

PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KEBERADAAN PETERNAKAN AYAM RAS PETELUR (Kasus di PT. Lumbung Telur Indonesia, Desa Gununggede, Kecamatan Kawalu, Kota Tasikmalaya)

Muhammad Hafid¹, Achmad Firman¹, dan Anita Fitriani^{1, a}

¹Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran

^aemail: anitafrn@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap keberadaan peternakan ayam petelur dilihat dari dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan. Penelitian dilakukan pada sekitar wilayah PT. Lumbung Telur Indonesia yang berada di Desa Gununggede, Kecamatan Kawalu, Kota Tasikmalaya. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Februari hingga Maret 2023. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Deskriptif Kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan secara *purposive* pada Kampung Rancabogo sebanyak 72 sampel. Penilaian persepsi dibagi menjadi 5 bagian, yaitu skor 1 (sangat tidak setuju), skor 2 (tidak setuju), skor 3 (netral), skor 4 (setuju), dan skor 5 (sangat setuju). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap keberadaan peternakan ayam petelur PT. Lumbung Telur Indonesia berdasarkan dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan termasuk kategori sedang atau masyarakat tidak keberatan dengan keberadaan peternakan. Hasil dari dimensi ekonomi mendapatkan persentase yang lebih tinggi atau masyarakat menerima dengan baik, kemudian dimensi sosial mendapatkan persentase netral cenderung tidak setuju atau masyarakat tidak keberatan namun masih cenderung kurang menerima dengan adanya peternakan, dan yang paling rendah yaitu dari dimensi lingkungan atau masyarakat keberatan dengan keberadaan peternakan.

Kata Kunci: Persepsi, Masyarakat, Sosial, Ekonomi, Lingkungan

COMMUNITY PERCEPTION OF EXISTENCE LAYING CHICKEN BREDS (The Case in PT. Lumbung Telur Indonesia, Desa Gununggede, Kecamatan Kawalu, Kota Tasikmalaya)

ABSTRACT

The objectives of this research were to determine the public's perceptions of the existence of Poultry Layer Commercial viewed from the social, economic, and environmental dimensions. The research was conducted around the area of PT. Lumbung Telur Indonesia located in Gununggede Village, Kawalu District, Tasikmalaya Ciry. This research was conducted from February to March 2023. The method used in this research is Quantitative Descriptive. Sampling purposively in Rancabogo Village as many as 72 sample. Perception value is divided into 5 parts, namely score 1 (strongly disagree), score 2 (disagree), score 3 (neutral), score 4 (agree), and score 5 (strongly agree). The results showed that the public's perception of the existence of Poultry Layer Commercial at PT. Lumbung Telur Indonesia based on the social, economic and environmental dimensions is in the moderate category or the public's does not object to the existence of Farm. The results of the economic dimension get a higher percentage or the public's accepts it well, then the social dimension gets a neutral percentage tending to disagree or the public's doesn't mind but still tends to be less accepting of Farm. And the lowest is from the environmental dimension, or people object to the existence Farm.

Keywords: Perception, Public, Social, Economy, Environment

PENDAHULUAN

Peternakan ayam ras petelur merupakan salah satu sektor ekonomi yang masih potensial untuk dikembangkan. Pada tahun 2021, Indonesia memiliki 386.125.709 juta ekor ayam ras petelur. lebih banyak dibandingkan tahun 2020, ketika ada 345.181.214 juta ekor (BPS,

2022). Provinsi Jawa Barat mengalami peningkatan jumlah ayam ras petelur. Jawa Barat memiliki populasi ayam ras petelur sebanyak 39.422.009 juta ekor pada tahun 2020, jumlah ini meningkat menjadi 49.568.435 juta ekor pada tahun 2021 (BPS, 2022). Hal ini menunjukkan bagaimana

pertumbuhan ayam ras petelur di Indonesia telah mempengaruhi kemampuan negara untuk menyediakan protein hewani bagi penduduknya. Usaha peternakan ayam ras petelur mempunyai prospek yang bagus untuk dikembangkan. Adanya perusahaan peternakan memberikan dampak kepada masyarakat sekitar, baik dampak positif ataupun dampak negatif. Berbagai macam dampak yang ditimbulkan dari adanya perusahaan peternakan di suatu lingkungan masyarakat perlu mendapat perhatian. Terdapat 3 dimensi yang terpengaruh dari adanya pembangunan peternakan, yaitu dari dimensi ekonomi, lingkungan, dan sosial.

