

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Minat Generasi Muda

Minat erat hubungannya dengan karakteristik pribadi seseorang. Menurut teori minat oleh Holland (1997) *dalam* Nastiti dan Laili (2020) menyebutkan minat adalah suatu kegiatan berulang yang membangkitkan keingintahuan, memberi perhatian, dan memunculkan rasa senang pada diri seseorang. Minat juga merupakan indikator kekuatan diri seseorang dalam suatu bidang yang termotivasi untuk dipelajari. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian minat adalah kecenderungan hati seseorang, gairah, serta keinginan yang tinggi terhadap sesuatu. Sehingga secara ringkas minat memiliki hubungan dekat diri seseorang dengan sesuatu diluar dirinya.

Guilford (1956) *dalam* Nastiti dan Laili (2020) menjelaskan jenis-jenis minat, meliputi:

- (1) *Minat vokasional*, minat yang berkaitan dengan bidang-bidang pekerjaan yang terdiri dari minat profesional pekerjaan dibidang keilmuan (minat profesional), dibidang wirausaha, maupun kegiatan mekanik lainnya.
- (2) *Minat avokasional*, minat yang berkaitan dengan kepuasan diri semata seperti kebiasaan seseorang (hobi) yang akan terus terulang.

Ketertarikan seseorang pada suatu hal yang menetap dalam dirinya merupakan definisi minat. Dipertegas oleh Yusrizal dkk (2019) dalam jurnal *Budapest International Research* menyebutkan perasaan tertarik, perhatian, keinginan lebih yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu hal, tanpa penyimpangan merupakan definisi minat. Individu yang memiliki minat akan lebih cenderung menetap dan berkembang sendiri disaat mendapatkan dukungan dari lingkungannya.

Minat merupakan seberapa besar individu merasa suka/tertarik atau tidak suka/mengabaikan pada suatu rangsangan (Lena dkk, 2020). Minat juga merupakan dorongan kuat seseorang melakukan sesuatu yang menjadi keinginannya. Minat seseorang yang tumbuh terhadap suatu rangsangan dibedakan menjadi dua bagian yaitu:

- (1) *Minat pribadi*, ciri pribadi seseorang yang stabil yang ditujukan pada suatu kegiatan/kebiasaan/hobi yang spesifik (misalnya: minat olahraga, ilmu pengetahuan, musik, tari, komputer, bertani dan lain-lain).
- (2) *Minat situasional*, minat yang tumbuh oleh kondisi atau faktor lingkungan (misalnya: peran pendidikan formal, informasi yang diperoleh dari buku, internet, atau televisi).

Generasi muda merupakan “harta” terbesar suatu bangsa, karena masa depan bangsa ada pada pilihan generasi muda dalam menjalani kehidupannya. Minat pribadi yang identik dengan kebiasaan generasi muda dalam kehidupan sehari-hari akan mencerminkan bagaimana masa depan. Jika suatu kegiatan positif dilakukan secara terus-menerus maka kegiatan tersebut menjadi kebiasaan dan berpengaruh positif juga pada masa depan bangsa nantinya.

Minat pribadi generasi muda saat ini banyak terjerumus pada kegiatan negatif seperti narkoba, pergaulan bebas, bahkan sampai kegiatan radikalisme dengan persentase 30% yang tentunya sangat membahayakan masa depan bangsa (Yando, 2019). Begitu juga kegiatan pertanian akan jauh tidak tersentuh oleh generasi muda yang merupakan dampak dari kegiatan-kegiatan negatif tersebut. Maka sangat diperlukan kebiasaan-kebiasaan yang baik yang bertujuan mengurangi kegiatan-kegiatan negatif untuk meningkatkan minat generasi muda pada kebiasaan bertani.

Kebiasaan-kebiasaan bertani tidak mesti dimulai dari hal yang besar, karena banyak kebiasaan kecil untuk menstimulus minat generasi muda dibidang pertanian. Beberapa kegiatan kecil dalam bertani untuk meminimalisir kegiatan-kegiatan negatif dilakukan generasi muda seperti: 1) Memperkenalkan kegiatan bertani untuk membangun persepsi serta membangkitkan rasa suka terhadap bidang pertanian terutama pada generasi muda melalui teknik vertikultur; 2) Membangun kebiasaan menghasilkan pangan sendiri; 3) Dan memanfaatkan sumber daya lahan disekitar rumah untuk menghasilkan pangan (Artini dkk, 2021).

Dengan kegiatan kecil bertani yang dilakukan generasi muda diharapkan dapat menjadi kebiasaan yang terus berulang (minat avokasional), kemudian menumbuhkan minat situasional pada generasi muda lain yang melihatnya.

Dengan kata lain kegiatan bertani generasi muda mempengaruhi lingkungannya terutama pada lingkungan pertemanan sehingga kegiatan tersebut berdampak luas.

Raber dkk (2022) menyatakan minat situasional memiliki empat model menurut yaitu:

- (1) Model dua faktor, terdiri dari memicu minat situasioanal dan mempertahankan minat situasional.
- (2) Model tiga faktor, memicu minat situasional, mempertahankan perasaan minat situasional, dan mempertahankan nilai minat situasional.
- (3) Model dua faktor lainnya yang mengandung perasaan dan nilai.
- (4) Model satu faktor, menunjukkan minat situasional tidak boleh dibagi.

Raber dkk (2022) juga menegaskan bahwa model tiga faktor memiliki keandalan yang paling tinggi. Semakin banyak kegiatan kecil bertani diterapkan oleh masyarakat akan memicu minat situasioanal generasi muda, terlebih apabila kegiatan bertani tersebut memiliki nilai keuntungan (*profitable*). Jika kegiatan bertani tersebut dirasa memiliki keuntungan yang dapat menambah pendapatan generasi muda, maka minat situasional tersebut cenderung bertahan kemudian mempengaruhi nilai minat situasioanal cenderung bertahan juga. Sehingga dari kegiatan bertani tersebut yang terdiri dari minat pribadi dan minat situasioanal akan beralih pada minat vokasional, dimana generasi muda akan berminat pada pekerjaan di bidang pertanian.

2.1.2 Generasi Muda

Generasi menurut Mannheim (1952) dalam Ichsan dkk (2022) adalah sebuah konstruksi sosial yang didalamnya terdapat sekelompok individu dengan kesamaan umur dan pengalaman historis yang sama. Individu yang menjadi bagian suatu generasi adalah mereka yang memiliki kesamaan tahun lahir dalam rentang waktu 20 tahun dan berada dalam dimensi sosial dan sejarah yang sama. Sehingga dapat disimpulkan generasi adalah sekelompok individu yang tahun lahir dan historis hidup yang sama.

Sekelompok individu dengan rentang usia 17-25 termasuk dalam golongan *youth* atau pemuda (Dyussenbayev, A., 2017). Diantara kelompok usia tersebut, usia 21-25 tahun merupakan puncak usia pemuda dimana memiliki karakteristik

dinamika yang tinggi dan masih perlu dilakukan pembentukan lingkungan emosional yang baik. Dengan itu usia 17-25 tahun sangat mudah dipengaruhi oleh lingkungan, semakin baik lingkungan emosional generasi muda yang ditunjukkan melalui kebiasaan-kebiasaan positif maka semakin baik pula karakteristik generasi muda tersebut.

Situs resmi WHO *Regional Office for South-East Asia* menyatakan generasi muda atau “*Young People*” ialah seseorang yang memiliki rentang usia 10-24 tahun. Dan untuk usia yang tergolong “*Youth*” atau pemuda ialah orang dengan usia 15 tahun sampai 24 tahun. *United Nations* dalam situs resminya menegaskan bahwa dalam penentuan kelompok usia muda sebenarnya tidak ada definisi internasional yang disepakati secara universal, namun untuk kepentingan statistik organisasi dunia usia 15-24 tahun dinyatakan sebagai usia muda/generasi muda/pemuda.

Indonesia dalam aspek generasi muda menjadi perhatian yang sangat penting khususnya pertumbuhan dan perkembangan pemuda, sehingga tidak jarang pemerintah mengadakan kegiatan-kegiatan kepemudaan untuk menstimulus potensi, tanggung jawab, hak, karakter aktualisasi diri, dan cita-cita pemuda. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2009 Tentang Kepemudaan Pasal 1 (1) yang berbunyi: “Pemuda adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh) tahun”. Sehingga benar bahwa tidak ada definisi yang pasti mengenai kelompok usia pemuda secara universal.

2.1.3 Agrosociopreneurs

Memahami istilah baru di dunia pertanian yaitu *agrosociopreneurs* terlebih dahulu harus memahami yang dimaksud dengan petani, karena istilah baru ini erat hubungannya dengan petani. Definisi petani adalah seseorang produsen yang memiliki sebidang tanah untuk memproduksi makanan (hasil pertanian) untuk sejumlah masyarakat (Beddie, 2019). Petani terdiri dari empat stratifikasi jika dilihat dari segi luasan sebidang tanah yang dimiliki yaitu petani besar (luas lahan >10 ha), petani menengah (luas lahan 5-10 ha), petani kecil (luas lahan 2-5 ha), petani marginal (luas lahan < 1 ha), dan petani sub marginal (luas lahan <

0,5 ha). Dan disebut produsen dikarenakan adanya paksaan tersirat untuknya untuk memproduksi makanan.

Indonesia mendefinisikan seorang petani sebagai seseorang yang mengelola usaha dibidang pertanian. Definisi petani juga dipertegas melalui Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2006 tentang Sistem Penyuluhan Pertanian, Perikanan, dan Kehutanan pasal 1(10) sebagai berikut:

“Petani adalah perorangan warga negara Indonesia beserta keluarganya atau korporasi yang mengelola di bidang pertanian, wanatani, minatani, agropasture, penangkaran satwa dan tumbuhan, di dalam dan di sekitar hutan, yang meliputi usaha hulu, usaha tani, agroindustri, pemasaran, dan jasa penunjang”

Akhir ini istilah *agrosociopreneurs* banyak digunakan dan diperkenalkan pada generasi muda. Dalam situs resmi Universitas Negeri Jember mencerminkan *agrosociopreneure* sama halnya dengan petani, namun *agrosociopreneurs* ditekankan pada generasi muda dimana memiliki makna yaitu *entrepreneurs* bidang pertanian yang memiliki dampak ekonomi, sosial, dan budaya pertanian pada masyarakat luas. Sehingga *agrosociopreneurs* lebih menekankan nilai manfaat sosial dibanding dengan nilai manfaat ekonomi. Sementara itu *entrepreneurs* adalah kemampuan seseorang menciptakan suatu hal yang baru dan berbeda dari yang sudah ada dan bertujuan mencapai kemakmuran dengan menganalisis peluang bisnis (Saifuddin dan Nanda, 2021).

Agrosociopreneurs dapat dikaitkan dengan definisi *social entrepreneurs* dibidang pertanian. Secara umum dikatakan bahwa *social entrepreneurs* adalah wirausahawan yang memiliki misi sosial atau tidak hanya mencari keuntungan. Santos (2007) seorang teoretis dengan judul karyanya "A Positive Theory of Social Entrepreneurs" menjelaskan bahwa *social entrepreneurs* merupakan pendekatan ekonomi pelengkap yang didasarkan pada penciptaan nilai, beroperasi dengan aturan dan logikanya sendiri. Santos (2007) juga menekankan bahwa penciptaan nilai yang dimaksud ialah nilai ekonomi dan nilai sosial dan kedua nilai tersebut tidak dapat disamakan dalam pengukuran manfaat. Nilai ekonomi hanya berlaku untuk manfaat yang dapat diukur secara moneter sedangkan nilai manfaat sosial ialah manfaat yang dirasakan lingkungan sosial.

