

SKRIPSI

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
KONSUMEN SAYURAN PADA PASAR *ONLINE* DI KOTA
PALEMBANG**

***FACTORS AFFECTING VEGETABLE CONSUMER
SATISFACTION ON ONLINE MARKETS IN PALEMBANG CITY***



**Niken Ayu Era Repormasi
05011381621111**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

SUMMARY

NIKEN AYU ERA REPORMASI. *Factors Affecting Vegetable Consumer Satisfaction on Online Markets in Palembang City (Supervised by YUNITA dan THIRTAWATI).*

Satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment that arise after comparing his perceptions or impressions of performance (or results) and his expectations. In relation to attracting consumers, there are several factors that become a reference for consumers to be interested in buying or not buying the product. To determine the influence of these factors, a study was conducted with the objectives: (1) What are the characteristics of vegetable consumers in the online market of Palembang City, (2) What are the online market platforms used in purchasing vegetables in Palembang City, (3) How is the level of consumer satisfaction of vegetables in the city of Palembang? online market in Palembang City, (4) What are the factors that influence consumer satisfaction in buying vegetables at the online market in Palembang City. The research was conducted in the city of Palembang with a purposive site selection. Data collection was carried out in December 2021. The research method and sampling method were online survey methods and purposive sampling. The data collected in this study are primary data and secondary data. The study took 30 samples from 1,668,848 populations. The results of the study indicate that vegetable consumers in the city of Palembang are in the age range of 20 - 24 years; dominated by women; high school education level; dominated by IRT; and has an income range of Rp. 1-3 Million. The platform most often used by vegetable consumers in the online market in Palembang is Whatsapp. The level of consumer satisfaction is included in the PUAS category because it has a value of more than 60%. These factors have been shown to have a negative effect on consumer satisfaction.

Keywords: Characteristics, Platform and Level of Satisfaction.

RINGKASAN

NIKEN AYU ERA REPORMASI. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Sayuran Pada Pasar *Online* di Kota Palembang (Dibimbing oleh **YUNITA** dan **THIRTAWATI**).

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) dan harapan – harapannya. Dalam kaitannya untuk memikat konsumen, ada beberapa faktor yang menjadi acuan konsumen tertarik untuk membeli atau tidak produk. Untuk mengetahui pengaruh faktor tersebut maka dilakukan penelitian dengan tujuan : (1) Bagaimana karakteristik konsumen sayuran di pasar *online* Kota Palembang, (2) Apa saja platform pasar *online* yang digunakan dalam pembelian sayuran di Kota Palembang, (3) Bagaimana tingkat kepuasan konsumen sayuran pada pasar *online* di Kota Palembang, (4) Apa saja faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli sayuran pada pasar *online* di Kota Palembang. Penelitian dilakukan di Kota Palembang dengan pemilihan lokasi yang bersifat *purposive*. Pengambilan data dilakukan pada bulan Desember 2021. Metode penelitian dan metode penarikan contoh adalah metode survei *online* dan *purposive sampling*. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini ialah data primer dan data sekunder. Penelitian mengambil 30 sampel dari 1.668.848 populasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Konsumen sayuran di Kota Palembang berada pada rentang umur 20 – 24 tahun; di dominasi oleh perempuan; jenjang pendidikan SMA; didominasi oleh IRT; dan memiliki rentang pendapatan Rp. 1-3 Juta. Platform yang paling sering digunakan oleh konsumen sayuran pada pasar *online* di Kota Palembang adalah Whatsapp. Tingkat kepuasan konsumen termasuk kategori PUAS karna memiliki nilai lebih dari 60%. Faktor – faktor terbukti memiliki pengaruh negatif pada kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Karakteristik, Platform, dan Tingkat Kepuasan.

SKRIPSI

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
KONSUMEN SAYURAN PADA PASAR *ONLINE* DI KOTA
PALEMBANG**

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya



**Niken Ayu Era Repormasi
05011381621111**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS KOMPARASI PENDAPATAN PETANI PADI
SEBELUM DAN SESUDAH ALIH FUNGSI LAHAN SERTA
TINGKAT KESEJAHTERAANNYA DI DESA PEGAYUT
KECAMATAN PEMULUTAN**

SKRIPSI


Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh :

M.Dimash Buna Ramadhan
05011281621058

Pembimbing I

Indralaya, September 2022
Pembimbing II


Dr. Riswani, S.P., M.Si.
NIP.197006171995122001


Nurilla Elvsa Putri, S.P., M.Si.
NIP.197807042008122001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. A. Muslim, M.Agr.
NIP. 19641229199011001

Skripsi dengan judul “Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Pasar *Online* di Kota Palembang” oleh Niken Ayu Era Repormasi telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 2 Agustus 2022 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