PT. Lumbung Telur Indonesia berada di Kampung Rancabogo, Desa Gununggede, Kecamatan Kawalu, Kota Tasikmalaya adalah perusahaan peternakan ayam ras petelur dengan kapasitas produksi sekitar 45.000 ekor. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2019 dan memulai usahanya dengan pemeliharaan pullet yaitu ayam ras petelur yang memasuki umur 12 - 16 minggu. Jumlah kandang yang dimiliki perusahaan sebanyak 8 kandang yang langsung berbatasan dengan masyarakat di Kampung Rancabogo. Keberadaan PT. Lumbung Telur Indonesia di tengah masyarakat Kampung Rancabogo Kecamatan Kawalu dapat menimbulkan dampak pada dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan yang dimana akan langsung terasa dampaknya kepada masyarakat karena peternakan ini berbatasan langsung dengan rumah sekitar sehingga hal ini akan menimbulkan persepsi di lingkungan masyarakat.

Persepsi seseorang terhadap keberadaan peternakan ayam petelur berbeda antara satu orang dengan yang lainnya. Untuk membuat prediksi tentang apa yang akan terjadi selanjutnya atau di masa depan, persepsi melibatkan penerimaan realitas yang diamati oleh indera dan otak, yang kemudian diatur dengan ide atau pengetahuan. Persepsi adalah studi tentang bagaimana menerapkan apa yang ada di sekitar pada persepsi atau gagasan kita saat ini, dan kemudian pada objek itu sendiri. Dukungan masyarakat sangat penting untuk kelangsungan industri ayam petelur. Agar usaha ternak tetap berjalan, izin dari masyarakat di lingkungan sekitar harus ada. Ada penelitian lain untuk melihat bagaimana persepsi tentang peternakan sebelum penelitian ini dilaksanakan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Kusumastuti (2010)

dengan judul “Analisis Persepsi Masyarakat terhadap Eksistensi Kandang Agrowisata Kelompok Kambing Etawah Peranakan di Desa Girikerto Turi, Sleman Yogyakarta”, penelitian tersebut dianggap relevan. Penelitian itu mengeksplorasi pandangan masyarakat tentang peternakan domba dari sudut pandang sosial, ekonomi, dan lingkungan, tetapi berbeda dari penelitian saat ini dengan fokus pada peternakan ayam ras petelur. Berdasarkan latar belakang di atas, maka akan dilakukan penelitian yang berjudul “Persepsi Masyarakat terhadap Keberadaan Peternakan Ayam Ras Petelur (Kasus di PT. Lumbung Telur Indonesia, Desa Gununggede, Kecamatan Kawalu, Kota Tasikmalaya)”.

METODE PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah data dan informasi terkait persepsi masyarakat Desa Gununggede Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya terhadap Keberadaan Peternakan Ayam PT. Lumbung Telur Indonesia. Subjek dalam penelitian ini adalah aparatur desa, tokoh masyarakat, serta masyarakat sekitar Peternakan Ayam PT. Lumbung Telur Indonesia yang menjadi responden. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Penentuan daerah penelitian dilakukan di Kampung Rancabogo Desa Gununggede Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya Provinsi Jawa Barat. Pemilihan lokasi penelitian ditentukan dengan metode *purposive*. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Kampung Rancabogo, Desa Gununggede, Kecamatan Kawalu, Kota Tasikmalaya yang pemukimannya langsung berbatasan dengan Peternakan Ayam PT. Lumbung Telur Indonesia. Teknik penentuan responden yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data melalui pendataan langsung dan dari publikasi kantor kecamatan dan desa yang terkait dengan wilayah studi. Data diuji menggunakan uji validitas, reliabilitas dan analisis statistik deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pada Tabel 1 diperlihatkan hasil Uji Validitas Variabel Sosial. Hasil uji

menunjukkan bahwa sebagian besar indikator dan item pertanyaan yang membentuk variabel sosial memiliki R hitung $> R$ tabel (atau nilai $\text{sig} < \alpha$), seperti yang dapat dilihat pada tabel di atas. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar item pertanyaan **valid** dan **layak** untuk dipelajari lebih lanjut.

