

## PERUBAHAN PERKEMBANGAN RITEL DI INDONESIA DI ERA “NEW NORMAL” STUDI KASUS JATINANGOR

Eka Purna Yudha<sup>\*1</sup>, Nadila Indarwati<sup>2</sup>, Vini Aisyah Aminingrum<sup>3</sup>, Siti Nurul Khotimah<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Fakultas Pertanian, Universitas Padjadjaran, Jl. Raya Bandung Sumedang KM 21, Jatinangor  
<sup>\*</sup>Email: [eka.purna.yudha@unpad.ac.id](mailto:eka.purna.yudha@unpad.ac.id)

### ABSTRAK

Pandemi COVID-19 telah menyebabkan terjadinya perubahan perilaku konsumen, Hal ini mengganggu banyak sektor-sektor yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat, terutamanya sektor pertanian. Sektor pertanian ini menjadi sorotan karena memiliki kaitan dengan ketahanan pangan nasional. Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian survei. Penelitian survei merupakan penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Hasil survey yang telah kami lakukan di Jatinangor menyatakan gambaran ritel yang di inginkan konsumen saat COVID 19 ini yaitu Pembukaan Ritel sesuai Protokol Kesehatan, Ritel memiliki stock barang kebutuhan paling banyak diminati, Ritel menyediakan tempat cuci tangan di area toko , Waktu tutup ritel ditambahkan untuk menghilangkan keramaian Dan dalam menghadapi New Normal ini ritel di Indonesia khusus di jatinangor sendiri sudah mulai berbenah untuk mengikuti kebijakan-kebijakan prosedur kesehatan dalam memasuki new normal ini. Aturan umum yang berlaku ialah, sediakan fasilitas cuci tangan, desinfektan berkala setiap empat jam sekali, wajib gunakan masker, pastikan pekerja berperilaku hidup bersih dan sehat, cek suhu badan perkerja dan pengunjung, pasang informasi tentang pembatasan jaga fisik, cuci tangan dan memakai masker, bagi yang suhu badan diatas 37,3 derajat celcius setelah dua kalo dicek tidak diperkenankan masuk.

Kata kunci: Covid-19, New Normal, Ritel, perilaku konsumen

### PENDAHULUAN

Pada awal tahun 2020, dunia dihebohkan dengan adanya wabah virus corona (COVID-19) yang berasal dari China. Virus corona menyebabkan kepanikan di seluruh dunia dan menimbulkan korban jiwa sampai ribuan orang di dunia. Tren jumlah pasien positif terinfeksi COVID-19 terus meningkat di Indonesia Di Indonesia telah terkonfirmasi positif COVID-19 pada per tanggal 19 Mei 2020 sebanyak 18.496 orang dengan jumlah kematian mencapai 1.221 orang dan 4.4671 orang dinyatakan sembuh (Worldmeters, 2020). *World Health Organization* (WHO) telah menetapkan COVID-19 sebagai pandemik global pada Maret 2020. FAO telah memperingatkan bahwa coronavirus COVID 19 secara jangka pendek dapat mempengaruhi ketahanan pangan nasional Indonesia (FAO, 2020). Oleh sebab itu, harus adanya kesadaran untuk menjaga ketersediaan rantai pasok makanan. Untuk mendukung ketersediaan pangan nasional tentu harus memastikan keamanan proses produksi dalam industri makanan dan ritel-ritel pendukungnya (Yudha, et al 2021; Yudha et al, 2022). Praktik distribusi ritel makanan pokok harus didukung oleh program-program prasyarat yang mencakup praktik kebersihan yang baik, pembersihan dan sanitasi, penetapan wilayah pengolahan, kontrol pemasok, penyimpanan, distribusi dan transportasi, kebersihan dan kebugaran personel untuk bekerja. Standar kesehatan perlu ditingkatkan agar produksi pangan dan kinerja rantai pasok tetap berjalan dengan aman karena risiko penularan pada pekerja di industri makanan sangat tinggi (Yudha et al, 2023). Sekarang ada persyaratan mendesak bagi industri untuk memastikan kepatuhan dengan langkah-langkah untuk melindungi pekerja dari tertular COVID-19, untuk mencegah penularan virus, dan untuk memperkuat praktik kebersihan makanan dan sanitasi (WHO and FAO, 2019).

Pandemi COVID-19 telah menyebabkan terjadinya perubahan perilaku konsumen, Dalam artikel yang diterbitkan McKinsey, konsumen saat terjadi pandemi akan cenderung mengabaikan harga dan lebih memperhatikan nilai. Hal ini dapat diartikan ganda. Pertama adalah korelasi dengan teori permintaan dimana semakin sedikit barang maka semakin tinggi harga yang diberikan. Konsumen pun akan cenderung menanggalkan persepsi harganya. Contoh: *mass buying* produk sanitasi dan suplai makanan yang ludes dalam beberapa jam. Kedua, konsumen sebisa mungkin menahan uangnya dan akan membeli barang yang

dianggapnya memiliki nilai yang sangat penting. Contoh: Orang akan cenderung menahan untuk mengkonsumsi produk komplementer seperti, paket liburan, handphone, atau barang-barang hobi.

