atau sesak napas berada di tempat kegiatan.

Penerapan: ketika peserta akan memasuki area tempat diselenggarakannya *event* BBTF, panitia *event* akan melakukan pengecekan suhu di pintu masuk *venue*, apabila suhu tidak lebih dari 37 derajat *celcius* maka peserta diizinkan masuk. Di samping itu, seluruh peserta harus sudah divaksin dan dalam keadaan sehat untuk dapat mengikuti *event* tersebut. Tahapan ini tidak ditemukan gejala COVID-19 dari para peserta saat pelaksanaan *event*.

Gejala terpapar Covid-19 ditemukan pada beberapa peserta dari luar negeri setelah *event* dan kembali ke negaranya, sehingga mereka harus melakukan karantina di negaranya masing-masing.

8. Mengingatkan orang yang memiliki komorbiditas/penyakit penyerta/ kondisi rentan seperti diabetes, hipertensi, gangguan paru, gangguan jantung, gangguan ginjal, kondisi *immunocompromised*/penyakit autoimun, kehamilan, lanjut usia, anak-anak (balita), dan lain-lain untuk lebih berhati-hati selama berada di tempat kegiatan.

Penerapan: selama penyelenggaraan *event* BBTF tidak ditemukan peserta dengan gejala tersebut.

9. Memastikan terjaganya sirkulasi udara segar dan sinar matahari di tempat kegiatan (*venue*).

Penerapan: pelaksanaan *event* diselenggarakan di ruang rapat yang tertutup dan dilengkapi dengan alat penyesuaian suhu AC. Panitia berupaya mengatur para peserta agar tidak terjadi kerumunan sehingga sirkulasi udara di ruangan tetap baik.

10. Berkoordinasi dengan lembaga/instansi yang berwenang seperti Dinas Kesehatan, Badan Penanggulangan Bencana Daerah, Satgas COVID-19 setempat, Dinas Pemadam Kebakaran, dan Kepolisian setempat dalam upaya pencegahan dan penanganan kondisi darurat COVID-19.

Penerapan: hal ini telah dilakukan oleh panitia BBTF sebelum *event* berlangsung untuk mengantisipasi hal-hal di luar perkiraan dan faktor keamanan serta kelancaran penyelenggaraan *event*. Hal ini untuk mengantisipasi keadaan darurat yang mungkin terjadi terhadap para peserta, panitia atau personil yang berada di sekitar *venue*.



**Gambar 1.** Ketersediaan *Handsanitizer*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022



**Gambar 2.** Peserta Tidak Memakai Masker  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

### *Safety*

Pencegahan terhadap kecelakaan serta bahaya yang mungkin saja terjadi ditangani dengan cara mengimplementasikan penanggulangan bahaya secara tepat sesuai dengan aturan undang-undangan tentang Kesehatan dan Keselamatan Kerja. (Adnyana & Wiryawan, 2020: 1820).

Tahap keamanan (*safety*) difokuskan pada hal-hal yang terkait dengan upaya panitia untuk mewujudkan unsur keamanan pada *event* dan penerapannya oleh seluruh personil baik para peserta maupun pihak panitia itu sendiri.

11. Memperhatikan informasi terkini, imbauan dan instruksi pemerintah pusat dan pemerintah daerah terkait COVID-19 di wilayahnya. Informasi secara berkala dapat diakses pada laman: <https://infeksiemerging.kemkes.go.id>, [www.covid19.go.id](http://www.covid19.go.id), dan kebijakan pemerintah daerah setempat.  
Penerapan: panitia memperhatikan informasi terkini terkait situasi pandemic COVID-19 dan berupaya menerapkan protokol kesehatan berdasarkan panduan dari Kemenparekraf.
12. Menyediakan dan memasang media informasi terkait disiplin menerapkan Panduan Pelaksanaan Kesehatan, Kebersihan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan, pola hidup bersih dan sehat, serta imbauan pemerintah terkait pencegahan dan penanganan COVID-19 di lokasi-lokasi strategis di tempat kegiatan MICE.  
Penerapan: panitia menyediakan aturan tertulis terkait proses seperti tampak pada Gambar 4 dan juga memasang informasi *no mask no entry* di pintu masuk ruangan.
13. Mengadakan pelatihan pencegahan dan penanganan COVID-19 berdasarkan panduan/standar operasional prosedur (SOP) terkait Panduan Pelaksanaan Kesehatan, Kebersihan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan.  
Penerapan: tidak ada pelatihan khusus terkait hal tersebut, hal ini dikarenakan panitia berasal dari pelaku pariwisata yang sudah melakukan sertifikasi CHSE

di perusahaannya, sehingga dianggap sudah paham dan mengerti. Namun demikian, Fajriyah, N.N., et al. (2021: 54) menyebutkan tidak ada hubungan antara pengetahuan dengan kepatuhan pelaksanaan protokol kesehatan terhadap kesigapan menghadapi *new normal* dan hubungan sikap dengan kepatuhan pelaksanaan protokol kesehatan terhadap kesigapan menghadapi *new normal*. Oleh sebab itu, sebaiknya aturan proses tetap harus disimulasikan kepada panitia untuk menghindari hal-hal yang tidak diprediksi yang berpeluang menjadi situasi darurat.

14. Mengomunikasikan dan mensosialisasikan Panduan Pelaksanaan Kesehatan, Kebersihan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan.  
Penerapan: komunikasi dan sosialisasi protokol kesehatan secara lisan disampaikan oleh panitia kepada para peserta untuk mematuhi dan melaksanakan proses. Tindakan ini seharusnya tetap menjadi pantauan dari panitia secara terus menerus, dikarenakan kemungkinan para peserta lalai dan melanggar aturan tersebut.
15. Melakukan pemantauan dan evaluasi pelaksanaan panduan/standar operasional prosedur (SOP) kebersihan, kesehatan, keselamatan, dan kelestarian lingkungan pada Kegiatan MICE.  
Penerapan: panitia memantau penerapan proses selama *event* berlangsung, seperti tampak pada Gambar 5. Namun para peserta tidak disiplin dan lalai terhadap pelaksanaan proses. Ketidaksiplinan dan kelalaian peserta tidak mendapat tindakan tegas dari panitia.
16. Meminimalkan penggunaan peralatan dan perlengkapan secara bersama-sama atau bergantian. Jika ada peralatan dan perlengkapan yang digunakan bersama-sama/bergantian seperti mikrofon, meja, kursi, alat tulis, laser *pointer*, alat interpretasi (alat penerjemah), alat makan dan minum secara rutin dilakukan disinfeksi dengan bahan dan cara yang aman dan sesuai aturan kesehatan.

Penerapan: unsur-unsur tersebut sudah dipenuhi oleh panitia *event* termasuk layanan makanan dilakukan menggunakan paket makanan, tidak prasmanan, sehingga kontak fisik saat mengambil makanan bisa dihindari.

- Mewajibkan pengisian secara mandiri formulir *self-assessment* risiko COVID-19 atau pengisian kartu kewaspadaan kesehatan (Indonesia Health Alert Card/e-HAC) pada saat reservasi/pendaftaran sebagai upaya penilaian risiko semua pihak yang terlibat dalam kegiatan MICE. Jika hasil *self-assessment*/e-HAC terdapat risiko besar COVID-19 maka yang bersangkutan tidak diperkenankan mengikuti kegiatan.

Penerapan: pada saat peserta melakukan registrasi tidak ada proses pengisian *self-assessment*. Peserta hanya diwajibkan untuk melakukan *scan barcode* peduli lindungi. *Self-assessment* seperti tampak pada Gambar 3 merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh peserta, sehingga panitia mengetahui apakah peserta tersebut berpotensi terjangkit virus corona atau tidak.

**INSTRUMEN SELF ASSESSMENT  
RISIKO COVID-19**

Nama : .....  
NIK (No.KTP) : .....  
Alamat : .....  
Pekerjaan : .....  
Tanggal : .....

Demi kesehatan dan keselamatan bersama, mohon anda **JUJUR** dalam menjawab pertanyaan di bawah ini.

Dalam 14 hari terakhir, apakah anda pernah mengalami hal hal berikut:

No.	PERTANYAAN	YA	TIDAK	JIKA YA, SKOR	JIKA TIDAK, SKOR
1	Apakah pernah keluar rumah/ tempat umum (pasar, fasyankes, kerumunan orang, dan lain lain) ?			1	0
2	Apakah pernah menggunakan transportasi umum?			1	0
3	Apakah pernah melakukan perjalanan ke luar kota/internasional? (wilayah yang terjangkit/zona merah)			1	0
4	Apakah anda mengikuti kegiatan yang melibatkan orang banyak?			1	0
5	Apakah memiliki riwayat kontak erat dengan orang yang dinyatakan ODP,PDP atau konfirm Covid -19 (berjabat tangan, berbicara, berada dalam satu ruangan/ satu rumah)?			5	0
6	Apakah anda sedang mengalami demam, batuk, pilek, nyeri tenggorokan, dan/atau sesak napas?			5	0
JUMLAH TOTAL					

0 = Risiko Kecil  
1 - 4 = Risiko Sedang  
≥ 5 = Risiko Besar

**TINDAK LANJUT :**

Risiko besar dan pemeriksaan suhu ≥ 37,3°C tidak diperkenankan masuk, agar dilakukan investigasi lebih lanjut dan direkomendasikan berkonsultasi dengan tenaga kesehatan.

**Gambar 3. Form Self-Assessment MICE**  
Sumber: Kemenparekraf, 2020



**Gambar 4. Informasi Prokes oleh Panitia**  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022



**Gambar 5. Panitia Memantau Prokes**  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

**Environmental Sustainability**

Pencegahan dan mitigasi COVID-19 di tempat kerja sebagai upaya menyediakan tindakan praktis yang dapat mengurangi penyebaran pandemi COVID-19 di tempat kerja. (ILO, 2020: 15).

Tahap lingkungan (*environmental sustainability*) difokuskan pada hal-hal yang terkait dengan upaya panitia untuk mewujudkan unsur keberlanjutan lingkungan pada *event* dan penerapannya oleh seluruh personil baik para peserta maupun pihak panitia itu sendiri.

- Disarankan bagi seluruh pihak terkait dalam kegiatan MICE melakukan pengecekan kesehatan sesuai peraturan pemerintah mengacu pada aturan kesehatan yang berlaku untuk memastikan diri dalam keadaan sehat, tidak terpapar COVID-19

Penerapan: hal ini telah dilakukan panitia melalui alat pengecekan suhu tubuh, dan tidak ada peserta yang bergejala COVID-19 saat berlangsungnya *event* BBTF.

- Menerapkan sistem 4R yaitu *reuse*, *reduce*, *recycle*, dan *replace* pada kegiatan MICE sebagai salah satu upaya penanggulangan pencemaran



lingkungan diantaranya dengan mengurangi penggunaan peralatan dan perlengkapan berbahan plastik pada penyelenggaraan kegiatan MICE.

Penerapan: panitia berupaya untuk tetap menjaga lingkungan *venue*. Salah satu upaya tersebut adalah dengan menggunakan kertas bekas untuk menulis hal-hal yang bersifat tidak formal. Hal ini mencegah pemborosan penggunaan kertas.

20. Memastikan pengolahan sampah dan limbah cair pada kegiatan MICE dilakukan secara benar, tuntas, dan sehat, sehingga dapat menjaga lingkungan serta tidak menyebabkan sumber penyebaran baru COVID-19.

Penerapan: tersedia tempat sampah dengan tutup pada tiap sudut ruangan, sehingga memudahkan peserta membuang sampah.

21. Menjaga kondisi lingkungan tetap asri dan nyaman.

Penerapan: kondisi ruang tempat penyelenggaraan *event* cukup apik dan asri dengan pengaturah *booth* yang rapih. Hal ini ditunjang oleh desain masing-masing *booth* oleh para peserta sebagai *sellers*. Di samping itu, para peserta dilarang makan di dalam ruangan, kecuali pada tempat khusus yang telah tersedia.

**Tabel 1.** Penerapan CHSE Pada *Event* BBTF 2022

No	Panduan	Ya/ Tdk	Keterangan
<i>Cleanliness</i>			
1	Peralatan & perlengkapan kesehatan	√	
2	Mikrofon didisinfektan	√	
3	Tempat masker	x	
<i>Health</i>			
4	Peralatan & perlengkapan kesehatan, jaga jarak, tempat sampah	√	Jaga jarak tdk dipatuhi
5	Peserta mematuhi aturan prokes	x	Peserta tdk disiplin
6	Mematuhi aturan-aturan prokes	√	Peserta tdk disiplin
7	Peserta gejala COVID dilarang masuk	√	
8	Peserta komorbiditas hati-hati	√	
9	Sirkulasi udara segar	√	

10	Koordinasi dg satgas COVID	√	
<i>Safety</i>			
11	Memperhatikan informasi terkini	√	
12	Menyediakan informasi prokes	√	
13	Pelatihan pencegahan COVID	-	Tidak dilakukan
14	Sosialisasi prokes	√	
15	Pemantauan prokes	√	
16	Min. penggunaan peralatan bersama	√	
17	Peserta melakukan selfassesment	√	
18	Pengecekan kesehatan utk peserta	√	
<i>Environmental Sustainability</i>			
19	Menerapkan 4R	√	
20	Pengeolahan sampah	√	
21	Menjaga lingkungan	√	

Berdasarkan data penerapan CHSE pada Tabel 1, secara keseluruhan *event* BBTF telah melaksanakan protokol kesehatan CHSE sesuai dengan aturan pemerintah. Namun, terdapat kelalaian dan ketidakdisiplinan yang dilakukan oleh para peserta dan panitia terhadap unsur-unsur protokol kesehatan, khususnya pemantauan prokes selama berlangsungnya *event*. Kelalaian dan ketidakdisiplinan mengakibatkan beberapa peserta asal mancanegara setelah menghadiri *event* tersebut terindikasi gejala COVID-19 dan harus melakukan karantina di masing-masing negaranya.

Pandemi COVID-19 telah merubah paradigma pariwisata. Pandemi yang terjadi hampir dua tahun ini turut merubah arah kebijakan pariwisata di Indonesia, pemerintah memfokuskan upaya agar sektor kepariwisataan pulih kembali melalui penerapan protokol kesehatan secara disiplin yang secara gencar dilaksanakan (Sari, 2021: 2).

Dalam penerapan protokol kesehatan tidak selalu sesuai dengan harapan, terkadang adanya hambatan yang hadir dari ketidaksiapan pengelola *venue* ataupun peserta dari *event meeting* sehingga masih perlu penyesuaian dan diperlukan konsistensi dalam penerapannya (Retno, T.P. & Susyani, D.W. 2021: 210). Kesadaran dan kepedulian terhadap kebersihan, kesehatan, keselamatan, serta

kelestarian lingkungan semakin meningkat dalam kegiatan berwisata termasuk dalam penyelenggaraan kegiatan *event*.

*Event* berperan penting dalam memberi peluang dan menyediakan tempat sebagai media promosi agar dinas daerah dan para pelaku wisata dapat mengenalkan produk-produk unggulan yang dimiliki ke masyarakat luas (Pusphanjali & Hurdawaty, 2022: 22).

Dunia pariwisata harus bersiap diri untuk dapat memberikan jaminan kebersihan, kesehatan, keselamatan, dan kelestarian lingkungan yang tinggi akan produk dan pelayanan yang diberikan kepada wisatawan (Hidayatullah, dkk, 2021: 168). Para pelaku pariwisata harus mampu memberikan jaminan dan bertransformasi agar memberikan layanan yang berkualitas dan berkelanjutan. Berwisata dengan protokol kesehatan COVID-19 yang ketat dan disiplin harus dilakukan dan disesuaikan dengan kebijakan pemerintah dan aparat setempat.

#### 4. KESIMPULAN

Protokol kebersihan kesehatan keamanan dan lingkungan pada saat *event* BBTf 2022 telah diterapkan. Namun para peserta *event* tidak disiplin dan patuh, di samping itu panitia tidak mengambil tindakan tegas terhadap kelalaian tersebut. Kesadaran dan kepatuhan terhadap aturan yang berlaku selama *event*, khususnya dalam hal ini protokol CHSE harus dilakukan oleh kedua belah pihak, peserta dan panitia. Keamanan dan kenyamanan peserta dalam menghadiri *event* menjadi faktor penting untuk keberlanjutan dan reputasi suatu *event*.

#### REFERENSI

- Adnyana, G.T. & Wiryawan, I. W. 2020. Pelaksanaan Keselamatan dan Kesehatan Kerja Terhadap Pekerja Harian Lepas Pada Phenon Event Denpasar. *Jurnal Kertha Semaya*, Vol. 8 No. 11 Tahun 2020, hlm. 1816-1824.
- Gupta, I.G.B.W. dan Lumanauw, N. Protokol Tatanan Kehidupan Era Baru di Destinasi Pariwisata Pulau Nusa Penida. Vol. 7 No. 1 (2021), hal: 72-88. E-ISSN: 2723-1704 P-ISSN: 2443-3934. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*. DOI: [https://doi.org/10.47329/jurnal\\_mbe.v7i1.535](https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v7i1.535).
- Fajriyah, N.N., et al. 2021. Pengetahuan dan Sikap Terhadap Kepatuhan Pelaksanaan Protokol Kesehatan Tentang Kesigapan Menghadapi New Normal Tingkat Kelurahan. Desa Di Kabupaten Pekalongan. *Kajen* Vol. 5 No. 1, April 2021: 50-60 e-ISSN: 2623-0011 P-ISSN: 2598-5833.
- Hidayatullah, S., dkk. 2021. Peran Cleanliness, Health, Safety Dan Environment Sustainability (CHSE) Terhadap Minat Orang Berkunjung Ke Destinasi Wisata Yang Ada Di Kota Batu Pasca Pandemic Covid 19. *Seminar Nasional Kepariwisata an #2* Vol. 2, No. 1, 2021.
- Lumanauw, N dan Gupta, I.G.B.W. Event Vaksinasi Pekerja Pariwisata Hotel Grand Hyatt Bali Berbasis Clean Health Safety Environmental Sustainability. *Widya Manajemen*. Vol. 4 (No. 1): Hal 67-76. DOI: <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i>.
- Lumanauw, N dan Sumartana, I.M. 2022. Implementasi Protokol Kesehatan Pada Tatanan Kehidupan Era Baru Terhadap Usaha Perjalanan Wisata di Bali. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management* Vol 12 No 02, 2022: 204-217 <https://dx.doi.org/10.22334/jihm.v12i2>.
- Ningsi, W. & Wibowo, T.A. 2022. Penerapan Cleanliness, Health, Safety And nvironmental Sustainability Pada Penyelenggaraan Kegiatan Wisata di Keraton Kanoman Cirebon. *Jurnal IKRAITH-HUMANIORA* Vol 6 No 2 Juli 2022.
- Pusphanjali & Hurdawaty, R. 2022. Event MICE Sebagai Daya Tarik Pengunjung: Studi Kasus Bandung Investment, Agriculture, Tourism and Trade EXPO 2021. *Journal of Tourism and Creativity* Vol. 6 No. 1,



- 2022 P-ISSN: 2549-483X E-ISSN: 2716-5159.
- Retno, T.P. & Susyani, D.W. 2021. Penerapan Protokol Kesehatan Dalam Event Meeting Pada Normal Bali. *Seminar Nasional Riset Terapan*. Admistrasi Bisnis & MICE X. ISSN: 2775-7374.
- Sari, R.J., dkk. 2021. Implikasi Penerapan Protokol CHSE (cleanliness, health, safety and environment sustainability) dalam Bidang Akomodasi pada Kapal Pinisi di Labuan Bajo di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*. Vol 5 No 2.
- Utari, K., et al. 2022. Hubungan Ketersediaan Sarana Prasarana Dengan Perilaku PKL Dalam Protokol Kesehatan Covid-19. *Jurnal Kesehatan Ilmiah Indonesia Indonesian Health Scoentifie Journal* 1. Vol 7 NO 1.
- Yuliastri, Y. & Yulianto, A. 2013. Peranan Hygiene dan Sanitasi untuk Menjaga Kualitas Makanan dan Kepuasan Tamu Di Hotel Inna Garuda Yogyakarta. *Jurnal Khasan Ilmu*. Vol. 4 No. 2.
- Wardhani, A. dan Rudatin, C.L. 2021. Analisis Risiko Penyelenggaraan Event Wisata Bisnis (MICE) pada Masa Pandemi. *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV) Ke-VII Series: Social and Humanities* Vol. 7 No. 2 (2021) E-ISSN: 2621-9794, P-ISSN: 2477-2097. *ISAS Publishing*.
- International Labour Organization. Dalam menghadapi pandemi: Memastikan Keselamatan dan Kesehatan dan di Tempat Kerja. [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-jakarta/documents/publication/wcms\\_742959.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-jakarta/documents/publication/wcms_742959.pdf) diunduh tanggal 3 Desember 2022.
- Kementerian Pariwisata Ekonomi dan Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2020. Panduan Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan pada Penyelenggaraan Kegiatan Pertemuan, Insentif, Konvensi dan Pameran MICE. [https://chse.kemenparekraf.go.id/storage/app/media/dokumen/Pedoman\\_MICE.pdf](https://chse.kemenparekraf.go.id/storage/app/media/dokumen/Pedoman_MICE.pdf) diunduh tanggal 18 September 2022.
- Riyadi & Larasaty, P. 2020. Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kepatuhan Masyarakat pada Protokol Kesehatan dalam Mencegah Penyebaran Covid-19. *Seminar Nasional Official Statistics 2020: Pemodelan Statistika tentang Covid*. <file:///C:/Users/ACER/Downloads/431-Article%20Text-2206-2-10-20210310.pdf> diunduh tanggal 2 Oktober 2022.

**Peraturan:**

Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/Menkes/382/2020 tentang Protokol Kesehatan Bagi Masyarakat Di Tempat dan Fasilitas Umum Dalam Rangka Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (Covid19).

**Internet:**

Bali & Beyond Travel Fair. 2022. About Us. <https://bbtf.co.id/about-us/> diunduh tanggal 18 September 2022.





Volume 5 Nomor 2, Desember 2022, pages: 127-134

## **PERSEPSI PENGUNJUNG *EVENT* SOUNDRENALINE *THE SPIRIT OF ALL TIME* TERHADAP KUALITAS PELAYANAN CV. CIPTA KREATIF KOMUNIKA**

### ***VISITORS PERCEPTION OF THE SPIRIT OF ALL TIME SOUNDRENALINE EVENT ON THE QUALITY SERVICE OF CV. CIPTA CREATIVE COMMUNICATIONS***

**I Kadek Budiartanayasa Karang<sup>1\*</sup>, I Nengah Wirata<sup>2</sup>, I Gede Sumadi<sup>3</sup>**

Manajemen Konvensi dan Perhelatan, Politeknik Pariwisata Bali<sup>1\*23</sup>

artakarang@gmail.com

Received: 18/10/2022

Revised: 12/12/2022

Accepted: 16/12/2022

#### **Abstrak**

Bali merupakan salah satu daerah tujuan wisata *MICE* dan *Event* di Indonesia. Pengguna jasa *event* yang menjadikan Bali sebagai tempat kegiatan *event*, membuat pelaku usaha *event organizer* harus mampu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada konsumen agar perusahaan dapat bersaing. CV. Cipta Kreatif Komunika menyediakan jasa pelayanan *event organizer* dan *production*. Salah satu *event* yang dilaksanakan oleh CV. Cipta Kreatif Komunika adalah *event* musik Soundrenaline dengan tema *The Spirit Of All Time*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pengunjung *event* Soundrenaline *The Spirit Of All Time* terhadap kualitas pelayanan yang diberikan CV. Cipta Kreatif Komunika, dengan menggunakan metode lima dimensi kualitas pelayanan (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, kepedulian) dan skala likert. Penelitian ini dilakukan untuk melihat tingkat persepsi pengunjung *event*. Data yang digunakan adalah kuesioner yang diuji validitas dan reliabilitasnya untuk 156 responden. Hasil yang diperoleh dari analisis data memberikan hasil penilaian pada bukti fisik dengan nilai (baik), pada kehandalan (cukup baik), daya tanggap (cukup baik), jaminan (baik), kepedulian (cukup baik). Kesimpulan dari kualitas pelayanan yang diberikan CV. Cipta Kreatif Komunika pada *event* Soundrenaline *The Spirit Of All Time* yang mengacu pada lima dimensi kualitas pelayanan memberikan penilaian baik, yang berarti dalam pelaksanaannya sudah baik berdasarkan persepsi pengunjung *event*.

**Kata Kunci:** Persepsi, *MICE* dan *Event*, Kualitas Pelayanan

#### **Abstract**

Bali is one of the *MICE* and *Event* tourist destinations in Indonesia. *Event organizers* should be able to provide the best services to the consumers, in order to compete. CV Cipta Kreatif Komunika provides event management and production services. One of the events created by CV. Cipta Kreatif Komunika is a Soundrenaline music event with *The Spirit of All Time* as a theme. This research aims to understand the perceptions of the Soundrenaline music event on the quality of service given by CV. Cipta Kreatif Komunika, using the five dimensions of service quality and the Likert scale. The research is conducted to see the level of satisfaction of visitors to the event. The data collection used a questionnaire which is tested as a validity and reliability test on 156 respondents. The results obtained from data analysis give assessment results on physical evidence with value (good) to reliability (good enough), responsiveness (good enough), assurance (good), concern (good enough). Based on the quality of service given by CV, Creative Creativity Komunika at the Soundrenaline *The Spirit Of All Time* event which refers to the five dimensions of service quality gives a good rating, which means that the implementation has been good based on the perception of event visitors.

**Keywords:** Perception, *MICE* and *Event*, Quality Service

## 1. PENDAHULUAN

Bali adalah salah satu daerah tujuan wisata MICE dan *Event* di Indonesia, seiring dengan perkembangan dunia pariwisata di Bali, pada masa kini Pulau Bali sudah dikenal sebagai salah satu tujuan destinasi dalam melaksanakan berbagai kegiatan MICE dan *Event*. Menurut Kesrul (2004:3), sebagai aktivitas pariwisata, pariwisata MICE merupakan gabungan aktivitas liburan wisata dan bisnis, pada umumnya melibatkan kerumunan orang bersama-sama, kegiatan aktivitasnya berupa *meeting, incentive travel, convention, congress, conference dan exhibition*.

Menurut Any Noor (2009:7) *event* adalah sebuah kegiatan yang dilaksanakan bertujuan merayakan hal-hal penting di kehidupan manusia, baik secara individu atau organisasi yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang dilaksanakan memiliki tujuan dan menyertakan lingkungan masyarakat yang dilaksanakan dalam waktu yang ditentukan. Sedangkan Getz (dalam Noor 2009:8) menyatakan bahwa definisi *event* merupakan “*thoes non routine occasions set apart from the normal activity of daily life of a group of people*” yang artinya suatu kegiatan yang tidak rutin (tidak selalu ada) diadakan dalam aktivitas sehari-hari dari masyarakat. Menurut Noor (2009: 179) bahwa *event* terdiri dari 4 kategori yang berbeda yaitu *Leisure Event, Personal Event, Cultural Event, Organizational Event*.

Pesta atau yang lebih dikenal dengan istilah “festival” menurut Noor (2013:30) Festival adalah *event* yang sangat unik dengan budaya didalam masyarakat. Festival adalah *event* yang dimiliki oleh sekelompok orang yang memiliki kekuasaan khusus, spirit, pengetahuan dan peningkatan pada kekeluargaan. Menurut Silvers (2012:5) “*festival is a cultural celebration, either secular or religious, created by and/or for public, schedule alone or in conjunction with others event. (many festivasl include bringing buyer and seller together in a festive atmosphere)*”. Hal ini dapat diartikan bahwa festival adalah sebuah perayaan budaya, baik sekuler (duniawi) maupun religius, yang dibuat oleh dan / atau

untuk umum, dengan jadwal sendiri-sendiri atau dalam hubungannya dengan acara lain. (banyak festival yang melibatkan pembeli dan *seller* bersama dalam suasana pesta).

Pada masa sekarang, *event* yang sedang digemari adalah festival musik atau lebih sering disebut sebagai konser musik, sebab dapat mendatangkan artis *favorite* pengunjung. Dalam pelaksanaan sebuah festival musik biasanya dikerjakan oleh sebuah *event organizer* agar kegiatan festival musik dapat terlaksana dengan baik. *Event organizer* menurut Goldblatt, (2013:3) yaitu: Kegiatan profesional mengumpulkan dan mempertemukan sekelompok orang untuk tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran dan reuni, bertanggung jawab melakukan penelitian, merancang desain kegiatan, melakukan perencanaan serta mengkoordinasikan dan pengawasan untuk mewujudkan adanya sebuah kegiatan.

Menurut Adrian (2010:187), pelayanan merupakan suatu rasa senang dan puas atau tidak puas yang dialami pengguna jasa disaat menerima jasa. Sinambela (2011:6) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan peristiwa yang dapat mencukupi harapan dan kebutuhan pengunjung (*meeting the needs or customer*). Sedangkan Menurut Kasmir (dalam Pasolong, 2011: 133), pelayanan yang baik yaitu keahlian individu disaat memberikan kepuasan terhadap pelanggan dengan standar yang telah ditentukan.

Melalui berbagai kegiatan penelitian terhadap berbagai macam industri jasa Paraturaman, Zeithaml, dan Berry (dalam Pasolong 2011: 135) untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dinyatakan secara nyata oleh konsumen terdapat indikator pengukur yang terletak pada 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu: *Tangible* (bukti fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati). Jadi dalam setiap menyelenggarakan *event* atau melaksanakan kegiatan acara, pelayanan yang baik harus diutamakan oleh sebuah *event organizer* agar pengguna jasa merasa senang dengan jasa yang diperoleh. CV. Cipta Kreatif Komunika adalah sebuah Badan Usaha yang

berlokasi di Bali tepatnya di Denpasar yang menyediakan jasa pelayanan *event organizer* dan *production*. Berdiri sejak tahun 2013 dan telah memiliki pengalaman di bidang *event organizer* maupun *production management*. Adapun kegiatan *event* yang sering ditangani seperti: festival musik atau

konser musik, *gathering*, *meeting*, *sport event*, *incentive*, dan perayaan. Berikut adalah data jumlah pengguna jasa *event* yang menggunakan jasa pelayanan *event organizer* dari CV. Cipta Kreatif Komunika pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2019 yang dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Jumlah Konsumen CV. Cipta Kreatif Komunika Pada Tahun 2015-2020

No	Pengguna Jasa	Event	Tahun					
			2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	Bank BRI	Meeting	1	1	0	1	1	0
2	FWD	Exhibition	0	0	1	1	1	0
3	SUNLIFE	Gathering	1	0	0	1	1	0
4	Otoritas Jasa Keuangan	Gathering	0	0	1	1	0	0
5	Kementerian Tenaga Kerja	Gathering	0	0	0	1	1	0
6	Level 7	Soundrenaline	1	1	1	1	1	0
7	Red White Indonesia	Lenovo, Sony, Motorola	3	3	3	3	3	0
8	CKM	Indosat, BI	2	2	2	2	2	0
9	Absolute	Herbalife, Aquos	2	2	2	2	2	0
10	LineUp 8	Cocacola, Nutriboost, Samsung, Actived	0	4	4	4	4	0
Total event per tahun			10	13	14	17	16	0
Total keseluruhan event			70					

Sumber: CV. Cipta Kreatif Komunika, 2021 (Data Diolah)

Tabel 1 menunjukkan jumlah *event* yang dilaksanakan oleh *event organizer* CV. Cipta Kreatif Komunika pada tahun 2015 sampai dengan 2019. Periode tahun 2015 *event* yang terlaksana sejumlah 10 *event*, tahun 2016 *event* terlaksana sebanyak 13 *event*, pada tahun 2017 *event* yang dilaksanakan sebanyak 14 *event*. Pada tahun 2018, *event* yang terlaksana sejumlah 17 *event*, dan pada tahun 2019 terselenggara sebanyak 16 *event*. Pada tahun 2015 sampai dengan 2019, terjadi naik dan turunnya jumlah *event*, ini disebabkan pengguna jasa tidak menggunakan jasa *event organizer* di CV. Cipta Kreatif Komunika

setiap tahunnya karena alasan tertentu sedangkan pada tahun 2020 terjadi penurunan drastis pada penyelenggaraan *event* hingga jumlah penyelenggara menjadi 0 *event*, akibat pandemi covid 19 yang terjadi. Pada tahun 2015 hingga 2020 CV. Cipta Kreatif Komunika sudah menangani 70 *event*. Dari sekian banyak kegiatan *event* yang telah ditangani CV. Cipta Kreatif Komunika, terdapat sejumlah keluhan dari pengguna jasa terhadap pihak CV. Cipta Kreatif Komunika. Berikut jumlah keluhan di setiap kegiatan *event* yang dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

**Tabel 2.** Keluhan Pengguna Jasa Terhadap CV. Cipta Kreatif Komunika Pada Tahun 2015-2020

No	Pengguna Jasa	Event	Jumlah Keluhan	Tahun
1	Bank BRI	Meeting	1	2015
2	FWD	Exhibition	2	2017, 2018
3	SUNLIFE	Gathering	1	2018
4	Otoritas Jasa Keuangan	Gathering	0	-
5	Kementerian Tenaga Kerja	Gathering	0	-
6	Level 7	Soundrenaline	5	2015, 2016, 2017, 2018, 2019
7	Red White Indonesia	Lenovo	1	2016
8	CKM	Indosat	1	2016
9	Absolute	Herbalife, Aquos 2018	2	2015, 2018
10	LineUp 8	Cocacola, Nutriboost, Samsung, Actived	0	-

Sumber: CV. Cipta Kreatif Komunika, 2021 (Data Diolah)

Tabel 2 menunjukkan keluhan yang disampaikan oleh pengguna jasa terhadap CV. Cipta Kreatif Komunika, keluhan terbanyak disampaikan oleh pengguna jasa level 7 yang setiap tahun pada penyelenggaraan kegiatannya selalu terdapat keluhan, dengan *event* yang bertajuk Soundrenaline. Soundrenaline adalah festival musik tahunan

yang merupakan satu dari sekian banyak festival musik terbesar di Indonesia dan dilaksanakan di Bali. Pada pelaksanaannya di lapangan, sejumlah keluhan telah disampaikan oleh Level 7 sebagai pengguna jasa kepada pihak CV. Cipta Kreatif Komunika selaku *event organizer*. Adapun keluhan yang disampaikan dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3.** Keluhan Pengguna Jasa Terhadap CV. Cipta Kreatif Komunika Pada *Event* Soundrenaline 2015-2020

No	Tahun	Keluhan
1	2015	Tim kebersihan kurang cekatan, sampah di <i>gate</i> utama dibiarkan berserakan
2	2016	<i>Crew checker</i> bekerja sambil mengobrol saat ada pengunjung
3	2017	<i>Vendor generator</i> telat datang ke <i>venue</i>
4	2018	<i>Crew floor</i> kurang cekatan
5	2019	<i>Crew floor</i> lambat bekerja, dan suka meninggalkan pekerjaan, sehingga harus dibantu tim <i>checker</i> dalam <i>collecting</i> asbak di area <i>venue</i>
6	2020	-

Sumber: CV. Cipta Kreatif Komunika, 2021 (Data Diolah)

Tabel 3 Menunjukkan Keluhan yang disampaikan oleh pengguna jasa *event* dalam 5 tahun terakhir adalah keluhan terhadap kualitas pelayanan *event* yang mencakup berbagai aspek di antaranya adalah: manajemen waktu yang kurang baik, keluhan dalam penanganan, penyiapan barang, dan pelaksanaan. Pada tahun 2020

*event* Soundrenaline tidak terlaksana diakibatkan oleh pandemi virus covid-19 yang semakin meluas. Jadi *event* terbaru dari Soundrenaline ini dilaksanakan terakhir kali pada tahun 2019, dengan tema *The Spirit Of All Time* yang berlangsung selama 2 hari dengan jumlah pengunjung yang dapat dilihat sebagai berikut pada Tabel 4.

