



LAPORAN PENELITIAN

JUDUL:

**ANALISIS MENDALAM TERHADAP PENGALAMAN
PETANI BAWANG MERAH DALAM MENERAPKAN
STRATEGI PEMASARAN BERBASIS ICT**

Oleh:

| | |
|---------------------------|--------------|
| Savira Chalim Indarsari | (2112010073) |
| Dr. Subagyo, M.M. | (0717066601) |
| Sigit Wisnu Setya B.,M.M. | (0720108202) |

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
JUNI 2025**

HALAMAN PENGESAHAN

- | | |
|------------------------------------|--|
| 1. Judul Penelitian | : Analisis Mendalam Terhadap Pengalaman Petani bawang Merah Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran Berbasis ICT |
| 2. Ketua | |
| a. Nama Lengkap | : Savira Chalim Indarsari |
| b. NPM | : 2112010073 |
| c. Fak/Prodi | : FEB/Manajemen |
| d. Alamat Rumah | : Jl. A. Yani 5 No 14c Payaman Rt.03 Rw. 09 Kec. Nganjuk Kab. Nganjuk |
| e. Telp./HP | : 085748117078 |
| f. Email | : safirachalim18@gmail.com |
| 3. Jangka waktu Penelitian | : 5 bulan |
| 4. Pembiayaan | : |
| a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri | : - |
| b. Dari sumber lain | : Rp 10.000.000 |
| Jumlah Seluruhnya | : Rp 10.000.000 |

Mengetahui,
Kaprosdi Manajemen



Kediri, 23 Juni 2025
Ketua,

Savira Chalim Indarsari
NPM. 2112010073

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya penulis bisa menyelesaikan laporan penelitian ini. Penelitian ini ditulis guna memenuhi syarat untuk gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri. Pada kesempatan ini saya ucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus -tulusnya kepada :

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan dan motivasi kepada mahasiswa.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Nusantara PGRI (UNP) Kediri.
3. Kaprodi Manajemen, Restin Meilina, M.M.
4. Pembimbing I dan Pembimbing II Dr. Subagyo, M.M. dan Bapak Sigit Wisnu Setya B.,M.M. Selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi kepada peneliti selama proses pembuatan dan penyusunan skripsi.
5. Bapak/Ibu Dosen Prodi Manajemen
6. Orang Tua dan teman – teman yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada pihak pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu yang telah menemani proses dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Di sadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan diharapkan kritikan dan saran dari berbagai pihak. Akhir dari kata pengantar ini, harapannya semoga skripsi ini dapat menjadi rujukan di penelitian yang akan datang dan bermanfaat bagi pembaca.

Kediri, 23 Juni 2025



SAVIRA CHALIM INDARSARI
NPM. 2112010073

RINGKASAN

Pertanian merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia, pertanian memiliki peran yang sangat penting, seperti berkontribusi pada penyediaan pangan dan penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat. Salah satu komoditas pertanian yang penting adalah bawang merah. Bawang merah adalah salah satu bahan utama yang penting dalam setiap masakan yang memiliki rasa yang unik dan mampu meningkatkan cita rasa setiap makanan, namun salah satu tantangan yang dihadapi para petani bawang merah ini yaitu pada manajemen pemasarannya seperti ketidakstabilan harga dan keterbatasan akses pemasaran. Dengan adanya masalah ini kemajuan teknologi saat ini harus bisa dimanfaatkan secara bijak, teknologi moderen dapat memberikan wawasan baru pada petani dalam hal penggunaan teknologi. ICT (*Information, communication, and Technology*) adalah jaringan komunikasi yang digunakan untuk menyimpan, mengumpulkan, mengirim dan menganalisis data, dengan adanya ICT diharapkan dapat mengurangi masalah yang timbul, ICT diharapkan mampu memengaruhi daya jual produk bawang merah sehingga dapat meningkatkan pendapatan petani dan memperluas jangkauan pasar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dimana data dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan analisis dokumen. Dalam penerapan strategi berbasis ICT mampu berpengaruh signifikan terhadap penjualan produk dan peningkatan daya jual bawang merah.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, ICT, Pengalaman Petani