Pada Tabel 2 diperlihatkan hasil uji validasi untuk variabel ekonomi. Hasil uji tersebut memperlihatkan secara mayoritas indikator/item pertanyaan yang menyusun variabel ekonomi memiliki R hitung $> R$ tabel (atau nilai $\text{sig} < \alpha$), yang artinya secara mayoritas item pertanyaan valid dan layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Pada Tabel 3 diperlihatkan hasil uji validasi untuk variabel ekonomi. Hasil uji tersebut memperlihatkan secara mayoritas indikator/item pertanyaan yang menyusun variabel lingkungan memiliki R hitung $> R$ tabel (atau nilai $\text{sig} < \alpha$), yang artinya secara mayoritas item pertanyaan valid dan layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Uji Reliabilitas

Tabel 4 menunjukkan hasil uji reliabilitas terhadap instrumen penelitian. Dapat dilihat bahwasanya kedua variabel memiliki nilai *Cronbach alpha* $>$ nilai standard (0,6). Dapat dikatakan bahwa setiap item pertanyaan/indikator memiliki reliabilitas tinggi dan layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Persepsi Masyarakat terhadap Keberadaan Peternakan Ayam PT. Lumbung Telur Indonesia

Persepsi masyarakat adalah suatu proses penilaian seseorang terhadap objek tertentu berupa tanggapan yang diberikan oleh masyarakat mengenai PT. Lumbung Telur Indonesia, dimana PT. Lumbung Telur Indonesia berada tepat di tengah masyarakat Kampung Rancabogo Desa Gununggede Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya. Menurut masyarakat yang bermukim dan jarak kepada peternakan sekitar 0 – 500 meter, ada pengaruh dari dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan dari adanya keberadaan peternakan ayam PT. Lumbung Telur Indonesia. Persepsi masyarakat dilihat dari 3 (tiga) dimensi, yaitu dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan. Pada variabel persepsi terdapat 9 pertanyaan yang menjadi alat ukur penelitian. Adapun tingkat

persepsi masyarakat terhadap keberadaan peternakan ayam PT. Lumbung Telur Indonesia dapat dilihat pada Tabel 5.

Berdasarkan Tabel 5, persepsi masyarakat terhadap keberadaan peternakan ayam PT. Lumbung Telur Indonesia termasuk kedalam kategori netral dengan adanya keberadaan peternakan tersebut, ditunjukkan dengan persentase sebesar 48,61% menyatakan netral, namun 31,94% menyatakan tidak setuju dan 8,3% menyatakan sangat tidak setuju, lebih besar dari setuju yang menyatakan 11,11%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa masyarakat tidak keberatan dengan adanya peternakan dengan hasil 48,61% menyatakan netral, namun sebagian masyarakat masih menganggap dengan adanya peternakan ayam PT. Lumbung Telur Indonesia di sekitar pemukiman mengganggu dengan hasil 31,94% menyatakan tidak setuju dan 8,3% menyatakan sangat tidak setuju, kemudian sebagian kecil lainnya menyatakan masyarakat sudah menyatakan setuju dengan keberadaan peternakan ditunjukkan dengan persentase 11,11% menyatakan setuju.

1. Dimensi Sosial

Sosial pada strukturnya yaitu suatu tatanan dari hubungan-hubungan sosial dalam masyarakat yang menempatkan pihak-pihak tertentu (individu, keluarga, kelompok, dan kelas) di dalam posisi-posisi berdasarkan suatu sistem nilai dan norma yang berlaku pada suatu masyarakat di waktu tertentu (Sudarno, 2002). Persepsi masyarakat dari dimensi sosial berdasarkan 3 pertanyaan yang mewakili variabel dimensi sosial. Adapun tingkat persepsi masyarakat berdasarkan dimensi sosial, dapat kita lihat seperti pada tabel 6.

Berdasarkan Tabel 6 bahwa persepsi masyarakat dari dimensi sosial termasuk dalam kategori netral atau masyarakat dianggap tidak keberatan dengan pengaruh peternakan terhadap dimensi sosial yang terjadi di masyarakat karena ditunjukkan bahwa dimensi ini mendapatkan hasil 33,33% netral, namun dimensi sosial masih cenderung mengarah ke tidak setuju karena sebagian masyarakat masih ada yang keberatan dengan pengaruh peternakan terhadap dimensi sosial dengan persentase 12,5 % menyatakan sangat tidak setuju dan 40,27 menyatakan tidak setuju.