**Tabel 4.** Jumlah pengunjung *event* Soundrenaline Pada tahun 2019-2020

No	Tanggal	Target Pengunjung	Pengunjung	Total
1	7 September 2019	15.000	17.626	41.670
2	8 September 2019	15.000	24.044	
3	2020	-	-	-

Sumber: CV. Cipta Kreatif Komunika, 2021 (Data Diolah)

## 2. METODE

Penelitian ini menggunakan teknik deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner dan studi dokumen. Wawancara dilakukan terhadap pengelola CV. Cipta Kreatif Komunika yang dinilai memiliki informasi yang berhubungan dengan penelitian sementara kuesioner diberikan kepada pengunjung *event*. Penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu cara penentuan informan yang ditetapkan secara sengaja atas dasar kriteria atau pertimbangan tertentu yang diperkirakan dapat memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan. Hasil observasi, wawancara,

kuesioner, studi dokumen dan kepustakaan diolah terlebih dahulu untuk disederhanakan. Data mentahan yang diperoleh masih terlalu kompleks dan tidak terstruktur, perlu dipilah dan diinterpretasikan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode analisis dengan skala lima tingkat likert, uji validitas dan uji reliabilitas. Sampel dari penelitian ini dianalisis menggunakan rumus slovin dengan tingkat *margin error* 8% berjumlah 156 pengunjung *event* Soundrenaline *The Spirit of All Time* pada tahun 2019. Penelitian ini menggunakan pendekatan dimensi kualitas pelayanan dari Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (dalam Pasolong, 2011:135) yaitu:

Bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*) daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Deskripsi Data

Setelah diidentifikasi keseluruhan dari kuesioner yang disebarakan kepada 156 responden dan diukur menggunakan 5 dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (dalam Pasolong, 2011: 135). Untuk karakteristik responden didominasi oleh responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih banyak dari pada perempuan karena pada umumnya laki-laki lebih menyukai menonton konser musik. Untuk responden berdasarkan usia di dominasi oleh rentang usia 18-22 tahun adalah yang paling banyak sejumlah 78 orang atau 49,9% dibandingkan dengan pengunjung yang berusia dari 23-26 tahun sejumlah 65 orang atau 41,7%. Data pengunjung yang berusia 27-30 tahun sebanyak 13 orang atau 8,3%. Berdasarkan pekerjaan responden didominasi oleh pekerjaan sebagai mahasiswa/ pelajar paling banyak yaitu berjumlah 81 orang atau 51,9%. Pekerjaan pegawai swasta sebanyak 46 orang atau 29,5%. Pengunjung dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 29 orang atau 18,6%.

Hasil dari uji validitas dijelaskan bahwa item- item pertanyaan di atas dinyatakan valid karena masing-masing item memiliki koefisien  $r$  hitung yang lebih besar dari  $r$  tabel (5% atau 0,156) atau kriteria minimum validitas. Oleh karena itu pertanyaan tersebut layak digunakan untuk mengukur dimensi kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan, dan, kepedulian di CV. Cipta Kreatif Komunika. Sedangkan untuk uji reliabilitas semua variabel yang diujikan meliputi bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan, dan kepedulian dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60.

#### 3.2 Pembahasan

Analisis deskriptif pada penelitian ini adalah untuk melihat nilai rata-rata terendah dan tertinggi di setiap pertanyaan pada dimensi kualitas pelayanan. Penelitian

dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 156 pengunjung *event Soundrenaline The Spirit Of All Time* pada tahun 2019. Didasari oleh lima dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan kepedulian (*empathy*) masing-masing memiliki 5 pertanyaan. Dari hasil penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa:

1. Dimensi bukti fisik (*tangible*) menunjukkan hasil penilaian responden terhadap dimensi bukti fisik (*tangible*) dan hasil rata-rata pada setiap pertanyaannya. Nilai pada pertanyaan pertama adalah sebesar 4.03 atau baik, ke-dua 3.85 atau baik, ke-tiga 4.12 atau baik, ke-empat 4.33 atau sangat baik, ke-lima 4.02 atau baik. Oleh karena itu hasil rata-rata keseluruhan pada variabel bukti fisik adalah 4.07 atau baik.
2. Dimensi kehandalan (*reliability*) menunjukkan hasil penilaian responden terhadap dimensi kehandalan (*reliability*) dan hasil rata-rata pada setiap pertanyaannya. Nilai pada pertanyaan pertama adalah sebesar 3.40 atau cukup baik, ke-dua 3.55 atau baik, ke-tiga 3.33 atau cukup baik, dan ke-empat 3.28 atau cukup baik. Oleh karena itu hasil rata-rata keseluruhan pada variabel kehandalan adalah 3.39 atau cukup baik.
3. Dimensi daya tanggap (*responsiveness*) menunjukkan hasil penilaian responden terhadap dimensi daya tanggap (*responsiveness*) dan hasil rata-rata pada setiap pertanyaannya. Nilai pada pertanyaan pertama adalah sebesar 3.28 atau cukup baik, ke-dua 2.93 atau cukup baik, ke-tiga 3.26 atau cukup baik, dan ke-empat 3.26 atau cukup baik. Oleh karena itu hasil rata-rata keseluruhan pada variabel daya tanggap adalah 3.18 atau cukup baik.
4. Dimensi jaminan (*assurance*) menunjukkan hasil penilaian responden terhadap dimensi jaminan (*assurance*) dan hasil rata-rata pada setiap pertanyaannya. Nilai pada pertanyaan pertama adalah sebesar 3.80 atau baik, ke-dua 3.92 atau baik, ke-tiga 3.91 atau



baik, ke-empat 4.14 atau baik dan yang ke-lima 4.05 baik. Oleh karena itu hasil rata-rata keseluruhan pada variabel daya tanggap adalah 3.96 atau baik.

5. Dimensi kepedulian (*empathy*) menunjukkan hasil penilaian responden terhadap dimensi empati (*empathy*) dan hasil rata-rata pada setiap pertanyaannya. Nilai pada pertanyaan pertama adalah sebesar 3.25 atau cukup baik, ke-dua 3.33 atau cukup baik, ke-tiga 3.35 atau cukup baik, dan ke-empat 3.21 atau cukup baik. Oleh karena itu hasil rata-rata keseluruhan pada variabel kepedulian adalah 3.96 atau cukup baik.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa persepsi pengunjung *event* Soundrenaline *The Spirit of All Time* terhadap kualitas pelayanan CV. Cipta Kreatif Komunika dinilai baik oleh pengunjung karena terletak pada rentang nilai rata-rata 3,57. Berikut paparan masing- masing perolehan nilai rata- ratanya:

1. Bukti Fisik (*tangible*) mendapatkan penilaian rata – rata 4,07 yang berarti baik dengan lokasi dan keadaan venue pelaksanaan konser Soundrenaline yang dilaksanakan oleh CV. Cipta Kreatif Komunika.
2. Keandalan (*reliability*) mendapatkan penilaian rata – rata 3,39 yang berarti pengunjung merasa pelayanan yang diberikan oleh CV. Cipta Kreatif Komunika cukup baik.
3. Daya Tanggap (*responsiveness*) memperoleh penilaian dengan rata- rata 3,18 yang berarti pengunjung merasa cukup baik dengan pelayanan yang diberikan CV. Cipta Kreatif Komunika sehingga angka ini membuktikan bahwa diperlukannya peningkatan daya tanggap dalam segala aspek oleh CV. Cipta Kreatif Komunika.
4. Jaminan (*assurance*) memperoleh penilaian dengan rata – rata 3,96 yang berarti jaminan yang diberikan oleh CV. Cipta Kreatif Komunika baik pada penyelenggaraan konser Soundrenaline *The Spirit of All Time* membuat pengunjung merasa aman dan nyaman.

5. Kepedulian (*emphaty*) memperoleh penilaian dengan rata- rata 3,28 yang berarti cukup baik dengan kepedulian terhadap pengunjung sehingga dapat ditingkatkan oleh CV. Cipta Kreatif Komunika pada pelaksanaan konser Soundrenaline.

#### Saran

Berdasarkan simpulan tersebut, maka dapat dikemukakan beberapa saran diantaranya:

1. Variabel kehandalan, pada variabel ini mendapatkan nilai rata-rata cukup baik sehingga dapat ditingkatkan pada bagian yaitu:
  - a. Ketepatan waktu dalam pelaksanaan konser dapat ditingkatkan sehingga penonton merasa puas dan senang dengan tepatnya pelaksanaan konser ataupun band mulai bermain.
  - b. Kecepatan *event* organizer menangani masalah yang terjadi kepada pengunjung perlu ditingkatkan dengan demikian pengunjung yang datang ke *event* Soundrenaline merasa lebih diperhatikan
  - c. Kemampuan *event organizer* dalam melayani kebutuhan dan keinginan pengunjung pada pelaksanaan konser dapat ditingkatkan lagi untuk memberikan kesan bahwa *event organizer* peduli terhadap pengunjung
2. Variabel daya tanggap, mendapat nilai cukup baik sehingga ditingkatkan lagi pada bagian:
  - a. Kesiediaan *event* organizer untuk memberikan solusi kepada pengunjung jika terjadi masalah pada area venue dan sigap menangani masalah yang dialami pengunjung pada saat *event* berlangsung.
  - b. *Crew* atau staff yang bertugas harus lebih berinisiatif dalam menangani masalah yang tiba-tiba muncul pada pengunjung berkaitan dengan *event*, serta sigap dalam memberikan jawaban yang diajukan oleh pengunjung.

3. Variabel kepedulian, pengunjung merasa cukup baik dengan pelayanan yang diberikan oleh CV. Cipta Kreatif Komunika hal ini perlu ditingkatkan lagi yaitu:
- Crew* atau staff yang bertugas harus memberikan perhatian lebih kepada pengunjung terkait dengan pelayanan pada saat *event* berlangsung serta tingkat kejujuran *crew* atau staff saat bertugas perlu ditingkatkan karena mendapat penilaian cukup baik dari pengunjung.
  - Kemampuan *crew* atau staff dalam berkomunikasi dengan pengunjung juga perlu ditingkatkan, karena mendapat penilaian cukup baik dari pengunjung *event* Soundrenaline dan kemampuan staff dalam membantu pengunjung yang kesusahan saat penyelenggaraan *event* berlangsung juga perlu ditingkatkan, agar pengunjung merasa nyaman dan senang sehingga ingin berkunjung lagi pada *event* Soundrenaline.

Future Research. Journal of Marketing, volume 49.

Silvers, Julia Rutherford. 2012. Professional Event Coordinator. United States of America: John Wiley & Sons, INC.

Sinambela, Lijan Poltak, dkk, 2011. Reformasi Pelayanan Publik: Teori, Kebijakan dan Implementasi, Jakarta: PT. Bumi Aksara.

## REFERENSI

- Adrian, Payne. 2010. Pemasaran jasa (The Essence of service Marketing), Terjemahan Fandy Tjiptono, Cet. Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- Goldblatt, Joe. 2008. The Wiley Event Management Series, 3 Edition. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Kesrul, M. 2004. Meeting Incentive Trip, Conference, Exhibition. Jakarta: Graha Ilmu.
- Noor, Any. 2009. Management Event, (Pengertian Event): Bandung: Alfabeta.
- Noor, Any. 2013. Management Event (Kategori Event): Bandung: Alfabeta.
- Pasolong, Harbani. (2011). Teori Administrasi Publik. Bandung: Alfabeta.
- Parasuraman, Valerie A. Zeithaml. Leonardo Berry. 1985. A Conceptual Model of Service Quality And Its Implication For





Volume 5 Nomor 2, Desember 2022, pages: 135-144

## DEKONSTRUKSI HIDANGAN PENUTUP DINGIN TRADISIONAL INDONESIA MENJADI *FUSION DESSERT*

### *DECONSTRUCTION OF TRADITIONAL INDONESIAN COLD DESSERT INTO A FUSION DESSERT*

Ni Made Ayu Dwi Krisna Yanti<sup>1\*</sup>, Billy Tanius<sup>2</sup>, Ni Nyoman Widani<sup>3</sup>, Heru Pramudia<sup>4</sup>  
Seni Kuliner, Politeknik Internasional Bali<sup>1\*234</sup>  
krisnayanti810@gmail.com

Received: 27/10/2022

Revised: 12/12/2022

Accepted: 16/12/2022

#### Abstrak

Makanan saat ini tidak hanya menjadi kebutuhan pokok melainkan menjadi gaya hidup yang lebih *modern* bagi pecinta kuliner, saat ini kuliner khas Indonesia mulai tergeser keberadaannya dikarenakan adanya tren budaya baru yang datang ke Indonesia maka dari itu peneliti tertarik untuk mendekonstruksi jajanan khas dari beberapa daerah di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan ialah metode penelitian deskriptif atau penelitian pengembangan *research and development*, dengan model 4D model penelitian yaitu (*Define, Design, Development, dan Dissemination*). Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan Kuesioner sebagai instrumen penelitian untuk mencari pendapat tentang dekonstruksi jajanan dan minuman khas Indonesia menjadi hidangan penutup dingin modern. Digunakan panelis sebanyak 23 orang. Hasil dari penelitian menciptakan 10 resep makanan tradisional penutup dingin yang didonstruksi yaitu Es Cendol, Es Brenebon, Es Kolak Pisang, Es Oyen, Es Doger, Es Teler, Klepon, Es Laksamana Mengamuk, Es Sarang Burung, dan Es Pisang Ijo. Semua resep telah di tes dari segi warna, rasa, aroma dan juga tekstur, dan hasilnya banyak dari panelis yang menyukai hasil dekonstruksi hidangan penutup dingin khas Indonesia menjadi hidangan penutup dingin dalam bentuk *entremets*. Hidangan penutup dingin yang sudah didekonstruksi memberikan tampilan yang berbeda tetapi masih mempertahankan cita rasa tradisional dan diterima dengan baik berdasarkan hasil penilaian para panelis.

**Kata Kunci:** Dekonstruksi, Makanan Penutup Dingin, *Entremets*, Jajanan Tradisional Indonesia

#### Abstract

*The Nowadays food is not longer just a necessity, but it is also used as a lifestyle and trend for culinary lovers. Indonesian traditional food has many varieties based on its existence in today's society, traditional Indonesian snacks are food products that are served. There have been many Indonesian culinary delights that have been used as modern desserts, but it will be found that most of the modern desserts on the market are only innovated in the form of fusion looks but not in the form of deconstruction. This research uses descriptive research method or development research. In this study, the researcher will use a questionnaire as a research instrument to seek opinions on the deconstruction of traditional Indonesian desserts into modern entremets. A panel of 23 people was used. The results of the research by the author created 10 deconstructed traditional dessert recipes, namely Es Cendol, Es Brenebon, Es Kolak Pisang, Es Oyen, Es Doger, Es Teler, Klepon, Es Laksamana Mengamuk, Es Sarang Burung, and Es Pisang Ijo. All recipes have been tested for color, taste, aroma, and texture, and the results were many of the panelists who liked the result of deconstructing the typical Indonesian traditional dessert into a form of entremets. The prepared cold dessert menu has a different appearance but still retains the taste and is well received based on the results of the panelists' assessment. is quite diverse makes researchers interested in deconstructing Indonesian culinary.*

**Keywords:** Deconstructed, Cold Dessert, *Entremets*, Traditional Indonesian Dessert

## 1. PENDAHULUAN

Kuliner di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, serta kuliner di Indonesia merupakan salah satu kuliner di dunia yang memiliki beragam cita rasa, seiring dengan berjalannya waktu, beberapa jenis minuman dan jajanan yang mulai ditinggalkan oleh masyarakat karena beberapa faktor seperti terlalu banyaknya makanan asing yang bermunculan dan berbagai macam inovasi baru yang di tampilkan sehingga membuat masyarakat lebih tertarik untuk membeli *dessert* yang dimana tampilannya lebih menarik dan lebih banyak mengandung bahan cokelat yang dimana *cream* dan cokelat mudah di dapat di Indonesia karena hal tersebut membuat pedagang kue untuk memulai mempelajari berbagai *dessert* dengan rasa dan tampilan yang menarik, mengingat kuliner khas yang ada di Indonesia yang sudah mulai tergeser dan ditinggalkan, jajanan pasar yang ada di Indonesia didominasi oleh adanya *dessert modern*, serta harga dari jajanan tradisional yang masih kalah jauh dibawah dengan *modern dessert*, hal ini disebabkan oleh karena budaya masyarakat Indonesia yang lebih suka jajanan yang berpenampilan *modern* sehingga menarik.

Adanya berbagai macam jenis kuliner tradisional yang dipengaruhi oleh budaya yang terdapat pada daerah tersebut, tidak sedikit pula jajanan dan makanan tradisional Indonesia yang saat ini sedikit demi sedikit tergeser bahkan sampai ditinggalkan, Pergeseran pada tren saat ini dengan anggapan bahwa jajanan non tradisional dinilai lebih *trendy* dibandingkan dengan berbagai macam jajanan tradisional khas Indonesia. Munculnya istilah *fusion food*, yang berarti penggabungan antara jenis makanan yang berbeda dengan dua daerah atau lebih, saat ini istilah *fusion food* menjadi tren inovasi dalam dunia kuliner.

Menurut David Farbacher 2014, ada tiga tipe makanan yang bisa disebut dengan *fusion*, tipe pertama adalah mencampurkan antara makanan dari satu daerah dengan daerah lain, tipe kedua adalah mencampurkan dua jenis makanan menjadi satu jenis makanan baru, serta tipe ketiga ialah menyatukan antara makanan terhadap

suatu budaya yang berbeda dengan metode yang bernama dekonstruksi, Dekonstruksi makanan merupakan salah satu teknik atau cara yang dimana bisa digunakan dalam pembuatan *dessert*. Dahulu *dessert* hanya disajikan dalam beberapa komponen seperti cokelat dan buah-buahan, tetapi pada saat ini terdapat berbagai macam variasi dalam pengolahan *dessert* bahkan beberapa chef yang terkenal membuat hidangan penutup yang di dekonstruksi.

Adapun tujuan dari dekonstruksi tersebut yaitu mendekonstruksi ulang dari segi tekstur, maka dari itu penulis tertarik untuk membuat sebuah hidangan *fusion* yang terinspirasi dari sebuah jajanan dan minuman tradisional khas Indonesia tetapi tidak merubah dari rasa asli dari makanan tersebut. Maka dari itu penulis mengangkat konsep dekonstruksi *dessert* yang dimana terinspirasi dengan kuliner khas Indonesia, umumnya semua hidangan atau jajanan Indonesia dapat didekonstruksi seperti es cendol menjadi *petit gateau*, klepon menjadi *mousse cake* serta jajanan tradisional yang ada di Indonesia. Kuliner Indonesia yang memiliki berbagai macam ciri khas membuat peneliti tertarik untuk mendekonstruksi kuliner khas daerah Indonesia. Telah banyak ditemukan di pasaran kuliner khas Indonesia yang dijadikan *modern dessert*, akan tetapi kebanyakan *modern dessert* yang ada di pasaran hanya diinovasi menjadi bentuk *fusion* saja dan bukan dalam bentuk dekonstruksi, maka dari itu peneliti tertarik mengangkat kuliner khas Indonesia yang mempunyai ciri khas dengan olahan santan akan tetapi dalam bentuk dekonstruksi seperti halnya *dessert* yang memiliki tampilan yang lebih *modern* seperti *entremets*, *entremets* sendiri merupakan jajanan yang memiliki gabungan dari beberapa komponen menjadi satu hidangan.

Peneliti tertarik mengangkat kuliner yaitu jajanan dan es tradisional khas Indonesia yang berbahan dasar santan seperti es laksamana mengamuk, kolak pisang, dan es cendol menggunakan santan sebagai bahan utama dalam minuman yang didekonstruksi menjadi *fusion dessert* dengan tampilan modern dengan tidak merubah rasa aslinya hanya menambah

tekstur dan tampilannya, adapun beberapa revrensi literasi yang dikutip penulis seperti artikel Nona Tadya, (2019). *Deconstructed Dessert Inspired By Traditional Ice From Indonesia*. Maka dari itu judul yang diambil penulis adalah Dekonstruksi Hidangan Penutup Tradisional Indonesia Menjadi Fusion Dessert, peneliti memilih judul tersebut karena penulis ingin memperkenalkan metode dengan cara dekonstruksi makanan dan minuman, dengan menambah nilai jual dari makanan dan minuman tradisional serta dapat memperkenalkan jajanan tradisional Indonesia ke tamu asing yang datang ke Indonesia karena rasa yang sudah di update menjadi fusion dessert.

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan maka hal yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini yaitu: 1) Apa sajakah hasil dekonstruksi hidangan penutup dingin tradisional Indonesia menjadi *fusion dessert*? 2) Bagaimanakah hasil analisa sensori terhadap tampilan, warna, rasa, dan tekstur dari dekonstruksi hidangan penutup dingin tradisional Indonesia menjadi *fusion dessert*? Adapun tujuan dari kegiatan penelitian ini meliputi: 1) Mendapatkan hasil dekonstruksi hidangan penutup dingin tradisional Indonesia menjadi *fusion dessert*. 2) Mengetahui hasil terhadap tampilan, warna, rasa, dan tekstur dari dekonstruksi hidangan penutup dingin tradisional Indonesia menjadi *fusion dessert*.

Terdapat empat konsep yang digunakan dalam penelitian ini antara lain seperti hidangan penutup, jajanan tradisional Indonesia *fusion dessert*, dan dekonstruksi menurut filsuf Perancis Jacques Derrida konsep dekonstruksi ialah bukan suatu dari konsep analisis dan kritik, metode, aksi maupun operasi. Dikutip dari laman dna.com 2019, menurut pandangan dari Chef Dhvani Agarwal, seorang senior *sous chef* masala *library from Jiggs Kalra*, Mumbai bahwa:

*“Many people are hesitant about deconstructed food because they are unsure whether it will taste like the real thing. So our main focus always lies on preserving the original taste of the food, and also playing with the presentation. The biggest*

*challenge chefs face in food deconstruction is changing the look without losing the authentic taste”*. “Banyak orang ragu-ragu untuk makanan dekonstruksi karena tidak yakin apakah makanan tersebut akan terasa seperti yang sebenarnya. Sehingga focus utama kita selalu terletak pada mempertahankan rasa asli makanan tersebut, dan juga bermain dengan presetasi. Tantangan terbesar yang dihadapi oleh chef dalam dekonstruksi makanan adalah mengubah tampilan tanpa menghilangkan rasa autentik”.

Menurut penjelasan dari chef Dhvani Agarwal ialah banyaknya orang ragu untuk mencoba hidangan dekonstruksi karena tidak yakin apakah akan terasa seperti hidangan yang biasa dimakan, oleh karena itu, fokus dan selalu berkonsentrasi pada pelestarian rasa dan cita rasa dasar. Tantangan terbesar adalah mengubah tampilan hidangan namun tetap mempertahankan rasa otentik, dengan rasa yang utuh.

Berbagai macam kuliner atau hidangan dapat didekonstruksi seperti *dessert* atau makanan penutup yang dimana disajikan paling akhir dalam set menu. Biasanya dessert memiliki ciri khas rasa yang manis dan fresh yang mengkombinasikan dalam sebuah dessert dengan jajanan tradisional daerah Indonesia, jajanan tradisional adalah makanan dan minuman serta bahan-bahan campuran *ingredients*, yang secara tradisional telah digunakan dan berkembang di masyarakat Indonesia, makanan tradisional yang didapat dari resep turun temurun yang dimana dalam penelitian ini menggabungkan antara jajanan tradisional Indonesia dengan *dessert prancis* yaitu *mousse cake* yang digabungkan menjadi *fusion dessert* yaitu gabungan antara dua budaya atau lebih yang dikombinasikan dalam sebuah hidangan penutup.

## 2. METODE

Metode penelitian yang digunakan ialah metode penelitian deskriptif atau penelitian pengembangan *research and*

development, dengan model 4D model penelitian yaitu (*Define, Design, Development, dan Dissemination*). Metode ini dipilih karena memudahkan peneliti untuk memvalidasi data seperti artikel dari Nona Tadya, (2019). Yang berjudul *Deconstructed Dessert Inspired By Traditional Ice From Indonesia*. adapun dari tahapan *define* berguna untuk menentukan kebutuhan di dalam proses pengumpulan bebrapa data atau informasi yang berkaitan dengan produk yang akan didekonstruksi oleh peneliti, tahapan kedua adalah *design* merupakan tahapan untuk merancang produk yang akan dihasilkan oleh peneliti, tahapan ketiga yaitu tahapan *development* yaitu tahapan yang bertujuan untuk mengasilkan beberapa data yang sudah melalui tahapan revisi berdasarkan ahli serta uji coba. Dan tahapan yang terakhir adalah tahapan *disseminate* ialah tahapan yang dimana data yang sudah direvisi, tahap selanjutnya ialah menyebarluaskan atau promosi produk pengembangan agar dapat diterima oleh pengguna. Uji coba produk dalam penelitian ini menggunakan metode uji hedonik. Dalam uji ini panelis diminta untuk megungkapkan pendapat pribadi tentang hidangan tersebut, Penelitian ini dilakukan di Politeknik Internasional Bali yang terletak di Jl. Pantai Nyanyi, Beraban, Kec. Kediri, Kabupaten Tabanan, Bali dan di rumah peneliti di Jl. Cepag Penebel, Tabanan, Bali.

Pada penelitian ini penulis menggunakan intrumen penelitian yang berupa kuesioner. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer serta data sekunder. Data primer dari penelitian ini didapat pada observasi dan data-data informan. Sedangkan data sekunder dari penelitian ini didapat antara lain dari penelitian terdahulu, daftar pustaka, buku, dan jurnal.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan riset dan percobaan, peneliti mendapatkan 10 resep dekonstruksi hidangan penutup dingin tradisional Indonesia menjadi *fusion dessert* seperti:

No	Nama Hidangan	Karakteristik Penilaian					Nilai rata-rata
		Tampilan	Warna	Rasa	Tekstur	Keseluruhan	
1	Es cendol <i>entremets</i>	5.00	4.70	5.00	4.80	5.00	4.90
2	Es teler <i>entremets</i>	4.80	5.00	4.80	4.40	4.90	4.80
3	Es brenebon <i>entremets</i>	4.90	5.00	4.40	4.50	4.70	4.70
4	Klepon <i>entremets</i>	5.00	4.70	4.80	4.80	5.00	4.90
5	Kolak pisang <i>entremets</i>	4.90	4.80	5.00	4.60	4.90	4.80
6	Es pisangijo <i>entremets</i>	4.90	4.70	4.90	4.70	4.80	4.80
7	Es oyen <i>entremets</i>	4.80	5.00	4.90	4.80	5.00	4.90
8	Es sarang burung <i>entremets</i>	4.80	4.80	4.70	4.60	4.80	4.70
9	Es laksamana mengamuk <i>entremets</i>	4.60	4.60	5.00	4.50	5.00	4.60
10	Es doger <i>entremets</i>	5.00	4.70	5.00	4.70	5.00	4.80

**Gambar 1.** Karakteristik Penilaian  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

#### 1. Cendol *Entremet*

Cendol berasal dari daerah Jawa yaitu provinsi Jawa Barat atau Sunda, bahan dasar dari pembuatan cendol yaitu tepung beras dan tepung tapioka yang berisi air pandan atau daun suji yang dimasak hingga mengental, lalu disajikan dengan gula aren dan santan, Pada menu asli es cendol terdapat cairan santan yang berisikan es, gula aren yang bertekstur kental dan cendol. Setelah didekonstruksi menjadi cendol *entremets*, letak dekonstruksinya pada pemecahan elemen besar dari es santan yang diganti dengan *coconut mousse*, irisan nangka diganti dengan *jackfruit jelly*, cendol dan tambahan pandan *sponge*, disajikan dalam bentuk mousse cakee dengan lapisan yang berisikan kondimen dari cendol tersebut. Berdasarkan uji hedonik yang diperoleh hasil penilaian rata-rata dari 10 panelis terhadap menu es cendol *entremets* yaitu 4.90 dari 5.00.



**Gambar 2.** Cendol *Entremet*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022



## 2. Es Teler *Entremet*

Es teler pertama kali diciptakan oleh sepasang suami istri yang bernama Tukiman seorang pedagang es gerobak yang berjualan di Jalan Semarang Jakarta Pusat, yang terbuat dari campuran buah nangka, kelapa, alpukat, sirup dan susu. Pada menu asli es teler terdapat cairan susu kental manis dengan tambahan es batu yang berisikan es, irisan buah nangka, kelapa muda, dan buah alpukat. Setelah didekonstruksi menjadi es teler *entremets*, letak dekonstruksinya pada pemecahan elemen besar dari es susu yang diganti dengan *coconut white chocolate ganache*, irisan nangka diganti dengan *jackfruit coulis*, alpukat diganti dengan *avocado mousse*, disajikan dalam bentuk *mousse cake* dengan lapisan yang berisikan kondimen dari es teler. Berdasarkan uji hedonik yang diperoleh hasil penilaian rata-rata dari 10 panelis terhadap menu es cendol *entremets* yaitu 4.80 dari 5.00.



**Gambar 3.** Es Teler *Entremet*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

## 3. Es Brenebon *Entremet*

Es Brenebon yaitu salah satu minuman special dari daerah Manado, Gorontalo. Brenebon memiliki ciri khas nama tersendiri pada Bahasa Gorontalo sebenarnya sebutan untuk kacang merah, es Gorontalo ini terbuat dari rebusan kacang merah, pudding, alpukat dan susu kental manis cokelat, (Putri, 2017). Pada menu asli es brenebon terdapat cairan susu cokelat kental manis yang berisikan es, irisan buah alpuka, dan kacang merah. Setelah

didekonstruksi menjadi es brenebon *entremets*, letak dekonstruksinya pada pemecahan elemen besar dari es susu cokelat yang diganti dengan *chocolate mousse*, irisan alpukat diganti dengan *avocado puree*, kacang merah diganti dengan kacang merah *jelly*, disajikan dalam bentuk *mousse cake* dengan lapisan yang berisikan kondimen dari es brenebon tersebut. Berdasarkan uji hedonik yang diperoleh hasil penilaian rata-rata dari 10 panelis terhadap menu es cendol *entremets* yaitu 4.70 dari 5.00.



**Gambar 4.** Es Brenebon *Entremet*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

## 4. Klepon *Entremet*

Klepon pertama kali diperkenalkan di Negara Belanda seorang imigran yang berasal dari daerah Jawa Timur. Pada menu asli klepon terdapat adonan tepung beras dengan air daun suji dan didalamnya berisikan cairn gula merah lalu dibentuk bulat direbus hingga mengambang lalu dibauli dengan tepung serta klepon biasanya dibungkus dengan menggunakan daun pisang. Setelah didekonstruksi menjadi klepon *entremets*, letak dekonstruksinya pada pemecahan elemen besar dari adonan tepung beras dengan cairan daun suji dijadikan *coconut suji mousse* dan gula merah dijadikan *palm sugar sauce* dan dengan tambahan pandan sponge, klepon disajikan dalam bentuk *mousse* dengan lapisan yang berisikan kondimen dari klepon tersebut. Berdasarkan uji hedonik yang diperoleh hasil penilaian rata-rata dari 10 panelis terhadap menu es cendol *entremets* yaitu 4.90 dari 5.00.



**Gambar 5.** Klepon *Entremet*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

#### 5. Kolak Pisang *Entremet*

Kolak atau khalik yang berarti Sang Pencipta, (Mariska, 2018). Kolak pisang merupakan hidangan khas Indonesia yang menggunakan bahan dasar meliputi pisang, ubi atau singkong serta sagu bulat yang dimasak dengan gula merah dan tepung tapioka yang disajikan dengan tambahan santan, dan es batu, hidangan yang manis ini biasanya disajikan pada saat bulan Ramadhan hingga saat ini kolak sering ditemui dimana sajabanyak sajarawan yang menyebut bahwa kolak sebagai sarana untuk menyebarkan agama islam dimasalalu, Berdasarkan uji hedonik yang diperoleh hasil penilaian rata-rata dari 10 panelis terhadap menu es cendol *entremets* yaitu 4.80 dari 5.00.



