ANALISIS PERILAKU MASYARAKAT KOTA AMBON TERHADAP *FENOMENA FEAR OF GOING OUT* SELAMA PANDEMI COVID 19 MENGGUNAKAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*

Juan Ewaldo dan Widjojo Suprapto
Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121–131, Surabaya 60236
E-mail: juanewaldo11@gmail.com; dosenpembimbing@petra.ac.id

Abstrak—Fear of going out (FOGO) merupakan salah satu fenomena yang muncul di banyak negara termasuk Indonesia sejak pandemi Covid-19 melanda. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dampak dan respon masyarakat Ambon terhadap FOGO serta keberlangsungan bisnis makanan dan minuman di Kota Ambon selama pandemi Covid-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif menggunakan *Theory of Planned Behavior* dengan melihat keterkaitan antara niat, norma subyektif dan kontrol perilaku. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 membawa dampak perubahan kebiasaan dalam berperilaku diluar ruangan salah satunya pada aktivitas *dining out experience*, sebagai respon masyarakat terhadap FOGO, yang kemudian turut berimbas pula pada kelangsungan bisnis makanan dan minuman di kota Ambon.

Kata kunci: *fear of going out* (FOGO), *dining out experience, theory of planned behavior,* covid-19

PENDAHULUAN

Pandemi ini memunculkan sebuah fenomena ketakutan baru yaitu ketakutan untuk keluar rumah atau yang dikenal dengan istilah *Fear of Going Out* (FOGO). Pandemi Covid-19 mengubah budaya masyarakat yang awalnya sangat suka menghabiskan waktu diluar rumah berkumpul dengan sanak saudara dan teman, kini berubah menjadi masyarakat yang diharuskan menjaga jarak ketika berkumpul (physical distancing) dan pembatasan berkumpul secara masal. Pandemi ini menimbulkan perasaan takut atau fear yang berkepanjangan, yang merupakan sebuah respon adaptif ketika dihadapkan pada suatu kondisi bahaya (Mertens, et al., 2020). Takut itu sendiri terdiri dari beberapa jenis yang antara lain adalah ketakutan untuk diri sendiri, ketakutan untuk orang lain, ketakutan akan ketidaktahuan, serta ketakutan akan hal yang sedang terjadi (Schimmenti, 2020).

Fenomena *Fear of Going Out* (FOGO) cukup banyak ditemukan di beberapa negara maju yang sedang dalam perjalanan menerapkan kehidupan new normal. Berdasarkan artikel yang dirilis satu media masa (CNBC, 2021), seorang ahli psikologis Rajaee mengemukakan bahwa *Fear of Going Out* (FOGO) lebih dari sekedar ketakutan akan sakit. Ketakutan yang dialami oleh penderita juga dapat dipicu oleh semacam kecemasan sosial yang situasional, yang dimana ketakutan ini banyak berkembang sebagai akibat dari lockdown selama satu tahun atau lebih. *Fear of Going Out* (FOGO) dapat dikatakan sebagai suatu masalah ketika ketakutan untuk keluar yang dialami memiliki kriteria seperti agoraphobia atau fobia bertemu dengan manusia. Ketika telah mencapai tahap itu, maka penderita disarankan untuk mencari bantuan profesional atau ahli. Penting bagi penderita untuk mencari tahu dan peka terhadap keadaan mereka sendiri (CNBC, 2021).

Fenomena *Fear of Going Out* (FOGO), mempengaruhi aktivitas dining out experience karena dampak dari pandemi covid-19. Makan di luar rumah atau dining out merupakan suatu aktivitas yang sangat sering dilakukan ketika keluar dan restoran pasti merupakan tempat dari aktivitas tersebut (Waldfogel, 2019). Di Indonesia terdapat banyak orang yang mengalami fenomena ini, sehingga mereka mengalami ketakutan ketika harus keluar dari rumah. Salah satunya adalah ibu kota provinsi

Maluku, yakni Ambon. Ambon terkenal kaya akan pemandangan alam yang indah sehingga banyak terdapat café, rumah makan dengan pemandangan pantai, dan tempat- tempat wisata alam yang menarik minat masyarakat untuk keluar dari rumah melepaskan kepenatan atau sekedar mencari suasana yang berbeda. Sebagai ibu kota provinsi Maluku, Ambon dikenal dengan sebutan kota musik atau the city of music, yang dimana gaya hidup orang Ambon sangat erat dengan hiburan- hiburan musik. Salah satu budaya khas Kota Ambon adalah Malam Badendang. Malam Badendang merupakan sebuah kebiasaan masyarakat Maluku yang dimana orang-orang akan berkumpul untuk menari dan bergoyang untuk merayakan suatu perayaan atau hanya sekedar kumpul- kumpul biasa. Kebiasaan ini bertujuan untuk membangun kebersamaan dalam kehidupan sosial bermasyarakat. Hal ini juga menjadikan masyarakat Ambon memiliki solidaritas yang tinggi. Budaya malam Badendang ini dilakukan sepanjang malam dan biasanya akan dimeriahkan juga dengan karaoke beramai-ramai dan makan makanan khas Maluku (Nandi, 2021). Dulu sebelum pandemi, keadaan restoran sangat ramai pengunjung. Restoran menjadi tujuan pertama ketika orang keluar dari rumah. Orang-orang ada yang datang ke restoran untuk makan bersama keluarganya atau bersama teman-temannya. Restoran juga menjadi sebuah tempat untuk diadakannya pesta-pesta. Pesta bisa

dihadiri banyak sekali orang dan bisa berlangsung hingga larut malam.

Pandemi virus corona telah mempengaruhi kehidupan sehari-hari masyarakat. Saat ini semakin sedikit orang yang bepergian keluar rumah sejak pemerintah memberlakukan PPKM dan masyarakat diminta untuk melakukan segala aktivitasnya dari rumah. Karena perubahan ini, bisnis- bisnis menjadi lebih sepi karena konsumen jadi jarang untuk keluar, hanya belanja seperlunya, dan kebanyakan transaksi dilakukan secara online. Selain itu, pembatasan sosial pun menyebabkan beberapa aktivitas bisnis harus dilakukan secara jarak jauh. Sehingga, banyak orang yang harus bekerja dari rumah atau work from home.

Dampak dari covid ini hampir semua bisnis merasakan dampaknya. Tapi ada beberapa sektor bisnis yang menjadi sangat lesu beberapa di antaranya yaitu industri bisnis makanan dan minuman. Industri perhotelan, industri pariwisata, industri retail, dan lain sebagainnya. Karena semakin sedikit orang-orang yang keluar dari rumah, tempat-tempat seperti café, rumah makan, hotel menjadi sangat sepi atau pun kegiatan-kegiatan seperti kumpul-kumpul dan pesta menjadi sangat jarang. Kegiatan dining out ini ada dua bentuknya, ada yang makan di tempat langusng seperti di café, rumah makan, warung, dan lain-lain. Ada juga yang memberli untuk di bawa pulang atau kita kenal juga dengan istilah take away. Pada industri makanan dan minuman sekarang mengalami perubahan, menururt (Kompas, 2021) perubahan perilaku konsumen untuk industri makanan dan minuman yang dulunya orang lebih memilih untuk makan di tempat sekarang berubah, orang-orang lebih memilih pembelian makanan yang di bawa pulang atau take away. Jadi kegiatan untuk makan di tempat sudah sangat berkurang jika kita bandingkan dengan keadaan sebelum pandemi.

Saat munculnya pandemi, orang-orang mulai takut dan tidak lagi berani untuk makan di luar rumah atau di restoran. Hal ini menyebabkan restoran-restoran yang ada di Ambon mengalami penurunan omset yang sangat besar. Bahkan ada restoran-restoran pun yang harus tutup karena tidak dapat bertahan selama pandemi ini. Misalnya restoran Ghanesa dan restoran Barcelona yang harus tutup karena pandemi. Restoran-resotran juga sudah melakukan pencegahan-pencegahan untuk mengurangi atau mengkontrol penyebaran covid, seperti semua karyawan yang di restoran harus menggunakan masker, sebelum masuk restoran harus diperiksa suhu tubuh. Alat-alat makan disterilkan dan dimasukan ke dalam plastik-plastik terpisah, dan masih banyak lagi hal yang dilakukan agar pelanggan dapat percaya dan kembali makan di restoran. Restoran juga sudah berkerja sama dengan Gojek, namun semua ini tidak memberikan hasil yang segnifikan. Ada juga wawancara yang dilakukan kepada pemilik restoran Sari Gurih, beliau mengatakan bahwa dampak pandemi terhadap restorannya sangatlah besar. Dulu dalam 1 bulan biasanya ada pesanan untuk mengadakan acara kurang lebih 5 kali, sekarang bahkan sudah hampir tidak pernah. Jumlah pelanggan yang datang pun berkurang banyak. (M. Giok, komunikasi pribadi, 11 November 2021)

Untuk itu Teori perilaku terencana (*theory of planned behavior*) akan digunakan sebagai alat analisis dalam penelitian ini. Teori ini didasarkan pada asumsi bahwa manusia adalah makhluk yang rasional dan menggunakan informasi yang mungkin baginya, secara sistematis. Orang memikirkan implikasi dari tindakan mereka sebelum mereka memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu. Teori perilaku terencana (theory of planned behavior) adalah teori yang menganalisis sikap konsumen, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan konsumen.

