

Minat Gen Z dalam Beternak Sapi di Kecamatan Simo Kabupaten Boyolali

(Gen Z's Interest in Raising Cattle in Simo District, Boyolali Regency)

Ardian Ozzy Wianto^{1*}, Ardela Nurmastiti²

¹Universitas Muhammadiyah Karanganyar, Jl. Raya Solo-Tawangmangu, Papahan, Tasikmadu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah, Indonesia

²Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Jl. Padjadjaran, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, D I Yogyakarta, Indonesia

*Corresponding author: ardianozy1@gmail.com

Abstrak. Usaha pemeliharaan ternak sapi merupakan salah satu usaha yang dapat dijadikan sebagai sumber mata pencaharian bagi masyarakat di pedesaan. Tantangan yang muncul dalam industri peternakan, seperti proses yang menuntut fisik dan ketidakpastian pendapatan, juga menyebabkan generasi muda enggan melanjutkan tradisi bertani atau beternak. Minat usia muda yang selanjutnya disebut dengan Generasi Z terhadap sektor peternakan semakin lama menunjukkan keberhasilan. Hal ini membuktikan bahwa usaha di bidang peternakan masih memiliki potensi yang besar. Ketertarikan Generasi Z pada pekerjaan urban dan sektor digital yang semakin meningkat tidak sepenuhnya menghilangkan peluang di sektor peternakan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji faktor pembentuk minat generasi Z dalam beternak sapi dan untuk menganalisis faktor yang berpengaruh terhadap minat generasi Z dalam beternak sapi. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa pendapatan, lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat dan status sosial berpengaruh signifikan ($p < 0,05$) terhadap minat generasi Z dalam beternak sapi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pembentuk minat yang meliputi pendapatan, lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat dan status sosial termasuk dalam kategori tinggi. Minat generasi Z dalam beternak sapi juga termasuk dalam kategori tinggi karena mereka mendapatkan perasaan senang saat berusaha ternak sapi potong, sehingga memunculkan minat pemuda untuk beternak sapi. Faktor pembentuk minat yang meliputi pendapatan, lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat dan status sosial menunjukkan pengaruh nyata terhadap minat generasi Z dalam berusaha ternak sapi. Kesimpulan dari penelitian ini adalah faktor pembentuk minat yang meliputi pendapatan, lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat dan status sosial termasuk dalam kategori tinggi.

Kata kunci: generasi Z, minat, ternak, sapi

Abstract. Cattle farming is one of the businesses that can be used as a source of livelihood for people in rural areas. Challenges that arise in the livestock industry, such as physically demanding processes and income uncertainty, also cause the younger generation to be reluctant to continue the tradition of farming or raising livestock. The interest of young people, hereinafter referred to as Generation Z, in the livestock sector has been increasingly successful. This proves that businesses in the livestock sector still have great potential. Generation Z's increasing interest in urban jobs and the digital sector does not completely eliminate opportunities in the livestock sector. The purpose of this study was to examine the factors that shape Generation Z's interest in raising cattle and to analyse the factors that influence Generation Z's interest in raising cattle. The study used a quantitative descriptive approach with data analysis using multiple linear regression. The results showed that the factors that shape interest including income, family environment, community environment and social status are included in the high category. Generation Z's interest in raising cattle is also included in the high category because by raising beef cattle they will get a feeling of pleasure, thus giving rise to the interest of young people in raising cattle. Factors that shape interest, including income, family environment, community environment and social status, have a significant influence on Generation Z's interest in raising cattle. The conclusion of this study is that the factors that form interest, including income, family environment, community environment and social status, are included in the high category.

