

QS. AL-BAQARAH AYAT 168: PERILAKU KONSUMEN RUMAH MAKAN KETIKA PANDEMI COVID-19

M. Aljihad Sembiringnah

Prodi Manajemen Bisnis Syariah, STEI Hamfara, Yogyakarta

jihadsembiring@gmail.com

Riwayat Artikel		
Diterima: 22/2/2023	Disetujui: 3/3/2023	Dipublish: 14/3/2023

Abstrak: Tujuan artikel ini ialah memberikan informasi atau gambaran tentang perubahan perilaku konsumen, terutama konsumen rumah makan ketika pandemi Covid-19. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dan dilaporkan dengan model deskriptif. Informasi didapatkan dengan cara mendatangi suatu lembaga bisnis langsung ke lokasi bisnis terutama bisnis rumah makan serta melakukan wawancara pada pemilik bisnis. Hasil yang didapatkan yaitu banyaknya perubahan perilaku konsumen semasa pandemi yang diakibatkan oleh aturan-aturan pemerintah dalam menangani Covid-19 yang berubah-ubah. Aturan ini mengharuskan konsumen merubah perilaku konsumsinya. Perubahan perilaku konsumen yang paling menonjol adalah indikator mencari informasi, menggunakannya, dan dalam membeli suatu makanan. Ayat al-Qur'an yang berbicara mengenai perubahan perilaku terdapat dalam Surah Al-Baqarah ayat 168.

Kata Kunci: Perubahan perilaku konsumen, perilaku konsumsi, Covid-19

Abstract: *The purpose of this article is to provide information or an overview of changes in consumer behavior, especially restaurant consumers during the Covid-19 pandemic. This research was conducted using qualitative methods and reported with a descriptive model. Information is obtained by visiting a business institution directly to the business location, especially the restaurant business and conducting interviews with business owners. The result obtained is the many changes in consumer behavior during the pandemic caused by changing government regulations in dealing with Covid-19. This rule requires consumers to change their consumption behavior. The most prominent changes in consumer behavior are indicators of seeking information, using it, and buying food. The Qur'anic verse that talks about behavior change is found in Surah Al-Baqarah ayat 168.*

Keywords: *Changes in consumer behavior, consumption behavior, Covid-19*

PENDAHULUAN

Dewasa ini dunia sedang mengalami krisis yang disebabkan oleh pandemic Corona (Alhammadi, 2022; Danylyshyn & Bohdan, 2020; Laster Pirtle, 2020; Tiirinki et al., 2020). Virus tersebut berhasil merubah prilaku masyarakat terutama konsumen rumah makan. Banyak sekali yang merasakan dampak dari virus tersebut, perubahan prilaku konsumen rumah makan dapat disebabkan oleh banyak factor yang kerap kaitannya dengan Covid-19. Seperti kebijakan pemerintah dalam menangani virus tersebut yaitu social distancing yang berhasil mempengaruhi perubahan prilaku konsumen (Muzalifah, Kamsi, & Sodikin, 2021; Rahmi, 2020). Yang mana, setelah diberlakukannya aturan-aturan tersebut masyarakat enggan untuk mengunjungi rumah makan dan lebih memilih untuk mememesannya secara online. Berbicara tentang perubahan prilaku konsumen, para pembisnis harus mengetahui perubahan-perubahan yang terjadi semasa pandemic ini. Karena dengan mengetahui perubahan tersebut, para pembisnis dapat menyusun strategi penjualan semasa pandemi ini, tujuannya ialah agar bisnis yang sedang dijalankan tetap dapat berjalan sebagaimana mestinya (Muhammad Khoirul Rojiqin, Hadi, & Utomo, 2022).

Sebelum berlanjut pada tahap pembahasan tentang perubahan prilaku konsumen, penulis ingin membahas sedikit tentang apa itu prilaku konsumen. Prilaku konsumen sendiri memiliki arti sebagai proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Prilaku konsumen dapat berubah-ubah mengikuti keadaan konsumen tersebut (Utomo, 2021). Sebagai contoh, prilaku konsumen anak muda tentu berbeda dengan prilaku konsumen orang tua. Dan prilaku konsumen semasa pandemic tentu juga berbeda dengan prilaku konsumen sebelum pandemi covid-19. Untuk itu, penulis akan mencoba membahas tentang perubahan apa saja yang terjadi akibat dari adanya covid-19 ini dengan melakukan penelitian sebelumnya.

