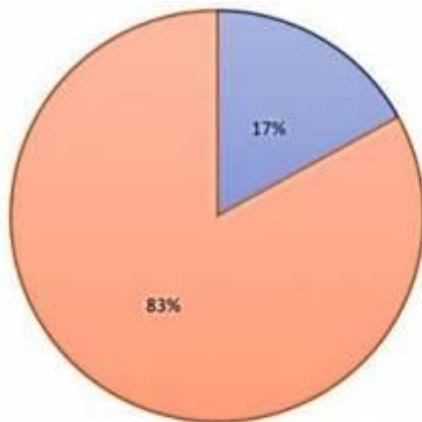
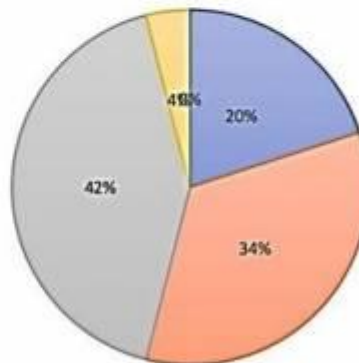


TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP SISTEM BELANJA ONLINE DI BULELENG



Gambar 5.6

Persepsi kepercayaan terhadap produk pertanian dijual secara online



■ SANGAT PERCAYA ■ PERCAYA ■ KURANG PERCAYA
■ TIDAK PERCAYA ■ SANGAT TIDAK PERCAYA

Gambar 5.7 Persepsi kepercayaan terhadap pelaku/penjual produk pertanian dijual secara online

Persepsi responden terhadap kepercayaan produk pertanian yang dijual secara online tersaji pada gambar 5.6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat cukup rendah terhadap produk pertanian yang dijual secara online yakni : 12% sangat percaya akan kualitas produk, 18% percaya, 52% kurang percaya, 16% tidak percaya dan 2% menyatakan sangat tidak percaya. Persepsi responden terakumulasi terbesar pada 52% kurang percaya. Diperlukan banyak upaya untuk meningkatkan persepsi masyarakat terkait kualitas produk dan kepercayaan sistem penjualan terkait kebenaran produk. Persepsi responden terhadap kepercayaan terhadap pelaku/penjual produk pertanian yang dijual secara online tersaji pada gambar 5.7.

Berdasarkan gambar 5.7 menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat juga cukup rendah terhadap pelaku/penjual produk pertanian yang dijual secara online yakni : 20% sangat percaya akan kualitas produk, 34% percaya, 42% kurang percaya, 4% tidak percaya dan 0% menyatakan sangat tidak percaya. Persepsi responden terakumulasi terbesar pada 42% kurang percaya. Memang jika dibandingkan dengan tingkat kepercayaan terhadap produk maka kepercayaan responden kepada pelaku/penjual lebih tinggi, namun masih diperlukan upaya untuk meningkatkan persepsi masyarakat terkait pelaku/penjual produk hasil pertanian secara online. (Balitbang/21).