

ADOPSI INOVASI PEMASARAN TERNAK VIRTUAL DENGAN MODERASI FAKTOR INDIVIDU TERHADAP PRODUKTIVITAS DAN KEBERLANJUTAN PETERNAK RUMINANSIA DI JABODETABEK

UMMI ENDAH KIRANASTUTI



**PROGRAM MAGISTER ILMU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Adopsi Inovasi Pemasaran Ternak Virtual dengan Moderasi Faktor Individu terhadap Produktivitas dan Keberlanjutan Peternak Ruminansia di Jabodetabek” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2026

Ummi Endah Kiranastuti
NIM H2501241022



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

RINGKASAN

UMMI ENDAH KIRANASTUTI. Adopsi Inovasi Pemasaran Ternak Virtual dengan Moderasi Faktor Individu terhadap Produktivitas dan Keberlanjutan Peternak Ruminansia di Jabodetabek. Dibimbing oleh MA'MUN SARMA dan I MADE SUMERTAJAYA.

Sektor peternakan merupakan subsektor strategis dalam penyediaan protein hewani nasional, di mana kawasan Jabodetabek menjadi pusat konsumsi daging ruminansia terbesar di Indonesia. Namun, tingginya permintaan pasar belum diimbangi oleh efisiensi rantai pasok pemasaran tradisional. Rantai distribusi yang panjang dan dominasi tengkulak memicu kesenjangan informasi, ketidakpastian harga, serta posisi tawar peternak yang lemah. Selain itu, transaksi di pasar fisik menimbulkan risiko penularan penyakit ternak dan penurunan kualitas fisik hewan akibat proses transportasi logistik. Kondisi ini menuntut adanya transformasi digital melalui pemasaran ternak virtual berbasis media sosial guna memperluas akses pasar dan menekan biaya operasional. Meski demikian, proses adopsinya di kalangan peternak masih terhambat oleh perbedaan karakteristik individu serta tingkat keinovatifan pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengidentifikasi karakteristik sosio-demografis dan kategori adopter peternak ruminansia di wilayah Jabodetabek, (2) Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat dan perilaku peternak dalam mengadopsi pemasaran ternak virtual berbasis kerangka UTAUT2 dengan moderasi *Individual Factors*, serta (3) Menganalisis pengaruh perilaku penggunaan pemasaran ternak virtual terhadap produktivitas dan keberlanjutan usaha peternakan ruminansia.

Penelitian ini menganalisis adopsi dan pemanfaatan pemasaran ternak virtual menggunakan variasi metode pengolahan data, melalui analisis statistik deskriptif untuk karakteristik sosio-demografis, pemetaan skala inovasi berbasis Teori Difusi Inovasi Rogers, serta analisis *Structural Equation Modeling - Partial Least Squares* (SEM-PLS) menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4. Model SEM-PLS menempatkan *Behavioral Intention* (BI) sebagai variabel *intervening*, serta *Use Behavior* (UB), *Productivity* (P) dan *Sustainability* (S) sebagai variabel *ultimate outcome*. Variabel eksogen terdiri dari tujuh konstruk UTAUT2 (*Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit*), dengan *Individual Factors* (*age* dan *income*) diintegrasikan sebagai variabel moderasi komprehensif pada seluruh jalur variabel eksogen menuju niat perilaku.

Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Mei 2026 - Juli 2026. Responden yang diamati yaitu 200 peternak ruminansia (sapi, kambing, dan domba) di wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi) yang menggunakan platform digital dalam pemasaran ternak minimal 3 bulan. Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner terstruktur secara langsung di lapangan dan melalui grup platform digital komunitas peternak. Metode penarikan sampel dilakukan dengan pendekatan *cross-sectional* melalui teknik *non-probability sampling* dengan metode *quota sampling*.



Berdasarkan analisis deskriptif sosio-demografis, mayoritas peternak ruminansia di Jabodetabek berada pada kelompok usia matang hingga senior 40–49 tahun sebesar 29% serta berpendidikan tamat Sekolah Menengah Atas (SMA). Sebagian besar peternak mengelola usaha pada luas lahan peternakan yang tergolong sangat sempit ($< 100 \text{ m}^2$), dengan rata-rata jumlah anggota keluarga sebanyak 4 - 5 orang. Dari aspek pengalaman usaha digital, mayoritas peternak telah aktif memanfaatkan platform media sosial untuk pemasaran ternak selama lebih dari 3 tahun. Berdasarkan tingkat pendapatan usaha, mayoritas responden berada pada kelompok omzet menengah di mana rentang penghasilan $> \text{Rp}5.000.000$ hingga $\text{Rp}7.000.000$ mendominasi sebesar 31%.

Hasil analisis skala inovasi dengan pendekatan Teori Difusi Inovasi Rogers menunjukkan bahwa mayoritas peternak ruminansia terdistribusi pada kategori adopter *early majority* dan *late majority*. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat adopsi pemasaran ternak virtual di kawasan peri-urban Jabodetabek masih didominasi oleh kelompok dengan tingkat inovasi rendah hingga menengah (*low to moderate innovative*). Kelompok peternak ini memiliki kecenderungan adopsi yang bersifat hati-hati dan membutuhkan bukti kemudahan serta kemanfaatan riil sebelum memutuskan untuk mengintegrasikan teknologi pasar digital secara penuh ke dalam kegiatan operasional bisnis mereka.

Hasil pengujian model struktural (SEM-PLS) menunjukkan bahwa niat perilaku (*behavioral intention*) peternak mampu dijelaskan secara substansial oleh konstruk-konstruk eksogen dengan nilai R^2 sebesar 76,7%. Enam dari tujuh variabel UTAUT2 terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat adopsi, di mana motivasi hedonis (*hedonic motivation*) menjadi prediktor paling dominan (0,329), diikuti oleh ekspektasi usaha, kebiasaan, nilai harga, pengaruh sosial, dan ekspektasi kinerja. Sebaliknya, *facilitating conditions* tidak berpengaruh signifikan karena ketersediaan *smartphone* dan internet di Jabodetabek telah menjadi prasyarat netral. Hasil pengujian moderasi membuktikan bahwa *Individual Factors* tidak berpengaruh langsung terhadap niat (H8 ditolak), namun terbukti signifikan memoderasi enam jalur variabel UTAUT2 terhadap niat adopsi. Selanjutnya, niat perilaku terbukti berpengaruh sangat kuat terhadap perilaku penggunaan aktual (0,715). Pada tahap *outcome*, perilaku penggunaan (*use behavior*) terbukti memberikan dampak positif dan signifikan terhadap peningkatan produktivitas (0,721, $R^2 = 52,0\%$) dan keberlanjutan usaha (0,689, $R^2 = 47,5\%$).

Penelitian ini mendorong instansi pemerintah seperti Dinas Peternakan dan Kementerian Pertanian bersama pengembang platform *agritech* untuk menyelenggarakan program pelatihan digitalisasi berjenjang yang menitikberatkan pada edukasi fitur interaktif media sosial, pemahaman algoritma promosi, serta penyediaan standar verifikasi jaminan kesehatan ternak secara visual. Langkah ini sangat krusial untuk merangkul kelompok peternak *low innovative* dan peternak senior agar dapat bertransaksi secara aman. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan studi komparatif antara wilayah peri-urban dan pedesaan murni, menerapkan studi longitudinal, serta mengintegrasikan Teori Resistensi Inovasi (*Innovation Resistance Theory*) untuk menggali hambatan psikologis adopsi secara lebih mendalam.

Kata kunci: adopsi inovasi, keberlanjutan, pemasaran ternak virtual, peternak ruminansia, produktivitas, SEM-PLS, UTAUT2

SUMMARY

UMMI ENDAH KIRANASTUTI. Adoption of Virtual Livestock Marketing Innovation with Individual Factors Moderation on Productivity and Sustainability of Ruminant Farmers in Jabodetabek. Supervised by MA'MUN SARMA dan I MADE SUMERTAJAYA.

The livestock sector is a strategic subsector in fulfilling the national supply of animal protein, with the Jabodetabek area serving as the largest consumption center for ruminant meat in Indonesia. However, high market demand has not been matched by the efficiency of traditional marketing supply chains. Long distribution channels and the dominance of middlemen trigger information asymmetry, price volatility, and weak bargaining power for farmers. Furthermore, transactions in physical markets pose risks of livestock disease transmission and physical deterioration of animals due to transport logistics. These conditions necessitate digital transformation through social media-based virtual livestock marketing to expand market access and reduce operational costs. Nevertheless, the adoption process among farmers remains constrained by variations in individual characteristics and user innovativeness. This study aims to: (1) Identify the socio-demographic characteristics and adopter categories of ruminant farmers in Jabodetabek, (2) Analyze the factors influencing farmers' intention and behavior in adopting virtual livestock marketing based on the UTAUT2 framework with Individual Factors moderation, and (3) Analyze the impact of virtual livestock marketing use behavior on the productivity and sustainability of ruminant farming enterprises.

This study analyzes the adoption and utilization of virtual livestock marketing using a combination of data processing methods, including descriptive statistics for socio-demographic characteristics, innovation scale mapping based on Rogers' Diffusion of Innovations Theory, and Structural Equation Modeling - Partial Least Squares (SEM-PLS) using SmartPLS 4 software. The SEM-PLS model positions Behavioral Intention (BI) as an intervening variable, with Use Behavior (UB), Productivity (P), and Sustainability (S) as ultimate outcome variables. Exogenous variables consist of seven UTAUT2 constructs (Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Price Value, and Habit), with Individual Factors (age and income) integrated as a comprehensive moderating variable across all exogenous paths leading to behavioral intention.

The research was conducted from May 2026 to July 2026. The observed respondents comprised 200 ruminant farmers (cattle, goats, and sheep) in the Jabodetabek region (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi) who had used digital platforms for livestock marketing for a minimum of 3 months. Primary data collection was carried out through structured questionnaire surveys administered directly in the field and via digital farmer community groups. Sampling was conducted using a cross-sectional approach with non-probability quota sampling.

Based on the socio-demographic descriptive analysis, the majority of ruminant farmers in Jabodetabek fall within the mature to senior age group of 40–49 years at 29% and have completed senior high school (SMA) education. Most



farmers manage small-scale farm land areas ($< 100 \text{ m}^2$), with an average household size of 4 to 5 members. Regarding digital business experience, most farmers have actively utilized social media platforms for livestock marketing for more than 3 years. In terms of farm income, the majority of respondents are in the middle-income group, where the income bracket of $> \text{IDR } 5,000,000$ to $\text{IDR } 7,000,000$ dominates at 31%.

The results of the innovation scale analysis using Rogers' Diffusion of Innovations Theory indicate that the majority of ruminant farmers are distributed across the early majority and late majority adopter categories. This finding suggests that the adoption level of virtual livestock marketing in peri-urban Jabodetabek is still dominated by low to moderate innovative groups. These farmers exhibit cautious adoption tendencies, requiring empirical proof of ease of use and tangible benefits before fully integrating digital market technologies into their daily business operations.

The structural model evaluation (SEM-PLS) reveals that farmers' behavioral intention is substantially explained by exogenous constructs, achieving an R^2 value of 76.7%. Six of the seven UTAUT2 variables significantly and positively influence adoption intention, with hedonic motivation emerging as the most dominant predictor (0.329), followed by effort expectancy, habit, price value, social influence, and performance expectancy. Conversely, facilitating conditions do not have a significant effect, as smartphone ownership and internet availability in Jabodetabek have become neutral baseline prerequisites. Moderation testing proves that Individual Factors have no direct effect on intention (H8 rejected), but significantly moderate six UTAUT2 paths toward adoption intention. Furthermore, behavioral intention exerts a strong positive influence on actual use behavior (0.715). At the outcome stage, use behavior demonstrates a highly significant positive impact on productivity (0.721, $R^2 = 52.0\%$) and farm sustainability (0.689, $R^2 = 47.5\%$).

This study encourages government institutions, such as the Department of Livestock Services and the Ministry of Agriculture, alongside agritech platform developers, to implement tiered digital literacy training programs focusing on interactive social media features, promotional algorithms, and standardized visual livestock health verification. Such initiatives are crucial to onboard low-innovative and senior farmers safely into digital transactions. For future research, academics are advised to conduct comparative studies between peri-urban and purely rural areas, employ longitudinal study designs, and integrate Innovation Resistance Theory to explore psychological adoption barriers in greater depth.

