

Intisari

IoT Climate Control merupakan alat yang dikembangkan oleh PT Sinergi Ketahanan Pangan yang dapat mengatur suhu di kandang dan menggunakan listrik secara efisien, khususnya untuk peternakan ayam broiler. Namun, peternakan ayam di Indonesia masih bersifat tradisional dan penggunaan Internet of Things masih terbatas, sehingga diperlukan lebih banyak sosialisasi dan penyesuaian. Oleh karena itu, untuk meningkatkan minat peternak dan kesadaran akan penggunaan IoT Climate Control, PT Sinergi Ketahanan Pangan memperluas promosi mereka dalam mengadopsi Internet of Things Climate Control kepada peternak, karena penggunaan IoT Climate Control merupakan alternatif yang menarik dalam pengelolaan peternakan. Penelitian ini menarik untuk diamati karena bertujuan untuk menganalisis efektivitas dan hambatan dalam pemasaran digital untuk mempromosikan Internet of Things, serta sikap dan persepsi peternak terhadap penggunaan Internet of Things. Pendekatan kualitatif digunakan dalam metode penelitian ini. Survei online, wawancara, dan analisis media sosial digunakan sebagai bagian dari proses pengumpulan data. Pengamatan langsung dilakukan selama periode tiga bulan. Jumlah total pertanyaan wawancara dan survei online adalah 28 pertanyaan. Survei online didistribusikan kepada peternak di Daerah Istimewa Yogyakarta. Data yang diperoleh dari hasil wawancara diinterpretasikan dan dijelaskan. Hasil survei online ditampilkan menggunakan diagram lingkaran dan diagram batang. Menurut temuan, strategi pemasaran digital yang efektif di media sosial terbukti dapat meningkatkan pengunjung ke halaman website. Namun, survei online mengungkapkan masih terdapat hambatan di antara peternak dalam mengadopsi Internet of Things karena teknologi ini masih baru bagi mereka. Hasil pengamatan dan wawancara menunjukkan bahwa pembelian perangkat IoT bukanlah keputusan yang mudah bagi peternak, terutama karena mereka sangat mengandalkan program percobaan gratis dari Chicken Indonesia.

Kata kunci: Digital Marketing, Internet of Things, Media Sosial, Peternakan, Chicken Indonesia, Strategi Pemasaran.

Abstract

PT Sinergi Ketahanan Pangan has developed the Internet of Things (IoT) Climate Control tool, which offers temperature regulation and efficient electricity usage specifically designed for broiler chicken farming. However, the utilization of IoT technology in Indonesian chicken farms remains limited, primarily due to traditional farming practices. To address this, PT Sinergi Ketahanan Pangan aims to expand its promotion and raise awareness among farmers regarding the adoption of IoT Climate Control. This research focuses on analyzing the effectiveness of digital marketing strategies in promoting IoT technology, as well as exploring farmers' attitudes and perceptions towards IoT implementation. The study employs a qualitative research approach, utilizing online surveys, interviews, and social media analysis for data collection. Direct observation was conducted over a three-month period. The interview questionnaire and online survey consisted of a total of 28 questions and were distributed to farmers in the Yogyakarta Special Region. The obtained data from interviews was interpreted and described, while the online survey results were visualized using pie charts and bar charts. The findings demonstrate that effective digital marketing strategies implemented on social media platforms have successfully increased visitor traffic to landing pages. However, the online survey revealed that farmers face barriers in adopting IoT technology due to its novelty. The results from observations and interviews indicate that farmers find it challenging to make decisions regarding the purchase of IoT devices, and their reliance on Chicken Indonesia's free trial program further reinforces this hesitation.

Keywords: Animal Husbandry, Digital Marketing, Internet of Things, Marketing Strategy, Chicken Indonesia, Social Media.