Sehingga *agrosociopreneurs* adalah *social entrepreneurs* dibidang pertanian yang memiliki misi sosial di samping mencari keuntungan ekonomi.

Selain nilai manfaat sosial, menjadi *entrepreneurs* atau *agrosociopreneurs* juga harus memiliki kompeten untuk memahami situasi bisnis. Menjadi *entrepreneurs* harus memiliki lima kompetensi yaitu: 1) Kompetensi mengenali dan menganalisis pasar: 2) Kompetensi berkomunikasi, mengidentifikasi, dan membujuk orang lain: 3) Kemampuan untuk menjalin jaringan untuk berkomunikasi dengan *entrepreneurs*: 4) Kompetensi untuk menangani kehidupan bisnis. Sehingga menjadi tugas pemerintah dan masyarakat dalam penumbuhan minat dan kompetensi generasi muda menjadi *agrosociopreneurs* kedepannya (Onstenk, 2003).

Pengembangan minat generasi muda dalam berbisnis dilakukan dengan cara mendorong generasi muda memiliki semangat berwirausaha pertanian (*agropreneurs*), keinginan memiliki usaha pertanian yang maju (*agrotechnopreneurs*), dan keinginan berbagi informasi pada petani lain tentang wirausaha pertanian (*agrosociopreneurs*) (Maryani, A., dan W., Pradiana. 2021). Sehingga dapat disimpulkan kembali *agrosociopreneurs* adalah *social entrepreneurs* dibidang pertanian yang cenderung berkeinginan berbagi informasi pada wirausaha pertanian lainnya disamping mencari keuntungan ekonomi, sehingga seorang *agrosociopreneurs* memiliki nilai ekonomi dan nilai sosial. Seorang *agrosociopreneurs* dapat menjadi seorang *entrepreneurs* untuk mensejahterakan dirinya juga menjadi seorang penyuluh untuk mensejahterakan sesama komunitasnya.

Istilah *agrosociopreneurs* sangat cocok disandingkan dengan generasi muda saat ini agar ditekankan rasa peduli dengan lingkungan sosial pertanian untuk mendapat nilai manfaat sosial. Tahapan pertama yang harus dilakukan ialah mengubah stigma tentang pertanian merupakan salah satu strategi untuk menumbuhkan minat generasi muda menjadi *agrosociopreneurs*. Dimana stigma generasi muda tidak hanya pada sawah saja melainkan seluruh kegiatan agribisnis sub sistem hulu-hilir yang membuka peluang usaha dan peluang kerja yang menguntungkan. Sehingga diperlukan beberapa terobosan program seperti pelatihan, magang, pembinaan, dan pembimbingan untuk menstimulus generasi

muda lebih tahu kemudahan dalam menciptakan dan merintis usaha yang *profitable*. Dan pada akhirnya generasi muda ikut berkecimpung menjadi *agrosociopreneurs* dan mampu membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat umum (Sugiarta, dkk 2020).

Kebiasaan bekerja generasi muda yang lebih memilih bekerja sebagai karyawan bukan membuka lapangan pekerjaan merupakan zona nyaman pekerjaan dimana generasi muda tersebut tidak perlu memikirkan biaya produksi, pengembangan usaha, upah tenaga kerja, untung dan laba rugi. Padahal jelas bahwa menjadi *agrosociopreneurs* memiliki kelebihan dari pada menjadi karyawan. Efendi, (2017) menguraikan beberapa kelebihan jika menjadi *entrepreneurs*:

- (1) Memiliki kebiasaan mengatur jam kerja sesuai dengan keinginan atau bekerja sesuka hati;
- (2) Dapat mengatur sistim dan pola kerja;
- (3) Memiliki profit lebih besar daripada menjadi karyawan;
- (4) Menciptakan lapangan pekerjaan;
- (5) Kemampuan dalam menghadapi segala bentuk halangan, rintangan, dan hambatan;
- (6) Hasil besar, sedekah lebih banyak.

