

## **Anaylisis Penerapan Program Chse Pada Masa Pandemi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kenes Bakery & Resto, Jl. Magelang, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta**

**Anggraini Retno Wulandari**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia (STIEPARI) Semarang  
anggraini@gmail.com

**Dr. Hendrajaya, S.E.,MM.,Akt**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia (STIEPARI) Semarang  
Email: [penulis.pertama@email.com](mailto:penulis.pertama@email.com)

**Dr. Ir. Sapto Supriyanto, MM**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia (STIEPARI) Semarang

Korespondensi : [anggraini@gmail.com](mailto:anggraini@gmail.com)

**Abstract.** *The Ministry of Tourism and Creative Economy held a CHSE (Clean, Health, Safety, and Environment Sustainability) program with the aim of restoring tourist confidence and revitalizing tourism during the pandemic. The CHSE program also ensures that the products and services provided meet health protocol standards in the hope of growing interest in visits. Implementation of the CHSE program at Kenes Bakery & Resto Jl. Magelang Km. 5.5 Sleman, DIY has complied with the standard health protocols issued by the Ministry of Tourism and Creative Economy. The CHSE program was implemented at Kenes Bakery & Resto Jl. Magelang Km. 5.5 Sleman, DIY has no effect on customer visiting interest. It was concluded that there were still many customers who did not know about the CHSE program and there were still many customers who had not been able to be disciplined in implementing health protocols and ignored the rules that had been applied.*

**Keywords:** *CHSE (Clean, Health, Safety, Environmental Sustainability), Pandemic, Visiting Interests, Customers*

**Abstrak.** *Kemenparekraf mengadakan program CHSE (Clean, Health, Safety, and Environment Sustainability) dengan tujuan memulihkan kepercayaan wisatawan sekaligus menggeliatkan kembali pariwisata di masa pandemi. Program CHSE juga menjamin bahwa produk dan pelayanan yang diberikan sudah memenuhi standard protokol kesehatan dengan harapan menumbuhkan minat kunjungan. Penerapan program CHSE di Kenes Bakery & Resto Jl. Magelang Km. 5,5 Sleman, DIY sudah memenuhi standard protokol kesehatan sesuai dengan yang dikeluarkan Kemenparekraf. Program CHSE yang diterapkan di Kenes Bakery & Resto Jl. Magelang Km. 5,5 Sleman, DIY tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung pelanggan. Disimpulkan bahwa masih banyak pelanggan yang tidak mengetahui tentang program CHSE dan masih banyak pelanggan yang belum bisa disiplin menerapkan protokol kesehatan serta mengabaikan aturan-aturan yang sudah diterapkan.*

**Kata kunci:** *CHSE (Clean, Health, Safety, Environmental Sustainability), Pandemi, Minat Berkunjung, Pelanggan*

## **LATAR BELAKANG**

Tahun 2020 awal dunia dilanda wabah pandemi yang disebut virus corona (Covid-19). yang bisa menyerang siapa saja Infeksi virus ini disebut COVID-19 dan pertama kali ditemukan di kota Wuhan, Cina, pada akhir Desember 2019. Virus ini menular dengan cepat dan telah menyebar ke wilayah lain di Cina dan ke beberapa Negara, termasuk Indonesia. Corona virus adalah kumpulan virus yang bisa menginfeksi sistem pernapasan. Pada banyak kasus, virus ini hanya menyebabkan infeksi pernapasan ringan seperti flu. Namun, virus ini juga bisa menyebabkan infeksi pernapasan berat, seperti infeksi paru-paru (pneumonia), Middle-East Respiratory Syndrome (MERS), dan Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS).