Indikator pertama dari dimensi sosial yaitu bantuan sosial yang diberikan oleh PT. Lumbung Telur Indonesia, sebesar 2,77%

masyarakat menyatakan setuju karena fakta di lapangan adalah PT. Lumbung Telur Indonesia memberikan bantuan sosial. Tujuannya adalah dari pihak peternakan ingin tetap menjalin komunikasi yang baik kepada masyarakat sekitar. Bantuan utamanya berupa telur dan bahan pokok lainnya yang diberikan kepada masyarakat seperti beras dan obat pengusir lalat, namun pembagian kepada masyarakat seringkali belum merata atau masyarakat dirasa belum puas, karena masih ada masyarakat yang menerima hanya sebagian atau bahkan tidak menerima sama sekali dalam setiap bulannya, oleh karena itu masyarakat menyatakan sebesar 43,05% tidak setuju dan 22,22% sangat tidak setuju. Hasil dari indikator ini sesuai dengan pernyataan menurut Maroni, dkk., (2017) yang berpendapat bahwa kesejahteraan masyarakat merupakan salah satu tolok ukur dalam keberhasilan suatu pembangunan dan mewujudkan kesejahteraan masyarakat memerlukan dukungan dari berbagai komponen antara lain pemerintah, swasta, dan masyarakat itu sendiri, bantuan sosial disediakan. Perusahaan di sektor swasta, dalam konteks ini, bertanggung jawab secara sosial karena mempengaruhi masyarakat di sekitarnya.

Indikator kedua dari dimensi sosial adalah solidaritas masyarakat, dengan adanya kegiatan yang dilakukan oleh PT. Lumbung Telur Indonesia ini tentu akan menimbulkan rasa solidaritas masyarakat, yaitu dalam menumbuhkan jiwa masyarakat dalam menjaga pencemaran lingkungan, karena tentu dengan adanya kegiatan peternakan yang terjadi di tengah masyarakat akan menimbulkan dampak pencemaran lingkungan. Hasil menunjukkan bahwa sebesar 11,11% masyarakat menyatakan setuju, karena dalam mencegah pencemaran lingkungan seperti bau yang tidak sedap dan kotoran – kotoran akibat mobilisasi kegiatan peternakan, hanya beberapa anggota dari beberapa kepala keluarga yang melaksanakannya, hal ini dikarenakan masyarakat ada yang bekerja diluar daerah peternakan dan masih belum adanya kesadaran akan pentingnya solidaritas masyarakat bergotong royong dalam mencegah pencemaran lingkungan, oleh karena itu masyarakat menyatakan dengan sama persentase 37,5% untuk netral dan tidak setuju kemudian 13,88% untuk sangat tidak setuju. Solidaritas masyarakat dalam menciptakan hubungan antar sesama perlu dilakukan karena

untuk mencapai tujuan tertentu di masyarakat tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Koentjoroningrat (2012) dalam komunitas kecil, gotong royong atau saling mendukung tidak hanya dimotivasi oleh keinginan bawaan untuk membantu orang lain, tetapi juga oleh rasa kebutuhan timbal balik yang meresap ke dalam struktur masyarakat. Tingkah laku masyarakat dalam kegiatan yang saling menguntungkan menunjukkan suatu bentuk solidaritas kolektif, oleh karena itu solidaritas masyarakat sangat dibutuhkan agar terwujudnya cita – cita di kelompok masyarakat tersebut, khususnya dalam hal ini yaitu mencegah pencemaran lingkungan.

Indikator ketiga dari variabel dimensi sosial adalah peran peternakan dalam kegiatan masyarakat. Indikator ini mendapatkan hasil indikator yang paling besar di variabel dimensi sosial dalam menyatakan 2,77% sangat setuju dan 15,27% setuju, karena dalam kegiatan bermasyarakat atau kegiatan sosial yang dilakukan oleh pihak peternakan seperti pertemuan warga, kegiatan ibadah bersama, dan kerja bakti di hari – hari libur nasional, pihak peternakan seringkali turut aktif dalam kegiatan – kegiatan tersebut, seperti contohnya memberikan kontribusi konsumsi seperti kopi dan rokok, kemudian beberapa karyawan dari peternakan tersebut baik yang dari masyarakat sekitar atau dari perusahaan seringkali aktif untuk mengikuti kegiatan kerja bakti yang diadakan setiap hari libur. Hasil dari indikator ini sesuai dengan pendapat Wijaya (2015) yang menyatakan bahwa masyarakat memiliki pengaruh pada keberadaan perusahaan, setiap kegiatan operasional perusahaan akan berpotensi menimbulkan dampak positif ataupun negatif terhadap masyarakat sekitar perusahaan. Apabila perusahaan memperhatikan indikator dimensi sosial ini, maka perusahaan akan dapat mencapai perkembangan serta pembangunan berkelanjutan. Munculnya resistensi masyarakat terhadap perusahaan karena indikator dimensi sosial ini di abaikan, sehingga dapat menimbulkan kondisi yang tidak kondusif dalam aktivitas antara perusahaan dan masyarakat.