Keywords: cows, generation Z, interests, livestock

1. Pendahuluan

Usaha pemeliharaan sapi adalah salah satu alternatif sumber mata pencaharian yang menjanjikan bagi masyarakat di daerah pedesaan. Ternak sapi adalah hewan peliharaan yang sebagian besar dari kehidupannya diatur dan diawasi oleh manusia dan dipelihara khususnya diambil manfaatnya untuk kepentingan manusia, manfaat sapi untuk kehidupan manusia dapat digolongkan kedalam segi ekonomis, pemenuhan gizi dan sosial budaya [1]. Manfaat dari ternak sapi bagi kehidupan manusia dapat dilihat dari beberapa aspek, seperti ekonomi, pemenuhan gizi, dan nilai sosial budaya. Ternak sapi potong memiliki manfaat yang lebih luas dan nilai ekonomis yang lebih tinggi dibandingkan dengan jenis ternak lainnya. Aktivitas usaha ternak sapi sangat menarik, sehingga mampu memicu pertumbuhan yang signifikan dalam sektor usaha. Sebaliknya, hewan ternak dengan nilai manfaat dan ekonominya yang rendah cenderung mengalami penurunan secara alami [2]. Peternakan sapi di Indonesia sudah banyak berkembang, namun masih bersifat peternakan tradisional atau peternakan rakyat. Peternakan rakyat memiliki skala usaha yang kecil yaitu berkisar antara 1 sampai dengan 3 ekor ternak [3]. Skala usaha yang rendah ini disebabkan oleh petani-peternak yang umumnya menjalankan kegiatan tersebut sebagai usaha sampingan. Tujuan utama mereka adalah untuk menabung, sehingga pengelolaan pemeliharaan hewan masih dilakukan secara konvensional [4].

Pemeliharaan yang dilakukan secara konvensional salah satunya dipengaruhi oleh usia peternak. Menurut Badan Pusat Statistik pada tahun 2016, usia peternak yang ada di Indonesia rata-rata terbesar diatas 54 tahun yaitu mencapai 8,26 juta jiwa [5]. Hal ini menunjukkan bahwa sektor peternakan didominasi oleh peternak usia lanjut, sedangkan partisipasi generasi muda dalam peternakan masih tergolong rendah. Kondisi ini turut diungkap oleh [6], yang menyatakan bahwa rendahnya minat generasi muda dalam sektor peternakan menjadi tantangan tersendiri dalam regenerasi pelaku usaha ternak dan adopsi teknologi modern dalam sistem pemeliharaan hewan ternak. Peternak di Indonesia didominasi oleh usia lanjut dan peternak muda masih cukup sedikit. Hal ini terjadi karena banyak generasi muda yang lebih tertarik untuk bekerja di kota dan memilih karir yang berhubungan dengan teknologi serta pekerjaan online yang menawarkan fleksibilitas dalam bekerja dan memiliki potensi hasil yang lebih besar. Tantangan yang muncul dalam industri peternakan, seperti proses yang menuntut fisik dan ketidakpastian pendapatan, juga menyebabkan generasi muda enggan melanjutkan tradisi bertani atau beternak. Hal ini berakibat kepada regenerasi dalam sektor peternakan, khususnya peternakan sapi, menghadapi hambatan yang serius, meskipun industri ini tetap penting bagi keberlanjutan ekonomi pedesaan dan ketahanan pangan [7].

Hambatan dan tantangan yang terjadi pada sektor peternakan tersebut tidak menyurutkan minat generasi muda dalam beternak di beberapa daerah. Minat usia muda yang selanjutnya disebut dengan Generasi Z terhadap sektor peternakan menunjukkan keberhasilan. Generasi Z sebagai generasi yang lahir pada tahun 1995-2012 atau 13-20 tahun (di tahun 2025) [8]. Hal ini membuktikan bahwa usaha di bidang peternakan masih memiliki potensi yang besar. Ketertarikan Generasi Z pada pekerjaan urban dan sektor digital yang semakin meningkat tidak sepenuhnya menghilangkan peluang di sektor peternakan. Beberapa individu Generasi Z yang memulai usaha peternakan telah menunjukkan bahwa sektor ini dapat menjadi pilihan karier yang menjanjikan, terutama dengan pendekatan peternakan berbasis teknologi modern dan pendekatan bisnis yang inovatif. Keberhasilan Generasi Z menjadi contoh nyata bahwa peternakan tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi, tetapi juga memberikan kebanggaan dalam melestarikan sektor yang vital bagi ketahanan pangan. Hal ini menjadikan inspirasi bagi Generasi Z lainnya untuk mempertimbangkan kembali peluang di sektor peternakan, terutama dengan integrasi teknologi dan inovasi bisnis yang lebih relevan dengan kehidupan modern [9].