Pandemi COVID-19 telah memberikan pelajaran berharga tentang pentingnya ketahanan pangan nasional. Diperlukan upaya berkelanjutan dari pemerintah, industri, dan masyarakat untuk memastikan ketersediaan pangan yang aman dan terjangkau bagi seluruh rakyat Indonesia. Pandemi COVID-19 menunjukkan bahwa ketergantungan pada impor bahan pangan dapat membahayakan ketahanan pangan nasional (Yudha et al, 2024). Diperlukan diversifikasi produk pangan lokal untuk mengurangi ketergantungan pada impor. Teknologi dapat membantu meningkatkan efisiensi produksi, distribusi, dan akses terhadap informasi terkait ketahanan pangan (Suryana, 2014). Masyarakat perlu dibekali pengetahuan dan keterampilan untuk meningkatkan ketahanan pangan di tingkat rumah tangga (Suharyanto, 2011; Yudha et al, 2022). Pandemi COVID-19 telah menjadi momentum untuk memperkuat ketahanan pangan nasional Indonesia. Dengan upaya bersama dari berbagai pihak, Indonesia dapat membangun sistem ketahanan pangan yang lebih tangguh dan berkelanjutan.

## **METODE PENELITIAN**

### **1. Jenis Penelitian**

Suryabrata (2008:136) metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan dan penelitiannya. Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian survei. Penelitian survei merupakan penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. (Singarimbun dan Effendi, 1995:3).

### **2. Tempat dan Waktu Penelitian**

Waktu yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah 3 Hari yaitu pada 3 – 5 Juni 2020 sedangkan untuk tempat penelitian di Kecamatan Jatinangor.

### **3. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2012:80). Arikunto (2010:134) mengatakan bahwa: sampel adalah bagian dari populasi sebagian wakil populasi yang diteliti. Sampel penelitian merupakan sebagian populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Penelitian ini, digunakan rumus slovin untuk menghitung besarnya sampel yang akan ditarik. Berdasarkan jumlah sampel yang ditentukan, kemudian ditarik sejumlah responden dengan *accidental sampling* yaitu siapa saja yang pernah menggunakan ritel dan berada di Kecamatan Jatinangor dapat diambil sebagai responden penelitian. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden.

### **4. Metode Pengumpulan (Kuesioner)**

Pengertian metode angket atau kuesioner angket atau kuesioner merupakan pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadi atau hal-hal yang ia ketahui.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Gambaran Ritel pada kondisi *The New Normal***

Selama terjadinya virus covid 19 di Indonesia telah terjadi perubahan preferensi konsumen. Perubahan ini berupa konsumen sudah banyak berbelanja secara daring (online). Sebelum terjadi pandemi Covid-19, pasar tradisional dan pasar ritel modern menjadi tempat tujuan utama konsumen untuk memenuhi kebutuhan pangan. Pada umumnya konsumen akan melakukan belanja secara langsung pada ritel. Saat masa pandemi

Covid-19 era The New Normal ini, terjadi perubahan preferensi konsumen untuk memenuhi kebutuhan pangan. Semenjak diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) masyarakat menjadi terbatas untuk beraktivitas di luar rumah karena adanya protokol *social distancing*. Setelah munculnya Surat Edaran (SE) Menteri Perdagangan Nomor 12 Tahun 2020 tentang Pemulihan Aktivitas Perdagangan yang Dilakukan pada Masa Pandemi Covid-19 dan new normal. Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) dan Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Ritel Indonesia (APPBI) telah siap untuk mengimplementasikan kondisi berusaha dalam situasi kenormalan baru atau *new normal*. Dalam memasuki *new normal* ini pengusaha ritel tetap menjalankan usaha sesuai protokol kesehatan yaitu dengan menggunakan masker dan penerapan *social distancing*. Kemudian pengusaha ritel juga memperbanyak produk yang dibutuhkan masyarakat saat ini. Hal ini juga sesuai dengan survey masyarakat di daerah jatinangor. Hasil survey menyatakan gambaran ritel yang di inginkan konsumen yaitu:

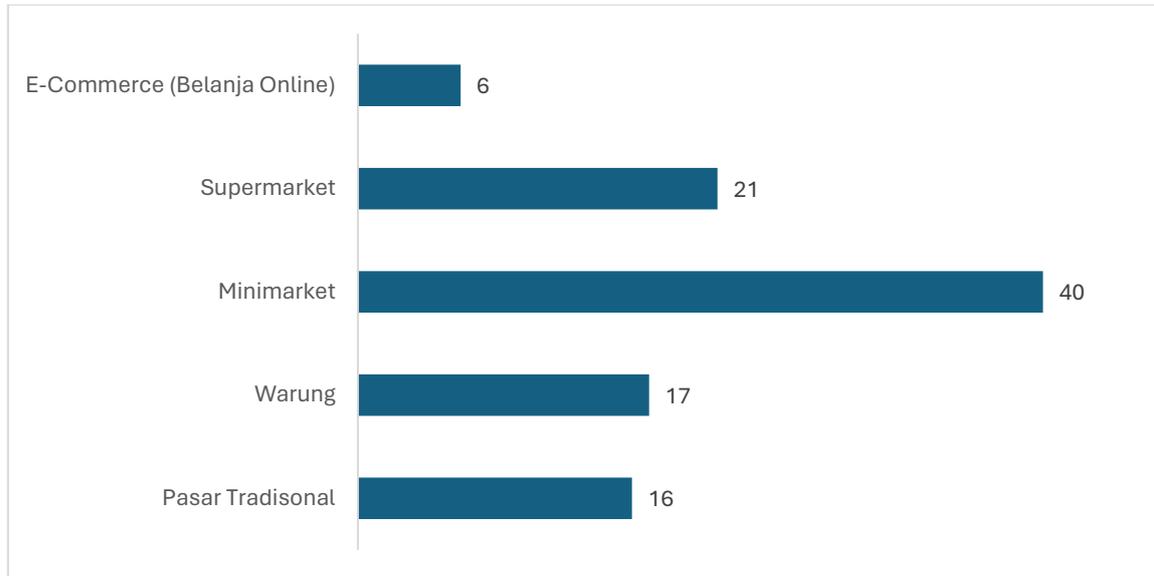
- 1) Pembukaan ritel sesuai protokol kesehatan
- 2) Ritel memiliki stok barang kebutuhan paling banyak diminati
- 3) Ritel menyediakan tempat cuci tangan di area toko
- 4) Waktu tutup ritel ditambahkan untuk menghilangkan keramaian

