Determinan Minat Generasi Muda Bekerja di Bidang Agribisnis: Studi pada Mahasiswa di Jawa Timur

Akbar Hariputra[1*], Putra Astaman[1], Aditya Arief Rachmadhan[1], Annisa Vira Widayanti[1]

[1]Program studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

*Email: akbar.hariputra.fp@upnjatim.ac.id

Abstract

Minat generasi muda untuk bekerja di bidang agribisnis menurun, padahal sektor ini makin bergantung pada teknologi digital dan kewirausahaan. Penelitian ini menguji pengaruh literasi digital, persepsi pendapatan, lingkungan sosial, dan motivasi berwirausaha terhadap minat bekerja di bidang agribisnis dengan kerangka Theory of Planned Behavior. Data dikumpulkan melalui kuesioner dari 120 mahasiswa aktif program sarjana dan magister di Jawa Timur yang dipilih secara purposive, lalu dianalisis dengan regresi logistik biner. Literasi digital (Exp(B) = 3,775; p = 0,002) dan motivasi berwirausaha (Exp(B) = 4,053; p = 0,003) berpengaruh positif terhadap minat bekerja di bidang agribisnis. Persepsi pendapatan (p = 0,169) dan lingkungan sosial (p = 0,082) tidak signifikan pada taraf 5%, tetapi interval kepercayaan keduanya lebar dan memuat angka 1, sehingga hasil ini belum dapat dibaca sebagai tidak adanya pengaruh. Model dengan empat prediktor menghasilkan nilai pseudo-R^2 Nagelkerke sebesar 0,449. Hasil berlaku untuk mahasiswa yang menjadi sampel, bukan untuk seluruh generasi muda di Jawa Timur. Penelitian ini menambah bukti bahwa literasi digital, selain motivasi berwirausaha, berkaitan dengan minat bekerja di agribisnis, sehingga program literasi digital dan kewirausahaan agribisnis di perguruan tinggi dapat menjadi titik awal untuk menumbuhkan minat tersebut.

Keywords : Literasi digital; motivasi berwirausaha; minat bekerja; agribisnis; generasi muda.

1. Pendahuluan

Agribisnis berperan dalam ketahanan pangan, penyerapan tenaga kerja, dan pertumbuhan ekonomi daerah. Sektor ini juga berubah karena digitalisasi pemasaran, aplikasi pertanian, dan agritech yang membuat pengelolaan usaha lebih efisien dan kompetitif (Annosi et al., 2024; Tran et al., 2024). Perubahan itu membutuhkan tenaga kerja muda yang menguasai teknologi dan berani merintis usaha. Namun, regenerasi pelaku agribisnis berjalan lambat. Sensus Pertanian 2023 mencatat petani milenial (19–39 tahun) hanya 21,93% dari seluruh petani Indonesia, dan petani Generasi Z (11–26 tahun) hanya 2,14% (Statistik, 2023).

Jawa Timur relevan untuk membahas persoalan ini. Provinsi ini termasuk penyumbang terbesar produksi pertanian nasional melalui padi, jagung, hortikultura, perkebunan, peternakan, dan industri pengolahan hasil pertanian (Oktavia & Hanani, 2016), dan memiliki jumlah petani milenial terbanyak di Indonesia (Statistik, 2023). Meski begitu, anak muda cenderung memilih industri, jasa, dan pekerjaan formal di kota, sehingga tenaga kerja muda di sektor pertanian terus berkurang (Susilowati, 2016). Agribisnis masih sering dianggap kurang modern, berpendapatan tidak stabil, dan menawarkan jenjang karier yang terbatas (Boye et al., 2024). Jika pola ini berlanjut, regenerasi tenaga kerja terhambat dan produktivitas serta daya saing pertanian daerah dapat menurun (Yami et al., 2019).

Penelitian tentang minat kerja dan karier generasi muda sudah banyak dilakukan. Kajian-kajian itu mengaitkan keputusan karier dengan faktor ekonomi, lingkungan sosial, dan motivasi individu (Luan, 2023; Nguyen et al., 2023). Persepsi tentang pendapatan menjadi pertimbangan utama dalam memilih pekerjaan (Luo et al., 2024). Di sektor pertanian dan agribisnis, norma sosial dan motivasi berwirausaha berkaitan dengan minat anak muda untuk menjadi agripreneur (Ephrem et al., 2021; Sihombing et al., 2026; Soam et al., 2023). Studi lain menunjukkan bahwa kompetensi digital berhubungan dengan niat berwirausaha mahasiswa (Bachmann et al., 2024; Kang et al., 2024), sementara teknologi digital makin banyak dipakai dalam pemasaran dan pengelolaan usaha agribisnis (Smidt & Jokonya, 2022; Vahdanjoo et al., 2025)..

Tantangan regenerasi agribisnis di Jawa Timur menimbulkan pertanyaan tentang faktor-faktor yang berkaitan dengan minat mahasiswa untuk bekerja di sektor ini. Pada konteks yang berdekatan, (Sihombing et al., 2026) menemukan bahwa motivasi berwirausaha dan efikasi diri berhubungan positif dengan niat berwirausaha pada mahasiswa agribisnis Universitas Brawijaya di Malang. Luaran studi tersebut adalah niat menjadi wirausahawan, sedangkan penelitian ini mengukur minat memilih agribisnis sebagai bidang pekerjaan. Perbedaan luaran ini

menyisakan pertanyaan empiris: apakah motivasi berwirausaha juga berkaitan dengan minat bekerja di agribisnis ketika literasi digital, persepsi pendapatan, dan lingkungan sosial diperhitungkan secara bersamaan?

Penelitian ini memakai Theory of Planned Behavior (TPB) (Ajzen, 1991). Menurut teori ini, niat menentukan perilaku, dan niat dibentuk oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 2002). Minat bekerja di bidang agribisnis diperlakukan sebagai niat perilaku. Persepsi pendapatan mewakili sikap, lingkungan sosial mewakili norma subjektif, dan literasi digital serta motivasi berwirausaha mewakili persepsi kontrol perilaku. TPB telah banyak dipakai pada riset niat berwirausaha dan perilaku kerja, tetapi penerapannya pada agribisnis yang memadukan faktor digital, ekonomi, sosial, dan kewirausahaan masih terbatas.

Kebaruan penelitian ini ada pada tiga hal. Pertama, literasi digital, persepsi pendapatan, lingkungan sosial, dan motivasi berwirausaha diuji bersama dalam satu model berbasis TPB. Kedua, literasi digital diposisikan sebagai penentu minat bekerja di agribisnis, yang belum banyak diuji dalam penelitian sebelumnya. Ketiga, penelitian ini menyajikan bukti empiris dari mahasiswa di Jawa Timur, yaitu calon tenaga kerja muda yang sedang menentukan arah kariernya.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh literasi digital, persepsi pendapatan, lingkungan sosial, dan motivasi berwirausaha terhadap minat bekerja di bidang agribisnis pada mahasiswa di Jawa Timur. Hasilnya diharapkan menjadi bahan bagi pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan pelaku usaha agribisnis dalam merancang program yang menarik minat generasi muda.

