

I. PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Indonesia terletak di garis khatulistiwa yang memiliki keanekaragaman hayati yang melimpah. Pertanian menjadi salah satu komoditas andalan yang mendukung perekonomian Indonesia. Komoditas pertanian memiliki peranan penting dalam menunjang pendapatan nasional di Indonesia, Menurut data Kementerian Pertanian Kontribusi sektor pertanian terhadap Produk Domestik Bruto pada tahun 2017 sebesar 77,04% (Kementerian Pertanian Republik Indonesia, 2018). Kontribusi tersebut di dukung penggunaan lahan untuk pertanian di Indonesia masih cukup luas, menurut data Kementerian Pertanian luasan lahan pertanian di Indonesia pada tahun 2017 sebesar 37.132.382 Hektar (Kementerian Pertanian Republik Indonesia, 2018). Hal itu yang membuat Indonesia menghasilkan pangan yang melimpah. Namun, produk pangan sendiri memiliki karakteristik yang khusus seperti mudah rusak, cepat busuk dan *bulky*, karena hal itu lah yang menyebabkan produk pangan membutuhkan perlakuan khusus untuk mengurangi resiko saat proses penjualan produk pangan. Produk pangan biasanya dijual pada pasar konvensional dan pasar modern.

Salah satu pasar modern yang sedang dikembangkan pada era perkembangan teknologi ini yaitu e-commerce. E-commerce merupakan pemanfaatan internet untuk mengembangkan usaha bisnis (Manalu dkk., 2007) Penggunaan Internet ini sudah banyak dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia, sesuai data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bahwa pada tahun 2018 pengguna

internet sejumlah 171,17 juta orang (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018). Perkembangan teknologi informasi dan jumlah pengguna internet yang semakin banyak memberi dampak yang sangat pesat terhadap pertumbuhan pasar online di Indonesia (Wuryani, 2018). Adanya pasar online dirasakan sangat bermanfaat bagi penduduk Indonesia karena kemudahan akses dalam membeli suatu produk. Luasnya lingkungan yang dapat dituju sehingga masyarakat mulai mengembangkan bisnisnya melalui pasar online. Mulai dari pemilik hingga konsumen pun merasakan manfaat akan perkembangan pasar online. Keberadaan pasar online atau e-commerce pun kini sudah merambah ke bidang pertanian, e-commerce tersebut dapat disebut dengan e-agribusiness. Adapun beberapa e-commerce pertanian yang sudah terkenal di sebagian masyarakat Indonesia, seperti TaniHub, LimaKilo, Sikumis.com, SayurBox, dll.

TaniHub merupakan salah satu e-commerce yang bergerak dibidang penjualan produk - produk pangan segar secara online yang banyak di minati oleh masyarakat Indonesia. Menurut data TaniHub pengguna aplikasi TaniHub hingga bulan November 2019 sebanyak 84.975 orang. Kini TaniHub telah memiliki cabang gudang di beberapa kota besar seperti DKI Jakarta, Surabaya, Bandung ,Yogyakarta. Melalui TaniHub, para petani lokal dapat menjual hasil panen mereka kepada para individu maupun Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di berbagai wilayah. Dalam memenuhi permintaan konsumen TaniHub bermitra langsung dengan para petani. TaniHub sendiri memiliki slogan khusus yaitu “mendukung petani lokal” sehingga TaniHub memang memiliki tujuan utama membantu mensejahterakan petani-petani lokal. (Tanihub.com, 2018)

Adanya e-agribisnis ini dapat merubah pola kebiasaan masyarakat dalam membeli kebutuhan bahan pokok, Meskipun e-commerce sendiri memiliki resiko tersendiri seperti penipuan terhadap konsumen, produk yang tidak sesuai dengan yang telah dipesan. Pada penelitian mengenai Faktor – faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Online (E –Commerce) menunjukkan bahwa terdapat faktor kemudahan pembayaran, kepercayaan, keuntungan belanja online, kualitas informasi, estetika web yang mempengaruhi keputusan dalam pembelian online (Rambe, 2014), adapun pada penelitian ini membahas mengenai pembelian online terhadap produk pangan yang memiliki sifat mudah rusak sehingga dalam pembelian produk pangan melalui e-commerce memiliki resiko yang lebih besar. Namun, pada kenyataan masyarakat Indonesia kini mulai memanfaatkan e-agribisnis untuk membeli produk pangan segar dalam memenuhi kebutuhan rumah sehari-hari.

Semakin berkembangnya pemanfaatan e-commerce terutama di bidang pertanian memiliki dampak yang baik bagi masyarakat luas. Adanya pemanfaatan e-commerce di bidang pertanian ini diharapkan meningkatkan kemudahan akses informasi, efektifitas dalam pengelolaan produk, memperluas cakupan konsumen dan pada akhirnya meningkatkan keuntungan (Akhmadi, 2018). Adanya resiko yang lebih besar dalam penggunaan e-commerce bagi penjualan produk pangan segar, Namun konsumen tetap tertarik karena pelayanan yang diberikan oleh Perusahaan sehingga penggunaan e-agribusiness ini dapat semakin berkembang. Hal tersebut maka di perlukan penelitian untuk mengetahui motivasi konsumen dalam membeli produk

pangan segar melalui aplikasi sehingga dapat mendorong dalam pengembangan e-commerce di bidang pertanian.

B. Tujuan

1. Mengetahui profil konsumen produk pangan segar e-commerce TaniHub
2. Mengetahui motivasi konsumen dalam membeli produk pangan segar melalui e-commerce TaniHub
3. Mengetahui faktor-faktor yang berhubungan dengan motivasi konsumen dalam membeli produk pangan segar melalui e-commerce TaniHub

C. Kegunaan

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dalam penjualan produk pangan segar di Perusahaan e-commerce, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan penjualan selanjutnya.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan informasi mengenai motivasi konsumen dalam membeli produk pangan segar melalui e-commerce
3. Penelitian ini diharapkan menambahkan wawasan mengenai pemanfaatan e-commerce sehingga dapat mendorong masyarakat menggunakan e-commerce terutama dibidang pertanian