Generasi muda saat ini juga cenderung tidak percaya diri terhadap dirinya menjadi *agrosociopreneurs*. Persepsi negatif generasi muda pada pertanian menimbulkan rasa tidak percaya diri, penilaian pemuda pada sektor seperti pemuda menganggap bahwa sektor pertanian lebih cocok bagi orang yang berpendidikan rendah dan tidak mempunyai jabatan di suatu instansi. Keinginan dan harapan generasi muda bekerja diluar sektor pertanian turut menyumbang persepsi negatif terhadap pekerjaan dibidang pertanian (Pinem dkk 2020). Tiga hal dalam meningkatkan kepercayaan diri diantaranya: 1) Sadar setiap orang terlahir dengan keunikan sendiri; 2) Orang yang merendahkan tidak lebih baik; 3) Perbaiki terus-menerus (Efendi, 2017). Dari ketiga hal tersebut diharapkan generasi muda akan lebih percaya diri menjadi *agrosociopreneurs*.

2.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

1. Persepsi Terhadap Usaha Pertanian

Faktor persepsi terhadap usaha pertanian berpengaruh pada minat generasi muda terhadap sektor pertanian sebagai lapangan pekerjaan utama (Sopha dkk 2022). Proses kognitif yang dialami seseorang untuk memahami sebuah informasi yang datang dari lingkungan melalui beberapa indra (penglihatan, pendengaran, penghayatan, dan penciuman) merupakan pengertian persepsi (Irham, 2019). Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi generasi muda terhadap usaha pertanian ialah proses mental generasi muda untuk menghubungkan, menilai, dan mempertimbangkan suatu lingkungan (usaha pertanian) yang dilihat, didengar, dan dihayati kemudian menginterpretasikannya dalam dirinya.

2. Keinginan dan Harapan

Menurut Harahap dan Siregar.(2018) dalam IJEAB (*Internasional Journal of Environment Agriculture and Biotechnology*) bahwa keinginan dan harapan seseorang signifikan berpengaruh nyata pada minat generasi muda pada bisnis di bidang pertanian. Keinginan dan harapan generasi muda pada masa depan mereka jauh dari bisnis dibidang pertanian, dikarenakan generasi muda lebih minat pada pekerjaan non-pertanian. Persepsi generasi muda yang menilai bisnis dibidang pertanian membutuhkan waktu yang lama dan harga jual yang fluktuasi menyebabkan keinginan dan harapan berbisnis dibidang pertanian generasi muda jauh lebih memiliki bisnis dibidang non-pertanian.

3. Lingkungan Masyarakat

Faktor lingkungan masyarakat berpengaruh positif pada minat generasi milenial berusaha tani, semakin mendukungnya lingkungan masyarakat mempengaruhi kecenderungan minat (Widayanti dkk 2021). Dorongan situasi lingkungan masyarakat yang kuat untuk mempengaruhi generasi muda menyebabkan berusaha di sektor pertanian (*agrosociopreneure*) tidak begitu diminati. Posisi strategis lingkungan masyarakat berperan sebagai penggerak, pengendali, pembimbing, dan pendorong suatu kehidupan generasi muda (Hartini, 2019).

4. Lingkungan Keluarga

Menurut Maulana dkk. (2021) dalam *Jurnal of Agricultural Extension* menyatakan faktor lingkungan keluarga signifikan berpengaruh nyata pada minat sarjana untuk bekerja dibidang pertanian. Lingkungan keluarga merupakan lingkungan pertama dan utama yang dihadapi seseorang dan kemungkinan besar pendapat anggota keluarga lebih banyak didengar. Sehingga peran anggota keluarga sangat penting dalam dukungan penentuan karier generasi muda.

Salah satu tugas terpenting anggota keluarga ialah memberi pemahaman tentang masalah dan mempersiapkan generasi muda dalam pemecahannya. Pembentukan karakter generasi muda khususnya keterampilan dan kemampuan diawali dari lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga yang sehat maka akan melahirkan generasi yang sehat (Karimov, 2021). Maka semakin luas wawasan dan kepedulian lingkungan sosial pada anggota keluarga maka kemungkinan akan dapat mempengaruhi minat generasi muda menjadi *agrosociopreneure*.