2. Kerangka Teori

2.1 Landasan Teori

Penelitian ini bertumpu pada Theory of Planned Behavior (TPB) (Ajzen, 1991). TPB menyatakan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh niatnya, dan niat terbentuk dari tiga komponen: sikap terhadap perilaku (attitude toward behavior), norma subjektif (subjective norm), dan persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control) (Ajzen, 2002). Sikap adalah penilaian individu terhadap suatu tindakan, norma subjektif adalah tekanan atau dukungan sosial yang dirasakan, dan persepsi kontrol perilaku adalah keyakinan individu bahwa ia mampu melakukan tindakan tersebut.

Minat bekerja di bidang agribisnis diperlakukan sebagai niat perilaku. Literasi digital adalah kemampuan mengakses, memahami, dan memanfaatkan teknologi dan informasi digital, yang menaikkan keyakinan diri menghadapi agribisnis berbasis teknologi (Raharjo et al., 2024). Persepsi pendapatan adalah penilaian individu atas manfaat ekonomi bekerja di agribisnis (Boye et al., 2024). Lingkungan sosial mencakup pengaruh keluarga, teman sebaya, dan masyarakat terhadap pilihan pekerjaan (Koçak et al., 2021). Motivasi berwirausaha adalah dorongan internal untuk mengembangkan usaha dan menciptakan peluang ekonomi (Isma et al., 2023).

TPB dinilai relevan karena menjelaskan minat kerja melalui faktor psikologis, sosial, dan kemampuan individu sekaligus. Agribisnis kini juga menyangkut inovasi teknologi, kewirausahaan, dan pemasaran digital (Gangwar & Jadoun, 2023), sehingga kemampuan digital dan motivasi pribadi perlu masuk dalam model.

Penelitian terdahulu lebih banyak menekankan faktor ekonomi sebagai penentu minat kerja di sektor pertanian dan agribisnis (Boye et al., 2024; Espineda, 2023). Kajian lain menunjukkan bahwa kemampuan teknologi dan motivasi personal turut membentuk minat kerja generasi muda (Vasilyeva et al., 2020), tetapi sebagian studi menguji variabel-variabel itu secara terpisah (Kang et al., 2024; To et al., 2020). Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan memadukan literasi digital, persepsi pendapatan, lingkungan sosial, dan motivasi berwirausaha dalam satu model.

2.2. Kerangka Konseptual

Berdasarkan TPB (Ajzen, 1991), minat bekerja di bidang agribisnis dipandang sebagai niat perilaku (behavioral intention). Empat variabel bebas dipilih untuk mewakili komponen TPB dalam konteks agribisnis:

1. Literasi digital (X1) berkaitan dengan persepsi kontrol perilaku. Individu yang merasa mampu menggunakan teknologi digital lebih yakin menghadapi pekerjaan agribisnis berbasis teknologi (Gong et al., 2024).

2. Persepsi pendapatan (X2) mewakili sikap terhadap perilaku. Harapan akan pendapatan yang memadai dan stabil membentuk sikap positif terhadap pilihan karier di agribisnis (Magagula & Tsvakirai, 2020).

3. Lingkungan sosial (X_3) digunakan untuk merepresentasikan norma subjektif, yaitu dukungan atau tekanan sosial yang dirasakan mahasiswa dari keluarga, teman sebaya, dan masyarakat ketika mempertimbangkan pilihan bekerja di bidang agribisnis (Ajzen, 1991).

4. Motivasi berwirausaha (X4) adalah dorongan internal untuk mandiri secara ekonomi melalui agribisnis. Variabel ini memperkuat persepsi kontrol perilaku dan sikap positif terhadap agribisnis sebagai peluang usaha (Tambwe & Mapunda, 2024).

Hubungan antarvariabel digambarkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Gambar 1 menempatkan literasi digital, persepsi pendapatan, lingkungan sosial, dan motivasi berwirausaha sebagai penentu minat bekerja di bidang agribisnis pada mahasiswa di Jawa Timur.

2.3. Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Bekerja di Bidang Agribisnis

Agribisnis kini memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran, distribusi, pengelolaan informasi, dan pengembangan usaha. Karena itu, literasi digital menjadi kompetensi dasar bagi orang yang ingin bekerja di sektor ini.

Literasi digital adalah kemampuan mengakses, memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan teknologi digital secara efektif (Morgan et al., 2022). Orang yang memiliki kemampuan tersebut lebih mudah mendapatkan informasi tentang peluang usaha, inovasi pertanian, dan perkembangan pasar, serta lebih mudah menyesuaikan diri dengan pekerjaan yang makin berbasis teknologi (Kabakus et al., 2025). Dalam kerangka TPB, kemampuan ini meningkatkan persepsi kontrol perilaku sehingga minat bekerja di agribisnis menguat.

(Bachmann et al., 2024) mengkaji hubungan kompetensi digital dengan niat berwirausaha, sementara Fernández Scagliusi (2023) menelaah peran kompetensi digital dalam kewirausahaan pemuda. Berangkat dari kajian tersebut, penelitian ini menguji apakah literasi digital juga berkaitan dengan minat mahasiswa untuk bekerja di bidang agribisnis. Media sosial dan platform digital juga membuka peluang di agribisnis, misalnya pemasaran daring produk pertanian, bisnis agritech, dan akses informasi pasar waktu nyata (Faisal & Kurnianto, 2025).

Orang dengan literasi digital lebih tinggi lebih mampu memanfaatkan peluang tersebut, sehingga minatnya bekerja di agribisnis diperkirakan lebih besar.

H1: Literasi digital berpengaruh positif terhadap minat bekerja di bidang agribisnis.

2.3.2 Pengaruh Persepsi Pendapatan terhadap Minat Bekerja di Bidang Agribisnis

Pendapatan, kestabilan ekonomi, dan peluang peningkatan kesejahteraan umumnya menjadi pertimbangan orang saat memilih pekerjaan (Luo et al., 2024). Pada agribisnis, persepsi tentang pendapatan penting karena pertanian sering dipandang menghasilkan pendapatan lebih rendah daripada industri atau jasa.

Dalam TPB, penilaian atas manfaat ekonomi ini membentuk sikap terhadap pekerjaan. Jika agribisnis dinilai memberi keuntungan yang baik, minat untuk bekerja di dalamnya naik. Jika dinilai berpendapatan rendah dan tidak stabil, minat itu turun. Pendapatan juga termasuk motivasi eksternal yang memengaruhi keputusan kerja (Shahzad et al., 2023).

Penelitian pada pemuda di sektor agribisnis menunjukkan bahwa persepsi tentang pendapatan memengaruhi ketertarikan mereka terhadap pekerjaan di sektor ini (Boye et al., 2024; Espineda, 2023). Pengolahan hasil pertanian, agritech, bisnis pangan, dan pemasaran digital membuka peluang pendapatan yang lebih baik jika dikelola secara inovatif, sehingga dapat memperbaiki persepsi anak muda terhadap prospek ekonomi agribisnis.

