

**PENINGKATAN PENGGUNA APLIKASI ONLINE PADA  
MILENIAL DALAM PEMBELIAN PRODUK PETERNAKAN  
SELAMA PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA**

**Dr. SARI PUTRI DEWI, S.Pt., M.Si.**



**INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2022**

Judul : Peningkatan Pengguna Platform Online Pada Milenial dalam Pembelian Produk Peternakan Selama Pandemi Covid-19 di Indonesia

Nama : Dr. Sari Putri Dewi, S.Pt., M.Si.

NPI/NIDN : 202103199206082001/0008069204

Unit Kerja : Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor

Golongan : Penata/III C

Program Studi : Teknologi dan Manajemen Ternak

Lama Kegiatan : 4 Minggu

Bogor, 19 Juli 2022

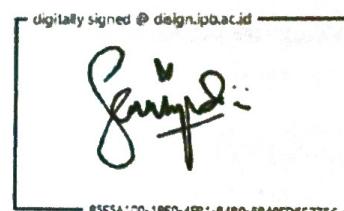
Mengetahui,

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan



Dr. Ir. Bagus Priyo Purwanto, M.Agr  
NIP. 196005031985031003

Pelaksana Kegiatan



Dr. Sari Putri Dewi, S.Pt., M.Si.  
NPI. 202103199206082001

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga laporan hasil penelitian ini berhasil diselesaikan. Laporan hasil penelitian dengan judul Peningkatan Pengguna Platform Online Pada Millenials Dalam Pembelian Produk Peternakan Selama Pandemi Covid-19 di Indonesia ini dilaksanakan setelah penulis menyelesaikan proses survei terhadap responden selama 1 (satu) minggu di beberapa wilayah di Indonesia.

Terima kasih penulis ucapkan kepada Aria Andriyadi SPt. MSi selaku praktisi digital yang sekarang bekerja sebagai Digital Client Service Director dari PT ADA Axiata Group yang membantu dalam memberikan pengarahan terkait fenomena digital yang terjadi saat ini. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada suami Aria Andriyadi, SPt MSi, anak Alexandria Clemira Arsadewi, ayah Drs H Sujiyono, MM, ibu Eny Sudewi, serta seluruh keluarga, atas segala doa, dukungan dan kasih sayangnya.

Semoga laporan hasil penelitian ini ini bermanfaat.

Bogor, Juli 2022

*Dr. Sari Putri Dewi, S.Pt., M.Si.*

## **DAFTAR ISI**

LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	v
PENUTUP	4
4.1 Simpulan	4
4.2 Saran	4
DAFTAR PUSTAKA	5

## **DAFTAR GAMBAR**

1 Kasus Covid di Indonesia	2
2 Penggunaan Layanan dalam Memenuhi Kebutuhan Produk Peternakan	3
3 Pemilihan <i>Offline Channel</i> Sebelum dan Saat Pandemi	3
4 Pemilihan <i>Online Channel</i> Sebelum dan Saat Pandemi	4



# **1 PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang**

Covid-19 yang terjadi di seluruh dunia merubah tatanan kehidupan di semua sektor kehidupan. Covid-19 terdeteksi terjadi di Indonesia sejak awal tahun 2020 dengan efek yang ditimbulkan secara meluas sehingga disebut dengan pandemi. Kejadian ini membuat pemerintah Indonesia memberlakukan kebijakan untuk upaya pencegahan penyebaran penyakit yang lebih luas. Salah satu kebijakan yang diambil adalah kebijakan Pembatasan Sosial Skala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Terbatasnya kegiatan masyarakat memberikan dampak terhadap perilaku dalam memenuhi kebutuhan dasar hidup. Kebijakan tersebut memiliki dampak pada sektor pertanian yaitu distribusi hasil pertanian yang termasuk juga hasil peternakan (daging, susu dan telur) (Rangga *et al.* 2020). Sektor pertanian yang mengalami gangguan dapat berdampak pada produksi dan konsumsi pangan menjadi tidak stabil (Sadiyah 2021).

