

**Sikap dan Pengalaman Petani Milenial dalam Memanfaatkan Media Sosial
untuk Mendukung Keberhasilan Berwirausaha Pertanian**

***Attitudes and Experiences of Millennial Farmers in Using Social Media to
Support the Success of Agricultural Entrepreneurship***

¹Detia Tri Yunandar, ²Sunarru Samsi Hariadi, ³Alia Bihrajihant Raya

¹Politeknik Pembangunan Pertanian (Polbangtan) Manokwari,
Papua Barat, Indonesia

²Penyuluhan dan Komunikasi Pembangunan, Sekolah Pascasarjana
Universitas Gadjah Mada (UGM), Yogyakarta, Indonesia

³Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian, Departemen Sosial-Ekonomi Pertanian,
Fakultas Pertanian, Universitas Gadjah Mada (UGM), Yogyakarta, Indonesia
email: detiatri@gmail.com

ABSTRAK

Era new normal telah melahirkan dan menuntut adanya pola baru dalam beraktivitas termasuk dalam berwirausaha pertanian, salah satunya yaitu dengan mengurangi terjadinya kontak fisik secara langsung. Pemanfaatan media sosial dapat menjadi strategi efektif untuk mendukung keberhasilan berwirausaha di era new normal. Penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan sikap dan pengalaman petani milenial dalam memanfaatkan media sosial untuk mendukung aktivitas dan keberhasilan berwirausaha pertanian. Penelitian menggunakan metode survey. *Sample* penelitian sebanyak 108 orang responden, meliputi petani milenial yang menjadi peserta program PWMP tahun 2016 dan 2017, di wilayah Provinsi D.I. Yogyakarta, Jawa Barat, dan Jawa Timur. Penelitian menggali informasi tentang sikap dan pengalaman petani milenial dalam memanfaatkan berbagai jenis media sosial, termasuk *online shop*. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif meliputi rerata dan persentase. Hasil penelitian menunjukkan bahwa petani milenial memiliki sikap setuju (69,8%) terhadap pemanfaatan media sosial dalam aktivitas wirausaha pertanian. Sebagian besar petani milenial (69,44%) telah menggunakan media sosial untuk mendukung aktivitas dan keberhasilan wirausaha pertanian yang dijalankan. Media sosial yang digunakan terutama yaitu WhatsApp (62,96%), Instagram (46,30%), Facebook (43,52%), Line (15,74%), dan Twitter (8,33%). Terdapat sebanyak 30,56% petani milenial telah bergabung dalam komunitas usaha tani melalui berbagai jenis media sosial. Petani milenial memanfaatkan media sosial terutama untuk memperluas jejaring kerjasama, mempromosikan dan memasarkan produk, serta memperoleh atau berbagi informasi dan pengetahuan terkait usaha pertanian. Penting untuk mendorong dan memperkuat sikap positif dan pengalaman petani milenial dalam memanfaatkan media sosial, untuk mendukung keberhasilan wirausaha pertanian, baik melalui pendidikan maupun penyuluhan berbasis *experiential learning* bagi petani milenial.

Kata kunci: Sikap, pengalaman, petani milenial, media sosial, wirausaha pertanian.

ABSTRACT

The new normal era bring up and demand a new pattern of activities including agricultural business, one of which is by minimizing direct physical contact. The use of social media can be an effective strategy to support the success of entrepreneurship in the new normal era. The research aims to describe the attitudes and experiences of millennial farmers in utilizing social media to support the activities and success of agricultural entrepreneurship. This research uses survey method. The research sample were 108 respondents, including millennial farmers who participated in the 2016 and 2017 PWMP programs, in the Province of D.I. Yogyakarta, West Java and East Java. The research explores information about millennial farmers' attitudes and experiences in utilizing various types of social media, including online shops. Data were analyzed using descriptive statistics including mean and percentage. The results showed that millennial farmers have an agreed attitude (69.8%) towards the use of social media in agricultural entrepreneurial activities. The majority of millennial farmers (69.44%) have used social media to support the activities and success of the agricultural entrepreneurship being carried out. The social media used are mainly WhatsApp (62.96%), Instagram (46.30%), Facebook (43.52%), Line (15.74%), and Twitter (8.33%). As many as 30.56% of millennial farmers have joined the virtual farming community through various types of social media. Millennial farmers use social media primarily to expand cooperation networks, promote and market products, as well as obtain or share information and knowledge related to agricultural businesses. It is important to encourage and strengthen the positive attitude and experience of millennial farmers in utilizing social media, to support the success of agricultural entrepreneurs, both through experiential learning-based education and extension for millennial farmers.