H2: Persepsi pendapatan berpengaruh positif terhadap minat bekerja di bidang agribisnis.

2.3.3 Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Minat Bekerja di Bidang Agribisnis

Lingkungan 119ocial membentuk pola 119ocia dan keputusan seseorang tentang pekerjaan. Pengaruh itu 119ocial dari keluarga, teman sebaya, lingkungan 119ocial119kan, dan masyarakat sekitar.

Dalam TPB, pengaruh ini dikenal sebagai norma subjektif, yaitu tekanan atau dorongan 119ocial yang dirasakan seseorang untuk melakukan suatu perilaku. Orang cenderung mempertimbangkan pandangan dan dukungan orang terdekat sebelum memilih pekerjaan atau bidang usaha.

Pada agribisnis, dukungan keluarga dan lingkungan memengaruhi cara seseorang memandang pertanian (Koçak et al., 2021). Jika lingkungan menganggap agribisnis menjanjikan, minat untuk bekerja di sana naik. Jika dianggap kurang menarik, minat turun. Lingkungan sosial yang mengenalkan inovasi pertanian, kewirausahaan agribisnis, dan teknologi pertanian juga dapat memperbaiki pandangan mahasiswa terhadap sosial ini.

Norma sosial yang mendukung berhubungan positif dengan niat anak muda menjadi agripreneur (Ephrem et al., 2021). Dukungan sosial juga meningkatkan rasa percaya diri dan memperkuat keyakinan dalam memilih pekerjaan tertentu (Zheng, 2025).

H3: Lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap minat bekerja di bidang agribisnis.

2.3.4 Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Bekerja di Bidang Agribisnis

Motivasi berwirausaha adalah dorongan internal untuk menciptakan usaha, mengambil peluang bisnis, dan mencapai keberhasilan ekonomi. Dorongan ini berkaitan dengan keinginan untuk mandiri, berprestasi, dan

mengembangkan usaha yang memberi keuntungan ekonomi dan kepuasan pribadi (Shane et al., 2003).

Agribisnis menawarkan banyak ruang untuk berwirausaha, dari produksi, pengolahan hasil pertanian, dan pemasaran produk hingga bisnis berbasis teknologi pertanian, baik pada skala kecil maupun besar. Orang dengan motivasi berwirausaha tinggi cenderung melihat peluang itu sebagai prospek jangka panjang.

Motivasi yang tinggi mendorong keberanian mengambil risiko, menghadapi tantangan usaha, dan memanfaatkan peluang ekonomi. Penelitian sebelumnya menemukan hubungan positif antara motivasi berwirausaha dan minat berwirausaha di bidang perikanan dan agribisnis (Mashudi et al., 2022; Sihombing et al., 2026). Orang yang ingin mandiri secara ekonomi lebih tertarik pada sektor yang memberi ruang bagi pengembangan usaha.

H4: Motivasi berwirausaha berpengaruh positif terhadap minat bekerja di bidang agribisnis.

3. Metodologi

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif untuk menguji hubungan antarvariabel melalui data numerik dan analisis statistik. Jenis penelitiannya explanatory research, yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel bebas (literasi digital, persepsi pendapatan, lingkungan sosial, dan motivasi berwirausaha) dan variabel terikat (minat bekerja di bidang agribisnis).

Data dikumpulkan satu kali pada satu periode (cross-sectional), tanpa mengamati responden yang sama berulang kali. Desain ini menggambarkan kondisi responden saat survei, tetapi tidak cukup untuk membuktikan hubungan sebab-akibat. Istilah “pengaruh” dalam artikel ini karena itu dimaknai sebagai asosiasi statistik yang dipandu teori.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah Mahasiswa aktif program sarjana (S1) dan magister (S2) dipilih karena penelitian ini berfokus pada minat terhadap agribisnis sebagai salah satu pilihan karier pada kelompok yang masih menempuh pendidikan tinggi. Dengan cakupan tersebut, populasi sasaran penelitian dibatasi pada mahasiswa aktif S1 dan S2 di perguruan tinggi di Jawa Timur.

Jawa Timur dipilih karena menjadi salah satu pusat agribisnis nasional dengan kontribusi besar pada produksi pertanian, hortikultura, peternakan, dan industri pengolahan pangan. Responden berasal dari perguruan tinggi negeri dan swasta di Jawa Timur.

Sampel dipilih secara purposif dengan kriteria sebagai berikut: (1) mahasiswa aktif program sarjana (S1) atau magister (S2) di perguruan tinggi, (2) Kriteria usia saat rekrutmen adalah sekurang-kurangnya 18 tahun, tanpa batas usia maksimum, (3) berdomisili di Jawa Timur, dan (4) mengetahui atau memiliki ketertarikan terhadap sektor agribisnis. Batas usia minimum 18 tahun ditetapkan untuk membatasi survei pada mahasiswa dewasa yang dapat memutuskan sendiri kesediaannya untuk berpartisipasi.

Pengetahuan atau ketertarikan terhadap sektor agribisnis dicantumkan dalam undangan survei sebagai karakteristik peserta yang dituju. Karakteristik tersebut tidak diperiksa melalui pertanyaan penyaring tersendiri. Minat untuk bekerja di bidang agribisnis diukur melalui pertanyaan dalam kuesioner, dengan kategori berminat dan tidak berminat. Sampel akhir berjumlah 120 responden. Ukuran ini terbatas untuk regresi logistik dengan empat variabel bebas, dan keterbatasan tersebut dibahas pada Bagian 4.10.

3.3 Prosedur Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur untuk memperoleh persepsi dan minat responden. Kuesioner terdiri atas bagian identitas responden dan bagian pernyataan untuk setiap variabel.

Item pernyataan untuk variabel bebas diadaptasi dari penelitian terdahulu dan disesuaikan dengan konteks agribisnis (Bagian 3.4).

Kuesioner disebarkan secara daring dan luring kepada mahasiswa di Jawa Timur selama satu tahun, yaitu tahun 2025, hingga jumlah sampel terpenuhi. Kesesuaian calon responden dengan kriteria inklusi diperiksa melalui selesi sesuai kriteria sample.

Responden menerima penjelasan tentang tujuan penelitian dan jaminan bahwa data hanya dipakai untuk kepentingan akademik. Partisipasi bersifat sukarela dan anonim, dan identitas responden tidak dicantumkan dalam hasil.

3.4 Pengukuran Variabel

Penelitian ini mengukur lima variabel: empat variabel bebas (literasi digital, persepsi pendapatan, lingkungan sosial, dan motivasi berwirausaha) dan satu variabel terikat (minat bekerja di bidang agribisnis). Setiap prediktor diukur dengan tiga butir pernyataan. Penyusunan butir mengacu pada indikator literasi digital (Eshet-Alkalai, 2004), persepsi pendapatan (Ajzen, 1991), lingkungan sosial (Liñán & Chen, 2009), dan motivasi berwirausaha (Shane et al., 2003). Butir disesuaikan dengan konteks pilihan karier mahasiswa di bidang agribisnis melalui [jelaskan langkah adaptasi yang dilakukan dan bentuk penyesuaiannya].

