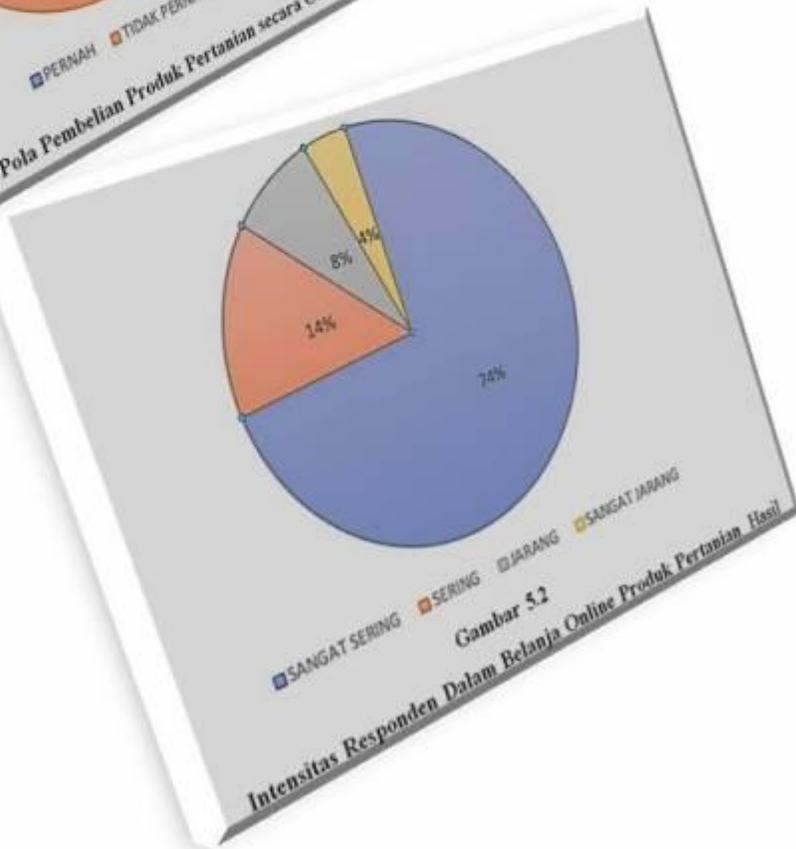
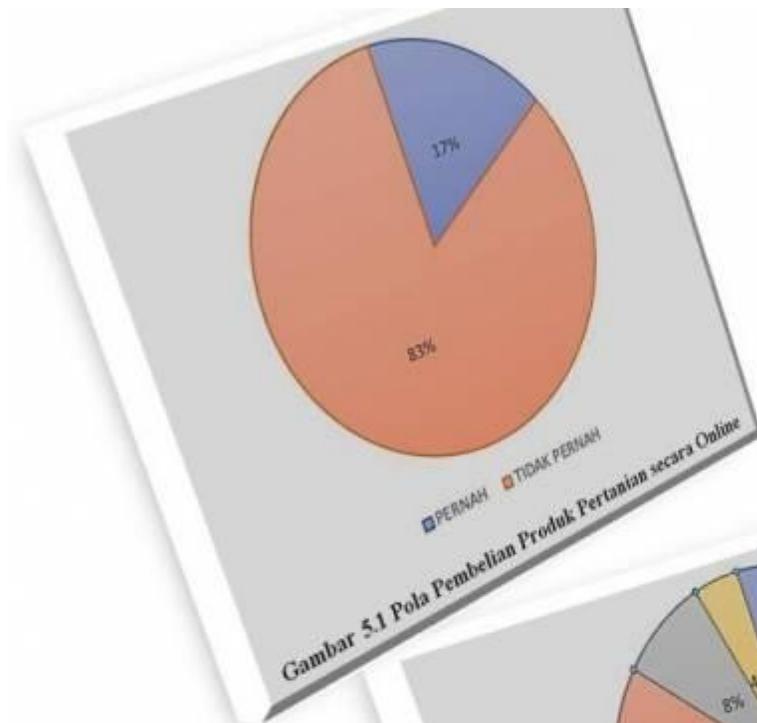


RESPON KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK PERTANIAN ONLINE DI BULELENG



Responden konsumen langsung produk pertanian adalah ibu rumah tangga, pemilihan responden ini karena dianggap secara rasional produk pertanian lebih mengacu pada kebutuhan rumah tangga sehingga para ibu rumah tangga dianggap paling tepat mewakili responden. Ada beberapa dimensi persepsi, pandangan dan pengharapan para responden yang dikelompokkan dalam beberapa variabel dan indikator penelitian yakni : (1) pola pembelian produk pertanian, (2) minat pembelian online produk pertanian di masa pandemi dan di masa normal, (3) komoditas prioritas belanja online, (4) kepercayaan (*trust*), (5) skala kemudahan (*easy of use*), (6) skala kualitas informasi, (7) pengharapan harga, (8) prioritas dan pengharapan keputusan pembelian.

Hasil penelitian terkait pola pembelian produk pertanian yang selama ini sudah dilakukan oleh para responden yakni bagaimana para responden melakukan transaksi jual beli untuk memperoleh produk hasil pertanian untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga mereka. Pola pembelian ini sangat diperlukan untuk mengetahui bagaimana selama ini yang dilakukan oleh pembeli untuk memperoleh gambaran menyeluruh untuk memberikan pertimbangan-pertimbangan dalam pengambilan keputusan khususnya pembelian produk pertanian secara online. Hasilnya dapat dilihat pada gambar 5.1 di atas.

Berdasarkan hasil penelitian maka menunjukkan bahwa 17 % responden pernah melakukan pembelian produk pertanian secara online dan sebagian besar yakni 83%

tidak pernah membeli produk pertanian secara online. Jika dilihat persentasenya memang jauh lebih kecil bahwa selama ini yang melakukan pembelian produk pertanian secara online. Namun jika dirasionalkan dengan luasnya pasar di Kabupaten Buleleng maka nilai ini cukuplah besar sebagai market share untuk pola penjualan secara online. Berdasarkan hasil penelitian berikutnya terkait dengan intensitas yang pernah melakukan pembelian secara online maka dapat dilihat pada gambar 5.2 di atas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari responden yang pernah melakukan pembelian online produk pertanian ternyata 74% intensitasnya sangat sering, 14% sering melakukan belanja online produk pertanian, sebanyak 8% jarang dan 4% sangat jarang melakukan pembelian produk pertanian secara online. Hasil ini jika diperdalam lagi menunjukkan 74% sangat sering dan 14% sering melakukan belanja online. Hasil ini menjelaskan bahwa para responden yang pernah melakukan belanja online produk pertanian ternyata memiliki ketertarikan dan keinginan untuk mengulang lebih sering melakukan aktivitas tersebut, sehingga bisa dikatakan mereka sangat memerlukan dan merasa puas dalam berbelanja online produk pertanian. Hasil ini mengindikasikan bahwa jika bisa menarik minat konsumen lainnya yang tidak pernah belanja online produk pertanian jika bisa digiring untuk berbelanja online bisa jadi dalam rentangan 88% akan sering melakukan belanja online setelah pertama kali melakukan belanja online. Sudah pasti ini memerlukan upaya promosi sistem penjualan namun jika berhasil akan ada pasar yang menjanjikan. *(Balitbang/21)*.