

Pemanfaatan Media Sosial dalam Pengembangan Agribisnis Hortikultura Kab. Tuban

Maimunah¹, Abdi Dewi Setiana², Kristiawan³

^{1,2,3} Universitas Sunan Bonang Tuban, Jl dr Wahidin Sudirohusodo 798 Tuban

¹ Email: Maimunah75.mm@gmail.com

² Email: Abdidewi78@yahoo.com

³ Email: Kristiawan.usb@gmail.com

Submit : 16-09-2025

Revisi : 21-11-2025

Diterima : 21-12-2025

ABSTRACT

The development of science, technology, and communication is accelerating and spreading across all fields. E-commerce and social media are utilized agriculture from upstream to downstream in agribusiness development. This study aims to determine the extent to which social media has been utilized by horticultural farmers in Tuban Regency in developing their businesses. The respondents of this study were horticultural farmers in Tuban Regency who cultivate various types of crops. To obtain a complete picture, this study uses primary and secondary data that are processed to obtain an overview and research results. The results show that respondents have all utilized social media in their daily activities, particularly in relation to communication and business management. Respondents use 1-4 social media platforms on a daily basis. The use of social media is still largely limited to obtaining information from friends who have information related to the provision of cultivation facilities, pest and disease control, and product marketing. Regarding marketing, few farmers utilize social media as a platform to market their products. In terms of marketing, few farmers utilize media as a means of marketing their products. Products are mostly sold directly or purchased by large traders. Optimal use of social media to obtain information, communicate, expand networks, and market products will have a positive impact on agribusiness development and improve farmers' welfare.

Keywords: Agribusiness, Development, Horticulture, Social media, Tuban

ABSTRAK

Perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan komunikasi semakin cepat dan merambah di semua bidang. E-commerce dan media sosial dimanfaatkan bidang pertanian mulai dari hulu sampai hilir pada pengembangan agribisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana media sosial telah dimanfaatkan oleh petani hortikultura Kabupaten Tuban dalam mengembangkan usahanya. Responden penelitian ini adalah petani hortikultura di Kabupaten Tuban pada berbagai jenis tanaman yang diusahakan. Guna mendapatkan gambaran yang lengkap, penelitian menggunakan data primer dan sekunder yang diolah untuk mendapatkan gambaran dan hasil penelitian. Hasil penelitian menunjukkan data bahwa responden yang merupakan petani hortikultura telah semuanya memanfaatkan media sosial dalam kegiatannya sehari-hari khususnya berkenaan dengan komunikasi maupun pengelolaan usahanya. Terdapat 1 – 4 media sosial yang digunakan oleh responden dalam sehari-hari. Pemanfaatan media sosial sebagian besar masih terbatas pada pemanfaatan mendapatkan informasi antar teman yang memiliki informasi terkait penyediaan sarana prasarana budidaya, penanggulangan hama penyakit serta memasarkan produknya. Terkait dengan pemasaran, masih sedikit petani yang memanfaatkan media sebagai media

memasarkan produknya. Produk lebih banyak dijual secara langsung atau dibeli pedagang besar. Pemanfaatan media sosial secara optimal untuk mendapatkan informasi, komunikasi, memperluas jaringan dan pemasaran akan memberikan dampak positif bagi pengembangan agribisnis serta memberi dampak peningkatan kesejahteraan petaninya.

Kata Kunci : Agribisnis, Hortikultura, Media Sosial, Pengembangan, Tuban

1 Pendahuluan

Perkembangan ilmu pengetahuan semakin cepat. Pemanfaatan ilmu pengetahuan telah merambah di seluruh penjuru dunia. Perkembangan ilmu pengetahuan tidak hanya menghasilkan robot atau mesin-mesin yang mempermudah pekerjaan manusia. Ilmu pengetahuan dan teknologi telah menciptakan sistem digital yang memudahkan manusia untuk saling berhubungan atau berkomunikasi. Momentum Pandemi Covid 19 membuat masyarakat lebih memanfaatkan perkembangan teknologi informasi. Pandemi yang mengurangi aktifitas di luar rumah menyebabkan masyarakat harus mengerjakan segala sesuatu dari rumah. Pekerjaan kantor, belajar, belanja dan berbagai macam mengharuskan dikerjakan dari rumah. Kondisi ini selain menuntut produsen untuk lebih kreatif juga memaksa masyarakat untuk belajar memanfaatkan teknologi informasi yang ada.