Peluang ritel masa depan pada era The New Normal ini contohnya adalah Amazon Go. Raksasa terbesar eCommerce dari Amerika Serikat ini menerapkan pengalaman berbelanja praktis tanpa kasir, terutama di kawasan kantor, hanya dengan mengunduh aplikasi Amazon Go di *smartphone*. Pembayaran terkoneksi secara otomatis dengan aplikasi sehingga konsumen tidak perlu lagi menunggu antrean panjang di kasir. Dengan begitu, konsumen bisa langsung keluar toko membawa barang belanjaan. Teknologi ini tentunya bisa membantu konsumen di perkotaan untuk menghindari keramaian sesuai protokol kesehatan dan juga menghemat waktu berbelanja di tengah aktivitasnya yang padat. Pebisnis ritel juga harus mencontoh inovasi menarik yang dilakukan Alibaba Hema dengan minimarket canggihnya. Perusahaan teknologi asal Tiongkok ini menawarkan konsep belanja praktis tanpa menggunakan kasir yang pembayarannya dengan teknologi pemindaian wajah. Selain berfungsi sebagai minimarket, di toko ritel modern ini konsumen juga bisa mengambil langsung barang belanjaan yang sebelumnya dibeli secara online di Alibaba.com. Dengan cara ini, konsumen bisa menghemat ongkos kirim dan mendapatkan barang belanjaan dalam waktu yang lebih cepat.

Pengalaman belanja yang baru dan serba praktis, juga sudah hadir di Indonesia yaitu di JD.ID X-Mart, di kawasan PIK Avenue, Jakarta. Dengan menunjukkan barcode aplikasi JD di *smartphone* dan melakukan perekaman wajah di pintu masuk, secara otomatis barang-barang yang dipilih akan terbaca di *smartphone* melalui teknologi RFID. Proses pembayaran pun langsung dilakukan dalam hitungan detik dengan memindai wajah pelanggan. Penerapan teknologi digital yang masih baru di Indonesia, tentunya akan mampu menarik minat pelanggan untuk merasakan pengalaman belanja yang praktis, nyaman, dan seru di toko ritel. Selain itu, penerapan teknologi ini sesuai dengan protokol kesehatan yang berlaku.

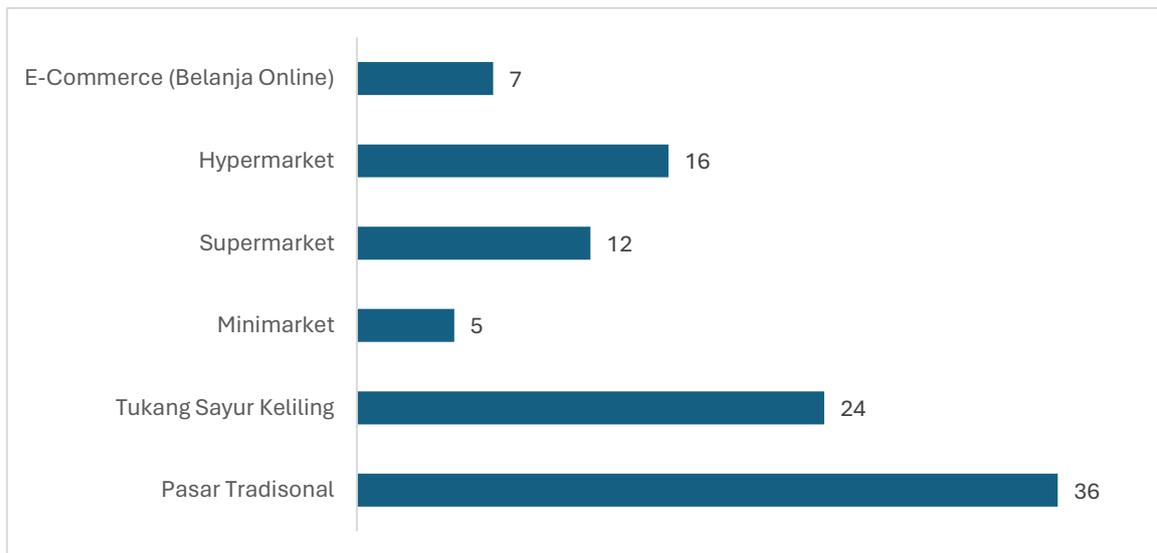
## **2. Konsumen Membeli Barang Saat Pandemi Covid – 19**

Keadaan pandemik COVID-19 yang diikuti dengan penerapan *social distancing* memunculkan preferensi konsumen baru, tetapi di satu sisi ternyata membuka peluang bagi bisnis perbankan, finansial, dan jasa keuangan untuk memacu pemasaran. Berdasarkan hasil survey yang telah kami lakukan di daerah Jatinangor. Konsumen membeli barang saat covid – 19 adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Grafik kunjungan konsumen untuk membeli bahan makanan utama saat pandemik Covid – 19

Dari data di atas dapat diketahui bahwa 40 (55,2 %) responden jatimangor memilih berbelanja Bahan Makanan Utama di Minimarket. Penyebab orang banyak membeli dikarenakan minimarket memastikan produk kadaluarsa sehingga produk konsumen dijamin masih dapat dikonsumsi. Penyusunan letak rak berurut sehingga memudahkan konsumen dalam mencari produk yang diinginkan. Kadang kala ada diskon yang membuat produk menjadi lebih murah dibanding pasar tradisional.



