

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era ini umat manusia mengalami masa perkembangan teknologi digital yang telah mempengaruhi hampir semua aspek kehidupan salah satunya bidang bisnis. Perubahan pesat pada dunia digital dan informasi bersumber dari jaringan komputer dan internet menjadi penyebab seperti berubahnya pemasaran tradisional menjadi pemasaran *modern* (Sweeney, 2011). Pemanfaatan internet dalam bisnis terus berkembang dari fungsi sebagai media untuk bertukar informasi secara elektronik menjadi media untuk mengaplikasikan strategi bisnis seperti, pemasaran, penjualan dan pelayanan pelanggan (Rusdiono, 2019). Peran teknologi digital di bidang bisnis dibersamai dengan pesatnya pemanfaatan media sosial sebagai alat untuk mempermudah proses bisnis dan menjalankan strategi bisnis tersebut.

Tabel 1. Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia 2018-2022

Tahun	Jumlah Pengguna Media Sosial (Juta)
2018	130
2019	150
2020	160
2021	170
2022	191

Sumber : *We Are Social 2018-2022*

Berdasarkan laporan digital *we are social* tahun 2018-2022, pengguna aktif sosial media terus bertambah pada 4 tahun terakhir. Perkembangan pesat terjadi di tahun 2021-2022 yakni sebesar 191 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia. Menurut Databoks 2022, jumlah penduduk Indonesia mencapai 275,77 juta orang pada tahun 2022 atau sebanyak kurang lebih 69,3% penduduk Indonesia sudah menggunakan media sosial secara aktif untuk kegiatan sehari-hari. Artinya, peluang pasar yang sangat besar terbuka bagi pelaku bisnis dalam menentukan segmen pasar di ranah media sosial.

Pada sektor pertanian, pelaku usaha di bidang pertanian perlu responsif terhadap penggunaan teknologi dan digitalisasi pada era ini. Sektor pertanian menjadi salah satu sektor yang potensial untuk mendapatkan keuntungan. Usaha yang dilakukan

petani saat ini masih berputar pada metode tradisional. Apabila usaha petani tidak diupayakan pengembangan berbasis teknologi dan digital, maka akan beresiko stagnan bahkan mengalami kerugian (Utami D P, 2020). Oleh sebab itu, pelaku usaha di bidang pertanian semaksimal mungkin menghasilkan produk yang mempunyai nilai kompetitif dan daya saing yang tinggi (Romdonny & Rosmadi, 2018).

Pengembangan sektor pertanian pada era digitalisasi ini perlu peran generasi milenial dalam pengimplementasian teknologi. Namun pada sektor pertanian berdasarkan penelitian Koalisi Rakyat untuk Kedaulatan Pangan (KRKP) (2015), menyimpulkan bahwa sebagian besar generasi muda menganggap kondisi pertanian sangat memprihatinkan, yang berdampak pada kurangnya minat mereka untuk bekerja di sektor pertanian. Kurangnya persepsi positif ini menjadi penyebab utama kurangnya minat generasi muda terhadap bidang pertanian (Haryanto dkk., 2021). Melalui Kementerian Pertanian, menghadirkan program YESS atau *Youth Entrepreneurship and Employment Support Services* untuk menghasilkan wirausahawan muda pedesaan serta menghasilkan tenaga kerja yang kompeten di bidang pertanian. Selain itu, melalui program ini kementan berusaha menciptakan wirausaha milenial yang tangguh dan berkualitas.

Tabel 2. Data Jumlah Anggota Petani Milenial Wilayah DIY 2022

Wilayah	Jumlah Anggota (Orang)
Kota Yogyakarta	13
Kabupaten Sleman	536
Kabupaten Gunung Kidul	247
Kabupaten Kulon Progo	316
Kabupaten Bantul	151
Total	1.263

Sumber: BPPSDMP DIY

Berdasarkan data BPPSDPM, tercatat bahwa ada 1.263 petani milenial yang telah terdaftar dalam database BPPSDMP. Daerah Sleman menjadi Kabupaten terbanyak untuk jumlah petani milenial. Dalam sebuah rapat kerja nasional di Jakarta pada tahun 2019, Kepala Badan Penyuluhan dan Pengembangan Sumberdaya Manusia Pertanian (BPPSDMP), Momon Rusmono, mengemukakan bahwa "petani milenial" merujuk kepada petani berusia antara 19 hingga 39 tahun,

yang memiliki semangat generasi milenial dan mampu beradaptasi dengan pemahaman teknologi digital. Dengan demikian, mereka tidak terpaku pada cara-cara konvensional dalam mengidentifikasi dan memverifikasi teknologi (Utami D P, 2020). Pertanian yang dilakukan oleh generasi milenial sering kali melibatkan penggunaan teknologi guna meningkatkan produksi. Pemanfaatan teknologi ini telah memicu munculnya berbagai *start-up* yang memberikan kesempatan kepada generasi muda untuk mengembangkan ide-ide brilian menjadi solusi inovatif dalam mengatasi berbagai masalah di sektor pertanian (Rachmawati & Gunawan, 2020). Petani Milenial yang mudah beradaptasi terhadap perkembangan zaman dituntut untuk mengembangkan sektor pertanian yang berkelanjutan untuk meningkatkan perekonomian. Media sosial menjadi strategi baru pada zaman sekarang untuk menunjang kegiatan pertanian salah satunya kegiatan berwirausaha di bidang pertanian. Media sosial dianggap ampuh dalam mempromosikan produk barang dan jasa yang dimiliki pelaku usaha melalui *internet marketing*. Selain itu, pemasaran melalui media sosial adalah pembangunan dan pemanfaatan area media sosial sebagai sarana atau tempat untuk membangun target pasar dari bisnis *online*.

Berdasarkan observasi lapangan, petani milenial di Kabupaten Sleman belum sepenuhnya memanfaatkan media sosial dalam menunjang usaha pertanian. Sebagian petani milenial masih menggunakan media sosial sebatas untuk berkomunikasi dan mencari informasi seputar pertanian, sedangkan menurut (Rusdiono, 2019), media sosial berpotensi dan berpeluang sangat besar yang dapat digunakan untuk melakukan komunikasi pemasaran. Media sosial dapat diakses melalui komputer maupun *smartphone*, sebagai petani milenial mempunyai kesempatan yang besar untuk dapat memanfaatkan media sosial dalam menunjang wirausahanya di bidang pertanian secara maksimal kapanpun dan dimanapun. Maka dari itu, terdapat rumusan masalah yakni (1) Bagaimana persepsi petani milenial terhadap pemanfaatan Media Sosial dalam berwirausaha bidang pertanian di Kabupaten Sleman dan (2) Apa saja faktor-faktor yang berkorelasi dengan Persepsi petani milenial terhadap pemanfaatan media sosial dalam berwirausaha bidang pertanian di Kabupaten Sleman.

B. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan persepsi petani milenial terhadap pemanfaatan media sosial dalam berwirausaha bidang pertanian di Kabupaten Sleman.
2. Menganalisis faktor-faktor yang berkorelasi dengan persepsi petani milenial terhadap pemanfaatan media sosial dalam berwirausaha bidang pertanian di Kabupaten Sleman.

C. Kegunaan Penelitian

1. Bagi akademisi atau peneliti, penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk sebagai referensi, sumber literatur atau perbandingan penelitian selanjutnya.
2. Bagi kelompok petani milenial, penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan penyusunan strategi dalam pelaksanaan program-program yang akan dilaksanakan.
3. Bagi pemerintah, sebagai literatur pertimbangan pembuatan kebijakan atau program pertanian khususnya untuk petani milenial.