Literasi digital diukur dengan tiga indikator: kemampuan menggunakan teknologi digital, mengakses informasi digital, dan memanfaatkan media digital untuk aktivitas agribisnis (Eshet-Alkalai, 2004). Persepsi pendapatan diukur dengan tiga indikator: persepsi tingkat pendapatan, kestabilan pendapatan, dan prospek peningkatan ekonomi dari agribisnis (Ajzen, 1991).

Lingkungan sosial diukur dengan tiga indikator: dukungan keluarga, pengaruh teman sebaya, dan pandangan masyarakat terhadap pekerjaan di agribisnis (Liñán & Chen, 2009). Motivasi berwirausaha diukur dengan tiga indikator: keinginan mandiri secara ekonomi, keberanian mengambil risiko usaha, dan dorongan mengembangkan usaha agribisnis (Shane et al., 2003).

Minat bekerja di bidang agribisnis diukur sebagai variabel dikotomis (1 = berminat, 0 = tidak berminat) yang menggambarkan ketertarikan dan keinginan responden untuk bekerja di agribisnis (Spokane & Cruza-Guet, 2005). Pertanyaan tersebut dirumuskan untuk mengukur secara langsung ketertarikan responden memilih agribisnis sebagai bidang pekerjaan

Item variabel bebas memakai skala Likert lima poin, dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Variabel terikat tidak diukur dengan skala Likert, tetapi langsung sebagai pilihan dikotomis, sehingga tidak memerlukan uji validitas dan reliabilitas.

3.5 Teknik Analisis Data

Data dianalisis dengan regresi logistik biner karena variabel terikat bersifat dikotomis, yaitu berminat dan tidak berminat bekerja di bidang agribisnis. Analisis dilakukan dengan perangkat lunak SPSS.

Model regresi logistik biner untuk minat bekerja di bidang agribisnis dinyatakan dalam persamaan (1).

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 \qquad (1)$$

Dalam persamaan (1), p adalah probabilitas responden berminat bekerja di bidang agribisnis, β_0 adalah konstanta, dan $\beta_1$hingga β_4 adalah koefisien regresi. X_1, X_2, X_3 dan X_4 masing-masing adalah skor literasi digital, persepsi pendapatan, lingkungan sosial, dan motivasi berwirausaha. Analisis berjalan dalam empat tahap: uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji multikolinearitas antarvariabel bebas, uji kelayakan model, dan uji hipotesis.

3.6 Pengujian Kualitas Data

Kualitas butir pada empat skala prediktor diperiksa menggunakan korelasi butir–total terkoreksi (corrected item–total correlation). Ukuran ini menunjukkan hubungan antara skor suatu butir dan skor total skala setelah butir tersebut dikeluarkan. Nilai di atas 0,30 digunakan sebagai kriteria evaluasi butir (Kimberlin & Winterstein, 2008; Suhartini et al., 2021). Konsistensi internal setiap skala prediktor dinilai menggunakan Cronbach's alpha dengan ambang di atas 0,70 (Kimberlin & Winterstein, 2008; Yun et al., 2023). Cronbach's alpha tidak dihitung untuk variabel minat bekerja karena variabel tersebut diukur dengan satu butir. Pengujian ini hanya memberi bukti konsistensi butir dengan skor total. Analisis faktor konfirmatori untuk menguji validitas konstruk belum dilakukan dan dicatat sebagai keterbatasan.

Reliabilitas dinilai dengan Cronbach's Alpha, dan variabel dinyatakan reliabel jika nilainya lebih dari 0,70 (Kimberlin & Winterstein, 2008; Yun et al., 2023). Multikolinearitas diperiksa dengan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) melalui prosedur regresi linear pada perangkat lunak statistik. Prosedur ini dipakai sebagai pemeriksaan tambahan untuk model logistik karena multikolinearitas hanya bergantung pada hubungan antarvariabel bebas, bukan pada jenis variabel terikat.

3.7 Pengujian Hipotesis

Hipotesis diuji dengan regresi logistik berdasarkan koefisien regresi (B), nilai signifikansi (p), odds ratio (Exp(B)), dan interval kepercayaan 95% untuk Exp(B).

Variabel dinyatakan berpengaruh signifikan jika $p < 0,05$. Nilai $p \geq 0,05$ berarti bukti belum cukup untuk menyatakan adanya pengaruh pada taraf 5%, dan tidak berarti pengaruh itu tidak ada. Karena itu, hipotesis yang tidak terdukung dibaca bersama arah koefisien dan lebar interval kepercayaan.

4. Hasil

4.1 Karakteristik Responden

Responden berjumlah 120 mahasiswa aktif yang memenuhi kriteria penelitian. Karakteristik yang dilaporkan meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan status akademik (Tabel 1).

Tabel 1 Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	55	45,8
	Laki-laki	65	54,2
Usia	18–20 tahun	52	43,3
	21–22 tahun	48	40,0
	>22 tahun	20	16,7
Pendidikan	S1	98	81,7
	S2	22	18,3
Status Akademik	Mahasiswa aktif	120	100,0

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Responden laki-laki berjumlah 54,2% dan perempuan 45,8%. Berdasarkan usia, 43,3% responden berusia 18–20 tahun, 40,0% berusia 21–22 tahun, dan 16,7% berusia di atas 22 tahun, sehingga sebagian besar responden (83,3%) berusia 22 tahun ke bawah.

Menurut tingkat pendidikan, 81,7% responden menempuh program sarjana (S1) dan 18,3% program magister (S2). Seluruh responden berstatus mahasiswa aktif. Karakteristik pada Tabel 1 menggambarkan 120 mahasiswa yang mengikuti survei. Sebanyak 100 responden (83,3%) berusia 18–22 tahun dan 20 responden (16,7%) berusia di atas 22 tahun. Karena responden direkrut secara purposif, temuan penelitian ditafsirkan dalam konteks mahasiswa yang disurvei.

4.2 Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Sebelum regresi logistik, instrumen diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil uji validitas disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	Kriteria	Keterangan
Literasi Digital	X1.1	0,706	> 0,30	Valid
	X1.2	0,767	> 0,30	Valid
	X1.3	0,708	> 0,30	Valid
Persepsi Pendapatan	X2.1	0,716	> 0,30	Valid
	X2.2	0,757	> 0,30	Valid
	X2.3	0,769	> 0,30	Valid
Lingkungan Sosial	X3.1	0,822	> 0,30	Valid
	X3.2	0,852	> 0,30	Valid
	X3.3	0,821	> 0,30	Valid
Motivasi Berwirausaha	X4.1	0,722	> 0,30	Valid
	X4.2	0,748	> 0,30	Valid
	X4.3	0,746	> 0,30	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Seluruh butir pada keempat skala prediktor memiliki korelasi butir–total terkoreksi di atas 0,30. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap butir berkorelasi positif dengan skor dari butir-butir lain pada skala yang sama. (Tabel 2). Rentangnya 0,706–0,767 untuk literasi digital, 0,716–0,769 untuk persepsi pendapatan, 0,821–0,852 untuk lingkungan sosial, dan 0,722–0,748 untuk motivasi berwirausaha, sehingga seluruh indikator dinyatakan valid.

Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 3. Nilai Cronbach's Alpha keempat variabel berkisar antara 0,854 dan 0,916, di atas batas 0,70, sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item	Kriteria	Keterangan
Literasi Digital	0,854	3	> 0,70	Reliabel
Persepsi Pendapatan	0,867	3	> 0,70	Reliabel
Lingkungan Sosial	0,916	3	> 0,70	Reliabel
Motivasi Berwirausaha	0,860	3	> 0,70	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2026.

4.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memeriksa hubungan linear yang tinggi antarvariabel bebas, yang dapat membuat koefisien regresi tidak stabil. Pemeriksaan memakai nilai Tolerance dan VIF (Tabel 4).

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Kriteria	Keterangan
Literasi Digital	0,983	1,017	VIF < 10	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Pendapatan	0,985	1,015	VIF < 10	Tidak terjadi multikolinearitas
Lingkungan Sosial	0,985	1,015	VIF < 10	Tidak terjadi multikolinearitas
Motivasi Berwirausaha	0,994	1,006	VIF < 10	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Keempat variabel bebas memiliki Tolerance antara 0,983 dan 0,994 (di atas 0,10) dan VIF antara 1,006 dan 1,017 (di bawah 10), sehingga tidak ada gejala multikolinearitas.

4.4 Kelayakan Model Regresi Logistik

Kelayakan model diuji dengan Omnibus Test of Model Coefficients, Nagelkerke R Square, dan Hosmer and Lemeshow Test (Tabel 5).

Tabel 5 Hasil Uji Kelayakan Model Regresi Logistik

Pengujian Model	Nilai	df	Sig.	Keterangan
Omnibus Test of Model Coefficients	27,637	4	<0,001	Model dengan prediktor memperbaiki kecocokan dibandingkan model konstanta saja
Pseudo-R^2 Nagelkerke	0,449	-	-	Ukuran kecocokan relatif model
Uji Hosmer–Lemeshow	12,434	8	0,133	Uji tidak mendeteksi ketidakcocokan model

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Uji omnibus menunjukkan bahwa model dengan empat prediktor memiliki kecocokan yang lebih baik dibandingkan model dengan konstanta saja ($\chi^2(4) = 27,637$, $p < 0,001$). Nilai pseudo-R^2 Nagelkerke sebesar 0,449 merangkum kecocokan relatif model berdasarkan perbandingan likelihood. Uji Hosmer–Lemeshow menghasilkan $\chi^2(8) = 12,434$ dengan $p = 0,133$, sehingga uji tersebut tidak mendeteksi ketidakcocokan model pada taraf 5%.

Hosmer and Lemeshow Test menghasilkan p = 0,133 (lebih besar dari 0,05), sehingga tidak ada bukti bahwa model tidak cocok dengan data.

4.5 Ketepatan Klasifikasi Model

Ketepatan klasifikasi menunjukkan seberapa baik model memprediksi responden yang berminat dan tidak berminat (Tabel 6).

Tabel 6 Hasil Ketepatan Klasifikasi Model

Kategori Aktual	Prediksi Tidak Berminat	Prediksi Berminat	Persentase Benar (%)
Tidak Berminat	4	7	36,4
Berminat	2	107	98,2
Overall Percentage			**92,5**

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Ketepatan klasifikasi keseluruhan model adalah 92,5% (Tabel 6). Model memprediksi dengan benar 98,2% responden yang berminat, tetapi hanya 36,4% responden yang tidak berminat (4 dari 11). Angka keseluruhan itu perlu dibaca hati-hati karena 109 dari 120 responden (90,8%) berminat, sehingga menebak semua responden berminat sudah menghasilkan ketepatan 90,8%. Model hanya sedikit memperbaiki tebakan dasar tersebut, dan kemampuannya mengenali responden yang tidak berminat masih rendah.

4.6 Hasil Uji Regresi Logistik

Regresi logistik dilakukan untuk menguji pengaruh keempat variabel bebas terhadap minat bekerja di bidang agribisnis. Hasilnya mencakup koefisien regresi (B), signifikansi, odds ratio (Exp(B)), dan interval kepercayaan 95% Exp(B) (Tabel 7).

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Logistik

Variabel	Koefisien (B)	S.E	Wald	Sig.	Exp(B)	95% CI Exp(B)
Literasi digital (X1)	1,329	0,425	9,752	0,002	3,775	1,64–8,69
Persepsi pendapatan (X2)	0,486	0,353	1,894	0,169	1,625	0,81–3,25
Lingkungan sosial (X3)	0,596	0,342	3,031	0,082	1,815	0,93–3,55
Motivasi berwirausaha (X4)	1,400	0,464	9,099	0,003	4,053	1,63–10,07
Konstanta	-8,957	2,862	9,796	0,002	0,000	-

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Persamaan model yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = -8{,}957 + 1{,}329X_1 + 0{,}486X_2 + 0{,}596X_3 + 1{,}400X_4 \quad (2)$$

Keterangan:
X_1= Literasi Digital

X_2= Persepsi Pendapatan

X_3= Lingkungan Sosial

X_4= Motivasi Berwirausaha

Literasi digital berpengaruh positif terhadap minat bekerja di bidang agribisnis (B = 1,329; p = 0,002). Nilai Exp(B) sebesar 3,775 berarti setiap kenaikan satu satuan skor literasi digital meningkatkan odds (rasio peluang berminat terhadap tidak berminat) sekitar 3,8 kali, dengan interval kepercayaan 95% antara 1,64 dan 8,69. Rentang yang lebar menunjukkan bahwa besar pengaruh ini belum dapat diperkirakan dengan presisi.

Persepsi pendapatan tidak berpengaruh signifikan pada taraf 5% (B = 0,486; p = 0,169; Exp(B) = 1,625; interval kepercayaan 95%: 0,81–3,25). Koefisiennya positif, tetapi interval kepercayaan mencakup angka 1, sehingga data belum cukup untuk menyimpulkan adanya pengaruh, dan juga belum cukup untuk menyimpulkan bahwa pengaruh itu tidak ada.

Lingkungan sosial juga tidak berpengaruh signifikan pada taraf 5% (B = 0,596; p = 0,082; Exp(B) = 1,815; interval kepercayaan 95%: 0,93–3,55). Koefisiennya positif dan nilai p mendekati 0,05, tetapi interval kepercayaannya memuat angka 1. Hasil ini belum meyakinkan, dan tidak dapat dibaca sebagai bukti bahwa lingkungan sosial tidak berpengaruh.

Motivasi berwirausaha berpengaruh positif terhadap minat bekerja di bidang agribisnis (B = 1,400; p = 0,003). Nilai Exp(B) sebesar 4,053 berarti setiap kenaikan satu satuan skor motivasi berwirausaha meningkatkan odds berminat sekitar 4,1 kali (interval kepercayaan 95%: 1,63–10,07).

Exp(B) motivasi berwirausaha sedikit lebih besar daripada Exp(B) literasi digital, tetapi selisihnya kecil dibandingkan lebar interval kepercayaan keduanya. Data ini tidak cukup untuk menyatakan bahwa salah satu variabel lebih dominan.