KOMISI PENGUJI

- | | | |
|--|------------|---------|
| 1. Dini Damayanthi, S.P., M.Sc. NIP. 196607071993121001 | Ketua | (.....) |
| 2. Emi Purbiyanti, S.P., M.Si. NIP. 195907051987101001 | Sekretaris | (.....) |
| 3. Dr. Yunita, S.P., M.Si. NIP. 197106242000032001 | Anggota | (.....) |
| 4. Thirtawati, S.P., M.Si. NIP. 198005122003122001 | Anggota | (.....) |
| 5. Dr. Riswani, S.P., M.Si. NIP. 197006171995122001 | Anggota | (.....) |

Indralaya, September 2022

Ketua Jurusan

Ekonomi Pertanian



Desy Adriani, S.P., M.Si.

NIP. 196501021992031001

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Niken Ayu Era Repormasi

NIM : 05011381621111

Judul : Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Sayuran
pada Pasar *Online* di Kota Palembang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa seluruh data dan informasi yang disajikan dalam skripsi ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah hasil dari saya sendiri di bawah supervisi pembimbing dan belum atau tidak sedang diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan atau gelar yang sama di tempat lain. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapat paksaan dari pihak manapun.



Indralaya, September 2022

Yang Membuat Pernyataan



Niken Ayu Era Repormasi

KATA PENGANTAR

Bissmillahirohmanirrahim. Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT, berkat rahmat dan ridho nya dan segala rahmat dan karunia yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini dengan Judul “Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Sayuran pada Pasar *Online* di Kota Palembang” Shalawat dan salam tak lupa juga dihanturkan kepada junjungan dan pemimpin umat islam baginda rasullah Sholallahu Alaihi Wasallam, yang mana telah menjadi panutan hidup umat islam. Skripsi ini ditujukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar serjana pertanian. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama menyelesaikan skripsi ini. pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT Subhanahu Wa Ta’ala yang telah memberikan nikmat kesehatan dan kesempatan, nikmat iman, dan islam yang tak terhitung.
2. Kedua orang tua saya, Bapak Arhab dan Ibu Rohila Tul Asma yang senangtiasa memberikan do’a, dukungan baik secara mental dan material untuk menunjang terselesaikannya skripsi ini dan selalu menjadi motivasi saya untuk selalu menjadi orang yang bermanfaat untuk orang lain dan saudara saudara saya Hendri Nazili, Fitra (Alm), Herda Mayanti, Raden Ayu Indah Sari (Alm), Johan Gernadi, dan Lili Sulastri (Alm) yg selalu jadi penyemangat saya untuk mancapai kesuksesan dan cita cita saya yaitu membuat keluarga saya tersenyum bahagia.
3. Ibu Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si selaku ketua jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah memberikan izin penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada Ibu Dr. Yunita, S.P., M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Thirtawati, S.P., M.Si selaku pembimbing II yang telah memberi bimbingan dan arahan dengan sabar dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Desi Aryani, S.P., M.Si yang telah menjadi penelaah seminar proposal saya dan juga Ibu yang selalu memberikan motivasi serta berkenan menjadi dosen penelaah saya pada saat seminar hasil.

6. Ibu Dr. Riswani, S.P., M.Si dan Ibu Dini Damayanthi, S.P., M.Sc yang telah menjadi penguji dan ketua penguji pada sidang skripsi saya.
7. Seluruh dosen Fakultas Pertanian yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
8. Kak Bayu, Mbak Dian, Mbak Sherly, Kak Ari, Kak Ihsan dan kak Huanza yang telah membantu penulis dalam memenuhi seluruh pemberkasan hingga memperoleh gelar sarjana.
9. Sahabatku, keponakan, dan pacarku Enka Ahmad Baidhowi D yang selalu berbagi cerita, ilmu, motivasi dan selalu membersamai disaat dalam kondisi apapun.
10. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Agribisnis, khususnya angkatan 2016, yang telah memberikan banyak cerita, serta semangat selama perkuliahan.
11. Orang yang saat ini bersama saya semoga kita selalu dalam lindungannya dan juga kita bisa mewujudkan cita-cita kita yaitu menua bersama “Assalamu’alaikum wr wb”.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim. Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT, berkat rahmat dan ridho nya dan segala rahmat dan karunia yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini dengan Judul “Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Sayuran pada Pasar *Online* di Kota Palembang” Shalawat dan salam tak lupa juga dihanturkan kepada junjungan dan pemimpin umat islam baginda rasullah Sholallahu Alaihi Wasallam, yang mana telah menjadi panutan hidup umat islam. Skripsi ini ditujukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar serjana pertanian. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama menyelesaikan skripsi ini. pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

