Anis Kurli, S.I.K., M.Med.Kom
Dr. Rillia Aisyah Haris, S.A.P., M.A.P
Fauzi Helmi, S.Kom., M.Kom
Deny Fardiansyah Putra, S.I.Kom., M.I.Kom

INOVASI PEMASARAN DIGITAL UNTUK KOMODITI UNGGULAN PERTANIAN

INOVASI

PEMASARAN DIGITAL

untuk Komoditi Unggulan Pertanian

PENULIS:
Anis Kurli, S.I.K., M.Med.Kom
Dr. Rillia Aisyah Haris, S.AP., M.A.P
Fauzi Helmi, S.Kom., M.Kom
Deny Fardiansyah Putra, S.I.Kom., M.I.Kom

KBM INDONESIA

PENERBIT KBM INDONESIA

Adalah penerbit dengan misi memudahkan proses penerbitan buku buku penulis di tanah air Indonesia. Serta menjadi media sharing proses penerbitan buku.

INOVASI PEMASARAN DIGITAL
untuk Komoditi Unggulan Pertanian

Copyright @2024 By *Anis Kurli, S.I.K., M.Med. Kom., dkk*
All right reserved

Penulis
Anis Kurli, S.I.K., M.Med.Kom.
Dr. Rillia Aisyah Haris, S.AP., M.A.P.
Fauzi Helmi, S.Kom., M.Kom.
Deny Fardiansyah Putra, S.I.Kom.,M.I.Kom.
Desain Sampul
Aswan Kreatif
Tata Letak
Sofitahm
Editor
Mona Moulyna, S.P., S.Pd., M.Pd. Gr.
Background isi buku di ambil dari https://www.freepik.com/

Official
Banguntapan, Bantul-Jogjakarta (Kantor I)
Penerbit Karya Bakti Makmur (KBM) Indonesia
Anggota IKAPI/No. IKAPI 279/JTI/2021
081357517526 (Tlpn/WA)

Website
https://penerbitkbm.com
www.penerbitbukumurah.com
Email
naskah@penerbitkbm.com
Distributor
https://penerbitkbm.com/toko-buku/
Youtube
Penerbit KBM Sastrabook
Instagram
@penerbit.kbmindonesia
@penerbitbukujogja

ISBN: 978-634-202-366-2
Cetakan ke-1, Mei 2025
14 x 21 cm, vi + 66 halaman

Isi buku diluar tanggungjawab penerbit
Hak cipta merek KBM Indonesia sudah terdaftar di DJKI-Kemenkumham dan isi buku dilindungi undang-undang.

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa seizin penerbit karena beresiko sengketa hukum

Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100. 000. 000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500. 000. 000, 00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1. 000. 000. 000, 00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4. 000. 000. 000, 00 (empat miliar rupiah).

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa akhirnya penulis dapat menyusun buku Referensi dengan baik dan tepat waktu. Buku berjudul "**Inovasi Pemasaran Digital Untuk Komoditi Unggulan Pertanian**" dapat dijadikan sebagai salah satu rujukan bagi akademisi dan praktisi untuk kegiatan Inovasi Pemasaran menggunakan pedekatan digital marketing khususnya dalam memasarkan dan mengembangkan produk hasil komoditi unggulan pertanian.

Buku referensi yang berjudul **Inovasi Pemasaran Digital Untuk Komoditi Unggulan Pertanian** menyajikan konsep dan pembehasan tentang Bab 1: Analisis Potensi Komoditi Unggulan Pertanian, Bab 2: Dasar-Dasar Digital Marketing Untuk Komoditi Pertanian, Bab 3: Teknologi Pendukung Inovasi Pemasaran Digital, Bab 4: Strategi Digital Marketing Komoditi Unggulan Pertanian, Bab 5: Implementasi Pemasaran Digital Untuk Komoditi Unggulan Pertanian

Melalui buku ini dapat dijadikan dasar untuk mengembangkan khazanah keilmuan yang sama, dimana saat ini perkembangan Inovasi Pemasaran dengan pendekatan digital marketing sangat dinamis dan

kompetitif. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak, sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan dan penyusunan buku referensi ini. Penulis menyadari bahwa penulisan buku referensi ini masih jauh dari sempurna sehingga segala masukan dan kritikan yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan.

Akhir kata, penulis sangat berharap buku ini dapat dimanfaatkan oleh seluruh pembaca untuk mengembangkan kegiatan komunikasi pemasaran dalam berbagai kegiatan yang bisa dilakukan.