Gambar 2. Grafik kunjungan konsumen untuk membeli makanan segar saat pandemik Covid – 19

Dari data di atas dapat diketahui bahwa 36 (55,2%) responden jatimangor membeli makanan segar (termasuk daging dan sayur) di Pasar Tradisional (Basah). Dan yang kedua di tukang sayur keliling. Penyebabnya adalah pasar tradisional dianggap memiliki produk – produk yang masih fresh karena langsung diambil dari produsennya sendiri. Produk yang ada di pasar tradisional juga jauh lebih lengkap daripada di supermarket. Pasar Tradisional memenuhi hampir semua kebutuhan, mulai bahan mentah, sayur mayur, buah-buahan, alat rumah tangga. Selain itu bisa ditawar dan harganya lebih murah. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan Nielsen saat pandemik Covid-19 konsumen lebih sering berbelanja di Hypermarket/

Minimarket. Kategori produk seperti bumbu masak dan farmasi mengalami pertumbuhan penjualan tertinggi di segmen ritel masing-masing 44% dan 48%, lebih tinggi jika dibandingkan dengan Kategori produk lainnya. Pertumbuhan penjualan bahan pokok seperti telur yang naik 26%, daging yang mengalami kenaikan penjualan 19%, permintaan daging unggas naik 25%, serta penjualan buah dan sayur yang meningkat 8%. Dari hasil riset juga membuktikan sebanyak 44% konsumen mengaku menjadi lebih sering mengkonsumsi produk kesehatan dan 37% lebih sering mengkonsumsi minuman bervitamin. Para pengusaha industri vitamin dan obat-obatan menangkap peluang ini dengan menambah anggaran beriklan di televisi. Iklan vitamin mengalami peningkatan sebanyak 14% menjadi lebih dari Rp 90 miliar, sementara belanja iklan obat batuk meningkat 22% menjadi lebih dari Rp 30 miliar. Bagi para pengusaha ritel, situasi ini dapat menciptakan peluang untuk tetap menjalankan bisnis mereka dan pada saat yang sama membantu konsumen mencukupi kebutuhan selama tinggal di rumah.

### 3. Perubahan Prefensi Konsumen sebelum dan sesudah Covid – 19

Preferensi konsumen terhadap suatu produk akan terus berubah dari waktu ke waktu seiring dengan berjalannya waktu, sehingga hal ini menjadi hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan atau ritel untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap suatu produk atau jasa dalam suatu waktu untuk mengembangkan bisnis tersebut.

Perilaku Konsumen khususnya di Indonesia pada umumnya cenderung lebih optimis jika kondisi virus corona ini akan berakhir dalam dua atau tiga bulan mendatang, meski belum adanya kepastian kesehatan hingga saat ini dan sudah dimulainya aktivitas *new normal*. Optimisme konsumen Indonesia ini unik karena secara perilaku konsumsi, konsumen Indonesia nyatanya bergeser menjadi lebih konservatif, dengan melalui penurunan daya beli, mereka mulai memprioritaskan konsumsi ke kebutuhan jangka menengah. Memang ada sedikit pengeluaran untuk hiburan karena mengalami masa karantina, tetapi dominan kebutuhan mingguan. Memenuhi kebutuhan sehari-hari cenderung dihindari karena untuk mengurangi kegiatan luar ruangan.

Perubahan perilaku konsumen ini menggambarkan bagaimana konsumen mulai beradaptasi dengan situasi disaat pandemi. Hal ini terbilang wajar karena krisis pandemi sudah berlangsung hampir tiga bulan lamanya. Meski diliputi kekhawatiran tentang kesehatan dan keamanan, konsumen Indonesia masih terus berusaha untuk bisa menjalani sehari-hari dengan aktivitas dan kegiatan. Berikut ini merupakan perubahan preferensi konsumen di Kawasan Jatinangor terkait dengan kebutuhan penyediaan dan pelayanan ritel pada sebelum dan sesudah adanya Covid-19.

