

SOSIALISASI PERKEMBANGAN USAHA FOOD AND BEVERAGE DI MASA PANDEMI COVID-19 KEPADA SISWA-SISWI SMK PARIWISATA

Nova Sitorus^{1*}, Juliana², Aldo Leonardo³

^{1,2,3} Fakultas Pariwisata, Universitas Pelita Harapan, MH Thamrin Boulevard 1100, Klp. Dua,
Kec. Klp. Dua, Tangerang, Banten 15811

*nova.sitorus@uph.edu

ABSTRAK

Pengabdian Kepada Masyarakat merupakan salah satu Tri Dharma perguruan tinggi yang dilakukan untuk memberikan manfaat bagi masyarakat. Pengabdian Kepada Masyarakat yang dijalankan ini berfokus pada usaha Food and Beverage yang bertujuan untuk memperkenalkan situasi food and beverage pada masa pandemic Covid-19 dan bagaimana cara untuk bangkit kembali. Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan bentuk sosialisasi kepada siswa-siswi SMK di bidang pariwisata dalam bentuk daring via aplikasi Zoom. Kegiatan ini dipandu oleh dosen pembimbing dan melibatkan mahasiswa dalam memberikan sosialisasi tentang bagaimana kondisi perkembangan usaha food and beverage di masa Pandemi Covid-19. Peserta yang hadir juga diberikan beberapa tips dalam memasarkan usaha food and beverage di masa pandemi Covid-19 sesuai dengan konsep yang dimiliki oleh CLOUD KITCHEN (sebuah usaha restoran yang tetap bertahan di masa pandemic Covid-19) Untuk mengukur hasil dari pengabdian ini diukur dengan menggunakan pre-test dan post-test sehingga dapat melihat dampak dan manfaat dari kegiatan ini.

Kata Kunci : *food, beverage, pariwisata, pandemic, COVID-19*

PENDAHULUAN

Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 20 (Republik Indonesia, 2003) , Perguruan Tinggi berkewajiban menyelenggarakan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat disamping melaksanakan pendidikan. Oleh karena itu, tim Pengabdian kepada Masyarakat ingin membagikan ilmu yang telah tim pengabdian kepada masyarakat dapatkan dari pendidikan tim pengabdian kepada masyarakat kepada siswa-siswi SMK Pariwisata Puspa Wisata PGRI Serpong dalam bentuk sosialisasi. Melalui kegiatan ini tim pengabdian kepada masyarakat akan memperkenalkan tentang pentingnya bauran pemasaran pada usaha kuliner terutama pada saat pandemi ini. Situasi di dunia sekarang ini masih dilanda oleh pandemi COVID 19. Indonesia mengalami hal yang serupa dengan belahan negara lainnya, sampai detik ini, Indonesia sudah mencapai lebih dari 369.000 kasus COVID 19, tentu saja hal ini berdampak kepada

hampir semua aspek perekonomian di Indonesia. (Nasution et al., 2020) bahwa pertumbuhan ekonomi bisa tertekan hingga level 2,5 % hingga 0 % hal itu bisa terjadi ketika tidak dilakukan strategi pencegahan yang baik dan tepat untuk mengatasi hal tersebut, dan saat ini negara telah menambahkan insentif untuk petugas kesehatan sebesar 20 % dan jumlah bidang kesehatan sebesar 6,1 Triliun dan juga pada saat ini dan juga hal ini menjadi perhatian bagi ekonomi global. Virus COVID-19 juga berdampak pada investasi karena masyarakat akan lebih berhati-hati saat membeli barang maupun investasi.

Pada industri pariwisata sendiri Badan Pusat Statistik (Badan Pusat Statistik, 2020) mencatat kunjungan wisatawan mancanegara pada Maret 2020 turun sebesar 45,50 persen dibandingkan bulan Februari 2020. Dibandingkan pada Maret 2019, jumlah kunjungan wisman pada Maret 2020 mengalami penurunan sebesar 64,11 persen. Dampak pandemi terhadap pendapatan perusahaan berbeda menurut skala perusahaan (mikro, kecil, menengah dan besar). Namun, lokasi usaha dan sektor usaha diduga juga memengaruhi besarnya perubahan pendapatan. Penurunan pada sektor Akomodasi dan makan minum sebesar 92.47% gerai. Secara garis besar penurunan pendapatan tercatat 82.25% dan secara umum yang berarti 8 dari setiap 10 pengusaha mengalami penurunan. Perubahan pada pola hidup masyarakat mengalami perubahan dari penerapan protokol kesehatan, mengisi waktu luang, komunikasi, sarana transportasi hingga memenuhi kebutuhan pokok seperti makan. Sarana transportasi sendiri pun tercatat turun hingga 85%. (Badan Pusat Statistik, 2020) Terlihat dari perubahan perilaku masyarakat dalam memenuhi asupan pokoknya, maka ini yang menjadi perhatian adalah menjual makanan yang berbasis *online*, dapat melalui *media social media* ataupun aplikasi layanan pengantaran seperti *Grabfood* atau *Gojek*. (Moyeenudin et al., 2020) Konsep utama *cloud kitchen* ini sendiri ialah menyediakan restaurant makanan dan minuman yang hanya dilayani melalui fasilitas *delivery* saja. *Cloud Kitchen* memiliki keunggulan dimana tidak memerlukan area fisik pada restoran untuk menyajikan makanan dan minuman. Penjualan makanan yang dilakukan secara penuh dalam bentuk *online delivery*. Karena itu modal untuk usahanya tidak terlalu besar. Dengan modal usaha yang lebih kecil, maka resiko menjadi relatif lebih kecil.

