

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Potensi lahan komoditas pertanian yang ada di Indonesia mempunyai potensi sumber daya yang cukup memadai sebagai basis keunggulan antara lain berupa lahan pertanian yang luas, jaringan industri, jaringan perdagangan, perairan yang luas untuk perikanan dan juga sumber daya manusia. Potensi pasar yang menjanjikan baik pasar domestik daerah kabupaten atau provinsi lain dan pasar luar negeri. Melihat potensi tersebut diharapkan dapat dimanfaatkan seoptimal mungkin, sehingga tujuan dan sasaran pembangunan dapat tercapai, yaitu optimalisasi alokasi sumber daya yang ada, kesejahteraan masyarakat dan pelestarian lingkungan hidup (Simatupang, 2018).

Sektor pertanian memiliki multifungsi yang mencakup aspek produksi atau ketahanan pangan, peningkatan kesejahteraan petani atau pengentasan kemiskinan, dan menjaga kelestarian lingkungan hidup. Komitmen dukungan insentif melalui pemahaman peran multifungsi pertanian perlu didefinisikan secara luas, bukan saja insentif ekonomi (subsidi dan proteksi), tetapi juga dukungan pengembangan sistem dan usaha agribisnis dalam arti luas. Pengembangan lahan pertanian abadi akan dapat diwujudkan jika sektor pertanian dengan nilai multifungsinya dapat memberikan manfaat bagi peningkatan kesejahteraan petani dan memperbaiki kemiskinan (Wahyudi, 2018).

Media sosial sekarang menjadi bagian yang tak dapat dipisahkan pada kehidupan sehari-hari banyak konsumen. Media sosial sangat melekat dalam komunikasi sehari-hari konsumen dan telah mengambil posisi penting dalam

kehidupan masyarakat. Media sosial merupakan aktivitas dan perilaku di antara komunitas orang yang berkumpul secara *online*. Media sosial dapat digunakan sebagai cara berbagi pengetahuan, informasi dan opini menggunakan aplikasi atau media yang berbasis web. Media sosial akan mempengaruhi konsumen dari pencarian informasi hingga perilaku pembelian. Media sosial semakin dipandang sebagai sumber informasi yang lebih objektif dan berpengaruh pada banyak aspek perilaku konsumen, termasuk perilaku pembelian. Pengaruh terbesar dari media sosial terjadi pada tahap pencarian informasi dan tahap keputusan pembelian. Ulasan positif pada media juga terbukti dapat mendorong terjadinya keputusan pembelian dan ulasan negatif akan menghalangi pengguna dari keputusan pembelian (Indriyani dan Suri, 2020).

Usaha Bakulan Makdy mulai didirikan pada tahun 2016. Usaha Bakulan Makdy adalah salah satu usaha makanan ringan yang berkembang saat ini karena memasarkan produknya melalui media sosial. Bakulan Makdy menyediakan berbagai jenis produk makanan seperti ricebox, dessert box dan berbagai macam jenis kue. Pemasaran produk Bakulan Makdy melalui *online* yang paling banyak diminati sehingga bisa memperoleh keuntungan. Usaha produk Bakulan Makdy melakukan suatu promosi melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook, dengan adanya media sosial sangat membantu perkembangan usaha produk Bakulan Makdy. Raminya UMKM makanan di Kabupaten Maros ini tak lagi membuat masyarakat khawatir, utamanya para pecinta makanan sudah hadir dengan ciri khas produk masing-masing. Berikut adalah daftar beberapa UMKM makanan yang sedang digemari oleh masyarakat.

Tabel 1. Daftar UMKM Makanan di Kabupaten Maros

No.	Nama UMKM	Alamat di Maros
1.	Naura Cake	Jl. Poros Kariango Perum. Bumi Lestari Tengrigangkae
2.	Fitry Bakery & Cake	Jl. Poros Makassar – Maros
3.	Toko Kue Ugi' e	Jl. Poros Makassar - Maros No. 26
4.	Mustika Roti	Jl. Poros Makassar – Maros
5.	Rama Cake	Jl. Sejahtera No. 6
6.	Delicates Cake and Bakery	Jl. Jendral Sudirman No. 8
7.	AA Dessert Box	Jl. Poros Makassar - Maros No. 51
8.	Adeeva Dessert	Jl. Mawar No. 4
9.	Saffanah Cake	Jl. Samudera
10.	Mm Toko Roti & Kue	Jl. Langsung No. 37
11.	R Fam's Cake & Cookies	Jl. Nangka No. 70
12.	Watylicious	Jl. Pemuda No. 16
13.	Mey's Dessert	Jl. Lanto Dg. Pasewang
14.	Little Kitchen	Jl. Bouvardia Raya
15.	Hoshi Kitchen	Jl. Dr. Ratulangi No. 8

Sumber: Data Sekunder, 2024.

Strategi yang dilakukan untuk pemasaran produk usaha Bakulan Makdy adalah dengan cara menggunakan kemasan produk yang menarik dengan memakai label merek berbagai warna yang cerah dan desain yang modern sesuai selera zaman sekarang dengan begitu konsumen akan merasa tertarik dan berminat untuk membeli produk. Selain itu, melakukan strategi pemasaran dengan membuat foto produk yang unik dan juga menarik, dengan adanya foto produk yang menarik akan mendorong konsumen untuk membeli produk yang disediakan. Bakulan Makdy juga memasarkan produknya secara *online* melalui media sosial agar lebih dikenal oleh banyak orang dan lebih mudah menjalin interaksi kepada calon konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan di atas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian “Pengaruh Media Sosial dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Agrifood (Studi Kasus

Pelanggan Online pada Bakulan Makdy di Kecamatan Mandai, Kabupaten Maros, Provinsi Sulawesi Selatan)”.
 10. <https://www.researchgate.net/publication/353111116>

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah yang dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Apa saja jenis produk agrifood yang dijual pada usaha Bakulan Makdy di Kecamatan Mandai, Kabupaten Maros?
2. Bagaimana promosi dan penjualan produk Bakulan Makdy melalui media sosial?
3. Bagaimana keputusan pembelian produk agrifood Bakulan Makdy?
4. Bagaimana pengaruh media sosial dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian produk agrifood Bakulan Makdy?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mendeskripsikan jenis produk agrifood yang dijual pada Bakulan Makdy
2. Menganalisis promosi dan penjualan produk Bakulan Makdy melalui media sosial
3. Menganalisis keputusan pembelian produk agrifood Bakulan Makdy
4. Menganalisis pengaruh media sosial dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian produk agrifood Bakulan Makdy

1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang diharapkan oleh penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti, sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bioremediasi Lahan Tambang Universitas Muslim Indonesia dan menerapkan teori yang diperoleh semasa kuliah.
2. Bagi Pelaku Usaha, yaitu sebagai bahan evaluasi bagi owner usaha Bakulan Makdy untuk lebih memajukan usahanya
3. Bagi peneliti selanjutnya, yaitu dapat dijadikan bahan informasi atau referensi bagi penelitian selanjutnya.