12. Allah SWT Subhanahu Wa Ta’ala yang telah memberikan nikmat kesehatan dan kesempatan, nikmat iman, dan islam yang tak terhitung.
13. Kedua orang tua saya, Bapak Arhab dan Ibu Rohila Tul Asma yang senangtiasa memberikan do’a, dukungan baik secara mental dan material untuk menunjang terselesaikannya skripsi ini dan selalu menjadi motivasi saya untuk selalu menjadi orang yang bermanfaat untuk orang lain dan saudara saudara saya Hendri Nazili, Fitra (Alm), Herda Mayanti, Raden Ayu Indah Sari (Alm), Johan Gernadi, dan Lili Sulastri (Alm) yg selalu jadi penyemangat saya untuk mancapai kesuksesan dan cita cita saya yaitu membuat keluarga saya tersenyum bahagia.
14. Ibu Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si selaku ketua jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah memberikan izin penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
15. Kepada Ibu Dr. Yunita, S.P., M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Thirtawati, S.P., M.Si selaku pembimbing II yang telah memberi bimbingan dan arahan dengan sabar dalam penyusunan skripsi ini.
16. Ibu Dr. Desi Aryani, S.P., M.Si yang telah menjadi penelaah seminar proposal saya dan juga Ibu yang selalu memberikan motivasi serta berkenan menjadi dosen penelaah saya pada saat seminar hasil.

17. Ibu Dr. Riswani, S.P., M.Si dan Ibu Dini Damayanthi, S.P., M.Sc yang telah menjadi penguji dan ketua penguji pada sidang skripsi saya.
18. Seluruh dosen Fakultas Pertanian yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
19. Kak Bayu, Mbak Dian, Mbak Sherly, Kak Ari, Kak Ihsan dan kak Huanza yang telah membantu penulis dalam memenuhi seluruh pemberkasan hingga memperoleh gelar sarjana.
20. Sahabatku, keponakan, dan pacarku Enka Ahmad Baidhowi D yang selalu berbagi cerita, ilmu, motivasi dan selalu membersamai disaat dalam kondisi apapun.
21. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Agribisnis, khususnya angkatan 2016, yang telah memberikan banyak cerita, serta semangat selama perkuliahan.
22. Orang yang saat ini bersama saya semoga kita selalu dalam lindungannya dan juga kita bisa mewujudkan cita-cita kita yaitu menua bersama “Assalamu’alaikum wr wb”.

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian | 5 |
| BAB 2 KERANGKA PEMIKIRAN..... | 6 |
| 2.1. Konsepsi Pasar Sayuran <i>Online</i> | 6 |
| 2.1.1. Konsepsi Sayuran..... | 6 |
| 2.1.2. Konsepsi Pasar <i>Online</i> | 7 |
| 2.1.3. Konsepsi Platform Pasar <i>Online</i> | 7 |
| 2.2. Tingkat Kepuasan Konsumen | 14 |
| 2.3. Faktor - faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen untuk Membeli Sayuran <i>Online</i> (Media Sosial) | 16 |
| 2.3.1. Konsepsi Kepercayaan Konsumen..... | 16 |
| 2.3.2. Konsepsi Kemasan Produk | 17 |
| 2.3.3. Konsepsi Kualitas Produk yang di Terima | 18 |
| 2.3.4. Konsepsi Kualitas Platform | 19 |
| 2.3.5. Konsepsi Kemudahan Bertransaksi..... | 19 |
| 2.4. Model Pendekatan..... | 20 |
| 2.5. Hipotesis..... | 21 |
| 2.6. Batasan Operasional..... | 22 |
| BAB 3 PELAKSANAAN PENELITIAN..... | 25 |
| 3.1. Waktu dan Tempat | 25 |
| 3.2. Metode Penelitian..... | 25 |
| 3.3. Metode Penarikan Contoh..... | 25 |