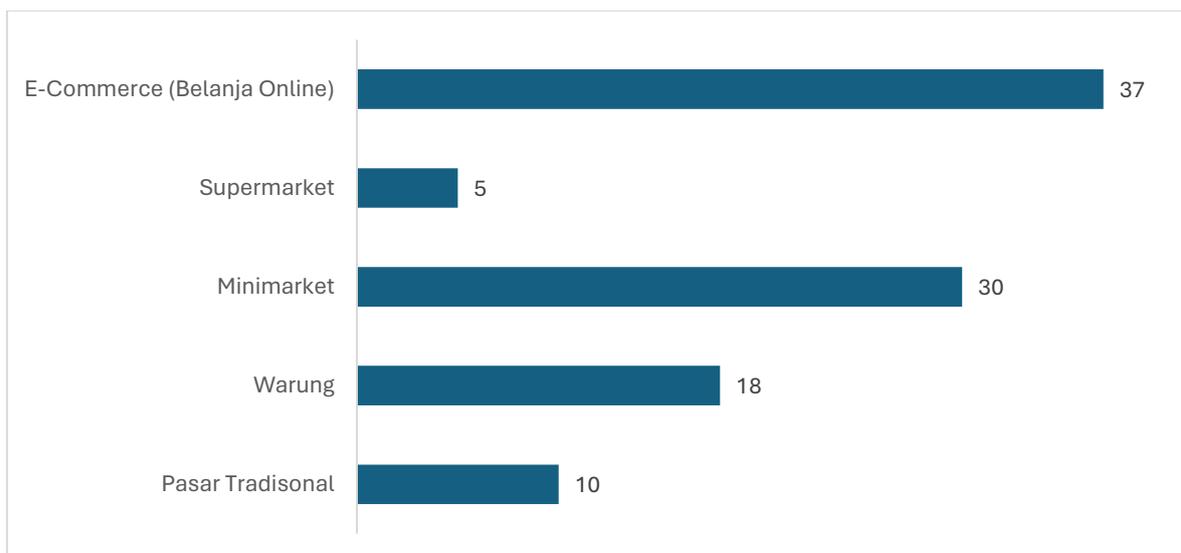
Tabel 1. Perubahan Preferensi Konsumen Sebelum dan Sesudah Adanya COVID-19

SEBELUM ADANYA COVID-19	SETELAH ADANYA COVID-19
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Konsumen lebih banyak beraktivitas di luar rumah.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Konsumen lebih banyak beraktivitas di dalam rumah.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Konsumen tidak <i>aware</i> terhadap kebersihan makanan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Konsumen sangat <i>aware</i> terhadap kebersihan makanan.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Konsumen <i>online</i> lebih banyak dari kalangan usia muda.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Konsumen <i>online</i> dari beragam kalangan usia.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Konsumen lebih menyukai berbelanja kebutuhan bahan pangan secara langsung.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Konsumen lebih menyukai berbelanja kebutuhan pangan secara <i>online</i>.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Konsumen lebih menyukai membeli makanan <i>ready to eat</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Konsumen lebih menyukai makanan <i>ready to cook</i>.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kesadaran konsumen akan gaya hidup sehat kurang.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kesadaran konsumen akan gaya hidup sehat meningkat.</li> </ul>

Adanya COVID-19 memberikan perubahan terhadap preferensi konsumen. Dengan melihat adanya perubahan yang dilakukan oleh konsumen maka dari itu banyak perusahaan yang memperluas pasarnya dengan menggunakan layanan online dan pesan antar agar dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. Sebelum adanya COVID-19, konsumen lebih banyak beraktivitas di luar rumah, menikmati kebebasan berinteraksi di tempat umum tanpa khawatir akan risiko kesehatan. Kesadaran terhadap kebersihan makanan rendah, dengan banyak konsumen tidak terlalu memperhatikan aspek sanitasi saat membeli atau mengonsumsi makanan. Aktivitas belanja online lebih dominan di kalangan usia muda yang lebih terbiasa dengan teknologi digital, sementara preferensi untuk membeli kebutuhan bahan pangan secara langsung di pasar atau supermarket lebih umum (Syarifah, 2017). Konsumen lebih menyukai membeli makanan siap saji (*ready to eat*) untuk kemudahan dan kecepatan, dan kesadaran akan gaya hidup sehat masih kurang, dengan banyak konsumen tidak terlalu fokus pada pola makan dan aktivitas fisik yang sehat. Setelah adanya COVID-19, konsumen lebih banyak beraktivitas di dalam rumah, mematuhi pembatasan sosial dan lockdown untuk mencegah penularan virus (Yudha et al, 2022). Kesadaran terhadap kebersihan makanan meningkat signifikan, dengan konsumen lebih memperhatikan higienitas dalam proses pembelian dan konsumsi makanan. Belanja online menjadi lebih inklusif, dengan berbagai kalangan usia mulai beralih ke platform digital untuk memenuhi kebutuhan mereka (Resmiati, 2020). Ada pergeseran ke preferensi belanja pangan secara online, menghindari kerumunan dan meminimalkan risiko kontak fisik. Konsumen lebih menyukai makanan siap masak (*ready to cook*), yang memungkinkan mereka mengontrol proses memasak dan kebersihan. Kesadaran akan gaya hidup sehat meningkat, dengan lebih banyak konsumen fokus pada kesehatan dan kesejahteraan melalui pola makan dan kebiasaan yang lebih sehat.

#### **4. Bagaimana konsumen mendapatkan barang setelah Covid – 19**

Pada masa pandemi COVID-19 yang belum jelas berakhir kapan, sangat penting bagi pemerintah untuk menjaga konsumsi masyarakat, dan ketahanan pangan sekaligus dengan proses keberlangsungan produksi pertanian. Untuk hal itu, pemerintah harus mendukung para petani untuk terus mau menanam dan menjaga rantai pasokan pangan dari hulu ke hilir. Putusnya rantai pasokan pangan antara hulu dan hilir di bidang pertanian bisa mengancam kelangsungan produksi dan penyediaan pangan. Petani juga akan tetap memproduksi apabila pemerintah ikut memaksimalkan produksi pertanian dengan memberikan stimulus yang tepat di musim kedua tanam pascapanen dan memasukan barang produksi di bidang pertanian ke ritel modern maupun ritel tradisional untuk mendapatkan pangsa pasarnya. Berikut merupakan hasil survey mengenai Bagaimana para konsumen di Kawasan Jatinangor mendapatkan barang pada saat masa pandemi COVID-19.