Pengabdian Kepada Masyarakat memfokuskan kepada perkembangan usaha *food & beverage* sebelum dan setelah masa pandemi. Dengan mengetahui informasi-informasi terkait perubahan yang terjadi, maka dapat menjadi wawasan atau gambaran secara dasar mengenai kondisi dunia usaha *food & beverage* pada saat ini. Siswa-siswi SMK Pariwisata Puspa Wisata PGRI Serpong dapat menambah pengetahuan, keterampilan dan kreatifitas mereka untuk membuat produk serta melihat peluang untuk mewujudkannya menjadi sebuah bisnis.

Dengan kondisi pandemi COVID-19, dapat dilihat bahwa kegiatan ekonomi terhambat hampir dalam semua aspek perekonomian.. Dimulai dari kegiatan sehari-hari masyarakat yang dibatasi dengan peraturan PSBB hingga peraturan-peraturan mengenai pencegahan menggunakan transportasi udara dan logistik. Sehingga aktivitas dari sektor pariwisata dan juga usaha *food & beverage* menjadi terhambat.

Pada sektor *food & beverage* sendiri telah mengalami penurunan dan kenaikan tergantung dari inovasi dan antisipasi pada masing-masing gerai. Sosialisai ini akan menjelaskan secara spesifik mengenai penurunan dan kenaikan tersebut. Diharapkan siswa-siswa SMK Pariwisata Puspa Wisata PGRI Serpong yang mengikuti sosialisasi ini dapat memiliki wawasan tentang kondisi usaha *food & beverage* sekarang ini dan dapat menjadikannya sebagai panduan jika ingin memulai sebuah usaha *food & beverage* yang dimulai dari skala kecil hingga menengah ataupun besar. (Sudaryono et al., 2020) menegaskan bahwa *e-commerce* mendorong perekonomian Indonesia pada masa pandemi ini. Pada sektor penjualan makanan yang dilakukan secara *online*, mengalami peningkatan hingga 55%

METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah dengan membuat sosialisasi daring melalui aplikasi *Zoom*. Kegiatan ini diawali dengan pemberian *pre test* kepada *peserta* untuk mengetahui sejauh mana peserta telah mengetahui topik yang akan disampaikan terlebih dahulu. Setelah itu, pemateri menyampaikan materi tentang sosialisasi perkembangan usaha *Food and Beverage* di masa Pandemi Covid-19. Setelah penyampaian materi tentang perkembangan usaha *Food and Beverage* di masa Pandemi Covid-19, pemateri memberikan tips dan kiat untuk tetap bisa mempertahankan *usaha Food and Beverage* di masa Pandemi Covid-19. Setelah seluruh materi disampaikan, diberikan *post test* untuk melihat hasil yang didapatkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menjawab situasi dan permasalahan yang ada, tim PKM akan mengadakan kegiatan Pengabdian Kepada *Masyarakat* dalam bentuk sosialisasi kepada siswa-siswi SMK Pariwisata Puspa Wisata PGRI Serpong. Dikarenakan adanya *social distancing*, sosialisasi dilakukan dalam bentuk pengabdian kepada masyarakat akan dilakukan secara *online* menggunakan aplikasi *zoom*

Permasalahan usaha *food & beverage* pada masa pandemi COVID-19 dapat diatasi dengan berbagai cara seperti penerapan bauran pemasaran yang cocok dengan situasi ini. Penerapan pada 8P dapat diganti atau beradaptasi seperti perubahan pada *Price* dimana harga bisa diterapkan lebih murah, *Place* yang sebelumnya memerlukan tempat makan dapat diubah menjadi *online delivery*. Contoh usaha *food & beverage* yang berkembang pada masa pandemi COVID-19 adalah konsep dapur "*Cloud Kitchen*" dimana sebuah restoran tidak memiliki fasilitas restoran untuk makan, hanya sebuah dapur dan penjualan dilakukan secara *online delivery*.

Sebagai mahasiswa dan dosen dari Universitas Pelita Harapan program studi pengelolaan perhotelan, pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat harus memberikan suatu wawasan kepada masyarakat dengan materi yang telah tim PKM siapkan. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat juga belajar untuk berbagi wawasan yang telah dipelajari, diteliti selama ini di bangku perkuliahan. Diharapkan melalui acara Pengabdian Kepada Masyarakat dalam bentuk sosialisasi, Siswa-siswi SMK Pariwisata Puspa Wisata dapat menerapkan ilmu dari materi dan membagikannya