**Gambar 6.** Kolak Pisang *Entremet*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

#### 6. Es Pisang Ijo *Entremet*

Es pisang ijo adalah kudapan khas dari daerah Makasar, Sulawesi Selatan. Pada menu asli kolak pisang terdapat pisang kapok yang dimasak bersamaan dengan cairan gula merah, santan dan sedikit tambahan tepung tapioka. Setelah didekonstruksi menjadi kolak pisang *entremets*, letak dekonstruksinya pada pemecahan elemen besar dari pisang diganti dengan *banana anglaise*, gula merah diganti dengan *brown sugar caramel* dan *coconut palm mousse* disajikan dalam bentuk *mousse* dengan lapisan yang berisikan kondimen di dalam kolak pisang, Berdasarkan uji hedonik yang diperoleh hasil penilaian rata-rata dari 10 panelis terhadap menu es pisang ijo *entremets* yaitu 4.80 dari 5.00.



**Gambar 7.** Es Pisang Ijo *Entremet*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

#### 7. Es Oyen *Entremet*

Es oyen pertama ditemukan di Kota Kembang Bandung, Pada menu asli es oyen terdapat potongan buah alpukat dan buah nangka, susu kental manis, dan sagu mutiara. Setelah didekonstruksi menjadi es oyen *entremets*, letak dekonstruksinya pada pemecahan elemen besar dari susu kental manis diganti dengan *white chocolate mousse*, potongan buah alpukat diganti dengan *avocado cremeux* dan nangka diganti dengan *jackfruit coulis*, serta tambahan *raspberry jelly* untuk menambah rasa kesegaran dalam es oyen ini, dan diselimuti dengan *glaze* yang terbuat

dari *chocolate* yang berwarna pink, disajikan dalam bentuk *mousse* dengan lapisan yang berisikan kondimen dari es oyen tersebut. Berdasarkan uji hedonik yang diperoleh hasil penilaian rata-rata dari 10 panelis terhadap menu es oyen *entremets* yaitu 4.90 dari 5.00.



**Gambar 8.** Es Oyen *Entremet*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

#### 8. Es Sarang Burung *Entremet*

Es sarang burung ialah salah satu minuman tradisional khas Lombok, Nusa Tenggara Barat, pada menu asli es sarang burung terdapat potongan buah melon, biji selasih, dan air atau buah leci. Setelah didekonstruksi menjadi es sarang burung *entremets*, letak dekonstruksinya pada pemecahan elemen besar dari melon diganti dengan melon confit, coco pandan dengan biji selasih dan air leci dijadikan *lychee jelly* disajikan dalam bentuk *mousse* dengan lapisan yang berisikan kondimen dari es sarang burung tersebut. Berdasarkan uji hedonik yang diperoleh hasil penilaian rata-rata dari 10 panelis terhadap menu es sarang burung *entremets* yaitu 4.70 dari 5.00.



**Gambar 9.** Es Sarang Burung *Entremet*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

#### 9. Es Laksamana Mengamuk

Es laksamana mengamuk berasal dari daerah Riau Pada menu asli dari es laksamana mengamuk yaitu terdapat potongan buah mangga dan santan. Setelah didekonstruksi menjadi es laksamana mengamuk *entremets*, letak dekonstruksinya pada pemecahan elemen besar dari santan diganti dengan *coconut mousse* dan manga diganti dengan *mango confit*. disajikan dalam bentuk *mousse* dengan lapisan yang berisikan kondimen dari es laksamana mengamuk tersebut. Berdasarkan uji hedonik yang diperoleh hasil penilaian rata-rata dari 10 panelis terhadap menu es laksamana mengamuk *entremets* yaitu 4.60 dari 5.00



**Gambar 10.** Es Laksamana Mengamuk  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

#### 10. Es Doger *Entremet*

Es doger berasal dari daerah Cirebon, Jawa Barat. Pada menu asli es doger terdapat potongan buah nangka, tapeketan dan tape singkong dan susu kental manis. Setelah didekonstruksi menjadi es doger *entremets*, letak dekonstruksinya pada pemecahan elemen besar dari tape ketan hitam menjadi *black sticky rice mousse*, tapai singkong dijadikan tape *cremeux*, nangka dijadikan *jackfruit coulis* dan buah alpukat yang dijadikan *jelly* disajikan dalam bentuk *mousse* dengan lapisan yang berisikan kondimen dari es doger tersebut. Berdasarkan uji hedonik yang diperoleh hasil penilaian rata-rata dari 10 panelis terhadap menu es doger *entremets* yaitu 4.80 dari 5.00.





**Gambar 11.** Es Doger *Entremet*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

#### 4. KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang dihasilkan dari diadakannya karya kompetisi kreatif dengan judul ‘Dekonstruksi Hidangan Penutup Dingin Tradisional Indonesia menjadi *Fusion Dessert*’ peneliti menggabungkan hidangan penutup tradisional dengan hidangan penutup Prancis yaitu *mousse cake* seperti es cendol, es brenebon, es pisang ijo, es teler, kolak pisang, es sarang burung, es doger, es laksamana mengamuk, klepon dan es oyen, semua hidangan ini didekonstruksi menjadi *entremets* atau *mousse cake*, dalam penelitian ini proses *fusion* dilakukan dengan cara menggabungkan bahan-bahan tradisional Indonesia seperti gula aren dan santan dengan bahan-bahan Internasional seperti *whippy cream* maka terciptalah sepuluh resep dekonstruksi yang dibuat oleh penulis dan telah melewati uji hedonik yang dilakukan oleh panelis. Berikut sepuluh resep yang diciptakan dan telah melewati uji hedonik oleh panelis.

1. Menu es cendol *entremets*, klepon *entremets* dan es doger *entremets* memperoleh nilai tertinggi dinilai dari segi tampilan yaitu 5.00 dari 5.00, sedangkan es laksamana mengamuk memperoleh nilai terendah dari segi tampilan yaitu 4.60 dari 5.00.
2. Menu es teler *entremets*, es brenebon *entremets*, dan es oyen *entremets* memperoleh nilai tertinggi dinilai dari segi warna yaitu 5.00 dari 5.00, sedangkan menu es laksamana mengamuk memperoleh nilai terendah yaitu 4.60 dari 5.00.

3. Menu es cendol *entremets*, kolak pisang *entremets*, es laksamana mengamuk *entremets*, dan es doger *entremets* memperoleh nilai tertinggi dinilai dari segi rasa yaitu 5.00 dari 5.00, sedangkan menu es brenebon *entremets* memperoleh nilai 4.40 dari 5.00.
4. Menu es cendol *entremets*, klepon *entremets* dan es oyen *entremets* memperoleh nilai tertinggi dari segi tekstur yaitu 4.80 dari 5.00, sedangkan menu es brenebon *entremets* memperoleh nilai terendah yaitu 4.50 dari 5.00.
5. Menu es cendol *entremets*, klepon *entremets*, es oyen *entremets*, es laksamana mengamuk *entremets* dan es doger *entremets* memperoleh nilai tertinggi dari segi keseluruhan yaitu 5.00 dari 5.00, sedangkan menu es brenebon memperoleh nilai terendah yaitu 4.70 dari 5.00.
6. Menu es cendol *entremets*, klepon *entremets* dan es oyen *entremets* memperoleh nilai rata-rata tertinggi yaitu 4.90 dari 5.00, sedangkan menu es laksamana mengamuk memperoleh nilai terendah yaitu 4.60 dari 5.00.

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan, penulis mengajukan rekomendasi sebagai berikut:

1. Dengan membaca penelitian ini, pembaca diharapkan mendapatkan pembelajaran dan pengetahuan mengenai Dekonstruksi Hidangan Penutup Dingin Tradisional Indonesia Menjadi *Fusion Dessert*.
2. Peneliti selanjutnya yang akan melanjutkan penelitian sejenis diharapkan lebih memfokuskan pada pembahasan mengenai menciptakan model presentasi atau tampilan hidangan makanan penutup dingin tradisional Indonesia yang lebih bervariasi serta mengikuti trending sehingga dapat mengikuti permintaan pasar.
3. Pengusaha kuliner diharapkan untuk tetap menggunakan bahan baku lokal sehingga memiliki ciri khas setiap daerah yang mungkin bisa dikreasikan menjadi *dessert modern* dengan bercita rasa khas Indonesia.

## REFERENSI

- Chen, Sussanah (2011, Februari 22). *The Growing Deconstructed Food Trend, Deconstructed Food : Love It or Hate It?*. Diakses pada September 15, 2021 dari <https://bit.ly/3dSnHXE>.
- D'Silva, Melissa D'Costa (2018, Mei 4). *Deconstructed Food Dine Right!*. Diakses pada September 24, 2021 dari <https://bit.ly/3qSwbU1>.
- Demasyuri.(2016, May 9). *Pengertian dan Konsep Paham Dekonstruksi*. Diakses pada September 13, 2021 dari <https://bit.ly/36fpXEt>.
- Dosen Pendidikan (2020). *Teknik Pengumpulan Data*. Diakses pada September 18, 2021 dari <https://rb.gy/qmadqx>.
- Dosen Sosiologi (2018). *Pengertian Kuesioner, Jenis, dan Contohnya Lengkap*. Diakses pada September 18, 2021 dari <https://rb.gy/wnymd0>.
- Fajria Aninsya Utami (2020). Es Oyen berasal darimana? Diakses pada Desember 6, 2021 dari <https://umroh.com/blog/es-oyen-berasal-dari/>.
- Femina. (2017, Febuari 15). *Di Balik Kelembutan Mousse, Dessert Nikmat dari Prancis*. Diakses pada September 20, 2021 dari <https://rb.gy/daogiu>.
- Fimela (2015, Juli 31). *Flavors of The Archipelago : Presentasi Kuliner Indonesai Karya Chef Elliot dan Chef Le Queau*. Diakses pada September 24, 2021 dari <https://bit.ly/3wnDe8C>.
- Fractals. (2016, Mei 26). *Trend Alert : Deconstructed Food*. Diakses pada Oktober 2,2021 dari <https://bit.ly/3hmnLRW>.
- Gebbyalya (2021). Asal Usul Es Laksamana Mengamuk. Diakses pada Desember 6, 2021 dari <https://www.idntimes.com/food/recipe/gebialya-rahmani-1/asal-usul-es-laksamana-mengamuk-c1c2/1>.
- Girindra, P. *Pengertian Uji Hedonik*. Diakses pada Oktober 2, 2021 dari <https://rb.gy/ftregw>.
- Hadjar Chanissa (2020), Mengenal Sejarah Klepon. Diakses pada Desember 6, 2021 dari <https://www.uc.ac.id/fikom/foodlore-mengenal-sejarah-klepon-kue-mungil-nan-legit/#:~:text=Kue%20klepon%20diperkenalkan%20oleh%20imigran,yang%20ditulis%20oleh%20J.M.%20Meulenhoff>.
- Indonesia Kaya (2021) Es Pisang Hijau, Sesuap Sejarag Es Pisang Hijau. Diakses pada Desember, 10,2021 dari <https://indonesiakaya.com/>.
- James Campbell (2017). *Japanese Patisserie*.
- Jhonny Aispa (2017). Asal Usul Minuman Es Doger. Diakses pada Desember 6, 2021 dari <http://www.apasih.web.id/inilah-asal-usul-kenapa-disebut-dengan-es-doger-905.html>.
- Kumparan (2019). Minuman Ce Hun Tiau. Diakses pada Desember 6, 2021 dari <https://kumparan.com/hipontianak/ce-hun-tiau-minuman-khas-tionghoa-yang-segar-untuk-berbuka-puasa-1r449wdZap7/full>.
- Mariska Tracy (2018), Sejarah Kolak Pisang, Kudapan Khas Bulan Ramadhan. Diakses pada Desember 6, 2021 dari <https://www.pegipegi.com/travel/sejarah-kolak-pisang-kudapan-khas-di-bulan-ramadan/>.
- Mimi Rohmitriasih (2018). Sejarah Cendol. Diakses pada Desember 6. 2021 dari <https://www.fimela.com/lifestyle/read/3853108/sejarah-cendol-minuman-menyegarkan-khas-indonesia>.
- Nona Tadya, V. I. A. N. A. (2019). *Deconstructed Dessert Inspired By Traditional Ice From Indonesia*.
- Putri AN (2017). Es Brenebon. Diakses pada Desember 6, 2021 dari <https://budaya-indonesia.org/Es-Brenebon>.
- Tan, Benny. *Hidangan Penutup*. Diakses pada Oktober 5, 2021 dari <https://slideplayer.info/slide/12175340/>.
- Tana, Yohanes Florianus (2017). *Memahami Teori Dekonstruksi Jacques Derrida Sebagai Hermeneutika Radikal*. Diakses pada Oktober 12, 2021 dari <https://bit.ly/3ACMaKE>.

- Ukirsari Manggalini (2021), Cerita Dibalik Es Pisang Ijo. Diakses pada Desember 6, 2021 dari <https://www.suara.com/lifestyle/2018/06/01/162211/ternyata-beginilah-cerita-di-balik-pisang-ijo>.
- Widani, N. N. (2020). *English For Food and Beverage Services*. Bali: Pustaka Larasan Publisher.



Volume 5 Nomor 2, Desember 2022, pages: 145-154

## **PERAN PEREMPUAN DALAM KEGIATAN PARIWISATA DI PANTAI OETUNE (STUDI KASUS PADA DESA TUAFANU KABUPATEN TIMOR TENGAH SELATAN)**

### ***THE ROLE OF WOMEN IN TOURISM ACTIVITIES AT OETUNE BEACH (CASE STUDY IN TUAFANU VILLAGE, SOUTH CENTRAL TIMOR DISTRICT)***

**Yudha Eka Nugraha<sup>1\*</sup>, Helen I. S. Balukh<sup>2</sup>**

Politeknik Negeri Kupang<sup>1\*2</sup>  
yudhaekanugraha@gmail.com

Received: 27/10/2022

Revised: 22/11/2022

Accepted: 02/12/2022

#### **Abstrak**

Pantai Oetune merupakan daya tarik wisata berbasis alam di Kabupaten Timor Tengah Selatan (TTS). Secara geografis, Pantai Oetune berdekatan dengan masyarakat setempat penduduk Desa Tuafanu. Hal ini memungkinkan interaksi antara masyarakat lokal dan turis di Pantai Oetune terutama kelompok masyarakat perempuan yang menunjang kegiatan pariwisata di Pantai Oetune. Tujuan penelitian ini yakni mengetahui peran perempuan pada kegiatan pariwisata di daya tarik wisata pantai dengan pendekatan metode kualitatif. Wawancara dan observasi merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini mengidentifikasi bahwa peran perempuan dalam kegiatan pariwisata di Pantai Oetune terbagi menjadi tiga yakni (1) Peran Perempuan dalam atraksi wisata seperti tari-tarian, menenun, melestarikan budaya lokal berupa kebiasaan lokal, (2) peran perempuan dalam pengelolaan fasilitas wisata seperti homestay, makanan minuman, memasarkan cenderamata, (3) Peran perempuan dalam pengelolaan organisasi pariwisata. Selain peran, terdapat beberapa kendala dalam mendukung kegiatan pariwisata yakni kurangnya sumber pendanaan, kurangnya koordinasi, dan terbatasnya keahlian masyarakat lokal khususnya perempuan.

**Kata Kunci:** Peran Perempuan, Wisata Pantai, Masyarakat Lokal

#### **Abstract**

Oetune Beach is natural-based tourist destination in South Central Timor Regency. Geographically, Oetune Beach is close to the local people of Tuafanu Village. This allows interaction between local communities and tourists on Oetune Beach, especially women's community who support tourism activities on Oetune Beach. The purpose of this study is to govern the responsibility of women in tourism activities in coastal tourist attractions with a qualitative method approach. In terms of data collection, this research applied mostly in interview basis and observation. The results show that the role of women in tourism activities at Oetune Beach was divided into three, namely (1) the role of women in tourist attractions such as dances, weaving, preserving local culture in the form of dances and local customs, (2) the role of women in managing tourist facilities such as homestay, food and drink, marketing souvenirs, (3) The role of women in the management of tourism organizations. In addition to the role, there are several obstacles in supporting tourism activities, namely the lack of funding sources, lack of coordination, and limited expertise of local communities, especially women.

**Keywords:** Role of Women, Coastal Tourism, Local Community



## 1. PENDAHULUAN

TTS merupakan salah satu Kabupaten yang berlokasi di Pulau Timor Provinsi Nusa Tenggara Timur. Kabupaten TTS memiliki berbagai daya tarik wisata yang beragam berbasis wisata budaya, wisata alam, wisata sejarah, dan wisata minat khusus. Diantara jenis daya tarik wisata tersebut, terdapat daya tarik unggulan Kabupaten TTS yang mengundang kunjungan wisatawan adalah wisata alam di Pantai Oetune yang berada di Desa Tuafanu, Kabupaten TTS. Kawasan Desa Tuafanu sebagian besar merupakan area pegunungan dan pesisir pantai. Pantai Oetune memiliki keadaan geografis yang unik dengan bentang alam pesisir pantai seperti lokasi yang ditemukan di gurun. Selain itu, pantai Oetune memiliki garis pantai yang panjang dengan pasir yang halus. Beberapa aktivitas yang dilakukan wisatawan diantaranya melakukan rekreasi bersama keluarga, beberapa melakukan kegiatan seperti pengambilan gambar untuk berbagai kepentingan karena posisi pantai yang bersih dan fasilitas wisata yang tersedia.

Fasilitas wisata yang tersedia pada daya tarik wisata Pantai Oetune berupa seperti unit usaha makan dan minum yang dikelola masyarakat, toilet, unit karcis masuk objek wisata, dan lopo (rumah tradisional masyarakat Timor yang biasanya dimanfaatkan sebagai tempat berteduh selama di pantai). Perjalanan menuju Pantai Oetune membutuhkan waktu sekitar 4 jam tergantung kecepatan kendaraan. Jarak yang harus ditempuh yakni sepanjang 115 km dari Kota Kupang dan ditengah perjalanan tidak jarang ditemukan jalan yang berlubang. Wisatawan akan dikenakan tarif masuk sebesar 3.000 rupiah untuk mobil dan 1.000 rupiah untuk biaya parkir motor. Hal menarik dalam pengelolaan Pantai Oetune adalah aktifnya perempuan yang mengelola Pantai Oetune dalam kegiatan penyediaan jasa pariwisata. UNWTO (2011) memaparkan kajian mengenai perempuan dalam pariwisata yakni: (a) Mayoritas tenaga kerja di sector formal diisi oleh perempuan, (b) Proporsi perempuan dalam tingkat pekerjaan pelayanan sudah cukup representatif, namun tidak pada tingkat pekerjaan profesional, (c) Pendapatan

perempuan di sektor pariwisata lebih rendah 5% daripada pendapatan laki-laki di sektor yang sama, (d) Sebanyak dua kali lipat dari sektor lainnya, pemilik usaha pariwisata dimiliki oleh perempuan, (e) Menteri pariwisata dunia mayoritas perempuan (satu dari lima menteri), (f) Sektor pariwisata memiliki proporsi yang tinggi untuk perempuan yang bekerja secara mandiri.

Berdasarkan hasil pengamatan awal penelitian di Pantai Oetune, mayoritas pelayanan diberikan oleh perempuan yang merupakan masyarakat Desa Tuafanu. Hal ini terlihat pada pelayanan unit makanan minuman, pembersihan pantai, dan penjagaan fasilitas yang semuanya dilakukan oleh masyarakat perempuan. Penelitian terkait keikutsertaan masyarakat perempuan dalam pengelolaan daya tarik wisata alam telah disampaikan oleh Demartoto (2012) yang mengungkapkan bahwa kurang berhasilnya pariwisata berbasis masyarakat disebabkan oleh minimnya peran perempuan. Oleh karena itu, peran perempuan dalam pengelolaan perlu mendapatkan perhatian sebagai salah satu elemen yang dapat menyukseskan pengelolaan dan keberlanjutan daya tarik wisata. Penelitian ini perlu dilakukan sebagai upaya untuk mengetahui peran perempuan dalam pengelolaan pariwisata pada atraksi alam yang masih belum banyak dilakukan oleh penelitian sebelumnya. Kajian sebelumnya membahas mengenai partisipasi perempuan dalam bidang pariwisata dapat meminimalisir gap antar gender dalam pembangunan. Agenda gender merupakan bagian dalam isu kesetaraan dan pemberdayaan dalam *Millenium Development Goals* yang diupayakan oleh PBB.

Berdasarkan pemaparan yang disebutkan sebelumnya terkait dengan dinamika pariwisata di Pantai Oetune maka penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan peran perempuan dalam menunjang kegiatan pariwisata di Pantai Oetune.

Peran dikaitkan dengan pelaksanaan hak dan kewajiban dalam kedudukan di masyarakat. Merujuk pada pengertian ini maka sama halnya dengan perempuan yang terkhusus pada bidang pariwisata.

Berdasarkan hasil kajian literatur, penelitian mengenai peran perempuan dalam pariwisata masih memerlukan kajian lebih lanjut sehingga dalam penelitian ini akan memaparkan peran perempuan yang khusus mengelola daya tarik wisata berbasis alam. Menurut Nuryanti (2010), terdapat beberapa peran perempuan dalam pariwisata yakni:

1. Peran perempuan dalam menampilkan atraksi wisata seperti:
  - a. Perempuan berpartisipasi dalam pertunjukkan tarian tradisional yang menjadi identitas setempat. Sebagai penari, secara tidak langsung perempuan menampilkan gerakan tari, busana, permainan alat musik, dan komponen lain selama tarian dilakukan.
  - b. Beberapa daya tarik wisata yang berbasis pertanian mampu menunjukkan bahwa partisipasi perempuan sangat dominan dalam menopang perekonomian keluarga. Karena perempuan mengelola tanah dan tanaman yang berada di areal pertanian tersebut.
2. Peran perempuan yang ditemukan dalam menjaga fasilitas wisata diantaranya:
  - a. Perempuan berpartisipasi dalam pengelolaan *homestay* lokal yang berarti bahwa perempuan aktif menyediakan fasilitas dalam hal ini kamar yang dimanfaatkan untuk menunjang aktivitas pariwisata di destinasi.
  - b. Perempuan berpartisipasi dalam penyediaan makan dan minum bagi kebutuhan wisatawan. Penyediaan ini berarti mulai dari perbelanjaan makanan, penyiapan bahan mentah, mengolah menjadi makanan siap konsumsi, dan menyajikannya kepada wisatawan.
  - c. Perempuan berpartisipasi dalam memperkenalkan budaya lokal melalui pembuatan souvenir berbahan sumber daya lokal selain untuk mengangkat nilai budaya lokal juga sebagai sarana pemenuhan kebutuhan ekonomi

yang dapat membantu kesejahteraan keluarga.

3. Peran perempuan pada Lembaga pariwisata setempat

Dalam upaya mewujudkan pembangunan yang adil, negara perlu untuk meningkatkan partisipasi perempuan supaya setara dengan laki-laki. Darwin (2015) menyebutkan bahwa negara yang tidak menghormati perempuan akan kesulitan untuk menjadi bangsa yang sejahtera. UU Nomor 6 Tahun 2014 tentang desa telah membuktikan bahwa negara mendukung keterlibatan perempuan sebagai indikator pembangunan nasional seperti contohnya dalam mengembangkan dan mengelola desa. Dalam pariwisata, peran perempuan di perdesaan belum dieksplorasi mendalam sehingga identifikasi peran perempuan di berbagai aktivitas pariwisata penting untuk mengetahui keterlibatan perempuan dan sumbangsinya dalam mengurangi ketimpangan gender dalam pembangunan. Selain itu, identifikasi ini penting untuk menyeimbangkan pengelolaan pariwisata dari sudut pandang perempuan.

## 2. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, Sugiyono (2015) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian berlandaskan postpositivisme untuk meneliti objek secara alamiah. Dalam penelitian ini, objek penelitian adalah peran perempuan dalam menunjang kegiatan kepariwisataan di daya tarik wisata berbasis alam pantai. Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini yakni data kualitatif berupa hasil wawancara dan kuantitatif berupa data jumlah kunjungan wisatawan ke lokasi penelitian yakni Pantai Oetune. Subjek sekaligus informan dalam penelitian ini terdiri dari 10 orang yang dipilih dengan metode *purposive sampling*. Kesepuluh informan tersebut adalah (1) Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Timor Tengah Selatan, (2) Kepala Desa Tuafanu, (3) Pengelola Daya Tarik Wisata Pantai Oetune, (4) Wisatawan berjumlah 3 orang, (5) Tokoh Adat, (6) Kelompok perempuan yang diwakili oleh 3 orang. Objek penelitian

dalam Sugiyono (2015) merupakan sasaran ilmiah yang menjadi perhatian dalam penelitian sehingga peran perempuan merupakan objek utama dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data sebagai langkah memperoleh informasi ditempuh dengan cara observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Setelah pengumpulan data, langkah selanjutnya adalah dengan melakukan analisis data yang sudah terkumpul berdasarkan model analisa Miles & Huberman (2014) melalui 4 tahap yakni pengumpulan data, melakukan reduksi data, melakukan penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Gambaran Umum DTW Pantai Oetune

Daya tarik wisata Pantai Oetune memiliki sejarahnya dari nama Oetune yang berarti Oe dan Tune. Bahasa ini berasal dari Timor yang berarti Oe adalah air dan Tune adalah pohon gewang. Oleh karena itu, Oetune dipercaya sebagai tempat dimana sebuah pohon gewang mengeluarkan air dan menjadi sumber mata air berupa pantai. Pantai Oetune memiliki keunikan yang tidak ditemukan pada pantai sejenis, pasir pantai lebih halus dan ombak pantai yang cenderung tenang menjadikan pantai ini dikunjungi wisatawan. Pada sepanjang batas pantai tumbuh Pohon Kasuari yang diperkirakan berusia hingga puluhan tahun. Tidak jauh dari pantai, terdapat spot foto yang biasa dijadikan objek oleh wisatawan yakni hamparan pasir pantai yang menyerupai gurun pasir seluas 100-meter persegi tidak jauh dari pantai. Wisatawan yang berkunjung melakukan rekreasi wisata pantai dan juga berfoto di Kawasan gurun pasirnya. Kawasan gurun pasir ini menjadi top visit di areal Pantai Oetune. Wisatawan yang mengabadikan momen di areal ini seperti sedang berada di gurun pasir daripada di pantai. Pasirnya yang sangat halus menjadi daya tarik utama pantai ini. Makanan khas utama yang sering ditemukan di pantai ini adalah Buah Lontar. Kios menawarkan buah lontar ini dengan harga 5 ribu per buahnya.

Wisatawan Pantai Oetune mayoritas dating dari Kota Kupang, walaupun berjarak

sekitar 115 km dari Kota Kupang, pantai ini tetap ramai terutama pada hari libur. Wisatawan mengendarai mobil atau motor dengan waktu tempuh sekitar 4 jam tergantung pada kecepatan kendaraan. Terdapat fasilitas penunjang berupa area bersantai dengan desain lopo bangunan khas Timor berjumlah 23 unit, 1 menara pantau, tempat ibadah, kios, *homestay* dengan 4 kamar, toilet, dan kamar bilas.

#### 3.2 Peran Perempuan Dalam Kegiatan Pariwisata Di Pantai Oetune

Peran perempuan dalam kegiatan pariwisata yang dimiliki Pantai Oetune yang perlu di kembangkan dan dikelola dengan baik yaitu:

##### Peran Perempuan Dalam Atraksi Wisata

Atraksi yaitu potensi yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung, potensi tersebut dapat berupa alam, budaya dan buatan manusia seperti kegiatan wisata, tari-tarian dan pertunjukan lain. Atraksi-atraksi yang ada yang dilakukan oleh para perempuan Desa Tuafanu dan dapat di saksikan oleh wisatawan saat berkunjung ke daya Tarik wisata Pantai Oetune. Adapun atraksi tersebut yakni:

##### 1. Tarian Bonet

Tarian bonet ini merupakan lambang kekuatan persatuan dan persaudaraan Suku orang Timor ini. Tarian ini dilakukan secara berkelompok yang dilakukan oleh perempuan dan seluruh masyarakat Desa Tuafanu. Tarian bonet ini dilakukan pada saat acara-acara adat, pernikahan, dan menyambut tamu yang belum dikenal atau yang belum pernah dikunjungi ke objek wisata Pantai Oetune. Tarian ini diiringi dengan lagu-lagu daerah dan sambil bergandengan tangan, berangkul satu sama lain.



**Gambar 1.** Tarian Bonet  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021

2. Natonni

Natonni merupakan salah satu bentuk budaya suku Timor yang masih terus dilestarikan sampai saat ini karena bersifat turun temurun dari generasi ke generasi berikutnya. Natonni artikan sebagai pidato singkat yang disampaikan dalam acara-acara adat, pernikahan, kematian, perayaan 17 Agustus dan kegiatan-kegiatan lain. Natonni ini biasanya dilakukan oleh laki-laki dan perempuan baik dewasa maupu anak-anak yang di tunjuk atau dipercaya, natonni ini memberikan manfaat yang sangat baik dalam membentuk jati diri, nasihat-nasihat yang bijak untuk dapat ditauladani oleh masyarakatnya setempat dan para perempuan Desa Tuafanu.



**Gambar 2.** Natonni

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021

3. Tarian Oko Mama

Tarian Oko Mama merupakan tarian asli daerah Kabupaten Timor Tengah Selatan yang memiliki keunikan tersendiri dan menjadi simbol kekerabatan, keakraban dan persaudaraan yang sudah menjadi turun temurun dari nenek moyang. Tarian Oko Mama ini biasanya dilakukan saat acara-acara adat, perayaan lomba 17 Agustus, pernikahan, ritual adat, dan menyambut para tamu atau wisatawan yang belum pernah berkunjung ke objek wisata Pantai Oetune.



**Gambar 3.** Tarian Oko Mama

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021

4. Makan Sirih Pinang

Makan sirih pinang merupakan kebiasaan turun temurun dari nenek moyang yang di bawa sampai sekarang. Makan sirih pinang ini biasanya dilakukan sebagai tanda hormat atau selamat datang untuk para tamu yang berkunjung ke daya Tarik wisata Pantai Oetune.



**Gambar 4.** Makan Sirih Pinang

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021

**Kerajinan Tangan**

Selain berperan aktif dalam menunjukkan atraksi budaya dalam mendukung aktivitas kepariwisataan di Pantai Oetune, peran perempuan juga nyata pada upaya peningkatan ekonomi masyarakat setempat dengan menyediakan souvenir atau kerajinan tangan. Kelompok masyarakat perempuan dalam Bahasa setempat biasa menggunakan panggilan mama-mama. Aktifitas pembuatan souvenir berupa kerajinan tangan aktif dibuat oleh kelompok perempuan sebagai bentuk dukungan dalam kegiatan pariwisata untuk menyediakan *something to buy* bagi pengunjung yg datang ke daya Tarik wisata alam unggulan di Kabupaten TTS. Kerajinan tangan yang dimaksud adalah tenun ikat khas Nusa Tenggara Timur yang dijadikan berbagai bentuk karya seperti:

1. Selendang, Sarung dan Selimut Tenun (Tais dan Mau)

Selendang, Sarung, dan Selimut memiliki ukuran yang sangat cukup besar, atau kecil dan mempunyai makna masing-masing pada setiap motifnya. Sarung motif ini dibuat oleh mama-mama setempat. Kegiatan mama-mama setempat setiap hari adalah menenun dengan membuat sarung menggunakan bahan yang masih alami tersedia di alam, yang diambil dari pohon kapas dibuat



menjadi benang, diberi warna sesuai motif masing-masing lalu ditenun. Sarung ini biasanya digunakan oleh mama-mama setempat pada saat acara adat, nikah, ritual adat, kematian, dan menyambut para tamu atau wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata Pantai Oetune. Sarung tenun biasanya dijual dengan harga yang terjangkau diantara harga 300 ribu sampai 500 ribu dan dijadikan oleh-oleh bagi wisatawan yang berkunjung ke Pantai Oetune. Harga lebih terjangkau bisa diperoleh bila membeli selendang, yang berada pada kisaran 50 ribu sampai 100 ribu. Terkadang selendang juga diberikan secara gratis kepada wisatawan sebagai bentuk penerimaan bagi wisatawan yang berasal dari dinas melakukan kunjungan atau tamu penting lainnya.



**Gambar 5.** Tenunan Sarung (Tais)  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021

### 3.3 Karya Produk Kreatif Menggunakan Kain Tenun Sebagai Souvenir

Masyarakat Desa Tuafanu terutama kelompok perempuan aktif menghasilkan produk kreatif seperti aksesoris yang berasal dari tenun ikat. Aksesoris-aksesoris ini juga dikenal sebagai produk budaya suku Timor Kabupaten Timor Tengah Selatan. Produk ini biasanya juga digunakan dalam acara adat setempat, dan kegiatan-kegiatan budaya yang dilakukan di daya tarik wisata Pantai Oetune. Adapun produk-produk kreatif tersebut adalah:

#### 1. Kalung (Heke)

Kalung atau heke merupakan ciri khas suku Timor yang dibuat dari kain tenun kemudian dijahit menggunakan jarum dan benang dengan tangan. Setelah jadi kalung kombinasi tenun ikat produk ini dijual kepada wisatawan sebagai oleh-

oleh. Selain itu dijadikan aksesoris dalam menampilkan tarian adat.



**Gambar 6.** Kalung Motif dari Kain Tenun  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021

#### 2. Anting-Anting (Fallo)

Anting-anting atau Fallo dibuat dari kain tenun sisa dari selimut atau selendang yang telah dimanfaatkan untuk produk lain. Aksesoris ini dibuat dengan cara dijahit memakai benang, jarum, dan kain tenun secara manual menggunakan tangan. Produk ini sering dibeli oleh wisatawan karena harganya cenderung murah dan tidak memerlukan tempat banyak untuk membawanya.