Setelah melakukan beberapa penelitian, maka penulis mendapati bahwa ada banyak sekali perubahan yang terjadi pada prilaku konsumen, terutama konsumen rumah makan. Perubahan tersebut dapat kita lihat dari prilaku konsumen itu sendiri, yaitu semenjak adanya covid-19, konsumen rumah makan cenderung menanggalkan persepsi soal harga pada makanan yang di pesannya, semasa pandemi ini, konsumen lebih mengedepankan makanan yang dapat di pesan melalui online dan sifatnya praktis, meskipun harganya lebih mahal dari harga yang sebenarnya, karena konsumen perlu mengeluarkan uang tambahan untuk biaya antar. Dampak tersebut ternyata bukan hanya terjadi pada konsumen saja. Tetapi, perubahan tersebut juga terjadi pada pemilik rumah makan, yang mana pemilik rumah makan harus beradaptasi dengan perubahan yang ada, serta membuat terobosan baru agar tetap dapat bersaing dengan rumah makan yang lainnya. Bukan hanya itu, perubahan tersebut juga berdampak pada konsumen itu sendiri, yang mana pada awalnya konsumen online didominasi oleh generasi-generasi milenial, namun semenjak adanya virus corona serta kebijakan-kebijakan pemerintah dalam melawan virus tersebut, memaksa konsumen yang usisnya terbilang tua harus mengerti tentang perubahan model bisnis seperti e-commers sebagai transaksi jual beli.

METODE

Metode penelitian yang dilakukan penulis dengan model kualitatif dan dilaporkan dengan narasi deskriptif. Informasi yang didapatkan dengan cara mendatangi suatu lembaga bisnis langsung ke lokasi bisnis terutama bisnis rumah makan serta melakukan wawancara pada pemilik bisnis. Dokumentasi dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi yang terkait. Semua informasi dianalisis sampai jenuh dan dituangkan dalam artikel ini.

HASIL DAN DISKUSI

QS. Al-Baqarah ayat 168 berbunyi:

يايها الناس كلوا مما في الأرض حلالا طيبا ولا تتبعوا خطوات الشيطان إنه لكم عدو مبين

Artinya: Wahai sekalian manusia, makanlah oleh kalian sebagian dari makanan yang ada di permukaan bumi yang halal dan baik dan janganlah kalian mengikuti jalan-jalan syetan karena sesungguhnya syetan itu musuh nyata kalian.

Tak dapat dipungkiri bahwa pergerakan bisnis sekarang ini banyak yang mengarah kepada e-commers, penulis berpendapat bahwa perubahan ini akan terus ada walaupun pandemic sudah berakhir nantinya. Artinya, para konsumen dipaksa untuk dapat memahami serta mengikuti perubahan-perubahan yang ada. Ternyata pandemi covid-19 ini telah berhasil merubah perilaku konsumen dan juga para pembisnis. Hendaknya para konsumen tetap mengkonsumsi makanan yang halal dan baik dari aspek dzatnya maupun dari aspek cara mendapatkannya.

Perubahan ini sangat berdampak pada bisnis-bisnis rumah makan, maka dari itu beberapa pembisnis membuka terobosan baru yaitu menyediakan jasa antar makanan ke tempat konsumen, serta mulai menggabungkan bisnis yang di miliknya dengan bisnis model online atau yang biasa disebut dengan e-commers, dan tentunya ini akan menambah pengeluaran rumah makan tersebut karena harus menambah pekerja untuk mengantarkan pesanan makanan serta rumah makan tersebut harus memahami metode bisnis e-commers. Benar saja, rumah makan yang menerapkan terobosan tersebut dapat bertahan bahkan mengembangkan usaha rumah makan nya. Tak hanya berdampak negative, perubahan perilaku konsumen yang di akibatkan oleh pandemi Covid-19 ternyata juga berdampak positif terhadap konsumen serta para pembisnis. Yaitu, dengan perubahan model bisnis seperti sekarang ini, konsumen akan dengan mudah memesan makanan yang diinginkannya melalui handphone yang dimilikinya. Konsumen cukup berada di rumah dan penjual makanan akan mengantarkan pesannya ke tempat konsumen. Ternyata, setelah melihat perubahan perilaku ini, hampir seluruh rumah makan menyediakan jasa antar pesanan, hal ini tentu akan berdampak pada semua rumah makan. Maka dari itu, pembisnis harus mencari atau menciptakan keunggulan pada rumah makan nya. Yang mana harapannya keunggulan tersebut dapat menarik minat pelanggan terhadap rumah makan nya. Untuk itu penulis menyarankan kepada rumah makan untuk berlomba-lomba mengunggulkan rumah makan nya dari segi kualitas. Karena bagaimanapun konsumen akan mengedepankan rumah makan yang dianggap berkualitas tinggi.

Banyak sekali perubahan perilaku konsumen rumah makan semasa pandemi yang dapat kita lihat sekarang ini, sebagai mahasiswa sudah seharusnya kita dapat menciptakan pembaharuan terhadap bisnis yang kita jalani, karena metode bisnis yang sekarang ini terus berjalan maju kepada perubahan-perubahan. Pelajaran yang didapat oleh mahasiswa selama di kelas bisa diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari selama covid-19 terutama yang terkait dengan perilaku konsumsi (Utomo & Dina Juni, 2021). Berikut adalah langkah yang tepat yang dapat dilakukan dalam menyikapi perubahan-perubahan yang ada termasuk pemaparan tentang langkah yang dapat dilakukan dalam menyikapi perubahan tersebut.

Menyadari Perubahan Metode Bisnis

Hal yang terpenting ialah kita sebagai mahasiswa maupun pembisnis terutama bisnis rumah makan diharuskan untuk sadar dan melihat lebih jelas tentang perubahan-perubahan yang ada (Muna & Qomar, 2020). Karna hal yang fatal yang sering terjadi ialah para pembisnis tidak menyadari perubahan bentuk bisnis yang ada, sehingga tidak membuat strategi untuk menyikapi perubahan tersebut.

