

**PEMANFATAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI
INOVASI AGRIBISNIS DALAM USAHA SAYURAN
PADA ERA DIGITALISASI**

SKRIPSI

Oleh:

ANASTASIA RUTH



**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2023**

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI
INOVASI AGRIBISNIS DALAM USAHA SAYURAN
PADA ERA DIGITALISASI

Oleh:

ANASTASIA RUTH
NIM: 23020319140058

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi Agribisnis
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2023

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anastasia Ruth
N I M : 23020319140058
Program Studi : S1 Agribisnis

Dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul:
Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Inovasi Agribisnis dalam Usaha Sayuran Pada Era Digitalisasi, dan penelitian yang terkait dengan skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam skripsi ini, telah diakui sesuai dengan standar prosedur disiplin ilmu.
3. Saya juga mengakui bahwa skripsi ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh pembimbing saya, yaitu: **Agus Subhan Prasetyo, S.P., M.Si.** dan **Dr. Ir. Wulan Sumekar, M.S.**

Semarang, 09 Maret 2023

Penulis

Anastasia Ruth

Mengetahui

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota

Agus Subhan Prasetyo, S.P., M.Si.

Dr. Ir. Wulan Sumekar, M.S.

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM SEBAGAI INOVASI
AGRIBISNIS DALAM USAHA SAYURAN
PADA ERA DIGITALISASI

Nama Mahasiswa : ANASTASIA RUTH


Nomor Induk Mahasiswa : 23020319140058

Program Studi/Departemen : AGRIBISNIS/PERTANIAN

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada tanggal 07 JUN 2023,

Pembimbing Utama



Agus Subhan Prasetyo, S.P., M.Si

Pembimbing Anggota



Dr. Ir. Wulan Sumekar, M.S.

Ketua Program Studi



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program




Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D

Dekan



Prof. Dr. Ir. Bambang W.H.E.P., M.S., M.Agr., IPU.

Ketua Departemen



Dr. Ir. Heni Rizqiyah, S.Pt., M.Si.

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI INOVASI AGRIBISNIS DALAM USAHA SAYURAN PADA ERA DIGITALISASI

Oleh:
Anastasia Ruth

ABSTRAK

Media sosial Instagram banyak dimanfaatkan pelaku usaha sebagai penunjang produktivitas bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik demografik konsumen dan menganalisis pengaruh karakteristik inovasi terhadap minat pemanfaatan inovasi. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November – Desember 2022 secara *online* pada wilayah cakupan *e-commerce* Segari, yaitu Jakarta, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Penentuan sampel penelitian menggunakan teknik non *probability sampling*, yaitu *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui *g-form* dan wawancara dengan responden yang bersedia. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif dan analisis linear berganda. Berdasarkan analisis deskriptif bahwa konsumen Segari didominasi oleh 82% perempuan, 56% berumur 25 – 35 tahun, 67% berpendidikan akhir pada tingkat sarjana, 52% berprofesi sebagai karyawan swasta, 34% berpenghasilan Rp 5.000.000 – Rp 8.000.000, 54% dan memiliki pengeluaran kebutuhan pangan sebesar <Rp3.000.000 dalam 1 bulan, 66% memanfaatkan inovasi *e-commerce* sebanyak 1 – 3 kali dalam 1 minggu, 55% memanfaatkan inovasi <1 bulan terakhir, dan 66% responden memperoleh informasi mengenai akun @segari.id melalui media sosial itu sendiri. Berdasarkan hasil regresi linear berganda bahwa secara simultan karakteristik inovasi yaitu keunggulan relatif, kemudahan penggunaan, kompatibilitas, triabilitas, dan observabilitas berpengaruh signifikan terhadap minat pemanfaatan. Secara parsial keunggulan relatif dan observabilitas berpengaruh signifikan, sedangkan kemudahan penggunaan, kompatibilitas, dan triabilitas tidak berpengaruh signifikan.

Kata kunci: *e-commerce*, instagram, inovasi, media sosial

**UTILIZATION OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA AS
AGRIBUSINESS INNOVATION IN VEGATABLE
BUSINESS IN THE DIGITALIZATION ERA**

ABSTRACT

Instagram social media is widely used by businesses to support business productivity. This study aims to describe the demographic characteristics of consumers and analyze the influence of innovation characteristics on the interest in utilization. This research was conducted online from November to December 2022 in the Segari e-commerce coverage area, namely Jakarta, Depok, Tangerang, and Bekasi. The determination of the research sample used a non-probability sampling technique, namely purposive sampling. The number of samples in this study were 100 people. The data collection method was carried out by distributing questionnaires via g-forms and interviews with willing respondents. The analytical method used is descriptive and multiple linear analysis. Based on the descriptive analysis that Segari consumers are dominated by 82% women, 56% aged 25 – 35 years, 67% graduated at bachelor level, 52% work as private employees, 34% earn IDR 5,000,000 – IDR 8,000,000 and 54% have food expenditures of <IDR 3,000,000 in 1 month, 66% utilize e-commerce innovations 1-3 times in 1 week, 55% utilize innovations <1 last month, and 66% of respondents obtain information about the @segari.id account through the social media itself. Based on the results of multiple linear regression that simultaneously the characteristics of innovation, namely relative advantage, ease of use, compatibility, trialability, and observability have a significant effect on the intention to use. Partially, relative advantage and observability have a significant effect, while ease of use, compatibility, and trialability have no significant effect.

