

# I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Era baru globalisasi telah dimulai dengan meningkatnya kontribusi aspek digital terhadap perekonomian. Didukung oleh teknologi dan infrastruktur yang semakin canggih ditawarkan dalam ekonomi berbasis digital telah memudahkan, mempercepat dan mengubah pola penawaran dan permintaan pelaku ekonomi di antaranya dalam sektor pertanian, seperti dalam pendistribusian produk. Hasil pertanian biasanya dihasilkan oleh petani tidak langsung diterima oleh konsumen, tetapi melalui perantara tengkulak, pengecer dan saluran lainnya, yang memperpanjang rantai distribusi dan membutuhkan banyak tenaga kerja serta biaya. Saat ini pemasaran hasil pertanian dapat dilakukan melalui penjualan *online* sehingga mempercepat rantai distribusi hingga ke konsumen.

Kondisi pandemi *Covid-19* memaksa masyarakat untuk membatasi aktivitasnya di luar rumah, baik itu bekerja, beribadah, maupun berbelanja. Dengan kemajuan teknologi informasi, pergeseran dari belanja *offline* (langsung) ke *online* (*e-commerce*) merupakan fenomena yang tidak dapat dihindari. Hal ini memungkinkan konsumen tidak harus pergi ke pusat perbelanjaan, tetapi cukup mengunjungi situs web yang tersedia di internet atau situs belanja *online* dan sosial media. Dengan berbelanja secara *online* konsumen dapat bertransaksi di mana saja tanpa harus pergi ke pasar. Metode belanja *online* memudahkan pelanggan untuk memilih berbagai barang/jasa sesuai dengan preferensinya. Pada Tabel 1 dapat dilihat persentase usaha melalui *e-commerce* berdasarkan barang dan jasa yang dijual.

Tabel 1 Persentase usaha *e-commerce* menurut barang dan jasa yang dijual

Produk	Persentase (%)
Makanan, minuman dan bahan makanan	40,86
Fashion	20,71
Kebutuhan rumah tangga	10,30
Kosmetik	8,05
Barang lainnya	38,40

Sumber: BPS (2020)

Usaha tertinggi dalam penjualan melalui media *online* terdapat pada produk makanan, minuman dan bahan makanan. Perusahaan Agrakebunesia merupakan salah satu produsen di bidang hidroponik yang mempunyai bisnis pertanian yang dikembangkan di antaranya penjualan sayur secara *online* dengan nama usaha yaitu Asadi *Online Shop*.

Perusahaan Agrakebunesia dalam unit bisnis penjualan sayur secara *online* menggunakan WhatsApp sebagai media penjualan. Salah satu alasan menggunakan WhatsApp sebagai media penjualan adalah banyak konsumen yang sudah menggunakannya, tetapi WhatsApp tidak menjual ruang iklan sehingga harus inovatif dalam pendekatan pemasaran. Peran WhatsApp dalam membantu kegiatan bisnis yaitu konsumen dapat berbagi lokasi, maka dapat membantu perusahaan dalam melakukan pengiriman lebih cepat dengan memilih rute terpendek, WhatsApp *chat* yang mudah digunakan dapat menjangkau lebih cepat dan lebih dekat dengan konsumen, WhatsApp dapat membentuk grup hingga lebih dari 200

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

orang yang dapat dimanfaatkan untuk tetap terhubung dengan konsumen dan dapat mendorong pemasaran.

Berdasarkan informasi dari pembina lapang pada perusahaan, penjualan tahun 2021 mengalami fluktuasi. Fluktuasi penjualan dipengaruhi oleh banyak faktor. Salah satu faktor tersebut termasuk perilaku konsumen (Utami *et al.* 2019). Keberhasilan suatu perusahaan sangat tergantung pada kepuasan pelanggan. Upaya untuk meningkatkan pertumbuhan konsumen, perusahaan memperkuat hubungan dengan konsumen untuk membuat konsumen puas. Oleh karena, itu suatu kajian hendaknya dilakukan sehubungan dengan pengambilan keputusan pembelian sayuran dan kepuasan konsumen, sehingga perusahaan perlu melakukan kajian tentang karakteristik konsumen, proses keputusan pembelian, dan sikap konsumen untuk melakukan evaluasi dalam upaya pengembangan perusahaan.

## 1.2 Tujuan

Tujuan kajian pengembangan bisnis ini, yaitu :

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis pada Agrakebunesia dengan berdasarkan lingkungan internal dan eksternal.
2. Mengetahui proses keputusan dan kepuasan konsumen terhadap pembelian sayur di Agrakebunesia.



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies