

RINGKASAN

Kakao sebagai salah satu komoditas unggulan di Kabupaten Pohuwato telah dikembangkan melalui berbagai kebijakan pada wilayah yang ditetapkan sebagai sentra pengembangan Kakao. Saat ini upaya peningkatan hasil produksi Kakao harus dibarengi dengan sistem pemasaran yang berbasis teknologi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis penerapan digital marketing dalam menunjang distribusi pemasaran Kakao di Kabupaten Pohuwato.

Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis data kualitatif deskriptif. Untuk mengumpulkan data peneliti mengadakan observasi lapangan, kajian referensi dan kebijakan yang terkait dengan pengembangan digital marketing dan melakukan pendalaman melalui wawancara terhadap para informan penelitian. Data yang ditemukan dilakukan analisis melalui reduksi data dan penyajian data hasil penelitian untuk selanjutnya diadakan penarikan kesimpulan sesuai dengan fokus penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: a. Penerapan digital marketing dalam menunjang distribusi pemasaran Kakao di Kabupaten Pohuwato belum maksimal. Masih banyak petani yang melakukan penjualan kakao secara langsung kepada pedagang pengumpul dan belum menerapkan digital marketing. b. Faktor yang menentukan berhasil tidaknya penerapan digital marketing Kakao, yaitu: a). Ketersediaan Kakao yang berkualitas dalam jumlah yang banyak, b). Tersedianya sistem digital marketing yang dapat digunakan oleh petani, c). Tingkat pengetahuan petani dalam memanfaatkan digital marketing, d). Dukungan pemerintah dalam penetapan harga dasar Kakao. Target akhir dari penelitian ini adalah diterapkannya digital marketing dalam meningkatkan distribusi pemasaran Kakao yang diharapkan melahirkan artikel yang di publikasikan pada jurnal internasional. Penelitian ini menjadi rekomendasi bagi pemerintah daerah dalam mengembangkan desain digital marketing yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat petani Kakao di Kabupaten Pohuwato.

Kata kunci: digital marketing, pemasaran kakao