**Gambar 7.** Anting-Anting (Fallo)  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021

Selain anting-anting terdapat juga kreasi lainnya seperti cincin, bandana, juga masker kain tenun sebagai respon terhadap pandemi Covid-19. Masyarakat memanfaatkan momentum yang ada untuk melakukan inovasi produk sehingga kegiatan pariwisata di Pantai Oetune dapat berjalan sesuai dengan protokol Kesehatan.

### 3.4 Peran Perempuan Dalam Penyediaan Makanan Khas Orang Timor

Kelompok perempuan di Desa Tuafanu juga senantiasa menyediakan makanan khas bagi wisatawan yang berkunjung. Walaupun wisatawan biasa membawa makanan sendiri, namun terkadang wisatawan juga mencari pangan khas lokal yang menjadi peluang untuk berbisnis di daya tarik wisata Pantai Oetune. Makanan khas suku Timor yaitu jagung katemak dan jagung bose yang dapat disuguhkan kepada wisatawan saat berkunjung ke Desa Tuafanu. Makanan ini disajikan pada saat acara adat atau menyambut wisatawan agar mengenal makanan khas suku Timor.

#### 1. Jagung Katemak (Pembeti)

Makan jagung katemak sudah merupakan salah satu kebiasaan masyarakat Timor yang sampai sekarang masih dijunjung tinggi. Makan jagung katemak bukan berarti tak mampu untuk membeli beras, tetapi menurut masyarakat di Timor terkhususnya orang Timor, jagung lebih terasa lezat dibandingkan dengan nasi. Jagung katemak ini biasanya disuguhkan ke wisatawan dan menyambut para wisatawan manca negara yang berkunjung ke objek wisata Pantai Oetune.



**Gambar 8.** Jagung Katemak  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021

#### 2. Jagung Bose (Pembose)

Jagung bose atau pembose adalah makanan khas suku orang Timor yang sudah menjadi turun temurun dari masyarakat suku Timor, jagung bose ini diolah dengan cara di tumbuk memakai aluk atau Esu dan setelah itu dikeringkan lalu dimasak dan disuguhkan ke wisatawan baik mancanegara maupun wisatawan lokal.



**Gambar 9.** Jagung Bose (Pembose)  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021

#### 3. Sambal Lu'at

Sambal Lu'at adalah sambal khas dari Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT), bagi orang Timor, sambal Lu'at adalah bagian yang tidak terpisahkan dari setiap hidangan makan. Sambal luat ini dibuat yang sangat sederhana dan juga biasanya disuguhkan bersama-sama dengan jagung katemak dan jagung bose bagi para wisatawan yang ingin menikmatinya.



**Gambar 10.** Sambal Lu'at  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021

### 3.5 Peran Perempuan Dalam Fasilitas (Amenities)

Selain dengan menampilkan tarian budaya, menyuguhkan pangan lokal dan berbisnis, peran perempuan di Pantai Oetune juga terlihat pada pengelolaan fasilitas pendukung pariwisata atau amenities yang dibutuhkan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata seperti akomodasi, pelayanan makanan dan minuman, toko cinderamata dan lainnya. peran perempuan dalam fasilitas wisata seperti:

#### 1. Menjaga Pintu Masuk Toilet.

Salah satu fasilitas yang tersedia di Pantai Oetune adalah Toilet. Penjagaan pintu masuk Toilet dilakukan oleh seorang perempuan yang bernama Ibu MSB, yang telah berusia 38 tahun. Setiap harinya Ibu MSB menjaga toilet ini dan

membersihkannya. Tarif untuk penggunaan fasilitas toilet yakni Rp. 2.000 rupiah per orang, dan pemasukan setiap hari selama bekerja sebagai penjaga rata-rata memperoleh Rp. 200.000 rupiah sebelum pandemi. Namun saat pandemi pendapatan tersebut menurun dan Ibu MSB lebih banyak menghabiskan waktu untuk kembali menenun dan mengasihkan produk yang bisa dijual.



**Gambar 11.** Menjaga Pintu Masuk Toilet  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021

## 2. Mengoperasikan Unit Bisnis

Terdapat beberapa unit bisnis yakni warung-warung kecil yang mendukung aktivitas kegiatan pariwisata di Pantai Oetune. Salah satu unit bisnis yang berhasil diwawancarai pada masa pandemi seperti ini adalah Ibu YL yang sudah berumur 40 tahun. Ibu YL mengaku bahwa menjaga unit bisnis adalah pekerjaan utamanya setiap hari. Adapun produk yang dijual adalah souvenir makanan dan minuman, kelapa muda, dan makanan-makanan tradisional. Pada hari normal, penghasilan yang dapat diperoleh setiap harinya yakni di sekitar rata-rata 200.000, namun saat terjadi pandemi, jumlah tersebut turun tergantung pada jumlah wisatawan yang datang.



**Gambar 12.** Salah Satu Unit Bisnis Di Pantai Oetune  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021

## 3. Peran Perempuan dalam menjaga kebersihan fasilitas lainnya seperti Villa

Peran perempuan juga sangat nyata dalam menjaga kebersihan fasilitas pantai. Terdapat penginapan yang dikelola langsung oleh perempuan masyarakat setempat di Desa Tuafanu. Pengelolaan ini tidak hanya dalam aspek manajerial, namun juga aspek operasional dalam membersihkan area villa dan bagian dalam villa.



**Gambar 13.** Membersihkan Villa  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021

## 3.6 Peran Perempuan Dalam Tourist Organization

*Tourist Organization* yaitu berupa organisasi kepariwisataan yang mengelola daerah tujuan wisata. Peran perempuan dalam cakupan ini terbagi menjadi dua yakni sebagai inisiator kelompok sadar wisata dan perempuan sebagai pemangku kebijakan dalam dinas pariwisata.

### 1. Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)

Pengelolaan Pariwisata di Pantai Oetune didukung oleh kelompok sadar wisata yang telah ditetapkan oleh Desa Tuafani. Kelompok sadar wisata Desa Tuafani dinahkodai oleh perempuan dengan Sebagian besar anggotanya adalah perempuan. Oleh karena itu, penyediaan fasilitas pariwisata, unit usaha pariwisata, dan penyediaan pertunjukkan tarian budaya semua dilakukan oleh kelompok perempuan. Secara aktif kelompok ini juga berkoordinasi dengan stakeholder sehingga Ketika diselenggarakan kegiatan atau event dapat terlaksana dengan baik.

### 2. Dinas Pariwisata

Selain pokdarwis, peran perempuan pada pengelolaan Pantai Oetune juga terlihat pada level pembuat



kebijakan yakni pemerintah dalam hal ini Dinas Pariwisata. Dalam setiap pengelolaan daya tarik wisata Pantai Oetune, dinas Pariwisata secara reguler melakukan pemantauan ke daya Tarik wisata untuk melihat pengelolaan fasilitas wisata yang sudah ada seperti villa, toilet, dan fasilitas penunjang lainnya. Hal ini kemudian menjadikan peran perempuan di Desa Tuafanu sangat penting mengingat tidak setiap hari dinas pariwisata bisa datang untuk melakukan pemantauan langsung. Dinas Pariwisata juga bersumbangsiah dalam menyediakan kebijakan yang mendukung berjalannya pariwisata di Pantai Oetune sehingga masyarakat dan pemerintah dapat berjalan dengan sinergis dalam membangun pariwisata di Pantai Oetune.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian peran perempuan dalam kegiatan pariwisata di Pantai Oetune maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Peran perempuan di daya Tarik wisata Pantai Oetune terbagi menjadi tiga yakni (1) peran perempuan dalam menampilkan atraksi wisata budaya setempat seperti tarian, tenun, dan pelestarian budaya lokal juga kebiasaan lokal, (2) peran perempuan dalam pengelolaan fasilitas wisata seperti villa, makanan dan minuman, penyediaan cenderamata, dan (3) peran perempuan dalam pengelolaan organisasi pariwisata. Dari ketiga peran perempuan yang teridentifikasi, peran dalam pengelolaan fasilitas wisata adalah yang paling dibutuhkan untuk menjaga keberlanjutan fasilitas pantai Oetune. Hal ini dikarenakan beberapa masalah salah satunya adalah kurangnya sumber daya manusia ahli yang dapat mengelola seluruh fasilitas pantai. Pemerintah telah melakukan koordinasi dengan masyarakat Desa Tuafanu sehingga penjagaan, pengelolaan, dan pemeliharaan fasilitas Pantai Oetune dapat dipermudah dengan kehadiran masyarakat setempat khususnya kelompok perempuan yang menjadi pionir dalam menjaga daya Tarik wisata agar tetap asri. Selain itu, pemerintah desa juga telah membentuk kelompok sadar

wisata yang mayoritas adalah perempuan, sehingga hal ini tidak hanya mendorong perempuan sebagai pihak operasional sebagai penyedia layanan wisata seperti pembuat souvenir, makanan, minuman, serta tarian, namun juga sebagai pembuat keputusan akan keberlanjutan Pantai Oetune. Sebagai contoh pelaksanaan kegiatan atau event untuk menghidupkan kembali pariwisata di Pantai Oetune pasca pandemi. Rekomendasi selanjutnya dari penelitian ini adalah untuk melakukan penelitian yang sama mengenai peran perempuan dalam pariwisata karena topik ini masih belum banyak dilakukan dalam kajian pariwisata.

#### REFERENSI

- Arjana, I. G. B. (2016), Geografi pariwisata dan ekonomi kreatif. Jakarta: Rajawali Pers.
- Febrina, N., Chair, I, M& Waryono(2015). Persepsi wisatawan tentang daya tarik wisata pemandian titra alami Kabupaten Padang Pariaman. E. Journal Home Economic and Tourism. Vol. 9, No.2. Hlm.1-12.
- Herdiansyah, H. (2010) Metodologi penelitian kualitatif. Jakarta. Humainika: <http://kemdikbud.go.id/kemdikbud/sites/default/files/uupt-thn> 2012. Pdf. Diunduh pada tgl 12 agustus 2013.
- Isdarmanto(2017), Dasar kepariwisataan dan pengelolaan destinasi Pariwisata Yogyakarta: Gerbang Media Aksara.
- Muljadi, A. J. (2012), Kepariwisataan dan perjalanan. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Sulistiyana R, Teguh (2015). Pengaruh fasilitas wisata dan harga terhadap kepuasan konsumen (studi pada museum satwa). Jurnal administrasi bisnis. Vol 25, No 2. [http://administrasibisnis. Studentjournal. Ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1017](http://administrasibisnis.Studentjournal.Ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1017).
- Sedarmayanti. (2018), pembangunan dan pengembangan pariwisata. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Soekanto, Soerjono. 2002. Teori Peranan. Jakarta: Bumi Aksara.

- Salim, peter, Yenny salim. 2002. Kamus bahasa Indonesia. Kontemporer. Jakarta: Modern English Press.
- Sutanto M. A dkk, 2013. Perancangan promosi untuk menunjang potensi wisata bahari kepulauan kangean, kabupaten sumenep, jawa timur. [internet]. [diunduh tanggal 4 oktober 2014].
- 2(3):1-20. dapat diunduh di: [http:// Student journal. petra.ac.id/ index.php /dkv/ article/viewfile/694/603](http://Studentjournal.petra.ac.id/index.php/dkv/article/viewfile/694/603).
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, tentang kepariwisataan pasal 1 ayat 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan pasal 1 ayat 5.



Volume 5 Nomor 2, Desember 2022, pages: 155-164

## **IMPLEMENTASI PROTOKOL KESEHATAN PADA PAVILIUN INDONESIA DI EXPO 2020 DUBAI UNI EMIRAT ARAB**

### ***IMPLEMENTATION OF HEALTH PROTOCOLS IN THE INDONESIA PAVILION AT EXPO 2020 DUBAI UNITED ARAB EMIRATES***

**Gusti Ayu Istri Sumadiasih<sup>1\*</sup>, Nelsye Lumanauw<sup>2</sup>, Dinar Sukma Pramesti<sup>3</sup>**

Pengelolaan Konvensi dan Peristiwa, Politeknik Internasional Bali<sup>1\*2</sup>

gekistri09@gmail.com

Manajemen Perhotelan, Politeknik Internasional Bali<sup>3</sup>

Received: 28/10/2022

Revised: 12/12/2022

Accepted: 16/12/2022

#### **Abstrak**

Paviliun Indonesia menjadi negara dengan jumlah kunjungan tertinggi ketiga pada bulan Januari 2022 di *expo* 2020 Dubai Uni Emirat Arab. Sayangnya, angka kunjungan yang tinggi tersebut, malah menyebabkan ditemukannya kasus positif Covid-19 pada pekerjanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi protokol kesehatan pada penyelenggaraan acara pameran di paviliun Indonesia dan mengetahui faktor yang menyebabkan terjadinya kelalaian dalam implementasi protokol kesehatan di paviliun Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan *Expo 2020 Covid-19 Guide* untuk membedah permasalahan yang meliputi protokol pengunjung memasuki *expo*, penanganan kasus positif Covid-19, penggunaan penutup wajah dan masker, menjaga jarak dan sanitasi tangan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa protokol kesehatan pengunjung memasuki *expo*, kasus terduga dan terkonfirmasi, serta prosedur sanitasi tangan terimplementasi dengan baik, namun implementasi penggunaan penutup wajah, masker dan menjaga jarak belum berjalan optimal. Penyebab pelanggaran adalah faktor eksternal yaitu udara panas Dubai, Jumlah Pengunjung Saat *High Season* yang tidak terkendali, pengunjung Membuat Foto dan Video, latar belakang negara pengunjung. Faktor internal yang menjadi penyebab pelanggaran yaitu desain jalan paviliun yang menanjak, *Security* Kurang Fasih Berbahasa Inggris, Tidak Semua Staf Paviliun Menguasai *Public Speaking*, *tidak ada tim khusus protokol Kesehatan*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi agar kedepannya tidak ditemukannya kasus positif Covid-19 di paviliun Indonesia, maupun paviliun lain di Expo Dubai dan di Expo lainnya.

**Kata Kunci:** *Expo* 2020, Paviliun Indonesia, Impementasi, Protokol Kesehatan *Expo*

#### **Abstract**

*The Indonesian Pavilion became the country with the third highest number of visits in January 2022 at the 2020 Dubai United Arab Emirates expo. Unfortunately, the high number of visits led to the discovery of positive cases of Covid-19 in its workers. This study aims to determine the implementation of health protocols in organizing exhibition events at the Indonesian pavilion and to find out the factors that cause negligence in implementing health protocols at the Indonesian pavilion. This study uses a qualitative descriptive method using the Expo 2020 Covid-19 Guide to dissect issues which include visitor entry protocols, suspected and confirmed cases, face covering and face masks, social distancing, hand hygiene. Data collection is done through interviews, observation, and documentation. The results showed that the*

*health protocols for visitors entering the expo, suspected and confirmed cases, as well as hand sanitization procedures were implemented properly, but the implementation of using face coverings, masks and maintaining distance had not run optimally. The cause of the violation is an external factor, namely the hot air of Dubai, the number of visitors during the uncontrolled high season, visitors making photos and videos, the background of the visitor's country. The internal factors that caused the violation were the design of the pavilion road which was uphill, the security was not fluent in English, not all pavilion staff were proficient in public speaking, there was no special health protocol team. The results of this study are expected to be used as evaluation material so that in the future positive cases of Covid-19 will not be found in the Indonesian pavilion, as well as other pavilions at the Dubai Expo and at other Expos.*

**Keywords:** *Expo 2020, Indonesia Pavilion, Implementation, Expo Health Protocols*

---

## **1. PENDAHULUAN**

Sejak awal tahun 2020 pandemi Covid-19 memberi dampak yang signifikan terhadap segala aspek bidang kehidupan manusia di berbagai belahan dunia, termasuk sektor pariwisata. Pariwisata global saat ini mengalami keterpurukan akibat situasi pandemi Covid-19. Adaptasi terhadap tatanan dunia baru pun dilakukan agar kehidupan manusia tetap bisa berjalan. Hal ini berkaitan dengan pola permintaan dan perilaku wisatawan ke depan yang akan sangat dipengaruhi oleh kebersihan, kesehatan, keselamatan dan kelestarian lingkungan. Menurut *The United Arab Emirates Government Portal* (2020), pandemi Covid-19 mewabah hingga ke Dubai Uni Emirat Arab (UAE) mulai bulan Januari 2020, kasus terus bertambah hingga bulan Februari 2020. Saat pertengahan bulan Maret 2020, pemerintah memberlakukan sistem batasan jam kerja malam dan bepergian keluar rumah dari pukul 06:00-18:00; menutup sekolah dan institusi pendidikan tinggi; memberlakukan aturan pembelajaran jarak jauh; menutup sementara tempat ibadah; menutup pusat perbelanjaan dan tempat hiburan; menangguhkan penerbitan visa UAE baru; menangguhkan penerbangan; dan memungkinkan orang bekerja dari rumah. Kebijakan ini diberlakukan sampai bulan Juni 2020.

Sejak pemberlakuan karantina, jutaan pekerjaan di sektor pariwisata global hilang hingga pembatalan penerbangan, acara, dan hotel (Siddiquei dan Khan, 2020), demikian juga di Dubai, mobilitas masyarakat dan pengunjung mengalami keterbatasan. Menurut *Dubai Online Statistic* (2021), kunjungan wisatawan asing ke Dubai mengalami penurunan drastis

sebesar 67,07%. yang mana pada tahun 2019 jumlah wisatawan yang berkunjung adalah 16,730,000 orang menurun ke angka 5,510,000 pada tahun 2020. Berdasarkan data tersebut, penurunan terjadi karena penutupan penerbangan domestik dan internasional di Dubai, perjalanan dilarang, acara sosial dan bisnis dibatalkan, dan masyarakat diperintahkan untuk tinggal di rumah masing-masing. Hal ini berdampak pada industri pariwisata di UAE khususnya Dubai. Sebelum pandemi di tahun 2019, Dubai menjadi tempat terselenggaranya berbagai kegiatan *Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition* (MICE) yaitu pameran yang berskala internasional dan menghadirkan delegasi dari mancanegara seperti *International Fashion Week, International Book Fair, dan International Education Week*. Dubai menjadi kawasan industri pameran dan konferensi yang berkembang pesat sebagai platform untuk menemukan peluang, kreativitas, dan komunikasi. Tahun 2019 bisnis MICE di Dubai menyumbang 3,3% dari Produk Domestik Bruto (PDB) yang berjumlah USD 3,57 miliar. Namun mengalami penurunan drastis pada tahun 2020 (*Dubai World Trade Centre, 2020*).

*Expo 2020* merupakan salah satu acara eksibisi berskala internasional yang terselenggara di tengah pandemi. Acara ini memberi peluang bagi pemerintah Dubai untuk meningkatkan perekonomian melalui sektor MICE khususnya eksibisi. Acara pameran dunia ini diselenggarakan lima tahun sekali dengan tujuan mempertemukan negara-negara di dunia untuk saling memberi inovasi di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi. Organisasi yang mengatur penyelenggaraan *World Expo* ini

adalah *Bureau International des Expositions* (BIE). Sebelumnya *World Expo* ini telah diselenggarakan di Shanghai tahun 2010 dan di Milan pada tahun 2015. Tahun 2020, Dubai terpilih sebagai tuan rumah *World Expo* melalui tiga putaran pemungutan suara oleh 168 delegasi negara anggota *Bureau International des Expositions* (BIE) di Paris tahun 2013 (*Voice Of America*, 2013). Persiapan telah dilakukan mulai tahun 2013 dan siap dibuka tahun 2020, namun penyelenggaraannya *Expo 2020* di Dubai ini tertunda selama setahun karena pandemi Covid-19 yang tak kunjung usai. Menanggapi permasalahan ini selanjutnya pada bulan November 2020, BIE memutuskan tetap menggunakan nama *Expo 2020 Dubai*. Nama 2020 tetap digunakan dengan tujuan branding dan pemasaran (*Expo 2020 Dubai*, 2020).

Kata Dubai disematkan pada nama acara tersebut karena Uni Emirat Arab terpilih sebagai negara tuan rumah penyelenggaraan *world expo* ke 38 dan acaranya bertempat di kota Dubai. Negara ini terpilih setelah melalui tiga putaran pemungutan suara oleh 168 delegasi negara anggota BIE (*Bureau International des Expositions*) di Paris tahun 2013. *Expo 2020 Dubai* diikuti oleh kurang lebih 192 negara eksibitor dengan desain dan ciri khas yang unik dari setiap negara. *Expo* menargetkan 25 juta pengunjung *expo* dalam waktu enam bulan. Menurut BIE (2005), Indonesia berpartisipasi secara perdana pada *World Expo* tahun 1970 di Osaka. Paviliun Indonesia sudah mengikuti 6 kali partisipasi di acara *World Expo* ini. Pada *World Expo 2020* di Dubai, Indonesia menjadi eksibitor melalui Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.



**Gambar 1.** Paviliun Indonesia  
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

Menurut buku panduan perencanaan paviliun Indonesia yang dirilis oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2019), paviliun Indonesia merupakan sebuah bangunan yang terdiri dari tiga lantai menampilkan pameran visualisasi negara Indonesia sebagai sarana promosi perdagangan, investasi, dan industri lainnya. Paviliun Indonesia terletak di jalan utama zona *Opportunity*, dengan luas 1860 m<sup>2</sup> yang terbagi menjadi tiga zona meliputi *Past*, *Present*, dan *Future*. Zona ini menampilkan visualisasi jembatan antara sejarah dengan modernisasi Indonesia saat ini secara futuristik dengan tema *Creating the Future from Indonesia to the World*. Melalui Kementerian Perdagangan RI dan ditangani oleh *Professional Exhibition Organizer* (PEO) dari PT Royalindo Expoduta, Indonesia tampil sebagai *Home of Diversity* yang memberikan pengalaman tak terlupakan bagi pengunjung yang datang.

Nicholas (2022) selaku *Director Country Pavilion Expo 2020 Dubai* mengungkapkan Indonesia masuk ke dalam lima besar paviliun dengan pengunjung terbanyak dari bulan Oktober 2021 hingga Januari 2022. Lima besar negara tersebut adalah Saudi Arabia dengan total 3 juta pengunjung, Swiss dengan total 1,5 juta pengunjung, Indonesia dengan total 1,3 juta pengunjung, Pakistan dengan total 1,1 juta pengunjung, dan India dengan total 700 ribu pengunjung. Besarnya pengunjung yang datang ke paviliun Indonesia menimbulkan rasa kewaspadaan terhadap jumlah orang yang mengunjungi paviliun. Lumanauw (2021: 3) menyebutkan risiko pergerakan orang dan berkumpulnya masyarakat pada tempat dan fasilitas umum, memiliki potensi penularan Covid-19 yang cukup besar.

*The Ministry of Health and Prevention* (2022) pada hari Senin, 27 Desember 2021, mengumumkan terdapat 1.732 kasus virus corona varian baru dalam 24 jam terakhir. Kasus terus meningkat tajam setelah penemuan varian Omicron. Kasus positif Covid-19 yang ditemukan di paviliun Indonesia tercatat pada tanggal 31 Desember 2021 yaitu 1 orang pekerja yang kemudian di isolasi. Kemudian pada tanggal 3 Januari 2022 bertambah 2 orang, pada tanggal 10 Januari 2022 bertambah 5 orang,

kemudian pada tanggal 15 Januari 2022 bertambah 8 orang. Dari 70 orang pekerja, jumlah yang terkonfirmasi positif Covid-19 adalah sebanyak 16 orang terdiri dari 7 orang staf paviliun, 7 orang pelayan restoran, dan 2 orang pekerja *souvenir shop*. Situasi dunia yang sedang menghadapi pandemi global yaitu Covid-19, sebenarnya sudah diantisipasi oleh pemerintah Dubai untuk mengamankan pelaksanaan *Expo 2020* dengan menyediakan fasilitas kesehatan.

Fasilitas yang disediakan oleh pihak *expo* meliputi tempat mencuci tangan di sepanjang jalan dan di depan paviliun-paviliun negara, *hand sanitizer* di sepanjang jalan *expo* yang disupport oleh perusahaan Dettol, tes swab PCR (*Polymerase Chain Reaction*) gratis yang disupport oleh Unilabs, aplikasi Al Hosn yang disupport oleh Mohap (*Ministry of Health and Prevention*) UAE, fasilitas tempat karantina gratis yang disediakan untuk pekerja, vaksin gratis, dan desinfeksi paviliun secara berkala setiap hari Minggu oleh pihak *expo*. Sebagai tuan rumah, Dubai juga telah memiliki kebijakan protokol Kesehatan. Pedoman ini disebut dengan *Health and Safety Protocols*. Protokol kesehatan ini berbentuk buku panduan untuk pengunjung maupun pekerja *expo*. Menurut data dari *Expo 2020 Dubai (2020)*, buku panduan ini dibuat oleh *Bureau International des Expositions* yang bekerja sama dengan *Dubai Health Authority (DHA)* berdasarkan persetujuan *Ministry of Health and Prevention (Mohap)* UAE.

Berdasarkan data dari *Media Office Government of Dubai* pemerintah Dubai (2020), menyatakan bahwa UFI - Asosiasi Global Industri Pameran, *International Association of Convention Centres (AIPC)*, dan *International Congress and Convention Association (ICCA)* merumuskan protokol kesehatan dan keselamatan khusus untuk industri acara dan pameran, dan memastikan keberhasilan dimulainya kembali operasi. Organisasi ini meyakini Dubai akan ditempatkan di peta global sebagai pemimpin dalam menyelenggarakan acara yang sukses di tengah pandemi. Buku panduan *Expo 2020 Covid-19 Guide* memiliki lima kriteria protokol kesehatan. Adapun lima kriteria tersebut sebagai berikut.

1. *Visitor Entry Protocols (Protokol Pengunjung Memasuki Expo)*

Semua pengunjung dewasa (18 tahun ke atas) diminta untuk menunjukkan bukti vaksinasi COVID-19 atau tes PCR negatif yang diambil dalam 72 jam sebelumnya. Semua pemegang tiket yang tidak divaksinasi harus mengikuti tes PCR sebelum tiba di lokasi *Expo 2020*, dan harus tiba dalam keadaan siap untuk menunjukkan hasil tes negatif di pintu masuk. Pengunjung yang divaksinasi tidak memerlukan tes PCR.

2. *Suspected and Confirmed Cases (Penanganan Kasus Positif Covid-19)*

Semua pengunjung yang merasa tidak sehat saat berada di lokasi harus melanjutkan ke ruang isolasi terdekat untuk penilaian dan pengujian COVID-19, jika diperlukan. Setelah menunggu di ruang isolasi pasien terduga akan ditinjau apakah ada gejala yang serius, jika iya maka pasien akan diarahkan untuk melakukan tes PCR di *expo*. Kemudian bila yang terduga Covid-19 adalah seorang *people of determination* maka salah satu anggota keluarga atau kerabat diizinkan untuk menemani di ruang isolasi namun harus menggunakan protokol kesehatan yang ketat seperti memakai alat pelindung diri dan rajin menyanitasi tangan. Bila pengunjung terkonfirmasi positif maka *Dubai Health Authority (DHA)* akan menangani proses identifikasi riwayat kontak langsung yang dilakukan sebelumnya oleh pasien dan pasien diminta ke *Expo 2020 Emergency Center* untuk tindak lanjut isolasi mandiri.

3. *Face Covering and Face Masks (Penutup Wajah dan Masker Kain)*

Penggunaan masker kain atau masker wajah (*surgical face mask*) merupakan langkah kunci dalam mencegah potensi penularan COVID-19. Masker jenis bedah harus dibuat sesuai dengan spesifikasi desain EN 14863 Tipe 1, atau standar yang setara. Penggunaan masker harus dilakukan

setiap saat. Masker yang digunakan harus menutup mulut dan hidung. Pengunjung hanya dapat melepas masker saat makan atau minum, merokok, melakukan olahraga, dan melakukan swafoto. Pengunjung yang dapat melepas masker adalah mereka yang mempunyai alergi asma, penyakit fungal dermatitis, alergi komponen masker, mengidap herpes simplex, dan orang berkebutuhan khusus memiliki masalah mental dan psikologi.

4. *Social Distancing* (Menjaga Jarak)

Semua pengunjung harus menjaga jarak sosial minimal 2 meter dan mematuhi batas kapasitas tempat. Pihak *venue* harus memiliki batas kapasitas seperti memberi petunjuk Batasan jumlah maksimum *visitor* berada di ruangan atau *venue*, memberi tanda di lantai tempat mengantri, tempat duduk, transportasi *expo*, dan mengatur arus dan pergerakan *visitor* di dalam *venue*.

5. *Hand Hygiene* (Sanitasi Tangan)

Pengunjung harus menggunakan pembersih tangan, atau sering mencuci tangan dengan sabun dan air. *Visitor* yang memiliki pertanyaan lebih mengenai fasilitas kesehatan *expo* dapat pergi dan bertanya ke area *ticketing* atau menghubungi nomor kontak di +9718003976.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat disimpulkan bahwa telah terjadi permasalahan terkait dengan implementasi protokol Kesehatan di paviliun Indonesia, sehingga diangkatlah penelitian mengenai implementasi protokol kesehatan di paviliun Indonesia dan faktor yang menyebabkan kelalaian atau ketidakdisiplinan pengunjung yang terjadi pada pengimplementasian protokol kesehatan di Paviliun Indonesia pada *Expo 2020 Dubai*, Uni Emirat Arab. Penurunan disiplin protokol kesehatan dapat dilihat dari faktor internal dan faktor eksternal. Penelitian ini diharapkan menjadi masukan untuk perbaikan protokol kesehatan pada penyelenggaraan acara pameran paviliun Indonesia di *Expo 2020 Dubai*, Uni Emirat Arab.

## 2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Peneliti melakukan observasi terhadap fenomena yang terjadi dalam pengimplementasian protokol kesehatan pada paviliun Indonesia di *Expo 2020 Dubai*. Hal ini dapat dilihat dari peran seluruh panitia penyelenggara termasuk pengunjung dan pekerja pada aktivitas eksibisi di Paviliun Indonesia, *Expo 2020 Dubai* dengan menganalisis fasilitas protokol kesehatan yang disediakan, kebijakan, dan perilaku pengunjung yang datang ke paviliun Indonesia. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dan dokumentasi dilakukan selama *expo* berlangsung yaitu kurang lebih enam bulan mulai 1 Oktober 2021 - 31 Maret 2022. Pemilihan informan menggunakan *Nonprobability Sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik ini adalah teknik penentuan informan dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018). Informan merupakan orang yang memberikan informasi perihal kondisi latar belakang penelitian yang membantu dalam pemecahan rumusan masalah. Informan dalam penelitian ini yaitu Direktur Paviliun Indonesia, *Professional Exhibition Organizer*, *Head of Security Health and Safety*, *Head of Supervisor Pavilion Guide*, *Head of Talent Management*, dan *staf* di paviliun Indonesia.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Demi keamanan dan kenyamanan baik pengunjung dan pekerja, paviliun Indonesia sudah disediakan fasilitas protokol kesehatan di seluruh area paviliun. Fasilitas yang disediakan oleh pihak paviliun Indonesia meliputi *hand sanitizer* yang terpasang di setiap zona di paviliun Indonesia untuk digunakan oleh pekerja maupun pengunjung, alat pengukur suhu *thermo gun* di main entrance, tempat cuci tangan di area restoran, *sanitizer spray* dan laser *sanitizer* yang disediakan di setiap zona dengan tujuan menyanitasi barang atau benda yang sering disentuh oleh pekerja maupun pengunjung di paviliun, masker wajah disediakan untuk pengunjung atau pekerja yang mengalami kerusakan atau



kehilangan masker, *face shield* untuk melindungi wajah pekerja, *hand gloves* disediakan untuk pekerja, dan multivitamin yang disediakan untuk pekerja. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, dikaitkan dengan lima kriteria dalam buku panduan *Expo 2020 Covid-19 Guide* yaitu sebagai berikut:

1. *Visitor Entry Protocols* (Protokol Pengunjung Memasuki *Expo*)

Berdasarkan hasil observasi, implementasi protokol kesehatan pengunjung memasuki *expo* mulai dari jam 09.00 pagi. Petugas akan berjaga di *expo main gate* sejam sebelum dibuka. Pengunjung mengantri di jalur masuk khusus pengunjung.

Pengunjung wajib mengenakan masker dengan baik dan benar, menjaga jarak dua meter saat mengantri, melakukan cek suhu digital, dan wajib menunjukkan hasil tes PCR kepada petugas dengan menunjukkan aplikasi Al Hosn.

Implementasi protokol kesehatan sangat ketat dilakukan saat pengunjung memasuki *expo* dan sebelum memasuki paviliun Indonesia seperti diberikan penyampaian informasi mengenai regulasi pengunjung selama mengelilingi paviliun Indonesia.

2. *Suspected and Confirmed Cases* (Kasus Terduga dan Terkonfirmasi)

Hasil observasi di *expo 2020 Dubai* ditemukan kasus terduga dan terkonfirmasi Covid-19. Orang yang terduga positif akan diarahkan menuju *expo medical center* dan akan diobservasi oleh dokter.

Bila hasil negatif maka pengunjung atau pekerja diperbolehkan beraktivitas kembali namun dengan tetap memerhatikan kesehatan dan protokol kesehatan. Implementasi protokol kesehatan bagi orang yang terduga dan terkonfirmasi positif telah berjalan dengan baik.

Pihak paviliun dan *expo* telah menyediakan fasilitas yang baik dari segi tes PCR, tempat karantina, dan fasilitas kesehatan lainnya.

3. *Face Covering and Face Masks* (Penutup Wajah dan Masker Kain)

Hasil observasi menemukan bahwa penggunaan masker wajib dilakukan selama berada di kawasan *expo* baik di luar maupun dalam ruangan.