Dengan begitu penggunaan *theory of planned behavior* dalam menganalisis sikap konsumen diharapkan dapat menentukan apa yang akan dilakukan di masa yang akan datang terhadap sektor-sektor bisnis selama pandemi covid 19 ini berlangsung mapun pada masa new normal. Dengan menggunakan analisis teori ini maka akan mendorong suasana bisnis untuk menciptakan kesan positif di antara konsumen/masyarakat dan menetapkan harapan dalam dining experience. Dengan banyaknya fenomena sosial baru yang muncul selama pandemi covid-19 yang berdampak.

kepada beberapa sektor bisnis, terutama bisnis makanan dan minuman serta kaitannya dengan kebiasaan masyarakat Ambon yang suka berpergian keluar rumah dan berkumpul adalah alasan yang melatar belakangi penulis untuk melakukan penelitian tentang analisis perilaku masyarakat kota Ambon terhadap *fenomena fear of going out dan dining out experience* ketika pandemi covid 19 menggunakan *theory of planned behavior*.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan dan atau tulisan dan memerlukan subjek untuk diamati. Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, atau perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan atau organisasi tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh dan komprehensif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi didapat setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian. (Sugiyono, 2015). Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan dan mengambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud memberikan kesimpulan yang berlaku secara umum (Sugiyono, 2013).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode penelitian deskriptif ini merupakan metode penelitian yang bertujuan dalam mendeskripsikan peristiwa maupun kejadian secara objektif. Penelitian ini ditujukan dalam memecahkan sebuah masalah dalam sebuah bidang (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, metode deskriptif digunakan dalam menjelaskan perilaku

masyarakat kota Ambon terhadap fenomena fear of going out pada di masa pandemi covid 19 menggunakan theory of planned behavior.

Adapun subyek dalam penelitian ini didasari oleh indikator berikut:

1. Berdomisili di kota Ambon.
2. Berusia antara 18 - 50 tahun. Pengambilan rentang usia ini dikarenakan pada usia tersebut rentan untuk mengalami fenomena Fear of Going Out (FOGO) dan Dining Out Experince (Amin, 2020).
3. Menetap di Ambon selama masa pandemi covid 19.

Sedangkan objek dari penelitian ini adalah fenomena Fear of Going Out (FOGO) dan Dining Out Experince yang terjadi pada masyarakat kota Ambon. Berdasarkan artikel yang dirilis oleh Top Doctors (2021) mengatakan bahwa Fear of Going Out adalah rasa takut untuk meninggalkan rumah. Dalam artikel tersebut dijelaskan bahwa kemunculan fenomena ini disebabkan oleh perubahan kebiasaan yang sudah terjadi cukup lama. Kebiasaan baru yang dimana segala aktivitas dilakukan dari rumah saja, mulai dari bekerja, sekolah hingga berbelanja. Karena itu masyarakat pun telah beradaptasi melakukan semuanya didalam rumah dan menganggap keluar dari rumah menjadi sesuatu yang sangat aneh dan orang-orang mungkin kehilangan kepercayaan pada hal-hal yang sudah lama tidak mereka lakukan.

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara. Menurut Rahmat (2009) wawancara merupakan alat pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (in-depth interview). Wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan narasumber, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik Snowball Sampling. Snowball Sampling atau pengambilan sampel rujukan berantai didefinisikan sebagai teknik pengambilan sampel non-probabilitas di mana sampel memiliki sifat yang jarang ditemukan. Ini adalah teknik pengambilan sampel, di mana subjek yang ada memberikan rujukan untuk merekrut sampel yang diperlukan untuk studi penelitian. Metode pengambilan sampel ini melibatkan sumber data primer yang mencalonkan sumber data potensial lainnya yang akan dapat berpartisipasi dalam studi penelitian. Metode Snowball Sampling murni berdasarkan rujukan dan begitulah cara seorang peneliti dapat menghasilkan sampel.

Teknik penentuan informan menggunakan purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data yang didasarkan dengan pertimbangan tertentu yang berkaitan dengan studi kasus yang diteliti dan tujuan peneliti (Sugiyono, 2013); Informan utama dalam penelitian ini adalah orang-orang mempunyai pengalaman terkait virus covid-19, yaitu pernah sebagai OTG (orang tanpa gejala), ODP (orang dalam pengawasan), dan PDP (pasien dalam pengawasan) yang telah sembuh. Alasan menggunakan narasumber ini adalah karena orang- orang ini yang merasakan bagaimana tingkat kecemasan yang terjadi akibat covid 19 mulai dari tahap OTG, ODP sampai PDP.

Selain itu juga dipilih informan lain yaitu konsumen, kompetitor, dan supplier perusahaan. Alasan menggunakan narasumber ini adalah untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan serta untuk mendukung penelitian agar hasilnya tidak subjektif. Hasil wawancara ini akan digunakan untuk analisis menggunakan Teori Perilaku Terencana.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Menurut Meleong (2013), Sebuah data bisa dipengaruhi oleh kredibilitas informannya, waktu pengungkapan, kondisi yang dialami dan sebagainya. Maka peneliti perlu melakukan triangulasi yaitu pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu. Sehingga ada triangulasi dari sumber/informan, triangulasi dari teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu. Triangulasi dibedakan menjadi tiga macam, yaitu triangulasi teknik, triangulasi sumber dan triangulasi teori. Triangulasi teknik berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Triangulasi sumber berarti peneliti menggunakan sumber yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dengan teknik yang sama (Meleong, 2013). Triangulasi teori dilakukan dengan membandingkan hasil akhir penelitian yang berupa rumusan informasi dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias dan subjektivitas peneliti atas temuan yang dihasilkan. Adapun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber yang dilakukan dengan cara mengecek informasi/data yang diperoleh melalui wawancara dengan informan. Kemudian data tersebut ditanyakan kepada informan lain yang masih terkait satu sama lain.

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-memilahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutus apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sehingga analisis data yang dilakukan menggunakan analisis data kualitatif yang meliputi proses dan pemaknaan. Penelitian ini didalamnya juga terdapat analisis deskriptif yang berfungsi untuk mendiskripsikan data penelitian. Analisis data disini dilakukan selama dan setelah pengumpulan data. Adapun proses analisa data yang dilakukan mengadopsi dan mengembangkan pola interaktif yang dikembangkan oleh Milles dan Hiberman dalam (Sugiyono, 2013)

ANALISA DAN PEMBAHASAN

Fenomena Fear of Going Out pada Masyarakat Ambon di masa pandemi

Fenomena Fear of Going Out yang terjadi akibat pandemi secara tidak langsung memengaruhi perilaku

masyarakat. Perilaku yang muncul seperti perasaan ketakutan atau kekhawatiran kembali ke kehidupan normal saat peraturan lockdown mulai dilonggarkan. Kekehawatiran tersebut dapat dipahami karena selama setahun terakhir, sudah tertanam pada masyarakat bahwa interaksi dengan orang lain teruatama diruang tertutup sangat beresiko dan bisa berbahaya. Fenomena Fear of Going Out atau yang disingkat dengan FOGO pada dasarnya merupakan fenomena kecemasan yang tergolong sangat ekstrem, sebagaimana yang diungkapkan oleh seorang psikolog Amerika, Sarah (2021) bahwa FOGO adalah persepsi bahwa sesuatu yang menakutkan diluar sana, bahkan setelah diberitahu bahwa bahaya sudah tidak ada lagi. Dengan kata lain dapat dicermati bahwa fenomena FOGO ini terjadi ketika seseorang takut keluar meskipun kondisi sudah aman. Selain istilah Fear of Going Out, fenomena yang sering dikaitkan dengan keadaan psikis masyarakat pada saat pandemi adalah Agorafobia. Kedua fenomena ini sama sama menimbulkan perasaan cemas belebihan pada tempat atau situasi yang membuat seseorang menjadi panik. Walaupun pada dasarnya keduan fenomena ini memiliki level/tingkatan kecemasan yang berbeda. Memberikan istilah FOGO pada seseorang yang meningglkan rumah dalam kondisi cemas leboh baik daripada memakai istilah agorafobia, hal ini karena agorafobia merupakan sesuatu yang sudah jelas diagnosisnya, sementara FOGO hnaya digunakan untuk mengekspresikan kecemasan yang sama sperti kebanyakan orang. Hal yang serupa juga diungkapkan oleh Sarah (2021) bahwa meskipun akronim seperti FOGO bukan diagnosis yang sesungguhnya, namun dapat digunakan seseorang untuk membantu perasaan yang sedang dialami.