Inspirasi peluang usaha dibidang peternakan akan dapat terealisasi dengan baik jika didasari dengan minat yang kuat. Setiap usaha yang akan dilakukan sebaiknya diawali dengan adanya minat yang kuat dari dalam diri individu. Minat ini tidak muncul begitu saja; ia berkembang dan mengalami pertumbuhan dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal, baik yang bersifat sosial maupun ekonomi. Faktor sosial biasanya berasal dari pengaruh lingkungan, seperti keluarga, masyarakat, dan status sosial seseorang. Sementara itu, faktor ekonomi berhubungan dengan pendapatan yang diterima, baik berupa uang maupun barang, yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup [10]. Berdasarkan hal tersebut,

maka dilakukan penelitian mengenai minat gen Z dalam beternak sapi di Kecamatan Simo Kabupaten Boyolali. Kecamatan Simo Boyolali merupakan salah satu daerah di Jawa Tengah yang memiliki populasi sapi potong dan perah yang tinggi, serta usaha peternakan tersebut menjadi sumber utama mata pencahariannya. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji faktor pembentuk minat generasi Z dalam beternak sapi dan untuk menganalisis faktor yang berpengaruh terhadap minat generasi Z dalam beternak sapi.

2. Metode Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Simo Kabupaten Boyolali. Penelitian ini mengadopsi pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan kuantitatif sendiri merupakan metode penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka dan dilakukan secara sistematis [11]. Hasil penelitian disajikan dalam bentuk angka yang bermakna, sesuai dengan tujuan penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan peristiwa saat ini. Hal ini dicapai melalui metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini melibatkan 34 peternak yang telah memiliki pengalaman beternak sapi selama minimal 2 tahun dengan jumlah sapi sebanyak minimal 1 ekor. Dalam penelitian ini, digunakan dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari peserta melalui kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari lembaga-lembaga yang relevan dengan topik penelitian. Pertama-tama, validitas dan reliabilitas masing-masing variabel yang terdapat dalam kuesioner akan diuji [12]. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana ukuran kuesioner ini stabil dan seberapa konsisten responden dalam memberikan jawaban. Untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat generasi Z dalam beternak sapi, digunakan analisis regresi linier berganda. Persamaan yang dirumuskan dalam analisis ini adalah sebagai berikut:

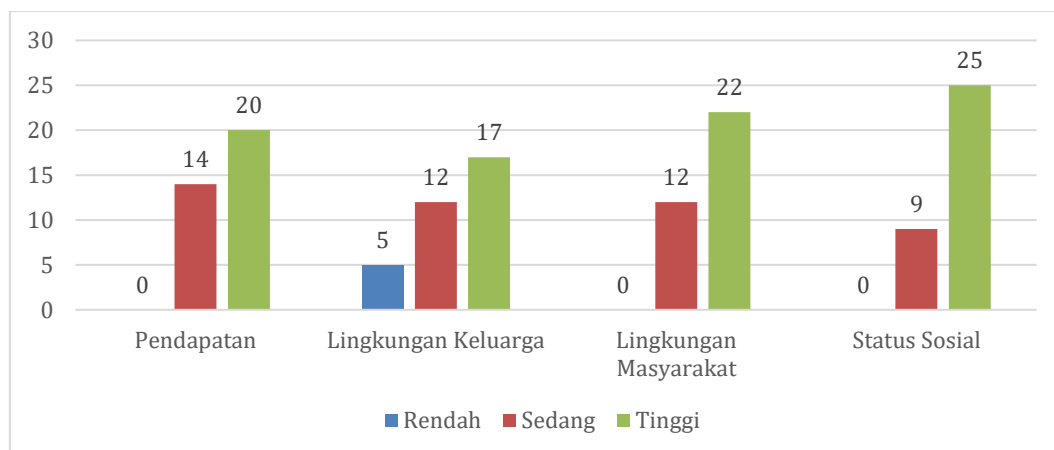
$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + bX_4 + e \quad (1)$$

Keterangan = Y : nilai prediksi Y (minat); a: bilangan konstan; b₁, b₂ : koefisien variabel bebas; X₁: pendapatan; X₂ : lingkungan keluarga; X₃ : lingkungan masyarakat; X₄ : status sosial; e: error