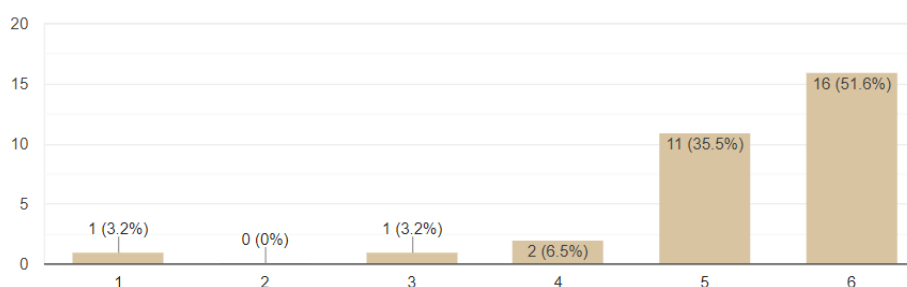
ke lingkungan sekitar dan berkelanjutan

Hasil dari kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa peserta PKM mengalami wawasan yang bertambah/berubah mengenai usaha *Food and Beverage*. Pengertian atas wawasan diukur dari hasil pengisian *Pre-Test* dan *Post-Test* berjumlah masing-masing 10 butir pertanyaan yang diisi oleh 31 peserta. Pertanyaan dari *Pre-Test* dan *Post-Test* dijawab dengan memberikan skala nomor 1 – 6 dimana skala 1 merupakan sangat tidak setuju, skala 2 tidak setuju, skala 3 sedikit tidak setuju, skala 4 sedikit setuju, skala 5 setuju dan skala 6 sangat setuju. Hasil dari evaluasi akan di paparkan dalam bentuk grafik. Berikut pertanyaan dan hasil dari evaluasi tersebut:

1) **Akomodasi Makan dan Minum merupakan salah satu subsektor di bidang pariwisata :**

Pre-Test

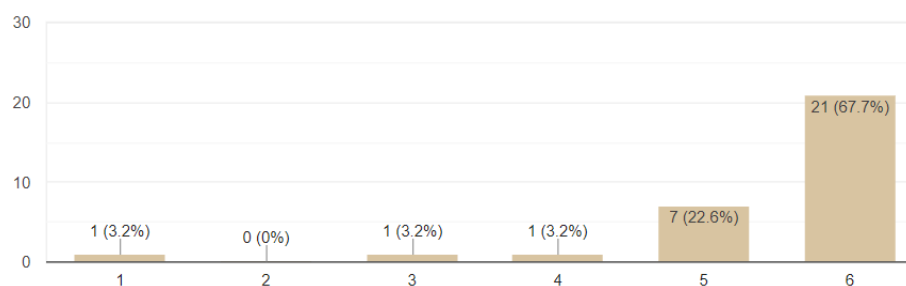
Grafik 1. Hasil pre-test akomodasi makan dan minum



Sumber : Data olahan peneliti

Post-Test

Grafik 2. Hasil post-test akomodasi makan dan minum



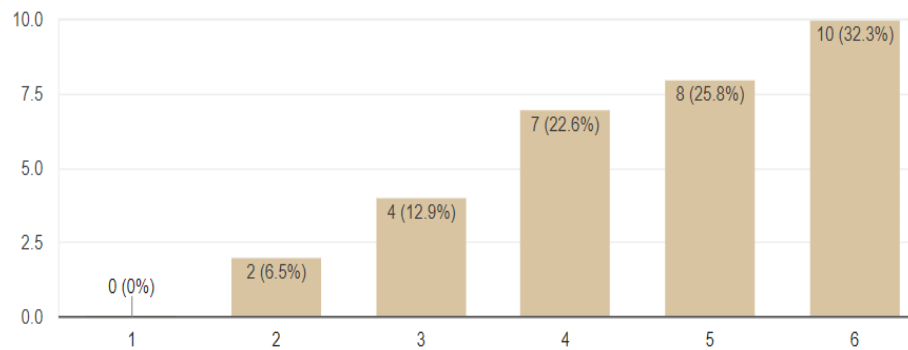
Sumber : Data olahan peneliti

Hasil *Pre-Test* menunjukkan 51.6% peserta menjawab sangat setuju dan pada *Post-Test* menunjukkan 67.7% peserta yang menjawab sangat setuju. Terjadi peningkatan dalam pemahaman materi yang disampaikan sehingga dapat dikatakan bahwa dalam sosialisasi akomodasi makanan dan minuman dapat dimengerti oleh peserta.

2) Usaha Kuliner dapat terpengaruh secara Negatif oleh Covid-19 :

Pre-Test

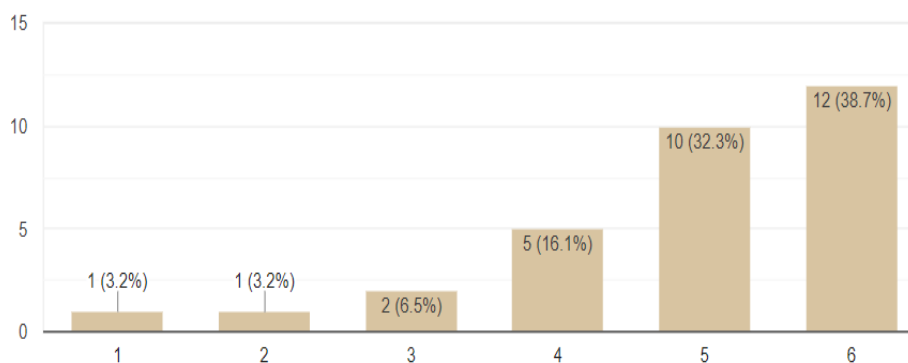
Grafik 3. Hasil pre-test pengaruh negatif Covid-19