Fenomena Fear of Going Out terhadap masyarakat kota ambon tidak terlalu mengkhawatirkan, sebagian kecil mengaku tetap memiliki perasaan takut untuk keluar pasca pandemi, namun sebagian besar lainnya sudah merasa biasa saja dan tidak mengalami peasaan takut keluar rumah pasca pandemi. Dari hasil wawancara yang dlakukan minimnya rasa takut dikalangan masyarakat Ambon pasca pandemi disebabkan oleh bebera hal yaitu : 1) Masyarakat Ambon sudah melakukan vaksin sehingga lebih merasa aman saat berpergian keluar rumah pasca pandemi 2) Angka COVID dikota ambon sudah berangsur menurun jumlahnya, sehingga masyarakat sudah merasa lebih aman dan tenang saat keluar rumah 3) Masyarakat Ambon sangat mematuhi protokol kesehatan selama pandemi, sehingga ketika harus melakukan aktivitas di luar rumahpun tidak mengalami kecemasan maupun khawatir berlebihan.

1) Masyarakat Ambon sudah Melakukan Vaksin Covid-19

Vaksinasi COVID-19 melindungi tubuh dengan menciptakan respons antibodi (sistem kekebalan) tanpa harus mengalami sakit (CDC, 2021) Vaksinasi COVID-19 dilakukan agar dapat menurunkan risiko infeksi akibat virus SARS-CoV-2, sehingga risiko penularan juga dapat diminimalisir dan akan terbentuk kekebalan kelompok (Herd Immunity). Herd immunity dapat tercapai dengan dua cara yaitu secara alami dan denan menyuntikkan obat atau vaksinasi (Hardi, 2020). Cara alami yaitu membiarkan masyarakat terinfeksi virus ini dan setelah itu muncul kekebalan tubuh terhadap virus ini. Cara kedua ialah dengan menyuntikkan obat atau vaksin, sehingga masyarakat mendapatkan kekebalan tubuh setelah divaksinasi nantinya. Langkah yang diambil oleh pemerintah Indonesia dengan cara menyuntikan vaksin kepada masyarakatnya.

Apabilan cakupan vaksinasi tinggi dan merata di seluruh wilayah, maka kekebalan kelompok baru dapat terbentuk. Selain itu, sebagai upaya pencegahan, vaksinasi dinilai lebih aman dan efekif serta hemat jika dibandingkan dengan upaya pengobatan (Direktur Jenderal Pencegahan dan Pengendalian Penyakit, 2021). Menurut WHO (2020) tujuan dari vaksinasi adalah untuk menurunkan kesakitan dan juga kematian akibat COVID-19, mencapai kekebalan kelompok (herd immunity) untuk mencegah penularan dan melindungi kesehatan masyarakat, melindungi dan memperkuat sistem kesehatan secara menyeluruh, serta menjaga produktifitas dan meminimalisasi dampak sosial dan juga ekonomi. Sejak tahun 2021 pemerintah selalu berupaya dalam melakukan akselarasi vaksinasi di seluruh wilayah di Indonesia, hal ini sebagai upaya dalam memutus rantai penyebaran covid di Indonesia Meskipun tidak 100% bisa melindungi seseorang dari infeksi virus Corona, vaksin ini dapat memperkecil kemungkinan terjadinya gejala yang berat dan komplikasi akibat COVID-19. Hal ini sepertinya telah dipahami oleh masyarakat Indonesia salah satunya adalah masyarakat kota Ambon, sehingga mereka merasa lebih aman dan terjaga dari infeksi COVID-19 ketika berpergian keluar rumah selain itu akibat sudah melakukan vaksinasi ini ketakutan dan kecemasan masyarakat Ambon lebih berkurang.

“Ya rasa takut sedikit saja, lebih ke khawatir. Takut yang dimaksud ini takut tertular begitu karena kan kita tidak tahu ya orang yang sedang berhadapan dengan kita ini sehat atau tidak. tapi setelah saya mendapat vaksin kekhawatiran saya berkurang sih. Sebelum mendapatkan vaksin itu memang merasa takut” (Olive, wawancara, 30 Maret 2022).

Penjelasan Ibu Olive, memperkuat bahwa efektivitas vaksin ini telah mampu merubah paradigma masyarakat mengenai rasa cemas maupun khawatir terhadap pandemi COVID-19, dimana dengan adanya vaksin masyarakat merasa lebih aman dan terjaga ketika harus melakukan aktivitas diluar rumah.

Menurut data SATGAS COVID-19 Provinsi Maluku, bahwa sampai 18 April 2022, persentasi penerimaan vaksin COVID-19 di Provinsi Maluku tepatnya di Kota Ambon sendiri terbilang tinggi, dengan jumlah kumulatif masyarakat yang telah divaksin sebesar 274,194 orang dengan persentasi yang telah mengikuti Vaksin I (100, 14%), Vaksin II (67,23%), dan Vaksin III (9,45%). Dengan melihat tingginya antusias masyarakat untuk menjalani vaksin dari pemerintah, maka sudah sepantasnya masyarakat tidak lagi mengalami rasa takut yang berlebihan saat mengahadapi kondisi COVID-19, karena sudah merasa lebih aman, walapun pada hakikatnya vaksin tidak dapat melindungi diri 100%, namun dengan mematuhi anjuran pemerintah untuk melaksanakan vaksin, masyarakat telah ikut berpartisipasi dalam memutus rantai penyebaran COVID-19 serta menurunkan perasaan cemas dan khawatir jika ingin keluar rumah (Fear of Going Out).

2) Penurunan Jumlah Angka COVID-19 di Kota Ambon

Kecemasan adalah suatu respon emosional dimana seseorang merasa takut pada suatu sumber ancaman yang belum jelas dan tidak teridentifikasi. Menurut Solehati dan Cecep (2015) sebagaimana dikutip oleh Meihartati, et al. (2018), faktor yang berkontribusi pada terjadinya kecemasan antara lain : lingkungan, fungsi peran dan hubungan interpersonal, tingkat pengetahuan, karakteristik stimulus mencakup intensitas stressor, lama stressor, jumlah stressor, karakteristik Individu mencakup makna stressor bagi individu, sumber yang dapat dimanfaatkan dan respon koping, status kesehatan individu. Menurut Nainggolan, et al. (2020), kondisi wabah Covid-19 akan menyebabkan orang merasa khawatir dan tertekan. Respon umum dari mereka yang terdampak baik antara langsung ataupun tidak antara lain: takut terinfeksi dan meninggal, keengganan diri mengunjungi fasilitas kesehatan karena takut terinfeksi saat memeriksakan diri maupun menjalani fasilitas rawat inap, takut kehilangan mata pencaharian, ketidakmampuan bekerja selama karantina mandiri, terancam dirumahkan dari pekerjaan, khawatir akan tindak pengucilan dari masyarakat, serta merasa tidak berdaya, bosan, atau kesepian saat diisolasi. Tersebar luasnya informasi yang salah mengenai coronavirus dan upaya pencegahan serta ketidakpastian nasib dimasa mendatang menjadi sumber utama kekhawatiran di masyarakat. Siaran ulang media dari penderita yang kritis, protokol penanganan peti mati dan mayat penderita Covid-19 juga akan menimbulkan kecemasan dan stigma tersendiri dari wabah ini. Hal ini menunjukkan semakin banyak informasi yang diterima masyarakat terkait kenaikan, maka tingkat kecemasan juga akan meningkat, begitu pula sebaliknya jika informasi mengenai angka COVID-19 menurun, maka tingkat kecemasan masyarakat akibat dampak pandemi ini juga meurun. Jika melihat data SATGAS COVID-19 Kota Ambon per tahun 2022.