Memahami efek domino yang terjadi akibat Covid-19 di Indonesia, kondisi ini memberikan dampak terhadap seluruh generasi. Generasi di Indonesia ada 6 (enam) generasi yaitu Post Generasi Z (Post Gen Z), Generasi Z (Gen Z), Generasi Y atau Milenial, Generasi X (Gen X), Baby Boomer, dan Pre-Boomer. Generasi Y atau generasi milenial merupakan generasi yang mendominasi secara populasi setelah generasi Z yaitu sebesar 69.38 juta jiwa (25.87%) (BPS 2021). Secara ekonomi, generasi milenial sangat memegang peranan penting dalam roda perekonomian karena sedang dalam usia produktif yaitu berusia 24 – 39 tahun. Oleh karena itu, setiap langkah yang diambil oleh generasi milenial akan memberikan dampak yang signifikan terhadap bisnis.

Generasi milenial merupakan generasi yang memiliki keterampilan dalam digital. Hal tersebut karena penetrasi digital sudah tinggi pada saat generasi milenial masih relatif sangat muda sehingga mereka sudah familiar dengan digital ekosistem seperti penggunaan sosial media serta aplikasi *market place* dalam pemenuhan kebutuhan hidup. Kondisi pandemi Covid-19 yang terjadi tidak terkecuali memberikan peran digital menjadi sangat vital untuk generasi milenial dalam melakukan kegiatan sehari-hari termasuk pemenuhan kebutuhan bahan pokok termasuk produk peternakan seperti daging, susu dan telur.

## **1.2 Tujuan**

Memahami pola tingkah laku generasi milenial dalam menggunakan digital ekosistem terhadap pemenuhan produk peternakan untuk memahami dampak bisnis dan ekonomi di Indonesia berdasarkan hasil survei yang dilakukan.

## 2 MATERI DAN METODE

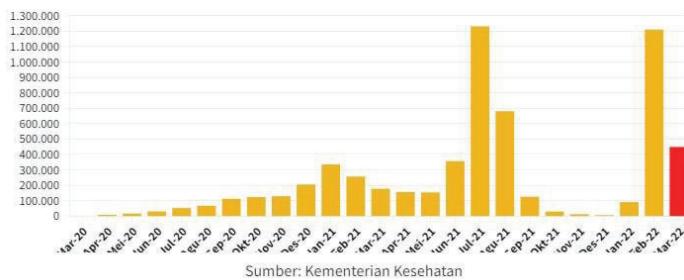
Materi yang digunakan merupakan *link google form online* survei kepada 168 responden di beberapa daerah di Indonesia pada bulan April 2022. Metode yang digunakan merupakan persentase perubahan preferensi dalam memenuhi kebutuhan produk peternakan dengan menggunakan formula di *excel file*.

## 3 PEMBAHASAN

Pandemi Covid-19 yang mulai terjadi di Indonesia pada awal tahun 2020 telah merubah tatanan kehidupan baik dari sektor kesehatan, pendidikan hingga sektor bisnis. Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki masalah yang sama dalam penanganan awal di masa pandemi dengan meluasnya penyebaran Covid-19.