2. Dimensi Ekonomi

Ekonomi adalah suatu tindakan yang diambil oleh orang-orang untuk memenuhi keinginan mereka dan memastikan

kesejahteraan mereka, termasuk transaksi atau tindakan seperti membeli dan menjual barang untuk mendapatkan uang. Pencapaian pelaksanaan ekonomi yang efektif tentu diperlukan usaha atau pemikiran yang matang agar kegiatan ekonomi bisa berjalan sesuai dengan harapan. Persepsi masyarakat dari dimensi ekonomi berdasarkan 3 pertanyaan yang mewakili variabel dimensi ekonomi. Adapun tingkat persepsi masyarakat berdasarkan dimensi ekonomi, yaitu seperti yang ditunjukkan pada Tabel 7.

Berdasarkan Tabel 7, persepsi masyarakat dari dimensi ekonomi termasuk dalam kategori tinggi atau masyarakat menyambut baik adanya peternakan karena ditunjukkan bahwa dimensi ini mendapatkan hasil 23,61% menyatakan setuju dan 37,5% menyatakan sangat setuju.

Indikator pertama dari dimensi ekonomi yaitu terbukanya lapangan pekerjaan yang diberikan oleh PT. Lumbung Telur Indonesia, sebesar 26,38% masyarakat menyatakan sangat setuju dan 29,16% menyatakan setuju, karena fakta di lapangan adalah PT. Lumbung Telur Indonesia memberikan kesempatan secara luas kepada masyarakat di sekitar untuk menjadi pegawai di PT. Lumbung Telur Indonesia sebagai petugas kandang yang melaksanakan kontrol ayam setiap hari dan petugas pengamanan. Kesempatan lapangan pekerjaan ini tentu dibuka dengan ketentuan yang mudah karena diharapkan banyak dari masyarakat sekitar yang menjadi pegawai di peternakan, sekitar 10 – 15 orang setiap periode secara bergantian, mulai dari usia 30 hingga 60 tahun. Fungsi industri peternakan adalah untuk menopang perekonomian secara keseluruhan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, sektor peternakan secara langsung membantu masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan (Cepriadi, 2010).

Indikator kedua dari dimensi ekonomi yaitu menciptakan peluang usaha. Indikator ini mengarah setuju dengan persentase 36,11% menyatakan setuju dan 11,11% menyatakan sangat setuju karena terdapat beberapa masyarakat di sekitar peternakan sudah mulai akan sadar bahwa dari telur dapat diciptakan sebuah peluang usaha untuk menambah penghasilan keluarganya, seperti contohnya ada satu keluarga yang memiliki usaha toko kue yang dimana untuk telurnya seringkali didapatkan dari peternakan ayam PT. Lumbung Telur Indonesia, kemudian ada 3 keluarga yang

membuka tempat makan Nasi Tutug Oncom dengan bahannya yaitu telur untuk menjadi lauknya. Hal ini sesuai dengan gagasan Firmansyah dan Roosmawati (2019) bahwa ide bisnis yang diciptakan seseorang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan pasar serta memecahkan masalah yang ada, dalam hal ini, ide bisnis dari masyarakat dimanfaatkan baik oleh pihak PT. Lumbung Telur Indonesia agar bisa diterima masyarakat dengan memberikan telur secara lebih kepada penggiat usaha dengan proses jual yang mudah dan seringkali membuka diskusi kepada masyarakat tentang prospek usaha dari peternakan khususnya dari olahan telur.

Indikator ketiga dalam dimensi ekonomi menjadi indikator dengan hasil tertinggi yaitu 34,72% masyarakat menyatakan sangat setuju dan 23,61% menyatakan setuju. Tentu dengan peluang usaha dan peluang pekerjaan yang tinggi, menjadikan masyarakat di sekitar peternakan mudah untuk mendapatkan hasil dari peternakan tersebut, yaitu telur. Setiap bulannya, peternakan rutin memberikan sekitar 4 – 6 butir telur ayam kepada setiap kepala keluarga dan memberikan kemudahan apabila ada masyarakat yang ingin membeli telur kembali untuk kebutuhan lainnya, tentu dengan harga dan proses pembelian yang mudah. Peranan peternakan dalam memudahkan masyarakat mendapatkan telur sangat penting karena telur merupakan produk peternakan yang memberikan sumbangan terbesar bagi tercapainya kecukupan gizi masyarakat (Sudaryani, 2003).