Mei, 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI iii

01

ANALISIS POTENSI KOMODITI UNGGULAN PERTANIAN 1

1.1 Identifikasi Komoditi Unggulan 1

1.2 Tantangan dan Peluang Pasar Komoditi Unggulan Pertanian dalam Kegiatan Pemasaran Modern 3

1.3 Peran Digitalisasi dalam Pemasaran Pertanian 6

02

DASAR-DASAR DIGITAL MARKETING UNTUK KOMODITI PERTANIAN 11

2.1 Pengertian dan Ruang Lingkup Digital Marketing 11

2.2 Strategi Dasar Digital Marketing untuk Produk Pertanian..... 15

2.3 Tantangan dan Risiko dalam Digital Marketing di Sektor Pertanian 21

03

TEKNOLOGI PENDUKUNG INOVASI PEMASARAN DIGITAL..... 27

3.1 Platform Digital untuk Pemasaran Produk Pertanian.....27

3.2 Pemanfaatan Media Sosial dalam Promosi Komoditi Pertanian.....30

3.3 Penggunaan E-commerce dan Marketplace untuk Komoditi Pertanian 32

3.4 Penerapan Teknologi IoT (*Internet of Things)* untuk Pemasaran Pertanian.....35

04

STRATEGI DIGITAL MARKETING KOMODITI UNGGULAN PERTANIAN.....39

4.1 Segmentasi Pasar dan Penargetan Konsumen.....39

4.2 Strategi Branding untuk Produk Pertanian Lokal 43

4.3 Pengoptimalan Konten Digital.....45

4.4 Analisis dan Pemanfaatan Data Pasar..... 48

05

IMPLEMENTASI PEMASARAN DIGITAL UNTUK KOMODITI UNGGULAN PERTANIAN 51

5.1 Kisah Sukses Penggunaan Digital Marketing..... 51

5.2 Pembelajaran dari Tantangan Implementasi.....54

DAFTAR PUSTAKA 57
PROFIL PENULIS 63

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Aziz, R. (2020). *E-Book Digital Marketing Content*. E-Book Digital Marketing, 14.

Afrilia, A. M. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran "Waroenk Ora Umum" Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. *Jurnal Riset Komunikasi*, *1*(1), 147–157. https://doi.org/10.24329/jurkom.v1i1.21

Algiffari, M. (2015). Perancangan Motion Graphic (Bumper In) dan Video Dokumenter Permainan Tradisional Jawa Barat (Analisis Deskriptif Permainan Tradisional Pada Sanggar Seni Tikukur Majalengka). *Jurnal Sketsa*, *II*(1), 49–61. https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/sketsa/article/view/431

Anis kurli, Rillia Aisyah Haris, I. S. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Komoditi Unggulan Kabupaten Sumenep* (Imam Hidayat (ed.); 1st ed., Issue Maret). Wiraraja Press. https://repository.wiraraja.ac.id/id/eprint/4897

Anton, A., Maruloh, Nurlela, S., Situmorang, C. A., & Alfarizzy, V. F. (2023). *Pelatihan Penggunaan Website dan SEO Untuk Meningkatkan Pengunjung Website UMKM*. Majalah Ilmiah UPI YPTK, *30*(2), 59–64. https://doi.org/10.35134/jmi.v30i2.156

Arifin Butanol, Abdurohman Muzakki, & Moh Wahyu

Kurniawan. (2019). EKOMBIS Sains KONSEP DIGITAL MARKETING BERBASIS SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION) DALAM STRATEGI PEMASARAN. *EKOMBIS Sains Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, *4*, 1–7.

Fadilah, A., Syahidah, A. nur'azmi, Risqiana, A., Nurmaulida, A. sofa, Masfupah, D. D., & Arumsari, C. (2021). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(4), 892–896. https://doi.org/10.31949/jb.v2i4.1525

Feri Suharyanto, D., Sa, S., Andiriyanto, A., & Rasaili, W. (2023). *Penerapan Digital Marketing Terhadap Ukm Kerupuk Paru "552" (Ibu Hj. Tiyok Addus di Desa Karang Panasan Kabupaten Sumenep)*. 1(November).

Hariyanto, D. (2016). Buku Komunikasi Pemasaran. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).

Herlina Tarigan. (2020). PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA PERTANIAN PADA ERA DISRUPSI: UPAYA MENDUKUNG AGRIBISNIS INKLUSIF Agricultural Human Resources Development in The Disruption Era: Efforts to Support Inclusive Agribusiness. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, *38*(2), 89–101. http://dx.doi.org/10.21082/fae.v38n2.2020.89-101

Kumala, S. L. (2022). Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital Di Indonesia. *Journal of Economics and Regional Science*, *1*(2), 109–117. https://doi.org/10.52421/jurnal-esensi.v1i2.190

Kurli, A., Haris, R. A., Syafriyani, I., Sari, R. P., Putri, P. V.,

Riady, R., & Wiraraja, U. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kelompok Tani Rubaru dalam Meningkatkan Penjualan Bawang Merah sebagai Komoditi Unggulan Kabupaten Sumenep*. *7*, 28–44. https://jurnalrisetkomunikasi.org/index.php/jrk/article/view/956

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

Lahtinen, N., Pulkka, K., Karjaluoto, H., & Mero, J. (2023). Digital marketing strategy. In *Digital Marketing Strategy* (Issue October). https://doi.org/10.4337/9781035311316

M. Anang, F. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek*, *August*, 143–144.

Manggarani, C. A., Badrudin, R., & Patiro, S. P. S. (2021). *Manajemen Pemasaran*.