| | Halaman |
|---|---------|
| 3.4. Metode Pengumpulan Data | 26 |
| 3.5. Metode Pengolahan Data | 26 |
| BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 30 |
| 4.1. Keadaan Umum Daerah dan Karakteristik Konsumen | 30 |
| 4.1.1. Luas dan Batas Wilayah | 30 |
| 4.1.2. Kondisi Geografis | 29 |
| 4.1.3. Karakteristik Umum Penduduk Kota Palembang..... | 31 |
| 4.1.4. Karakteristik Konsumen Sayuran pada Pasar <i>Online</i> di Kota Palembang..... | 34 |
| 4.2. Platform Pasar <i>Online</i> di Kota Palembang | 37 |
| 4.3. Tingkat Kepuasan Konsumen Sayuran pada Pasar <i>Online</i> di Kota Palembang | 38 |
| 4.4. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen untuk Membeli Sayuran <i>Online</i> | 42 |
| BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 54 |
| 5.1. Kesimpulan | 54 |
| 5.2. Saran | 55 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 1.1. Pertumbuhan Penjualan Sayur pada Pasar <i>Online</i> | 4 |
| Gambar 2.1. Penjual Sayur <i>Online</i> Facebook | 9 |
| Gambar 2.2. Data Pengunjung <i>E-Commerce</i> di Indonesia Q1 2021 | 10 |
| Gambar 2.3. Penjual Sayur <i>Online</i> Shopee | 11 |
| Gambar 2.4. Penjual Sayur <i>Online</i> Instagram | 12 |
| Gambar 2.5. Penjual Sayur <i>Online</i> Whatsapp | 13 |
| Gambar 2.6. Model Pendekatan Penelitian | 20 |
| Gambar 4.1. <i>Standardized Residual Plot</i> | 46 |
| Gambar 4.2. <i>Scatterplots</i> | 47 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 1.1. Produksi Tanaman Hortikultura di Indonesia Tahun 2020..... | 1 |
| Tabel 1.2. Produksi Tanaman Hortikultura Kota Palembang Tahun 2017 - 2020 | 2 |
| Tabel 1.3. Konsumsi Tanaman Hortikultura di Indonesia Tahun 2020..... | 2 |
| Tabel 4.1. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Palembang tahun 2020..... | 32 |
| Tabel 4.2. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kota Palembang tahun 2020..... | 33 |
| Tabel 4.3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian di Kota Palembag tahun 2020..... | 33 |
| Tabel 4.4. Karakteristik Konsumen Sayuran Pada Pasar <i>Online</i> di Kota Palembang Berdasarkan Umur..... | 34 |
| Tabel 4.5. Karakteristik Konsumen Sayuran Pada Pasar <i>Online</i> di Kota Palembang Berdasarkan Jenis Kelamin | 35 |
| Tabel 4.6. Karakteristik Konsumen Sayuran Pada Pasar <i>Online</i> di Kota Palembang Berdasarkan Pendidikan..... | 35 |
| Tabel 4.7. Karakteristik Konsumen Sayuran Pada Pasar <i>Online</i> di Kota Palembang Berdasarkan Jenis Pekerjaan | 36 |
| Tabel 4.8. Karakteristik Konsumen Sayuran Pada Pasar <i>Online</i> di Kota Palembang Berdasarkan Jenis Pendapatan | 37 |
| Tabel 4.9. Platform yang Digunakan Konsumen Sayuran pada Pasar <i>Online</i> di Kota Palembang..... | 37 |
| Tabel 4.10. Penilaian Total Konsumen Terhadap Tingkat Kepuasan Berdasarkan Indikator <i>Tangible</i> | 39 |
| Tabel 4.11. Penilaian Total Konsumen Terhadap Tingkat Kepuasan Berdasarkan Indikator <i>Reliability</i> | 39 |

| | |
|---|----|
| Tabel 4.12. Penilaian Total Konsumen Terhadap Tingkat Kepuasan Berdasarkan Indikator <i>Responsiveness</i> | 40 |
| Tabel 4.13. Penilaian Total Konsumen Terhadap Tingkat Kepuasan Berdasarkan Indikator <i>Assurance</i> | 40 |
| Tabel 4.14. Penilaian Total Konsumen Terhadap Tingkat Kepuasan Berdasarkan Indikator <i>Empathy</i> | 41 |
| Tabel 4.15. Nilai Rata – rata Total Perindikator..... | 41 |
| Tabel 4.16. Penilaian Konsumen Terhadap Tingkat Kepuasan Berdasarkan Indikator dari Faktor Kepercayaan Konsumen..... | 42 |
| Tabel 4.17. Penilaian Konsumen Terhadap Tingkat Kepuasan Berdasarkan Indikator dari Faktor Kemasan Produk..... | 43 |
| Tabel 4.18. Penilaian Konsumen Terhadap Tingkat Kepuasan Berdasarkan Indikator dari Faktor Kualitas Produk..... | 43 |
| Tabel 4.19. Penilaian Konsumen Terhadap Tingkat Kepuasan Berdasarkan Indikator dari Faktor Kualitas Platform..... | 44 |
| Tabel 4.20. Penilaian Konsumen Terhadap Tingkat Kepuasan Berdasarkan Indikator dari Faktor Kemudahan Bertransaksi..... | 44 |
| Tabel 4.21. Nilai Rata – rata Total Per Faktor..... | 45 |
| Tabel 4.22. Koefisien Hasil Analisis Regresi..... | 45 |
| Tabel 4.23. Hasil Uji R^2 | 47 |
| Tabel 4.24. Hasil Uji F..... | 52 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|---|---------|
| Lampiran 1. Kuisisioner Kepuasan Konsumen Sayuran..... | 59 |
| Lampiran 2. Produksi Tanaman Hortikultura di Indonesia Tahun 2020..... | 69 |
| Lampiran 3. Penilaian Konsumen Terhadap Tingkat Kepuasan..... | 71 |
| Lampiran 4. Nilai Tingkat Kepuasan Konsumen..... | 77 |
| Lampiran 5. Penilaian Konsumen Berdasarkan Faktor – faktor dari Tingkat Kepuasan Konsumen..... | 78 |
| Lampiran 6. Nilai Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Faktor – faktor Tingkat Kepuasan..... | 84 |