Penurunan kasus COVID-19 ini bisa difaktori karena sudah banyaknya masyarakat yang telah melakukan vaksin, dan selalu memperhatikan protokol kesehatan ketika hendak keluar rumah. Sebagaimana yang dikutip dari berita Kompas.com pada bulan Maret 2022, bahwa Status Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di Kota Ambon, Provinsi Maluku akhirnya turun ke level 2 setelah hampir sebulan lamanya bertahan di level 3. Hal ini dikarenakan lonjakan kasus baru terus menurun dan tingkat kesembuhan pasien terus bertambah secara signifikan. Sejauh dari data Satgas Covid-19 Kota Ambon, pasien aktif tersisa yang masih dirawat tersisa 44 orang. Jumlah itu menurun dari 1.800 pasien aktif dirawat di Kota Ambon pada Februari lalu.

“iya lumayan stress begitu ketika tahu, dan jadi merasa perlu lebih berhati-hati begitu. Dan ya takut untuk keluar-keluar karena covidnya kan sedang tinggi-tingginya. Ya benar-benar hanya keluar jika butuh saja. Tapi sekarang ketika covid sudah menurun ya sudah berani lah keluar namun ya tetap menerapkan protokol” (Intje Tan, wawancara, 27 Februari 2022).

Penjelasan Ibu Intje ini dapat memperkuat bahwa perasaan takut atau stress masyarakat Kota Ambon terjadi pada saat menhetahu informasi bahwa COVID sedang tinggi-tingginya, sementara ketika angka COVID-19 ini menuru, perasaan cemas itupun akan ikut menurun dan masyarakat pun sudah berani keluar rumah, berdasarkan hal ini dapat diketahui bahwa penurunan angka COVID -19 secara tidak angsung akan menurunkan ataumenghilangkan Fenomena Fear of Going Out (FOGO) ini.

3) Masyarakat Ambon sangat mematuhi protokol kesehatan selama pandemi

Peraturan pemerintah daerah, seperti Peraturan Wali (Perwal) Kota Ambon Nomor 21 tahun 2020 tentang Pengunaan Masker, pada dasarnya merupakan hal yang sangat urgen. Penegakan hukum dari aspek denda administrasi bagi siapa saja yang tidak menggunakan masker di muka umum sejatinya merupakan hal yang perlu didukung oleh masyarakat kota Ambon untuk bersama-sama dan secara aktif terlibat dalam memerangi wabah COVID-19 ini. Banyak warga sudah peduli dengan peringatan Pemerintah mengenai protokol kesehatan. Hal ini kemungkinan diakibatkan dari perasaan takut itu sendiri sehingga ketika pemerintah mengajak untuk mentaati protokol kesehatan masyarakat Kota Ambon untuk selalumematuhi aturan Pemerintahan yang ada ini demi kebaikan masyarakat itu sendiri. Apalagi kini wabah COVID-19 sedang menunjukkan taringnya. Karenanya, seluruh masyarakat Indonesia diharapkan berperan aktif menjalani segala anjuran dan aturan terkait pencegahan dan penanggulangan COVID-19 sedini mungkin. Dalam penelitian lain seperti yang dilakukan Puspita, et al. (2021) tentang gambaran kecemasan dan kepatuhan terhadap kebiasaan baru pada masa pandemi Covid-19 didapatkan hasil bahwa responden terbanyak merupakan remaja dengan tingkat kecemasan ringan (80%), diikuti remaja dengan tingkat kecemasan sedang (8,4%), dan kecemasan berat (10,5%). Kepatuhan terhadap kebiasaan baru di masa new normal diperoleh data selalu cuci tangan (61,1%), selalu menggunakan masker (86,3%), selalu menerapkan sosial distancing (50,5%), dan tinggal di rumah sebanyak (55,8%). Beberapa tempat-tempat umum dikota Ambon selalu berupaya untuk mematuhi protokol kesehatan, seperti rumah ibadah, maupun tempat-tempat umum lainnya. Sebagaimana yang dituturkan oleh Ibu Lenny dalam wawancara mendalam sebelumnya.

“tidak terlalu ya, karena kan di tempat ibadah kita juga menerapkan protokol kesehatan yang ketat, selain itu juga diatur berjarak lalu jumlah jemaat yang boleh datang juga kan dikurangi ya sampai hanya 50% dan lagi kan mau ke gereja juga daftar begitu sudah 50% pendaftarannya kan ditutup, lalu kan seperti ibadah begitukan tidak berdesak-desakan dengan orang begitu, jadi ya lumayan merasa aman begitu tidak ada rasa takut begitu” (Lenny, wawancara 27 Februari 2022).

Fenomena Fear of Going Out terhadap Bisnis Makanan dan Mimuman di Ambon

Situasi pandemi COVID-19 telah membuat perubahan besar dalam kehidupan saat ini. Dampak yang timbul meliputi berbagai aspek di kehidupan, khususnya dari segi kesehatan dengan adanya peningkatan jumlah kasus positif COVID-19 dan jumlah kasus meninggal dunia. Hal ini telah menimbulkan rasa khawatir dan kecemasan di kalangan masyarakat. Banyaknya informasi penyebaran virus dan jumlah pasien positif dan yang meninggal dunia menyebabkan

tingkat kecemasan masyarakat bertambah (Aufar & Raharjo, 2020). Menurut Hulu & Pardede (2016), kecemasan merupakan respon psikologis dan fisiologis individu terhadap suatu kondisi yang tidak menyenangkan, atau reaksi atas situasi yang dianggap mengancam.

Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian milik Putri & Septiawan (2020) yang menunjukkan bahwa lebih dari 50% responden mengalami kecemasan, dengan kategori cemas dan sangat cemas. Pandemi covid-19 tidak hanya berpengaruh pada kesehatan fisik, namun juga mempengaruhi kesehatan jiwa masyarakat. Selanjutnya dalam penelitian milik Anna (2020) yang menggunakan responden lebih dari 1000 orang dewasa di Amerika serikat, diketahui bahwa 48 % responden merasa cemas akan tertular virus corona. Sekitar 40 % mengkhawatirkan mereka akan sakit berat atau meninggal akibat covid-19 dan 62 % persen mencemaskan keluarga atau orang tercintanya tertular. Sebanyak 36% responden menyampaikan bahwa pandemik covid-19 juga mempengaruhi kesehatan mental mereka dan 59% responden mengatakan bahwa situasi ini memberikan pengauh yang cukup berat bagi kehidupan mereka.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian milik Zulva (2020) yang menyatakan bahwa respon masyarakat dalam menyikapi pandemik adalah mereka merasakan ketegangan, kecemasan, dan kepanikan serta gejala psikosomatis lainnya. Gejala kecemasan yang muncul dari dampak kondisi pandemi ini juga dapat menyebabkan stres berlebihan yang dapat menganggu fungsi sosial seseorang dalam menjalani aktivitasnya sehari-hari bahkan akan menghambat produktif masyarakat. Oleh karena itulah diperlukan suatu teknik atau metode untuk mengatasi kecemasan yang terjadi pada masyarakat (Putri & Septiawan, 2020).

Tidak hanya kondisi kesehatan baik fisik maupun psikis manusia yang terdampak, beberapa sektor usaha juga merasakan secara langsung dampak akibat pandemi ini. Salah satu sektor usaha yang menjadi perhatian adalah UMKM. Sektor usaha mikro kecil menengah yang paling terdampak selama pandemi COVID-19 maupun pasca pandemi adalah makanan dan minuman. Para pengusaha UMKM merasakan turunnya penjualan, kekurangan modal, dan terhambatnya distribusi. Meskipun angka kesembuhan Covid-19 terus meningkat dan dan pelaksanaan vaksinasi terus berjalan namun, kemunculan kasus penyebaran Covid-19 juga mengalami peningkatan sehingga ketidakpastian masih terus memengaruhi laju perekonomian. Di provinsi Maluku tepatnya di Kota Ambon juga sangat merasakan tentang dampak ekonomi yang sedang terjadi sekarang ini di masa pandemi Covid19 terutama usaha mikro seperti rumah makan dan sebagainya, contohnya di rumah makan Sari Gurih yang beralamat di Jl. Wolter Monginsidi, Kel Lateri, Kec. Baguala, Kota Ambon, Maluku dimana usaha mikro kecil menengah ini bergerak dalam bidang konsumsi makanan dan minum.