Pada awal tahun 2021, 73,7% penduduk telah menggunakan internet dan lebih dari setengah penduduk Indonesia telah memanfaatkan media sosial (Stephanie & Yusuf 2021). Tahun 2022 naik menjadi 12,35% atau 191 juta jiwa (Mahdi, 2022). Dari keseluruhan pengguna internet, media sosial merupakan platform yang banyak diminati (Riyanto & Nistanto, 2021). Kemajuan teknologi informasi juga dimanfaatkan bidang pertanian dalam pengembangan agribisnis. Berbagai platform digital dimanfaatkan mulai dari untuk pengadaan sarana produksi sampai pemasaran. Menurut Kusumadinata, (2016), selain untuk mencari informasi tentang budi daya pertanian, juga bisa sebagai sarana berkomunikasi dengan petani lain ataupun stakeholder yang berada jauh untuk melakukan fungsi pemasaran produk pertanian. Internet memungkinkan pelaku agribisnis untuk memasarkan dan menjual produk secara langsung. Penggunaan layanan digital seperti *Platform e-commerce* dapat menjangkau konsumen lebih luas, menghindari perantara, dan meningkatkan margin keuntungan, sehingga pemasaran produk pertanian dapat lebih efisien dan mengurangi biaya transaksi (Gao et al., 2024). Penelitian Burhan, (2018), menunjukkan bahwa di beberapa negara berkembang pemanfaatan teknologi informasi atau internet telah membantu meningkatkan akses pasar, laba, memudahkan hubungan antara penyedia input dan pembeli produksi bahkan dalam pengentasan kemiskinan hingga lebih dari 50%. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi informasi secara umum memberikan dampak yang besar bagi pengembangan usaha agribisnis. Sehingga pemanfaatan teknologi informasi perlu dikelola dengan baik agar dalam

pemanfaatannya benar-benar memberikan dampak yang nyata bagi pengembangan agribisnis.

Pengembangan agribisnis Kabupaten Tuban memiliki potensi yang sangat baik. Pemanfaatan teknologi informasi diharapkan mampu membantu pengembangan agribisnis di wilayah kabupaten Tuban. Kabupaten memiliki produk unggulan hortikultura berdasarkan analisis *Tipologi Klassen*, *LQ* dan *AHP* adalah cabe besar, cabe rawit/kecil, belimbing, mangga, melon, semangka, duku, jeruk, pisang dan jambu biji serta produk unggulan yang telah ditetapkan pemerintah daerah atau nasional seperti duku prunggahan, belimbing tasikmadu dan jeruk keprok tejakula (Patiung, 2015). Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk melihat sejauh mana teknologi informasi atau internet dalam hal dimanfaatkan oleh petani di Kabupaten Tuban dalam mengembangkan usahanya serta bagaimana pengelolaan pemanfaatan teknologi informasi agar dapat mendukung pengembangan usaha agribisnis.

2 Metode Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil observasi dan wawancara kepada responden. Wawancara dilakukan dengan panduan kuesener atau daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, baik hasil hasil penelitian terkait, Biro Pusat Statistik dan referensi lainnya. Sampel pada penelitian ini adalah petani hortikultura di Kabupaten Tuban. Sampel responden dipilih secara acak. Sampel merupakan petani hortikultura yang berada di Kabupaten Tuban sejumlah 58 responden. Analisa dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif analitik kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang menggambarkan suatu hasil penelitian, bertujuan menjelaskan sebuah fenomena yang terjadi (Ramdhan, 2021). Metode deskriptif analitik dapat juga digunakan untuk menggambarkan keadaan atau karakteristik objek penelitian secara sistematis dan analisis mendalam untuk menemukan pola, relasi, atau faktor-faktor yang berpengaruh (Fadli, 2021; Assyakurrohim et al., 2022).

3 Hasil Penelitian dan Pembahasan

Gambaran umum responden

Gambaran umum responden merupakan paparan tentang kondisi responden, dalam hal ini petani hortikultura di Kabupaten Tuban. Pada penelitian ini gambaran umum petani responden diuraikan dalam beberapa karakteristik, diantaranya adalah tingkat pendidikan, luas lahan, lama pengalaman pengelolaan dan jenis hortikultura yang di kelola.