Sumber : Data olahan peneliti

Post-Test

Grafik 4. Hasil post-test pengaruh negatif Covid-19



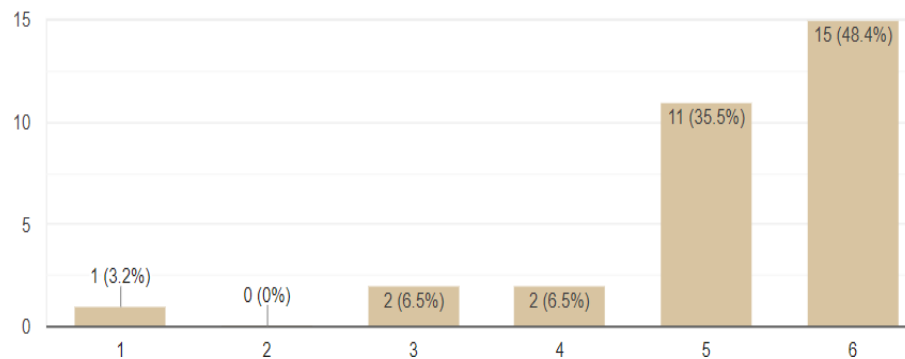
Sumber : Data olahan peneliti

Hasil *Pre-Test* menunjukkan 12.9% dimana peserta cenderung tidak setuju, 22.6% peserta cenderung setuju dan pada *Post-Test* menunjukkan 6.5% peserta cenderung tidak setuju, 16.1% peserta cenderung setuju. Hal tersebut menunjukkan peserta setuju bahwa pemilik usaha mendapat pengaruh negatif karena adanya Pandemi Covid-19. Hal ini berguna untuk memberikan solusi untuk bisa tetap mempertahankan usaha di masa Pandemi Covid-19.

3) Produk yang ditawarkan oleh perusahaan :

Pre-Test

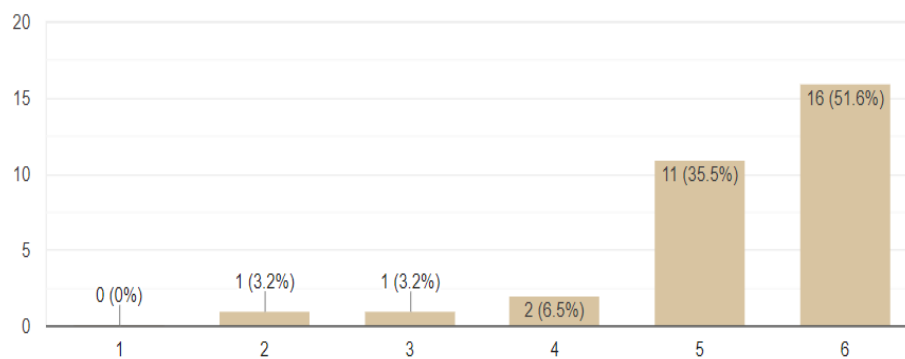
Grafik 5. Hasil pre-test produk



Sumber : Data olahan peneliti

Post-Test

Grafik 6. Hasil post-test produk



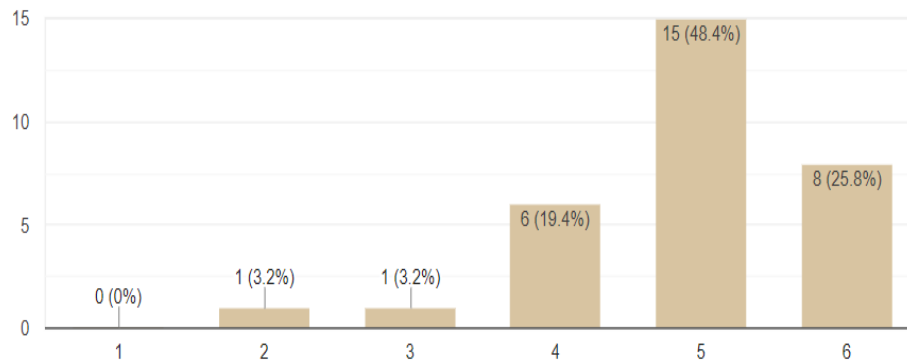
Sumber : Data olahan peneliti

Dari hasil pre test dan post test tidak ada perubahan yang terlalu signifikan. Hal tersebut dikarenakan oleh peserta yang sudah memahami tentang produk dari *food and beverage*.

4) *Price Mengacu kepada value of money (keuntungan yang didapat dibandingkan dengan jumlah uang yang dibayarkan) :*