Sebagai dampak dari adanya fenomena FOGO dikalangan masyarakat Kota Ambon terhadap usaha rumah makan Sari Gurih adalah penurunan omset penjualan dan biaya operasional yang tinggi. Dalam menanggapi fenomena FOGO dikalangan masyarakat ambon, rumah makan Sari Gurih memiliki faktor internal dan eksternal dalam mempertahankan usaha rumah makannya. Faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan bagi rumah makan ini dalam mempertahankan keberlangsungan selama pandemi yaitu menerapkan protokol kesehatan untuk melindungi para karyawan dan konsumen, sering membersihkan area servis dengan desinfektan, sudah menerapkan penjualan secara take away dan delivery order, memperbaiki pengolahan dan pengemasan produk menjadi lebih hiegenis, dan sudah memiliki pelanggan yang loyal.

Sedangkan faktor-faktor internal yang menjadi kelemahan adalah pengeluaran biaya tambahan untuk menerapkan protokol kesehatan, lebih memikirkan bertahan hidup dari pada mengejar profit, mengalami dampak penurunan penjualan yang signifikan, menggantungkan kelanjutan usaha kepada penjualan online dan take away, dan kinerja usaha terganggu karena terpaksa mengurangi jumlah gaji karyawan kecuali untuk satpam dan juga cheff yang gajinya masih dibayar penuh.

“selama tutup itu tidak ada pegawai yang datang, hanya satpam saja. Nanti setelah buka, yang sudah boleh menerima tamu 25%, pegawainya dibagi. Jadi misalnya hari ini beberapa pegawai datang, besoknya berapa orang lagi yang datang. Bergantian semuanya, dengan begitu secara tidak langsung itu cara kami untuk mengurangi biaya gaji yang dikeluarkan. Karena kalau tidak masuk artinya tidak dibayar, apalagi waktu itu yang masih hanya menerima pesanan bawa pulang, itu bahkan bingung juga harus bayar pegawai bagaimana. Karena dari penjualan saja tidak bisa tutupi sama sekali. ketika tutup itu tidak ada karyawan yang diberhentikan. karena semua tidak di gaji juga, kecuali gaji chef itu tetap dibayar penuh dan gaji satpam saja yang tetap bayar penuh. Mungkin ada beberapa karyawan saja yang masih dibayar setengah” (Sovitje Metje, wawancara, 11 Mei 2022).

Disamping faktor Internal juga terdapat faktor Eksternal yang menjadi kekuatan bagi rumah makan ini dimasa pandemi yaitu konsumen kini jauh lebih memerhatikan kesehatan termasuk dalam hal memilik makanan, pelanggan lebih memilih makanan yang bisa take away dan delivery order, konsumen beralih kepembelian low contac, kesungguhan pemerintah dalam menggerakkan ekonomi sambil mengatasi pandemi, terbukanya segmen pasar baru berupa makanan kemasan yang higienis dan frozen food dan bahwa pelaku bisnis kuliner masih mampu menjalin hubungan baik dengan pelanggan. Sedangkan faktor eksternal yang mnejadi ancaman bagi usaha bisnis rumah makan ini adalah pandemi yang berlangsung lama, penerapan konsep social distancing dan stay at home menyebabkan penurunan kedatangan pelanggan, terjadinya penurunan konsumsi dan daya beli masyarakat, persaingan dengan usaha sejenis dan sangat memerlukan perhatian pemerintah untuk menjaga kinerja usaha.

“Tidak ada, sepi sekali. Bahkan kita buka order untuk bawa pulang saja orang tidak beli, mungkin orang-orang takut untuk keluar. Itu yang covid pertama yang tahun 2020. Semua orang takut. Nah nanti setelah beberapa bulan setelah turunnya covid itu baru ada yang mulai-mulai datang lagi. Saat itu juga dari pemerintah sudah mengijinkan untuk awalnya bisa

menerima tamu itu 25% saja. Setelah itu 50% yang diijinkan dari pemerintah baru mulai kelihatan orang-orang mulai datang makan lagi

iya, karena orang masih takut. Nah nanti setelah beberapa bulan lagi, sudah boleh buka sampai jam 9 malam, kemudian boleh buka sampai jam 10, dan dari pemerintah sudah mengijinkan untuk mengadakan pesta. Saat itu baru mulai ada orang yang berani untuk datang makan di tempat. Tapi kita tetap harus melakukan protokol kesehatan seperti jaga jarak, harus menggunakan masker, satu meja harus tetap ada jarak kursinya, sebelum masuk harus cuci tangan, di meja kami sediakan air panas untuk orang-orang kalau mau rendam sendok-sendoknya supaya mereka rasa bersih, dan kami juga menyediakan hand sanitizer" (Sovitje Metje, wawancara, 11 Mei 2022).

Dari hasil wawancara dengan pemilik rumah makan Sari Gurih ini dapat dilihat bahwa kebijakan (*policy*) pemerintah dalam mengatasi pandemi seperti penamnahan jam operasional umah makan, dan penerapan protokol kesehatan memiliki peran yang penting dalam menjaga kinerja usaha UMKM seperti rumah makan ini.

Penerapan theory of planned behavior terhadap perilaku masyarakat kota ambon dalam merespon fenomena fear of going out

Theory of planned behavior (TPB) atau Teori Perilaku Terencana merupakan salah satu model terpenting dalam prediksi perilaku individu, dan juga berperan sebagai alat dalam menyelidiki sikap dan niat terhadap kebiasaan makan diluar rumah sebagai bentuk respon terhadap fenomena fear of going out. Dalam penelitian sebelumnya telah diindentifikasi sejumlahfaktor yang memengaruhi niat dalam membeli makanan diluar rumah selama pademi COVID-19, termasuk merek, harga, kualitas makanan dan persepsi diri tentang status kesehatan seseorang (Sarkar, et al., 2019). Dalam teori ini ini menyelidiki pemicu perilaku perlindungan diri individu melalui rasa takut, seperti halnya ketakutan akan tetular virus COVID-19 ini. Pada penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa ketakutan adalah penentu perilaku pembelian konsumen selama pandemi (Eger, et al., 2021). Hasil dari penelitian tersebut selaras dengan penelotian lain yang menunjukkan bahwa ketakutan merupakan faktor penting yang memengaruhi perilaku dan sikap indiidu (Hasan, et al., 2021). Selain itu seseorang cenderung mematuhi harapan dan pembatasan yang berwenang dalam keadaan dengan resiko tinggi (Zhang, et al., 2019).

Ketakutan akan COVID-19 ini dilaporkan telah meningkatkan efikasi diri dan kontrol perilaku yang dirasakan respon emosional secara luas dianggap sebagai kontributor perilaku perlindungan pribadi. Penelitian sebelumnya telah menunkukkan bahwa rasa takut dapat mendorong perilaku yang mengurangi suatu ancaman (Subedi, et al., 2021), misalnya ketakutan yang timbul dari ancaman linkungan, seperti akumulasi limbah akan meningkatkan partisipasi individu darlam perilaku pengelolaan yang tepat dan sesuain (Cohen, 2019). Di masa pandemi ini, dilihat dari perspektif psikologi pendidikan masyarakat yang dikaji oleh beberapa literatur menjelaskan bahwa kondisi yang dianggap serius dan mengancam serta membahayakan dapat meningkatkan kesadaran akan perilaku beresiko. Hal tersebut dijabarkan oleh Rogers (dalam Weinstein & Blalock, 2008) dalam protection motivation theories, dimana rasa takut menjadi motivator yang mampu merubah perilaku. Tidak hanya itu hal tersebut bisa meningkatkan perilaku sehat hanya diperuntukkan individu yang memiliki self efficacy tinggi dan ekspektasi akan outcomenya. Artinya apabila individu memiliki keyakinn diri yang tinggi akan rasa keamanan dan kenyamanan saat mengunjungi pusat perbelanjaan, ia akan mengikuti aturan sesuai protokol kesehatan atau lebih memilih untuk stay at home.

Beberapa pendukung model perancangan ini juga terdapat dalam teori plan of behaviour & reasoned action (Ajzen, dalam Aulia & Nurdibyanandaru, 2021). Pada tahun 1988 terdapat penambahan sebuah kepercayaan individu dan persepsi individu tentang kontrol perilaku, yang artinya sebuah kepercayaan individu dapat melakukan sesuatu perilaku didasari oleh kemampuan untuk melakukannya (Lee & Kotler, 2019). Teori tersebut adalah theory of planned behaviour. Teori yang diusulkan pertamakali oleh Ajzen pada tahun 1985 yang berintikan tiga hal yaitu behavioural beliefs atau sebuah keyakinan akan kemungkinan hasil serta evaluasi dari perilaku yang ada. Normative beliefs dimana keyakinan sebuah norma akan diharapkan serta motivasi untuk memenuhi harapan yang diinginkan dan yang terakhir control beliefs yaitu keyakinan tentang sebuah faktor dapat mendukung atau menghambat perilaku kesadaran akan kekuatan dari faktor tersebut. Hal yang dapat ditarik kesimpulan diatas dalam theory of reasoned action akan dipengaruhi oleh niat individu yang terbentuk dari norma dan pembiasaan atau habit. Terdapat satu variabel yang berpengaruh yakni sikap yang dipengaruhi oleh pengalaman. Pada norma subjektif dipengaruhi keyakinan akan pendapat orang lain dan motivasi untuk menaati keyakainan ataupun pendapat yang lain.