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Faktor Pembentuk Minat Gen Z dalam Beternak

Minat tidak muncul begitu saja; ia tumbuh dan berkembang dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal, baik sosial maupun ekonomi. Faktor sosial berhubungan dengan pengaruh dari lingkungan sekitar, seperti keluarga, masyarakat, dan status sosial individu. Sementara itu, faktor ekonomi berkaitan dengan pendapatan yang diperoleh individu, baik dalam bentuk uang maupun barang, yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari [10]. Penelitian ini melihat faktor pembentuk minat generasi Z dalam hal pendapatan, lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat dan status sosial. Hasil penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Faktor pembentuk minat gen Z dalam beternak sapi

Pendapatan dapat menjadi tolak ukur seseorang dalam melakukan suatu pekerjaan atau profesi. Hal dikarenakan pendapatan seseorang akan mempengaruhi pengeluaran harian, mingguan, bulanan, atau bahkan tahunannya. Tingkat pendapatan seseorang dapat berpengaruh terhadap gaya hidup seseorang. Pendapatan yang dihasilkan dari usaha peternakan sapi potong diukur berdasarkan potensi yang menjanjikan dan tingkat pendapatan yang dapat diraih. Hal ini menunjukkan bahwa beternak sapi potong tidak hanya mampu meningkatkan pendapatan, tetapi juga memberikan keuntungan yang menarik, sehingga mendorong generasi Z untuk terlibat dalam usaha ini. Dalam berwirausaha, pendapatan menjadi salah satu unsur yang sangat penting, karena setiap orang pasti ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh selama menjalankan usaha. [13]. Generasi Z memandang beternak sapi sebagai sebuah peluang yang dapat memberikan kestabilan ekonomi dan prospek jangka panjang yang lebih baik. Peternak juga mengungkapkan bahwa salah satu motivasi utama adalah keinginan untuk meningkatkan pendapatan demi memenuhi kebutuhan hidup yang semakin meningkat, termasuk kebutuhan pribadi, keluarga, dan investasi masa depan. Peternak generasi Z berpendapat bahwa beternak sapi tidak hanya sekadar pekerjaan, tetapi juga sebagai cara untuk mencapai kemandirian finansial, dimana responden dapat mengatur sendiri jalannya usaha dan memaksimalkan potensi pendapatan. Selain itu, generasi Z percaya bahwa sektor peternakan, khususnya sapi, menawarkan fleksibilitas dan potensi keuntungan yang tidak selalu tersedia dalam pekerjaan lain. Hal ini sejalan dengan [14] Generasi Z juga dapat memanfaatkan media sosial dan jejaring digital sebagai sarana promosi dan penjualan ternak, yang memperluas pasar dan meningkatkan potensi keuntungan secara signifikan dibanding pekerjaan konvensional karena sasaran utama dari kegiatan peternakan adalah untuk meraih keuntungan.

Lingkungan keluarga dievaluasi berdasarkan seberapa besar keinginan mereka untuk menjalankan usaha sapi potong serta seberapa mendesak kebutuhan ekonomi yang mereka hadapi. Kehidupan sehari-hari yang dekat dengan aktivitas beternak sapi, serta pengalaman yang diwariskan oleh anggota keluarga yang sudah lama berkecimpung di bidang ini. Orang tua yang melakukan usaha di bidang tertentu dapat menanamkan minat wirausaha pada anak mereka dalam bidang yang sama [10]. Selain itu, Generasi Z melihat beternak sapi sebagai cara yang efektif untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga. Dengan terjun ke dalam usaha yang sudah dikenal dan terbukti berhasil di lingkungan keluarga peternak, generasi Z berharap dapat berkontribusi lebih besar dalam meningkatkan pendapatan dan memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga secara keseluruhan. Motivasi untuk melanjutkan tradisi keluarga sekaligus memperbaiki kondisi ekonomi menjadi alasan kuat di balik minat generasi Z dalam beternak sapi.

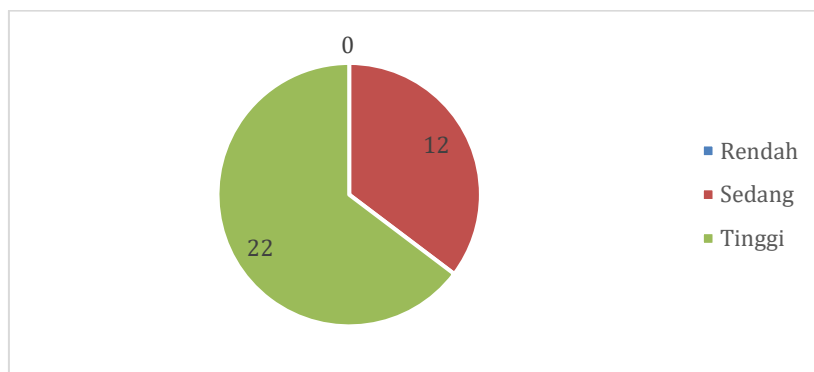
Lingkungan masyarakat diukur dari pengaruh yang ditimbulkan oleh sekitar, di mana banyak orang terlibat dalam usaha sapi potong. Dorongan ini semakin kuat dengan adanya peternak-peternak yang sukses dalam menjalankan usaha tersebut. Melihat banyaknya aktivitas beternak sapi potong di sekitar tempat tinggal mereka, timbul keinginan bagi warga untuk ikut serta dalam usaha ini. Interaksi dengan peternak sapi yang sudah sukses memberikan generasi Z gambaran nyata tentang peluang dan potensi keberhasilan yang bisa dicapai di bidang ini.

Status sosial dapat diukur melalui keinginan seseorang untuk dihargai dalam praktik peternakan sapi potong serta keinginan untuk mendapatkan penghormatan dalam usaha beternak sapi potong. Menurut generasi Z, menjadi peternak sapi yang berhasil tidak hanya memberikan stabilitas keuangan, tetapi juga meningkatkan posisi peternak dalam struktur sosial masyarakat. Dengan berhasil menekuni usaha ternak sapi, peternak berharap dapat memperoleh tempat yang lebih dihormati dan dihargai oleh orang-orang di sekitar responden. Generasi Z juga mencari pengakuan sosial yang bisa memberikan kepuasan pribadi dan memperkuat identitas di dalam masyarakat.

3.2. Minat Gen Z dalam Beternak Sapi

Minat merupakan suatu gejala ketertarikan dan keinginan yang mendalam dari seseorang terhadap hal-hal yang menarik, dan cenderung berlangsung dalam jangka waktu yang lama sehingga individu tersebut menjadi lebih berpengalaman [15]. Dalam konteks generasi Z, minat mereka terhadap beternak sapi potong dapat diukur melalui beberapa faktor, seperti keinginan untuk merasakan kebahagiaan,

kebutuhan akan perhatian, kesadaran akan pentingnya beternak, serta kemauan untuk terlibat dalam kegiatan beternak itu sendiri. Minat ini tidak muncul secara tiba-tiba; sebaliknya, ia berkembang melalui partisipasi dalam berbagai kegiatan serta kebiasaan yang terbangun selama proses belajar dan bekerja.



Gambar 2. Minat gen Z dalam beternak sapi

Berdasarkan Gambar 2. dapat dilihat bahwa mayoritas minat gen z dalam beternak sapi termasuk dalam kategori tinggi. Hal Ini menunjukkan bahwa sebagian pemuda percaya bahwa beternak sapi potong dapat memberikan kebahagiaan, yang pada gilirannya memunculkan minat mereka untuk melakukan usaha tersebut di Kecamatan Simo, Kabupaten Boyolali. Peternak merasa bahagia dan puas saat menjalani aktivitas beternak. Selain itu dengan beternak juga pengakuan dari masyarakat sekitar. Peternak juga melihat prospek di bidang peternakan sebagai sesuatu yang lebih jelas dan stabil dalam jangka panjang, menawarkan kesempatan untuk sukses yang lebih terjamin dibandingkan dengan pekerjaan di sektor industri seperti pabrik. Selain itu, keinginan untuk memiliki kontrol yang lebih besar atas pekerjaan turut mempengaruhi pilihan ini, dimana beternak memungkinkan gen Z untuk merasa lebih mandiri dan terlibat langsung dalam seluruh proses, sesuatu yang mereka anggap lebih bermakna dibandingkan dengan rutinitas pekerjaan di pabrik.