Pariwisata dalam perkembangannya dipengaruhi oleh berbagai hal antara lain bencana alam, terorisme, perang, krisis ekonomi dan epidemic (Stetic, 2021). Epidemik merupakan peristiwa diluar kendali manusia dan dapat menyebabkan krisis. Krisis pada suatu area dapat menyebabkan pengurangan kunjungan pada area tersebut (Bhati, 2016) dalam (Rosello, Becken dan Gallego, 2020). Penurunan jumlah kunjungan terjadi dikarenakan adanya rasa khawatir dan tidak nyaman yang dirasakan oleh pengunjung terkait kondisi krisis yang terjadi.

Berdasarkan hal di atas dan kondisi aktual saat ini, secara global seluruh dunia merasakan kelumpuhan aktivitas di berbagai sektor pada awal penyebaran wabah COVID-19. Salah satu sektor yang paling terpuak ialah sektor pariwisata. Merembaknya pandemi COVID – 19 mengakibatkan berhentinya seluruh kegiatan di industri pariwisata dan menurunkan jumlah kunjungan wisata di seluruh dunia khususnya di Indonesia.

Drastisnya penurunan jumlah kunjungan wisata juga dirasakan oleh Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Hal ini tak lepas dari adanya pemberlakuan penutupan sejumlah tempat wisata sebagai upaya untuk mencegah penyebaran virus COVID – 19. Selanjutnya, penurunan jumlah kunjungan wisatawan mengakibatkan para pengelola daya tarik wisata tidak mampu untuk membiayai kegiatan operasionalnya dan memutuskan untuk tutup untuk sementara waktu.

Setelah berjuang selama beberapa bulan beradaptasi dengan pandemi COVID – 19, harapan baru kembali muncul dengan di mulainya tatanan normal baru yang memberikan kesempatan bagi sebagian besar daya tarik wisata yang sempat mengalami kemerosotan

untuk kembali mulai beroperasi di bulan Juli 2020. Pada era tatanan normal baru (*new normal*) para pengelola daya tarik wisata diharapkan mampu membuat perubahan besar pada kegiatan operasional mereka dalam masa pandemi Covid-19 yang bertujuan untuk memastikan kesehatan karyawan dan pelanggan serta meningkatkan kesediaan pelanggan untuk melakukan kunjungan (Gössling et al., 2020) dalam (Gursoy dan Chi, 2020).

Jaminan pelayanan dari pengelola daya tarik wisata yang sesuai standar protokol merupakan syarat mutlak yang harus dimiliki setiap daya tarik wisata yang beroperasi di masa tatanan normal baru. Pemerintah melalui instansi KEMENPAREKRAF secara resmi membuat suatu kebijakan terkait sertifikasi usaha pariwisata dimana kebijakan tersebut dibuat agar pengelola daya tarik wisata dapat memberikan jaminan pelayanan sesuai dengan protokol kesehatan yang berlaku yakni sertifikasi CHSE. Selanjutnya, bobot penilaian dalam pelaksanaan sertifikasi ini berlandaskan pada empat aspek penilaian yaitu *Cleanliness, Healty, Safety, dan Envoronment Sustainability*.

Pada bulan November 2020 pelaku wisata kuliner di Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya wilayah Sleman yang sudah mendapatkan sertifikasi kesiapan CHSE dengan penilaian “MEMUASKAN” adalah Kenes Bakery & Resto yang berada di Jl. Magelang Km. 5,5 Sinduadi, Sleman.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti ingin mengetahui hal-hal apa saja yang sudah disiapkan oleh Kenes Bakery & Resto dalam upayanya untuk bisa menyesuaikan dengan standar CHSE yang diterapkan oleh pemerintah. Secara spesifik, peneliti berfokus pada bagaimana penerapan program CHSE di masa pandemic terhadap kepuasan pelanggan.