Keywords: adoption of innovation, sustainability, virtual livestock marketing, ruminant farmers, productivity, SEM-PLS, UTAUT2



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ADOPSI INOVASI PEMASARAN TERNAK VIRTUAL DENGAN MODERASI FAKTOR INDIVIDU TERHADAP PRODUKTIVITAS DAN KEBERLANJUTAN PETERNAK RUMINANSIA DI JABODETABEK

UMMI ENDAH KIRANASTUTI

Tesis

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Magister pada

Program Studi Ilmu Manajemen

**PROGRAM MAGISTER ILMU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji Ujian Tesis:

1. Dr. Harry Koeswanda S.Sos., MSM
2. Dr. Furqon Syarief Hidayatulloh, S.Ag., M.Pd.I.



Judul Tesis : Adopsi Inovasi Pemasaran Ternak Virtual dengan Moderasi
Faktor Individu terhadap Produktivitas dan Keberlanjutan
Peternak Ruminansia di Jabodetabek

Nama : Ummi Endah Kiranastuti
NIM : H2501241022

Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Prof. Dr. Ir. Ma'mun Sarma, M.S., M.Ec.



Pembimbing 2:
Prof. Dr. Ir. I Made Sumertajaya, M.Si.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi Ilmu Manajemen:
Dr. Furqon Syarief Hidayatulloh, S.Ag., M.Pd.I
NIP 197812132006041001



Dekan Fakultas Ekonomi dan Manajemen:
Prof. Dr. Irfan Syauqi Beik, S.P., M.Sc.Ec.
NIP 197904222006041002



Tanggal Ujian: 11 Agustus 2026

Tanggal Pengesahan: 14 AUG 2026



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini mengangkat tema manajemen adopsi pemasaran digital yang dilaksanakan mulai dari bulan Mei 2026 hingga Juli 2026 dengan judul “Adopsi Inovasi Pemasaran Ternak Virtual dengan Moderasi Faktor Individu terhadap Produktivitas dan Keberlanjutan Peternak Ruminansia di Jabodetabek”.

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih karna berkat adanya dukungan dan kehadiran dosen, keluarga dan rekan, tesis ini berhasil diselesaikan. Berikut penulis haturkan rasa terima kasih setinggi tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Ma'mun Sarma, M.S., M.Ec. dan Bapak Prof. Dr. Ir. I Made Sumertajaya, M.Si. selaku komisi pembimbing atas segala arahan, masukan dan saran dalam menyelesaikan tesis ini.
2. Bapak Dr. Harry Koeswanda S.Sos., MSM dan Bapak Dr. Furqon Syarief Hidayatulloh, S.Ag., M.Pd.I. selaku dosen penguji pada ujian tesis yang memberikan saran dalam penyempurnaan tesis.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Jarwadi Budi Hernowo, M.Sc.F.Trop selaku dosen moderator seminar hasil penelitian dan Ibu Lindawati Kartika, S.E., M.Si. selaku dosen moderator kolokium yang memberikan saran dalam penyempurnaan tesis.
4. Bapak Dr. Furqon Syarief Hidayatulloh, S.Ag., M.Pd.I. dan Ibu Nurul Hidayati, S.E., M.Si. selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Ilmu Manajemen (PSIM) IPB beserta seluruh bapak/ibu dosen yang telah memberikan kesempatan dan ilmu yang sangat berharga bagi penulis untuk menyelesaikan pendidikan program pascasarjana.
5. Bapak Muhammad Yusuf, S.Ak. dan seluruh tenaga kependidikan Program Studi Ilmu Manajemen (PSIM) IPB yang memfasilitasi proses penyelesaian tesis ini sehingga dapat berjalan dengan baik.
6. Para peternak ruminansia di wilayah Jabodetabek yang telah bersedia menyempatkan waktunya untuk mengisi kuesioner dan diwawancarai oleh penulis sebagai responden pada penelitian tesis ini.
7. Teman-teman mahasiswa Program Studi Ilmu Manajemen (PSIM) IPB 2024 atas kebersamaan yang selalu memotivasi penulis.
8. Team Eduventure Society: Pak Bambang, Risqi, Masysyath, Ana, Tamara, Zahran dan Hiro yang telah memberi support selama menulis tesis dan merintis usaha bersama.
9. Ayah Imron, Ibu Siswati, Kakak Sri Puji Astuti, S.Gz., Dietitien., Adik Bagus Yudha Prayoga Firdaus dan seluruh keluarga tercinta yang telah memberikan doa, dukungan, dan kasih sayangnya kepada penulis.

Akhir kata, penulis berharap semoga tesis yang ditulis ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, demi kemajuan ilmu pengetahuan dan membangun kesejahteraan peternak serta masyarakat kedepannya.