3. Dimensi Lingkungan

Lingkungan adalah semua hal yang mengelilingi manusia. Pertumbuhan manusia rentan terhadap faktor lingkungan. Pergeseran ekosistem dan iklim mungkin tidak berfungsi dengan baik jika lingkungan dihilangkan. Hal ini disebabkan karena banyak objek, termasuk makhluk hidup lain seperti hewan dan tumbuhan, berkontribusi dalam pembentukan lingkungan. Persepsi masyarakat dari dimensi lingkungan berdasarkan 3 pertanyaan yang mewakili variabel dimensi lingkungan. Adapun tingkat persepsi masyarakat berdasarkan dimensi lingkungan, ditunjukkan seperti pada Tabel 8.

Berdasarkan Tabel 8 bahwa persepsi masyarakat dari dimensi lingkungan termasuk dalam kategori rendah atau masyarakat kurang

menerima keberadaan peternakan dari dimensi lingkungan, ditunjukkan bahwa persepsi ini mendapatkan hasil 47,22% menyatakan tidak setuju dan 26,38% menyatakan sangat tidak setuju.

Indikator pertama dalam dimensi lingkungan adalah tidak menyebabkan pencemaran lingkungan, menerima jawaban yang tidak setuju sebesar 37,5% dan sangat tidak setuju sebesar 27,77%. Limbah dari perusahaan peternakan meliputi limbah padat, cair, gas, dan pakan yang tidak terpakai kemudian bercampur kotoran ternak. Hal ini tentu menjadi permasalahan utama yang terjadi pada peternakan tersebut karena peternakan tersebut memiliki jarak yang berbatasan dengan rumah masyarakat dan memiliki posisi yang dikelilingi oleh 5 RT, oleh karena itu pencemaran lingkungan yang sangat terasa adalah di udara dan air, untuk pencemaran udara tentu di bau yang menyengat dan akhirnya menimbulkan lalat berterbangan di rumah masyarakat, dikarenakan pula kandang yang digunakan masih menggunakan kandang panggung yang menyebabkan kotoran bertumpuk di ruang terbuka sehingga akhirnya menimbulkan bau menyengat, untuk kotoran tersebut akan dibersihkan setiap satu bulan sekali, kemudian untuk pencemaran air tentu air yang ada di peternakan seringkali bercampur dengan bulu dan kotoran ayam yang menyebabkan air teraliri kepada aliran air di depan rumah masyarakat sehingga aliran air di sekitar peternakan menjadi kotor. Masalah ini sesuai dengan pendapat Cahyono (2019) yang menyatakan bahwa pencemaran yang ditimbulkan usaha peternakan ayam berasal dari limbah kotoran ternak, sisa pakan, dan air buangan yang berasal dari pembersihan kandang.

Indikator kedua dari dimensi lingkungan yaitu tidak menyebabkan terganggunya fasilitas dan kegiatan masyarakat. Indikator ini menunjukkan hasil tidak setuju sebesar 40,27%

dan sangat tidak setuju sebesar 30,55%, karena dalam kegiatan sehari – hari seperti berdagang, berinteraksi antar warga, serta melaksanakan ibadah, peternakan dari PT. Lumbung Telur Indonesia dirasa seringkali dianggap mengganggu oleh sebagian masyarakat karena kegiatan yang dilakukannya seperti pengiriman pakan, telur, dan sekam kemudian adanya peternakan inipun menimbulkan bau menyengat dan lalat yang bertebaran di sekitar masyarakat sehingga mengganggu kegiatan dan fasilitas. Hal ini sesuai dengan pendapat Fakhuddin, dkk., (2020) Adanya bau tidak sedap dari kotoran ayam dapat mempengaruhi penghuni lingkungan secara sosial dengan mengganggu aktivitasnya.