Keywords: Attitude, experience, millennial farmers, social media, agricultural entrepreneurship.

PENDAHULUAN

Pertanian pada tahun 2020-2024 diarahkan untuk mewujudkan pertanian yang maju, mandiri, dan modern. Berkaitan dengan itu, telah ditetapkan beberapa target utama pembangunan pertanian, salah satunya yaitu penumbuhan pengusaha milenial sebanyak 2,5 juta orang hingga tahun 2024 (BPPSDMP, 2020). Untuk mendukung tercapainya target tersebut, maka penumbuhan petani milenial menjadi wirausahawan muda pertanian merupakan langkah yang strategis dan efektif.

Upaya penumbuhan petani milenial menjadi wirausahawan muda pertanian memiliki dua strategi penting, yaitu pengembangan wirausahawan muda pertanian, dan membangun wirausaha di sektor pertanian. Pengembangan wirausahawan muda pertanian yang berarti melibatkan pemuda di sektor pertanian merupakan strategi efektif untuk memastikan berjalannya regenerasi sumber daya manusia pertanian. Pembangunan pertanian di Indonesia saat ini masih menghadapi permasalahan tidak berjalannya regenerasi sumber daya manusia pertanian dengan baik, yang salah satu penyebabnya adalah karena semakin menurunnya minat pemuda untuk bekerja di sektor pertanian (Pusdiktan, 2017). Data BPS menunjukkan bahwa selama tahun 2014-2018, proporsi tenaga kerja pertanian terhadap angkatan kerja nasional terus

menurun, yaitu sebesar 34 persen pada tahun 2014, dan menjadi 30 persen pada tahun 2018. Pada tahun 2016-2018, sebagian besar tenaga kerja pertanian berada pada kelompok usia 60 tahun ke atas, dengan kecenderungan jumlah yang terus meningkat. Sedangkan tenaga kerja pada kelompok usia produktif, terutama pada kelompok usia 15-35 tahun yang dikategorikan sebagai kelompok pemuda, kecenderungan jumlahnya semakin menurun (BPS, 2018). Pelibatan pemuda dalam pengembangan wirausaha pertanian dapat memastikan keberlangsungan regenerasi sumber daya manusia pertanian (Yunandar *et al.*, 2019a). Agumagu *et al.* (2017) menyatakan bahwa pemuda seharusnya dilibatkan dalam pertanian agar dapat memastikan berjalannya regenerasi pertanian.

Strategi selanjutnya yaitu membangun wirausaha di sektor pertanian, sebagai langkah efektif dalam memajukan sektor pertanian. Kewirausahaan di sektor pertanian dapat menjadi upaya mengatasi permasalahan pengangguran, pendorong kemajuan teknologi dan inovasi, serta menjadi mesin penggerak kemajuan ekonomi dan sosial (Kuswaha dan Maru, 2015).

Petani milenial menurut Peraturan Menteri Pertanian Nomor 04 dan Nomor 09 Tahun 2019 tentang Pedoman Gerakan Pembangunan Sumber Daya Manusia Pertanian Menuju Lumbung Pangan Dunia 2045, adalah petani berusia 19-39 tahun, dan/atau petani yang adaptif terhadap teknologi digital. Berdasarkan batasan tersebut, maka petani milenial merupakan pemuda atau generasi muda pertanian. Petani atau pemuda milenial merupakan petani atau pemuda yang lahir pada kisaran tahun 1980-2000 (Kementerian PPPA dan BPS, 2018). Berkaitan dengan itu, petani milenial sebagai pemuda saat ini, memiliki karakteristik penting yaitu mudah mengenali dan terbiasa menggunakan internet, serta aktif menggunakan media sosial (Zmarlicki dan Jablonska, 2007; Orifah *et al.*, 2017). Media sosial di saat sekarang, dapat menjadi media efektif bagi petani milenial untuk digunakan dalam berwirausaha pertanian. Terutama di era *new normal* yang telah memunculkan dan menuntut adanya pola baru dalam kehidupan manusia, termasuk dalam aktivitas berwirausaha, salah satunya yaitu mengurangi adanya kontak fisik antara seseorang atau kelompok dengan orang atau kelompok lainnya.

