

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

1. Kualitas produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat konsumen untuk membeli buah dan sayur di *e-commerce* Sayurbox Surabaya pada masa pandemi *Covid-19*. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen untuk membeli buah dan sayur di *e-commerce* Sayurbox Surabaya pada masa pandemi *Covid-19*.
2. Alur pemasaran produk yang ada di Sayurbox Surabaya dimulai dari pemanenan, pemilahan, *quality control*, penyimpanan, pengemasan, pengangkutan dan pengiriman. Pelaku pemasaran yang ada di Sayurbox Surabaya terdiri dari empat pelaku yakni pemasok (*supplier*), perusahaan manufaktur (*manufacturer*), distributor dan konsumen akhir (*end consumer*). Peluang pemasaran Sayurbox Surabaya meliputi sistem distribusi secara digital yang mempermudah petani untuk menyalurkan produknya kepada konsumen, penambahan wilayah jangkauan operasional oleh Sayurbox di Indonesia, serta rantai distribusi pendek yang ada di Sayurbox membuat Sayurbox mampu menawarkan produk pertanian kepada konsumen dengan harga yang bersaing di pasaran. Tantangan pemasaran Sayurbox Surabaya meliputi meyakinkan petani untuk ikut ke dalam ekosistem Sayurbox, kesulitan petani dalam memanfaatkan teknologi untuk transaksi jual beli, serta mengubah pola pikir masyarakat untuk melakukan pembelian produk segar pertanian secara *online*.

## 5.2 Saran

1. Sayurbox Surabaya perlu meningkatkan kualitas produk buah dan sayurinya agar tidak ada buah atau sayur yang mengalami kerusakan saat diterima oleh konsumen, serta Sayurbox Surabaya perlu menambah keterangan yang memuat *rating* atau penilaian oleh konsumen terhadap produk buah dan sayur yang ditawarkan agar konsumen yang akan membeli dapat mengetahui kualitas produk buah dan sayur secara lebih jelas. Sayurbox Surabaya perlu mempertahankan dan menambah variasi potongan harga (diskon) pada harga produk buah dan sayur agar semakin banyak konsumen yang berminat untuk membeli produk buah dan sayur secara *online* melalui Sayurbox Surabaya.
2. Sayurbox Surabaya sebagai *e-commerce* yang menawarkan produk hasil pertanian berupa buah dan sayur kepada konsumen, perlu untuk memperluas jejaring kemitraannya dengan para petani lokal agar semakin meningkatkan kesejahteraan petani lokal.