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| RINGKASAN..... | iv |
| DAFTAR ISI..... | v |
| DAFTAR TABEL | vii |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| DAFTAR LAMPIRAN | ix |
| BAB 1 PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Tujuan Penelitian | 5 |
| BAB II KAJIAN TEORI | |
| A. Information, Communication, and Techonology (ICT)..... | 6 |
| 1. Pengertian ICT..... | 6 |
| 2. Peran ICT di Bidang Pertanian | 6 |
| B. Pemasaran | 7 |
| C. Daya Jual Produk Pertanian | 8 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| A. Deskripsi Metode Penelitian..... | 10 |
| 1. Pendekaan Penelitian | 10 |
| 2. Teknik Penelitian | 10 |
| B. Rincian Proses Pengumpulan Data | 10 |
| C. Sasaran Penelitian | 11 |
| D. Instrumen Penelitian | 12 |
| E. Prosedur Analisis Data..... | 13 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | |
| A. Hasil Penelitian..... | 16 |
| B. Pembahasan | 22 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | |

| | |
|-----------------------------|-----------|
| A. Kesimpulan..... | 29 |
| B. Saran..... | 30 |
| DAFTAR PUSTAKA | 32 |
| LAMPIRAN..... | 36 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|---|---------|
| 2.1 : Data informan..... | 17 |
| 3.1 : Hasil wawancara oleh kepala desa | 17 |
| 3.2 : Hasil wawancara oleh petani bawang merah..... | 18 |
| 3.3 : Hasil wawancara oleh pembeli bawang merah..... | 20 |
| 3.4 : Hasil wawancara terkait harapan oleh informan | 22 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|----------------------------|---------|
| 3.1 : Alur Penelitian..... | 15 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Halaman |
|--|---------|
| 1 : Suran Ijin Penelitian | 37 |
| 2 ; Surat Balasan..... | 38 |
| 3 : Informant Consent..... | 39 |
| 4 : Instrumen Penelitian | 42 |
| 5 : Transkripsi Wawancara | 44 |
| 6 : Dokumentasi..... | 49 |
| 7 : Artikel yang di Publikasikan | 50 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peranan sektor pertanian dalam pembangunan Indonesia sudah tidak perlu diragukan lagi, peran penting sektor pertanian tersebut sudah tergambar dalam fakta empiris. Pertanian merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia, khususnya di pedesaan. Pertanian memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, seperti berkontribusi pada penyediaan pangan dan penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat (Eka et al., 2019). Berdasarkan sensus pertanian 2023 jumlah petani pengguna lahan pertanian di Indonesia sebanyak 27.802.434. Salah satu komoditas pertanian yang penting adalah bawang merah, tidak hanya memenuhi kebutuhan domestik, tetapi juga berpotensi untuk diekspor.

Bawang merah (*Allium ascalonicum L*) adalah salah satu komoditas tanaman hortikultura yang banyak dikonsumsi manusia untuk campuran bumbu masak. Selain digunakan sebagai campuran bumbu masak, bawang merah juga dijual dalam bentuk olahan seperti ekstrak bawang merah, bawang goreng dan masih banyak lagi. Bawang merah juga salah satu bahan utama yang penting dalam setiap masakan yang memiliki rasa khas dan dapat meningkatkan rasa pada setiap makanan (Wibowo, 2022). Bawang merah masih memiliki banyak peluang untuk dikembangkan untuk memenuhi permintaan dalam negeri dan internasional, karena ini adalah komoditas hortikultura yang banyak dikonsumsi dan membutuhkan teknik budidaya terbaik untuk mencapai pertumbuhan dan produksi yang diharapkan. (Irfan, 2019). Tanaman bawang merah diperkirakan berasal dari kawasan Asia, kemudian menyebar ke seluruh dunia. Dengan pengembangan dan pembudidayaan yang serius, bawang merah telah menjadi salah satu tanaman komersial di berbagai negara di dunia. Di Indonesia, daerah penghasil bawang merah utama adalah Cirebon, Brebes, Tegal, Pekalongan, Solo, dan Yogyakarta (Ariantini & Solehah, 2019).

Kabupaten Nganjuk adalah salah satu kabupaten yang menjadi pusat penghasil panen bawang merah di Provinsi Jawa Timur, bahkan Kabupaten Nganjuk termasuk dalam salah satu sentra penghasil bawang merah terbesar di Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Nganjuk juga salah satu daerah dengan lahan tanaman bawang merahnya cukup besar. Luas panen petani bawang merah bisa mencapai 12.000 hektare (ha) per tahun dengan produktivitas sekitar 12 ton per hektare, sehingga menjadi yang terluas di Jawa Timur (Hariyono et al., 2021). Desa Sukomoro sendiri sebagai sentra besar penghasil bawang merah di Kabupaten Nganjuk, Tidak mengherankan jika banyak orang menanam, menjemur, dan menjual bawang merah. Namun, para petani bawang merah juga sering menghadapi masalah dalam pemasaran produk mereka. Tantangan yang dihadapi petani yaitu ketidakstabilan harga dan keterbatasan akses pemasaran bagi petani dalam meningkatkan daya jual produk mereka. Salah satu kegiatan yang dapat dilakukan petani agar produk yang dipasarkan dapat berkembang yaitu dengan cara memanfaatkan teknologi ICT (*Information, Communication, Technology*).