Petugas keamanan pihak *expo* akan selalu mengingatkan pengunjung di sepanjang jalan *expo* untuk selalu menggunakan masker dan menjaga jarak dua meter. Namun implementasi penggunaan masker di paviliun Indonesia oleh pengunjung memiliki kendala.

Kendala yang dihadapi berupa pengunjung yang lalai dalam mengimplementasikan penggunaan masker. Implementasi penggunaan masker masih mengalami kendala dan antisipasi yang dilakukan adalah dengan mengingatkan pengunjung setiap saat untuk menggunakan masker.

4. *Social Distancing* (Menjaga Jarak)

*Expo* mengeluarkan aturan menjaga jarak sepanjang dua meter. Berdasarkan hasil observasi, implementasi protokol kesehatan menjaga jarak ini tidak mudah untuk diterapkan terlebih bila memasuki masa *high season* di bulan Desember 2021 dan Maret 2022.

Kesulitan dialami bila pengunjung yang datang dengan jumlah besar. Implementasi protokol kesehatan dalam hal menjaga jarak berjalan kurang maksimal selama enam bulan di paviliun Indonesia. Antisipasi yang dilakukan telah diterapkan dengan baik dan benar sesuai prosedur pihak *expo*.

5. *Hand Hygiene* (Sanitasi Tangan)

Pengunjung dan pekerja telah disediakan fasilitas tempat cuci tangan dan penyanyitasi tangan berupa *hand sanitizer*.

Fasilitas ini mudah dijumpai di *expo* dan paviliun karena letaknya yang berada di sepanjang jalan. Pengimplementasian protokol kesehatan oleh pengunjung berupa menyanyitasi tangan telah berjalan dengan baik.

Pelanggaran atau kelalaian yang dilakukan oleh pengunjung dapat menghambat jalannya penyelenggaraan acara eksibisi di paviliun Indonesia. Ada banyak faktor yang menjadi penyebab kelalaian pengunjung ini. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti selama enam bulan di *expo* ditemukan ada dua faktor yang menjadi penyebab kelalaian pengunjung yaitu faktor internal dan eksternal. Berikut pemaparan dari kedua faktor tersebut.

Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar aturan yang telah ditetapkan oleh paviliun Indonesia. Berdasarkan hasil observasi ada beberapa faktor eksternal yang menyebabkan pengunjung lalai dalam menerapkan protokol kesehatan. Adapun faktor eksternal tersebut dapat dipaparkan sebagai berikut.

#### 1. Udara Panas Dubai

Uni Emirat Arab memiliki kondisi geografis yang mana merupakan negara dengan hamparan gurun yang luas. *Expo* dilaksanakan selama musim dingin. Musim dingin di Dubai disertai hujan dan angin yang kencang, bulan terdingin hanya saat desember dengan suhu terendah 13 derajat.

Saat siang hari udara di musim dingin masih terasa panas hingga 40-55 derajat. Udara panas menyebabkan pengunjung merasa sesak bila beraktivitas dan berjalan kaki mengelilingi *expo* kemudian memasuki paviliun yang luas dengan menggunakan masker. Oleh karena itu hal ini menjadi faktor yang menyebabkan pengunjung membuka masker saat beraktivitas di *expo* dan paviliun.

#### 2. Jumlah Pengunjung Saat *High Season* Yang Tidak Terkendali

Jumlah pengunjung saat musim liburan atau hari-hari libur nasional negara Uni Emirat Arab menjadi faktor eksternal penyebab terjadinya kelalaian yang dilakukan oleh pengunjung dalam mengimplementasikan protokol kesehatan.

Berdasarkan hasil observasi selama enam bulan dan hasil wawancara

kepada narasumber, Indonesia meraih 2,5 Juta pengunjung dari berbagai belahan dunia. Jumlah pengunjung yang tak terkendali menjadi tantangan di paviliun untuk mengimplementasikan protokol kesehatan khususnya dalam hal menjaga jarak.

#### 3. Pengunjung Membuat Foto dan Video

Penyebab selanjutnya adalah pengunjung yang melakukan aktivitas membuat foto dan video. Perilaku pengunjung berbeda-beda, ada pengunjung yang disiplin sesuai foto masker kemudian dipakai kembali. Begitu pula ada pengunjung yang lupa untuk menggunakan maskernya kembali.

Staf akan selalu mengingatkan pengunjung untuk kembali mengenakan masker setelah berfoto atau video. Berbeda dengan staf, staf yang diajak berfoto oleh pengunjung harus tetap menggunakan masker demi keamanan bersama pekerja paviliun Indonesia.

#### 4. Kebijakan Lepas Masker Oleh Pemerintah Uni Emirat Arab

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis di bulan Maret 2022, pihak *expo* secara resmi mengeluarkan kebijakan lepas masker mulai tanggal 1 Maret 2022. Kebijakan ini hanya berlaku di area luar ruangan. Pengecualian hanya untuk di dalam ruangan dan bila sedang berada dalam kerumunan maka pengunjung masih diwajibkan menggunakan masker.

Orang yang melanggar didominasi oleh orang yang berpikir bahwa melepas masker berlaku di dalam dan luar ruangan. Paviliun Indonesia sendiri masih mewajibkan pengunjung untuk menggunakan masker untuk masuk ke dalam paviliun. Oleh karena itu banyak pengunjung yang melakukan pelanggaran.

#### 5. Latar Belakang Negara Pengunjung

Hasil observasi yang dilakukan penulis pada enam bulan di *expo* menemukan bahwa latar belakang negara asal pengunjung menjadi faktor

eksternal penyebab kelalaian pengunjung di paviliun. Setiap pengunjung memiliki budaya dari negara masing-masing yang berbeda.

Budaya setiap negara berbeda karena setiap negara tumbuh dari sekelompok manusia dengan kondisi geografis dan secara alamiah menyesuaikan dengan kelompoknya. Perbedaan budaya itulah yang menimbulkan perbedaan pandangan dari kelompok satu dengan yang lainnya dan hingga terbentuknya suatu negara.

Faktor internal berasal dari dalam aturan implementasi protokol kesehatan di paviliun Indonesia. Menurut hasil observasi yang dilakukan penulis ditemukan beberapa faktor internal yang menyebabkan kelalaian pengunjung dalam mengimplementasikan protokol kesehatan yang dipaparkan sebagai berikut.

1. Desain Jalan Paviliun Menanjak

Hasil observasi penulis menunjukkan bahwa terjadi pelanggaran karena desain paviliun yang menanjak tanpa menggunakan *lift*. *Lift* tersedia hanya satu dan terletak di area terakhir paviliun Indonesia. *Lift* hanya digunakan saat turun dari lantai dua menuju *ground floor* dan untuk akses VIP menuju Business Lounge lantai dua.

Hal ini menyebabkan tidak ada akses lift digunakan untuk mengelilingi tiga zona utama paviliun Indonesia. Anggota keluarga pengunjung disabilitas harus mendorong kursi roda dari penyandang disabilitas dan para lansia. Bila pengunjung kelelahan tak sengaja masker dibuka untuk memudahkan menghirup udara.

2. Petugas Keamanan Kurang Fasih Berbahasa Inggris

Selanjutnya dalam observasi penulis menemukan masih ada *security* yang kurang tegas dalam menegur para pengunjung yang tidak mematuhi protokol kesehatan. Sebagian *security* kurang fasih berbahasa Inggris sehingga kurang mampu untuk menegur dan memberitahu pengunjung dengan baik dan benar.

3. Tidak Semua Staf Paviliun Menguasai *Public Speaking*

Observasi penulis selama enam bulan menemukan bahwa faktor internal yang menjadi penyebab adalah tidak semua staf paviliun Indonesia memiliki kemampuan *public speaking* yang baik sehingga pengunjung mendengarkan arahan yang disampaikan.

4. Tidak Ada Tim Khusus Protokol Kesehatan

Selama enam bulan *expo* berlangsung, penulis melakukan observasi dan menemukan bahwa paviliun Indonesia tidak memiliki tim khusus yang menangani protokol kesehatan Covid-19.

**Tabel 1.** Faktor Eksternal dan Internal Penyebab Pelanggaran Implementasi Protokol Kesehatan di Paviliun Indonesia

Faktor Eksternal	Faktor Internal
Udara panas Dubai	Desain jalan paviliun menanjak
Jumlah pengunjung saat <i>high season</i>	Security kurang fasih berbahasa Inggris
Pengunjung membuat foto dan video	Tidak semua staf paviliun menguasai <i>public speaking</i>
Kebijakan lepas masker oleh pemerintah Uni Emirat Arab	Tidak ada tim khusus protokol kesehatan
Latar belakang negara pengunjung	

Sumber: Data Sekunder (Data Diolah, 2022)

4. KESIMPULAN

Implementasi protokol kesehatan pada Paviliun Indonesia di *Expo 2020 Dubai* memiliki lima kriteria yang terdapat dalam buku panduan *Expo 2020 Covid-19 Guide* meliputi protokol pengunjung memasuki *expo*, penanganan kasus positif Covid-19, penggunaan penutup wajah dan masker, menjaga jarak dan sanitasi tangan.

Tiga dari lima kriteria dari buku panduan tersebut telah berjalan dengan baik di paviliun Indonesia meliputi protokol kesehatan pengunjung sebelum memasuki paviliun, penanganan kasus positif Covid-19, dan sanitasi tangan. Sedangkan implementasi penggunaan masker dan menjaga jarak masih belum berjalan dengan

maksimal karena adanya faktor eksternal dan internal.

Faktor eksternal penyebab kelalaian pengunjung mengimplementasikan protokol kesehatan meliputi udara dubai yang panas, aturan lepas masker pemerintah UAE, orang yang membuat vlog, foto, dan video, pengunjung yang tidak bisa menggunakan bahasa Inggris, pengunjung yang memiliki karakter berbeda-beda dan latar belakang negara pengunjung yang memiliki budaya masing-masing.

Faktor internal meliputi orang yang kelelahan mendorong kursi roda disabilitas akibat desain jalan paviliun yang menanjak, *security* yang tidak menguasai bahasa Inggris dengan baik sehingga tidak bisa menegur pengunjung, staf paviliun Indonesia yang kurang memiliki kemampuan *public speaking*, tidak ada tim khusus yang mengawasi jalannya implementasi protokol kesehatan di paviliun Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk menjadi bahan evaluasi agar kedepannya tidak ditemukannya kasus positif Covid-19 di paviliun Indonesia, maupun paviliun lain di Expo Dubai dan di Expo lainnya.

## REFERENSI

- Bureau International Des Expositions. 2020. *Expo 2020 Covid-19 Guide*. Dubai. Expo 2020 Press.
- Dubai Online Statistic. 2021. Number of International Visitors to Dubai. Diperoleh pada 20 November 2021 dari <https://www.dubai-online.com/essential/tourism-statistics/>.
- Dubai World Trade Center Authority. 2020. Dubai World Trade Center Authority convenes industri leaders to plan resurgence of (MICE) sector. Diperoleh pada 20 November 2021 dari <https://mediaoffice.ae/en/news/2020/June/10-06/Dubai-World-Trade-Centre-Authority-virtually-convenes-industri-leaders>.
- Expo 2020 Dubai. 2021. Dubai Wins Tentative Approval to Delay Its Expo 2020 to 2021. Diperoleh pada tanggal 25 Februari 2022 dari [https://www.voanews.com/a/covid-19-pandemic\\_dubai-wins-tentative-approval-delay-its-expo-2020-2021/6187926.html](https://www.voanews.com/a/covid-19-pandemic_dubai-wins-tentative-approval-delay-its-expo-2020-2021/6187926.html).
- Kementerian Perdagangan RI. 2020. Zona di Wilayah Expo. Jakarta: Press Realese Kemendag.
- Lumanauw, N. & Sumartana, I.M. 2022. Implementasi Protokol Kesehatan Pada Tatanan Kehidupan Era Baru Terhadap Usaha Perjalanan Wisata Di Bali. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management* Vol 12 No 02, 2022: 204-217 <https://dx.doi.org/10.22334/jihm.v12i2>.
- Lumanauw, N. 2021. *Protokol Kesehatan CHSE Di Industri Pariwisata*. Tabanan: PIB Press.
- Media Office Government of Dubai. 2020. Diperoleh pada 5 Desember 2021 dari <https://www.mediaoffice.ae/>.
- Media Office Government of Dubai. 2020. Diperoleh pada 5 Desember 2021 dari <https://www.mediaoffice.ae/>.
- Siddiquei MI, Khan W. 2020. *Economic implications of coronavirus. J Public Affairs*. Diperoleh pada 20 November 2021 dari <https://doi.org/10.1002/pa.2169>.
- The Ministry of Health and Prevention United Arab Emirates. 2020. Diperoleh pada tanggal 25 Februari 2022 dari <https://mohap.gov.ae/en/services>.
- The United Arab Emirates Government Portal. 2020. Handling Covid-19 outbreak. Diperoleh pada 28 November 2021 dari <https://u.ae/en/information-and-services/justice-safety-and-the-law/handling-the-covid-19-outbreak>.
- Voice of America. 2013. Dubai hosting Expo 2020. Diperoleh pada tanggal 24 Februari 2022 dari [https://www.voanews.com/a/covid-19-pandemic\\_dubai-expo-2020-worlds-fair-post-poned-october-1-2021/6188666.html](https://www.voanews.com/a/covid-19-pandemic_dubai-expo-2020-worlds-fair-post-poned-october-1-2021/6188666.html).
- Wilayah Expo. Jakarta: Press Realese.





Volume 5 Nomor 2, Desember 2022, pages: 165-176

## ANALISIS PENGENDALIAN *FOOD COST* DI HOTEL VILA LUMBUNG - BALI

### *FOOD COST CONTROL ANALYSIS AT VILA LUMBUNG HOTEL - BALI*

I Nyoman Dhita Utama Putra<sup>1\*</sup>, Rimalinda Lukitasari<sup>2</sup>,  
Victor Bangun Mulia<sup>3</sup>, I Ketut Wibawa<sup>4</sup>  
Manajemen Perhotelan, Politeknik Internasional Bali<sup>1\*234</sup>  
komangdhita10@gmail.com

Received: 31/10/2022

Revised: 15/12/2022

Accepted: 16/12/2022

#### Abstrak

Pengendalian *food cost* perlu dilakukan agar pendapatan dapat melebihi biaya operasional, sehingga didapat lebih banyak keuntungan. Pada kasus Hotel Vila Lumbung ditemukan penyimpangan pada pengendalian *food cost* pada bulan Juli-Desember 2021, yaitu adanya rata-rata selisih sebesar 15,77% antara *actual food cost* dan *standard food cost*, sehingga pengendalian *food cost* di hotel tersebut perlu untuk dianalisis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi pengendalian *food cost* di Hotel Vila Lumbung Bali, serta mengidentifikasi penyebab munculnya selisih persentase antara *actual food cost* dan *standard food cost*. Teori yang digunakan yaitu *food cost control* dan analisis selisih (*variance*), dengan menggunakan metode campuran (*mix method*). Data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) pengendalian *food cost* di Hotel Vila Lumbung Bali belum optimal karena terdapat selisih yang merugikan antara *actual food cost* dan *standard food cost*; 2) terjadinya selisih yang merugikan tersebut disebabkan dari kurang optimal dalam penerapan *standard purchase specification*, dan juga kurang optimal dalam penerapan sistem *first in first out*, *first expired first out*, serta kurang dalam perawatan dari pada ruangan *store*. Dengan hasil yang didapatkan pada penelitian ini diharapkan, kepada Hotel Vila Lumbung menjadi masukan terhadap penerapan pengendalian *food cost*.

**Kata Kunci:** *Food Cost Control*, Analisis Selisih, *Standard Food Cost*, *Actual Food Cost*

#### Abstract

*Food cost control needs to be done so that income can exceed the operational costs, so it's more profitable. The case of Hotel Vila Lumbun, deviations were found in food cost control from July-December 2021, namely an average difference of 15.77% between actual food costs and standard food costs, so the food cost control at the hotel is necessary to be analysed. This study was aimed to determine the condition of food cost control at Hotel Vila Lumbung Bali, and to identify the causes of the differences in percentage between actual food costs and standard food costs. The theory used in this research was the food cost control and the analysis of variance, by using a mixed method. The data were collected through observation, documentation, and interviews. The results of this study show that: 1) food cost control at Hotel Vila Lumbung Bali was not optimal because there was detrimental food cost difference between actual food costs and standard food costs; 2) the occurrence of the adverse difference was caused by less than optimal in the application of standard purchase specifications, and also less than optimal in the application of the first in first out, first expired first out system, and less maintenance than the store room. From the results obtained in this study, it is hoped that the Vila Lumbung Hotel will become an input for the implementation of food cost control.*

**Keywords:** *Food Cost Control*, Variance Analysis, *Standard Food Cost*, *Actual Food Cost*

## 1. PENDAHULUAN

Sektor industri pariwisata merupakan salah satu penghasil devisa terbesar di Indonesia. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Uno, menyebutkan sektor pariwisata merupakan penyumbang devisa kedua terbesar setelah minyak dan gas, dan limapuluh persen pendapatan didapatkan dari Bali (Yanwardhana, 2021). Menurut data Badan Pusat Statistik, dari total kunjungan melalui pintu udara bulan Januari-Desember 2019, bandara Ngurah Rai memperoleh kunjungan sebesar 6.239.543 dibandingkan dengan total kunjungan pintu udara seluruh Indonesia sebesar 9.834.706 kunjungan (Badan Pusat Statistik, 2020). Dilihat dari data tersebut, tentu saja menunjukkan bahwa bisnis di bidang pariwisata, termasuk akomodasi, memiliki prospek bisnis yang sangat baik dan tentu itu akan menguntungkan di masa mendatang, seperti hotel, restoran dan villa.

Pada kasus bisnis hotel, salah satu sumber pendapatan adalah dari penjualan makanan dan minuman dalam hotel. Untuk memaksimalkan pendapatan dari sektor ini, salah satunya dengan menerapkan standar biaya makanan. Hal ini dimaksudkan agar pengeluaran untuk biaya makanan sesuai standar tersebut untuk menghindari kerugian (Wijaya & Widhiastuty, 2021). Hal ini dilakukan dengan menentukan atau membuat standarisasi mulai dari pembelian barang seperti pemilihan supplier serta memastikan ketersediaan barang dan penawaran harga pada supplier. Selanjutnya dari penerimaan barang yang perlu di perhatikan yaitu kualitas barang, jumlah barang harus sesuai dengan harga yang sudah ditentukan pada proses pembelian barang. Penyimpanan barang ini meliputi temperatur, kebersihan serta tidak ada kerusakan barang, penanggalan barang agar tidak terjadi *expired*, dan penataan dengan rapi untuk mempermudah pengambilan barang. Sementara untuk pengeluaran barang, harus berdasarkan dari formulir yang detail seperti nama barang, jumlah, alasan permintaan serta persetujuan *department head*, pengolahan makanan yang akan di sajikan melalui resep yang berisi waktu pengolahan dan kuantitas sesuai

dengan menu. Standarisasi ini juga memudahkan deteksi terhadap ketidakwajaran atau penyimpangan yang berhubungan dengan biaya makanan (Armin, 2016)). Untuk menjaga penggunaan biaya tetap stabil, maka perlu dilakukan pengawasan oleh seorang *cost controller* dan juga peranan manajer di setiap departemen hotel yang terkait. Proses pengawasan dilakukan mulai dari tahapan pembelian barang, dan penerimaan barang, hingga penyimpanan barang dan pengeluaran barang ke setiap departemen. Selain itu, *inventory store* harus dilakukan secara berkala setiap bulannya.

Hotel Vila Lumbung merupakan salah satu hotel bintang empat kasi di kawasan Seminyak-Bali. Seperti banyak hotel di Bali, Vila Lumbung juga mengalami dampak dari situasi pandemi. Ketidakstabilan perekonomian tentu saja bisa berpengaruh pada ranah *food cost control*. Melalui wawancara singkat dengan salah satu pegawai *cost controller* dan *chiefaccountant* Hotel Vila Lumbung, dijelaskan bahwa batas toleransi selisih antara *actual cost* dengan *standard cost* yaitu sebesar 1%, jika *actual food cost* melebihi 1% dari *standard food cost* berarti penjualan makanan masih kurang berjalan dengan efisien sesuai rencana dan dapat mengurangi keuntungan. Berikut data perbandingan persentase *food* di Hotel Vila Lumbung antara *actual cost* dengan *standard cost*, sementara *standard food cost* sudah ditentukan sebesar 34,00% periode Juni-Desember 2021 melalui penjabaran berikut: dari rata-rata *actual food cost* yang di dapat selama periode enam bulan tersebut yaitu sebesar 49,77% denganselisih yang di dapat pada angka 15,77%. Melalui penjabaran data tersebut, terlihat bahwa *actual food cost* rata-rata masih jauh melebihi dari tingkat toleransi yang di tetapkan hotel sebesar 1% dengan *standard food cost* di angka 34,00%.

Melihat data tahun di atas yang menunjukkan pengendalian *food cost* masih melewati standar, maka dirasa penting untuk menganalisis pengendalian *food cost* di Hotel Vila Lumbung. Berdasarkan data tahun 2021 yang menunjukkan kondisi merugikan pada *food cost*, menjadikan perlu untuk diteliti penyebab selisih pada *food*



*cost*, kemudian dilakukan tindakan perbaikan serta pencarian solusi yang sesuai untuk mengatasi masalah tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi pengendalian *food cost* di Hotel Vila Lumbung Bali dan menganalisis penyebab terjadinya selisih persentase antara *actual food cost* dengan standar *food cost* di Hotel Vila Lumbung Bali.

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi dalam menunjukkan bahwa penggabungan analisis selisih dan *food cost control* merupakan suatu metode yang masih relevan dan saling melengkapi untuk analisis *food cost control*. Selain itu, diharapkan penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan praktis tentang penerapan analisis pengendalian *food cost* dalam mengoptimalkan *gross profit*. Secara khusus, bagi Hotel Vila Lumbung dapat dipergunakan sebagai referensi dalam alam usaha mengendalikan *food cost*, dan untuk usaha lainnya pada bidang perhotelan dan penjualan makanan diharap menjadi wawasan tambahan dan pembandingan untuk perusahaan, baik di perhotelan maupun diluar perhotelan.

## 2. METODE

Penelitian dilaksanakan pada Hotel Vila Lumbung Bali yang berlokasi di Jl. Petitenget No.1000x, Seminyak, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali. Penelitian ini menggunakan metode campuran dengan mengkombinasikan antara metode penelitian kualitatif dan kuantitatif dalam suatu kegiatan penelitian untuk memperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliabel, dan objektif (Creswell, 2013). Metode campuran diperlukan untuk menjawab permasalahan yang digali. Untuk mencari tahu kondisi pengendalian biaya makanan digunakan pendekatan kuantitatif dan untuk mencari tahu penyebab dan solusi yang sesuai digunakan pendekatan kualitatif.

Metode campuran pada penelitian ini menggunakan strategi bertahap (*sequential mixed methods*) berupa strategi transformatif sekuensial. Pertama peneliti melakukan pengolahan data kuantitatif berupa *food cost reconciliation*, untuk menemukan selisih antara *actual food cost*

dengan *standard food cost* pada Hotel Vila Lumbung. Terkait dari temuan selisih tersebut, selanjutnya melakukan analisis data kualitatif yang didapat melalui wawancara dengan *chief accountant*, *cost controller*, dan *chef restaurant* di Hotel Vila Lumbung, untuk menjawab dari penyebab terjadinya selisih *actual food cost* dengan *standard food cost* di Hotel Vila Lumbung. Metode utama pada penelitian ini adalah kualitatif karena untuk menemukan penyebab terjadinya selisih, dan dari metode kuantitatif deskriptif sebagai data pendukung.

Konsep pengendalian *food cost* yang dimaksudkan adalah pengendalian anggaran bahan baku yang digunakan untuk membuat hidangan untuk pelanggan, supaya tidak terjadi peningkatan biaya pada *food cost* perlu adanya pengendalian biaya bahan makanan (Pradiptha et al., 2018). Sebagai usaha memaksimalkan keuntungan, *food cost* merupakan biaya terbesar ataupun kedua terbesar yang harus dipelajari dan diperhatikan oleh manajemen (Wijaya & Widhiastuty, 2021). Pengendalian bahan makanan sangat penting karena memerlukan penganggaran dan pengendalian biaya yang dapat mengurangi pengeluaran dan menghasilkan keuntungan yang lebih besar (Pradiptha et al., 2018). Jadi *food cost* merupakan biaya penggunaan bahan makan saat produksi, yang harus diperhatikan dan dipelajari untuk melakukan pengendalian biaya. Tujuan dilaksanakan pengendalian adalah untuk mengontrol pelaksanaan kegiatan agar sesuai dengan rencana, serta agar dapat segera melaksanakan tindakan perbaikan bila terjadi penyimpangan (Swantari et al., 2017).

Analisis pengendalian *food cost* merupakan kegiatan meneliti dalam upaya evaluasi biaya produksi bahan makan dan melakukan perbaikan dari kesalahan saat pelaksanaan pengendalian biaya, jadi korelasi dari konsep dengan penelitian ini adalah untuk menunjang dalam menemukan akar permasalahan dari meningkatnya biaya makanan dan penyebab peningkatan biaya.

Penelitian ini menggunakan dua teori yaitu analisis selisih (*variance*) oleh Mulyadi (2014) dan teori *food cost control* oleh Dittmer dan Keefe (2014) kedua teori

ini memiliki peranan penting karena saling berubungan untuk dapat menjawab dari pada rumusan masalah yang di angkat pada penelitian ini, yaitu teori analisis selisih (*variance*) untuk menjawab rumusan pertama sehingga teori *food cost control* dapat mendukung dan menunjang dari analisis selisih *food cost* yang mana teori *food cost control* untuk dapat menjawab rumusan masalah kedua yaitu mengetahui dari penyebab selisih *food cost* yang di dapat melalui teori analisis selisih (*variance*), dapat diuraikan sebagai berikut(Mulyadi, 2014):

#### 1. Analisis Selisih (*Variance*)

Teori analisis selisih terutama pada pembahasan dan perhitungan akan *basic cost* dari barang akan menjadi acuan penting dan signifikan dalam mengatur supaya perhitungan dari *food cost* dilakukan dengan baik dan tepat. Sehingga dalam teori ini, *actual cost* memiliki peran penting dalam pengendalian *food cost*, karena menunjukkan dari pada biaya sesungguhnya yang terjadi di Hotel Vila Lumbung, dan digunakan sebagai acuan dari pengendalian *food cost* serta untuk menjawab rumusan masalah pertama, sementara *standard cost* pada teori ini juga memiliki peran penting dalam pengendalian *food cost*, karena apabila dalam perhitungan *food cost* yaitu *actual cost* melebihi dari pada *standard cost* menunjukkan bahwa pengendalian *food cost* masih kurang baik (Mulyadi, 2014).

#### 2. *Food Cost Control*

Pengelolaan bahan makanan selain sangat berpengaruh terhadap kualitas makanan yang dihasilkan, juga mempengaruhi biaya bahan makanan atau *food cost*. Pemborosan biaya dapat terjadi dari penyimpanan yang tidak baik sehingga bahan menjadi busuk, adanya bahan yang tidak sesuai standar mutu, adanya bahan yang hilang karena pencurian dan pemakaian yang boros.

Menurut Dittmer dan Keefe (2014), dalam kaitannya dengan pengendalian *food cost*, perlu diketahui fungsi-fungsi pokok dalam aktivitas pengadaan barang yang harus diawasi

ada empat yaitu *purchasing*, *receiving*, *storing*, dan *issuing* dengan penjelasan masing-masing bagian sebagai berikut (Dittmer & Keefe, 2014):

##### a. *Purchasing* (Pembelian)

*Purchasing* (Dittmer & Keefe, 2014) berperan dalam pembelian bahan serta memastikan *supplier* melakukan pengiriman bahan secara berkesinambungan. Bagian ini juga harus memastikan efisiensi belanja barang melalui pengawasan standar dan kualitas bahan agar sesuai dengan yang dibutuhkan dan dibeli dengan harga termurah. *Purchasing* merupakan bagian penting didalam teori *food cost control* sebab menjadi penentu dari pemilihan *supplier*, kualitas, kuantitas, harga barang, hingga jadwal kedatangan barang atau bahan makanan yang dibutuhkan hotel terkendali. Jika *purchasing* tidak berfungsi sebagaimana mestinya, maka akan ada risiko *over-ordering* atau *under-ordering*, serta tidak adanya standar *kualifikasi* dan *kuantifikasi* yang dapat mempengaruhi pembengkakan biaya dan tentu saja keuntungan (Davis et al., 2018).

##### b. *Receiving* (Penerimaan)

Bagian *receiving* atau penerimaan barang memiliki fungsi utama untuk memastikan jenis, kualitas, kuantitas dan harga barang yang diterima sesuai dengan yang disepakati (Dittmer & Keefe, 2014). Dalam melaksanakan tugasnya, beberapa hal harus disinkronkan oleh bagian *receiving*. Beberapa hal tersebut termasuk pemeriksaan apakah barang yang diterima sesuai dengan spesifikasi pembelian yang disepakati, kemudian daftar pesanan pembelian, serta faktur yang disampaikan bersamaan dengan pengiriman barang tersebut oleh *supplier*. Wadah atau kemasan yang diterima juga harus dipastikan tidak mengalami kerusakan ataupun kebocoran. Peran bagian *receiving* dari teori *food cost control*

merupakan untuk memastikan barang yang datang tidak terjadi cacat dan sesuai dengan apa yang sudah disepakati diawal, guna untuk pengendalian *food cost*. Mempekerjakan pegawai yang kurang mampu dalam hal administratif maupun pengetahuan bahan dan pengelolaan kualitas akan menyebabkan peningkatan biaya (Davis et al., 2018)

c. *Storing* (Penyimpanan)

Penyebab umum dari peningkatan biaya yang disebabkan dari proses penyimpanan umumnya adalah adalah bahan yang rusak dari proses penyimpanan yang kurang baik. Namun, tidak menutup kemungkinan terdapat pula perilaku karyawan yang menyebabkan pemborosan, hingga tindakan pencurian oleh karyawan. Penyimpanan atau *storing* untuk persediaan bahan makanan dimaksudkan agar hotel tetap memiliki persediaan bahan untuk membuat makanan dalam jumlah yang cukup setiap kali dibutuhkan. Di sisi lain, bagian *storing* juga diharapkan menekan kerugian akibat kerusakan makanan pada saat proses penyimpanan tersebut maupun kehilangan karena dicuri oleh karyawan hotel. Pada teori *food cost control*, *storing* memiliki peran untuk memastikan barang pada *store* tidak mengalami kerusakan baik dari penempatan barang, suhu yang tidak sesuai ataupun *expired* akibat tidak diberi tanggal saat penerimaan barang, serta kontaminasi silang yang dapat disebabkan dari proses penyimpanan yang kurang baik (Davis et al., 2018; Dittmer & Keefe, 2014).

d. *Issuing* (Pengeluaran)

Penerapan kebijakan manajemen diperlukan dalam pengendalian pengeluaran (*issuing*) bahan makanan. Hal ini agar bahan yang dikeluarkan dari gudang memang digunakan untuk kegiatan

operasional hotel, dan mencegah kebocoran. Contohnya, persetujuan atasan mutlak dibutuhkan dalam proses untuk mengeluarkan barang tertentu. Pengeluaran bahan ini harus menggunakan formulir yang mencantumkan daftar permintaan barang disertai kuantitas, peruntukan, serta tanda tangan atasan sebagai pengesahan. Atasan yang dimaksud dalam hal ini adalah kepala dapur dan wakil kepala dapur. *Issuing* didalam teori *food cost control* berperan untuk memastikan barang yang keluar dari *store* tercatat, seperti tujuan alokasi barang, jumlah barang yang di keluarkan, serta harga barang yang keluar harus dicatat untuk dipergunakan pada saat proses penghitungan *food cost*. (Davis et al., 2018; Dittmer & Keefe, 2014)

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini dengan tiga metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan juga dokumentasi untuk menelusuri kondisi biaya bahan makanan. Sumber data primer pada penelitian ini diperoleh dari hasil observasi baik itu pengamatan, pengukuran, dokumentasi langsung di lapangan dan wawancara dengan tiga narasumber yaitu dengan *Chief Accountant*, *Cost Controller*, dan *Chief* di Hotel Vila Lumbung. Sedangkan untuk data sekunder yang digunakan penelitian ini adalah *food cost reconciliation* Hotel Vila Lumbung periode Juli-Desember 2021, dan data berupa *soft copy* yang tersimpan di komputer perusahaan, jurnal, artikel, dan lain-lain.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis selisih yang membandingkan antara *actual food cost* dengan *standard food cost*. Menurut Mulyadi (2014) pada analisis selisih biaya dilakukan proses yang sistematis untuk membandingkan biaya sesungguhnya (*actual cost*) dengan biaya standar (*standar cost*) dan menentukan besarnya selisih biaya, kemudian menginterpretasikan penyebabnya.