Bogor, Agustus 2026

Ummi Endah Kiranastuti



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan	8
1.4 Manfaat	9
1.5 Ruang Lingkup	9
II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Pemasaran Ternak Virtual	11
2.2 Transformasi Teknologi Digital di Sektor Peternakan	12
2.3 Teori Difusi Inovasi	13
2.4 Model <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2</i> (UTAUT2)	15
2.5 <i>Productivity</i>	19
2.6 <i>Sustainability</i>	19
2.7 Penelitian Terdahulu	20
2.8 Hipotesis Penelitian	25
III METODE	29
3.1 Kerangka Penelitian	29
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	31
3.3 Jenis dan Sumber Data	31
3.4 Metode Penarikan Sampel	31
3.5 Metode Analisis Data	32
3.6 Definisi Operasional Variabel	36
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Penelitian	39
4.2 Karakteristik Responden Peternak	40
4.3 Kategori Adopter Peternak	44
4.4 Analisis Deskriptif Model UTAUT2	53
4.5 Analisis Model SEM PLS	67
4.6 Pembahasan	89
4.7 Implikasi Manajerial	93
4.8 Keterbatasan Penelitian	96
V SIMPULAN DAN SARAN	99
5.1 Simpulan	99
5.2 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	111
RIWAYAT HIDUP	122



DAFTAR TABEL

1	Data BPS PDB Gol A (Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan)	1
2	Data Sebaran Populasi Ternak Ruminansia di Jabodetabek (Ekor)	2
3	Rekapitulasi Penelitian Terdahulu	22
4	Total Responden Penelitian	32
5	Bobot Nilai Skala Likert	33
6	Rentang Skala Analisis Deskriptif	33
7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	36
8	Platform Pemasaran Digital Peternak di Jabodetabek	39
9	Profil Demografi dan Sosial-Ekonomi Responden	40
10	Indikator Pengukuran Tingkat Adopsi Inovasi Peternak	45
11	Hasil Klasifikasi Kategori Adopter Peternak di Jabodetabek	47
12	Persentase Tingkat Keinovatifan Peternak	48
13	Tabulasi Silang Kategori Adopter dengan Kelompok Usia	49
14	Statistik Deskriptif Variable UTAUT2	54
15	Penilaian Variabel <i>Individual Factors</i>	55
16	Penilaian Variabel <i>Performance Expectancy</i>	56
17	Penilaian Variabel <i>Effort Expectancy</i>	57
18	Penilaian Variabel <i>Social Influence</i>	58
19	Penilaian Variabel <i>Facilitating Condition</i>	59
20	Penilaian Variabel <i>Hedonic Motivation</i>	60
21	Penilaian Variabel <i>Price Value</i>	61
22	Penilaian Variabel <i>Habit</i>	62
23	Penilaian Variabel <i>Behavioral Intention</i>	63
24	Penilaian Variabel <i>Use Behavior</i>	64
25	Penilaian Variabel <i>Productivity</i>	65
26	Penilaian Variabel <i>Sustainability</i>	66
27	Nilai <i>Outer Loading</i>	69
28	Nilai <i>Outer Loading</i> Variabel Moderasi	71
29	Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	71
30	Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	72
31	Nilai <i>Composite Reliability</i>	73
32	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	74
33	Nilai <i>R-square</i> (R^2)	75
34	Nilai <i>Goodness of Fit</i>	75
35	Hasil Pengujian Hipotesis	76
36	Arah Efek Moderasi <i>Individual Factors</i> terhadap Niat	85



DAFTAR GAMBAR

1	Skema Rantai Nilai Pemasaran Ternak Tradisional dan Berbasis Digital	6
2	Lima Kategori Pengadopsi Inovasi (Zanetti 2025)	14
3	Model <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2</i> (UTAUT2) (Venkatesh <i>et al.</i> 2012)	15
4	Rancangan Model Penelitian SEM-PLS	28
5	Kerangka Pemikiran Penelitian	30
6	Durasi Pengalaman Penggunaan Platform Digital Peternak	44
7	Persentase Klasifikasi Kategori Adopter Peternak	51
8	Karakteristik Sosiodemografis Peternak Berdasarkan Kategori Adopter	52
9	Analisis Parameter Model	68
10	Infografis Implikasi Manajerial	94

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner Penelitian	112
---	----------------------	-----



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University