Kasus Covid-19 di Indonesia per Bulan

Maret 2020 - Maret 2022



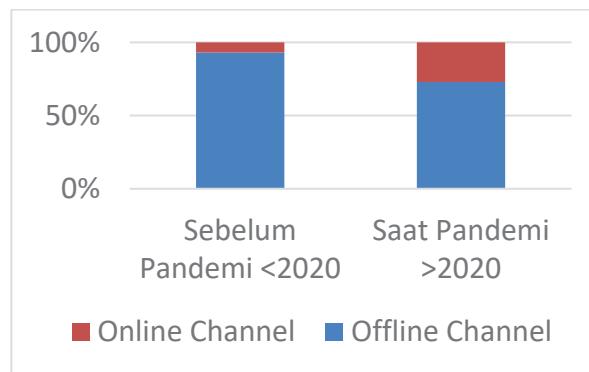
Gambar 1 Kasus Covid di Indonesia

Dampak dari menyebarunya penularan Covid-19 di Indonesia memaksa pemerintah memberlakukan peraturan yang memiliki dampak terhadap pergerakan masyarakat. Hal tersebut memberikan ruang pemerintah untuk menangani dampak yang lebih luas terhadap penyebaran penularan Covid-19. Namun, di lain pihak, masyarakat merasa kondisi ini sangat membingungkan karena beberapa peraturan yang diterapkan pemerintah belum dapat beriringan dengan solusi yang ditawarkan contohnya masyarakat masih harus bekerja secara *offline*. Seiring dengan berjalannya waktu, pemerintah dapat bersinergi dengan perusahaan untuk dapat memberikan ruang terhadap karyawannya dalam bekerja secara daring atau *online*.

Kondisi tersebut memberikan dampak yang luar biasa dalam penggunaan aplikasi *online* dalam mendukung kinerja karyawan selama pandemi berlangsung. Berbagai *start-up* bermunculan untuk memberikan layanan dalam memberikan kenyamanan bekerja salah satunya adalah penggunaan aplikasi zoom yang sangat meningkat selama pandemi berlangsung hingga saat ini untuk kebutuhan kantor, sekolah dan kebutuhan lainnya seperti silaturahmi dengan keluarga. Selain dampak terhadap perubahan perilaku dalam bekerja dan bersosialisasi, pandemi juga memiliki dampak dalam perubahan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Masyarakat yang diamati dalam laporan ini adalah generasi milenial (Gen Y) yang merupakan generasi dengan populasi yang paling besar setelah generasi Z dan sebagai generasi yang beradas di usia paling produktif. Generasi milenial dalam

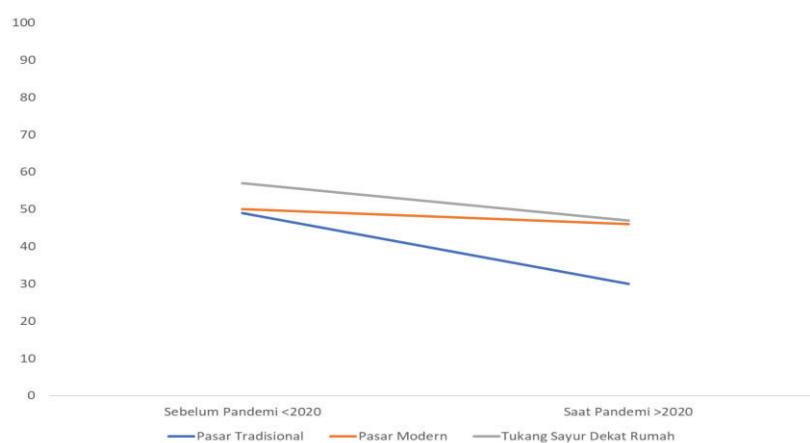
laporan ini diberikan beberapa pertanyaan terkait dengan bagaimana mereka memenuhi kebutuhan pokok untuk kebutuhan sehari-hari. Salah satu pertanyaan yang diberikan melalui survei *online* kepada responden adalah bagaimana mereka berbelanja produk peternakan seperti daging, susu dan telur sebelum pandemi berlangsung dan saat pandemi berlangsung. Terdapat pergerakan dari perilaku penggunaan *online channel* sebelum dan saat pandemi yang ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2 Penggunaan Layanan dalam Memenuhi Kebutuhan Produk Peternakan

*Offline channel* terdiri dari pasar tradisional, pasar modern dan tukang sayur keliling dekat rumah. *Offline channel* mengalami penurunan sebesar 21% pada saat pandemi dengan total responden yang mulanya lebih memilih *offline channel* sebanyak 156 responden, pada saat pandemi *offline channel* mengalami penurunan preferensi menjadi sebesar 123 responden.