Indikator terakhir dari dimensi lingkungan yaitu tidak menyebabkan kesehatan masyarakat terganggu. Indikator ini memiliki tingkat tidak setuju paling tinggi dalam variabel masyarakat sebesar 43,05% menyatakan tidak setuju dan 30,55% menyatakan sangat tidak setuju. Masyarakat kerap kali mengeluh mengalami penyakit gangguan pernapasan seperti batuk dan *influenza*, karena kegiatan yang dilakukan peternakan ayam PT. Lumbung Telur Indonesia menghasilkan bau yang menyengat, beberapa masyarakat yang memiliki sensitifitas pernafasan akan terkena penyakit, kejadian ini terjadi seringkali pada masyarakat pada umur 50 tahun keatas. Korelasi antara lingkungan dan kesehatan, yaitu bau busuk dari peternakan unggas dapat mengganggu tetangga yang tinggal di sekitarnya. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Purwanto (2013) yang menyatakan bahwa peternakan ayam petelur berpotensi menimbulkan dampak negatif, antara lain kemungkinan terjadinya wabah penyakit yang dapat menular dari ayam ke manusia (zoonosis), pencemaran berupa kotoran, bau amoniak, munculnya banyak lalat, tikus, dan hama lainnya.

Table 1. Hasil Uji Validitas Variabel Sosial

Variabel	Kode Butir	Statistik Hitung		Keputusan
		r-hitung	r tabel	
Sosial	S.1	0,688	0,2319	Valid
	S.2	0,759	0,2319	Valid
	S.3	0,600	0,2319	Valid

*r-tabel diperoleh dari tabel-r dengan $N=72$ dan $\alpha=0,05$ (uji dua arah)

Table 2. Hasil Uji Validitas Variabel Ekonomi

Variabel	Kode Butir	Statistik Hitung		Keputusan
		r-hitung	r tabel	
Ekonomi	E.1	0,847	0,2319	Valid
	E.2	0,511	0,2319	Valid
	E.3	0,712	0,2319	Valid

*r-tabel diperoleh dari tabel-r dengan $N=72$ dan $\alpha=0,05$ (uji dua arah)

Table 3. Hasil Uji Validitas Variabel Lingkungan

Variabel	Kode Butir	Statistik Hitung		Keputusan
		r-hitung	r tabel	
Lingkungan	L.1	0,661	0,2319	Valid
	L.2	0,522	0,2319	Valid
	L.3	0,503	0,2319	Valid

*r-tabel diperoleh dari tabel-r dengan $N=72$ dan $\alpha=0,05$ (uji dua arah)

Table 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach Alpha	Nilai Standar	Keputusan
Sosial 1	1	0,801	0,6	Reliabilitas tinggi
Sosial 2	1	0,792	0,6	Reliabilitas tinggi
Sosial 3	1	0,810	0,6	Reliabilitas tinggi
Ekonomi 1	1	0,785	0,6	Reliabilitas tinggi
Ekonomi 2	1	0,836	0,6	Reliabilitas tinggi
Ekonomi 3	1	0,819	0,6	Reliabilitas tinggi
Lingkungan 1	1	0,804	0,6	Reliabilitas tinggi
Lingkungan 2	1	0,819	0,6	Reliabilitas tinggi
Lingkungan 3	1	0,821	0,6	Reliabilitas tinggi

Table 5. Persepsi Masyarakat terhadap keberadaan Peternakan Ayam PT. Lumbung Telur Indonesia

No.	Variabel	Kategori (%)				
		Sangat setuju	Setuju	Netral	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
1	Sosial	1,38	12,5	33,33	40,27	12,5
2	Ekonomi	37,5	23,61	16,66	11,11	11,11
3	Lingkungan	0	1,38	25	47,22	26,38
	Persepsi masyarakat secara keseluruhan	0	11,11	48,61	31,94	8,3

Tabel 6. Persepsi Masyarakat terhadap keberadaan peternakan ayam PT. Lumbung Telur Indonesia dari dimensi sosial

No.	Variabel	Kategori (%)				
		Sangat setuju	Setuju	Netral	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
1	Bantuan sosial	0	2,77	31,94	43,05	22,22
2	Solidaritas masyarakat tercapai	0	11,11	37,5	37,5	13,88
3	Peran peternakan ayam dalam kegiatan masyarakat	2,77	15,27	47,22	20,83	13,88
	Persepsi masyarakat dari dimensi sosial	1,38	12,5	33,33	40,27	12,5

Tabel 7. Persepsi Masyarakat terhadap keberadaan peternakan ayam PT. Lumbung Telur Indonesia dari dimensi ekonomi