Untuk membangun petani milenial yang berwirausaha pertanian, Kementerian Pertanian, melalui Pusat Pendidikan Pertanian, Badan Penyuluhan dan Pengembangan SDM Pertanian, tengah menempuh beberapa upaya strategis, di antaranya yaitu penyelenggaraan program Penumbuhan Wirausahawan Muda Pertanian (PWMP). PWMP bertujuan untuk membentuk pemuda yang memiliki kompetensi dan minat berwirausaha di sektor pertanian. Upaya ini diselenggarakan dengan memberikan pembelajaran kewirausahaan bagi petani milenial yang meliputi mahasiswa dan alumni Perguruan Tinggi bidang pertanian, dengan menerapkan metode *experiential learning*, yaitu dengan memberikan pembelajaran pengalaman nyata berwirausaha pertanian. PWMP diharapkan dapat membentuk sikap dan memberikan pengalaman yang dapat mengembangkan kompetensinya dalam berwirausaha pertanian. Selaras dengan karakteristik pemuda saat ini, petani milenial juga aktif dalam menggunakan media berbasis internet, termasuk media sosial. Berkaitan dengan itu, maka penelitian dilakukan dengan tujuan:

- (1) Mendeskripsikan sikap petani milenial terhadap pemanfaatan media sosial dalam berwirausaha pertanian;
- (2) Mendeskripsikan pengalaman petani milenial dalam memanfaatkan media sosial untuk mendukung aktivitas dan keberhasilan berwirausaha pertanian.

MATERI DAN METODE

Penelitian menggunakan metode survey. *Sample* penelitian ditetapkan sebanyak 108 orang responden, meliputi petani milenial yang terdiri atas mahasiswa dan alumni Perguruan Tinggi bidang pertanian, yang menjadi peserta program PWMP tahun 2016 dan 2017, di wilayah Provinsi D.I. Yogyakarta, Jawa Barat, dan Jawa Timur. Variabel penelitian meliputi: sikap petani milenial terhadap pemanfaatan media sosial dalam berwirausaha pertanian dan pengalaman petani milenial dalam memanfaatkan media sosial untuk mendukung aktivitas dan keberhasilan berwirausaha pertanian. Sikap diukur dengan menggunakan Skala Likert yaitu Sangat Tidak Setuju (0), Tidak Setuju (1), Ragu-ragu (2), Setuju (3), dan Sangat Setuju (4). Sedangkan pengalaman diukur dengan pertanyaan tertutup terdiri atas Tidak (0) dan Ya (1). Data dianalisis dengan statistik deskriptif yang meliputi persentase dan rata-rata (*Mean*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sikap Petani Milenial terhadap Pemanfaatan Media Sosial dalam Berwirausaha Pertanian

Sikap diartikan sebagai predisposisi atau kecenderungan yang dipelajari untuk memberikan respons setuju atau tidak setuju secara konsisten mengenai objek tertentu (Fishbein dan Ajzen, 1975, dalam Yunandar *et al.*, 2019b). Sikap petani milenial terhadap pemanfaatan media sosial dalam berwirausaha dapat dipahami sebagai kecenderungan untuk memberikan respons setuju atau tidak setuju mengenai pemanfaatan media sosial dalam aktivitas wirausaha pertanian.

Tabel 1 memperlihatkan bahwa sebagian besar petani milenial setuju bahwa pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan produk merupakan strategi penting yang menentukan keberhasilan wirausaha pertanian (78,0%), petani milenial setuju bahwa pemanfaatan media sosial merupakan strategi efektif untuk membuka peluang kerjasama mulai dari penyediaan bahan baku sampai dengan pemasaran (70,0%), petani milenial ragu-ragu bahwa pemanfaatan media sosial tidak memberatkan meskipun memerlukan tambahan biaya untuk membeli paket data internet (60,0%), petani milenial setuju bahwa mempromosikan produk dengan cara memanfaatkan media sosial lebih mudah daripada dengan cara konvensional (65,0%), dan petani milenial memberikan sikap setuju bahwa pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan produk dapat menekan kebutuhan biaya promosi (76,0%).