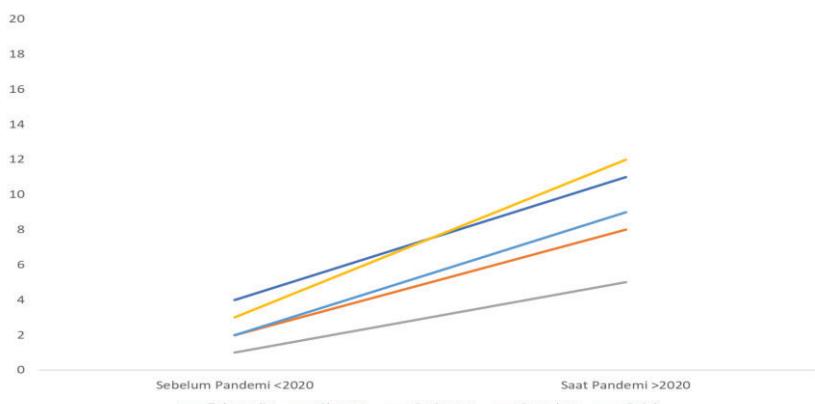
Mengamati perubahan yang terjadi terhadap preferensi di *offline channel*, berdasarkan data yang dimiliki, pergeseran terjadi paling besar ada di pasar tradisional yang ditunjukkan pada Gambar 3. Hal tersebut disebabkan responden menghindari untuk berdesak-desakan dan menjauhi kerumunan. Selain itu, beberapa pasar tradisional ditutup oleh pemerintah guna menghindari penyebaran yang lebih luas karena ada beberapa kasus terkonfirmasi positif yang berasal dari pasar tradisional.



Gambar 3 Pemilihan *Offline Channel* Sebelum dan Saat Pandemi

Pergeseran perilaku dalam memilih *channel* untuk memenuhi kebutuhan pokok produk peternakan seperti daging, telur dan susu memiliki dampak positif terhadap *online channel*. *Online channel* terdiri atas Tokopedia, Shopee, Grab mart, Sayur box dan Gojek mengalami kenaikan penggunaan berdasarkan preferensi responden sebesar 275% dan terjadi di seluruh *online channel* yang ada dalam kuesioner. Sebelum pandemi berlangsung, responden yang memilih menggunakan layanan *online* tersebut sebesar 12 responden sedangkan pada saat pandemi berlangsung meningkat menjadi 45 responden.

Mengamati perubahan yang terjadi berdasarkan data responden, sayur box memiliki kenaikan absolut yang paling tinggi dibandingkan sebelum dan saat pandemi berlangsung yaitu sebesar 300% yang disajikan pada Gambar 4. Layanan *online* tersebut memberikan penawaran berupa potongan harga (diskon) dan gratis biaya pengiriman sehingga selain memudahkan konsumen dalam bertransaksi selama pandemi, layanan *online* tersebut juga memberikan tambahan manfaat apabila konsumen menggunakan layanan *online* tersebut.



Gambar 4 Pemilihan *Online Channel* Sebelum dan Saat Pandemi

## 4 PENUTUP

### 4.1 Simpulan

Generasi milenial (Gen Y) yang memang sudah terpapar oleh digital ekosistem semakin menggunakan layanan *online* dalam semua aspek kehidupan termasuk dalam aspek pemenuhan kebutuhan produk peternakan seperti daging, telur dan susu.

### 4.2 Saran

Penyedia layanan harus memberikan tambahan manfaat kepada konsumen sehingga mampu bersaing dalam kategori yang semakin ramai. Selain itu, untuk *offline channel* seperti pasar tradisional, pasar modern yang mengalami penurunan paling signifikan, perlu memberikan rasa aman dan nyaman terhadap konsumen dengan menggunakan metode *hybrid* yaitu konsumen dapat datang langsung maupun memesan melalui layanan digital seperti WhatsApp atau melalui layanan pengantara seperti Gojek, Grab dan sejenisnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Rangga, D., Yofa, Erwidodo, Erma, S. 2020. Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Ekspor dan Impor Komoditas Pertanian. Dalam prosiding Dampak Pandemi Covid-19: Perspektif Adaptasi dan Resiliensi Sosial Ekonomi Pertanian Hal 149-170. ISBN: 978-602-344-297-3. Jakarta (ID): IAARD Press.
- Sadiyah, F.N. 2021. Dampak pandemi covid-19 terhadap pertumbuhan ekonomi dan perdagangan komoditas pertanian di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Agribisnis*, 5(3): 950-961.