Tingkat pendidikan responden pada penelitian ini umumnya sudah pada tingkat menengah atas, dimana lebih dari 50 persen telah berpendidikan setingkat menengah atas/kejuruan bahkan 22,41% berpendidikan DIII/Sarjana. Sedangkan sisanya yaitu berpendidikan dasar dan menengah pertama sebanyak 22,34%. Data tentang tingkat pendidikan petani responden ditunjukkan pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Data tingkat pendidikan petani pengelola hortikultura Kabupaten Tuban

Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Sekolah Dasar	6	10,34
Sekolah Menengah Pertama	7	12,07
Sekolah Menengah Atas/Kejuruan	31	53,45
DIII/Sarjana	13	22,41
Magister	1	1,72

Tingkat Pendidikan secara umum berpengaruh pada kemampuan pemanfaatan atau penggunaan media sosial dalam komunikasi maupun kegiatan usahanya. Menurut penelitian (Munte, 2025) semakin tinggi tingkat pendidikan responden, kemampuannya dalam memahami ilmu pengetahuan juga semakin tinggi. Petani dengan tingkat pendidikan menengah ke atas pada umumnya lebih terbuka dengan informasi baru, teknologi dan lebih mudah mengakses. Penelitian terkait juga menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan petani cenderung lebih terbuka terhadap informasi pertanian yang lebih modern (Resmianto et al., 2025). Mereka yang memiliki informasi lebih baik akan mengoptimalkan dalam melakukan usahanya, memperbaiki manajemen usaha dan pada gilirannya akan meningkatkan pendapatannya. Pendidikan yang semakin tinggi memberi pengaruh pada pendapatan yang diterima petani (Zebua, 2018).

Pengalaman mengelola merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi petani dalam pengambilan keputusan pengelolaan selanjutnya. Pengalaman yang lebih lama dalam mengelola akan memberikan banyak pembelajaran dalam mengelola usaha tani. Pengalaman memberikan kemampuan, ketrampilan dan pengetahuan yang dapat digunakan dalam mengelola usahanya (Salampessy, 2018). Tabel 2 menunjukkan bahwa petani responden pada umumnya telah mengelola usaha tani lebih dari satu tahun, bahkan ada juga petani yang menekuni budidaya hortikultura lebih dari 5 tahun. Lama pengalaman mengelola usaha tani dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Lama pengalaman pengelolaan agribisnis

Lama Pengalaman	Jumlah Responden (Orang)	Prosentase (%)
≤1 th	14	24,14
1 - 5 tahun	18	31,03

≥ 5 tahun ≤ 10 tahun	25	43,10
≥ 10 tahun	1	1,72
Total		100

Pengalaman lebih dari satu tahun merupakan pengalaman yang cukup lama bagi petani untuk mendapatkan pengalaman dalam pengelolaan usaha taninya. Pengalaman ini baik berasal dari pengalaman mengelola milik sendiri maupun kesempatan dalam mengikuti pelatihan, penyuluhan dan beradaptasi dengan teknologi. Pengalaman petani sangat krusial dalam mempengaruhi produktivitas. Pendidikan dan pelatihan yang berkelanjutan dapat meningkatkan pengalaman petani dalam budidaya maupun pengendalian dan penanganan hama penyakit tanaman (Rahman, 2024; Rahmawasih & Arnama, 2024).

Luas lahan yang dikelola adalah karakteristik berikutnya yang menggambarkan petani responden. Luasan lahan petani dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. Luasan Lahan Petani Hortikultura Kabupaten Tuban

Luasan Lahan	Jumlah Responden (Orang)	Prosentase (%)
0 - 0,5 ha	31	53,45
> 0,5 ha - 1 ha	14	24,14
> 1 ha	13	22,41
Total		100

Petani hortikultura di Kabupaten Tuban pada umumnya mengelola lahan kurang dari 1 ha sampai 1 ha atau sebagai petani kecil atau petani gurem. Petani kecil memiliki keterbatasan pada pengetahuan, sumber daya dan modal serta lahan yang sempit dan kapasitas produksi yang kecil juga (Susilowati & Maulana, 2016). Petani yang memiliki lahan lebih dari 1 hektar biasanya merupakan petani yang lebih profesional dalam pengelolaannya baik dari cara pengelolaan maupun permodalan yang dimiliki. Petani ini memiliki modal yang cukup sehingga dapat fokus mengoptimalkan usahanya sehingga tingkat kesejahteraannya lebih baik.