Menurut Richard Heeks *Information and Communication Technology* (ICT) meliputi perangkat lunak, perangkat keras, dan jaringan komunikasi yang digunakan untuk mengumpulkan, mengirim, menyimpan, dan menganalisis data. Ia juga menyatakan bahwa ICT dapat digunakan untuk memfasilitasi interaksi sosial, mempromosikan pembelajaran, serta meningkatkan efisiensi operasional (Tiffany, 2022). Orang percaya bahwa berkomunikasi dan mendapatkan informasi menjadi lebih mudah, murah, praktis, dan dinamis berkat kemajuan teknologi informasi yang serba digital, yang membawa revolusi digital dalam dunia bisnis. Orang yang percaya pada sesuatu akan berani mengambil risiko, seperti halnya internet yang saat ini membantu beberapa orang (Wisnu et al., 2023). Di zaman yang semakin terbuka inilah segalanya terasa lebih mudah dan praktis, tentu saja dibalik kesempurnaan ini terdapat banyak sisi negatif atau dampak negatif. Pesatnya perkembangan ekonomi digital di Indonesia selain disebabkan oleh pesatnya perkembangan *Information, Communication dan Technology* dan juga tidak terlepas dari meningkatnya penetrasi penggunaan internet.

Jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII), Indonesia mengalami peningkatan yang cukup drastis dalam jumlah pengguna internet (Sunardi, 2023). Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai angka 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023 (Kalyara, 2024).

Pada era serba digital seperti saat ini, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (ICT) telah menjadi salah satu kunci keberhasilan pada berbagai sektor, termasuk pertanian. Strategi pemasaran berbasis ICT dinilai mampu mengatasi berbagai kendala yang dihadapi oleh para petani bawang merah. Di era perkembangan ICT informasi melalui internet menjadi suatu kebutuhan konsumen (Arbainah, 2014). Dengan memanfaatkan platform digital, petani dapat menjangkau pasar yang lebih luas, memperoleh informasi pasar yang lebih akurat, serta meningkatkan daya saing produknya (Romaningsih W, 2022). Perkembangan teknologi *Information, Communication, Technology* (ICT) memberikan peluang baru bagi petani untuk memperbaiki strategi pemasarannya. ICT itu sendiri mencakup teknologi yang digunakan untuk mengelola dan memproses informasi termasuk internet sosial media dan aplikasi *mobile* yang memungkinkan komunikasi agar lebih efisien antara produsen dan konsumen. ICT juga membantu petani dalam mengakses informasi pasar secara *realtime* serta mempermudah komunikasi dengan konsumen. Penggunaan platform media sosial seperti (*WhatsAPP, Instagram dan Facebook*) sebagai alat bantu untuk memasarkan produk bawang merah. Pemasaran berbasis ICT dapat meningkatkan efektivitas petani dalam menjangkau konsumen yang lebih luas dengan cara memanfaatkan platform digital dan teknologi yang canggih di zaman sekarang (Kotler, P., & Keller, 2016).

Meskipun bawang merah merupakan komoditas unggulan, banyak petani yang masih bergantung pada metode pemasaran tradisional yang kurang efisien, karena tingkat pemahaman dan ketrampilan petani dalam menggunakan *technology* ICT untuk memasarkan produk mereka sangat minim. Pemasaran yang kurang optimal menyebabkan pendapatan petani bawang merah di Desa Sukomoro tidak

maksimal, sehingga berdampak pada kesejahteraan mereka. Strategi pemasaran yang dapat membantu petani dalam meningkatkan penjualan adalah inovasi pemasaran (Muhhamad, Zainul, 2023). Penggunaan media sosial dan *platform e-commerce* sebagai sarana pemasaran dapat membantu petani menjangkau konsumen yang lebih luas. Platform digital banyak memberikan kesempatan bagi petani untuk mempromosikan produknya dengan mudah dan efektif secara langsung pada konsumen, sehingga dapat meningkatkan kesadaran dan minat beli. Ini sangat penting untuk meningkatkan daya saing produk bawang merah dari Desa Sukomoro di pasar yang semakin kompetitif. Keberhasilan penerapan strategi pemasaran berbasis ICT juga dipengaruhi oleh dukungan dari berbagai pihak. Pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat (LSM) perlu berperan aktif dalam memberikan pelatihan dan edukasi kepada petani mengenai penggunaan teknologi dalam pemasaran. Dengan adanya pelatihan, diharapkan petani dapat lebih memahami manfaat ICT dan cara memanfaatkannya secara efektif (Supriyanto, 2018)