## **KAJIAN TEORITIS**

### ***Cleanliness, Health, Safety, and Environment Sustainable (CHSE) Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif***

CHSE merupakan salah satu kebijakan yang dikeluarkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (KEMENPAREKRAF) sebagai panduan bagi para pengusaha atau pengelola, serta karyawan pariwisata untuk menerapkan jaminan kepada wisatawan terhadap pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan. Sertifikasi ini pada hakikatnya bertujuan untuk meminimalisir penyebaran

virus COVID-19 disektor pariwisata Bobot penilaian dalam pelaksanaan sertifikasi ini berlandaskan pada empat aspek penilaian yaitu *Cleanliness, Healty, Safety, dan Environment Sustainability*. Pembobotan penilaian dilakukan dengan melihat kondisi alur pelayanan restoran/ rumah makan dari area pintu masuk, pelayanan makan dan minum, layanan makanan dan minuman, ruang administrasi, dapur, ruang karyawan, pembayaran dan pintu keluar.

Selain melihat kondisi alur pelayanan Restoran/ Rumah Makan tersebut, penilaian juga dilakukan dengan melihat kesiapan pengelola dalam menerapkan protocol kesehatan sesuai dengan standar protokol CHSE untuk Restoran. Termasuk di dalamnya Manajemen/ tata Kelola, Kesiapan Sumber Daya Manusia, Partisipasi Pengunjung/ Tamu/ Pengguna Pihak Lain.

### **Kepuasan Konsumen**

Menurut Kotler dan Keller dalam Priansah (2017), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Menurut Tjiptono (2014) kata “kepuasan atau *satisfaction*: berasal dari bahasa latin “satis” (artinya cukup banyak, memadai) dan “facio” (melakukan atau membuat) secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen. Kepuasan diukur dari harapan pelanggan dipenuhi. Sedangkan loyalitas pelanggan adalah ukuran semau apa pelanggan melakukan pembelian lagi.

Berdasarkan pengertian-pengertian dari teori-teori menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa dari kepuasan konsumen sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang telah muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) dari produk dengan apa yang diharapkan konsumen, dalam hal ini apakah penerapan program CHSE di Kenes Bakery and Resto berdampak terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Priansa (2017) lima elemen kepuasan konsumen adalah harapan (*expectations*), kinerja (*performance*), perbandingan (*comparison*), pengalaman (*experience*), konfirmasi (*confirmation*) dan dikonfirmasi (*disconfirmation*).

## **Kualitas Pelayanan**

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen / pelanggan (Winarsih, 2005).

Pelayanan pelanggan sangat penting artinya bagi kehidupan suatu perusahaan, karena tanpa pelanggan, maka tidak akan terjadi transaksi jual beli diantara keduanya. Dimensi Kualitas Pelayanan (*SERVQUAL*) oleh Lupiyoadi (2013) dibagi menjadi lima dimensi *SERVQUAL* yakni *Assurance* (jaminan dan kepastian), *emphaty* (empati), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan),, *tangibles* (bukti fisik).

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan ialah metode penelitian kualitatif. Penelitian ini dilakukan di Kenes Bakery & Resto, Magelang St No.KM 5,5, Kutu Dukuh, Sinduadi, Mlati, Sleman Regency, Special Region of Yogyakarta 55284, sejak bulan April 2021 hingga Agustus 2021.

### **Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan dengan beberapa cara yakni wawancara, observasi dan dokumentasi.

### **Keabsahan Data**

Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi triangulasi data (sumber, teknik, waktu) serta menggunakan referensi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Konsep CHSE Dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) Pelayanan**

Berdasarkan hasil temuan, penerapan CHSE di Kenes Bakery dan Resto telah melaksanakan standar protokol CHSE yang sesuai dengan peraturan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia pada tahun 2020. Pemberlakuan

aturan CHSE memberi pengaruh yang cukup signifikan terhadap capaian target penjualan di Kenes Bakery and Resto dan juga perubahan pada pola belanja pelanggan. Selama pemberlakuan CHSE, pelanggan membeli produk secara online melalui beberapa aplikasi / start up seperti GoJek dan Grab. Selain itu, beberapa pengunjung membeli produk secara langsung tetapi tidak makan di tempat atau dengan istilah *take away*. Penerapan aturan CHSE yang ketat seperti jaga jarak, pembatasan waktu makan, pemakaian disinfektan, pembayaran non cash, dll juga berakibat pada penurunan kunjungan ke resto tetapi belum tentu mengurangi jumlah produksi penurunan penjualan Kenes Bakery and Resto sebab pihak resto melayani pembelian secara online dan take away.