Pada gambaran umum tentang jenis tanaman yang diusahakan oleh responden, menunjukkan bahwa 86,21% petani tidak hanya menanam satu jenis tanaman. Hal ini dikarenakan petani memahami pentingnya mengoptimalkan lahan yang dimiliki agar memperoleh keuntungan yang maksimal. Petani pada umumnya menanam tanaman di sela sela tanaman utama maupun sistem rotasi tanaman. Pengetahuan tentang metode budidaya ini tentu tidak hanya berdasar pengalaman tetapi juga hasil tukar pengalaman dengan sesama petani maupun penyuluh. Petani juga dapat memperoleh informasi dari media sosial tentang pentingnya dan keuntungan menanam dengan metode bergilir atau pun tumpang sari. Jenis tanaman dibudidayakan oleh petani di Kabupaten Tuban disajikan pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Tabel Sebaran Jenis Tanaman yang Diusahakan Petani berdasar Lokasi

Kecamatan	Jenis Tanaman Yang Diusahakan
Grabagan	apokat, semangka, labu
Jatirogo	apokat, cabai
Jenu	cabai
Kenduruan	apokat
Merakurak	durian, kelengkeng
Palang	belimbing, jambu biji merah
Parengan	apokat, bawang merah, cabai, kelengkeng, melon, pisang, sawo
Rengel	kelengkeng
Semanding	jeruk
Senori	kelengkeng, melon, semangka
Soko	jambu biji merah, blimbing, semangka
Tuban	pisang, sirsak, tomat,
Widang	pisang, bawang merah
Plumpang	Melon

Sebaran jenis tanaman menunjukkan bahwa Kabupaten Tuban merupakan daerah yang cukup potensial dalam pengembangan hortikultura. Hal ini dikarenakan lahan pertanian di Kabupaten Tuban memang merupakan lahan jenis lahan yang cocok untuk budidaya hortikultura (Suryanto et al., 2017). Beberapa jenis hortikultura tersebut juga menjadi unggulan Kabupaten Tuban diantaranya adalah melon, bawang merah, belimbing dan jambu biji merah. Banyak petani yang berminat untuk membudidayakan berharap akan menghasilkan keuntungan yang besar karena peluang pasar yang cukup besar.

Pemanfaatan Media Sosial

Media sosial adalah segala jenis media yang dimanfaatkan oleh masyarakat dalam melakukan komunikasi dan mendapatkan informasi guna kepentingan pribadi dan kepentingan lainnya. Media sosial banyak dimanfaatkan atau digunakan oleh remaja atau lebih dikenal dengan generasi milineal Media sosial merupakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa media sosial yang populer sekarang ini antara lain *Whatsapp, Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube, Twitter, Wikipedia*, dan *Blog* (Harahap & Adeni, 2020; Mansyur, 2018). Hampir semua golongan masyarakat telah memanfaatkan media sosial dalam mengembangkan usahanya. Baik untuk memperoleh informasi untuk memenuhi kebutuhannya maupun untuk memasarkan produknya. Tua atau muda memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi atau sekedar mendapat hiburan. Bahkan saat ini banyak masyarakat yang memanfaatkan media sosial untuk mendapatkan penghasilan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum seluruh petani telah menggunakan media sosial dalam kegiatannya sehari-hari, baik untuk kepentingan pribadi maupun untuk

segala urusan yang berkaitan dengan agribisnis yang dilakukan. Media sosial yang digunakan diantaranya adalah whatsapp, youtube, facebook dan instagram. Media sosial berfungsi untuk meningkatkan partisipasi penyuluh dan petani dalam mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Media sosial dapat menjadi pertukaran informasi dan pengetahuan secara *real-time* (Madonna et al., 2023), keputusan pemasaran yang lebih baik (Pattabhi et al., 2023) dan mempercepat interaksi serta komunikasi antara petani dan pemangku kepentingan lainnya (Uy et al., 2024). Penggunaan ini selain untuk menjalin komunikasi dengan teman juga untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam mengelola agribisnis yang dimiliki. Ada 50 % petani telah memanfaatkan lebih dari satu jenis media untuk menunjang kegiatan komunikasi dan pengelolaan usahanya.

Selain memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi, petani responden juga memanfaatkan media sosial untuk memperoleh informasi terhadap masalah-masalah yang dihadapi seperti memenuhi kebutuhan sarana dan prasarana pertanian. Petani yang telah memanfaatkan media sosial dalam memperoleh informasi (22%) dan petani yang memanfaatkan seluruh sumber informasi baik media sosial, penyuluh maupun kelompok tani atau teman petani lain sebesar 26%. Hal ini menunjukkan bahwa petani berusaha memperoleh informasi dari berbagai sumber, baik media sosial, pertemanan, maupun dari tenaga penyuluh dan kelompok tani (Tabel 5).