Beberapa penelitian mengenai penerapan strategi pemasaran berbasis ICT telah banyak dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh (Hadi, S., & Ningsih, 2020) dengan judul “Adopsi Teknologi oleh Petani Bawang Merah di Jawa Timur” yang menyatakan banyak petani bawang merah di Jawa Timur, mampu meningkatkan daya jual produknya melalui pemasaran *online* dan media sosial. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Pratama, 2020) dengan judul “Strategi Pemasaran Pertanian Berbasis ICT di Pedesaan Indonesia” menyatakan bahwa aplikasi digital, seperti *marketplace* dan media sosial membantu petani memperkenalkan produk mereka ke pasar yang lebih luas. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Kurniawan, F., & Raharjo, 2021) yang berjudul “Digitalisasi Pemasaran Produk Bawang Merah: Perspektif Petani di Indonesia” menyatakan digitalisasi dan penggunaan platform *e-commerce* berdampak pada pemasaran produk bawang merah, dengan fokus pada persepsi dan pengalaman petani.

Dengan menggali pengalaman dan tantangan yang dihadapi, diharapkan penelitian ini memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai potensi ICT dalam

meningkatkan kesejahteraan pada bidang pemasaran pertanian. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi bagi pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif di sektor pertanian. Juga untuk menganalisis penggunaan ICT dan menginvestigasi sejauh mana strategi pemasaran berbasis ICT mempengaruhi peningkatan daya jual produk bawang merah di Desa Sukomoro Kabupaten Nganjuk. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik mengangkat tema dengan judul “ **Analisis Mendalam terhadap Pengalaman Petani Bawang Merah dalam Menerapkan Strategi Pemasaran Berbasis ICT**”

B. Tujuan Penelitian

Dari penelitian yang difokuskan, maka berikut tujuan yang diharapkan:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran berbasis ICT oleh petani bawang merah di Desa Sukomoro
2. Untuk mengidentifikasi tantangan yang dialami petani bawang merah dalam penerapan strategi pemasaran berbasis ICT
3. Untuk mengetahui faktor pendukung keberhasilan atau kegagalan dalam penerapan strategi pemasaran bawang merah di Desa Sukomoro

DAFTAR PUSTAKA

- Afaf. (2024). Ilustrasi Teknologi Informasi dan Komunikasi (ICT) (Pixabay).
Colaoration with Narasi.
- Arbainah, S. (2014). Pemasaran Bersama Berbasis ICT Sebagai Media Promosi Alternatif Bagi UMKM Desa Wisata. *Jabpi*, 22(2), 180–187.
- Ariantini, N. S., & Solehah, E. L. (2019). Indonesian Journal of Global Health Research. *Indonesian Journal of Global Health Research*, 2(4), 92–97.
<https://doi.org/10.37287/ijghr.v2i4.250>
- Dewi, D. E., & Cahyani, A. (2023). Increasing Adoption of the Internet of Things in Indonesian Agriculture Based on a Review of Everett Rogers' Diffusion Theory of Innovation. *Proceedings of the Business Innovation and Engineering Conference (BIEC 2022)*.
- Eka, H., Khairul, S., & Ellen, P. (2019). Identifikasi Potensi Komoditas Unggulan Sektor Peranian Tanaman Pangan. *Jurnal Ilmiah Pertanian. Jurnal Ilmiah Pertanian (JIPERTA)*, 1(2), 163–174.
<https://doi.org/10.31289/jiperta.v1i2.65>
- Fadilla Annisa. (2023). Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(No 3), 34–46.
- Hadi, S., & Ningsih, E. (2020). Adopsi Teknologi oleh Petani Bawang Merah di Jawa Timur. *Jurnal Pemasaran Pertanian*.
- Hansen, S. (2020). Investigasi Teknik Wawancara dalam Penelitian Kualitatif Manajemen Konstruksi. *Jurnal Teknik Sipil*, 27(3), 283.
<https://doi.org/10.5614/jts.2020.27.3.10>
- Hariyono, J. S., Zahro, H. Z., & Primaswara, R. (2021). *Pertanian Bawang Merah Di Kabupaten Nganjuk Menggunakan Metode K-Means*. 5(2), 487–494.
- Indiarto, A. D. (2020). Pemanfaatan teknologi Informasi dalam Pemasaran Produk Pangan dan Pertanian di Asia. *Jurnal Pangan*.
- Irfan, M. (2019). Respon Bawang Merah (*Allium ascalonicum* L) Terhadap Zat Pengatur Tumbuh dan Unsur Hara. *Jurnal Agroteknologi*, 3(2), 35–40.
- Kalyara, F. (2024). *ata Pengguna Internet di Indonesia 2024*. Inilah.