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

Dari empat variabel bebas, hanya literasi digital dan motivasi berwirausaha yang berpengaruh positif terhadap minat bekerja di bidang agribisnis pada sampel ini. Persepsi pendapatan dan lingkungan sosial tidak signifikan pada taraf 5%. Pola ini konsisten dengan peran persepsi kontrol perilaku dalam TPB, sedangkan komponen sikap dan norma subjektif belum menunjukkan bukti yang jelas.

Literasi digital berpengaruh positif terhadap minat bekerja di bidang agribisnis. Mahasiswa yang mampu

menggunakan teknologi, mencari informasi, dan memanfaatkan media digital lebih mudah melihat agribisnis sebagai bidang yang modern dan penuh peluang, karena teknologi digital kini dipakai dalam pemasaran produk pertanian, aplikasi pertanian, pengelolaan usaha, dan bisnis agritech (Vahdanjoo et al., 2025).

Temuan ini melengkapi penelitian (Febriani et al., 2025; Setiawati et al., 2022), yang mengkaji literasi digital dalam kaitannya dengan minat berwirausaha mahasiswa. Dalam penelitian ini, literasi digital berkaitan positif dengan minat bekerja di bidang agribisnis pada mahasiswa yang disurvei, dan dengan pandangan bahwa agribisnis kini dikaitkan dengan inovasi dan usaha berbasis teknologi (Sokolova & Litvinenko, 2020). Dalam kerangka TPB, literasi digital meningkatkan keyakinan seseorang bahwa ia mampu menjalani pekerjaan agribisnis berbasis teknologi, yaitu persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 2002). Karena data bersifat cross-sectional, arah hubungan ini belum dapat dipastikan: mahasiswa yang sudah tertarik pada agribisnis mungkin juga lebih aktif memakai teknologi digital di bidang tersebut.

Persepsi pendapatan tidak signifikan (p = 0,169). Koefisiennya positif dan interval kepercayaan 95% Exp(B) (0,81–3,25) lebar, sehingga data tidak membedakan antara ketiadaan pengaruh dan pengaruh positif yang cukup besar. Boye et al. (2024) mengulas pendapatan sebagai salah satu faktor sosial ekonomi yang dikaji dalam keterlibatan pemuda di agribisnis di Afrika. (Espineda, 2023) memasukkan manfaat ekonomi sebagai salah satu dimensi daya tarik pekerjaan agribisnis menurut pekerja sektor pertanian di Filipina. Pada sampel mahasiswa dalam penelitian ini, hubungan antara persepsi pendapatan dan minat bekerja di agribisnis masih diestimasi dengan ketidakpastian yang cukup besar.

Beberapa hal dapat menjelaskan hasil yang tidak signifikan ini tanpa menyimpulkan bahwa pendapatan tidak penting. Pertama, daya uji rendah karena ukuran sampel kecil dan hanya 11 responden yang tidak berminat. Kedua, skor persepsi pendapatan mungkin kurang bervariasi karena responden berasal dari kelompok mahasiswa yang relatif homogen. Ketiga, tiga indikator persepsi pendapatan belum diuji dengan analisis konstruk, sehingga kesalahan pengukuran dapat melemahkan hubungan yang sebenarnya ada. Penjelasan lain, seperti pergeseran orientasi generasi muda, tidak dapat diuji dengan data ini.

Lingkungan sosial tidak signifikan pada taraf 5% (p = 0,082), dengan koefisien positif dan interval kepercayaan 95% Exp(B) antara 0,93 dan 3,55. Nilai p yang mendekati 0,05 dan batas bawah interval yang hampir mencapai 1 menunjukkan bahwa hubungan positif yang kecil sampai sedang masih mungkin ada. Hasil ini berbeda dari penelitian yang menemukan pengaruh norma sosial terhadap niat menjadi agripreneur (Ephrem et al., 2021; Zheng, 2025).

Seperti pada persepsi pendapatan, daya uji yang terbatas, variasi sampel, dan cara pengukuran dapat memengaruhi hasil. Skor lingkungan sosial menggabungkan dukungan keluarga, teman sebaya, dan pandangan masyarakat, sehingga pengaruh salah satu sumber, misalnya keluarga, dapat tertutup oleh sumber lain. Penelitian berikutnya dapat memisahkan ketiganya dan memakai sampel yang lebih besar.

Motivasi berwirausaha berpengaruh positif terhadap minat bekerja di bidang agribisnis. Mahasiswa yang ingin mandiri secara ekonomi, berani mengambil risiko usaha, dan ingin mengembangkan usaha lebih tertarik pada agribisnis, sektor yang menyediakan banyak peluang usaha dari produksi sampai pemasaran digital dan pengolahan hasil (Vahdanjoo et al., 2025).

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang menemukan hubungan positif motivasi berwirausaha dengan minat berwirausaha di bidang perikanan dan agribisnis (Mashudi et al., 2022; Sihombing et al., 2026).

Pada sampel ini, minat bekerja di bidang agribisnis berhubungan lebih jelas dengan kemampuan digital dan motivasi berwirausaha daripada dengan persepsi pendapatan dan lingkungan sosial. Hasil untuk dua variabel terakhir belum meyakinkan, dan tidak dapat dibaca sebagai bukti bahwa keduanya tidak berpengaruh.

4.8 Implikasi Teoretis

Hasil penelitian memperluas penerapan TPB pada minat bekerja di agribisnis. Dua variabel yang berkaitan dengan kemampuan dan dorongan internal, yaitu literasi digital dan motivasi berwirausaha, berpengaruh positif, sehingga konsep persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 2002) tampak relevan untuk menjelaskan minat kerja di sektor ini.

Literasi digital layak dipertimbangkan sebagai prediktor tambahan dalam model TPB untuk pekerjaan berbasis teknologi karena memengaruhi keyakinan seseorang atas kemampuannya. Persepsi pendapatan (sikap) dan lingkungan sosial (norma subjektif) tidak signifikan pada sampel ini. Karena interval kepercayaannya lebar, hasil tersebut belum cukup untuk menyimpulkan bahwa kedua komponen itu tidak relevan, dan perlu diuji kembali pada sampel yang lebih besar.

4.9 Implikasi Praktis

Literasi digital berhubungan positif dengan minat bekerja di agribisnis. Perguruan tinggi dan pemerintah daerah dapat memasukkan pelatihan digital marketing, penggunaan aplikasi pertanian, dan pemanfaatan teknologi informasi ke dalam pendidikan dan pelatihan agribisnis. Efektivitas program semacam ini perlu dievaluasi karena penelitian ini tidak menguji dampak intervensi.

Motivasi berwirausaha juga berhubungan positif dengan minat kerja, sehingga inkubasi bisnis agribisnis, pelatihan kewirausahaan, dan akses permodalan bagi mahasiswa dapat menjadi bagian dari upaya menarik generasi muda ke agribisnis.