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

1. Harahap dan Siregar (2018) dalam *Internasional Journal of Environment Agriculture and Biotechnology* (IJEAB). Dengan kajian berjudul *Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Muda pada Bidang Pertanian (Studi Kasus di Kabupaten Deli Serdang)*. Tujuan kajian ini ialah untuk mengetahui minat generasi muda terhadap bisnis di bidang pertanian dan mengetahui faktor yang mempengaruhinya. Hasil analisis penelitian tersebut membuktikan bahwa faktor internal dengan sub variabel keinginan dan harapan mempengaruhi minat generasi muda pada bidang pertanian.
2. Maulana, dkk. (2021) dalam *Jurnal of Agricultural Extension (Agritext)*. Dengan kajian berjudul *Faktor yang Mempengaruhi Minat Sarjana Pertanian Fakultas Pertanian UNS untuk Bekerja di Bidang Pertanian*. Tujuan kajian ini ialah 1) Mengetahui minat sarjana Fakultas Pertanian Universitas Negeri Sebelas Maret (UNS) untuk bekerja dibidang pertanian. 2) Mengkaji faktor apa saja yang mempengaruhi minat sarjana Fakultas Pertanian UNS untuk bekerja dibidang pertanian. 3) Mengkaji bagaimana pengaruh faktor-faktornya. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor lingkungan keluarga mempengaruhi minat mahasiswa untuk bekerja dibidang pertanian. Lingkungan keluarga meliputi

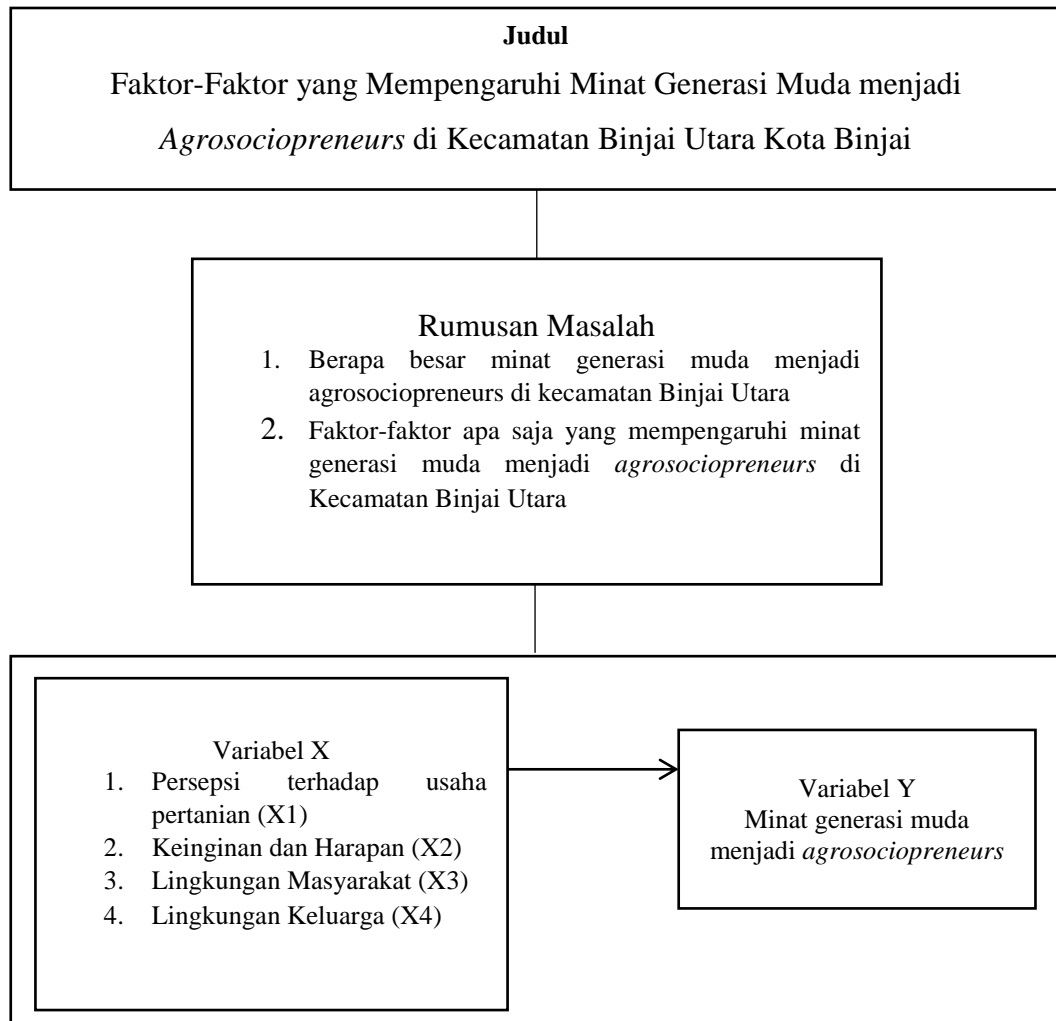
dukungan orang tua dan anggota keluarga lainnya, semakin besar dukungan keluarga terkait keputusan maka semakin besar minat responden untuk bekerja di bidang pertanian.