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia adalah negara dengan sumber daya alam yang besar, dimana semua itu dapat memenuhi kebutuhan masyarakat di negara ini. Dari sektor pertanian, Indonesia termasuk salah satu negara agraris. Hal ini dikarenakan hasil pertaniannya yang banyak dan beragam. Hasil pertanian itu dimanfaatkan untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat.

Sektor pertanian merupakan salah satu basis yang diharapkan dapat menunjang perekonomian baik di masa sekarang maupun masa yang akan datang (Elisa dan Effendy, 2016). Salah satu sub-sektor pertanian yang penting, yaitu sub-sektor tanaman pangan dan hortikultura. Hortikultura merupakan kegiatan bercocok tanam sayur-sayuran, buah-buahan, ataupun tanaman hias yang di tanam petani di lahan pertanian, baik itu untuk konsumsi, diperjual - belikan maupun untuk keindahan. Berikut data hasil produksi hortikultura Indonesia tahun 2020 dan data hasil produksi hortikultura perprovinsi di Indonesia (Lampiran B) Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) (Tabel 1.1.).

Tabel 1.1. Produksi Tanaman Hortikultura di Indonesia Tahun 2020.

| No | Jenis Sayur | Produksi Indonesia (Ton) |
|----|--------------|--------------------------|
| 1 | Bawang Merah | 1.815.445 |
| 2 | Bawang Daun | 579.748 |
| 3 | Kentang | 1282768 |
| 4 | Kubis | 1.406.985 |
| 5 | Petsai/Sawi | 667.473 |
| 6 | Wortel | 650.858 |
| 7 | Cabai Besar | 1.264.190 |
| 8 | Cabai Rawit | 1.508.404 |
| 9 | Tomat | 1.084.993 |
| 10 | Jamur | 3.316,319 |

Sumber : Badan Pusat Statistik 2020.

Tabel 1.2. Produksi Tanaman Hortikultura Kota Palembang Tahun 2017-2020.

| No | Jenis Tanaman | Produksi Tahun (kg) | | | |
|----|----------------|---------------------|------|-------|------|
| | | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| 1 | Petsai/Sawi | 98 | 117 | 39 | 68,6 |
| 2 | Terung | 98 | 515 | 1548 | 62,1 |
| 3 | Kacang Panjang | 65 | 534 | 696 | 68,4 |
| 4 | Cabai Besar | 116 | 549 | 118 | 45,1 |
| 5 | Jamur | 46 | 35 | 0,025 | 0,1 |

Sumber : Badan Pusat Statistik 2020.

Kebutuhan sayuran di Indonesia terus meningkat seiring berjalannya waktu sehingga banyak petani yang membudidayakan tanaman sayuran. Produk hortikultura sebagai sumber pangan dan gizi, seperti buah-buahan dan sayur-sayuran merupakan sumber vitamin, mineral, dan juga serat yang baik. Oleh karena itu banyak yang berminat untuk menjadi konsumen produk hortikultura. Sayuran sebagai salah satu produk hortikultura bisa ditemukan di hampir seluruh pasar tradisional. Permintaan sayuran mendorong pasar untuk selalu berinovasi dalam melakukan proses jual beli produk ini. Berikut data konsumsi tanaman hortikultura tahun 2020 menurut Statistik Hortikultura Badan Pusat Statistik.

Tabel 1.3. Konsumsi Tanaman Hortikultura di Indonesia Tahun 2020.

| No | Jenis Sayuran | Konsumsi Tahun 2020 (Juta Ton) | Konsumsi Rumah Tangga (%) |
|----|---------------|--------------------------------|---------------------------|
| 1 | Bawang Merah | 729.82 | 93,92 |
| 2 | Bawang Putih | 450.85 | 91,02 |
| 3 | Cabai | 1.030.00 | 90,64 |
| 4 | Cabai Besar | 549.48 | 60,25 |
| 5 | Cabai Rawit | 479.03 | 76,10 |
| 6 | Kentang | 690.37 | 26,72 |
| 7 | Tomat | 634.01 | 45,36 |

Sumber : Badan Pusat Statistik 2020.