Minat memiliki peran penting dalam mendorong seseorang untuk mengeksplorasi lebih dalam suatu bidang serta mengasah keterampilan yang dimiliki. Biasanya, minat ini dibentuk oleh pengalaman pribadi dan pengaruh lingkungan sekitar. Individu yang memiliki minat yang mendalam terhadap suatu bidang umumnya menunjukkan motivasi yang tinggi, semangat yang membara, dan dedikasi untuk mengembangkan kemampuan mereka di area tersebut [16]. Usaha peternakan sapi tidak memerlukan tenaga tambahan yang berlebihan. Yang terpenting adalah adanya pasokan pakan dan air minum yang cukup, sehingga usaha ternak dapat berjalan dengan lancar [17].

3.3. Faktor yang Berpengaruh Terhadap Minat Gen Z dalam Beternak Sapi

Minat dapat dibagi menjadi dua jenis faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berkaitan dengan tingkat emosional yang dimiliki oleh peternak itu sendiri, sementara faktor eksternal dipengaruhi oleh kondisi sosial, situasi ekonomi, dan sistem pendukung yang ada [18]. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh berbagai variabel, yaitu variabel X yang mencakup pendapatan, lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, dan status sosial, terhadap variabel Y yang merupakan minat. Untuk melakukan analisis ini, digunakan metode regresi linier berganda guna mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat gen Z dalam beternak sapi. Hasil analisis disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Faktor yang berpengaruh terhadap minat gen Z dalam beternak sapi

Variabel			Signifikansi
Pendapatan (X1)	→	Minat (Y)	0,011**
Lingkungan keluarga (X2)	→	Minat (Y)	0,001*
Lingkungan masyarakat (X3)	→	Minat (Y)	0,002*
Status sosial (X4)	→	Minat (Y)	0,049**

Sumber: Data diolah, 2025

Keterangan: *) = signifikan pada $\alpha = 1\%$ **) = signifikan pada $\alpha = 5\%$

Tabel 1. menunjukkan faktor yang berpengaruh terhadap minat gen z dalam beternak sapi, berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa pendapatan (X1) mempunyai nilai signifikansi 0,011 ($p < 0,05$) sehingga pendapatan peternak berpengaruh signifikan terhadap minat gen z dalam beternak sapi. Generasi Z memandang beternak sapi sebagai sebuah peluang yang dapat memberikan kestabilan ekonomi dan prospek jangka panjang yang lebih baik. Generasi Z berminat untuk beternak sapi karena dapat mengatur usahanya sendiri dan juga dapat memperoleh keuntungan yang cukup besar. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam mengembangkan usaha ternak sapi potong menunjukkan adanya hubungan timbal balik antara pendapatan peternak dan minat mereka untuk mengembangkan bisnis tersebut [19]. Pendapatan yang signifikan akan mempermudah proses pemberian kredit kepada peternak sapi. Hal ini pada gilirannya dapat meningkatkan minat mereka untuk mengembangkan bisnis yang sudah ada, berkat kemudahan dalam memperoleh modal tambahan [20].

Lingkungan keluarga (X2) mempunyai nilai signifikansi 0,001 ($p < 0,05$), artinya lingkungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap minat gen z dalam beternak sapi. Kehidupan sehari-hari yang dekat dengan aktivitas beternak sapi, serta pengalaman yang diwariskan oleh anggota keluarga yang sudah lama berkecimpung di bidang ini. Lingkungan keluarga juga menjadi peran yang penting untuk seseorang menumbuhkan niat, keyakinan, dan harapan terhadap rencana karier di masa depan [21]. Faktor lingkungan keluarga diukur melalui beberapa aspek, yaitu keinginan untuk menjalankan suatu usaha, kebutuhan ekonomi keluarga yang mendesak, serta dukungan dari anggota keluarga dalam mengelola usaha ternak sapi potong [22]. Oleh karena itu, keluarga memberikan dukungan terhadap pilihan pekerjaan yang sejalan dengan aspirasi dan kemampuan individu dalam mengelola usaha.