Hasil untuk persepsi pendapatan dan lingkungan sosial belum meyakinkan, sehingga penelitian ini tidak menyarankan untuk menghentikan upaya yang menyangkut pendapatan atau dukungan keluarga. Penelitian lanjutan diperlukan sebelum menyimpulkan bahwa kedua faktor itu tidak penting.

4.10 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki lima keterbatasan. Pertama, sampel terdiri atas 120 mahasiswa di Jawa Timur yang dipilih secara purposive, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi pada seluruh generasi muda atau pada mahasiswa di wilayah lain. Pengambilan sampel secara purposif membatasi generalisasi hasil. Temuan mengenai minat bekerja di bidang agribisnis berlaku dalam konteks responden yang dianalisis dan tidak dapat digeneralisasikan secara statistik kepada seluruh mahasiswa maupun seluruh generasi muda di Jawa Timur. Sebanyak 109 dari 120 responden menyatakan berminat bekerja di bidang agribisnis. Perekrutan yang menyasar mahasiswa dengan pengetahuan atau ketertarikan terhadap sektor agribisnis dapat turut membentuk komposisi tersebut. Oleh karena itu, proporsi responden yang berminat dalam sampel ini tidak dapat digunakan untuk memperkirakan proporsi mahasiswa di Jawa Timur yang berminat bekerja di bidang agribisnis.

Kedua, sampel berjumlah 120 responden dengan hanya 11 responden pada kategori tidak berminat, sehingga estimasi koefisien perlu ditafsirkan secara hati-hati dan penelitian lanjutan disarankan memakai sampel yang lebih besar dan lebih seimbang (Peduzzi et al., 1996). Ketiga, desain cross-sectional tidak memungkinkan kesimpulan sebab-akibat. Keempat, evaluasi instrumen mencakup korelasi butir–total terkoreksi dan konsistensi internal skala prediktor. Validitas konstruk belum dievaluasi melalui analisis faktor. Kelima, variabel minat bekerja bersifat dikotomis sehingga tidak menangkap tingkat minat responden.

5. Kesimpulan

Pada sampel 120 mahasiswa di Jawa Timur, literasi digital (Exp(B) = 3,775) dan motivasi berwirausaha (Exp(B) = 4,053) berpengaruh positif terhadap minat bekerja di bidang agribisnis. Persepsi pendapatan dan lingkungan sosial tidak berpengaruh signifikan pada taraf 5%, tetapi interval kepercayaan keduanya lebar dan memuat angka 1, sehingga hasilnya belum meyakinkan. Model menghasilkan nilai pseudo-R^2 Nagelkerke sebesar 0,449. Pada sampel penelitian, model mengklasifikasikan dengan benar 4 dari 11 responden yang tidak berminat bekerja di bidang agribisnis.

Hasil ini menambah bukti bahwa persepsi kontrol perilaku, yang diwakili literasi digital dan motivasi berwirausaha, relevan untuk menjelaskan minat kerja di agribisnis dalam kerangka TPB. Perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan pelaku usaha dapat memakai temuan ini untuk merancang pelatihan literasi digital dan kewirausahaan agribisnis bagi mahasiswa.

Hasil ini terbatas pada mahasiswa yang menjadi sampel, dan keterbatasan ukuran sampel, desain cross-sectional, serta pengukuran perlu dipertimbangkan (Bagian 4.10). Penelitian lanjutan sebaiknya memakai sampel yang lebih besar dan lebih seimbang antara responden yang berminat dan tidak berminat, melibatkan responden di luar perguruan tinggi dan wilayah lain, menguji validitas konstruk dengan analisis faktor konfirmatori, serta menambahkan variabel seperti dukungan kebijakan pemerintah, pengalaman usaha, dan faktor budaya.

Daftar Pustaka

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, *32*(4), 665–683. https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x

Annosi, M. C., Appio, F. P., Brenes, E. R., & Brunetta, F. (2024). Exploring the nexus of digital transformation and sustainability in agribusiness: Advancing a research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, *206*, 123587. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123587

Bachmann, N., Rose, R., Maul, V., & Hölzle, K. (2024). What makes for future entrepreneurs? The role of digital competencies for entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, *174*, 114481. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114481

Boye, M., Ghafoor, A., Wudil, A. H., Usman, M., Prus, P., Feh, A., & Sass, R. (2024). Youth engagement in agribusiness: Perception, constraints, and skill training interventions in Africa: A systematic review. *Sustainability*, *16*, 1096.

Ephrem, A. N., Martin, P., Nguezet, D., Murimbika, M., Bamba, Z., & Manyong, V. (2021). Perceived social norms and agripreneurial intention among youths in Eastern DRC. *Sustainability*, *13*, 3442.

Eshet-Alkalai, Y. (2004). Digital literacy: A conceptual framework for survival skills in the digital era. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, *13*(1), 93–106.

Espineda, R. A. (2023). Agriculture industry workers' perspective: The attractiveness of agribusiness as a place to work. *American Journal of Agricultural Science, Engineering, and Technology*, *7*(2), 48–59.

Faisal, H. N., & Kurnianto, B. T. (2025). Digital marketing strategies to increase sales of agricultural products in the era of information technology transformation. *International Journal of Issue Science*, *1*(2), 66–74.

Febriani, F. I., Swaramarinda, D. R., & Maulida, E. (2025). The influence of entrepreneurship literacy and digital literacy on entrepreneurial interest among Generation Z students. *Klabat Journal of Management*, *6*(2), 96–110.

Gangwar, R., & Jadoun, R. S. (2023). Agri-tech revolution in agribusiness: Harnessing technology for sustainable growth. *International Journal of Agricultural and Applied Sciences*, *4*, 149–155.

Gong, S., Sun, Z., Wang, B., & Yu, Z. (2024). Could digital literacy contribute to the improvement of green production efficiency in agriculture? *SAGE Open*, *14*, 1–18. https://doi.org/10.1177/21582440241232789

Isma, A., Rakib, M., Andriani, R., & Septiana, I. (2023). Pengaruh kreativitas dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui motivasi berwirausaha pada santri dan santriwati Pondok Pesantren Ad-Daraaen Makassar. *Journal of Economics, Entrepreneurship, Management, Business and Accounting*, *1*(1), 1–11. https://doi.org/10.61255/jeemba.v1i1.17

Kabakus, A. K., Bahcekapili, E., & Ayaz, A. (2025). The effect of digital literacy on technology acceptance: An evaluation on administrative staff in higher education. *Journal of Information Science*, *51*(4), 930–941. https://doi.org/10.1177/01655515231160028

Kang, G.-L., Park, C.-W., & Jang, S.-H. (2024). A study on the impact of financial literacy and digital capabilities on entrepreneurial intention: Mediating effect of entrepreneurship. *Behavioral Sciences, 14*(2), 121. https://doi.org/10.3390/bs14020121

Kimberlin, C. L., & Winterstein, A. G. (2008). Validity and reliability of measurement instruments used in research. *American Journal of*

Health-System Pharmacy, *65*(23), 2276–2284. https://doi.org/10.2146/ajhp070364

Koçak, O., Ak, N., Erdem, S. S., Sinan, M., Younis, M. Z., & Erdoğan, A. (2021). The role of family influence and academic satisfaction on career decision-making self-efficacy and happiness. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *18*, 5919.

