

ABSTRAK

PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMAS DALAM PEMASARAN HASIL PERTANIAN HORTIKULTURA DI DESA SEKINCAU KABUPATEN LAMPUNG BARAT

Oleh

SITI MASRONI

Permasalahan fluktuasi harga produk hortikultura semakin kompleks karena belum optimalnya pemanfaatan teknologi informasi oleh para petani dan pemangku kepentingan desa. Kurangnya adopsi teknologi menyebabkan minimnya transparansi data produksi, estimasi panen, dan informasi harga pasar terkini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran oleh petani hortikultura Desa Sekincau dan mengetahui faktor-faktor yang berhubungan dengan pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran oleh petani hortikultura Desa Sekincau. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *rule of thumb* yaitu 32 sampel petani yang sudah memanfaatkan teknologi informasi dalam bentuk sosial media untuk pemasaran oleh petani Desa Sekincau, Kabupaten Lampung Barat untuk pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa petani hortikultura di Desa Sekincau sudah melakukan pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran hortikultura dengan menggunakan teknologi informasi. Pemanfaatan tersebut meliputi penggunaan media untuk promosi produk, komunikasi dengan konsumen, pencarian informasi pasar, serta memperluas jangkauan pemasaran hasil hortikultura. Hasil kedua menunjukkan faktor yang memiliki hubungan signifikan dengan pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran oleh petani hortikultura di Desa Sekincau adalah tingkat jumlah kepemilikan media, kemampuan memanfaatkan fitur media sosial, dan kualitas konten pemasaran hortikultura. Sementara itu, variabel umur, pendidikan, tingkat kosmopolitan, dan peran penyuluhan tidak menunjukkan hubungan yang signifikan terhadap pemanfaatan teknologi informasi.

Kata kunci: Teknologi Informasi dan Komunikasi, Petani, Hortikultura.

ABSTRACT

Utilization Information Tecnology In Marketing Horticultural Agricultural Products In Sekincau Vilage, West Lampung Regency

By

SITI MASRONI

The problem of price fluctuations horticultura products is increasingly complex due to the suboptimal use of information technology by farmers and village stakeholders. The lack of technology adaoption results in minimal transparency of production data, harves estimates, and the latest market price information. This study aims to determine the use of information technology in marketing by horticultural farmers in Seincau Village and to determine the factors related to the use of information thecnology in marketing by horticultural farmers in Sekincau Village. This is study uses a quantitative approach with the rule ot thumb method, namely 32 samples of farmers who have used information technology in the form of social mediafor marketing by the farmers in Sekincau Village, west Lampung regency for marketing. The results of the study indicate the use of information technology in horticultura marketing by farmers in Sekincau Villagehas beeb carried out with horticultura agricultura product marketing activities, the use includes the use of social media and information technologybfor product promotion, communication withconsumers, searchingfor market information, and expanding the reach of horticultura products marketing and the second result shows that factors that have a significant relationship with the use of information technology in marketing by horticultura farmers in Sekincau Village are the level of edia ownership, the ability to utilize socil media featur, and the quality of horticultural marketing content. Meanwhile, the variabels of age, education, cosmopolitan level, anda the role ofextension do not show a significant relationship to the use of information technology.

Keywords: *Information and Communication Technology, Farmers, Horticulture.*