Pre-Test

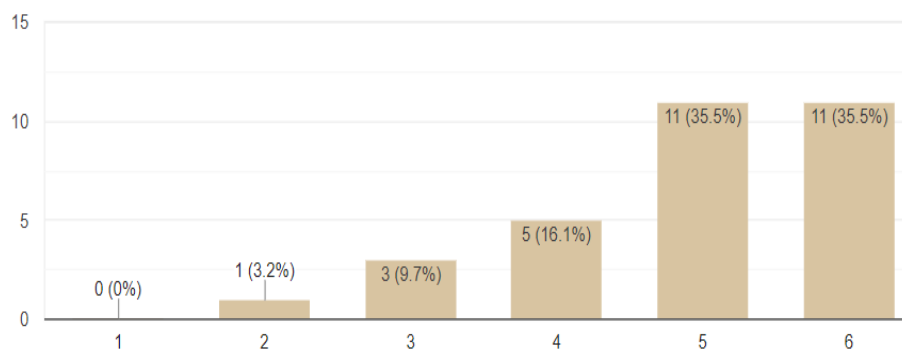
Grafik 7. Hasil pre-test value of money



Sumber : Data olahan peneliti

Post-Test

Grafik 8. Hasil post-test value of money



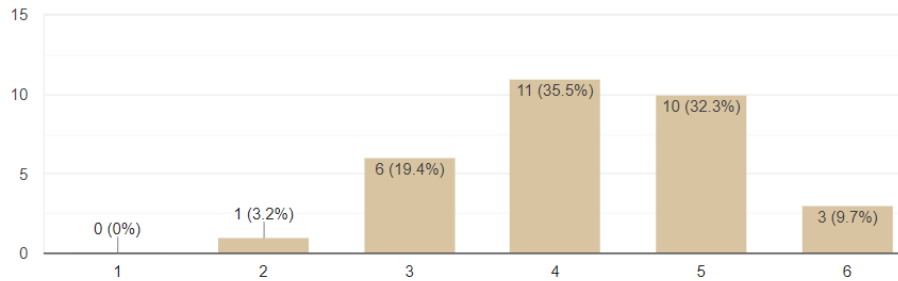
Sumber : Data olahan peneliti

Hasil *Pre-Test* menunjukkan 25.8% peserta menjawab sangat setuju dan pada *Post-Test* terdapat peningkatan, 35.5% peserta menjawab sangat setuju. Terjadi peningkatan dalam pemahaman materi yang disampaikan tentang value of money dalam usaha *food and beverage*.

5) **Place mengacu kepada saluran distribusi (langsung dan tidak langsung) :**

Pre-Test

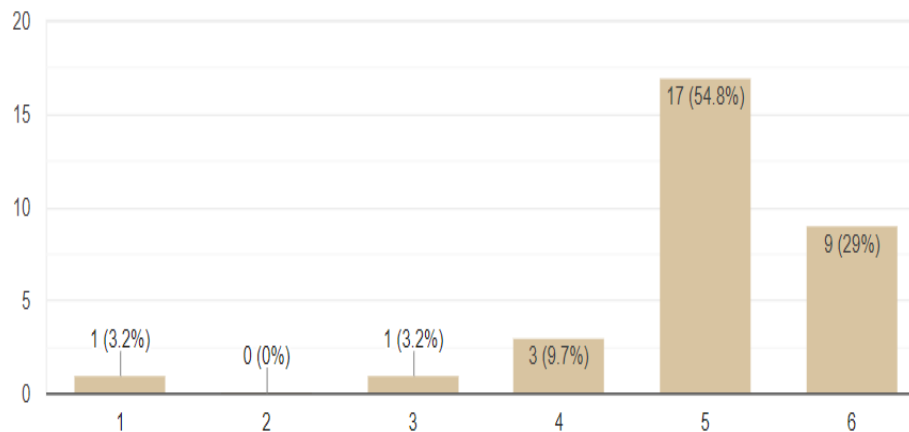
Grafik 9. Hasil pre-test saluran distribusi



Sumber : Data olahan peneliti

Post-Test

Grafik 10. Hasil post-test saluran distribusi



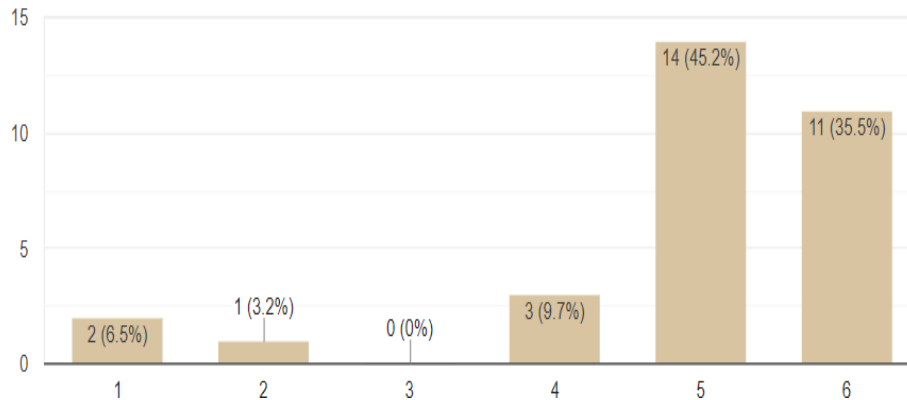
Sumber : Data olahan peneliti

Hasil *Pre-Test* menunjukkan 19.4% cenderung tidak setuju, 35.5% cenderung setuju, 32.3% setuju dan 9.7% sangat setuju. Hasil *Post-Test* menunjukkan penurunan signifikan pada cenderung tidak setuju menjadi 3.2% dan cenderung setuju menjadi 9.7%. Peningkatan pada setuju sebesar 54.8% dan sangat setuju menjadi 29%. Terjadi peningkatan dalam pemahaman materi yang disampaikan mengenai saluran distribusi dalam usaha *food and beverage*.