Dalam penelitian ini yang akan dianalisis menggunakan theory of planned behaviour adalah niat perilaku (sebagai faktor dependen/yang mendapat pengaruh), sikap, norma subyektif dan kotrol perilaku. Niat perilaku yang dimaksud disini adalah niat beli/dining out experience terhadap rumah makan Sari Gurih pasca pandemi. Niat beli ini dapat didefinisikan sebagai pobabilitas bahwa konsumen bersedia untuk mengambil tindakan pembelian tertentu. Niat beli yang mencerminkan niat motivasi untuk membeli suatu makanan/produk adaah prediktor perilaku pembelian yang divalidasi. Pada penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang diarasakan secara langsung atau tidak langsung akan memengaruhi niat beli (Prasetyo, et al., 2020).

Sikap adalah evaluasi positif atau negatif individu terhadap perilaku tertentu. Semakin positif sikap, semakin tinggi niat berperilaku, begitupula sebaliknya. Sejumlah penelitian sebelumnya telah menunjukkan hubungan positif antara sikap dan niat membeli. Selanjutnya adalah norma subyktif yang mengacu pada persepsi individu tentang persetujuan dan dukungan dari orang terdekatnya, seperti orang tua, teman, kolega mengenai perilaku tertentu, dengan kata lain norma subyektif ini ditentukan oleh tekanan sosial

yang dirasakan untuk menuruti pendapat orang tersebut. Semakin positif norma subyektif, semakin kuat niat perilaku, dalam penelitian ini akan mengulas mengenai dampak langsung dari norma subyektif pada perilaku pembelian makanan di rumah makan Sari Gurih. Kontrol perilaku yang dirasakan didefinisikan sebagai persepsi individu tentang peluang dan kesulitan dalam melakukan perilaku setelah mempertimbangkan faktor-faktor yang relevan.

Pertama adalah keterkaitan antara fenomena Fear of Going Out dengan niat membeli makanan dilaur pasca pandemi dapat dikaitkan dengan perasaan ketakutan atau kecemasan itu sendiri. Emosi yang berupa ketakutan ternyata memainkan peran penting dalam perilaku konsumen saat menghadapi ancaman COVID-19. Fear of Going Out yang mengacu kepada kecemasan, depresi,dan dampak emosional negatif lainny yang memicu masyarakat takut keluar rumah saat pandemi maupun pasca pandemi ini dapat diartikan sebagai status mental yang tidak menyenangkan dan ditimbulkan oleh ancaman atau stimulus. Ketakutan dan kecemasan dalam bentuk perasaan takut keluar rumah karena persepsi bahwa bila terjangkit virus COVID-19 telah terbukti meningkatkan niat perilaku. Selama pandemi COVID-19, ketakutan yang dihasilkan dari evaluasi kognitif individu terhadap ancaman dan kemampuan masyarakat kota Ambon untuk terlbat dalam tindakan pencegahan resiko merupakan indikator merupakan indikator signifkan dari perilaku konsumen yang diamati terkait dengan kunjungan terhadap suatu restoran/rumah makan.

Sebuah penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa konsumen lebih cenderung tertarik pada produk (makanan) yang akan mengurangi resiko terinfeksi ketika dihadapkan pada ketakutan akan pandemi (Daniel, et al., 2018). Selain itu menurut teori TPB ini perasaan takut keluar rumah adalah salah satu daya tarik yang dapat dikaitkan secara positif terhadap perilaku pembelian, namun disisi lain rasa takut juga telah terbukti berdampak buruk pada niat pembelian. Misalnya pada penelitian sebelumnya, terbentuk hubungan negatif yang signifikan antara ketakutan dan niat perilaku dalam kunjungan atau pembelian di suatu restoran. Secara keseluruhan, ketakutan bisa menjadi faktor penting untuk dikaji dalam analisis TPB untuk memahami niat beli dan kunjungan konsumen (masyarakat Ambon) ke rumah makan Sari Gurih saat pandemi berlangsung atau pasca pandemi. Dari hasil wawancara dengan beberapa masyarakat Kota Ambon didapati bahwa ketakutan yang muncul saat pandemi telah mendorong masyarakat untuk melakukan kebiasaan baru seperti memakai masker saat terpaksa keluar rumah, membawa handsanitizer saat berpergian, menjaga jaraj, mengindari kerumunan, membawa peralatan makan sendiri saat terpaksa makan di luar rumah, langsung mandi ketika sampai di rumah setelah berpergian keluar rumah, memastikan tempat duduk dan barang-barang disekitar dengan sanitizer untuk mencegah terjangkit virus COVID-19 ini serta juga memengaruhi niat untuk membeli makanan dari luar rumah.

Dapat disederhanakan bahwa orang akan melakukan suatu tindakan, jika memiliki nilai positif dari pengalaman yang sudah ada dan tindakan tersebut didukung oleh lingkungan individu tersebut. Jadi, apabila individu memiliki pengalaman atas pandemi, ia lebih memiliki nilai positif daripada orang yang tidak mau tahu atau acuh terhadap kondisi ini. Pengalaman bisa dari media massa, informasi dari media sosial, kerabat, keluarga yang memiliki sangkut paut terhadap Covid-19. Individu akan lebih berhati-hati dan mawas diri untuk mengurangi kontak fisik langsung, dan bisa terbawa sepanjang hidupnya (menjadi kebiasaan baru setelah pandemi).

Munculnya istilah New Normal Life menurut Epidemiolog Griffith University Dicky Budiman, yaitu sebagai pola hidup normal yang baru dan menurut tim pakar gugus percepatan penangana Covid-19 Wiku Adisasmita (Larassaty, 2020), New Normal Life adalah perubahan perilaku untuk menjalankan aktivitas normal namun tetap dengan melakukan dan menerapkan protokol kesehatan yang sudah ditetapkan oleh WHO sebagai pencegahan penularan Covid-19. Hal ini membuat seluruh elemen masyarakat di dunia harus membiasakan atau mengubah “habit” dengan memakai masker, mencuci tangan, menjaga jarak fisik, dan menghindari kerumunan. Menurut Shelby County Health Departmenet Director Alisa Haushalter dalam Commercial Appeal (Poe, 2020), saat ini kita harus menjadikan penggunaan masker dan norma atau kebiasaan dan pola. Baru-baru ini sebuah laporan mengungkapkan hubunan positif antara tingkat ketakutan terhadap COVID-19 sikap serta niat membeli masker wajah untuk digunakan saat ke luar rumah(Syah, et al., 2020) berdasarkan temuan tersebut bahwa tingkat ketakutan akan efek samping akibat COVID-19 di antara konsumen akan berkorelasi positif dengan sikap mereka terhadap pembelian makanan di luar selama rumah makan tersebut menerapkan ptokol kesehatan yang baik. Perubahan sikap akan, pada gilirannya, secara positif mempengaruhi niat pembelian mereka

Kedua adalah norma subyektifnya. Norma subyektif memiliki peran penting dalam menentukan apakah masyarakat akan mematuhi kebijakan pemakaian masker ketika pergi makan di luar rumah (Sun, et al., 2021) Dalam keadaan kritis (misalnya, menghadapi risiko infeksi COVID), masyarakat cenderung mengikuti saran yang diberikan oleh pemerintah kepada mereka (Jin, et al., 2014). Dengan kata lain, orang cenderung untuk menuruti harapan atau batasan yang dikenakan kepada mereka oleh figur yang berwenang seperti pemerintah. Dengan demikian, terdapat hubungan positif antara tingkat ketakutan konsumen terhadap pandemi dan kepatuhan mereka terhadap saran yang diberikan oleh mereka yang dianggap penting bagi mereka. Rekomendasi yang diberikan oleh tokoh-tokoh penting tersebut dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap niat beli konsumen terhadap suatu produk tertentu (Li, et al., 2018).