Tabel 5. Pemanfaatan sumber Informasi petani dalam memperoleh informasi untuk pemenuhan kebutuhan sarana prasarana

Sumber Informasi	Prosentase (%)
Media Sosial	22
Penyuluh	12
Kelompok Tani	40
Semua Sumber	26
Total	100

Pemanfaatan media sosial oleh kelompok tani pada umumnya untuk mendapatkan informasi bagaimana cara mendapatkan sarana budidaya seperti pupuk, irigasi dan peralatan lainnya serta cara mengatasi hama penyakit. Besarnya pemanfaatan kelompok tani sebagai sumber informasi menunjukkan tingkat kepercayaan petani terhadap kelompok tani masih cukup besar. Kelompok tani dipercaya mampu memberikan informasi dan solusi atas permasalahan yang dihadapi karena berada pada posisi dan lokasi yang sama.

Dalam kegiatan pemasaran, banyak petani yang belum memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produknya. Sebagian besar petani melakukan penjualan secara langsung di lahan, baik langsung dibeli konsumen maupun kepada pedagang besar (65,52%), petani yang membawa sendiri produknya untuk dijual (29,31%) dan memanfaatkan media sosial

(5,17%). Hal ini dapat dipahami mengingat kapasitas produksi petani masih kecil karena luasan lahannya yang sempit. Produk yang dijual tidak terlalu banyak, sehingga lebih cepat dan mudah untuk dijual secara langsung.

Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran agribisnis oleh petani di kab Tuban masih relatif rendah. Menurut Lindya et al., (2024), pelaku agribisnis masih mengalami kesulitan dalam memahami penggunaan alat digital, termasuk media sosial dikarenakan keterbatasan akses terhadap pendidikan dan pelatihan yang memadai. Akses internet yang terbatas juga dapat menghambat pemanfaatan media sosial untuk pemasaran (Kusuma & Sugandi, 2019). Pardede (2025), menambahkan pemasaran produk melalui media sosial memerlukan penggunaan konten yang kreatif dan informatif untuk membangun hubungan dengan konsumen. Penggunaan foto dan video berkualitas tinggi dari proses produksi hingga produk akhir untuk menunjukkan transparansi dan kualitas produk dapat menjadi daya tarik tersendiri.

Kebijakan terintegrasi Pemerintah perlu diterapkan untuk memperkuat pemasaran digital produk pertanian melalui pelatihan digital marketing, peningkatan literasi, serta dukungan adopsi teknologi bagi petani (Menon & Shah, 2019; Bilgin, 2018). Penyuluh berperan dalam memfasilitasi adopsi inovasi teknologi di sektor pertanian terutama dalam memilih strategi pemasaran yang tepat dalam era digital (Sofia et al., 2022; Hadi & Khairi, 2020). Pemanfaatan media sosial diharapkan dapat mendukung pengembangan agribisnis yang dimiliki menjadi lebih kompetitif dan menguntungkan.

4 Kesimpulan

Petani hortikultura di Kabupaten Tuban telah memanfaatkan media sosial dalam kegiatan agribisnis yang dikelolanya. Pemanfaatan media sosial untuk mendapatkan informasi tentang sarana prasarana pertanian maupun untuk mengatasi hama penyakit pada proses budidaya. Petani belum banyak memanfaatkan media sosial untuk kegiatan pemasaran produknya. Pemanfaatan media sosial untuk pengembangan agribisnis sangat penting terutama untuk menambah wawasan dan informasi serta jangka panjang dapat meningkatkan efisiensi biaya produksi.

Daftar Pustaka

- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>
- BiLgin, Y. (2018). The Effect Of Social Media Marketing Activities On Brand Awareness, Brand Image And Brand Loyalty. *Business & Management Studies: An International Journal*,