6) **Promotion berfungsi untuk menyampaikan informasi secara persuasif tentang produk dan jasa yang ditawarkan :**

Pre-Test

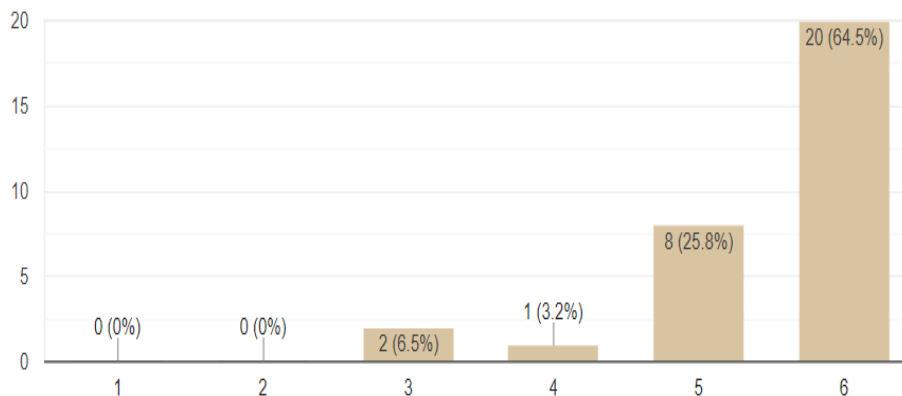
Grafik 11. Hasil pre-test promotion



Sumber : Data olahan peneliti

Post-Test

Grafik 12. Hasil post-test promotion



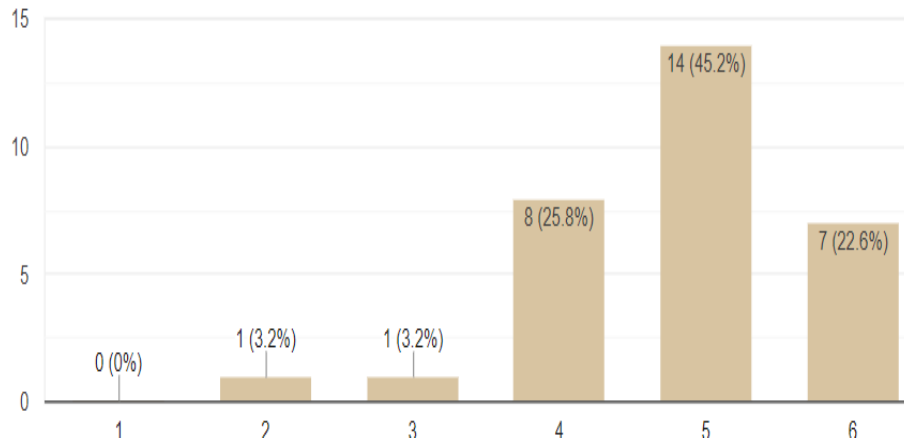
Sumber : Data olahan peneliti

Hasil *Pre-Test* menunjukkan 45.2% peserta setuju dan 35.5% sangat setuju. Hasil *Post-Test* menunjukkan 25.8% setuju dan 64.5% sangat setuju. Terjadi peningkatan yang sangat signifikan pada pemahaman materi tentang promosi di usaha *food and beverage*.

7) *People* mengacu kepada semua orang yang terlibat dalam usaha pariwisata

Pre-Test :

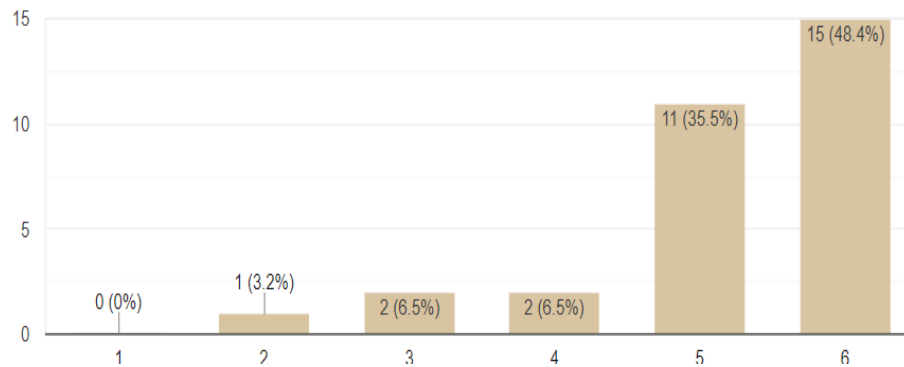
Grafik 13. Hasil pre-test people



Sumber : Data olahan peneliti

Post-Test

Grafik 14. Hasil post-test people



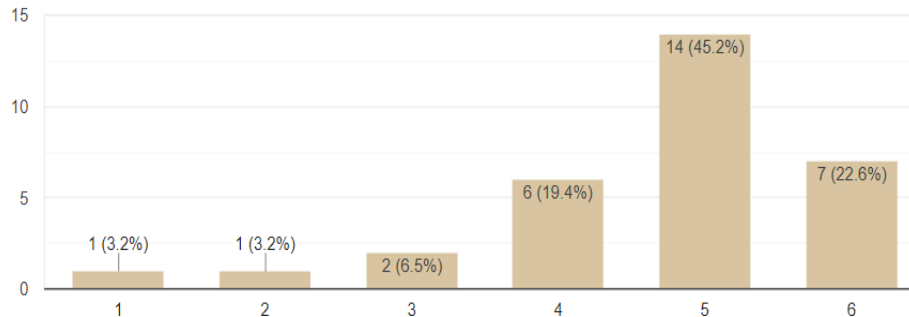
Sumber : Data olahan peneliti

Hasil *Pre-Test* menunjukkan 25.8% cenderung setuju, 22.6% sangat setuju. Hasil *Post-Test* menunjukkan 6.5% setuju, 48.8% sangat setuju. Terjadi peningkatan dalam pemahaman materi yang disampaikan tentang konsep *people* dalam usaha food and beverage.