Gambar 3. Grafik Saluran pemasaran yang paling sering dikunjungi ketika setelah terjadi Pandemi COVID-19

Berdasarkan grafik pada gambar 3 saluran pemasaran konsumen yang sering dikunjungi setelah adanya COVID-19 para konsumen lebih cenderung memilih E-Commerce atau belanja online karena E-commerce sangat praktis dan tidak perlu keluar rumah apalagi dalam keadaan seperti ini. E-commerce ini hanya perlu mengandalkan koneksi internet dan suatu aplikasi yang terhubung ke marketplace, seperti TaniHub, nanti dari pihak TaniHub lah yang menyiapkan produk pertanian yang sudah dipilih dan akan diantar sesuai pesanan ke alamat yang dituju. Dengan metode pembayaran secara Virtual. Selain produk pertanian juga, para konsumen lebih memilih E-commerce untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya pada saat pandemik ini.

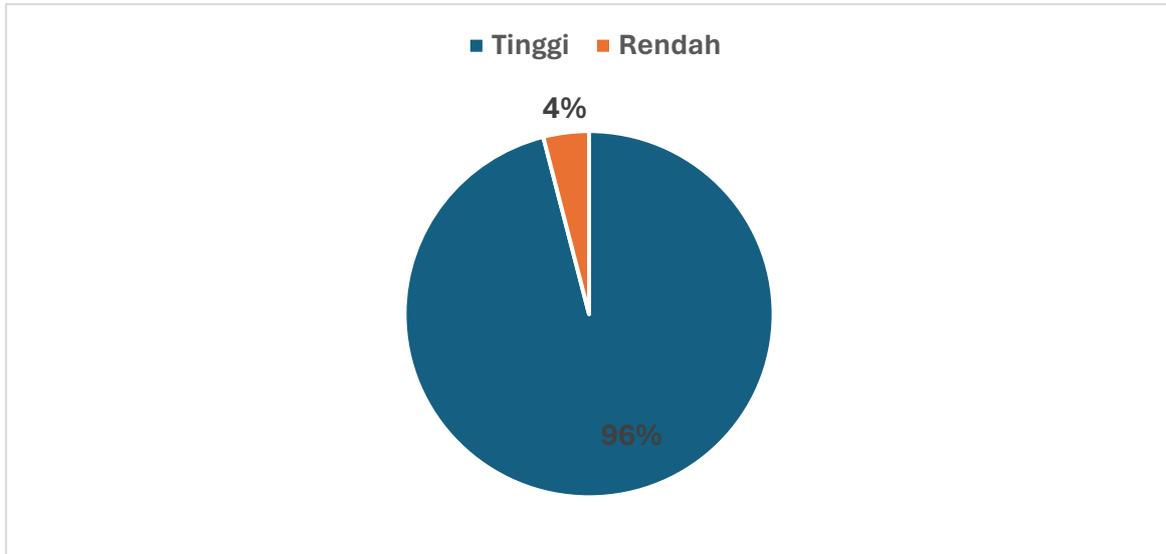
##### 5. Perubahan Pola Rantai Pasok Pangan dan penggunaan teknologi digital saat Covid – 19

Di tengah pandemi COVID-19, segala aspek kehidupan cenderung mengarah pada situasi normal baru. Himbauan pemerintah kepada masyarakat untuk melakukan pekerjaan dari rumah (*working for home*) dan menjaga jarak secara fisik (*social/physical distancing*) serta kebijakan beberapa pemerintah daerah yang mengimplementasikan karantina wilayah secara parsial dan melakukan pembatasan kegiatan di keramaian, telah membuat perubahan situasi yang baru di hampir semua aspek kehidupan, termasuk perubahan pola rantai pasok pangan. Sistem atau pola kerja di sektor pangan memang tampaknya berubah sangat signifikan di tengah pandemi COVID-19 ini, mulai dari proses produksi hingga konsumsi, dari hulu hingga hilir.

Dari perspektif produksi atau hulu, para petani dan produsen makanan mulai merasakan perubahan terkait pasokan *input* dan juga harus menyesuaikan protokol berproduksi untuk menjamin kualitas dan keamanan pangan di tengah pandemi COVID-19, khususnya di wilayah yang sudah terkontaminasi. Mobilisasi bahan pangan juga akan mengalami beberapa penyesuaian di mana terjadi pola perubahan jalur pasokan yang lebih banyak menuju pasar-pasar modern dan pasar yang berbasis online.

Sementara itu dari sisi konsumsi, akibat diterapkannya *social/physical distancing* atau pembatasan sosial berskala besar (PSBB) di beberapa wilayah salah satunya di wilayah Jatinangor, pola transaksi juga mulai berubah yang ditunjukkan semakin meningkatnya transaksi yang menggunakan platform digital atau online dapat dilihat dalam diagram 96,6% responden di Jatinangor memilih pemanfaatan teknologi digital atau online untuk ritel saat covid 19 cenderung tinggi. Diagram pemanfaatan teknologi digital atau online untuk ritel saat covid 19. Kondisi inilah yang pada akhirnya membutuhkan penyesuaian strategi kebijakan terkait pangan

di semua lini (produksi hingga konsumsi dan hulu hingga hilir) agar ketahanan pangan di Indonesia tetap terjamin.