Lingkungan masyarakat (X3) mempunyai nilai signifikansi 0,002 ($p < 0,05$), artinya lingkungan masyarakat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat Gen Z untuk beternak sapi. Hal ini terlihat dari ketertarikan mereka terhadap usaha peternakan sapi potong, yang dipicu oleh keberhasilan teman-teman di sekitar mereka. Dengan adanya contoh positif dari lingkungan pergaulan, minat mereka untuk terjun dalam peternakan sapi potong semakin meningkat. Generasi Z lebih termotivasi oleh keberhasilannya terjadi karena adanya hubungan interaksi sosial yang tinggi antar masyarakat sekitar. Lingkungan sekunder memberikan dorongan motivasi terhadap minat seseorang dalam melakukan usaha yakni hubungan interaksi sosial dengan tokoh panutan [23]. Faktor lingkungan sangat berpengaruh terhadap minat berwirausaha seseorang. Misalnya, jika di sekitar tempat tinggal terdapat banyak individu yang menjalankan usaha, seperti tetangga, saudara, teman, atau kenalan, maka hal ini dapat memotivasi orang lain untuk turut berwirausaha. [24]. Keberhasilan berwirausaha juga dipengaruhi oleh tingkat partisipasinya, salah satunya dengan terlibat langsung dalam usaha tersebut [25]. Faktor lingkungan masyarakat dievaluasi dengan mempertimbangkan dukungan dari lingkungan sekitar, termasuk keterlibatan individu-individu yang berorientasi bisnis serta bimbingan dari orang-orang yang telah mencapai kesuksesan dan memiliki pengalaman [16].

Status sosial (X4) mempunyai nilai signifikansi 0,049 ($p < 0,05$), Status sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat generasi Z dalam beternak sapi. Hal ini menandakan bahwa masyarakat cenderung memberikan penghargaan dan penghormatan lebih kepada orang-orang yang terlibat dalam beternak sapi potong, dibandingkan dengan mereka yang tidak memiliki pekerjaan. Oleh karena itu, generasi Z tertarik untuk mendorong pengembangan peternakan sapi potong sebagai upaya untuk

mendapatkan pengakuan dan rasa hormat dari masyarakat, khususnya di Kecamatan Simo, Kabupaten Boyolali. Status sosial ini muncul karena adanya aktivitas yang dihargai oleh banyak orang, sehingga mendorong individu untuk berinvestasi dalam kegiatan usaha tersebut demi meningkatkan posisi mereka di mata masyarakat, dibandingkan dengan mereka yang hanya bekerja sebagai buruh [24].

4. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah faktor pembentuk minat yang meliputi pendapatan, lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat dan status sosial termasuk dalam kategori tinggi. Minat generasi Z dalam beternak sapi juga termasuk dalam kategori tinggi karena dengan beternak sapi potong, mereka merasakan kebahagiaan yang mendalam, yang pada gilirannya dapat membangkitkan minat para pemuda untuk terjun ke dalam dunia peternakan sapi. Faktor pembentuk minat yang meliputi pendapatan, lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat dan status sosial berpengaruh nyata terhadap minat generasi Z dalam beternak sapi. Tinggi rendahnya minat generasi Z dalam beternak sapi dipengaruhi oleh pendapatan, lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat dan status sosial.