Marita, L., Arief, M., Andriani, N., & Wildan, M. A. (2021). Strategi Peningkatan Kesejahteraan Petani Indonesia, Review Manajemen Strategis. *Agriekonomika*, *10*(1), 1–18. https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v10i1.9391

Novita, D., & Sari, N. (2019). Evaluasi Pemanfaatan Mobile Marketing Berbasis Android Dengan Menggunakan Metode Buyer Blackbox Pada Perusahaan Retail Di Jakarta. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan KALUNI*, *2*(2), 118–131. https://doi.org/10.30998/prokaluni.v2i0.29

Rabbani, D. B., Desak, N., Santi, M., Sari, Y. P., Haryanti, I., Santoso, M. H., & Ardani, W. (n.d.). *Komunikasi pemasaran*.

Ramadhi, Sirojudin, H. A., Maradidya, A., Septiani, S., Yuliastuti, H., Polimpung, L. J. C., Tarmizi, R., Baharuddin, R. A., Ratnasari, A. R., Gusnafitri, Soleh, O., Dharwiyanti, S., Taqwiem, A., Sunandar, E., Rachmadi, K. R., & Solihin, L. (2023). Ekonomi Digital: Transformasi Bisnis Dalam Era Digital. In *Ekonomi Digital* (Issue December). https://books.google.co.id/books?id=CznnEAAAQBAJ&newbks=0&dq=pengertian+analisis+adalah&hl=id&source=gbs_navlinks_s

Ramdhani, N. A., & Musthofa, I. (2023). Analisis Respons Umkm Dan Konten Kreator Terhadap Kebijakan Social Commerce Lewat Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, *11*(3), 433–443. https://doi.org/10.58406/jeb.v11i3.1352

RASALI. (2018). *Content Marketing : Content Marketing Fundamentals*. 1–160.

Revilia, D., & Irwansyah, N. (2020). Social Media Literacy: Millenial's Perspective of Security and Privacy Awareness. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, *24*(1), 1–15.] https://doi.org/10.33299/jpkop.24.1.2375

Rianto, P. (2019). Literasi Digital Dan Etika Media Sosial Di Era Post-Truth. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *8*(2), 24. https://doi.org/10.14710/interaksi.8.2.24-35

Rio Kurniawan, S.I.Kom., M.I.Kom., Fajar, S.HI., Anis Kurli, S.I.K., M. M. K. (2025). *Manajemen komunikasi digital berbasis blue economy* (Issue January). Lingkar Edukasi Indonesia. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=LJs8Bj8AAAAJ&citation_for_view=LJs8Bj8AAAAJ:olpn-zPbctoC

Rozikin, M., & Haris, R. A. (2021). Pengembangan sumber daya ekonomi lokal di Kabupaten Sumenep: pendorong dan penghambat. *Publisia: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, *6*(2), 121–133. https://doi.org/10.26905/pjiap.v6i2.6201

Saktisyahputra, S. (2022). Manajemen Komunikasi Digital Perencanaan, Aktivitas dan Evaluasi Asosiasi Konten Kreator Indonesia dalam Meningkatkan Omset Bisnis UMKM. *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, *3*(2), 151–167. https://doi.org/10.31334/abiwara.v3i2.2229

Setya, I., Jayanti, D., Kusumawardhani, A., Administrasi, M., & Vokasi, S. (2023). Social Media Marketing Melalui Tiktok Sebagai Sarana Pemasaran Produk Umkm Fashion "Tulus Signature" Dan "Ghaffa the Label." *Noctis*, *02*(01), 16–29. https://journal.uns.ac.id/noctis/index

Setyaningsih, R., Abdullah, A., Prihantoro, E., & Hustinawaty, H. (2019). Model Penguatan Literasi Digital Melalui Pemanfaatan E-Learning. *Jurnal ASPIKOM*, *3*(6), 1200. https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i6.333

Wahdiniwaty, R., Firmansyah, D., & Suryana, N. (2023). *Strategi Pemasaran Digital Perspektif Teoritis Dan Praktik*. In EUREKA MEDIA AKSARA, JUNI 2023 ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH *NO. 225/JTE/2021 Redaksi:* https://repository.penerbiteureka.com/publications/563111/strategi-pemasaran-digital-perspektif-teoritis-dan-praktik

Yolanda, S. D., & Yusniah. (2024). Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Brand Awareness pada Grosir