Tabel 1. Sikap Petani Milenial terhadap Pemanfaatan Media Sosial dalam Berwirausaha Pertanian

Pernyataan	Rata-rata	Tingkat Capaian (%)
Pemanfaatan media sosial untuk promosi produk merupakan strategi penting yang menentukan keberhasilan wirausaha pertanian	3,9	78,0
Pemanfaatan media sosial dalam berwirausaha pertanian merupakan strategi efektif untuk membuka peluang kerjasama mulai dari penyediaan bahan baku hingga pemasaran produk	2,8	70,0

Pernyataan	Rata-rata	Tingkat Capaian (%)
Pemanfaatan media sosial tidak memberatkan meskipun memerlukan tambahan biaya untuk membeli paket data internet	2,4	60,0
Promosi produk dengan cara memanfaatkan media sosial lebih mudah daripada dengan cara konvensional	2,6	65,0
Pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan produk dapat menekan kebutuhan biaya promosi	3,8	76,0
Rata-rata Umum	3,1	69,8
Kategori		Setuju

Sumber: Survey lapangan (2018).

Secara keseluruhan, sikap petani milenial terhadap pemanfaatan media sosial dalam berwirausaha pertanian adalah setuju, dengan tingkat capaian sebesar 69,8%. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa petani milenial menyetujui untuk menggunakan media sosial dalam aktivitas wirausaha pertaniannya. Hal ini sejalan dengan karakteristik pemuda saat ini sebagaimana yang dikemukakan Zmarlicki dan Jablonska (2007) bahwa pemuda masa sekarang memiliki karakteristik untuk lebih mudah dan terbiasa menggunakan media berbasis internet, termasuk media sosial. Orifah *et al.* (2017) mengemukakan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan pemuda saat ini. Adebayo dan Kavoos (2016) menemukan bahwa pemuda yang aktif menggunakan media sosial memiliki orientasi berwirausaha pertanian. Sikap setuju petani milenial sebagaimana dibuktikan dalam penelitian memberikan implikasi bahwa petani milenial cenderung akan mudah dan memiliki kemauan untuk memanfaatkan media sosial untuk mendukung aktivitas wirausaha pertaniannya.

Sikap positif petani milenial terhadap pemanfaatan media sosial dalam berwirausaha pertanian dapat menentukan intensi dan perilaku petani milenial di masa mendatang untuk secara konsisten memanfaatkan media sosial untuk mendukung aktivitas dan keberhasilan wirausaha pertaniannya. Berkaitan dengan itu, maka sikap positif petani milenial tersebut perlu terus dibangun dan diperkuat, salah satunya strateginya yaitu melalui penyuluhan yang memberikan pembelajaran wirausaha pertanian dengan pendekatan *experiential learning* (Yunandar *et al.*, 2019).

Pengalaman Petani Milenial dalam Memanfaatkan Media Sosial untuk Mendukung Keberhasilan Wirausaha Pertanian

Petani milenial telah memanfaatkan media berbasis internet, khususnya media sosial dalam berwirausaha pertanian. Petani milenial memiliki beragam tujuan dalam pemanfaatan media sosial di antaranya adalah untuk memperoleh dan berbagi pengetahuan serta ide terkait berwirausaha pertanian, memperoleh dan berbagi informasi terkait akses modal dan sarana produksi, dan terutama mempromosikan serta memasarkan atau menjual produk wirausaha pertaniannya. Secara keseluruhan, sebagian besar petani milenial (69,44%) telah memanfaatkan media sosial untuk mendukung aktivitas dan keberhasilan wirausaha pertanian yang dijalankan. Dari 108 orang petani milenial, terdapat sebanyak 30,56% petani milenial yang bergabung dalam komunitas usaha tani melalui berbagai jenis media sosial, terutama *WhatsApp Group* dan *Facebook Group*. *Group virtual* tersebut menjadi

media informasi dan komunikasi bagi petani milenial dalam berwirausaha pertanian. Tabel 2 menunjukkan sebaran petani milenial menurut pemanfaatan media sosial dalam berwirausaha pertanian.

Tabel 2. Sebaran Petani Milenial Menurut Pemanfaatan Media Sosial dalam Berwirausaha Pertanian

No	Jenis Media Sosial yang Dimanfaatkan ^{*)}	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	<i>Whatsapp</i>	68	62,96
2	<i>Instagram</i>	50	46,30
3	<i>Line</i>	17	15,74
4	<i>Twitter</i>	9	8,33
5	<i>Facebook</i>	47	43,52

Keterangan: ^{*)} Setiap petani milenial dapat memanfaatkan lebih dari 1 jenis media sosial.

Sumber: Survey lapangan (2018).