5. Daftar Pustaka

- [1] Bopalyon PU. 2020, Analisis kelayakan finansial usaha peternakan sapi potong. Stock Peternakan. 2(1): 10-15
- [2] Sugeng YB. 2000. Sapi Potong. Penebar Swadaya. Jakarta.
- [3] Kariyasa K. 2005. Sistem integrasi tanaman ternak dalam perspektif reorientasi kebijakan subsidi pupuk dan peningkatan pendapatan petani. Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian. 3(1): 68-80
- [4] Rianto E dan E Purbowati. 2009. Sapi Potong. Penebar Swadaya. Jakarta
- [5] BPS. 2016. Pamekasan Dalam Angka. Jumlah sapi di Madura
- [6] Haddi AH, Rombe MB dan Fahrul. 2011. Analisis pendapatan peternakan sapi potong di Kecamatan Tanete, Kabupaten Barru. Fakultas Peternakan, Universitas Hasanuddin. Jurnal Agribisnis Peternakan. 10(3): 98-109
- [7] Setiawan I dan A Putri. 2019. Urbanisasi dan dampaknya terhadap sektor pertanian di Indonesia. Jurnal Ekonomi Pembangunan. 16 (3): 75-89.
- [8] Barhate B dan KM Dirani. 2022. Career aspirations of generation z: A systematic literature review. European Journal of Training and Development. 46(2), 139-157.
- [9] Nugraha A dan H Wijayanto. 2021. Peran generasi muda dalam pengembangan peternakan berkelanjutan berbasis teknologi. Jurnal Teknologi Pertanian. 12(2): 101-115.
- [10] Suhartini Y. 2011. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam berwiraswasta (Studi Pada Mahasiswa Universitas PGRI Yogyakarta). Jurnal Akmenika UPY 7 (1): 24
- [11] Marti Sya'ban H, C. Wulandari dan R. Hilmanto, 2014. Motivasi Petani Dalam Budidaya Lebah Madu (Apis Cerana) Di Desa Buana Sakti Kabupaten Lampung Timur. Jurnal Sylva Lestari. 2(3): 73-82
- [12] Noor J. 2011. Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- [13] Annisa A 2013. Pengaruh Employee Engagement Terhadap Kerja Karyawan. PT. Candra Sakti Utama. Jakarta: Universitas Indonesia
- [14] Zuhdi EN, Maulana A and Rosa A. 2024. The Influence of Word of Mouth and Social Media Content on Livestock Purchasing Decisions Among Millennials and Gen Z in Palembang. *Jurnal Ilmiah Agribisnis (JIA)*. 9(4): 294-304
- [15] Syardiansah. 2016. Hubungan motivasi belajar dan minat belajar terhadap prestasi belajar mahasiswa mata kuliah pengaturan manajemen. Manajemen dan Keuangan. 5(1): 440-448.
- [16] Astaty, Mursidin, A Hifizah, A Qurniawan, MB Paly, AM. Abidin dan F Handayani. 2023. Pengaruh faktor sosial terhadap pengelolaan ternak sapi potong di Desa Kampili, Kecamatan Pallangga, Kabupaten Gowa. Anoa: Journal of Animal Husbandry, 2(1), 34–42.

- [17] Perdana NAD dan S Widodo. 2022. Faktor yang mempengaruhi minat peternak dalam mengembangkan ternak sapi di Desa Pademawu Timur, Kecamatan Pademawu, Kabupaten Pamekasan. *Jurnal Ilmiah Agroinfo Galuh*. 9(3): 1105-1115.
- [18] Dewi IJ, I Setiawan dan AY Isyanto. 2021. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat petani dalam melaksanakan usahatani lebah madu. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*. 8(1): 207 - 213.
- [19] Arif Q dan M Hartono, 2019. Respon fisiologis dan ketahanan panas kambing boerawa dan peternakan etawa pada modifikasi iklim mikro kandang melalui pengkabutan. *Jurnal Ilmiah Peternakan Terpadu*. 7(1): 206 - 211.
- [20] Diska M, E Prasetyo dan Mukson. 2014. Evaluasi kredit usaha peternakan sapi potong pada kelompok tani ternak. *Journal of Economics and Policy*. 7(1): 14 - 21.
- [21] Boz A and A Ergeneli. 2014. woman entrepreneur's personality characteristics and parent parenting style profile in Turkey. *Procedia-social and Behavioral Sciences*. 109(1): 1-7.
- [22] Astaty, A Hifizah dan A Qurniawan. 2024. Minat peternak dalam memasarkan hasil usaha ternak broiler di Kabupaten Gowa. *Tarjih: Agribusiness Development Journal*, 04(01): 31-38.
- [23] Aqmala D, FIFS Putra dan RA Suseno. 2020. Faktor-faktor yang membentuk minat berwirausaha mahasiswa program studi manajemen Universitas Dian Nuswantoro. *Daya Saing Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*. 22(1): 60-70.
- [24] Rusadi AN. 2015. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa program studi manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kediri. *Jurnal Ekonomi Universitas Kediri*. 1(2): 153-169.
- [25] Nurmastiti A dan AO Wianto. 2024. hubungan karakteristik petani terhadap tingkat penerapan budidaya padi organik di Kabupaten Karanganyar. *Agritech: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*. 26(1): 18-22.