Ketiga adalah kontrol perilaku. Ketakutan publik terhadap COVID-19 dapat meningkatkan kekhawatiran masyarakat tentang kekebalan tubuh meraka, dengan demikian masyarakat dapat memilih untuk menggunakan protokol kesehatan (masker, handsanitizer, dan lain sebagainya) untuk meminimalkan kemungkinan terinfeksi virus ketika sedang membeli makanan diluar rumah. Dengan cara ini, kontrol perilaku yang masyarakat rasakan dapat

ditingkatkan. Oleh karena itu semakin kuat ketakutan masyarakat Ambon terhadap COVID-19, semakin besar kemungkinan masyarakat akan mengumpulkan informasi mengenai tempat makan yang menerapkan protokol kesehatan yang lengkap supaya menjaga keamanan ketika makan di luar rumah. Memiliki informasi yang relevan paa gilirannya akan meningkatkan niat pembelian dan kunjungan masyarakat disebuh tempat makan/rumah makan. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa komponen TPB, termasuk sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan, merupakan mediator penting dalam niat pembelian makanan diluar rumah selama pandemi maupun pasca pandemi bagi Masyarakat Kota Ambon dalam mengahadapi fenomena Fear of Going Out.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian yang telah dibahasa seelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Pengaruh fenomena Fear of Going Out terhadap masyarakat kota ambon tidak terlalu mengkhawatirkan, sebagian kecil mengaku tetap memiliki perasaan takut untuk keluar pasca pandemi, namun sebagian besar lainnya sudah merasa biasa saja dan tidak mengalami peasaan takut keluar rumah pasca pandemi. Dari hasil wawancara yang dlakukan minimnya rasa takut dikalangan masyarakat Ambon pasca pandemi disebabkan oleh bebera hal yaitu : 1) Masyarakat Ambon sudah melakukan vaksin sehingga lebih merasa aman saat berpergian keluar rumah pasca pandemi 2) Angka COVID dikota ambon sudah berangsur menurun jumlahnya, sehingga masyarakat sudah merasa lebih aman dan tenang saat keluar rumah 3) Masyarakat Ambon sangat mematuhi protokol kesehatan selama pandemi, sehingga ketika harus melakukan aktivitas di luar rumahpun tidak mengalami kecemasan maupun khawatir berlebihan.
2. Usaha Rumah Makan Sari Guruh adalah salah satu bisnis UMKM yang terdampak COVID-19. Pengaruh Fenomena FOGO dikalangan masyarakat ambon bagi kelangsungan rumah makan Sari Gurih dapat didentifikasi dari segi kelemahan faktor Internal dan Eksternalnya. Faktor Internal seperti pengeluaran biaya tambahan untuk menerapkan protokol kesehatan, lebih memikirkan bertahan hidup dari pada mengejar profit, mengalami dampak penurunan penjualan yang signifikan, menggantungkan kelanjutan usaha kepada penjualan online dan take away, dan kinerja usaha terganggu karena terpaksa mengurangi jumlah gaji karyawan kecuali untuk satpam dan juga cheff yang gajinya masih dibayar penuh. Sedangkan faktor eksternal seperti pandemi yang berlangsung lama, penerapan konsep social distancing dan stay at home menyebabkan penurunan kedatangan pelanggan, terjadinya penurunan konsumsi dan daya beli masyarakat, persaingan dengan usaha sejenis dan sangat memerlukan perhatian pemerintah untuk menjaga kinerja usaha.
3. Ada tiga (3) segi aspek yang dianalisis menggunakan Theory of planned behavior (TPB) terhadap fenomena FOGO dikalangan masyarakat Kota Ambon serta hubungannya dengan kelangsungan rumah makan Sari Gurih, yaitu Pertama adalah keterkaitan antara fenomena Fear of Going Out dengan niat membeli makanan dilaur pasca pandemi dapat dikaitkan dengan perasaan ketakutan atau kecemasan itu sendiri, Kedua adalah norma subyektifnya. Norma subyektif memiliki peran penting dalam menentukan apakah masyarakat akan mematuhi kebijakan pemakaian masker ketika pergi makan di luar rumah, Ketiga adalah kontrol perilaku. Ketakutan publik terhadap COVID-19 dapat meningkatkan kekhawatiran masyarakat tentang kekebalan tubuh meraka, dengan demikian masyarakat dapat memilih untuk menggunakan protokol kesehatan.

Berdasarkan kesimpulan penelitian diatas, maka dikemukakan saran-saran oleh penulis, sebagai berikut:

Saran Akademik

a. Untuk penelitian selanjutnya agar dapat menggali lebih dalam lagi tentang pengaruh maslng masing mental atau kecemasan lainnya (anxieti, depresi, dan FOMO) terhadap perilaku masyarakat disuatu daerah dengan menggunakan berbagai pendekatan dan teori lainnya yang mendukung.
b. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai data awal dalam melakukan penelitian selanjutnya dan dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam tentang kecemasan atau FOGO dan kualitas hidup masyarakat pada masa pandemi Covid-19 menggunakan Theory of planned behavior (TPB).

Saran Praktis

a. Bagi masyarakat diharapkan dapat beradaptasi terhadap dampak pandemi Covid-19 pada berbagai aspek kehidupan, sehingga dapat meminimalkan kecemasan supaya kualitas hidup tetap baik. Untuk mengurangi kekhawatiran yang terlalu tinggi terhadap infeksi atau penularan Covid-19 maka masyarakat perlu menjalankan protokol kesehatan dengan baik.
b. Pemerintah diharapkan dapat menerapkan kebijakan yang tepat untuk mengurangi dampak negatif pandemi Covid-19 pada aspek politik, sosial, maupun ekonomi, sehingga hal tersebut dapat mengurangi kecemasan masyarakat dan tetap dapat mempertahankan kualitas hidup.

DAFTAR REFERENSI

A. Schimmenti, J. B. (2020). The four horsemen of fear: An integrated model of understanding fear experiences during the COVID-19 pandemic. Clinical Neuropsychiatry.

Ahorsu, D. K.-Y. (2020). The Fear of COVID-19 Scale: Development and Initial Validation. Springer.

Amin, S. (2020). The psychology of coronavirus fear: Are healthcare professionals suffering from corona-phobia? Taylor & Francis Online, 249–256.

Anna, L.K. (2020). Tingkat Kecemasan Akibat Wabah Virus Corona Meningkat, (https://lifestyle.kompas.com/read/2020/03/26/112749520/tingkat-kecemasan-akibatwabah-viruscorona-meningkat diakses 20 Mei 2022

Asadifard, Rahman, Aziz, dan Hasim. (2015). A review on Tourist Mall Patronage Determinant in Malaysia.

Asmundson, G. J., Taylor, S., & A. J. Smits, J. (2014). PANIC DISORDER AND AGORAPHOBIA: AN OVERVIEW AND COMMENTARY ON DSM-5 CHANGES. Wiley Online Library, 480-486.

Aufar, A.F., Raharjo, S.T. (2020). Kegiatan Relaksasi Sebagai Coping Stress di Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik. Vol. 2 No. 2, ISSN 2656- 1786. Hulu & Pardede (2016),Bandung: Alfabheta.

Bogdan R, B. S. (1992). Qualitative Reaserch for Education. Boston: Allyn and Bacon.

Chen, Y.-S., Lehto, X., Behnke, C., & Tang, C.-H. (2015). Investigating Children's Role in Family DiningOut Choices: Evidence From a Casual Dining. Taylor & Francis Online, 1-20.

CNBC. (2021, May 1). Health and Wellness. Retrieved from https://www.cnbc.com/2021/05/01/tips-to-fight-pandemic-fogo-fear-of-going-out-and-get- back-to-life.html.

Cohen-Louck, K. (2019). Perception of the threat of terrorism. J. Interpers. Violence. 34, 887–911

Craske, M. G. (2014). Panic disorder and agoraphobia. American Psychological Association, 1-61.

DeSoucey, M., & Demetry, D. (2016). The dynamics of dining out in the 21st century: Insights from organizational theory. Wiley Online Library, 1014-1027.

Eger, L.; Komárková, L.; Egerová, D.; Mi˘cík, M. (2021). The effect of COVID-19 on consumer shopping behaviour: Generational cohort perspective. J. Retail. Consum. Serv. 61, 102542

Focusing on perceived territoriality. Elsevier, 88.

Freckelton, I. (2020). COVID-19: Fear, quackery, false representations and the law. International Journal of Law and Psychiatry.