Tabel 2 memperlihatkan bahwa media sosial yang paling banyak digunakan oleh petani milenial dalam berwirausaha pertanian adalah *Whatsapp* (62,96%), diikuti oleh *Instagram* (46,30%), *Facebook* (43,52%), *Line* (15,74%), dan *Twitter* (8,33%). Pemanfaatan media sosial oleh petani milenial dalam berwirausaha pertanian secara umum adalah untuk mempromosikan produk, tawar menawar produk, saling berbagi dan bertukar informasi terkait wirausaha di sektor pertanian.

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pemuda milenial telah memanfaatkan berbagai jenis media sosial, memberikan implikasi bahwa akses media tersebut dapat dioptimalkan perannya dalam aktivitas wirausaha pertanian petani milenial. Dalam hal ini, agar berbagai media sosial tersebut dapat optimal dalam mendukung wirausaha pertanian petani milenial, maka pemanfaatannya perlu disesuaikan dengan masing-masing bentuk dan fungsinya. Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media untuk pemasaran (promosi dan penjualan), membangun jejaring usaha (kerjasama), dan berbagi informasi tentang wirausaha pertanian. Media sosial merupakan media pemasaran digital (berbasis *online*) yang efektif dan efisien, serta tepat digunakan di era informasi dan *new normal* saat ini. Melalui pemanfaatan media sosial, maka kontak fisik antara produsen, konsumen, dan *stakeholders* lainnya dapat diminimalisir.

Media sosial jenis *Whatsapp* tepat digunakan sebagai media komunikasi personal (*face-to-face*) dalam promosi, penjualan, dan kerjasama. *Whatsapp* juga merupakan media yang tepat untuk membangun komunitas atau kelompok terkait wirausaha pertanian, yaitu melalui *Whatsapp group*, yang dapat digunakan sebagai forum untuk berdiskusi dan berbagi pengetahuan serta informasi terkait produk, harga, akses modal, pasar, dan aktivitas wirausaha lainnya. Saat ini juga telah tersedia fitur *Whatsapp business* yang tepat digunakan oleh pengusaha milenial untuk mendukung wirausaha pertaniannya. Media sosial jenis *Instagram* tepat digunakan sebagai media promosi, dan media komunikasi personal antar pelaku usaha dan/atau antara pelaku usaha dengan konsumen atau calon konsumen, dan dengan *stakeholders* lainnya. Media sosial jenis *Facebook* tepat digunakan sebagai media untuk promosi, misalnya dengan memanfaatkan fasilitas *fanpage* dan/atau *Facebook Ads*, dan media untuk membangun komunitas atau kelompok melalui fitur *Group*, yang dapat dimanfaatkan

sebagai forum diskusi, berbagi pengetahuan, dan informasi terkait aktivitas wirausaha pertanian.

Media sosial jenis *Line* tepat digunakan sebagai media untuk promosi, misalnya dengan memanfaatkan pesan *broadcast*, membagikan kupon promosi secara langsung kepada semua pengikut akun pelaku usaha, dan juga membagikan informasi melalui fitur *timeline*. Selanjutnya, media sosial *Twitter* tepat digunakan sebagai media untuk mempromosikan produk dan membangun komunitas untuk berbagi ide dan informasi. *Twitter* juga efektif digunakan sebagai media untuk mengetahui atau mengidentifikasi keinginan pasar atau calon konsumen (Evans, 2010).

KESIMPULAN

Petani milenial memiliki sikap setuju (69,8%) terhadap pemanfaatan media sosial dalam aktivitas wirausaha pertanian. Sebagian besar petani milenial (69,44%) telah menggunakan media sosial untuk mendukung aktivitas dan keberhasilan wirausaha pertanian yang dijalankan. Media sosial yang digunakan terutama yaitu *WhatsApp* (62,96%), *Instagram* (46,30%), *Facebook* (43,52%), *Line* (15,74%), dan *Twitter* (8,33%). Terdapat sebanyak 30,56% petani milenial telah bergabung dalam komunitas usaha tani melalui berbagai jenis media sosial. Petani milenial memanfaatkan media sosial terutama untuk memperluas jejaring kerjasama, mempromosikan dan memasarkan produk, serta memperoleh atau berbagi informasi dan pengetahuan terkait usaha pertanian, baik mengenai produk, harga, pasar, akses modal, dan informasi serta pengetahuan lainnya.