Mulailah Membuat Strategi

Jika Anda seorang pembisnis yang masih berjalan sampai sekarang, Anda harus terus memperbaharui strategi penjualan anda seiring dengan perubahan yang ada sekarang ini. Adapun strategi yang dapat anda perdalam lagi ialah strategi digital marketing. Dengan menggunakan strategi ini tentu akan membantu bisnis anda dalam melawan arus perubahan (Utomo, 2017).

Meningkatkan Kualiat Produk dan Pelayanan

Yang tak kalah penting dari kedua poin diatas ialah meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, dalam bisnis rumah makan, tentu kualitas makanan menjadi hal yang terutama, karena jika rumah makan yang anda tidak memiliki kualitas yang baik, maka strategi penjualan bagaimanapun tidak akan membantu anda dalam memajukan usaha rumah makan anda (Rusydah & Utomo, 2019). Kualitas yang baik juga harus berjalan sejajar dengan pelayanan yang baik, karena pelayanan yang baik akan menjadi nilai lebih yang dapat dimiliki rumah makan anda.

KESIMPULAN

Pandemi Covid 19 telah berhasil merubah perilaku konsumen rumah makan, untuk itu penting bagi para pebisnis rumah makan untuk menyadari perubahan tersebut dan membuat strategi agar bisnis rumah makan dapat terus berjalan dan berkembang. Karena jika hanya berpatokan pada strategi penjualan model lama, rumah makan yang anda miliki dapat tertinggal akibat dari perubahan yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhammadi, S. (2022). Analyzing the Role of Islamic Finance in Kuwait Regarding Sustainable Economic Development in COVID-19 Era. *Sustainability (Switzerland)*, 14(2).
<https://doi.org/10.3390/su14020701>
- Danylyshyn, B., & Bohdan, I. (2020). Developing a system of anti-crisis measures for Ukraine's economy in the spread of the coronavirus pandemic. *Banks and Bank Systems*, 15(2), 1–15.
[https://doi.org/10.21511/bbs.15\(2\).2020.01](https://doi.org/10.21511/bbs.15(2).2020.01)
- Laster Pirtle, W. N. (2020). Racial Capitalism: A Fundamental Cause of Novel Coronavirus (COVID-19) Pandemic Inequities in the United States. *Health Education and Behavior*, 47(4), 504–508.
<https://doi.org/10.1177/1090198120922942>
- Muhammad Khoirul Rojiqin, Hadi, S. N., & Utomo, Y. T. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Shopee Melalui E-Satisfaction Di Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Prespektif Syariah. *Jamasy: Jurnl Akuntansi, Manajemen, Dan Perbankan Syariah*, 2(2020), 1–16.
- Muna, T. I., & Qomar, M. N. (2020). Relevansi Teori Scarcity Robert Malthus Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(1), 1–14.
<https://doi.org/10.36407/serambi.v2i1.134>
- Muzalifah, Kamsi, & Sodikin, A. (2021). The interconnection of Maşlahah in Traditional Market Management Policy during the Pandemic in the City of Yogyakarta. *Asy-Syir'ah: Jurnal Ilmu Syariah Dan Hukum*, 55(Juni), 1–31. <https://doi.org/10.14421/asy-syir>
- Rahmi, N. (2020). *Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Keberlangsungan Pembiayaan Akad Musyarakah Di Bmt Beringharjo Kc. Malioboro.*
- Rusydah, M., & Utomo, Y. T. (2019). Analisis Manajemen Pengendalian Mutu Produksi pada Bakpia Djojja Tahun 2016 Berdasar Perencanaan Standar Produksi. *Jurnal Ekonomi Islam*, 18(1).
- Tiirinki, H., Tynkkynen, L. K., Sovala, M., Atkins, S., Koivusalo, M., Rautiainen, P., ... Keskimäki, I. (2020). COVID-19 pandemic in Finland – Preliminary analysis on health system response and economic consequences. *Health Policy and Technology*, 9(4), 649–662.
<https://doi.org/10.1016/j.hlpt.2020.08.005>
- Utomo, Y. T. (2017). Strategi Memasuki Pasar Global; Studi Kasus Yanto Pottery Kasongan Bantul. *Az-Zarqa': Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 9. Retrieved from <http://ejournal.uin-suka.ac.id/syariah/azzarqa/article/viewFile/1432/1239>
- Utomo, Y. T. (2021). Perilaku Ekonomi Mbah Waginem. *Youth Islamic Economic Journal*, 02(02), 1–9. Retrieved from <http://jurnalhamfara.ac.id/index.php/yie/article/view/120>
- Utomo, Y. T., & Dina Juni. (2021). RESPON MAHASISWA TERHADAP PEMBELAJARAN SEJARAH PEMIKIRAN EKONOMI ISLAM (SPEI) DI STEI HAMFARA YOGYAKARTA. *Historis*, 6(1), 25–32. Retrieved from <http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis/article/view/5324>