### **Dampak Penerapan Program CHSE Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Dari hasil observasi dan wawancara dengan informan bahwa adanya beberapa dampak penerapan program CHSE terhadap kepuasan pelanggan yang membeli produk ataupun jasa yang ada di Kenes Bakery & Resto yaitu pada segi pembayaran, peralatan ibadah serta *packaging* makanan dan minuman yang sekali pakai serta merasa harga lebih mahal dari biasanya sebelum peraturan CHSE ditetapkan. Pada penggunaan disinfektan, Kenes tidak akan memaksa pengunjung, dengan alasan kesehatan masing-masing pengunjung yang terganggu dengan aroma dari cairan disinfektan. Pada jarak meja, Kenes memberikan kelonggaran dengan alasan pengunjung ingin tetap berada pada satu meja bersama dengan satu keluarga.

Berdasarkan teori dari Priansa (2017), elemen kepuasan konsumen meliputi harapan (*expectations*), kinerja (*performance*), perbandingan (*camparison*), pengalaman (*experience*), konfirmasi (*comfirmation*) dan dikonfirmasi (*disconfirmation*). Berdasarkan hasil temuan melalui wawancara dan observasi kepada pelanggan ditemukan bahwa kesan pelanggan terhadap Kenes cukup positif. Tetapi dengan adanya penerapan CHSE yang meningkatkan harga jual produk serta beberapa aturan ketat lainnya, menimbulkan beberapa komplain dan ketidakpuasan tamu terhadap Kenes Bakery and Resto. Namun penerapan aturan ini pada dasarnya bertujuan untuk keamanan dan keselamatan pekerja dan pelanggan, sehingga diperlukan sosialisasi atau penjelasan terkait protocol CHSE ini sebelum pelanggan masuk ke resto dan penempatan tanda-tanda berisi informasi terkait protocol CHSE.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, maka didapatkan simpulan sebagai berikut :

1. Konsep CHSE dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan yang diterapkan oleh Kenes Bakery and Resto sudah sesuai dengan standar dari KEMENPAREKRAF (2020) Akan tetapi masih banyak pengunjung yang tidak mengetahui tentang CHSE, akibatnya mereka tidak memasukkan elemen tersebut dalam pengambilan keputusan saat mendatangi Kenes Bakery & Resto, masih banyak pengunjung yang belum bisa beradaptasi dengan adanya penerapan protocol kesehatan, serta pengunjung belum bisa disiplin dalam menerapkan protocol kesehatan yang sudah ditetapkan dan masih mengabaikan aturan-aturan yang ada.
2. Dampak penerapan program CHSE terhadap kepuasan pelanggan yang membeli produk ataupun jasa yang ada di Kenes Bakery & Resto yaitu pada segi pembayaran, Kenes tetap menerima pembayaran secara tunai dengan catatan pengunjung segera menggunakan hand sanitizer setelah melakukan transaksi. Pada peralatan ibadah menggunakan sajadah sekali pakai yang terbuat dari kertas jika ada pengunjung yang tidak membawa peralatan ibadah, dan pelanggan banyak mengeluhkan *packaging* makanan dan minuman yang sekali pakai serta merasa harga lebih mahal dari biasanya sebelum peraturan CHSE ditetapkan. Bila ditinjau dari elemen kepuasan konsumen, pihak internal Kenes menginginkan agar kepuasan tamu tetap sama dengan pelayanan prima meski dengan aturan ketat CHSE dan pelanggan berharap bahwa system operasional Kenes tetap sama seperti sebelum CHSE.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, wawancara, observasi dan studi pustaka yang telah dilakukan, maka penulis ingin memberikan saran kepada pihak yang menjadi objek penelitian, yakni kepada Kenes Bakery and Resto sebagai berikut :