Sikap positif dan adanya pengalaman petani milenial dalam memanfaatkan media sosial untuk mendukung aktivitas dan keberhasilan wirausaha pertaniannya, merupakan potensi dan kekuatan untuk tumbuhnya wirausahawan muda pertanian yang adaptif dengan perkembangan era informasi dan *new normal* saat ini. Untuk itu, penting untuk mendorong dan memperkuat sikap positif dan pengalaman petani milenial dalam memanfaatkan media sosial tersebut, untuk mendukung keberhasilan wirausaha pertanian di era *new normal* saat ini dan di masa mendatang, baik melalui pendidikan maupun penyuluhan berbasis *experiential learning* bagi petani milenial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih atas Hibah Penelitian No. 2129/UN1/DITLIT/DIT-LIT/LT/2019 Universitas Gadjah Mada (UGM) Yogyakarta, yang telah mendukung dan memfasilitasi penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adebayo, G.S., & Kavoos, M. (2016). The present attitude of African youth towards entrepreneurship. *International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*, 4(1), 21-38.
- Agumagu, A.C., Ifeanyi-obi, C.C., & Agu, C. (2017). Perception of agriculture students towards farming as a means of sustainable livelihood in Rivers State, Nigeria.

- Proceedings of the Annual Conference of the Agricultural Extension Society of Nigeria, Twenty-Second Annual Conference, 23rd-26th April 2017* (pp. 108-116). University of Port Harcourt, River State, Nigeria: Agricultural Extension Society of Nigeria. doi: 10.4314/jae.v22i1.12S.
- BPPSDMP. (2020). Arah Kebijakan BPPSDMP Tahun 2020. Disampaikan pada Rapat Koordinasi Teknis Pendidikan Vokasi Pertanian, Badan Penyuluhan dan Pengembangan SDM Pertanian (BPPSDMP), di Bogor, 19 Januari 2020.
- BPS. (2018). Keadaan Angkatan Kerja di Indonesia Agustus 2018. Jakarta: Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Evans, D. (2010). *Social media marketing: the next generation of business engagement*. Indianapolis, Indiana: Wiley Publishing, Inc.
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak dan Badan Pusat Statistik. (2018). *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Kushwaha, B.P., & Maru, F.Y. (2015). The attitude of management students towards entrepreneur and entrepreneurship. *International Journal of Research in Management and Technology (IJRMT)*, 5(4), 2249-9563.
- Orifah, M.O., Ijeoma, M.C., Olajide, B.R., & Wigwe, C.C. (2017). Use of social media by agricultural undergraduate students in selected universities in Nigeria. *Journal of Agricultural Extension*, 21(2), 120-128. doi: 10.4314/jae.v21i2.10.
- Peraturan Menteri Pertanian Nomor: 04 Tahun 2019 tentang Pedoman Gerakan Pembangunan Sumber Daya Manusia Pertanian Menuju Lumbung Pangan Dunia 2045.
- Peraturan Menteri Pertanian Nomor: 09 Tahun 2019 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Pertanian Nomor: 04 Tahun 2019 tentang Pedoman Gerakan Pembangunan Sumber Daya Manusia Pertanian Menuju Lumbung Pangan Dunia 2045.
- Pusdiktan. (2017). *Rencana Strategis Pusat Pendidikan Pertanian Tahun 2015-2019 (Revisi)*. Jakarta: Pusat Pendidikan Pertanian, Badan Penyuluhan dan Pengembangan SDM Pertanian, Kementerian Pertanian.
- Yunandar, D.T., Hariadi, S.S., & Raya, A.B. (2019a). Students' attitude towards agricultural entrepreneurship in selected vocational colleges in Indonesia. *Journal of Agricultural Extension*, 23(2), 147-153. doi: 10.4314/jae.v23i2.15.
- Yunandar, D.T., Hariadi, S.S., & Raya, A.B. (2019a). Strategi Penyuluhan Pembangunan: Teori dan Praktik untuk Pengembangan Minat Pemuda Milenial dalam Wirausaha Pertanian. Yogyakarta: Penerbit Pintal
- Zmarlicki, K., & Jablonska, L. (2007). Important trends and required skills in Poland (A). In de Wolf, P., & Schoorlemmer, H. (Eds.). *Exploring the significance of entrepreneurship in agriculture* (pp. 69-80). Frick, Switzerland: Research Institute of Organic Agriculture.