Keywords: *e-commerce, instagram, inovasi, media sosial*

KATA PENGANTAR

Media sosial Instagram merupakan suatu *platform* usaha secara *online* yang banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk memajukan produktivitas bisnisnya. Dalam pemanfaatan inovasi media sosial tersebut, pelaku usaha perlu memperhatikan karakteristik inovasinya. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan minat pemanfaatan inovasi oleh konsumen. Karakteristik inovasi ini terdiri dari keunggulan relatif, kemudahan penggunaan, kompabilitas, triabilitas, dan observabilitas. Oleh karena pentingnya suatu karakteristik inovasi, maka tingkat pemanfaatan inovasi bergantung pada karakteristik ditawarkan oleh pelaku usaha.

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas berkat dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan skripsi dengan baik. Penelitian skripsi ini berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Inovasi Agribisnis dalam Usaha Sayuran Pada Era Digitalisasi” yang diselesaikan dalam rangka melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Agus Subhan Prasetyo, S.P., M.Si. selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktu, banyak membantu, dan memberikan masukan serta bimbingan kepada penulis;
2. Dr. Ir. Wulan Sumekar, M.S. selaku dosen pembimbing anggota yang telah meluangkan waktu, banyak membantu, dan memberikan masukan serta bimbingan kepada penulis;

3. Prof. Dr. Ir. Bambang Walyu Hadi Eko Prasetyono, M. S., M. Agr., IPU. Selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian yang telah banyak membantu dengan memberikan berbagai macam fasilitas, dukungan, serta berbagai kemudahan lainnya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan lancar;
4. Dr. Ir. Heni Rizqiati, S.Pt Dr. Heni Rizqiati, S.Pt., M.Si. selaku Ketua Departemen Pertanian yang telah memberikan kemudahan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi;
5. Ir. Kustopo Budiraharjo, M. P. selaku Ketua Program Studi S-1 Agribisnis yang telah memberikan kemudahan bagi penulis dalam penyelesaian skripsi;
6. Dr. Ir. Mukson, M.S. selaku dosen wali atas segala bimbingan dan kesempatan yang telah penulis terima selama menempuh pendidikan di Universitas Diponegoro.
7. Alm. Ayahanda Raimond Boas, Alm. Ibunda Purnama Krista, dan Kakak Duma Naomi yang senantiasa memberikan dukungan, kasih sayang, serta doa sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan usulan penelitian ini.
8. Segenap keluarga dan teman-teman yang selalu mendoakan dan mendukung penulis dalam penyusunan usulan penelitian.

Penulis menyadari bahwa penyusunan usulan penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan. Maka dari itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun agar kedepannya penulis dapat menjadi lebih baik.

Semarang, 15 Maret 2023

Anastasia Ruth

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR ILUSTRASI	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Media Sosial.....	9
2.2. <i>Electronic Commerce (E-commerce)</i>	11
2.3. Difusi Inovasi	13
2.4. Karakteristik Inovasi	14
2.5. Minat Pemanfaatan	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1. Kerangka Pemikiran.....	31
3.2. Hipotesis.....	34
3.3. Waktu dan Lokasi	34
3.4. Metode Penelitian	35
3.5. Penentuan dan Pengambilan Sampel	35
3.6. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	37

3.7. Mengolah dan Analisis Data	39
3.8. Konsep dan Pengukuran Variabel.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1. Gambaran Umum PT. Segari	58
4.2. Karakteristik Responden	72
4.3. Pengaruh Karakteristik Inovasi Terhadap Minat Pemanfaatan.....	86
4.4. Hasil Analisis Variabel Karakteristik Inovasi Terhadap Minat Pemanfaatan	105
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	103
5.1. Simpulan	103
5.2. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	111
RIWAYAT HIDUP	148

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. <i>Followers E-Commerce</i> Pertanian.....	5
2. Skala Pengukuran Likert	39
3. Kategori Variabel	48
4. Pengukuran Variabel (X1) Keunggulan Relatif	48
5. Pengukuran Variabel (X2) Kemudahan penggunaan	51
6. Pengukuran Variabel (X3) Kompabilitas	54
7. Pengukuran Variabel (X4) Triabilitas	56
8. Domisili Responden selaku Konsumen E-Commerce Segari	60
9. Pendapatan Responden dalam 1 Bulan.....	80
10. Pengeluaran Responden dalam 1 Bulan	81
11. Tingkat Karakteristik KR terhadap Minat Pemanfaatan	87
12. Rata-Rata Variabel Kemudahan Penggunaan	91
13. Rata-Rata Variabel Kompabilitas.....	95
14. Rata-Rata Variabel Triabilitas	98
15. Rata-Rata Variabel Observabilitas	100
16. Rata-Rata Variabel Minat Pemanfaatan	102
17. Hasil Analisis Regresi Berganda	105
18. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T)	112

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia	2
2. Karakteristik Inovasi	15
3. Kerangka Pemikiran	33
4. Logo Segari	59
5. Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh Segari	65
6. Unggahan Feed Instagram oleh Segari.....	66
7. Unggahan Story dan Re-post Story oleh Segari.....	67
8. Highlight Story Instagram oleh Segari.....	68
9. Interaksi Konsumen Instagram Segari.....	70
10. Penampilan Bio Instagram Segari	71
11. Distribusi Jenis Kelamin Responden.....	73
12. Contoh Komen Konsumen terhadap Akun Segari	74
13. Distribusi Usia Responden	75
14. Distribusi Tingkat Pendidikan Responden	77
15. Distribusi Profesi Responden	79
16. Durasi Pemanfaatan E-Commerce Berbasis Instagram.....	83
17. Waktu Terakhir Pemanfaatan E-commerce Berbasis Instagram.....	84
18. Sumber Perolehan Informasi Responden Mengenai E-Commerce	85

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Kuesioner Penelitian.....	111
2. Jawaban Responden.....	119
3. Hasil Uji Validitas	140
4. Hasil Uji Reliabilitas	142
5. <i>Output</i> SPSS	143
6. Dokumentasi.....	146