3. Muallim dan Yap (2021) dalam *Lensa Ekonomi*. Kajian berjudul *Faktor-Faktor Penentu Minat Mahasiswa Asli Papua untuk Bekerja di Sektor Pertanian Kehutanan dan Perikanan* menyebutkan bahwa faktor lingkungan keluarga sangat dominan mempengaruhi minat dan keputusan responden untuk bekerja di sektor pertanian, kehutanan dan perikanan
4. Widayanti dkk (2021) dalam *Agrisep*. Dengan kajian berjudul *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Milenial Untuk Meneruskan Usahatani Keluarga Di Kecamatan Mejayan, Kabupaten Madiun*. Tujuan kajian ini ialah menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keinginan generasi milenial dalam kegiatan bertani. Hasil kajian menunjukkan bahwa faktor lingkungan masyarakat berpengaruh positif terhadap keinginan generasi milenial dalam kegiatan bertani.
5. Fauzi dkk (2022) dalam *Agribest*. Dengan kajian berjudul *Kajian Sosial Ekonomi Pada Minat Generasi Muda Terhadap Sektor Pertanian*. Tujuan kajian ini ialah 1) Mengetahui minat generasi muda dalam sektor pertanian, 2) Menganalisis aspek sosial ekonomi terhadap minat generasi muda di sektor pertanian, dan 3) Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi muda dalam sektor pertanian. Hasil kajian menunjukkan bahwa faktor pekerjaan orang tua signifikan berpengaruh terhadap minat generasi muda dalam sektor pertanian.
6. Sophan dkk (2022) dalam *Jurnal Riset Tindakan Indonesia*. Dengan kajian berjudul *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi muda terhadap sektor pertanian sebagai lapangan pekerjaan di wilayah pedesaan kabupaten Solok*. Tujuan kajian ini ialah untuk mengetahui bagaimana minat generasi muda terhadap sektor pertanian sebagai lapangan pekerjaan dan ingin mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi muda di Kabupaten Solok memilih sektor pertanian sebagai lapangan pekerjaan. Hasil kajian menunjukkan bahwa faktor persepsi terhadap usaha pertanian signifikan

terhadap minat generasi muda memilih sektor pertanian sebagai lapangan pekerjaan.

2.3 Kerangka Pikir

Dalam pengkajian ini memiliki sebuah kerangka pikir yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



2.4 Hipotesis

Adapun hipotesis dalam pengkajian ini ialah sebagai berikut:

- Diduga tingkat minat generasi petani menjadi agrosociopreneurs tergolong rendah.
- Diduga faktor persepsi terhadap usaha pertanian, keinginan dan harapan, lingkungan masyarakat, dan lingkungan keluarga mempengaruhi minat generasi muda menjadi agrosociopreneurs.