1. Selain menerapkan protocol kesehatan berbasis CHSE disarankan juga untuk mengedukasi pengunjung tentang pentingnya menerapkan protocol kesehatan dimasa pandemic

2. Mengikuti tatanan hidup baru / New Normal, Kenes Bakery and Resto sebaiknya memiliki website atau Customer Service sendiri untuk melayani pembelian secara online.
3. Untuk menekan ketidakpuasan tamu, sebaiknya diberikan promo/discount bagi pelanggan Kenes Bakery and Resto dengan limitasi waktu serta beberapa ketentuan lainnya

## DAFTAR REFERENSI

- AlBattat, A. R dan Som, A. P. M. 2013. Emergency preparedness for disasters and crises in the hotel industry. *SAGE Open* <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2158244013505604>.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. RinekaCipta.
- Baridan, Abdul Basith. 2020. *Hore, wisata alam sudah dibuka sampai seluruhnya beroperasi pertengahan Juli*. <https://nasional.kontan.co.id/news/hore-wisata-alam-sudah-dibuka-sampai-seluruhnya-beroperasi-pertengahan-juli>. Diakses pada 15 Agustus2021.
- Djaali dan Muljono, P. 2007. *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: Grasindo.
- Gursoy, D dan Chi, C.G. 2020. Effects of Covid 19 pandemic on hospitality industry: review of the current situations and a research agenda. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29:5, hal527-529. <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/19368623.2020.1788231?needAccess=true>.
- Hermawan Kartajaya. 2006. *Hermawan Kartajaya on Segmentation Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Jamal dan Budke. 2020. Tourism In A World With Pandemics: Local-Global Responsibility andAction. *Journal of Tourism Future*, vol 6 no 2. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JTF-02-2020-0014/full/pdf?title=tourism-in-a-world-with-pandemics-local-global-responsibility-and-action>.
- Juni, Priansa, Donni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Kemenkes RI. 2020. *FAQ Pertanyaan dan Jawaban Terkait COVID-19*.<https://www.kemkes.go.id/folder/view/full-content/structure-faq.html>. Diakses 15 Agustus 2021
- Kemenparekraf. 2020. *Model dan Proses Verifikasi dan Sertifikasi CHSE*. [https://chse.kemenparekraf.go.id/storage/app/media/dokumen/Verifikasi\\_Sertifikasi\\_CHSE.pdf](https://chse.kemenparekraf.go.id/storage/app/media/dokumen/Verifikasi_Sertifikasi_CHSE.pdf)

- Kemendparekraf. 2020. *Panduan Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan di Restoran/ Rumah Makan*. <https://www.indonesia.travel/content/dam/indtravelrevamp/CHS/Handbook%20Resto%20FINAL%2009072020-TDTGN.pdf>
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Edisi 12, Terjemahan: Bob Sabran, M.M. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT IndeksKelompok Gramedia.
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung: PT. RemajaRosdakarya
- Purnomo, Edwin Setyo. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen "Best Autoworks". *Jurnal PERFORMA Universitas Ciputra*, Vol. 1, No. 6
- Rossello, J., Becken, S., dan Gallego, M. 2020. The effects of natural disasters on international tourism: A global analysis. *Tourism Management*, 79 (2020) 104080. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7115519/pdf/main.pdf>.
- Sangadji, Etta Mamang. dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Stetic, S. 2020. *Risks in Tourism (On the Example of Events)*. <http://www.quaestus.ro/wp-content/uploads/2012/03/stetic.snezana.pdf>.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction, ed. 3*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran Edisi kedua*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2009. *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima, Edisi 2*. Yogyakarta: Andi Offset.