*Actual cost* oleh Wiyasha (2011) diartikan sebagai harga pokok yang merupakan harga pokok yang sesungguhnya

dalam satu periode akuntansi, misalnya setahun. Sedangkan, perhitungan harian adalah harga pokok perkiraan. Untuk menentukan *actual food cost* (biaya pokok bahan baku makanan) maka formula yang di bawah ini dapat diterapkan (Wiyasha, 2011):

$$\begin{aligned} & \text{Harga pokok makanan} \\ = & \text{Nilai persediaan awal} + \text{Pembelian} - \\ & \text{Nilai persediaan akhir} - \text{Penyesuaian} [1] \end{aligned}$$

Tahapan selanjutnya adalah menentukan persentase *actual food cost* (Harga Pokok Makanan) dengan menentukan formula dibawah ini:

$$= \frac{\text{Actual Food Cost Percentage}}{\text{Harga Pokok Makanan Dijual}} \times 100\% [2]$$

Penjualan Bersih

Menurut Wiyasha (2011) dalam pengendalian *standard cost*, diperlukan adanya ukuran baku yang dapat membantu manajemen untuk mencapai sasaran *standard cost*. Ukuran baku ini berkaitan juga dengan berbagai hal baku lainnya, seperti resep, takaran, spesifikasi baku, serta *standard yield*. Penentuan *standard food cost* didapatkan dari resep baku yang memuat harga jual dan persentase harga pokok makanan. Formula untuk mendapatkan persentase *standard food cost* adalah dengan rumus sebagai berikut:

$$= \frac{\text{Food Cost Percentage}}{\text{Net Consumption}} \times 100\% [3]$$

Net Food Salees

Setelah menemukan hasil *standard food cost percentage* dan *actual food cost percentage* menggunakan rumus diatas, selanjutnya untuk menjawab rumusan masalah satu pada penelitian ini perlu menentukan selisish persentase biaya (*cost percentage variance*) dengan melakukan perbandingan antara persentase biaya makanan sesungguhnya (*actual food cost percentage*) dengan persentase biaya standar makanan (*standard food cost percentage*). Selisih dapat dicari melalui cara berikut:

$$\begin{aligned} & \text{Cost Percentage Variance} \\ = & \text{Standard Food cost Percentage} - \\ & \text{Actual Food cost Percentage} [4] \end{aligned}$$

Selain analisis selisih penelitian ini menggunakan analisis kualitatif yang digunakan untuk mengetahui penyebab terjadinya selisih. Analisis data dilakukan dalam beberapa langkah, termasuk mereduksi data, kemudian mengaitkan hasil data tereduksi dengan landasan teori dan kajian pustaka, kemudian dilakukan penarikan kesimpulan. Hasil analisis data disajikan dalam bentuk naratif dan tabel.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui Penjabaran data pada latar belakang dapat menunjukkan bahwa terjadi penyimpangan pada *food cost* antara *standard cost* dengan *actual cost* dari periode Juli-Desember 2021. Terdapat *standard cost* sebesar 34.00% sedangkan rata-rata *actual cost* selama periode enam bulan sebesar 49,77%. Berdasarkan penjelasan narasumber dari pihak *accounting* bahwa tingkat toleransi *food cost* di Hotel Vila Lumbung sebesar 1%, namun pada kenyataannya selisih *food cost* yang terjadi menunjukkan angka sebesar 15.77%. tentunya ini sudah jauh melebihi dari *standard cost* yang sudah ditetapkan pihak manajemen hotel.

Pada bagian ini dipaparkan kondisi dari *actual cost* yang terjadi di Hotel Vila Lumbung, serta mengetahui pengendalian *food cost* dan persentase naik turunnya *variance* dari masing-masing elemen *food cost reconciliation* dengan menggunakan teori analisis *variance* yang membandingkan antara *standard cost* dan *actual cost*. Kondisi tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 1.** Perbandingan Antara *Standard Cost* Dengan *Actual Cost* Pada Hotel Vila Lumbung-Bali, Bulan Juli-Augustus 2021

KETERANGAN	July			August		
	Standard	Actual	Variance	Standard	Actual	Variance
	%	%	%	%	%	%
1. Opening Inventory	0,07	0,15	0,08	0,06	0,13	0,07
2. Incoming Stocks	0,05	0,11	0,06	0,06	0,13	0,07
3. Returned Stocks	-	-	-	-	-	-
4. Beverage For Food	-	-	-	-	-	-
5. Inventory Available (1+2+3+4)	0,12	0,25	0,14	0,12	0,26	0,15
6. Closing Inventory	0,06	0,12	0,07	0,05	0,12	0,07
7. Gross Consumption (5-6)	0,06	0,13	0,07	0,06	0,14	0,08
8. Cost Adjustment	0,03	0,07	0,04	0,05	0,11	0,06
9. Net Consumption (7-8)	0,16	0,06	- 0,10	0,15	0,04	- 0,12
10. Net Food Sales	0,46	0,11	- 0,35	0,45	0,07	- 0,38
<b>Food Cost Percentage</b>	<b>34,00</b>	<b>51,06</b>	<b>17,06</b>	<b>34,00</b>	<b>51,54</b>	<b>17,54</b>

Sumber: Hotel Vila Lumbung-Bali (Data Diolah), 2022

Berdasarkan tabel 1 diatas, *incoming stocks* merupakan jumlah total dari seluruh pembelian barang atau bahan baku makanan dalam waktu satu bulan. Peningkatan pembelian pada bulan Juli berdampak pada meningkatnya *food cost* yang dijual, sehingga pembelian di bulan Juli belum mengarah pada *standard* yang di tetapkan. *Gross consumption* adalah jumlah keseluruhan biaya yang digunakan operasional hotel khususnya makanan selama periode satu bulan. *Gross consumption* mengalami peningkatan yang berdampak pada meningkatnya *food cost* yang dijual sehingga *gross food consumption* pada bulan July belum mengarah pada *standard* yang di tetapkan. Penyesuaian terhadap biaya makanan yang terjadi bulan Juli berperan terhadap menurunnya *food cost*.

Sedangkan pada bulan Agustus, *incoming stocks* mengalami peningkatan yang berdampak pada meningkatnya *food cost* yang dijual sehingga pembelian di bulan Agustus belum mengarah pada *standard* yang di tetapkan. *Gross consumption* mengalami peningkatan yang berdampak pada meningkatnya *food cost* yang dijual sehingga *gross food consumption* pada bulan August belum mengarah pada *standard*. Penyesuaian terhadap biaya makanan yang terjadi bulan Agustus berdampak pada menurunnya *food cost*.

Dilihat dari tabel diatas, terkait dari perbandingan *food cost percentage* antara *standard* dengan *actual* bulan Juli. Actual melampaui dari pada *standard* yang ditetapkan, dengan selisih sebesar 17,06% yang tentu sudah melebihi *standard* toleransi sebesar 1%. Sementara pada bulan Agustus juga melampaui dari *standard* dengan selisih 17,54%.

Berdasarkan tabel 2, *incoming stocks* pada bulan September mengalami peningkatan yang berdampak pada meningkatnya *food cost* yang dijual sehingga pembelian belum mengarah pada *standard* yang di tetapkan. *Gross consumption* adalah jumlah keseluruhan biaya yang digunakan operasional hotel khususnya makanan selama periode satu bulan. *Gross consumption* mengalami peningkatan yang berdampak pada

meningkatnya *food cost* yang dijual sehingga *gross food consumption* pada bulan September belum mengarah pada *standard* yang di tetapkan. Penyesuaian terhadap biaya makanan yang terjadi pada bulan September berperan terhadap menurunnya *food cost*

**Tabel 2.** Perbandingan Antara *Standard Cost* Dengan *Actual Cost* Pada Hotel Vila Lumbung-Bali, Bulan September-Oktober 2021

KETERANGAN	September			October		
	Standard	Actual	Variance	Standard	Actual	Variance
	%	%	%	%	%	%
1. Opening Inventory	0,05	0,11	0,06	0,05	0,11	0,06
2. Incoming Stocks	0,06	0,14	0,07	0,06	0,13	0,07
3. Returned Stocks	-	-	-	-	-	-
4. Beverage For Food	-	-	-	-	-	-
5. Inventory Available (1+2+3+4)	0,12	0,25	0,13	0,11	0,24	0,13
6. Closing Inventory	0,06	0,12	0,06	0,05	0,11	0,06
7. Gross Consumption (5-6)	0,06	0,13	0,07	0,06	0,13	0,07
8. Cost Adjustment	0,03	0,07	0,04	0,03	0,07	0,04
9. Net Consumption (7-8)	0,16	0,06	- 0,10	0,16	0,06	- 0,09
10. Net Food Sales	0,46	0,12	- 0,34	0,47	0,13	- 0,33
<b>Food Cost Percentage</b>	<b>34,00</b>	<b>50,25</b>	<b>16,25</b>	<b>34,00</b>	<b>48,44</b>	<b>14,44</b>

Sumber: Hotel Vila Lumbung-Bali (Data Diolah), 2022

Pada bulan Oktober, *incoming stocks* mengalami peningkatan yang berdampak pada meningkatnya *food cost* yang dijual. Hal ini membuat pembelian pada bulan Oktober belum mengarah pada *standard* yang di tetapkan. *Gross consumption* mengalami peningkatan yang berdampak pada meningkatnya *food cost* yang dijual sehingga *gross food consumption* pada bulan Oktober belum mengarah pada *standard* yang ditetapkan. Penyesuaian terhadap biaya makanan yang terjadi pada bulan Oktober berdampak pada menurunnya *food cost*.

Dilihat dari tabel di atas, pada perbandingan *food cost percentage* antara *standard* dengan *actual* bulan September. Actual melampaui dari pada *standard* yang ditetapkan, dengan selisih sebesar 16,25% yang tentu sudah melebihi *standard* toleransi sebesar 1%. Sementara pada bulan Oktober juga melampaui *standard* dengan selisih 14,44% namun terjadi penurunan di banding bulan September.

Pada tabel 3 dapat dilihat bahwa *incoming stocks* mengalami peningkatan pembelian pada bulan November yang berdampak pada meningkatnya *food cost* yang dijual sehingga pembelian pada bulan November belum mengarah pada *standard*

yang di tetapkan. *Gross consumption* mengalami peningkatan hal ini berimbas kepada peningkatan *food cost* yang dijual sehingga *gross food consumption* pada bulan November belum mengarah pada *standard* yang di tetapkan. Penyesuaian terhadap biaya makanan yang terjadi bulan Jul berperan terhadap menurunnya *food cost*.

**Tabel 3.** Perbandingan Antara *Standard Cost* Dengan *Actual Cost* Pada Hotel Vila Lumbung-Bali, Bulan Nopember-Desember 2021

KETERANGAN	November			December		
	Standard	Actual	Variance	Standard	Actual	Variance
	%	%	%	%	%	%
1. Opening Inventory	0,05	0,11	0,06	0,04	0,09	0,05
2. Incoming Stocks	0,06	0,14	0,08	0,07	0,15	0,08
3. Returned Stocks	-	-	-	-	-	-
4. Beverage For Food	-	-	-	-	-	-
5. Inventory Available (1+2-3+4)	0,12	0,26	0,14	0,11	0,24	0,13
6. Closing Inventory	0,05	0,12	0,07	0,04	0,09	0,05
7. Gross Consumption (5-6)	0,06	0,14	0,07	0,07	0,15	0,08
8. Cost Adjustment	0,04	0,09	0,05	0,04	0,10	0,05
9. Net Consumption (7-8)	0,15	0,05	- 0,11	0,16	0,06	- 0,10
10. Net Food Sales	0,45	0,09	- 0,36	0,46	0,12	- 0,34
<b>Food Cost Percentage</b>	<b>34,00</b>	<b>48,64</b>	<b>14,64</b>	<b>34,00</b>	<b>49,28</b>	<b>15,28</b>

Sumber: Hotel Vila Lumbung-Bali (Data Diolah), 2022

Pada bulan Desember, *incoming stocks* mengalami peningkatan yang berdampak pada meningkatnya *food cost* yang dijual sehingga pembelian pada bulan Desember belum mengarah pada *standard* yang di tetapkan. *Gross consumption* mengalami peningkatan yang berdampak pada meningkatnya *food cost* yang dijual sehingga *gross food consumption* pada bulan Desember belum mengarah pada *standard*. Penyesuaian terhadap biaya makanan yang terjadi bulan December berdampak pada menurunnya *food cost*.

Dilihat dari tabel di atas, pada perbandingan *food cost percentage* antara *standard* dengan *actual* bulan November. *Actual* melampaui dari pada *standard* yang ditetapkan, dengan selisish sebesar 14,64% yang tentu sudah melebihi *standard* toleransi sebesar 1%. Sementara pada bulan Desember juga melampaui *standard* dengan selisih 15,28%.

Berdasarkan dari penjabaran tabel data di atas, bahwa pengendalian *food cost* di Hotel Vila Lumbung masih kurang berjalan dengan baik, hal ini dapat terlihat dari *incoming stock* dan *gross consumption* setiap bulan mengalami peningkatan yang menyebabkan *actual cost* yang terjadi

selama enam bulan tersebut melampaui jauh dari pada *standard cost* yang ditentukan Hotel Vila Lumbung. Penyebab terjadi selisih persentase antara *actual food cost* dengan *standard food cost* di Hotel Vila Lumbung.

Berdasarkan dari hasil analisis selisih di Hotel Vila Lumbung, terjadi peningkatan *actual cost* selama periode Juli-December 2021 melalui penjabaran tabel diatas, untuk menemukan penyebab terjadinya selisih persentase antara *actual food cost* dengan *standard food cost* di Hotel Vila Lumbung, terkait pada teori *food cost control* oleh Dittmer dan Keefe (2011), terdapat empat elemen yang perlu di perhatikan dalam proses pengadaan bahan makanan sebagai upaya dari pengendalian *food cost* yaitu, *purchasing*, *receiving*, *storing*, dan *issuing*. Untuk menemukan penyebab terjadi selisih persentase antara *actual food cost* dengan *standard food cost* di Hotel Vila Lumbung, peneliti melakukan wawancara dengan I Gusti Agung Anom Anantawikrama selaku *chief accountant* dan penambahan pada *purchasing* serta ikut mengawasi dari *receiving*, *storing*, dan *issuing*. I Made Sumardika selaku *cost controller*, dan I Made Suidiana selaku *executive sous chef*.

Dari hasil observasi dan wawancara dengan narasumber didapat kendala penyebab dari terjadinya selisih persentase yaitu:

#### 1. *Purchasing*

Terkait *standard operation procedure* yang sudah diterapkan, kenyataanya di lapangan masih terdapat beberapa kendala sehingga saat proses *purchasing* tidak berjalan sesuai *standard* di Hotel Vila Lumbung. Kendala-kendala di antaranya seperti yang disebutkan oleh Sumardika dan Suidiana melalui wawancara meliputi adanya miskomunikasi antara *supplier* dan *purchasing* menyebabkan perbedaan harga pada *invoice* dengan *purchase order*, dan kuantitas barang yang di order tidak sesuai dengan *market list* yang diajukan.

Hasil observasi dilokasi terkait miskomunikasi yang terjadi akibat dari fluktuasi harga yang terjadi pada masa



pandemi yang tidak diinformasikan oleh pihak supplier serta akibat dari kerja merangkap karyawan *accounting* sehingga tidak melakukan survei harga, peneliti juga menemukan dilakukannya pembelian barang langsung ke pasar swalayan yang tentu saja memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan pembelian langsung dari *supplier*, dan tanpa mengacu pada *market list* atau *purchase order*. Hal ini terjadi karena adanya kondisi kehabisan barang pada *store*, yang dibutuhkan segera oleh departemen untuk operasional hotel.

Kondisi pembelian barang yang tidak sesuai standar karena miskomunikasi dan kondisi pembelian barang dengan harga lebih tinggi ini justru berbeda dengan penelitian di GBTV Hotel and Convention-Bali (Utthavi & Sumerta, 2017) yang justru terjadi karena mengutamakan pemilihan harga bahan termurah saja. Kedua kondisi berbeda pada kedua hotel ini tentu saja tidak sesuai dengan teori Dittmer dan Keefe (2014) yang menekankan pembelian harus sesuai standar mutu dan kuantitas namun tetap mempertimbangkan harga termurah. Jadi kedua hal tersebut harus sama-sama dipertimbangkan, baik standarisasi kualitas maupun harga.

## 2. *Receiving*

Kendala yang terjadi adalah barang yang datang tidak sesuai dengan *purchase order*, dan terjadi perbedaan harga, contohnya saat pembelian barang yang masih *fresh* seperti sayur-mayur, misal di saat menerima barang seperti brokoli, pada perjanjian awal kitaminta tanpa batang namun ketika barang datang masih terdapat batang, makasaat penerimaan harus di potong terlebih dahulu baru di timbang dan diterima barang tersebut.

Dari hasil obesrvasi peneliti di lokasi, berkaitan dengan proses pembelian yang menyimpang maka pada saat penerimaan barang juga mengalami penyimpangan pada peningkatan harga pada saat barang diterima dan tidak melakukan pengecekan kualitas pada

proses penerimaan barang. Permasalahan ini sesuai dengan yang disebutkan Davis, *et.al* (2018) pada bagian teori di atas, yang mengatakan bahwa penempatan staf yang memiliki kecakapan yang cukup dalam hal administrative dan pengelolaan, termasuk pengenalan, kualitas sangatlah penting.

## 3. *Storing*

Hotel Vila Lumbung sudah menerapkan *standard operation procedure* pada bagian *storing* untuk mencegah terjadinya kerusakan barang saat proses penyimpanan, namun pada kenyataannya masih terdapat kendala saat proses *storing* sehingga menyebabkan tidak berjalan sesuai *standard*.

Sementara dari observasi oleh peneliti di lapangan menemukan bahwa kondisi *store* kurang terawat baik kebersihan maupun penempatan barang yang kurang baik dan suhu pada penyimpanan *store* masih belum di perhatikan dengan baik sehinggaterjadi kelembaban pada ruangan *store* dan mengakibatkan kerusakan barang yang di simpan. Hal ini berbeda dengan temuan di Pabilon Echo Beach Canggus (Wijaya & Widhiastuty, 2021) yang menunjukkan bahwa periode *storing* yang terlalu lama menyebabkan bahan-bahan menjadi rusak, sedangkan periode simpan yang terlalu lama itu sendiri disebabkan oleh tingkat penjualan yang rendah.

## 4. *Issuing*

Melalui *standard operation procedure* terkait proses *issuing* yang diterpkan di Hotel Vila Lumbung dalam upaya pengndalian *food cost*, melalui wawancara dengan Sumardika menyebutkan bahwa tidak mengalami kesulitan ataupun kendala yang terjadi saat proses pengeluaran barang. Begitupula dengan observasi yang dilakukan peneliti di lokasi Hotel Vila Lumbung terkait proses *issuing* sudah berjalan dengan baik dan tidak adanya kendala-kendala seperti yang disebutkan oleh Dittmer dan Keefe (2014) yang

berkenaan dengan kebocoran pengeluaran bahan. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan terdapat *standard operation procedure* sudah berjalan dengan baik.

Terkait dari hasil yang didapat dari ke empat elemen diatas, terlihat masih terjadi beberapa kendala dan masalah sehingga tidak berjalan sesuai standar yaitu pada proses *purchasing* adanya miskomunikasi dengan pihak *supplier* yang mengakibatkan perbedaan harga, dan kuantitas barang tidak sesuai dengan *purchase order* serta hotel melakukan pembelian barang ke pihak ketiga seperti suwalayan atau supermarket dengan harganya lebih tinggi. Terkait kendala yang terjadi pada *purchasing* hal ini tentu beraikat terhadap proses *receiving* yang mana pada saat penerimaan barang tidak sesuai dengan *market list* atau *purchase order* seperti pada harga barang, dan jumlah atau berat barang yang di terima, serta kurang dalam melakukan pengecekan kualitas barang yang di terima akibat pembelian pada pihak ketiga.

Proses *storing* juga terjadi kendala pada kondisi *store* yang kurang terawat seperti kebersihan, penempatan barang yang kurang terstruktur dan suhu ruangan pada *store* yang lembab menyebabkan cepetnya proses kerusakan barang serta terjadi *expired* pada barang saat penyimpanan di *store* dan kerusakan barang akibat hama. Sementara pada proses *issuing* tidak terjadi masalah yang menunjukkan bahwa *standard operating procedure* sudah diterapkan dengan baik. Semua kendala dan masalah yang terjadi dari elemen *purchasing*, *receiving*, dan *storing* berpengaruh terhadap terjadinya selisih *food cost* merugikan terhadap pengendalian *food cost* di Hotel Vila Lumbung.

#### 4. KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengendalian food cost beserta kondisi dari actual cost di Hotel Vila Lumbung serta penyebab terjadi selisih

persentase antara *actual food cost* dengan *standard food cost* di Hotel Vila Lumbung. Data dalam penelitian ini diperoleh dari observasi serta melakukan wawancara langsung di Hotel Vila Lumbung dengan tiga narasumber yaitu *chief accountant*, *cost controller*, dan *executive sous chef*. Berdasarkan penjelasan diatas maka simpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan pemaparan hasil diatas menunjukkan bahwa pengendalian *food cost* masih kurang berjalan deangan optimal, hal ini terindikasi dari kondisi *actual cost* yang jauh melebihi dari pada *standard cost*. Berdasarkan perhitungan rata-rata dalam periode enam bulan, *actual food cost* adalah sebesar 49,87%, sedangkan *standard food cost* yang ditetapkan manajemen adalah 34%. Tampak bahwa rata-rata selisihnya adalah 15,87%. Hal ini jauh lebih tinggi dari toleransi yang ditetapkan manajemen Hotel Vila Lumbung sebanyak 1%. Hal ini merupakan akibat dari tingginya volume pembelian pada *incoming stock* sehingga terjadi peningkatan biaya pada hotel, yang mana *incoming stock* merupakan jumlah total dari pembelian barang khususnya makanan selama periode satu bulan, dan terjadi peningkatan *gross consumption* sementara pendapatan tidak mengalami peningkatan sehingga menyebabkan biaya makanan yang tinggi, yang mana *gross consumption* adalah jumlah keseluruhan biaya makanan yang digunakan operasional hotel selama periode satu bulan. Terkait dari meningkatnya *incoming stock* dan *gross consumption* tersebut mengakibatkan terjadinya selisih *food cost* yang berdampak merugikan bagi Hotel Vila Lumbung.
2. Penyebab terjadi selisih persentase antara *actual food cost* dengan *standard food cost* di Hotel Vila Lumbung, disebabkan dari kurang optimal dalam penerapan *standard purchase specification* yang tentunya berimbas pada proses penerimaan barang, sehingga banyak terjadi peyimpangan baik dari segi harga barang, dan

kuantitas barang, dan juga kurang optimal dalam penerapan sistem *first in first out, first expired first out* sehingga terjadi *expired* pada barang saat penyimpanan barang di *store*, serta kurang dalam perawatan dari pada ruangan *store* baik kebersihan ataupun penempatan barang yang kurang terstruktur dan penerapan *pest control* agar tidak terjadi kerusakan barang yang disebabkan oleh hama dimana yang di jumpai pada *general store* dan *kitchen store* yang berdampak pada kerusakan barang sehingga mengakibatkan *waste* dan menyebabkan peningkatan biaya makanan.

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang peneliti ajukan adalah sebagai berikut:

1. Pihak manajemen Hotel Vila Lumbung: perlu mengadakan pelatihan atau *training* secara berkala tentang *standard operation procedure* terutama pada proses pengadaan barang kepada seluruh departemen terkait, khususnya *accounting* dan melakukan pengawasan yang lebih optimal terhadap proses pengadaan barang dan menerapkan *food safety* sistem seperti *pest control* untuk menghindari kerusakan barang akibat hama.
2. Pada proses pengadaan barang harus lebih teliti dalam menjalankan tugas dan wewenang dari setiap bagian, dengan mengacu pada *standard operating procedure*. Seperti pada bagian *purchasing* melakukan pengecekan terhadap harga barang ke pihak supplier agar tidak terjadi perbedaan harga dan kuantitas pada saat *receiving* dilakukan. Pada bagian *storing*, untuk lebih menjaga kebersihan agar tidak memancing hama untuk masuk ke dalam store dan mengawasi *expired date* supaya barang rusak akibat *expired*.
3. Bagi peneliti selanjutnya: adanya keterbatasan peneliti pada cakupan penelitian yaitu kurang dalam melakukan analisis pada proses pengolahan makanan di Hotel Vila Lumbung sehingga di harapkan untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan analisis pada proses pengolahan

makanan untuk mengetahui kendala dialami dan penerapan *standard operating procedure* pada proses pengolahan makanan di Hotel Vila Lumbung. Penelitian ini dapat dikembangkan menggunakan metode yang berbeda sehingga dapat melihat secara lebih mendalam terhadap pengendalian *food cost* di Hotel Vila Lumbung.

## REFERENSI

- Armin, K. (2016). Analisis Efektivitas Pengendalian Biaya Food And Beverage Departement Pada Max One Vivo Hotel Palembang. *Jurnal Kompetitif*, 5(1), 19–31.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Berita Resmi Statistik: Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Nasional Desember 2019*. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/02/03/1711/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-desember-2019-mencapai-1-38-juta-kunjungan.html>.
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches [Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed]*. (3rd ed.). Pustaka Pelajar.
- Davis, B., Lockwood, A., Alcott, P., & Pantelidis, I. S. (2018). *Food and Beverage Management* (6th ed.). Routledge.
- Dittmer, P. R., & Keefe, J. D. (2014). *Principles of Food, Beverage, and Labor Cost Controls*. John Wiley & Sons.
- Mulyadi. (2014). *Akuntansi Biaya* (5th ed.). UPP-STIM YKPN.
- Pradiptha, I. W. A., Darlina, L., & Elistyawati, I. A. (2018). Analysis Of Food Cost Control At The One Legian Hotel. *Journal of Applied Sciences in Travel and Hospitality*, 1(2), 188–196.
- Swantari, A., Wicaksono, H., & Festivalia, F. (2017). Analisis Food And Beverage Controller Terhadap Laba Food And Beverage Department: Studi Kasus Restoran Hotel Di

- Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 22(2), 57–64.
- Utthavi, W. H., & Sumerta, I. G. A. (2017). Analisis Pengendalian Food Cost Pada GTBV Hotel & Convention-Bali. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 13(3). <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.31940/jbk.v13i3.727>.
- Wijaya, I. M. K., & Widhiastuty, N. L. P. S. (2021). Pengendalian Food Cost Oleh Cost Controller Pada Papillon Echo Beach Canggü. *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies (JoTIS)*, 1(2), 82–92.
- Wiyasha. (2011). *F&B Cost Control*. Penerbit Andi.
- Yanwardhana, E. (2021, December). Sandi Uno: Bali Penyumbang Devisa Terbesar di Pariwisata RI. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20211222193439-4-301297/sandi-uno-bali-penyumbang-devisa-terbesar-di-pariwisata-ri>.



Volume 5 Nomor 2, Desember 2022, pages: 177-184

## **PERAN *FRONT OFFICE* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN WISATAWAN DI THE CAPITAL HOTEL AND RESORT BALI**

### ***THE ROLE OF THE FRONT OFFICE IN INCREASING TOURIST SATISFACTION AT THE CAPITAL HOTEL AND RESORT BALI***

**I Wayan Agus Selamat<sup>1\*</sup>, Ni Wayan Purnami Rusadi<sup>2</sup>, Putu Laksana Wijaya<sup>3</sup>**  
Usaha Perjalanan Wisata, Politeknik Nasional Denpasar<sup>1\*23</sup>  
aguswayan91@gmail.com

Received: 01/12/2022

Revised: 16/12/2022

Accepted: 19/12/2022

#### **Abstrak**

Penelitian ini mengambil judul tentang pelayanan *front office* dalam meningkatkan kepuasan wisatawan di The Capital Hotel And Resort. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui operasional pelayanan *front office* dalam meningkatkan kepuasan wisatawan selama menginap di hotel. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kualitatif. Penelitian ini mengambil studi kasus pada The Capital Hotel And Resort yakni di bidang *Departement Fornt Office*. Sumber data yang diperoleh yaitu melalui sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa di dalam meningkatkan kepuasan wisatawan departemen *Front Office* melakukan berbagai bentuk pelayanan yang diantaranya adalah pelayanan *first impression* yaitu memberikan kesan pertama yang berkualitas, pelayanan *last impression* yaitu kesan terakhir untuk menumbuhkan kunjungan kembali, pelayanan *special request* yaitu memenuhi permintaan selama menginap, *handling compline* yaitu penanganan keluhan wisatawan selama menginap.

**Kata Kunci:** Pelayanan, Kepuasan, *Front Office*

#### **Abstract**

This study entitled *front office services in increasing tourist satisfaction at the capital hotel and resort Bali*. The aim of this research is to find out the operation of *front office services* in increasing tourist satisfaction while staying at the hotel. This type of research is qualitative. This research takes a case study at The Capital Hotel and Resort, namely in the *Fornt Office Department*. The data sources are obtained through primary data sources and secondary data sources. Data collection techniques carried out by researchers using observation, interviews, documentation, and literature study. The data analysis in this study is descriptive qualitative. The results in this study indicate that in increasing tourist satisfaction the *Front Office Department* performs various forms of service which include *first impression service*, namely giving a quality first impression, *last impression service*, namely the last impression to foster return visits, *special request services*, namely fulfilling requests during their stay, *compline handling*, namely handling tourist complaints during their stay.

**Keywords:** Service, Satisfaction, *Front Office*

## 1. PENDAHULUAN

Hotel merupakan salah satu akomodasi yang menjadi penunjang pokok wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata. Hal itu disebabkan karena wisatawan yang melakukan perjalanan tentunya membutuhkan tempat untuk beristirahat dari lelahnya melakukan perjalanan wisata. Selain untuk tempat beristirahat hotel juga menjadi tempat untuk wisatawan menghabiskan waktu luangnya dengan menikmati berbagai bentuk kegiatan dan fasilitas yang ada seperti *Spa, Bar, Gym center*, dan kolam renang. Karena hotel merupakan tempat yang akomodasi penting untuk wisatawan tentunya hal pokok yang harus diutamakan adalah produk dan fasilitas yang lengkap, pelayanan, kenyamanan, dan berkualitas. (Kotler dan Keller, 2012).

Dalam management perhotelan tentunya semua departemen memiliki perannya masing-masing dalam memberikan kualitas untuk menjaga kepuasan wisatawan. Akan tetapi dalam manajemen perhotelan yang menjadi jantung ataupun pusat layanan untuk tamu berada pada departemen *Front Office*. Hal ini disebabkan department front office merupakan suatu bagian perhotelan yang berada paling depan dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan dari baru masuk hotel hingga meninggalkan hotel. *Front Office* juga menjadi pusat informasi bagi wisatawan yang menginap di hotel. Selain itu juga memiliki fungsi sebagai penjual kamar yang disebut dengan *selling room*. (Hermantoro, 2015).

*Front office* menjadi garda depan dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan. Hal itu disebabkan karena wisatawan yang memasuki hotel yang memberikan kesan pertama dalam hal kualitas pelayanan adalah *Front Office*. Selain itu juga wisatawan yang memasuki hotel menerima pelayanan *Front Office* sudah memiliki gambaran seberapa baik hotel secara keseluruhan memberikan pelayanan kepada wisatawan. Ketika wisatawan datang ke hotel memperoleh pelayanan buruk maka tamu akan secara langsung mempersepsikan keseluruhan pelayanan hotel itu buruk dan begitu juga

sebaliknya bila pelayanan *Front Office* baik maka wisatawan akan mempersepsikan keseluruhan pelayanan hotel itu baik. (Sulistiyawati, 2019).

Secara umum Front office memiliki beberapa bagian yang memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan. Adapun bagian tersebut diantaranya *receptionist* yang bertugas untuk memberikan pelayanan dalam penyambutan tamu serta memproses *check in* dan *check out* tamu. *Bell boy* yang bertugas menyambut kedatangan wisatawan dan mengantarkan ke tempat *front office* dan mengantarkan barang serta wisatawan menuju ke kamar. Operator bertugas untuk fokus kepada layanan telepon yang menghubungkan antar departemen dan wisatawan dengan departemen yang diinginkannya. Kasir bertugas sebagai penerimaan pembayaran tamu. Reservasi bertugas sebagai penerimaan pemesanan kamar wisatawan yang ingin menginap di hotel. (Kotler dan Armstrong, 2012).

Bagi hotel kedatangan (*arrival*) dan keberangkatan (*departure*) merupakan momen yang sangat penting untuk membentuk sebuah *image/citra* tentang pelayanan secara keseluruhan. Hal ini menyebabkan banyak hotel memaksimalkan pelayanan *Front Office* untuk membentuk citra yang positif. Salah satunya adalah The Capital Hotel & Resort. Hotel ini berada di Seminyak Kabupaten Badung Provinsi Bali. Hotel ini memiliki berbagai fasilitas di dalamnya selayaknya hotel pada umumnya. Adanya kolam renang, fasilitas *spa, bar, restoran, gym center* dan layanan penjemputan untuk wisatawan yang datang ke hotel tersebut.

Hotel ini selalu berinovasi dalam menciptakan kepuasan kepada wisatawan yang berkunjung dan menginap. Seperti yang diketahui bahwa kepuasan merupakan faktor penting dalam industri jasa khususnya di industri pariwisata. Seperti halnya penelitian Selamat (2021) menemukan bahwa dengan memaksimalkan tingkat kepuasan wisatawan pada daya tarik wisata mampu memberikan kenyamanan, kesenangan dan keinginan untuk berkunjung kembali.



Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuda (2021) yang mengkaji tentang peningkatan pelayanan *Front Office* mampu menumbuhkan kepuasan wisatawan yang menginap di akomodasi perhotelan.

Banyak hal yang tentunya mampu menciptakan kepuasan kepada wisatawan. Salah satunya adalah melalui kualitas pelayanan. Seperti yang diketahui bahwa tingkat kepuasan sendiri diperoleh melalui perbandingan antara harapan yang dirasakan wisatawan hendaknya sama terhadap realita yang dirasakan oleh wisatawan (Kotler, 2007).

Berdasarkan dengan pandangan tersebut tentunya The Capital Hotel & Resort harus mampu memenuhi harapan wisatawan melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan ketika memasuki hotel. *Front Office* merupakan departemen yang tentunya harus mampu memberikan kesan yang positif sehingga memunculkan persepsi yang positif pula terhadap pelayanan hotel.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak manajemen *Front Office* tentunya masih banyak hal yang harus di perbaiki. Hal itu disebabkan karena masih adanya wisatawan yang memberikan keluhan terhadap pelayanan *Front Office*. Keluhan itu muncul karena adanya miskomunikasi antar *Staff Front Office*, dan antar departemen lainnya yang menyangkuat memberikan pelayanan kepada wisatawan. Hal lainnya adalah proses check in tamu dan check out tamu masih terbilang lama. Sehingga tamu merasa menunggu terlalu lama. Keluhan berikutnya adalah masalah penjemputan tamu yang dilakukan oleh pihak *bell boy* yang tidak menjemput tepat waktu. Wisatawan juga kompline masalah penempatan jenis kamar tamu yang tidak sesuai dengan pesanan yang diterima.