8) *Programming* mengacu kepada acara-acara atau aktivitas yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan pada masa tertentu :

Pre-Test

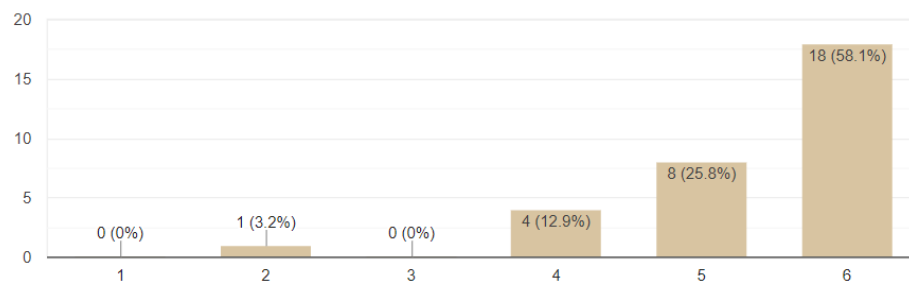
Grafik 15. Hasil pre-test programming



Sumber : Data olahan peneliti

Post-Test

Grafik 16. Hasil post-test programming



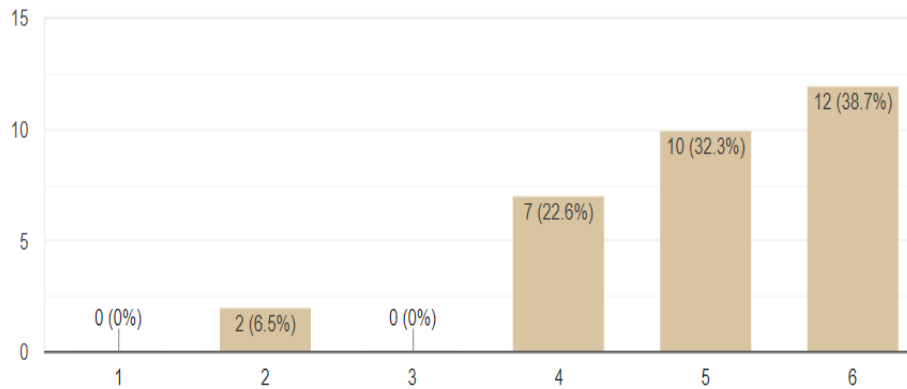
Sumber : Data olahan peneliti

Hasil *Pre-Test* menunjukkan total 14% peserta menjawab tidak setuju. Hasil *Post-Test* menunjukkan hanya 3.2% peserta yang tidak setuju. Terjadi peningkatan dalam pemahaman materi yang disampaikan tentang *programming* dalam usaha *food and beverage*.

9) **Packaging mengacu kepada gabungan produk atau jasa utama dengan layanan tambahan yang disajikan dalam satu harga :**

