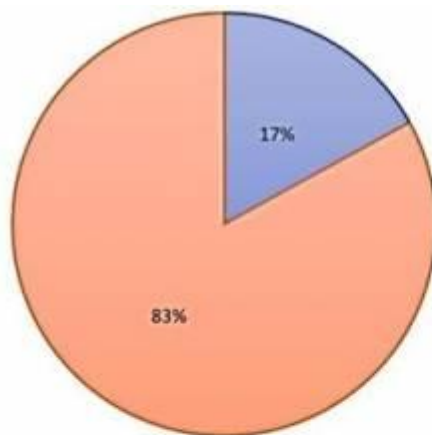
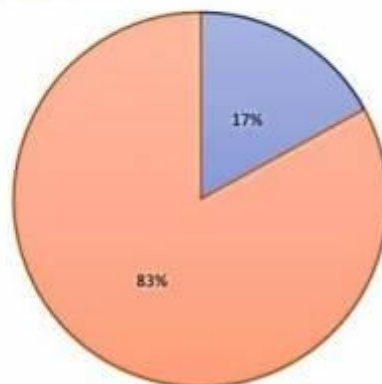


MINAT PEMBELI ONLINE PRODUK PERTANIAN DI MASA PANDEMI COVID-19 DI BULELENG



Gambar 5.3 Kebutuhan sistem belanja online produk pertanian di masa pandemi covid 19



Gambar 5.4 Kebutuhan sistem belanja online produk pertanian di masa pandemi covid 19 berakhir (normal)

Hasil kuesioner terakumulasi pada 3 hasil yakni sangat perlu, perlu dan tidak perlu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat perlu yakni di angka 68%, 20% menyatakan perlu dan namun ada juga yakni 12 % responden menyatakan tidak perlu seperti pada gambar 5.3 di atas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimasa pandemi covid 19 sebagian masyarakat yakni 68% dan 20% berada pada tingkat membutuhkan sistem belanja online. Tentu ini merupakan potensi pasar yang sangat tinggi jika bisa memenuhi pengharapan mereka.

Persepsi berikutnya adalah bagaimana minat pengharapan pembeli online produk pertanian di saat masa pandemi covid-19 berakhir. Hasil kuesioner terakumulasi pada 3 hasil yakni sangat perlu, perlu dan tidak perlu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat perlu yakni di angka 49%, 31% menyatakan perlu dan namun ada juga yakni 20 % responden menyatakan tidak perlu seperti pada gambar 5.4 di atas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimasa pandemi covid 19 berakhir (normal) sebagian besar masyarakat yakni 49% dan 31% berada pada tingkat membutuhkan sistem belanja online. Hal ini juga menunjukkan potensi pasar yang sangat tinggi jika bisa memenuhi pengharapan mereka.

Memang jika dianalisis lagi terjadi penurunan minat belanja online produk pertanian jika masa pandemi covid-19 berakhir, hal ini sangat rasional karena masyarakat sudah pasti ingin dalam kondisi normal termasuk berbelanja dengan melihat langsung produk yang akan dibeli. Namun berdasarkan hasil penyebaran kuesioner menunjukkan masyarakat masih memiliki minat yang tinggi disaat kondisi sudah normal kembali untuk belanja online produk pertanian. (Balitbang/21).