

FUNGSI GRUP MEDIA SOSIAL DALAM WIRAUSAHA PERTANIAN PADA PETANI MILENIAL KABUPATEN SLEMAN

INTISARI

Mutia Ayu Syafitri
21/490594/PMU/11008

Petani milenial merupakan petani yang berusia muda dan atau mampu mengadopsi dan menginovasi teknologi pertanian yang lebih modern. Program tersebut dilakukan dengan cara mengumpulkan para petani milenial dalam suatu perkumpulan fisik dan virtual. Grup virtual yang digunakan yakni *whatsapp group* oleh koordinator wilayah petani milenial bersama Dinas Pertanian Sleman, penyuluh dan Kementerian Pertanian. Grup *whatsapp* yang dibentuk pada prinsipnya memiliki kesamaan dengan grup fisik yang kita jumpai pada umumnya, hanya saja grup ini berbentuk virtual yang diharapkan memiliki manfaat seperti grup fisik kelompok tani, yaitu sebagai wahana belajar, kerjasama, produksi dan bisnis. Kondisi demikian, dilakukan penelitian dengan tujuan mengetahui karakteristik petani milenial di Kabupaten Sleman dalam wirausaha pertanian, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku petani milenial untuk berwirausaha pertanian, serta menganalisis dampak peran grup media sosial dan faktor yang berpengaruh dalam wirausaha petani milenial di Kabupaten Sleman. Pada penelitian ini, digunakan tinjauan pustaka mengenai peran media sosial, petani milenial, group dynamic, *self-efficacy*, peran penyuluh, peran *marketplace* dan wirausaha dibidang pertanian. Untuk landasan teori menggunakan teori perilaku teori medan, teori peran dan teori wirausaha. Analisis fungsi grup media sosial terhadap wirausaha pada petani milenial di Kabupaten Sleman pada awalnya dianalisis menggunakan SEM, namun berdasarkan uji coba goodness of fit, hasil menunjukkan data yang tidak fit, sehingga diubah menjadi analisis jalur. Berdasar analisis diperoleh faktor internal yang memengaruhi budidaya *on-farm* pada petani milenial adalah keterampilan dan penggunaan media sosial. Sedangkan untuk budidaya *off-farm*, faktornya adalah *self-efficacy* dan media sosial. Faktor eksternal yang berpengaruh adalah peran penyuluh untuk budidaya *on-farm*, sedangkan peran *marketplace* dan penyuluh untuk wirausaha *off-farm* petani milenial. Semakin banyak peran tersebut, semakin baik hasil budidayanya.

Kata kunci : Petani milenial, grup media sosial, dinamika kelompok, wirausaha pertanian

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA GROUPS IN AGRICULTURAL ENTREPRENEURSHIP AMONG MILLENNIAL FARMERS IN SLEMAN REGENCY

ABSTRACT

Mutia Ayu Syafitri
21/490594/PMU/11008

Millennial farmers are farmers who are young and/or able to adopt and innovate more modern agricultural technology. This program is carried out by gathering millennial farmers in a physical and virtual association. The virtual group used is the *Whatsapp* group by the regional coordinator of millennial farmers together with the Sleman Agricultural Service, extension workers and the Ministry of Agriculture. The *Whatsapp* group that was formed in principle maybe has similarities with the physical groups, only this group is in virtual form which is expected to have benefits like the physical group of farmer groups, the use of grup for learning, cooperation, production and business. In this condition, research was carried out with the aim of determining the characteristics of millennial farmers in Sleman Regency, analyzing the factors that influence the behavior of millennial farmers in agricultural entrepreneurship, and analyzing the role of social media groups and the factors that influence millennial farmer entrepreneurship in Sleman Regency. In this research, literature review was used regarding the role of social media, millennial farmers, group dynamics, *self-efficacy*, the role of extension workers, the role of the *marketplace* and entrepreneurs in the agricultural sector. For theoretical foundations, use field theory behavior theory, role theory and entrepreneurial theory. The analysis of the function of social media groups on entrepreneurship in millennial farmers in Sleman Regency was initially analyzed using SEM, but based on the goodness of fit trial, the results showed data that was not fit, so it was downgraded to path analysis. Based on the analysis, internal factors that influence *on-farm* cultivation in millennial farmers are skills and the use of social media. Meanwhile, for *off-farm*, the factors are *self-efficacy* and social media. Influential external factors are the role of extension workers for *on-farm* cultivation, while the role of *marketplaces* and extension workers for millennial farmer *off-farm* entrepreneurs. The more roles there are, the better agriculture results.

Keyword: Millennial farmer, social media group, group dynamic, agricultural entrepreneurship