Gambar 4. Diagram pemanfaatan teknologi digital untuk ritel saat Covid-19

#### 6. Kebijakan yang Terkait Covid-19 di Bidang Ritel di Daerah Jatinangor

Wacana pelonggaran pembatasan sosial dan tatanan *new normal* akhir-akhir ini semakin menguat. Pemerintah Indonesia berencana untuk membuka ruang agar aktivitas ekonomi bisa berjalan secara 'normal' seperti sebelum terjadinya pandemi Covid-19. Bahkan, pemerintah telah menyusun skenario *new normal* di bidang ekonomi yang rencananya akan diberlakukan mulai Juli 2020.

Aturan *new normal* ritel dari kemenkes. Menteri kesehatan RI terawan hartanto memberikan surat edaran yang memberikan panduan protokol pencegahan penularan covid 19 di tempat kerja sektor jasa dan perdagangan di masa setelah PSBB. Aturan umum, sediakan fasilitas cuci tangan, desinfektan berkala setiap empat jam sekali, wajib gunakan masker, pastikan pekerja berperilaku hidup bersih dan sehat, cek suhu badan pekerja dan pengunjung, pasang informasi tentang pembatasan jaga fisik, cuci tangan dan memakai masker, bagi yang suhu badan diatas 37,3 derajat celcius setelah dua kalo dicek tidak diperkenankan masuk.

Aturan pembatasan jarak

- beri tanda khusus untuk pembatasan jarak antar pekerja
- atur jumlah pekerja yang masuk
- meja dan tempat duduk kerja harus berjarak minimal 1 m

Aturan minimalisir kontak dengan konsumen

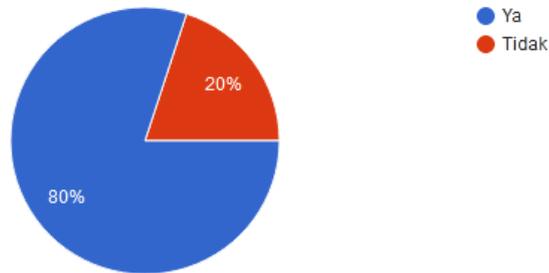
- gunakan pembatasan untuk perlindungan tambahan bagi pekerja
- metode pembayaran diimbau non tunai

Aturan pencegahan kerumunan konsumen

- kendalikan jumlah pekerja/pelanggan yang masuk ke gedung.
- Terapkan sistem antrean di pintu masuk dengan jarak minimal 1 m
- Beri tanda di lantai untuk kepatuhan jarak fisik
- Terapkan jam layanan sesuai kebijakan pemerintah setempat
- Kurangi pertemuan langsung dengan konsumen dengan menerima pesan antar dan *take away*

Pemerintah kabupaten (Pemkab) Sumedang menerapkan adaptasi kebiasaan baru (AKB) atau tatanan normal baru alias *new normal* mulai Selasa 2 Juni 2020. Kebijakan ini diterapkan karena Kabupaten Sumedang masuki zona biru kasus Corona atau COVID-19. Dalam level kewaspadaan biru ini, Kabupaten

Sumedang berhasil menekan jumlah kasus COVID-19. Selama masa AKB, mal, restora, rumah makan, hotel, dan minimarket diizinkan beroperasi tetapi dengan sejumlah pembatasan dan aturan ketat yang mengacu protokol kesehatan untuk mencegah penyebaran COVID-19.



Gambar 5. Diagram adanya kebijakan *new normal* di ritel yang dikunjungi

Dari survey yang dilakukan 80% responden merasakan adanya kebijakan ritel terkait *new normal* yang terjadi saat ini. Pusat pertokoan dan pasar di Kecamatan Jatinangor, mulai beroperasi. Tidak hanya di kawasan kecamatan saja pertokoan dan pasar mulai aktif beroperasi. Pusat pertokoan di sepanjang jalan raya Rancaekek-Garut juga sudah buka. Umumnya toko-toko menyediakan tempat mencuci tangan dilengkapi dengan sabun cair. Tertempel stiker bertuliskan konsumen wajib memakai masker.

#### KESIMPULAN DAN SARAN

Pandemi COVID 19 telah menyebabkan terjadinya perubahan perilaku konsumen, Perubahan perilaku konsumen ini menggambarkan bagaimana konsumen mulai beradaptasi dengan situasi disaat pandemi. Hasil survey yang telah kami lakukan di Jatinangor menyatakan gambaran ritel yang diinginkan konsumen saat COVID 19 ini yaitu Pembukaan Ritel sesuai Protokol Kesehatan, Ritel memiliki stock barang kebutuhan paling banyak diminati, Ritel menyediakan tempat cuci tangan di area toko , Waktu tutup ritel ditambahkan untuk menghilangkan keramaian Dan dalam menghadapi New Normal ini ritel di Indonesia khusus di jatinangor sendiri sudah mulai berbenah untuk mengikuti kebijakan-kebijakan prosedur kesehatan dalam memasuki *new normal* ini. Aturan umum yang berlaku ialah, sediakan fasilitas cuci tangan, desinfektan berkala setiap empat jam sekali, wajib gunakan masker,pastikan pekerja berperilaku hidup bersih dan sehat, cek suhu badan perkerja dan pengunjung, pasang informasi tentang pembatasan jaga fisik, cuci tangan dan memakai masker, bagi yang suhu badan ditas 37,3 derajat celcius setelah dua kalo dicek tidak diperkenankan masuk.