Internet sebagai salah satu *output* teknologi menjadi sarana penghubung atau media untuk saling bertukar informasi dan berkomunikasi. Namun, kini internet tidak hanya digunakan sebagai media informasi dan komunikasi, tetapi juga digunakan sebagai sarana untuk berjualan atau berbelanja.

Internet memiliki banyak keunggulan dalam pengaplikasiannya sebagai sarana jual beli. Salah satu keunggulannya adalah praktis dan cepat, oleh karena itu banyak masyarakat yang akhirnya menggunakan media internet untuk berbelanja berbagai kebutuhan melalui media yang sekarang dikenal dengan media *online*. Sejumlah swalayan atau *supermarket* juga saat ini sudah banyak yang menyediakan layanan digital.

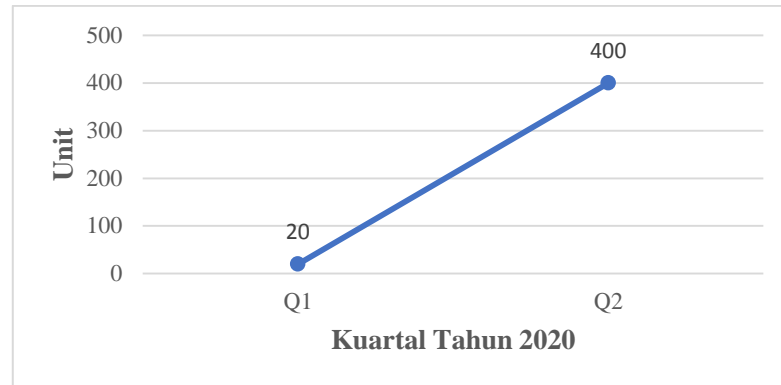
Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), data sensus ekonomi pada tahun 2016 menyebutkan industri *e-commerce* Indonesia dalam sepuluh tahun terakhir mengalami pertumbuhan sekitar 17 persen dengan total jumlah usaha di pasar *online* yaitu mencapai 26,2 juta unit usaha (Rohimah, 2018).

Mengikuti perkembangan ini penjual sayuran di pasar tradisional harus berinovasi untuk ikut serta dalam meningkatkan penjualan. Salah satunya dengan turut melayani pelanggan bukan hanya dengan proses jual beli menggunakan media pasar tradisional tetapi juga menggunakan media pasar *online*. Hal ini juga berarti bahwa pedagang sayuran tradisional harus menggunakan media *online* dan platform pasar *online* sebagai alternatif pasar.

Berbeda dengan pasar tradisional yang melakukan transaksi jual beli langsung, pasar *online* menggunakan media internet dimana seluruh proses transaksi dilakukan secara *daring*. Tampilan produk, harga, dan atribut lain dari produk juga ditampilkan pada beranda toko *online* sesuai dengan media *online* atau *platform* yang digunakan.

Menurut BPS 2020 pembelian sayuran secara *online* melonjak 1.900 persen selama pandemi. Survei itu mengambil data harian pada situs *marketplace* di Indonesia, selama Januari hingga Juni 2020, BPS membandingkan pola belanja antara Q1 (Januari-Maret, atau masa sebelum pandemi) dan Q2 (April-Juni, atau masa selama pandemi).

Sayuran segar mengalami peningkatan pertumbuhan yaitu sebesar 1.900 persen. Sebelum pandemi (Q1), sayuran segar terjual 20.000 unit yang kemudian melesat menjadi 400.000 unit saat pandemi (Q2).



Sumber : Badan Pusat Statistik 2020.

Gambar 1.1. Pertumbuhan Penjualan Sayur pada Pasar *online*.

Dalam memikat konsumen ada beberapa faktor yang menjadi acuan konsumen tertarik untuk membeli atau tidak produk sayuran tersebut. Faktor tersebut mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli produk (sayuran). Menurut Kotler (2002) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) dan harapan – harapannya. Untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen sayuran pada pasar *online* di Kota Palembang maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap hal tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka didapat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik konsumen sayuran di pasar *online* Kota Palembang?.
2. Apa saja platform pasar *online* yang digunakan dalam pembelian sayuran di Kota Palembang?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen sayuran pada pasar *online* di Kota Palembang?
4. Apa saja faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli sayuran pada pasar *online* di Kota Palembang?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka didapat tujuan sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan karakteristik responden pasar sayur *online* di Kota Palembang.
2. Mendeskripsikan platform pasar sayuran *online* di Kota Palembang.
3. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen sayuran pada pasar *online* di Kota Palembang.
4. Menganalisis faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli sayuran pada pasar *online* di Kota Palembang.

