

ABSTRAK

Internet marketing memberikan peluang lebih besar kepada peternak untuk meningkatkan pendapatannya melalui akses pasar yang lebih luas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi karakter kosmopolit, sifat inovatif, dan persepsi terhadap *internet marketing*, serta hubungan karakter kosmopolit dan sifat inovatif dengan persepsi terhadap *internet marketing* pada peternak sapi potong di Kabupaten Banyumas. Penelitian dilakukan dengan metode survei dengan sasaran peternak sapi potong di Kabupaten Banyumas, sehingga didapat 240 peternak sebagai responden. Pengambilan data dilakukan menggunakan kuesioner melalui wawancara kepada 240 responden yang dipilih dengan metode random sampling. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan uji korelasi Rank Spearman untuk mengetahui hubungan antarvariabel. Analisis data dilakukan menggunakan program IBM SPSS Statistics 25 untuk mengukur validitas, reliabilitas dan korelasi Rank Spearman. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa sebagian besar peternak memiliki karakter kosmopolit pada kategori sedang, sifat inovatif pada kategori tinggi, dan persepsi terhadap *internet marketing* pada kategori baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakter kosmopolit dan sifat inovatif memiliki hubungan positif dan signifikan dengan persepsi terhadap *internet marketing* pada peternak sapi potong di Kabupaten Banyumas. Karakter kosmopolit memiliki tingkat hubungan sedang dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,594, sedangkan sifat inovatif memiliki tingkat hubungan kuat dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,730. Kesimpulan dari penelitian ini adalah semakin tinggi karakter kosmopolit dan sifat inovatif peternak, maka semakin baik pula persepsi peternak terhadap pemanfaatan *internet marketing* dalam pemasaran produk peternakan. Rekomendasi berdasarkan hasil dari penelitian ini adalah adanya peningkatan pelatihan, penyuluhan, dan pendampingan terkait pemanfaatan teknologi digital guna meningkatkan kemampuan peternak dalam mengoptimalkan *internet marketing* sebagai strategi pemasaran.

Kata Kunci: Karakter Kosmopolit, Sifat Inovatif, *Internet Marketing*, Peternak Sapi Potong, Korelasi Rank Spearman

ABSTRACT

Internet marketing provides greater opportunities for livestock farmers to increase their income through wider market access. This study aims to analyze the perception of cosmopolitan character, innovative nature, and perceptions of internet marketing, as well as the relationship between cosmopolitan character and innovative nature with perceptions of internet marketing among beef cattle farmers in Banyumas Regency. The study was conducted using a survey method targeting beef cattle farmers in Banyumas Regency, resulting in 240 farmers as respondents. Data collection was carried out using a questionnaire through interviews with 240 respondents selected by random sampling method. Data were analyzed using descriptive analysis and Spearman rank correlation test to determine the relationship between variables. Data analysis was performed using the IBM SPSS Statistics 25 program to measure validity, reliability and Spearman rank correlation. The results of the descriptive analysis showed that most livestock farmers had a cosmopolitan character in the medium category, innovative nature in the high category, and perceptions of internet marketing in the good category. The results showed that cosmopolitan character and innovative nature have a positive and significant relationship with perceptions of internet marketing among beef cattle farmers in Banyumas Regency. Cosmopolitan character has a moderate correlation with a correlation coefficient of 0.594, while innovative character has a strong correlation with a correlation coefficient of 0.730. The conclusion of this study is that the higher the cosmopolitan character and innovative nature of farmers, the better the farmers' perception of the use of internet marketing in marketing livestock products. Recommendations based on the results of this study are to increase training, counseling, and mentoring related to the use of digital technology to improve farmers' ability to optimize internet marketing as a marketing strategy.

Keywords: Cosmopolitan Characteristics, Innovative Traits, Internet Marketing, Beef Cattle Farmers, Spearman Rank Correlation