Luan, T. (2023). Economic and environmental determinants of career choice: Analyzing the influences on private university graduates' career decisions. *Modern Economics & Management Forum*, 138–141.

Liñán, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development and cross–cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. Entrepreneurship Theory and Practice, 33(3), 593–617. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x

Luo, N., Bai, R., Sun, Y., Li, X., Liu, L., Xu, X., & Liu, L. (2024). Job preferences of master of public health students in China: A discrete choice experiment. *BMC Medical Education*, *24*, 24.

Magagula, B., & Tsvakirai, C. Z. (2020). Youth perceptions of agriculture: Influence of cognitive processes on participation in agripreneurship. *Development in Practice*, *30*(2), 234–243. https://doi.org/10.1080/09614524.2019.1670138

Mashudi, M., Rustam, R., Hidayah, R. Al, & Sutandar, E. (2022). Entrepreneurship and work motivation training towards entrepreneurial interest in Arowana fish pond. *International Journal of Scientific Advances*, *3*(1), 66–74. https://doi.org/10.51542/ijscia.v3i1.8

Morgan, A., Sibson, R., & Jackson, D. (2022). Digital demand and digital deficit: Conceptualising digital literacy and gauging proficiency among higher education students. *Journal of Higher Education Policy and Management*, *44*(3), 258–275.

Nguyen, T. L., Nguyen, H. T., Nguyen, N. H., Nguyen, D. L., Nguyen, T. T. D., & Le, D. L. (2023). Factors affecting students' career choice in economics majors in the COVID-19 post-pandemic period: A case study of a private university in Vietnam. *Journal of Innovation & Knowledge*, *8*(2), 100338. https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100338

Oktavia, H. F., & Hanani, N. (2016). Peran sektor pertanian dalam pembangunan ekonomi di Provinsi Jawa Timur (pendekatan input-output). *Habitat*, *27*(2), 72–84. https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2016.027.2.9

Raharjo, K., Afrianty, T. W., & Prakasa, Y. (2024). Digital literacy and business transformation: Social-cognitive learning perspectives in small business enterprises. *Cogent Business & Management*, *11*(1), 1–15. https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2376282

Setiawati, R., Adriani, Z., & Wediawati, B. (2022). Entrepreneurial interest in startup business based on entrepreneurial literacy and digital literacy. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, *10*(4), 235–250. https://doi.org/10.22437/ppd.v10i4.18819

Shahzad, K., Khan, S. A., & Iqbal, A. (2023). Effects of motivational and behavioral factors on job productivity: An empirical investigation from academic librarians in Pakistan. *Behavioral Sciences*, *13*, 41.

Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, *13*(2), 257–279. https://doi.org/10.1016/S1053-4822(03)00017-2

Sihombing, R. A. A., Baladina, N., Jamroni, M., Aprilia, A., & Haryati, N. (2026). The influence of entrepreneurship motivation and self-efficacy on agribusiness students' entrepreneurial intention. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, *10*(1), 101–119. https://doi.org/10.14710/agrisocionomics.v10i1.26972

Smidt, H. J., & Jokonya, O. (2022). Factors affecting digital technology adoption by small-scale farmers in agriculture value chains (AVCs) in South Africa. *Information Technology for Development*, *28*(3), 558–584. https://doi.org/10.1080/02681102.2021.1975256

Soam, S. K., Rathore, S., Yashavanth, B. S., & Dhumantarao, T. R. (2023). Students' perspectives on entrepreneurship and its intention in India. *Sustainability*, *15*, 10488.

Sokolova, A. P., & Litvinenko, G. N. (2020). Innovation as a source of agribusiness development. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, *421*(2), 22053. https://doi.org/10.1088/1755-1315/421/2/022053

Spokane, A. R., & Cruza-Guet, M. C. (2005). Holland's theory of vocational personalities in work environments. In S. D. Brown & R. W. Lent (Eds.), *Career development and counseling: Putting theory and research to work* (pp. 24–41). John Wiley & Sons.

Statistik, B. P. (2023). *Hasil pencacahan lengkap Sensus Pertanian 2023 (ST2023) Tahap I*. Badan Pusat Statistik.

Suhartini, R., Nurlaela, L., Wahyuningsih, U., & Prihatina, Y. Y. I. (2021). Validity, reliability, intra-rater instrument parameter teaching factory and learning outcomes of industrial clothing. *Proceedings of the International Joint Conference on Arts and Humanities (IJCAH 2021)*, *618*, 1230–1239.

Susilowati, S. H. (2016). Fenomena penuaan petani dan berkurangnya tenaga kerja muda serta implikasinya bagi kebijakan pembangunan pertanian. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, *34*(1), 35–55.

Tambwe, M. A., & Mapunda. (2024). Exploring the drivers of entrepreneurial intentions among farmers in Tanzania's agricultural sector. *African Journal of Applied Research*, *10*(1), 339–358.

To, C. K. M., Guaita Martínez, J. M., Orero-Blat, M., & Chau, K. P. (2020). Predicting motivational outcomes in social entrepreneurship: Roles of entrepreneurial self-efficacy and situational fit. *Journal of Business Research*, *121*, 209–222. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.022

Tran, M.-L., Trinh, H. H.-H., & Vo, T. H.-C. (2024). Growth beyond borders: How technological innovation and agricultural competitiveness propel agri-venture internationalisation. *The Journal of Entrepreneurship*, *33*(3), 581–620. https://doi.org/10.1177/09713557241283307

Vahdanjoo, M., Sørensen, C. G., & Nørremark, M. (2025). Digital transformation of the agri-food system. *Current Opinion in Food Science*, *63*, 101287. https://doi.org/10.1016/j.cofs.2025.101287

Vasilyeva, Dovzhik, & Musatova. (2020). Work motivational factors of Generation Z in the digital economy. *2nd International Scientific and Practical Conference "Modern Management Trends and the Digital Economy: From Regional Development to Global Economic Growth" (MTDE 2020)*, *138*, 1018–1024.

Yami, M., Feleke, S., Abdoulaye, T., Alene, A. D., Bamba, Z., & Manyong, V. (2019). African rural youth engagement in agribusiness: Achievements, limitations, and lessons. *Sustainability*, *11*(1), 185. https://doi.org/10.3390/su11010185

Yun, V. W. S., Ulang, N. M., & Husain, S. H. (2023). Measuring the internal consistency and reliability of the hierarchy of controls in preventing infectious diseases on construction sites: The Kuder-Richardson (KR-20) and Cronbach's alpha. *Journal of Advanced Research in Applied Sciences and Engineering Technology*, *33*(1), 392–405. https://doi.org/10.37934/araset.33.1.392405

Zheng, Z. (2025). Relationship between perceived social support, entrepreneurial passion, and entrepreneurial intention among cross-cultural youth: A Delphi and empirical analysis. *Asia Social Issues*, *18*(4), e274793. https://doi.org/10.48048/asi.2025.274793