- <https://www.inilah.com/data-pengguna-internet-di-indonesia-2024>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
<https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3155681>
- Kurniawan, F., & Raharjo, K. (2021). Digitalisasi Pemasaran Produk Bawang Merah: Perspektif Petani di Indonesia. *Jurnal Teknologi Pertanian*.
- Muhammad, Zainul, D. (2023). Analisis Efisiensi Pemasaran Bawang Merah Di Desa Purworejo Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang. *Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agri Bisnis*. file:///C:/Users/USER/Downloads/22899-63951-1-PB.pdf
- Pratama, A. (2020). strategi pemasaran berbasis ICT oleh petani kecil di wilayah pedesaan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Putra, D. T., Wahyudi, I., Megavitry, R., & Supriadi, A. (2023). Pemanfaatan E-Commerce dalam Pemasaran Hasil Pertanian: Kelebihan dan Tantangan di Era Digital. *Jurnal Multidisiplin West Science*. <https://wnj.westsciencepress.com/index.php/jmws/article/view/590>
- Putri, D. K., Fachri, F. N., & Andini, F. T. (2024). Pemasaran Dan Riset Pemasaran Global: Konsep, Manfaat, Dan Tantangan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(204), 48–53.
- Romaningsih W. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Berbasis Information. Communication Technology (ICT) Terhadap Peningkatan Daya Jual UMKM. *Jurnal. ESCAF*.
- Sardanto, R. (2023). Optimasi Strategi Content Marketing sebagai Upaya Meningkatkan Customer Engagement pada Akun Sablon Shift. *Jurnal Simki Economic*, 6(2), 475–485. <https://doi.org/10.29407/jse.v6i2.399>
- Sirajuddin, Z., & Liskawati Kamba, P. (2021). Farmer's Perception on Information and Communication Technology Implementation in Agricultural Extension. *Jurnal Penyuluhan*, 17(2), 136–144.
- Sommaliaagustina, D. (2024). Implikasi UU ITE No 1 Tahun 2024 Terhadap Industri E-commerce. *Kompasiana.Com*.
- Subagyo, & Hery, P. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana E-Marketingbaru Oleh Pt Masbro7. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II*

- Program Studi Manajemen - FEBB UNP KEDIRI*, 2, 94.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3167/2388>
- Sunardi, S. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Berbasis Information, Communication, Technology (ICT) Terhadap Peningkatan Penjualan Umkm di Desa Kampung Mangkai Kabupaten Batu Bara. *Glossary : Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 50–62. <https://doi.org/10.52029/gose.v1i1.114>
- Supriyanto, S. (2018). Penggunaan media sosial dan platform e-commerce sebagai sarana pemasaran dapat membantu petani menjangkau konsumen yang lebih luas. *Jurnal Agribisnis*.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4213995
- Syahrani Jailani. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Islam*.
<http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan/article/view/57>
- tiffany. (2022). *ICT Adalah: Pengertian, Manfaat dan Contoh Penerapan dalam Berbagai Bidang*. Daily Sosial. <https://dailysocial.id/post/ict-adalah>
- wahyu widodo. (2022). Implementasi Manajemen Talenta Karyawan Di Belikopi. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 235–240.
- Wibowo, A. S. (2022). *Indikator Pertanian 2022* (dan P. Direktorat Statistik Tanaman Pangan, Hortikultura (ed.)).
<https://www.bps.go.id/id/publication/2023/10/13/21a20fa0c364d9f9898f2b56/indikator-pertanian-2022.html>
- Wisnu, S., Muslih, B., & Triwahyudi, A. (2023). Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
 ANALISIS SOFT SKILL, HARD SKILL, DAN SELF EFFICACY TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2019 UNP Kediri). *Senmea*, 76–83.
- Yuniarti. (2020). *Efek Teknologi Informasi terhadap Harga dan Daya Saing*

Produk Hortikultura.

Zeithaml, V. A. (2019). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means–end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*.

Zulfa. (2024). *Marketing Mix 4P: Pengertian, Elemen, dan Contohnya*. Impacta.