Berbagai bentuk keluhan tersebut tentunya pihak manajemen melakukan berbagai upaya dalam meningkatkan pelayanan untuk menciptakan kepuasan wisatawan. Untuk itu membuat penulis ingin mengetahui apa sajakah yang harus dilakukan oleh pihak hotel agar dapat menjamin kepuasan tamu hotel serta dapat memberikan saran dan masukan kepada pihak The Capital Hotel & Resort Bali.

## 2. METODE

Pada penelitian di The Capital Hotel And Resort Bali penulis lebih memfokuskan pada analisis deskriptif kualitatif dalam mengolah data dalam penelitian ini. Data dikumpulkan melalui observasi, studi pustaka, wawancara secara mendalam terhadap informan. Pengambilan narasumber dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Informan dalam penelitian ini ialah *Front Office Manager, Supervisor Front Office* dan *General Manager*. Penulis memilih informan tersebut karena dianggap mampu memberikan jawaban yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Didalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis data kualitatif yang prosesnya sebagai berikut: (Bogdan & Biklen, 2014)

1. Mengumpulkan data dari berbagai sumber yang ada, yaitu hasil wawancara antara penulis dengan informan, observasi atau pengamatan dan bahan-bahan dokumen serta data sekunder.
2. Membaca data-data tersebut yang sudah terkumpul dan membuat rangkuman, proses dan serta pernyataan-pernyataan dari berbagai informan yang kemudian menjadi kata kunci terhadap apa yang sudah diteliti.
3. Mengedit atau mengubah data yang sudah ada dengan menyesuaikan tujuan utama penelitian.
4. Menjelaskan mengenai peran *Front Office Department* dalam memberikan kualitas pelayanan kepada tamu di The Capital Hotel And Resort serta bagaimana mengoptimalkan kualitas pelayanan yang sudah ditetapkan sesuai *Standart Operational Prosedure*.
5. Menginterpretasikan melalui teori-teori yang relevan agar dapat dianalisa sehingga berhasil mencapai hasil untuk menggambarkan permasalahan-permasalahan yang sedang dihadapi dalam penelitian dan solusinya.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pembahasan Pelayanan *Front Office Department* di The Capital Hotel and Resort dalam meningkatkan kepuasan tamu ini penulis membahas dari beberapa aspek antara lain:

### 3.1 Kesan Pertama (First Impression)

First Impression merupakan kesan yang dirasakan oleh seseorang saat pertama mengunjungi, melihat, dan merasakan keadaan dari suatu lokasi, produk, jasa, maupun lingkungan. Begitu juga halnya dengan pelayanan pada *Front Office* di hotel yang merupakan garda depan dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan yang akan menginap. Memberikan kesan pertama yang positif tentunya akan menciptakan sebuah hubungan yang positif pula dengan wisatawan ataupun calon wisatawan yang menginap di hotel. (Soenarno. 2006). Cara staff menciptakan kesan pertama yang baik ialah dengan memberikan perhatian dan membangun suasana yang hangat melalui keramahtamahan. Hal itu akan membuat wisatawan yang menginap akan merasa lebih diperhatikan, muncul suasanya nyaman dan aman. Kesan pertama yang baik tentunya juga akan membuat wisatawan yang berkunjung dan menginap di hotel akan memberikan motivasi untuk wisatawan datang kembali. Kesan pertama menghasilkan hubungan baik antara hotel dengan pelanggan.

Dalam melaksanakan tugasnya, *Front Office Department* dibagi dalam beberapa section yang mendukung pelayanan yang prima saat pertama kali tiba di hotel. Adapun bagian-bagian dalam *Front Office Department* di The Capital Hotel and Resort yang mendukung kesan pertama yang baik sebelum dan sesudah datang ke hotel antara lain:

#### 1. Reservation

Front Office di The Capital Hotel and Resort memiliki staff reservasi yang tentunya menjadi staff yang pertama kali berkomunikasi dengan wisatawan sebelum wisatawan sampai di hotel. Seperti yang diketahui bahwa reservasi merupakan prosedur dalam melakukan pemesanan produk ataupun jasa kepada konsumen sebelum datang ke tempat tujuan. Reservasi bagian dari *front office* yang di tugaskan di bagian belakang atau disebut dengan *back office*. Reservasi tidak secara langsung berhubungan dengan tamu. Reservasi hanya berkomunikasi melalui

email, serta melalui telephone (Agus Sambodo, 2006).

The Capital Hotel and Resort mewajibkan staff reservasi mampu memberikan kesan yang positif saat wisatawan menanyakan mengenai produk yang dimiliki hotel. Adapun acara yang dilakukan dalam memberikan kesan pertama adalah dengan memberikan greeting yang baik saat tamu menilphone ke hotel. Reservasi juga mampu memberikan kesan yang baik melalui informasi yang jelas dan akurat dengan percakapan melalui email, whatsapp ataupun telegram. Reservasi juga memberikan kesan yang baik saat tamu datang ke hotel dan ingin melakukan tour sekitar hotel dengan penguasaan bahasa dan produk knowledge yang baik. Sehingga kualifikasi dalam menjadi staff reservasi sangat menentukan untuk terciptanya kualitas yang baik. Kualifikasi tersebut diantaranya: memiliki skill bahasa asing yang baik, penguasaan produk knowledge yang dimiliki hotel, penguasaan tentang wilayah sekitar hotel, mampu memberikan informasi yang jelas baik itu lisan dan tulisan. Kemudian yang terakhir adalah mampu mengkoordinasikan pesanan yang diperoleh dari tamu kepada *receptionist*.

#### 2. Airport Representative

Salah satu sub-section yang ada di *departemen Front Office* di The Capital Hotel and Resort, yaitu *Airport Representative* merupakan *key point* saat tamu pertama kali memasuki pintu kedatangan airport dan memasuki batas negara dan provinsi Bali. Betapa tidak, *Airport Representative* lah yang mereka temui pertama kali di Ngurah Rai Airport yang asing bagi mereka. Airport Representative akan membawa daftar tamu yang akan datang pada hari tersebut (*Today Guest Arrival List*), daftar tamu yang meminta untuk dijemput di bandara. Dengan keramahtamahan dan profesionalisme menangani kedatangan tamu di bandara dan menyediakan kendaraan jemputan menuju hotel sesuai dengan ekspektasi

tamu, akan menjadikan tamu nyaman pada hari pertama yang akan berlanjut kepada seluruh masa tinggal tamu hingga keberangkatan (Sekarti, 2022).

### 3. *Guest Service Agent*

*Guest service agent* merupakan staff yang bekerja di *fornt ofiice* yang bertugas untuk meregistrasi kedatangan dan kepergian tamu serta menjadi pusat informasi dalam memenuhi kebutuhan wisatawan yang menginap di Hotel. (J.R. Tewari, 2009). Dalam melakukan registrasi kedatangan wisatawan staff melakukan pengecekan disistem jumlah kedatangan wisatawan yang menginap dan jumlah wisatawan yang akan meninggalkan hotel. Hal yang paling di perhatikan adalah permintaan wisatawan yang tertera dalam korespondensi pemesanan. Permintaan inilah yang tentunya wajib dicatat dan diingat oleh *staff guest service agent* untuk nantinya dikoordinasikan kebagian departemen lainnya. Seperti tamu meminta ketika check in di siapkan kejutan didalam kamar berupa *honeymoon bed set up*. Inilah yang akan memberikan kesan positif saat pertama kali wisatawan memasuki kamar dan menginap di hotel, karena pihaak hotel mampu memenuhi permintan dari wisatawan tersebut.

*Guest service agent* di The Capiial Hotel and Resort harus mampu memberikan informasi yang jelas dan akurat saat wisatawan menilphone ke hotel. Informasi tersebut berupa promo yang dimiliki hotel, jumlah ketersediaan kamar, fasilitas yang dimiliki oleh hotel, dan kondisi lingkungan sekitar hotel baik berupa informasi tentang keberadaan pantai terdekat maupun tempat *shopping center*.

Terdapat dua prosedur dalam proses check in di *Guest service agent* pada The Capiial Hotel and Resort. Pertama prosedur *check in* tamu individual. Pelayanan yang diberikan kepada tamu individual sangat sederhana dan memegang standar kualitas yang tinggi. Staff wajib memberikan senyum yang ramah dan

menyapa kedatangan tamu tersebut dengan disuguhi *welcome drink*. Proses registrasi dilakukan oleh pihak staff dengan meminta identitas tamu yang akan menginap. Hal yang paling harus diperhatikan saat proses registrasi adalah status pembayaran wisatawan. Selain itu hal yang paling penting adalah staff harus menjelaskan secara detail segala bentuk layanan yang diperoleh wisatawan selama menginap sambil mengantar wisatawan langsung ke kamar.

Kedua prosedur penanganan check in wisatawan group atau rombongan. Dalam melayani *check in* tamu group hal yang harus diperhatikan adalah daftar nama tamu rombongan, group information, dan aktifitas rombongan. Daftar nama tamu rombongan ini digunakan untuk mengidentifikasi jumlah tamu rombongan yang menginap. Selain itu juga digunakan untuk pemetaan jenis kamar yang dipesan serta jumlah orang yang akan menginap didalam kamar. Selain itu juga untuk memudahkan staff dalam meregistrasi tamu yang menginap di hotel. Group information ini merupakan segala jenis dan bentuk informasi keperluan dan kebutuhan wisatawan selama menginap di hotel. Informasi tersebut digunakan untuk mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan wisatawan. Sehingga ketika group tersebut datang sudah memperoleh yang mereka pesan. Aktifitas tamu rombongan merupakan segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan selama berada di hotel. Aktifitas ini bisa berupa dinner bersama, meeting, ataupun kegiatan diluar hotel. Mengetahui aktifitas rombongan wisatawan sangat penting untuk staff *guest service agent*. Hal itu disebabkan karena sewaktu waktu wisatawan akan menanyakan kegiatan yang dilakukan di hotel ketika tamu dalam proses check in.

### 3.2 Pelayanan *Last Impression*

Pada saat tamu akan meninggalkan hotel, kesan terakhir dalam pelayanan di The Capital Hotel and Resort meliputi *procedure*

*check-out* yang mana *Front Office Department* berperan dalam proses *check-out* tamu. Prosedur *check-out* di The Capital Hotel sendiri menjadi salah satu penanganan tamu yang harus diperhatikan oleh semua staff. Karena pelayanan akhir akan memberikan kesan akhir. Dalam penanganan kesan terakhir ini hal yang dilakukan oleh pihak management adalah dengan menunjukkan kualitas yang tinggi. Seperti halnya wisatawan menilphone ke *front office* untuk *check out*. Pihak staff akan menawarkan bantuan untuk pengambilan barang di kamar serta memberikan bantuan dalam hal pemesanan transportasi untuk bandara ataupun ke hotel lain. Layanan lain dalam kesan terakhir ini yang bisa diberikan kepada wisatawan ialah dengan memberikan *late check out* atau memberikan *check out* diluar batas waktu yang sudah ditentukan. Wisatawan juga diperbolehkan untuk menitipkan barangnya di *front office* ketika wisatawan memiliki keperluan lain sebelum ke bandara. Salin itu juga menumbuhkan kesan positif diakhir dengan mengucapkan terimakasih dan harapan kunjungan kembali.

Memberikan pelayanan yang prima kepada konsumen tentunya akan memberikan kesan yang positif tujuannya adalah untuk mendorong wisatawan untuk berkunjung kembali. Memberikan kesan yang baik juga mampu memotivasi wisatawan untuk merekomendasikan hotel tersebut ke orang lain ataupun keluarganya. (Wiwin, 2017). Untuk itu penting untuk memberikan perhatian yang sangat hati hati saat memberikan pelayanan di last impression.

### **3.3 Pelayanan Special Request**

Pelayanan *special request* ini ada pada saat tamu melakukan reservasi, *in house*, dan meninggalkan hotel (Yuda, 2020). Tamu melakukan reservasi di hotel selain memesan kamar juga meminta *special request*. Tujuannya adalah tamu yang menginap di hotel sudah mendapatkan hal *special* yang diinginkan. Seperti memerlukan *set up honeymoon* di dalam kamar, kemudian memesan meja untuk melakukan *romantic dinner* dan memesan

*spa* untuk kegiatan santai tamu yang menginap.

Hal lainnya adalah *special request* ini dilakukan oleh tamu pada saat sudah berada di hotel. Hal yang diminta wisatawan itu berkaitan dengan kebutuhan selama menginap di hotel. Seperti membawakan makanan ke dalam kamar, meminjam strika, memerlukan *babycot* jika tamu membawa bayi menginap di hotel.

Terakhir adalah *special request* saat meninggalkan hotel. Wisatawan melakukan *special request* ini memiliki tujuan untuk keperluan *check out*. Hal yang diminta oleh wisatawan adalah memesan transportasi untuk meninggalkan hotel, meminta *late check out*, kemudian meminta untuk barangnya dititipkan terlebih dahulu di *front office*.

### **3.4 Handling Complain**

Perusahaan industri jasa terutama akomodasi perhotelan tentunya tidak semua wisatawan yang menginap merasakan tingkat kepuasan yang sama antara satu dengan yang lainnya. Tentu ada berbagai bentuk keluhan yang membuat wisatawan belum memperoleh kualitas yang mampu menciptakan kepuasan (Megawati, 2018). Keluhan wisatawan tersebut perlu ditangani dengan standar operasional prosedur yang mampu membuat wisatawan lebih baik. Di The Capital Hotel untuk menangani keluhan tamu tersebut, petugas *front office* selalu dilatih oleh *Front Office Manager* untuk menangani keluhan tamu dengan baik. Teknik yang ditraining oleh *Front Office Manager* antara lain:

#### **1. Listening**

Untuk memahami dan mengerti permasalahan wisatawan selama menginap di hotel setiap staff harus mendengarkan dengan baik. Hal ini bertujuan untuk memudahkan staff mensinkronisasi informasi yang diperoleh dari wisatawan bisa di sampaikan dengan baik ke pihak management. Selain itu juga untuk membuat staff mampu memberikan solusi yang tepat terhadap permasalahan yang diperoleh oleh wisatawan selama menginap.

## 2. *Appologize*

Setiap staff front office yang mendengarkan dengan baik setelah pelanggan menyampaikan keluhan. Hal pertama yang harus dilakukan ialah meminta maaf kepada wisatawan tersebut. Tujuannya adalah untuk memposisikan diri berada dalam kondisi yang sama dengan wisatawan. 3. *Solve The Problem*, bila staff *Front Office* punya kewenangan untuk segera menyelesaikan masalah tersebut, maka segera selesaikan permasalahan tersebut. Namun bila diluar kewenangan yang dimiliki, maka berkordinasi dengan *Supervisor* atau *Manager* untuk dapat memberikan solusi permasalahan yang lebih baik dan tepat, berkordinasi dengan departemen lain yang berkaitan dengan komplain tamu tersebut. 4. *Thanks The Guest*, menyampikan rasa terimakasih yang tulus atas keluhan yang disampaikan oleh tamu. Karena hal tersebut menjadi masukan bagi hotel untuk memperbaiki kualitas mutu yang diberikan.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa penulis terhadap penelitian ini maka dapat diperoleh kesimpulan mengenai Pelayanan *Front Office* Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Di The Capital Hotel And Resort Bali yaitu staf *Front Office* telah melaksanakan secara maksimal pelayanan yang dilakukan berdasarkan *Standard Operational Procedure (SOP)* yang ditetapkan di The Capital Hotel and Resort. Pelayanan tersebut diantaranya pelayanan pada *first impressions* yang meberikan kesan pertama dengan memberikan standar pelayanan yang baik saat wisatawan datang ke hotel. *Last impression* memberikan kesan terakhir untuk wisatawan guna minimbulkan kunjungan kembali ke hotel. Pelayanan *spesial request* ini diberikan untuk memaksaimalkan pelayanan di hotel untuk wisatawan selama menginap. *Handling compline* untuk mencegah wisatawan memberikan ulasan yang buruk di media online dan menciptakan suasana kondusive saat wisatawan menginap di hotel.

## REFERENSI

- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. 2014. *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theories and Methods*.
- Gabriela. 2021. Pengaruh First Impression Pada Kualitas Pelayanan Front Desk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Berbintang Di Indonesia. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*. Vol.9. Hal: 11-12.
- Hermantoro, Henky, 2015. *Kepariwisata, Destinasi Pariwisata, Produk Pariwisata*. Depok, Jabar: Aditri Publishing.
- J.R. Tewari. 2009. *Hotel Front Office Operations and Management*. Selangor. Oxford Fajar. Hal: 7-8.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. P. dan Amstrong, G. 2012. *Principles of Marketing 14th Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc., Prentice Hall.
- Kotler. P. dan Keller, K.L. 2012. *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc., Prentice Hall.
- Megawati. 2018. Complaint Handling (Studi Kasus Strategi Penanganan Keluhan Hotel The Rinra Makassar 2018) *Jurnal Komunikasi KAREBA*. Vol.7. Hal: 9-10.
- Ridwan. 2021. Pengaruh Etiket Pelayanan Guest Service Agent (GSA) Dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu Pada Hotel Four Points by Sheraton Makassar. *Journal management Science*. Vol. 2. Hal: 8-9.
- Sambodo, Agus. 2006. *Dasar-Dasar Kantor Depan Hotel*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Selamet, I Wayan Agus. 2021. Tingkat kepuasan wisatawan terhadap dayatarik Wisata Padang Bai Kecamatan Manggis kabupaten Karangasem Provindi Bali. *JOURNEY Scientific Journal* Volume 4. Hal: 57.
- Sekarti. 2022. Pelayanan Airport Representative Pada Era New Normal Di Hotel Four Seasons

- Resort Bali At Jimbaran Bay.  
Journal of Hospitality  
Accommodation Management. P-  
ISSN 2828-4488 | E-ISSN 2828-  
447X. Vol 1. Hal: 15-16.
- Soenarno. 2006. Fornt Office management.  
Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Sulistyawati. 2019. Pengaruh Kualitas  
Pelayanan Terhadap Kepuasan  
Tamu Di Sheraton Bali Kuta Resort.  
Jurnal Bisnis Hospitaliti. ISSN:  
2302-8343 E-ISSN: 2581-2122.  
Volume 8. Hal: 20-21.
- Wachidyah, Wiwin. 2017. Front Office  
Department Dan Peranannya Dalam  
Layanan Tamu Hotel. Jurnal Bisnis  
Teknologi, 4 (1). pp. 62-71. ISSN  
2355-8865. Hal: 15-16.
- Yuda. 2020. Meningkatkan Kualitas  
Pelayanan Front Office Department  
Melalui Tugas dan Tanggung Jawab  
Concierge Pada Hotel Savoy  
Homann. Vol 2 No 1 (2020): Jurnal  
Kajian Pariwisata. Hal: 7-8.





Volume 5 Nomor 2, Desember 2022, pages: 185-196

## PERUBAHAN BUDAYA KULINER DAN ADAPTASI BISNIS KULINER DI MASA PANDEMI COVID-19

### *CULINARY CULTURE CHANGE AND CULINARY BUSINESS ADAPTATION IN PANDEMIC COVID-19 ERA*

Anastasia Sulistyawati<sup>1\*</sup>  
Seni Kuliner, Politeknik Internasional Bali<sup>1\*</sup>  
prof.sulistyawati@yahoo.com

Received: 07/12/2022

Revised: 15/12/2022

Accepted: 19/12/2022

#### Abstrak

Dampak Pandemi COVID-19 terjadi di hampir segala bidang kehidupan, termasuk kondisi sosial, budaya, pendidikan, dan perekonomian. Gastrodiplomasi yang memberikan manfaat ekonomi sebuah negara tidak berjalan normal karena lumpuhnya pariwisata dunia. Berbagai kebijakan yang dibuat oleh pemerintah sangat berpengaruh pada berbagai sektor, termasuk kuliner. Adaptasi dari pelaku bisnis kuliner, salah satunya dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, mengikuti perkembangan jaman dan teknologi dan terus berinovasi untuk tetap eksis dalam bidang kuliner di Indonesia. Penelitian bertujuan mendalami perubahan budaya kuliner dalam menghadapi pandemi COVID-19, memahami berbagai usaha yang telah dilakukan para pelaku bisnis kuliner dalam menyelamatkan usahanya, serta memahami kebijakan yang telah dikeluarkan pemerintah RI untuk membuat bisnis kuliner di Indonesia tetap eksis di tengah pandemi dunia ini. Metode penelitian adalah kualitatif, dengan pengumpulan data berupa studi kepustakaan. Hasil dari penelitian adalah COVID-19 telah mengubah perilaku konsumen, selain lebih memilih membeli secara daring (*online*) untuk memenuhi kebutuhan pangannya juga lebih memilih *take-away food*. Pemilik bisnis kuliner dapat melakukan beberapa langkah praktis untuk dapat tetap bertahan, seperti menerapkan sistem daring untuk *delivery order*, tetap fokus pada promosi *take-away*, membudayakan transaksi non-tunai, serta meningkatkan kepercayaan konsumen terkait higienitas. Presiden juga melakukan langkah praktis untuk menyelamatkan bisnis kuliner di Indonesia dengan mengeluarkan Kebijakan Pemerintah.

**Kata Kunci:** Adaptasi, Budaya Kuliner, Bisnis Kuliner, Pandemi COVID-19

#### Abstract

*The impact of the COVID-19 Pandemic has occurred in almost all aspect of life, including affecting social, cultural, educational and economic conditions. Gastrodiplomacy that should be able to provide economic benefits to a country cannot run normally due to the paralysis of world tourism which in turn has hit all areas of life, including the culinary business in Indonesia. Various policies were made by the government to suppress the transmission of the COVID-19 virus that greatly affect various business sectors, including the culinary business. Indonesia with an unlimited number of culinary businesses requires adaptation from culinary business actors, one of which is by implementing the right marketing strategy, keeping up with the times and technology and continuing to innovate to continue to exist in the culinary field in Indonesia. The purpose of this research was to understand the process of changing the culinary culture of the Indonesian people in dealing with the COVID-19 pandemic, understand the various efforts that have been made by culinary business people in Indonesia to save their businesses, and understand the policies that have been issued by the Indonesian government to create a culinary business in Indonesia to continue their business in the midst of this world pandemic. This qualitative research used literature study in collecting data. The results obtained that COVID-19 has changed consumer behavior. Besides consumers now prefer to buy*

*online (online) to meet their food needs, there are also many people who prefer to take home the food (take-away food). Culinary business owners can take some practical steps to survive the pandemic such as implementing an online system for delivery orders, staying focused on take-away promotions, civilizing non-cash transactions, and increasing consumer confidence in hygiene. The President also took practical steps to save the culinary business in Indonesia by issuing nine Government Policies in the midst of the COVID-19 Pandemic.*

**Keywords:** *Adaptation, Culinary Culture, Culinary Business, COVID-19 Pandemic*

---

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia sebenarnya jauh di masa lampau telah memiliki pengetahuan untuk menggunakan makanan sebagai alat diplomasi, diawali oleh Ir. Soekarno, Presiden Indonesia pertama yang memerintahkan untuk mendokumentasikan keberagaman kuliner nusantara dan memasukkannya dalam buku *Mustika Rasa* yang dirintis mulai tahun 1960. Kegiatan promosi kuliner, sudah seharusnya melibatkan semua *stakeholder* yang terkait, baik itu negara maupun non negara. *Stakeholder* negara yang dimaksud seperti Kementerian Pariwisata, Badan Ekonomi Kreatif (BEK), Kementerian Perdagangan hingga Kementerian Luar Negeri. Sementara *stakeholder* non-negara yang dapat dilibatkan adalah Asosiasi Gastronomi Indonesia, Organisasi Diaspora Indonesia serta perguruan tinggi (kabarjatim.com, 2022).

Namun, langkah besar presiden Jokowi ini terpaksa jadi melambat akibat dari masuknya wabah pandemi dunia pertama ke Indonesia sejak 2 Maret 2020, yang membawa dampak buruk pada bidang kesehatan masyarakat secara cepat dan luas, memaksa pemerintah harus menutup sementara seluruh perjalanan wisata di Indonesia. Padahal seperti diketahui program *gastrodiplomasi* dapat memberi keuntungan terhadap sebuah negara dan bisa berjalan normal bila pariwisata dunia berjalan baik dan dunia selalu berada dalam keadaan damai dan aman. Namun, sejak COVID-19 ini muncul di Wuhan untuk pertama kalinya, sebuah kota transportasi dan industri di Tiongkok pada Desember 2019, saat itu virus ini sudah menginfeksi empat juta orang di seluruh dunia. Korban meninggal saat itu telah mencapai angka 270 ribu jiwa dan telah mulai melumpuhkan perekonomian global secara perlahan dan

pasti (balipost.com, 2020). Pandemi ini cepat meluas ke seluruh Negara di segala penjuru dunia termasuk ke Indonesia.

*Gastrodiplomasi* hanya dapat berjalan baik bila ekonomi masyarakat, pariwisata dunia dan pariwisata di Indonesia berkembang dan berjalan seiringan dalam keadaan normal. Namun penyebaran virus corona (COVID-19) ke segala penjuru dunia dan pada semua negara telah membuat pariwisata dunia lumpuh. Lumpuhnya pariwisata dunia pada gilirannya juga praktis menghantam seluruh lini kehidupan, termasuk bisnis kuliner di Indonesia. COVID-19 tak hanya mengancam masalah kesehatan, berbagai sektor industri juga kena imbas, tak terkecuali sektor bisnis kuliner. Sebagian besar para pebisnis di bidang kuliner serta *owner* restoran yang terpaksa untuk berhenti menjalankan usahanya, dan banyak sekali yang benar-benar mengalami kebangkrutan. *Food and beverage industry* merupakan salah satu yang paling merasakan dampak dari virus corona, yang kemudian diikuti oleh industri jasa dan retail seperti toko/pasar oleh-oleh.

Di awal kemunculan wabah ini di Wuhan-Tiongkok sudah berdampak besar terhadap pariwisata Bali. Dapat dilihat dari mulai sepiunya wisatawan masuk ke Bali akibat takut terimbas penyebaran virus ini, yang sejak itu secara otomatis bisnis di bidang pelayanan wisata seperti hotel menjadi sangat menurun di seluruh daerah wisata di Bali. Hariyadi Sukamdani selaku Ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia, mengatakan, bahwa menurunnya bisnis akomodasi pariwisata adalah gambaran yang nyata dapat dilihat akibat COVID-19 yang dirasakan oleh banyak kawasan dengan destinasi wisata terkenal dunia. Keadaan pada saat mulai krisis pandemi tersebut saja telah membuat pelaku bisnis di hotel memutar otak untuk mulai

mengefisiensikan segalanya. Salah satu yang dilakukan adalah dengan menekan dana untuk pegawai mencapai 50%. Apalagi sekarang di saat pandemi ini sudah menyerang hampir seluruh negara di dunia yang menyebabkan calon wisatawan ketakutan keluar negeri. Sudah bisa diduga juga berdampak pada banyaknya pegawai hotel dan restoran yang telah di Pemutusan Hubungan Kerja (PHK).

Sejak WHO (*World Health Organization*) mengumumkan bahwa virus corona berubah status menjadi pandemi dunia, hal ini sangat berpengaruh pada perilaku konsumen di segala bidang bisnis berubah drastis. Konsumen yang awalnya membeli barang dengan nyaman dan aman mulai merasa waswas dan dangat memperhatikan dalam membeli barang dan berusaha keras untuk menghindari virus dan tetap bertahan di rumah agar selamat di situasi ini. Kota-kota hingga negara mulai melakukan penutupan wilayah, tak terkecuali Indonesia walau tidak sampai melakukan *lockdown* seperti beberapa negara lain.

Virus covid telah mewabah dan menyebar ke 160 negara di dunia, tidak terkecuali Indonesia. Namun, untuk mencegah penularan virus ini secara masif maka Pemerintah RI hanya sebatas memberikan himbauan untuk melakukan isolasi mandiri dan membatasi kegiatan sosial. Secara otomatis mematikan sektor bisnis yang hanya dapat berjalan apabila terjadinya interaksi tatap muka (langsung) antar-manusia seperti bisnis kuliner, disebabkan restoran dan rumah makan kehilangan konsumen. Walaupun demikian, tidak semua sektor bisnis mengalami penurunan. Contohnya bisnis jasa antar makanan dan barang secara *online* mengalami peningkatan yang sangat signifikan karena hampir semua orang hanya “di rumah saja”.

Tidak ada aktivitas ataupun kegiatan lalu lintas yang padat seperti masa normal, sebagai akibat dari kebanyakan masyarakat Indonesia hanya tinggal di rumah. Sehingga dapat dilihat dampak yang terjadi, salah satunya adalah pada budaya makannya juga mulai berubah karena harus mengirit pengeluaran. Ini menunjukkan Indonesia

mengalami krisis kesehatan yang bersamaan dengan krisis ekonomi. Hal ini benar berdampak pada sektor ekonomi di seluruh sektor industri.

Dampak nyata menurut Sukamdani secara langsung dirasakan daerah-daerah yang mengandalkan sektor pariwisata. Sukamdani menyebut, kerugian di awal pandemi sudah mencapai 1,5 miliar dollar. Jumlah itu didapat dengan menghitung secara kasar berdasarkan data kunjungan wisatawan ke Indonesia (cnbcindonesia.com, 2022).

Keadaan pandemi saat ini, Indonesia dengan jumlah bisnis kuliner yang tak terbatas memerlukan adaptasi dari pelaku bisnis kuliner, salah satunya dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, mengikuti perkembangan jaman dan teknologi dan terus berinovasi demi tetap dapat eksis dalam bisang bisnis kuliner di Indonesia. Penelitian yang berjudul “Perubahan Budaya Kuliner dan Adaptasi Bisnis Kuliner di Masa Pandemi COVID-19” berupaya untuk mengetahui proses perubahan budaya kuliner masyarakat Indonesia saat ini saat menghadapi pandemi, memahami cara adaptasi para pelaku bisnis kuliner di Indonesia dalam menyelamatkan usahanya agar dapat bertahan di masa pandemi, dan mengetahui kebijakan yang telah dikeluarkan pemerintah RI dari pusat sampai daerah dalam menyelamatkan bisnis kuliner di Indonesia agar bisa tetap eksis di tengah pandemi dunia ini.

## 2. METODE

Pendekatan holistik dilakukan pada penelitian ini dengan melihat sesuatu fenomena sebagai suatu kebulatan yang utuh. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif analitis (*descriptive analitic*) dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran tentang perubahan dan adaptasi bisnis kuliner pada saat pandemi terjadi. Metode kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk menjawab atau memecahkan masalah penelitian yang telah dirumuskan.

Lokasi penelitian berada di Indonesia, karena penelitian ini tidak dapat melihat satu kota saja karena pandemi COVID-19 merupakan pandemi yang menimpa seluruh dunia. Jenis data dalam

penelitian adalah data kualitatif, dengan pengumpulan data berupa kepustakaan, yaitu pencarian informasi tertulis dari literatur yang berhubungan dengan objek pembahasan penelitian. Analisis data dilakukan dengan tiga alur kegiatan, dimana tahap awal dilakukan reduksi data, selanjutnya adalah penyajian data dan penarikan kesimpulan (Susilo, 2010).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

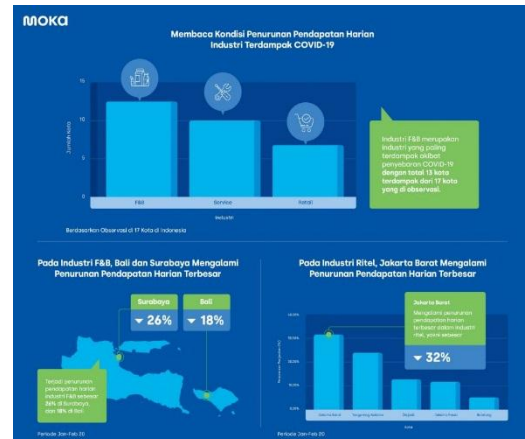
Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengidentifikasi perubahan budaya kuliner masyarakat menghadapi pandemi COVID-19; (2) mengidentifikasi upaya pelaku bisnis kuliner dalam menjaga eksistensinya dalam menghadapi pandemi; (3) mengetahui kebijakan pemerintah dalam menjaga eksistensi pelaku bisnis kuliner pada masa pandemi.

#### 3.1 Perubahan Budaya Kuliner Masyarakat Menghadapi Pandemi COVID-19

Dunia saat ini sedang diuji dengan adanya virus corona yang cukup banyak memakan banyak korban jiwa. Penyebaran virus yang sangat cepat ini memberikan dampak yang sangat negatif pada industri pariwisata. Efek domino atau reaksi berantai pun terjadi pada sektor bisnis akomodasi pariwisata, seperti hotel dan restoran (bisnis kuliner) termasuk peretail (katadata.co.id, 2020). Data internal yang didapatkan dari Moka, menunjukkan dari 17 kota yang diobservasi, terdapat 13 kota yang mengalami kemerosotan signifikan pada pendapatan hariannya, yang disebabkan oleh virus covid. 17 kota di Indonesia diteliti oleh Moka terkonsentrasi di Jabodetabek, Medan, Surabaya, Batam, Bali, Bandung, Semarang, Yogyakarta, dan Bali. Hasilnya menunjukkan bahwa diantara semua kota, Bali dan Surabaya mengalami kemerosotan pendapatan harian yang paling signifikan. Penurunan 18 % terjadi di Bali dan penurunan sebesar 26 % untuk Surabaya.