Pada masa pandemi COVID-19 ini pemerintah harus turut menjaga konsumsi masyarakat, dan ketahanan pangan sekaligus dengan proses keberlangsungan produksi pertanian. Untuk konsumen harus turut andil dalam menghadapi *new normal* ini dengan mematuhi segala kebijakan prosuder kesehatan dari pemerintah dan peraturan kebijakan ritel setempat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Mani, Syifa, and Eka Purna Yudha. "The competitiveness of Indonesian cashew nuts in the global market." *JEJAK* 14.1 (2021): 93-101
- Achmad Suryana. Desember 2014. Forum Penelitian Agro Ekonomi. Volume 32 No 02 Halaman 123-135.
- Bagus Ramadhan. Mei 2020. Perilaku Konsumen Indonesia saat COVID-19.
- CNN Indonesia. 2020. INFOGRAFIS: Aturan New Normal Ritel dari Kemenkes. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200525183656-95-506801/infografis-aturan-new-normal-ritel-dari-kemenkes> di akses pada tanggal 12 juni 2020
- Fajar B. Hirawan, dkk.2020. Kebijakan Pangan di Masa Pandemi COVID-19. CSIS Commentaries DMRU-048-ID <https://csis.or.id> di akses pada tanggal 12 juni 2020.
- FAO dan WHO.2020. COVID-19 dan Keamanan Pangan: Panduan untuk otoritas yang berwenang atas sistem pengawasan keamanan pangan nasional [https://www.who.int/docs/default-source/searo/indonesia/covid19/covid-19-dan-keamanan-pangan.pdf?sfvrsn=88696ca0\\_2](https://www.who.int/docs/default-source/searo/indonesia/covid19/covid-19-dan-keamanan-pangan.pdf?sfvrsn=88696ca0_2) diakses pada tanggal 11 juni 2020.
- Heri Suharyanto. November 2011. *Jurnal social humaniora vol. No 02.*
- Indotelko. 2018. Membangkitkan bisnis ritel dengan digitalisasi. <https://www.indotelko.com/read/1540176577/membangkitkan-bisnis-ritel-digitalisasi> diakses pada tanggal 13 Juni 2020.
- Kontan. 2020. Ini perubahan perilaku konsumen Indonesia saat pandemi corona. <https://nasional.kontan.co.id/news/ini-perubahan-perilaku-konsumen-indonesia-saat-pandemi-corona> diakses pada tanggal 12 Juni 2020.
- Nurislamingsih, Rizki, Neneng Komariah, and Eka Purna Yudha. "Pemetaan Pengetahuan Lokal Sunda di Kampung Naga-Tasikmalaya." *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi* 6.2 (2022): 217-230
- Sarwoko, Endi. Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Aqua Berkaitan dengan Penerapan Program CSR (Corporate Social Responsibility). *Jurnal Ekonomi MODERNISASI Fakultas Ekonomi-Universitas Kanjuruhan Malang.*
- Syafirah. 2017. PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA HOLLAND BAKERY MANADO. *Jurnal EMBA Vol 5. No. 2.*
- Tjondro Resmiati . 2020.Menyambut New Normal, Toko dan Pasar di Jatinangor Mulai Buka. *MEDIA INDONESIA.* <https://mediaindonesia.com/read/detail/316418-menyambut-new-normal-toko-dan-pasar-di-jatinangor-mulai-buka> di akses pada tanggal 12 juni 2020
- Utomo, T. J. (2011). Persainganbisnisritel: tradisional vs modern. *FokusEkonomi: JurnalIlmiahEkonomi*, 6(1). <http://digilib.unila.ac.id/11359/16/BAB%20II.pdf> Diakses pada tanggal 12 Juni 2020 pada pukul 16.00.
- Yudha, Eka Purna, et al. "Rural development policy and strategy in the rural autonomy era. Case study of Pandeglang Regency-Indonesia." *Human Geographies* 14.1 (2020): 125-147.
- Yudha, Eka Purna, et al. "PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN RITEL GOJEK LAYANAN GO-MART, GO-SHOP, DAN GO-MED SEBELUM DAN SESUDAH
- Yudha et al. 2022. Perilaku Konsumen Pasar Tradisional dan Ritel Modern Selama Pandemi di Kabupaten Garut. *Jurnal Ekobistek.* Vol. 11 No. 4 Hal: 7-14
- Yudha, et al. 2023. "CONSUMER BEHAVIOR CHANGES IN SHOPPING AFTER THE COVID-19 PANDEMI". *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 11.1 (2023): 218-225.
- Yudha, Eka Purna; Azura, Chiquitita Qinthar; Ramadhani, Nadhifa Zahra; Hendarliana, Asri Nurriszka; ,PERKEMBANGAN DAN PERUBAHAN RITEL PADA KONDISI NEW NORMAL PANDEMI COVID-19

DI BANDUNG, Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis, Volume 9, Nomor 2, Tahun 2023: 2421-2430

Yudha, E. P., Tedjalaksana, V., & Putri, C.K. E., 2023. Dampak Modernisasi Terhadap Kesejahteraan Petani. Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Agribisnis VII Volume 7, Nomor 1, Tahun 2023 : 62- 67

Yudha EP, [Syamsiyah N](#), [Pardian P](#), Dina RA. Rural areas are more resilient than urban areas to the COVID19 pandemic. Is it true? (Lessons from Indonesia). *Human Geographies – Journal of Studies and Research in Human Geography*. Vol. 17, No. 2, 2023, 171-192

Yudha, E. P., Zahira, G., & Gabero, S. (2024). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 11(1), 240-250.