No.	Variabel	Kategori (%)				
		Sangat setuju	Setuju	Netral	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
1	Terbukanya lapangan pekerjaan	26,38	29,16	19,44	12,5	12,5
2	Menciptakan peluang usaha	11,11	36,11	30,55	13,88	8,3
3	Memberikan kemudahan dalam mendapatkan hasil peternakan	34,72	23,61	16,66	12,5	12,5
	Persepsi masyarakat dari dimensi ekonomi	37,5	23,61	16,66	11,11	11,11

Tabel 8. Persepsi Masyarakat terhadap keberadaan peternakan ayam PT. Lumbung Telur Indonesia dari dimensi lingkungan

No.	Variabel	Kategori (%)				
		Sangat setuju	Setuju	Netral	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
1	Tidak menyebabkan Pencemaran lingkungan	0	2,77	31,94	37,5	27,77
2	Tidak menyebabkan terganggunya fasilitas dan kegiatan masyarakat	0	1,38	27,77	40,27	30,55
3	Tidak mengganggu kesehatan masyarakat	0	2,77	23,61	43,05	30,55
	Persepsi masyarakat dari dimensi lingkungan	0	1,38	25	47,22	26,38

KESIMPULAN

1. Persepsi masyarakat berdasarkan dimensi sosial keberadaan peternakan ayam PT. Lumbung Telur Indonesia yang berada di Desa Gununggede Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya termasuk kategori sedang atau masyarakat tidak keberatan dengan peternakan namun cenderung mengarah ke kategori tidak setuju, yaitu 33,33% menyatakan netral kemudian

12,5% menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju menyatakan 40,27%.
 2. Persepsi masyarakat berdasarkan dimensi ekonomi keberadaan peternakan ayam PT. Lumbung Telur Indonesia yang berada di Desa Gununggede Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya termasuk kategori tinggi atau masyarakat menerima dengan baik, yaitu 23,61% menyatakan setuju dan 37,5% menyatakan sangat setuju.

3. Persepsi masyarakat berdasarkan dimensi lingkungan keberadaan peternakan ayam PT. Lumbang Telur Indonesia yang berada di Desa Gununggede Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya termasuk kategori rendah atau masyarakat merasa keberatan dengan adanya peternakan, yaitu 31,94% menyatakan tidak setuju dan 8,3% menyatakan sangat tidak setuju.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS). 2022. *Populasi Ayam Ras Petelur menurut Provinsi (Ekor), 2020 – 2022*: Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan, Kementan.
- Cahyono, B. 2019. *Panen Ayam Broiler 2 Kg dalam 42 Hari*. Lily Publisher: Yogyakarta
- Cepriadi. 2010. *Perbandingan Pendapatan Sistem Kemitraan Peternakan Ayam Broiler di Kota Pekanbaru*. *Jurnal Sain Peternakan Indonesia* Vol. 5, No. 1. Januari – Juni 2010. Fakultas Pertanian Universitas Riau.
- Fakihuddin, T., S. Tatbita, dan S. Muhammad. 2020. *Analisis dampak lingkungan dan persepsi masyarakat terhadap industri peternakan ayam (studi kasus pada peternakan di Jawa Tengah)*. *Jurnal Teknik Industri*. 10(2): 191-199.
- Koentjaraningrat. 2012. *Pengantar Ilmu Antropologi*. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Kusumastuti, T. A. (2010) *Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Keberadaan Agrowisata Kandang Kelompok Ternak Kambing Peranakan Etawah Di Desa Girikerto Turi Sleman YOGYAKARTA (the Analysis of Public Perception Toward the Existence of Etawah Crossbreed Goat Agrotourism In)*. *Jurnal Manusia dan Lingkungan*, 17(1): 57-67.
- Maroni, A., Kusuma, A. R., & Alaydrus, A. (2017). *Pengaruh Program Corporate Social Responsibility (Csr) Pt. Rea Kaltim Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Desa Pulau Pinang Kecamatan Kembang Janggut Kabupaten Kutai Kartanegara*. *E-journal Ilmu Pemerintah*, 6(2), 645-656.
- Purwanto, H. 2013. *Persepsi Masyarakat Terhadap Dampak Lingkungan Pada Usaha Peternakan Ayam Ras Pedaging (Bloiler) Di Kota Banjarbaru*. *Enviro Scientiae*, 9(1).
- Sudarno, W. 2002. *Perubahan Sosial*. PT. Tria Wacana. Yogyakarta.
- Sudaryani, T. 2003. *Kualitas telur*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Wijaya, H. F. 2015. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Citra Perusahaan*, *Jurnal Administratif*. 2(1):h:30 – 45.