Pre-Test

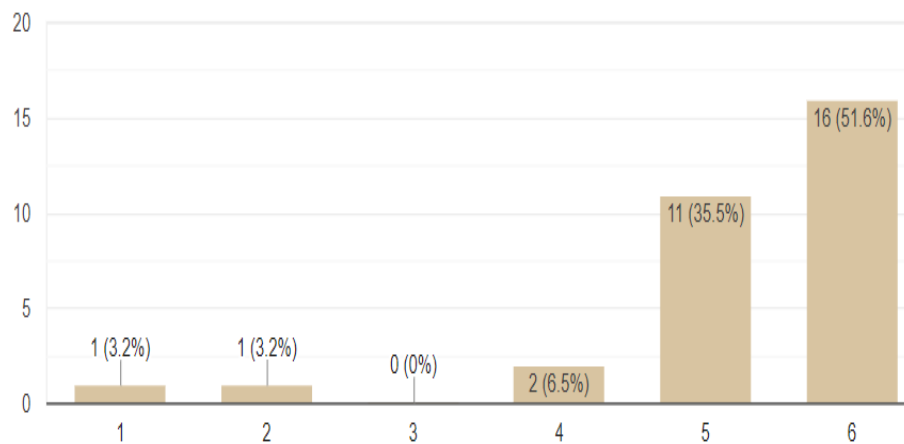
Grafik 17. Hasil pre-test packaging



Sumber : Data olahan peneliti

Post-Test

Grafik 18. Hasil post-test packaging



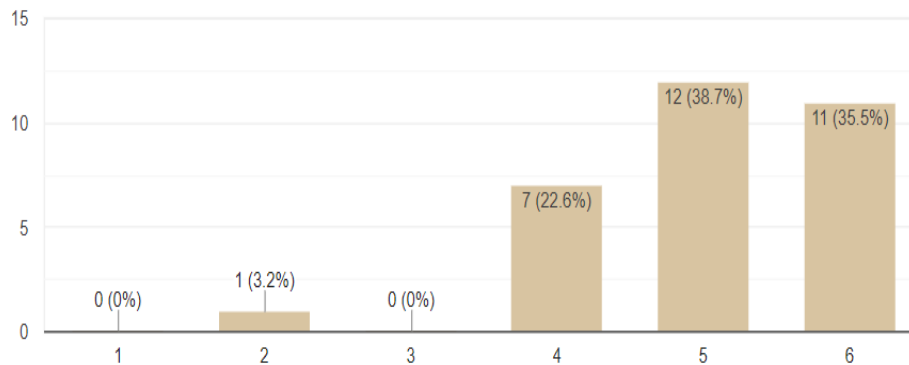
Sumber : Data olahan peneliti

Hasil *Pre-Test* menunjukkan 22.6% peserta cenderung setuju, 38.7% sangat setuju. Hasil *Post-Test* menunjukkan 6.5% peserta cenderung setuju, 51.6% sangat setuju. Terjadi peningkatan sangat setuju, peserta memahami materi yang telah disampaikan tentang *packaging* dalam usaha *food and beverage*.

10) Partnership mengacu kepada kerja sama yang dilakukan organisasi atau perusahaan dengan organisasi atau perusahaan lainnya :

Pre-Test

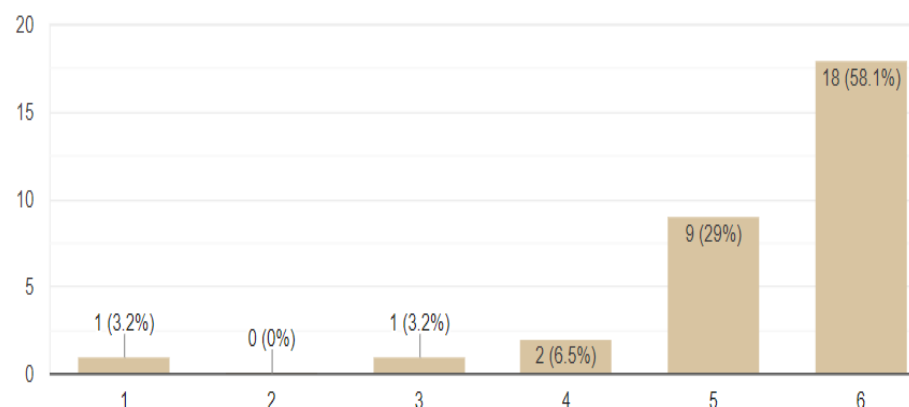
Grafik 19. Hasil pre-test partnership



Sumber : Data olahan peneliti

Post-Test

Grafik 20. Hasil post-test partnership



Sumber : Data olahan peneliti

Hasil *Pre-Test* menunjukkan 22.6% peserta cenderung setuju, 38.7% setuju dan 35.5% sangat setuju. Hasil *Post-Test* menunjukkan peningkatan pada sangat setuju menjadi 58.1%. Terjadi peningkatan dalam pemahaman materi yang disampaikan mengenai *partnership* dalam usaha *food and beverage*. Dengan hasil keseluruhan dari *pre test* dan *post test* diatas, dapat disimpulkan bahwa peserta mengalami peningkatan pengetahuan terhadap 10 pertanyaan tentang bauran pemasaran dalam usaha *food and beverage* yang berarti peserta memahami materi-materi yang telah disampaikan. Dengan demikian kegiatan ini memberikan dampak positif serta manfaat bagi peserta.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan ini adalah, sosialisasi tentang perkembangan usaha *food and beverage* di masa pandemi Covid-19 kepada siswa-siswi SMK pariwisata berjalan dengan baik dan memberi manfaat bagi peserta. Sosialisasi ini dapat menjadi wawasan yang berguna sebagai bekal untuk peserta dalam mengetahui perkembangan usaha *food and beverage* di masa pandemi Covid-19 dan bagaimana tetap bisa menjalankan usaha di bidang *food and beverage* sesuai dengan konsep Cloud Kitchen dan bauran pemasaran. Kegiatan ini juga berguna bagi mahasiswa Pengelolaan Perhotelan, Fakultas Pariwisata UPH dalam merencanakan sebuah kegiatan yang berguna bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- 2003, U. N. 20 T. (2003). *undang-undang no. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional*. 147–173.
- Moyeenudin, H. M., Anandan, R., & Bindu, G. (2020). A Research on Cloud Kitchen Prerequisites and Branding Strategies. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 9(3), 983–987.
- Nasution, D. A. D., Erlina, E., & Muda, I. (2020). Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Benefita*, 5(2), 212.
- Statistik, Badan Pusat. (2020). *Analisis Hasil Survey Dampak Covid-19 terhadap Pelaku Usaha*.
- Statistik, Badan Pusat. (2020). *Perilaku Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19* (Vol. 19, Issue September). BPS RI.
- Sudaryono, Rahwanto, E., & Komala, R. (2020). E-commerce Dorong Perekonomian Indonesia, selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Bisnis (JUMANIS) Prodi Kewirausahaan*, 2(1), 200–213.