Adapun kegunaan dari penelitian ini antara lain :

1. Sebagai tambahan informasi dan bahan rujukan bagi penelitian yang berkaitan dengan faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.
2. Sebagai informasi bagi pihak yang membutuhkan dan bagi penjual sayuran pada pasar *online* yang berinovasi untuk meningkatkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C, M. 2019. Bukan Media Sosial Biasa, Instagram Kini Jadi Platform Bisnis, Katadata News. Katadata.Co.Id. Diakses tanggal 18 Maret 2021 (<https://katadata.co.id/berita/2019/03/06/bukan-media-sosialbiasainstagram-kini-jadi-platform-bisnis>).
- Apriadi, D, & Saputra, A, Y. 2017. E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. Jurnal RESTI. Vol. 1, No. 2. Lubuklinggau : STMIK Bina Nusantara Jaya.
- Atmawati, R, & Wahyuddin, M. 2004. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall. Jurnal Daya Saing Ekonomi Manajemen Sumber Daya. vol. 5, No. 1.
- Bachtiar. 2011. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa dalam Memilih Politeknik Sawunggalih. Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi. Vol. 7, No 1. Diakses tanggal 23 Juli 2021. (<https://journal.kopertis6.or.id/index.php/sosek/article/view/23>).
- Badan Pusat Statistik. 2020. Produksi Tanaman Sayuran. Diakses tanggal 3 September 2021 (<https://www.bps.go.id/indicator/55/61/1/produksi-tanaman-sayuran.html>).
- Badan Pusat Statistik. 2020. Statistik Hortikultura. Jakarta : Badan Pusat Statistika Indonesia.
- Batubara, S, R. 2009. Analisis Pemasaran Sayuran Organik di PT Agro Lestari Ciawi Bogor Jawa Barat. Skripsi. Institut Pertanian Bogor.
- Davis, F, D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology, Soc. Inf. Manag. Manag : Inf. Syst. Res. Cent. Univ. Mi.
- Dhurup, M., Mafini, C & Dumasi, T. 2014. The impact of packaging, price, and brand awareness on brand loyalty : Evidence from the paint retailing industry. Acta Commercii 14 (1), Art.
- Elisa, H, & Effendy. 2016. Analisis Pemasaran Usahatani Tomat Kelurahan Boyaoge Kecamatan Tatanga Kota Palu. Jurnal. Vol. 23, No. 1.

- Fauziah. 2020. Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop “Shopee” Dalam Meningkatkan Penjualan. Jurnal Abiwara. Vol. 1, No. 2.
- Fernando, J., Desyana, T, D., & Christian, A. 2014. Pengaruh loyalitas Pelanggan Terhadap Berbelanja Secara Online. Jakarta : Bina Nusantara.
- Ghozali, I. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hyejeong, K, & Niehm, L, S. 2009. The Impact Of Website Quality On Information Quality, Value, And Loyalty Intentions In Apparel Retailing. Journal of Interactive Marketing, Elsevier. vol. 23, No. 3.
- Jumiatmoko. 2016. Whatsapp Messenger Dalam Tinjauan Manfaat Dan Adab. Jurnal Wahana Akademika. Vol. 3, No. 1.
- Junawan, H, & Laugu, N. 2020. Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Kalangan Masyarakat Virtual Indonesia. Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi. Vol. 4, No. 1.
- Kotler, P. 1997. Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta : Prentice Hall.
- Kotler, P, & Keller. 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi ke 13, Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. 2002. Manajemen Pemasaran Edisi Millenium. Jakarta : PT. Prehallindo.
- Maharani, A, D. 2010. Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Syariah Cabang Semarang. Skripsi. Semarang : Universitas Diponegoro Semarang.
- Mubyarto. 1989. Pengantar Ekonomi Pertanian. Jakarta : LP3ES.
- Ngazis, A, N. 2018. Terus Melonjak, Berapa Jumlah Pesan di WhatsApp Per Harinya?. Diakses tanggal 18 Februari 2021 (<https://www.viva.co.id/digital/teknopedia/1034634-terus-melonjak-berapa-jumlahpesan-di-whatsapp-per-harinya>).
- Patria, L, & Yulianto, K. 2015. Pemanfaatan Facebook Untuk Menunjang Kegiatan Belajar Mengajar Online Secara Mandiri . Prosiding. Malang : Universitas Malang.