- 6(1), 128–148. <https://doi.org/10.15295/bmij.v6i1.229>
- Burhan, A. B. (2018). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk Pengembangan Ekonomi Pertanian dan Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(2), 233–247. <https://doi.org/10.46937/16201826338>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Gao, T., Lu, Q., Zhang, Y., & Feng, H. (2024). Does Farmers' Cognition Enhance Their Enthusiasm for Adopting Sustainable Digital Agricultural Extension Services? Evidence from Rural China. *Sustainability*, 16(10), 3972. <https://doi.org/10.3390/su16103972>
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren penggunaan media sosial selama pandemi di indonesia. *Professional: jurnal komunikasi dan administrasi publik*, 7(2), 13–23.
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18. <https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>
- Kusumadinata, A. A. (2016). Penggunaan Internet di kalangan petani sayur dalam memperoleh informasi pertanian di kabupaten Cianjur. *Indonesian Journal of Agricultural Economics*, 7(1), 13–24.
- Lindya, A. R. A., Espeperansa, S. T., Lestari, F. I., Pattiasina, N. S., Caniago, N. S. M., Ghifari, M. I., Putra, R. F., & Adha, I. F. (2024). Pelatihan Implementasi Pemasaran Digital Produk Pertanian Kwt Riski Dinari Dusun Pakis Kulon. *Jurnal Abdi Insani*, 11(2), 1398–1409. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i2.1533>
- Mahdi, M. I. (2022). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. dataindonesia.id. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Menon, S., & Shah, S. (2019). An Overview of Digitalisation in Conventional Supply Chain Management. *MATEC Web of Conferences*, 292, 01013. <https://doi.org/10.1051/matecconf/201929201013>
- Munte, S. T. (2025). Pengaruh Tingkat Pendidikan Petani terhadap Adopsi Teknologi Pertanian. *Circle Archive*, 1(7). <https://circle-archive.com/index.php/carc/article/view/431>
- Pardede, G. I. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Efektivitas Pemasaran Produk Pertanian di Era Digital. *Jurnal Agroteknologi*, 4(02), 217–228. <https://doi.org/10.53863/agronu.v4i02.1741>
- Patiung, M. (2015). Analisis Penetapan Dan Pengembangan Produk Unggulan Hortikultura Kabupaten Tuban Tahun 2015. *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis*, 15(1). <https://doi.org/10.30742/jisa1512015359>
- Rahman, A. S., Fitrianti, F., & Fatman, M. (2024). Tinjauan Analisis Ekonomi Budidaya Petani Jagung Desa Batupanga Daala Kecamatan Luyo Kabupaten Polewali Mandar. *Jurnal Agroterpadu*, 3(2), 161. <https://doi.org/10.35329/ja.v3i2.5434>
- Rahmawasih, R. & I Nyoman Arnama. (2024). Hubungan Perilaku Petani dengan Populasi Penggerek Batang Padi Putih (Schirpophaga innotata) Walker. *Wanatani*, 4(2), 134–143. <https://doi.org/10.51574/jip.v4i2.319>
- Ramadhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara.

- Resmianto, A. H., Sambodo, R., & Mildaryani, W. (2025). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pengalaman Bertani dan Luas Lahan Terhadap Pendapatan Petani Kakao di Kecamatan Girimulyo, Kabupaten Kulon Progo. *Proceedings Series on Physical & Formal Sciences*, 8, 235–242. <https://doi.org/10.30595/pspfs.v8i.1500>
- Riyanto, G. P., & Nistanto, R. K. (2021). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta*. Kompas.com. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>
- Salampeppy, Y. L. A. (2018). Menakar Kapasitas Adaptasi Perubahan Iklim Petani Padi Sawah (Kasus Kabupaten Pasuruan Jawa Timur). *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 16(1), 25. <https://doi.org/10.14710/jil.16.1.25-34>
- Stephanie, C., & Yusuf, O. (2021). *Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia “Melek” Media Sosial*. Kompas.com. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>
- Suryanto, A. A., Arifia, A., Muqtadir, A., & Basuki, D. K. (2017). Pemetaan Potensi Lahan Pertanian Di Kabupaten Tuban Berbasis Sistem Informasi Geografis. *SAINTEKBU*, 9(2), 47–56. <https://doi.org/10.32764/saintekbu.v9i2.119>
- Susilowati, S. H., & Maulana, M. (2016). Luas Lahan Usaha Tani dan Kesejahteraan Petani: Eksistensi Petani Gurem dan Urgensi Kebijakan Reforma Agraria. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 10(1), 17–30. <https://doi.org/10.21082/akp.v10n1.2012.17-30>
- Zebua, O. (2018). Pengaruh Sosial Ekonomi Petani Terhadap Tingkat Pendapatan Petani Karet Di Kecamatan Hiliserangkai, Kabupaten Nias. *Jurnal Warta Dharmawangsa*, 57. <https://doi.org/10.46576/wdw.v0i57.150>