Olshop dengan Metode N.Vivo. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, *8*(1), 152–161. https://doi.org/10.51544/jlmk.v8i1.4935

PROFIL PENULIS

Anis Kurli, S.I.K., M.Med.Kom, Lahir di Kabupaten Sumenep Provinsi Jawa Timur pada Tanggal 25 Januari 1991. Riwayat Pendidikan dimulai dari MI Al Anwar Gadu Barat Ganding (1999), dilanjutkan pada jenjang SLTP yaitu di MTS Al Anwar Gadu Barat Ganding (2005), dan melanjutkan pada jenjang SLTA di MA Al Anwar Gadu Barat Ganding (2008), kemudian melanjutkan ke jenjang S1 Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura (2011). Penulis kemudian menempuh Pendidikan S2 Media dan Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga Surabaya (2018). Riwayat pekerjaan penulis dimulai pada tahun 2014 bekerja di Litbang Kompas Jawa Timur, tahun 2015 Wartawan Jawa Pos Radar Madura, tahun 2018 Pendamping PKH Kabupaten Sumenep, dan sejak tahun 2021 sampai dengan sekarang menjadi Dosen tetap pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Wiraraja, sekaligus sebagai Ketua Program Studi Desain Komunikasi

Visual sampai dengan sekarang, dan saat ini merupakan anggota aktif Asosiasi Program Studi Desain Komunikasi Visual Indonesia (AsproDKVI).

Dr. Rillia Aisyah Haris, S.AP., M.AP. Lahir di Sumenep 15 Juni 1984. Putri pertama dari empat bersaudara Ayah R.H. Achmad Haris Samadi dan Ibu Hj. Sulastri, SD sampai SMA di Sumenep. Pada Tahun 2002 melanjutkan studi S1 pada program studi Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya lulus Tahun 2006. Pada Tahun 2012 melanjutkan studi Program Magister Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, lulus Tahun 2014. Sejak Tahun 2017 sampai 2022 mengikuti Pendidikan Doktor Ilmu Administrasi dengan minat Administrasi Publik di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang, dan dinyatakan lulus pada 20 April 2022. Rillia Aisyah Haris menjabat sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik masa bakti 2022-2027, yang baru saja dilantik pada 22 Juni 2022. Karir struktural pertama yaitu sebagai Ketua Program Studi Administrasi Publik periode 2014-2018. Pengalaman kerja sejak tahun 2011 mengabdi sebagai dosen pada Program Studi Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Wiraraja Sumenep hingga saat ini. Sejumlah karya ilmiah telah ditulis dan dipublikasikan baik di Jurnal-jurnal nasional terakreditasi SINTA, scopus maupun dalam prosiding nasional ber ISBN

dan terindeks scopus. Hingga saat ini juga aktif dalam organisasi profesi seperti IAPA dan sebagai pengurus pada IAPA Jatim.

Fauzi Helmi, S.Kom.,M.Kom, Kelahiran pulau giligenting sumenep Madura pada tanggal 13 juli 1995, pertama pengenyam dunia pendidikan sejak tahun (2001), melanjutkan sekolah di MTs Al-Hasan Giligenting dan fokus mendalami ilmu komputer sejak dibangku SMK Ibrahimy Situbondo tahun 2009 dengan konstrentasi Teknologi Jaringan Komputer (TKJ), pada tahun 2012 menempuh perguruan tinggi D3 dan S1 hingga lulus tahun 2016 dan lulus S2 tahun 2020 dengan gelar Magister Komputer di STMIK Eresha Tanggerang Selatan.

Menjadi dosen di Universitas Wiraraja pada tahun 2021 s/d sekarang pada program studi sistem informasi, pernah menjadi dosen di Politeknik tahun 2021, dan mengajar disekolah SD, SMA dan SMK di Jakarta pada tahun 2017 sampai 2021.

Deny Fardiansyah Putra, S.I.Kom., M.I.Kom, akademisi sekaligus praktisi di bidang multimedia dan broadcasting. Lulus dari program Sarjana dan Magister Ilmu Komunikasi, ia memiliki pengalaman lebih dari 6 tahun dalam industri kreatif, khususnya di bidang produksi televisi, penyiaran digital, serta desain konten audio visual. Saat ini, aktif sebagai dosen pengampu di Program Studi Multimedia Broadcasting Politeknik elektronika Negeri Surabaya dan sering terlibat dalam berbagai proyek kolaborasi media kampus maupun pelatihan industri kreatif.

Selain mengajar, ia juga menjadi pembicara dalam berbagai seminar dan workshop terkait inovasi media digital, teknik produksi video, fotografi, jurnalistik serta strategi komunikasi visual. Minat penelitiannya meliputi perkembangan media digital, produksi konten interaktif, periklanan dan integrasi teknologi dalam sistem penyiaran modern.