- Rahardi, F., Panji, R., & Bambang, A. 2001. Agribisnis Tanaman Sayur. Jakarta : Penebar Swadaya.
- Rohimah, A. 2018. Era Digitalisasi Media Pemasaran Online dalam Gugurnya Pasar Ritel Konvensional. Surabaya : Universitas 17 Agustus 1945.
- Sa'diyah, A, A., & Pudjiastuti, A, Q. 2017. Faktor Penentu Produksi Sayuran Daerah Dataran Tinggi di Kecamatan Sukapura Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian*, Vol. 6, No. 2, Hal. 186-187.
- Sakoikoi, J, & Priyanto, S, H. 2019. Determinan Kepuasan Belanja Konsumen Sayur Online. Salatiga : Universitas Kristen Satya Wacana.
- Sari, C, A. 2015. Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswa Anthropologi Universitas Airlangga. *Jurnal* Vol. 4, No. 2.
- Saviitri, F., Nuswantara, B. 2021. Kepuasan Konsumen dalam Belanja Sayuran Secara Online di PO. Ellfaz Fruits & Vegetables In Bandungan District. *Jurnal*. Vol. 8, No.1.
- Sediaoetama, A, D. 2004. Ilmu Gizi untuk Mahasiswa dan Profesi, Edisi ke 5. Jakarta : Dian Rakyat.
- Talib, A., Yakimin, Y., & Saat, R, M. 2017. Social Proof in Social Media Shopping : An Experimental Design Research. dalam SHS Web of Conferences. Diakses tanggal 16 Maret 2021 (https://www.researchgate.net/publication/313737416_Social_proof_in_social_media_shopping_An_experimen_design_research).
- Trisnani. 2017. Pemanfaatan Whatsapp Sebagai Media Komunikasi Dan Kepuasan Dalam Penyampaian Pesan Dikalangan Tokoh Masyarakat. *Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*. Jurnal. Vol. 6, No. 3.
- Tussafinah, H. 2018. Pengaruh Rating dan Ulasan, Jaminan 100% Pengembalian dan Layanan COD atau Bayar di Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Lazada : Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Diakses pada 18 September 2021. (<http://eprints.walisongo.ac.id/8980/>).

Widyastuti, R, A, Y. 2017. Jumlah Akun Komunitas Bisnis Instagram Di RI Tembus 25 Juta - Bisnis Tempo.Co, Tempo.Co. Diakses tanggal 18 Maret 20 (<https://bisnis.tempo.co/read/1039691/jumlah-akun-komunitasbisnisinstagram-di-ri-tembus-25-juta>).

Yogi, M, S. 2006. Ekonomi Manajerial, Pendekatan Analisis Praktis. Jakarta : Kencana.

Widodo, A. 2016. Pengaruh Kualitas Sistem Aplikasi dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Aplikasi RTS (Rail Ticketing System) dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. Jurnal Media Ekonomi dan Manajemen. Vol. 31, No.2.

BIODATA

NAMA/NIM : Niken Ayu Era Repormasi/05011381621111
Tempat/tanggal lahir : Bayau/10 Juni 1999
Tanggal Lulus : 2 September 2022
Fakultas : Pertanian
Judul : Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsumen Sayuran pada Pasar *Online* di Kota Palembang
Dosen Pembimbing Skripsi : Dr. Yunita, S.P., M.Si.
Pembimbing Akademik : Dr. Yunita, S.P., M.Si.

Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Sayuran pada Pasar *Online* di Kota Palembang

Factors Affecting Vegetable Consumer Satisfaction on Online Markets in Palembang City

Niken Ayu Era Repormasi¹, Yunita², Thirtawati³

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya
Jl. Palembang-Prabumulih KM 32 Indralaya Ogan Ilir 30862

Abstract

Satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment that arise after comparing his perceptions or impressions of performance (or results) and his expectations. In relation to attracting consumers, there are several factors that become a reference for consumers to be interested in buying or not buying the product. To determine the influence of these factors, a study was conducted with the objectives: (1) What are the characteristics of vegetable consumers in the online market of Palembang City, (2) What are the online market platforms used in purchasing vegetables in Palembang City, (3) How is the level of consumer satisfaction of vegetables in the city of Palembang? online market in Palembang City, (4) What are the factors that influence consumer satisfaction in buying vegetables at the online market in Palembang City. The research was conducted in the city of Palembang with a purposive site selection. Data collection was carried out in December 2021. The research method and sampling method were online survey methods and purposive sampling. The data collected in this study are primary data and secondary data. The study took 30 samples from 1,668,848 populations. The results of the study indicate that vegetable consumers in the city of Palembang are in the age range of 20 - 24 years; dominated by women; high school education level; dominated by IRT; and has an income range of Rp. 1-3 Million. The platform most often used by vegetable consumers in the online market in Palembang is Whatsapp. The level of consumer satisfaction is included in the PUAS category because it has a value of more than 60%. These factors have been shown to have a negative effect on consumer satisfaction.

Keywords: Characteristics, Platform, Level of Satisfaction and Factors.

¹ Mahasiswa

² Dosen Pembimbing


Pembimbing,



Dr. Yunita, S.P., M.Si.
NIP. 19710624200003200

Indralaya, September 2022

Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian



Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.
NIP. 197412262001122001