

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis yang telah dilakukan pada usahatani apel di Desa Tulungrejo dapat disimpulkan bahwa:

1. Persepsi petani terhadap penggunaan *digital marketing* ditinjau dari empat aspek model *Technology Acceptance Model* (TAM), yaitu kegunaan (*perceived usefulness*), kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), sikap pengguna (*attitude toward using*), dan penerimaan (*acceptance*), memperoleh nilai rata-rata 4,15 dengan kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum petani apel di Desa Tulungrejo memiliki persepsi yang positif terhadap penggunaan *digital marketing* dalam kegiatan pemasaran hasil pertaniannya.
2. Variabel usia, motivasi, dukungan sosial, dan ketersediaan sumber daya berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan petani dalam menggunakan *digital marketing*, masing-masing dengan nilai signifikansi di bawah 0,05. Sementara itu, variabel tingkat pendidikan, lama berusahatani, dan akses terhadap teknologi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan *digital marketing* oleh petani.

5.2 Saran

1. Petani apel di Desa Tulungrejo disarankan untuk terus memanfaatkan *digital marketing* sebagai sarana dalam memasarkan produknya, karena terbukti dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi pemasaran, serta memberikan kemudahan dalam promosi. Selain itu, Pemerintah desa dan instansi terkait disarankan untuk mengadakan pelatihan *digital marketing*

secara rutin dan praktis bagi petani apel, khususnya yang berusia di atas 45 tahun atau yang belum terbiasa menggunakan teknologi. Hal ini penting karena di lapangan ditemukan bahwa masih banyak petani yang memiliki akses terhadap teknologi, namun belum memanfaatkannya untuk pemasaran digital karena keterbatasan pemahaman atau rasa nyaman terhadap metode tradisional.

2. Diperlukan penguatan peran kelompok tani atau komunitas petani digital sebagai agen perubahan dalam memperluas adopsi *digital marketing*. Kelompok ini bisa menjadi tempat berbagi pengalaman, edukasi teknologi, dan motivasi antarpetani. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa petani yang aktif dalam komunitas cenderung lebih cepat mengadopsi teknologi digital dibandingkan yang bekerja secara individual.