Gramedia. (2021, Februari). Retrieved from Buku Psikologi: sifat & Kebiasaan Orang Maluku: https://www.gramedia.com/best-seller/kebiasaan-orang-maluku/#Budaya_Kalwedo.

Hardy, Fathinah Ranggauni. (2020). Herd Immunity Tantangan New Normal Era Pandemi Covid - 19. Ilmu Kesehatan Masyarakat, 12(2). 55.

Hardy, Fathinah Ranggauni. (2020). Herd Immunity Tantangan New Normal Era Pandemi Covid19. Ilmu Kesehatan Masyarakat, 12(2). 55 .

Hassan, S.B.; Soliman, M. (2021). COVID-19 and repeat visitation: Assessing the role of destination social responsibility, destination reputation, holidaymakers' trust and fear arousal. J. Destin. Mark. Manag. 19, 100495.

https://katadata.co.id/ariemega/infografik/5fa52671f2ea7/menjaga-kesehatan-mental-di-tengah-pandemi-covid-19. Diakses pada tanggal 23 Mei 2022, pada pukul 12.00 WIB.

International Journal of Inovation, Management and Tecnology, Vol.6. No.3.

Ismail, A. R. (2011). Experience Marketing: An Empirical Investigation. Taylor & Francis, 167-201. Jacobson, K. (2011). Embodied Domestics, Embodied Politics: Women, Home, and Agoraphobia. Spirnger, 1-21.

Jin, Y.; Liu, B.F.; Austin, L.L. (2014). Examining the role of social media in effective crisis management: The effects of crisis origin, information form, and source on publics' crisis responses. Commun. Res. 41, 74–94.

Kompas. (2021, Maret 17). Bisnis Food and Beverage Terpukul Pandemi. Retrieved from Harian Kompas: https://money.kompas.com/read/2021/03/17/133547226/bisnis-food-and- beverage-terpukul-pandemi-ini-cara-eatlah-untuk-bertahan.

Kompas. (2020, Maret 23). Kompas.com. Retrieved from News:Regional: https://regional.kompas.com/read/2020/03/23/10150621/kasus-positif-covid 19- pertama-di-ambon-maluku-tetapkan-klb-corona.

L. Larassaty, "Beredar Istilah "New Normal" di Tengah Pandemi Covid-19, Apa Artinya?," health.grid.id, 19 Mei 2020. [Online]. Available: https://health.grid.id/read/352157964/beredari stilah-new-normal-di-tengah-pandemi-covid19-apa-artinya?page=all. (Diakses pada tanggal 25 Mei 2022, pada pukul 06.00 WIB).

Lexy J. Moleong (2013). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Li, Q.; Liang, N.; Li, E.Y. (2018). Does friendship quality matter in social commerce? An experimental study of its effect on purchase intention. Electron. Commer. Res. 18, 693–717.

Liu, Q. Z. (2020). Analysis of the Influence of the Psychology Changes of Fear Induced by the COVID- 19 Epidemic on the Body. Elsevier.

Lueken, U., Straube, B., Konrad, C., Wittchen, H.-U., Ströhle, A., Wittmann, A., . . . Kircher, T. (2013). Lueken, Ulrike; Straube, Benjamin; Konrad, Carsten; Wittchen, Hans-Ulrich; Ströhle, Andreas; Wittmann, André; Pfleiderer, Bettina; Uhlmann, Christina; Arolt, Volker; Jansen,

Andreas; Kircher, Tilo. American Journal of Psychiatry, 1345-1355.

Malbos, E., Rapee, R. M., & Kavakli, M. (2013). A controlled study of agoraphobia and the independent effect of virtual reality exposure therapy. Sage Journals, 160–168.

Malhotra, N. K. (2013). CONSUMER EXPERIENCE AND EXPERIENTIAL MARKETING. Emerald, 25- 61.

Meihartati, T., et. al. (2018). 1000 Hari Pertama Kehidupan. Deepublish Publisher, Yogyakarta.

Mertens, G., Gerritsen, L., Duijndam, S., Salemink, E., & Engelhard, I. M. (2020). Fear of the coronavirus (COVID-19): Predictors in an online study conducted in March 2020. Journal of Anxiety Disorders.

Moon, S., Bonn, M. A., & Cho, M. (2020). How can the solo dining experience be enhanced?

Nainggolan, L. E., et. al. (2020). Belajar dari COVID-19 : Perspektif Ekonomi dan Kesehatan. Yayasan Kita Menulis, Medan.

Patton, M. Q. (2002). Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice. Sage.

Pemerintah Kota Ambon. (2021). Data Covid Kota Ambon.

Pløger, J. (2020). Dining out as a performative event. Taylor & Francis Online, 1-18. Rahmat, P. S. (2009). Penelitian Kualitatif.

Prasetyo, Y.T.; Castillo, A.M.; Salonga, L.J.; Sia, J.A.; Seneta, J.A. (2020). Factors affecting perceived effectiveness of COVID-19 prevention measures among Filipinos during Enhanced Community Quarantine in Luzon, Philippines: Integrating Protection Motivation Theory and extended Theory of Planned Behavior. Int. J. Infect. Dis. 99, 312–323

Puspita, et al. (2021). "Gambaran Kecemasan dan Kepatuhan Remaja Putri terhadap Kebiasaan Baru pada Masa Pandemi COVID 19 di Surabaya". Journal of Midwifery Science. Volume 5 Nomor 1. Diakses pada tanggal 24 Mei 2022.

Putri, A, P.K., Septiawan, A. (2020). Manajemen Kecemasan Masyarakat Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. Academica Journal of Multidisciplinary Studies. Vol. 4 No. 2, July - December 2020.

R. Poe, "Driven by past, Alisa Haushalter faces Shelby County's coronavirus future," Commercial Appeal.com, 28 Maret 2020. [Online]. Available: https://www.commercialappeal.com/story/news/local/2020/03/28/haushalter-shelby-countyhealth-department-coronaviruscrisis/2915046001/. . (Diakses pada tanggal 25 Mei 2022, pada pukul 05.00 WIB).

Sarah" FOMO is Over , FOGO and FOMO are Our New Social Fears". 22 Agustus 2021. [Online]. Available: https://www.mic.com/life/fomo-is-over-fogo-fono-are-our-new-social-fears-82765672. (Diakses pada tanggal 20 Mei 2022, pada pukul 06.00 WIB).

Sarkar, J.G.; Sarkar, A.; Yadav, R. (2019). Brand it green: Young consumers' brand attitudes and purchase intentions toward green brand advertising appeals. Young Consum. 20, 190–207.

Shah, N.; Kalwar, M.S.; Soomro, B.A. (2020). Early COVID-19 outbreak, individuals' mask attitudes and purchase intentions: A cohesive care. J. Sci. Technol. Policy Manag. 12, 571–586.

Subedi, L.; Tchen, S.; Gaire, B.P.; Hu, B.; Hu, K. (2021). Adjunctive Nutraceutical Therapies for COVID-19. Int. J. Mol. Sci.22, 1963.

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: ALFABETA. Sugiyono. (2015). Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Kombinasi (Mixed Methods).

Sun, Y.; Qin, B.; Hu, Z.; Li, H.; Li, X.; He, Y.; Huang, H. (2021). Predicting mask-wearing behavior intention among international students during COVID-19 based on the theory of planned behavior. Ann. Palliat. Med. 10, 3633–3647.

T. Klopfensteina, ∗. N.-O.-Y. (2020). Features of anosmia in COVID-19. Elsevier, 436-439.

Top Doctors. (2021, June 30). Medical articles. Retrieved from Top Doctors United Kingdom: https://www.topdoctors.co.uk/medical-articles/fear-of-going-out-fogo-during-the-covid- 19- pandemic.

Waldfogel, J. (2019). Dining out as cultural trade. Springer.

World Health Organization. Coronavirus disease 2019 (covid-19): situation report, 51. Geneva: World Health Organization; 2020. Available from: https://apps.who.int/iris/handle/10665/331475. Diakses pada tanggal 23 Mei 2022, pada pukul 13.00 WIB

Zhang, Y.; Yang, H.; Cheng, P.; Luqman, A. (2019). Predicting consumers' intention to consume poultry during an H7N9 emergency: An extension of the theory of planned behavior model. Hum. Ecol. Risk Assess. Int. J 26, 190–211.

Ziakas, V., & Boukas, N. (2014). Contextualizing phenomenology in event management research: Deciphering the meaning of event experiences. Emerald, 56-73.

Zulva, T. N. I. (2020). Covid-19 Dan Kecenderungan Psikosomatis. J. Chem. Inf. Model, 1-4.