Sejak WHO (*World Health Organization*) mengumumkan bahwa virus corona berubah status menjadi pandemi dunia, hal ini sangat berpengaruh pada perilaku konsumen di segala bidang bisnis berubah drastis. Konsumen yang awalnya

membeli barang dengan nyaman dan aman mulai merasa waswas dan dangat memperhatikan dalam membeli barang dan berusaha keras untuk menghindari virus dan tetap bertahan di rumah agar selamat di situasi ini. Beberapa kota mulai melakukan penutupan. Lalu lintas dan aktivitas normal terhenti. Akibatnya adalah krisis kesehatan dan ekonomi terjadi dan saling berhubungan.



Gambar 1. Penurunan Pendapatan Harian Industri

Sumber: Mokapos.com, 2020

Pandemi telah mengubah tingkal laku para konsumen. Melihat dari data di atas tampak bagaimana dalam situasi pandemi COVID-19 menyebabkan perilaku para konsumen berubah. Perhatian pertama dari menghadapi pandemi adalah keamanan diri, sehingga semua masyarakat berusaha keras untuk menjaga keselamatan diri dengan cara semaksimal mungkin dan menyiapkan persediaan makanan dan minuman sendiri. Usaha untuk menyediakan kebutuhan simpanan makanan dan minuman caranya berubah sejak pandemi. Jika sebelum pandemi masyarakat biasanya berjalan kaki atau berkendara untuk berbelanja, akibat pandemi COVID-19, kini para masyarakat lebih memilih untuk berbelanja secara *online*. Walaupun beberapa masyarakat tetap belanja secara luring (*offline*), masyarakat akan memilih untuk berbelanja kebutuhannya di tempat yang jaraknya dekat.

Fenomena ini menyebabkan beberapa sektor tampak tumbuh. COVID-19 juga memberi tantangan dan peluang.

Keuntungan yang dapat diambil dari pandemi COVID-19 adalah perubahan masyarakat (konsumen) yang lebih memilih makanannya yaitu lebih dominan untuk membeli hasil agrikultur seperti hasil perkebunan, buah dan sayur. Peningkatan ini bahkan tumbuh mencapai 430%. Sama halnya dengan tempat yang menjual bahan pangan yang meningkat hingga 200% terhitung sejak awal Maret 2020. Peningkatan ini juga dialami oleh jasa kurir antar jemput barang, yang datanya menunjukkan peningkatan sebanyak 95%. Peningkatan-peningkatan ini diakibatkan dari pembatasan untuk beraktivitas di luar ruangan dan ketakutan untuk keluar rumah.

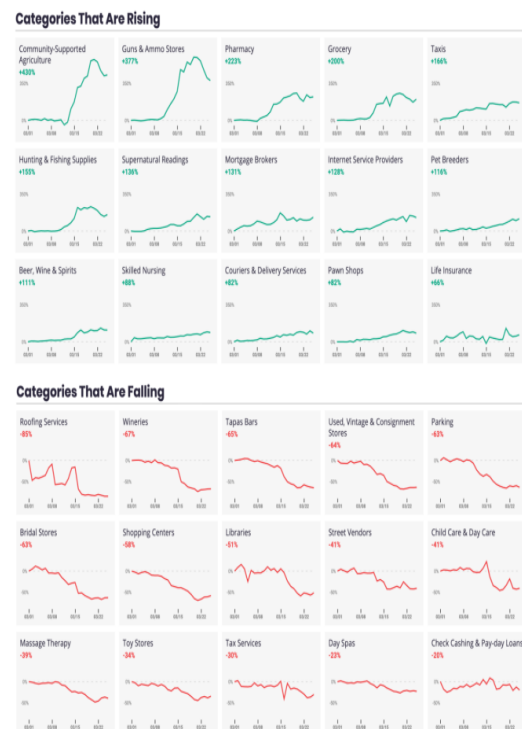
Hal yang cukup menarik adalah sejalan dengan banyaknya transaksi jual beli *online* dan himbuan pemerintah untuk WFH (*work from home*) memberikan pengaruh terhadap industri Penyedia Jasa Internet serta acara televisi. Industri Penyedia Jasa Internet mengalami peningkatan yang tajam hingga 128%, sedangkan televisi mengalami peningkatan yang cukup besar juga, yaitu sebanyak 118%.

Walaupun di beberapa sektor mengalami dampak positif, namun pandemi tetap menyebabkan krisis ekonomi. Salah satu buktinya adalah masyarakat lebih banyak untuk melakukan penghematan (*saving money*). Pegadaian pun mengalami dampak yang signifikan, peningkatan transaksi pada pegadaian sebanyak 82%. Masyarakat melakukan pinjaman uang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Uang yang didapatkan dari pegadaian digunakan untuk membeli kebutuhan pokok. Sebagian uang digunakan untuk membeli kebutuhan farmasi yang diharapkan dapat memberikan perlindungan kesehatan di masa krisis kesehatan. Hal ini terbukti dari peningkatan yang terjadi di sektor farmasi, yaitu sebesar 223%.

Data menarik lainnya yang didapatkan dari Yelp adalah menemukan fenomena yang terjadinya peningkatan transaksi di bisnis senjata di Amerika Serikat. Diduga penyebabnya dikarenakan tidak adanya atau kurangnya kepastian dan tingkat ketegangan yang memuncak mengakibatkan masyarakat berusaha untuk

lebih berhati-hati. Masyarakat yang ingin melindungi diri dari kemungkinan kriminalitas yang terjadi seperti perampokan atau penculikan dan hal buruk lainnya dengan menyimpan senjata. Begitu pula dengan peningkatan aktivitas yang dapat dilakukan selama pandemi, yaitu berburu dan memancing, ini mengakibatkan terjadi pertumbuhan sebanyak 155% pada penyedia alat-alat berburu dan memancing. Berburu dan memancing menunjukkan masyarakat berusaha untuk tetap bisa bertahan hidup di situasi yang buruk, yaitu dengan menemukan atau mencari sumber makanan secara mandiri, selain itu alat-alat yang biasa digunakan untuk berburu juga dapat digunakan untuk melindungi diri.

Terdapat sektor yang tumbuh negatif di tengah krisis COVID-19. Berdasarkan data yang dilansir Yelp, sebagian besar sektor sekunder yang merupakan kebutuhan tersier manusia tidak menjadi prioritas mereka lagi. Misalnya, penjualan gaun pengantin turun 63%. Dalam situasi krisis seperti saat ini, tentunya hanya sedikit yang memutuskan untuk menikah. Transaksi di sektor barang bekas dan bekas juga turun sebesar 64%.



Gambar 2. Dampak Corona pada Bisnis  
Sumber: Yelp Economic Average

Adanya pembatasan untuk keluar rumah rupanya mengakibatkan kemerosotan sektor parkir setinggi 63%, pusat komersial/perbelanjaan turun 58%, dan toko di pinggir jalan turun 41%. Hal ini juga terjadi pada sektor pengasuhan atau perawatan dan penitipan anak yang mengalami penurunan sebanyak 41%.

Sektor sekunder lainnya yang bukan merupakan kebutuhan primer di saat krisis adalah sektor hiburan. Tentu saja, tempat hiburan di masa krisis ini bukanlah kebutuhan penting yang harus dipenuhi. Contoh industri adalah bar tapas, yang sering digunakan untuk hiburan malam ketika konsumen telah bekerja sepanjang hari. Industri ini mengalami penurunan mencapai 65%. Bisnis anggur juga ikut mengalami penurunan 67%. Pada saat yang sama, bentuk relaksasi seperti terapi pijat dan spa juga menurun masing-masing sebanyak 39% dan 23%.

Indonesia sedang mengalami *new normal*, sehingga semua *trader* harus terus beradaptasi dengan kondisi dan situasi yang berkembang. Sebagai kesimpulan, tinjauan laporan Yelp menunjukkan bahwa perubahan keadaan ekonomi berubah drastis karena perubahan perilaku konsumen. Industri yang dulunya merupakan industri yang menjanjikan tiba-tiba menjadi industri yang paling merosot keadaannya. Data dari Amerika Serikat cukup menggambarkan keadaan ekonomi di berbagai dunia, termasuk Indonesia.

Pandemi COVID-19 secara langsung berdampak pada berbagai sektor perekonomian, dengan perdagangan kuliner yang paling terpuak oleh pandemi ini. Berdasarkan hasil kajian Paper.id yang bekerja sama dengan SMESCO dan OK OCE, diidentifikasi ada tiga bidang usaha yang paling signifikan mengalami dampak negatif akibat covid, diantaranya adalah bidang kuliner (43,09%), usaha jasa (26.02 %), dan usaha *fashion* (13.01 %).

Hal ini disebabkan efek umum dari pandemi yang berdampak pada penurunan daya beli konsumen. Dampak penurunan pendapatan tersebut diikuti dengan tertundanya operasional operasional dan keuangan perseroan. Sebanyak 65% memiliki masalah bisnis seperti penutupan

toko sementara, kesulitan penyesuaian WFH, dan 24% memiliki masalah operasional terkait pelanggan seperti berkurangnya daya beli masyarakat (konsumen).

Survei tersebut juga menemukan banyak usaha yang harus berjuang secara finansial, 68% menghadapi masalah keuangan dengan adanya tambahan biaya/pengeluaran untuk memenuhi standar kesehatan era covid. Disisi lain banyak bidang usaha yang mengalami hambatan dalam peminjaman uang di bank (kabarkampus.com, 2020).

Bambang Nurianto, Ketua umum Perkumpulan *Chef* Profesional mengatakan keadaan semakin buruk. Nurianto mengatakan, dampak resesi terhadap bisnis kuliner mengurangi keuntungan hingga 90%.

Selain dari segi pendapatan, Bambang atau biasa disapa *Chef* Bamzi ini juga mengakui bahwa inovasi menu terbatas di masa pandemi COVID-19. *Chef* Bamzi mengungkapkan, penciptaan menu baru terkendala oleh kurang intensnya berhubungan langsung dengan tamu restoran dan para *chef* kuliner lainnya (traveling.bisnis.com, 2020).

Pemilik restoran NUSA Indonesia Gastronomi, *Chef* Ragil Imam Wibowo mengakui bahwa pandemi ini memberikan dampak yang sangat besar bagi bisnis kuliner. Penutupan sementara toko dan melakukan pengurangan staf tidak dapat dihindari karena penurunan penjualan. Ia menambahkan, meski bisnis restoran dan kafe bisa tetap beroperasi secara *online*, namun masih belum bisa menandingi pendapatan *offline* yang jauh lebih melimpah (kompas.com, 2020).

*Chef* Gun Gun Handyana dalam acara *Chef Talks* "Berbisnis Kuliner di Masa Penuh Tantangan" yang disiarkan langsung di akun Instagram @unileverfood solutionsID, menyebut wabah virus corona berdampak pada penurunan pendapatan para pembisnis/pekerja di industri makanan. Daripada pergi ke restoran, masyarakat saat ini lebih memilih untuk membeli makanan dan produk rumah tangga untuk melengkapi kebutuhannya (lifestyle. kompas.com, 2020).



Pengusaha Mangkokku yang buka sejak Juli 2019 dan merupakan perusahaan kuliner yang cukup terkenal dengan *rice bowl*-nya yang bercita rasa lokal juga tidak lepas dari dampak pandemi. Kenny Widjaja, *Manager Head Operations of Mangkokku* menyebutkan pihaknya kini memiliki 19 toko cabang dan mengalami dampak negatif pandemi hingga penjualan turun sampai 50%. Akibatnya harga semangkok Mangkokku yang biasanya Rp. 100.000 kini turun menjadi Rp. 70.000 per-*bowl* (merdeka.com, 2020).

Situasi darurat yang sebenarnya tidak menjanjikan apa-apa. Memang benar di balik krisis ada peluang, namun krisis tidak menjanjikan kelangsungan hidup bagi semua orang. Terlebih, krisis yang sedang berlangsung adalah krisis kesehatan dengan nyawa yang dipertaruhkan. Maka dari itu, alangkah baiknya setiap pelaku industri lebih memperhatikan kesehatan daripada mencari peluang bisnis. Bahkan jika benar-benar ingin memanfaatkan peluang, harus tetap melakukannya sesuai dengan ketentuan kesehatan masyarakat yang ketat yang dirancang untuk membantu masyarakat bertahan hidup di tengah krisis.

Sementara itu, jika tetap ingin melakukan promosi, ada banyak hal yang bisa dilakukan brand seperti yang sudah dibahas sebelumnya. Himbuan mematuhi prokes 5M digencarkan. Memperhatikan kebersihan diri, makanan yang bergizi, dan waktu istirahat yang cukup menjadi prioritas utama saat ini (creative.teknoia.com, 2020; teknoia.com, 2020).

Perubahan budaya kuliner pada masyarakat dunia saat ini disebabkan oleh adanya imbauan pemerintah setiap negara untuk tetap berada di rumah adalah sesuatu yang harus diperhatikan, karena hal ini terbukti efektif dapat mengurangi risiko penyebaran COVID-19. Adanya himbuan untuk tetap berada di dalam rumah, membuat orang menjadi seakan terisolir, dan mempengaruhi industri layanan makanan (F&B). adanya adaptasi kebiasaan baru ini turut mengubah perilaku bertransaksi masyarakat, dimana transaksi *online* menjadi meningkat dan pembelian makanan yang dibawa pulang meningkat sebanyak 7% (industri.kontan.co.id, 2020).

### 3.2 Upaya Para Pelaku Bisnis Kuliner Agar Bertahan di Masa Pandemi COVID-19

Pandemi COVID-19 memberikan dampak yang signifikan bagi seluruh lapisan masyarakat, termasuk pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kuliner. UMKM kuliner menjadi salah satu sektor yang menelan pil pahit dikarenakan sudah tidak diizinkan orang untuk makan di tempat untuk mendukung Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang ditetapkan oleh pemerintah. Namun semua transaksi tetap dapat diproses seluruhnya secara *online* dan via *delivery*. Dengan begitu, UMKM bidang kuliner masih memiliki peluang untuk produktif.

Beberapa langkah praktis yang dapat diambil oleh pemilik bisnis untuk menjaga arus kas bisnis tetap positif termasuk fokus pada promosi pengiriman makanan (*take-away delivery*) karena permintaan yang terus meningkat, memanfaatkan *database* konsumen untuk selalu mengkomunikasikan penawaran melalui beberapa cara, seperti: *email*, SMS, atau *WhatsApp* membudayakan *digital payment* atau pembayaran non-tunai; menjaga jarak fisik; menyediakan disinfektan di lokasi pusat; dan merumahkan pekerja yang sakit.

Di tengah situasi seperti itu, penting untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen dengan memosisikan diri sebagai perusahaan yang memperhatikan konsumen dan seluruh pemangku kepentingan terkait dengan kebersihan. Para pekerja dan konsumen harus dilindungi dengan menggunakan masker dan *hand sanitizer*, serta sosialisasikan betapa pentingnya kebersihan di area tersebut (suara.com, 2020).

Usaha rumahan juga dapat menjadi jawaban untuk memenuhi kebutuhan pangan masyarakat. Selagi ada *delivery service*, masyarakat dapat memesan makanan untuk "memuaskan" rasa lapar asalkan tetap mengikuti rekomendasi pemerintah untuk di rumah saja. Mau tidak mau, pelaku UMKM harus segera beradaptasi dengan menerapkan sistem daring untuk meningkatkan rasa aman para pembelinya dan juga sekaligus untuk menjaga

kebersihan dan keamanan makanan. Karena itu, dengan strategi yang baru ini, para pelaku bisnis harus beradaptasi agar roda perekonomian tetap berputar.

Bagi pembisnis yang memiliki gerai *offline*, kemungkinan besar bisnis akan sepi karena para konsumen akan lebih memilih untuk berdiam diri di rumah. Lalu, agar usaha kuliner dapat terus bertahan di masa pandemi, sebaiknya fokus hanya pada *food delivery*, agar konsumen lebih mudah menikmati makanan dari restoran atau kedai. Jika bisnis kuliner tidak memiliki layanan pesan antar langsung, cukup daftarkan bisnis kuliner ke *Go-Food* dan *Grab-Food*. Ini merupakan aplikasi utama yang digunakan oleh pelanggan Indonesia. Dengan mendaftarkan bisnis dalam dua aplikasi ini, dapat menjangkau lebih banyak konsumen dan dapat menawarkan diskon khusus, dan memudahkan konsumen untuk menikmati menu pilihan dengan tetap berada di rumah. Sehingga bisnis dapat terus menghasilkan pendapatan. Perlu diingat, untuk selalu mempromosikan bisnis di media sosial dan menginformasikan pada konsumen bahwa konsumen kini dapat memesan makanan dan minuman melalui aplikasi *Go-Food* dan *Grab-Food*.

Di masa pandemi, dunia usaha juga perlu berpromosi dengan lebih kreatif dan inovatif. Takoyaki Ichi bahkan menawarkan *hand sanitizer* gratis kepada konsumennya untuk setiap pembelian dua kotak okonomiyaki atau takoyaki. Inovasi produk juga perlu dilakukan. Contohnya menambahkan menu yang sehat seperti jus untuk menambah stamina dan daya tahan tubuh. Hal ini sesuai dengan kutipan dari Citra yang mengatakan, cara ini akan sangat membantu meningkatkan transaksi.

Tidak berbeda jauh dengan pemilik usaha Si Jagur Bandung, salag satu pedagang makanan lainnya yang juga mendaftarkan bisnisnya di *Go-Food*, menekankan inovasi sebagai kunci untuk tetap bertahan di terpaan pandemi. Dirinya kini menjual paket menu beku (*frozen food*) melalui *Go-Food*. *Frozen food* adalah solusi agar masakan di rumah tetap dapat bervariasi. Eka, pemilik Si Jagur Bandung juga menyiapkan tempat cuci tangan dan penjemputan pesanan khusus mitra *driver*.

### **3.3 Kebijakan Pemerintah RI dalam Menjaga Eksistensi Pelaku Bisnis Kuliner**

Dalam rangka menyelamatkan ekonomi dan menjaga keselamatan rakyat Indonesia Presiden Joko Widodo mengeluarkan sembilan Kebijakan Pemerintah di tengah Pandemi COVID-19. Presiden Indonesia, Joko Widodo menegaskan bahwa pandemi COVID-19 tidak hanya berhubungan dengan kesehatan dan keselamatan masyarakat, tetapi juga berdampak kepada ekonomi. Presiden RI mencanangkan sembilan kebijakan untuk menyelamatkan perekonomian di tengah pandemi, antara lain:

1. Pertama, Jokowi telah memerintahkan jajarannya untuk memotong rencana belanja lain yang bukan merupakan pengeluaran prioritas dalam APBN dan APBD.
2. Kedua, Jokowi juga telah memerintahkan jajarannya untuk melakukan realokasi anggaran dalam rangka mempercepat penanggulangan dampak dari corona, baik dari segi kesehatan maupun ekonomi. Proses ini sejalan dengan Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 4 Tahun 2020 tentang Refocussing Kegiatan dan Realokasi Anggaran dalam rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019.
3. Ketiga, Jokowi mewajibkan pemerintah pusat dan daerah untuk menjamin ketersediaan kebutuhan pokok kemudian memastikan terjaganya daya beli masyarakat, terutama daya beli masyarakat menengah ke bawah.
4. Keempat, presiden mengimbau agar strategi Padat Karya Tunai dilipathandakan dan diperbanyak, dengan tetap mengingat protokol kesehatan harus diikuti, yakni menjaga jarak yang aman antara individu. Jokowi secara khusus menekankan program Padat Karya Tunai di sebagian kementerian, seperti Kementerian Perhubungan, Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR), Kementerian Kelautan dan Perikanan, dan Kementerian Pertanian.

5. Kelima, Jokowi mengatakan pemerintah akan memberikan Rp. 50.000 selama enam bulan untuk pemilik kartu sembako murah. Dengan demikian, pemilik kartu sembako murah akan mendapat Rp. 200.000 per keluarga setiap bulannya. Guna terlaksananya tambahan penyaluran sembako ini, pemerintah akan memberi anggaran sebesar Rp. 4,56 triliun.
6. Keenam, Jokowi akan mempercepat pengenalan kartu prakerja untuk mencegah pekerja di-PHK, pekerja kehilangan pendapatan, dan pengusaha mikro yang kehilangan penghasilan dan tempat berjualan. Diharapkan masyarakat terdampak dapat meningkatkan kualitas dan kompetensinya melalui pelatihan Kartu Prakerja. Pemerintah mengalokasikan Rp 10 triliun untuk kartu prakerja pada tahun ini.
7. Ketujuh, negara juga akan membayar pajak penghasilan (PPh) yang sebelumnya dibayarkan oleh wajib pajak (WP) karyawan di industri produksi (pengolahan). Jumlah anggaran yang dikeluarkan adalah Rp 8,6 triliun.
8. Kedelapan, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyediakan fasilitas baru bagi kredit di bawah Rp 10 miliar untuk UMKM. Fasilitas baru tersebut adalah penurunan bunga dan fasilitas untuk dapat menunda pembayaran cicilan selama satu tahun baik untuk bank maupun industri non-bank. Di samping itu, penundaan pembayaran selama satu tahun juga berlaku bagi pengemudi ojek, pengemudi taksi, dan nelayan yang memiliki cicilan kendaraan. Jokowi juga mengimbau agar bank dan industri keuangan non-bank tidak mendekati para debitur.
9. Kesembilan, penduduk yang memiliki penghasilan rendah yang mengajukan bantuan KPR bersubsidi akan mendapat insentif. Negara memberikan subsidi bunga untuk masa angsuran hingga 10 tahun. Jika tingkat bunga lebih dari 5%, pemerintah akan membayar selisih bunga. Pemerintah juga memberikan uang muka berbunga rendah untuk

kredit rumah bersubsidi, yang telah menyiapkan alokasi anggaran hingga Rp 1,5 triliun.

Para pengusaha restoran atau pengusaha kuliner tidak perlu cemas, karena usaha gastronomi dapat tetap berjalan sesuai dengan Pasal 10 huruf (d) angka (11). Tetapi perlu diperhatikan walaupun usaha makanan dan minuman dapat tetap berjalan harus tetap menyadari peraturan yang berlaku dan tidak melanggarnya. Tanggung jawab pembisnis di bidang kuliner selama masa penerapan PSBB adalah dengan menyediakan dan menerapkan langkah-langkah seperti yang mengacu pada Pasal 10 ayat (3).

Sanksi Pelaku Usaha Makanan dan Minuman Yang Melanggar Ketentuan PSBB, mengacu pada Pasal 27 Peraturan Gubernur Pelaksanaan PSBB, menyebutkan bagi yang melanggar akan dikenakan sanksi administratif berupa denda paling banyak seratus juta Rupiah dan pidana paling lama satu tahun. Ketentuan mengenai sanksi sesuai dengan Pasal 93 Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2018 tentang Karantina Kesehatan ([smartlegal.id](http://smartlegal.id), 2020).

Penataan penyelenggaraan berbagai kegiatan dengan prioritas kesehatan masyarakat diperlukan untuk menghadapi adaptasi kebiasaan baru menuju masyarakat yang produktif dan aman terhadap Corona Virus *Disease* 2019. Pemerintah Republik Indonesia kembali menerbitkan kebijakan baru melalui Keputusan Menteri Kesehatan Nomor HK.01.07/MENKES/382/2020 tentang Protokol Kesehatan. Berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan ini dinyatakan bahwa masyarakat adalah aktor yang memiliki peran penting dalam memutus mata rantai penularan COVID-19 agar tidak menimbulkan sumber penularan baru/cluster pada tempat-tempat dimana terjadinya pergerakan orang, interaksi antar manusia dan berkumpulnya banyak orang. Masyarakat harus dapat beraktivitas kembali dalam situasi pandemi COVID-19 dengan beradaptasi pada kebiasaan baru yang lebih sehat, lebih bersih, dan lebih taat, yang dilaksanakan oleh seluruh komponen yang ada di masyarakat serta memberdayakan semua sumber daya yang ada. Peran masyarakat untuk dapat memutus mata

rantai penularan COVID-19 (risiko tertular dan menularkan) harus dilakukan dengan menerapkan protokol kesehatan. Protokol kesehatan secara umum harus memuat:

1. Perlindungan Kesehatan Individu, dari penularan COVID-19 terjadi melalui droplet melalui penggunaan alat pelindung diri berupa masker yang menutupi hidung dan mulut hingga dagu, membersihkan tangan secara teratur melalui cuci tangan dengan menggunakan sabun dan air mengalir atau *handsanitizer*, menjaga jarak minimal satu meter, meningkatkan daya tahan tubuh dengan menerapkan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat.
2. Perlindungan Kesehatan Masyarakat, untuk mencegah dan mengendalikan penularan COVID-19 melalui tahapan kegiatan unsur pencegahan (*prevent*), unsur penemuan kasus (*detect*), dan unsur penanganan secara cepat dan efektif (*respond*).

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan data dan hasil analisis penelitian berjudul “Perubahan Budaya Kuliner dan Adaptasi Bisnis Kuliner di Masa Pandemi COVID-19”, dapat ditarik simpulan adalah sebagai berikut.

Sejak WHO (*World Health Organization*) mengumumkan bahwa virus corona berubah status menjadi pandemi dunia, hal ini sangat berpengaruh pada perilaku konsumen di segala bidang bisnis berubah drastis. Semua masyarakat lebih memilih untuk berbelanja secara *online*. Selain itu perubahan perilaku konsumen adalah pembelian makanan yang dibawa pulang (*take-away food*).

Beberapa langkah praktis yang dapat dilakukan oleh para pemilik bisnis kuliner agar tetap dapat bertahan ditengah ancaman pandemi COVID-19 adalah lebih fokus pada inovasi dan kreativitas promosi untuk *take-away*, membiasakan untuk transaksi non-tunai dengan *debit* atau *digital payment*, meningkatkan kepercayaan konsumen dengan memposisikan diri sebagai bisnis yang memperhatikan konsumen dan seluruh pemangku kepentingan bisnis terkait kebersihan,

memanfaatkan *online food delivery* (*Go-Food* dan *Grab-Food*).

Untuk menyelamatkan perekonomian dan menjaga kesehatan serta keselamatan rakyat Indonesia Presiden RI mengeluarkan sembilan Kebijakan Pemerintah di tengah Pandemi COVID-19. Kebijakan-kebijakan tersebut secara umum mengatur APBN yang difokuskan pada percepatan penanggulangan dampak pandemi baik dari sisi kesehatan maupun keuangan, terjaminnya ketersediaan kebutuhan pokok, dan percepatan pengenalan kartu prakerja untuk mencegah PHK, dan membantu pengusaha mikro agar tidak kehilangan tempat berjualan dan pendapatannya, mengatur relaksasi kredit untuk UMKM, serta menstimulus KPR bersubsidi.

#### REFERENSI

- Ardika, I Wayan. 2011. *Gastronomi dalam Pariwisata Budaya*. Dalam: Putra, I Nyoman Darma dan Pitana, I Gde editor. *Pemberdayaan & Hiperdemokrasi dalam Pembangunan Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan. hal. 17-27.
- Barrera E, Alvaradi OB. 2008. "Food trails: tourist architectures built on food identity", *Gastronomic Sci*. Vol. 3 (8): 56-63. (DOI: <https://doi.org/10.4000/etudescaribeennes.3828>).
- Brillat-Savarin, Jean Anthelme. 1970. *The Physiology of Taste*. (Anne Drayton, Pentj). London: Penguin Books.
- Daniel, E.M., Storey, C. 1997. "On-Line Banking Strategic and Management Challenges". *Journal Long Range Planning*. Vol. 30: 890-898. (DOI: 10.1016/S0024-6301(97)00074-5).
- Hawkins, Del I., Best, Roger J., Coney, Kenneth A. 2001. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill.
- Hjalager Anne-Mette and Richards, Greg. 2002. *Tourism and Gastronomy*. New York: Routledge.
- Nurbayti. 2019. "Trend Pengguna Aplikasi Go-Food di Era Digital". *Jurnal Komunikasi, Masyarakat, dan Keamanan*. Vol. 1 (1): 1-10. (DOI: <http://dx.doi.org/10.31599/komaskam.v1i1.447>).

- Rahmidani, Rose. 2015. "Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan". *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (Snema) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*. ISBN: 978-602-17129-5-5. Padang: Universitas Negeri Padang.
- Minanto, A., Dewi, M., Hariyanti, P. 2020. Dari Gerakan Sosial ke Pasar Virtual Sebuah Pengalaman Pemberdayaan UMKM Terdampak COVID-19. Dalam: Santoso, Didik Haryadi dan Santosa, Awan editor. *COVID-19 Dalam Ragam Tinjauan Pespektif*. Yogyakarta: MBridge Press. hal. 239-250.
- Nuryana, Arief. 2020. Dampak COVID-19 Bidang Kuliner dan Konsep Penanganannya Pasca Pandemi Studi Kasus di Kota Surakarta. Dalam: Santoso, Didik Haryadi dan Santosa, Awan editor. *COVID-19 Dalam Ragam Tinjauan Pespektif*. Yogyakarta: MBridge Press. hal. 193-200.
- Tonbesi, Apolinaris Snoc. 2020. Dampak Virus Corona Terhadap Kehidupan Perekonomian. Dalam: Santoso, Didik Haryadi dan Santosa, Awan editor. *COVID-19 Dalam Ragam Tinjauan Pespektif*. Yogyakarta: MBridge Press. hal. 201-207.
- Noordam, Errol Rakhmad. 2020. Dampak Corona Terhadap UMKM. Dalam: Santoso, Didik Haryadi dan Santosa, Awan editor. *COVID-19 Dalam Ragam Tinjauan Pespektif*. Yogyakarta: MBridge Press. hal. 209-216.
- Adaptasi Dalam Era Perubahan. [cited 2021 Mar. 15]. Available from URL: <http://www2.crmsindonesia.org/knowledge/risk-management-news/pentingnya-adaptasi-dalam-era-perubahan>.
- Fabrizia, Reza. 2020. Dampak Besar Corona Terhadap Industri Pariwisata. [cited 2021 Mar. 29]. Available from URL: <https://www.unisbank.ac.id/v2/news/dampak-besar-corona-terhadap-industri-pariwisata/>.
- Rositasari, Firda Marta. 2020. Di Tengah Pandemi COVID-19, Kebiasaan Budaya Makan di Tiongkok Diubah. [cited 2021 Mar. 10]. Available from URL: <https://ringtimesbanyuwangi.pikiran-rakyat.com/internasional/pr-17375476/di-tengah-pandemi-covid-19-kebiasaan-budaya-makan-di-tiongkok-diubah?page=3>.
- Saefullah, Ahmad. 2019. Kuliner Bisa Jadi Kekuatan Dahsyat Indonesia dalam Hubungan Internasional. [cited 2021 Mar. 15]. Available from URL: <https://kabarja-tim.com/kuliner-bisa-jadi-kekuatan-dahsyat-indonesia-dalam-hubungan-internasional/>.
- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/382/2020 Tentang Protokol Kesehatan Bagi Masyarakat Di Tempat Dan Fasilitas Umum Dalam Rangka Pencegahan Dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (COVID-19).

#### Studi Internet:

- Adi., R., N. 2013. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan Sistem Preorder Secara Online (Studi Kasus Pada Online Shop Choper Jersey). [cited 2020 Feb.11]. Available from URL: <http://eprints.undip.ac.id/40079/I/ADI.p>.
- Center for Risk Management Studies Indonesia. 2017. Pentingnya





# JOURNEY

Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention, and Event Management

POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI

- Pariwisata Medis Sebagai Pasar Niche Yang Unik  
Dalam Konteks Indonesia** 95  
Rita Komalasari
- Analisis Komparatif *Indonesian Arts And Culture Scholarship*  
Di Sanggar Seni Semarandana Pra Dan Post Pandemi Covid-19** 105  
Ni Nyoman Arini, Ni Wayan Mekarini
- Protokol Kebersihan Kesehatan Keamanan Lingkungan Pada  
*Event Bali And Beyond Travel Forum 2022* Di Bali** 115  
Gusti Bagus Wirya Gupta, Nelsye Lumanauw
- Persepsi Pengunjung *Event Soundrenaline The Spirit Of All Time*  
Terhadap Kualitas Pelayanan CV. Cipta Kreatif Komunika** 127  
I Kadek Budiartanayasa Karang, I Nengah Wirata, I Gede Sumadi
- Dekonstruksi Hidangan Penutup Dingin Tradisional Indonesia  
Menjadi *Fusion Dessert*** 135  
Ni Made Ayu Dwi Krisna Yanti, Billy Tanius, Ni Nyoman Widani, Heru Pramudia
- Peran Perempuan Dalam Kegiatan Pariwisata Di Pantai Oetune  
(Studi Kasus Pada Desa Tuafanu Kabupaten Timor Tengah  
Selatan)** 145  
Yudha Eka Nugraha, Helen I. S. Balukh
- Implementasi Protokol Kesehatan Pada Paviliun Indonesia  
Di Expo 2020 Dubai Uni Emirat Arab** 155  
Gusti Ayu Istri Sumadiasih, Nelsye Lumanauw, Dinar Sukma Pramesti
- Analisis Pengendalian *Food Cost* Di Hotel Vila Lumbung - Bali** 165  
Dhita Utama Putra, Rimalinda Lukitasari, Victor Bangun Mulia, I Ketut Wibawa
- Peran *Front Office* Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan  
Di The Capital Hotel And Resort Bali** 177  
I Wayan Agus Selamat, Ni Wayan Purnami Rusadi, Putu Laksana Wijaya
- Perubahan Budaya Kuliner Dan Adaptasi Bisnis Kuliner  
Di Masa Pandemi Covid-19** 185  
Anastasia Sulistyawati



PIB Press

Penerbit & Percetakan: PIB Press  
Email: [pibpress@pib.ac.id](mailto:pibpress@pib.ac.id)  
[lppm@pib.ac.id](mailto:lppm@pib.ac.id)  
Website: <http://lppm.pib.ac.id>

E-ISSN 2654-9999



9 772654 999009

P-ISSN 2774-1923



9 772774 192007