

# PERSEPSI TENTANG SIFAT-SIFAT TERPENTING WIRAUSAHA DAN PERILAKU KOMUNIKASI PETERNAK AYAM BURAS

Priatna, W.B.

Jurusan Sosial Ekonomi Industri Peternakan, Fakultas Peternakan IPB  
(Diterima 13-04-2000; disetujui 12-09-2000)

## ABSTRACT

Research result in general were that men was farmers had medium and large-scale farm and women farmers in particular had small-scale farm. Mean age of the farmers was about 40 years. Most of the small-scale farmers were graduated from Elementary School, while the large and medium-scale were scattered from elementary school to senior high school. They had 1 to 4 family dependents, and they had experiences more than 5 years in the scope of small and medium-scale animal husbandries and earned Rp. 450.000/month, while the large-scale was less than 5 years and earned Rp. 600.000/month. In general, perception scores of the native chicken farmers was 70 to 80, and 42.86% of the large-scale farmers had scores 80. The farmer groups had many participants consisting of the large and small-scale farmers. Most of the farmers had both radio and televisions. The large and medium-scale farmers also had some printing mass media. The farmers made frequently contact with TV, their peers, chief group and change agent, but it was even more prominent in large and small-scale. Education, experience, and number of family dependents apparently had relation to perception. Education, experience, age, number of family dependents and farmer perceptions apparently had relation to communication behavior.

*Keyword* : native chicken farmers, farmer groups, perception scores, communication behavior

## PENDAHULUAN

Peternak adalah unsur subjek dalam produksi ternak, sekaligus sebagai objek dalam pembangunan peternakan. Oleh karena itu, "perlakuan" kepada diri peternak harus dipahami dari kedua sisi tersebut. Hal ini untuk mengembangkan perlunya rasa memiliki andil dalam pengembangan peternakan bagi sebagian besar peternak sehingga mewujudkan partisipasi. Dengan demikian, meningkatkan SDM peternak tidak hanya dapat dilihat dari "kacamata" perencanaan pembangunan, tetapi juga diperlukan perhatian terhadap peternak dalam mempersepsi diri dan lingkungannya.

Menurut Rakhmat (1994), persepsi adalah proses lanjutan setelah sensasi. Apabila dalam sensasi hanya merasakan (melalui alat indera) adanya suatu rangsangan, maka dalam persepsi, individu sudah mulai melakukan penilaian. Persepsi merupakan proses pemberian makna pada sensasi sehingga individu memperoleh pengetahuan baru atau proses mengubah sensasi menjadi informasi.

Ada enam proses dalam persepsi individu (Schneider *et al.* dalam Trenholm, 1986). *Pertama*, perhatian (*attention*) yakni individu mengamati sifat atau perilaku orang lain yang tertentu secara detail dan mengesampingkan yang lainnya. *Kedua*, penilaian (*snap judgment*) yakni tahap memutuskan untuk melanjutkan proses persepsi atau menghilangkannya. *Ketiga*, hubungan (*atribusi*) yang memerlukan penjelasan sebab akibat untuk perilaku seseorang.

Proses *keempat* dan *kelima* berkaitan sangat erat. Implikasi sifat (*trait implications*), yakni setelah mengamati suatu sifat (*primacy effect*), maka pengamat akan menyimpulkan sifat-sifat lainnya yang mendukung (*halo effect*). Pembentukan kesan (*impression formation*) adalah pengamat mengorganisir persepsi terhadap orang lain pada sekitar sifat pusat (*central trait*). Proses terakhir adalah peramalan (*prediction*), yakni meramalkan perilaku-perilaku selanjutnya dari orang yang dipersepsi berdasarkan atribusi, implikasi sifat dan pembentukan kesan.

Persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tidak selalu tepat. Demikian pula persepsi antar orang bisa berbeda, walaupun objek atau orang yang dipersepsinya sama. Ada dua faktor yang mempengaruhi persepsi. *Pertama*, faktor fungsional, yakni persepsi seseorang bukan hal yang muncul begitu saja, tetapi akan terkait dengan berbagai faktor dalam diri orang tersebut. *Kedua*, faktor struktural, yaitu apabila seseorang mempersepsi suatu objek, maka ia tidak mempersepsikannya sebagai objek yang berdiri sendiri, tetapi selalu mengaitkannya dengan konteks atau struktur.

Menurut Krech & Crutchfield (1975), berdasarkan faktor struktural akan dihasilkan tiga kemungkinan. *Pertama*, meskipun stimuli yang diterima tidak lengkap, namun individu akan mengisinya dengan interpretasi yang konsisten dengan rangkaian stimuli yang dipersepsi. *Kedua*, jika individu dianggap sebagai anggota kelompok, semua sifat individu yang berkaitan dengan sifat kelompok dipengaruhi oleh



keanggotaan kelompoknya, dengan efek yang berupa asimilasi atau kontras. Ketiga, struktur diperoleh dengan cara pengelompokan berdasarkan kedekatan dan persamaan sehingga stimuli yang berdekatan satu sama lain akan dianggap satu kelompok. Pengaruh faktor struktural ini sejalan dengan teori Gestalt, yaitu bila individu mempersepsi sesuatu, maka persepsinya sebagai suatu keseluruhan.

Rakhmat (1994) menyatakan bahwa persepsi interpersonal ditentukan oleh faktor fungsional sebagaimana juga mempengaruhi persepsi intrapersonal, yaitu yang berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan karakteristik individu yang memberikan respon pada stimuli. Faktor-faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi disebut juga kerangka rujukan (*frame of reference*).

Pada teori persepsi interpersonal, Laing dalam Littlejohn (1996) menyatakan bahwa, perilaku komunikasi individu banyak ditentukan oleh persepsinya tentang hubungan dengan komunikator lainnya.

Supaya dapat mengetahui keterkaitan antara karakteristik personal, persepsi dengan perilaku komunikasi peternak, maka diperlukan suatu penelitian. Tujuan dari penelitian adalah menjawab beberapa permasalahan yang berhasil diidentifikasi, yaitu (1) bagaimana pengelompokan karakteristik peternak ayam buras di lokasi penelitian? (2) bagaimana pengelompokan tingkat persepsi peternak tentang sifat-sifat terpenting wirausaha? (3) bagaimana pengelompokan perilaku komunikasi peternak untuk informasi usahaternak ayam buras? dan (4) bagaimana hubungan antara karakteristik personal, persepsi peternak tentang sifat-sifat terpenting wirausaha dengan perilaku komunikasi?

## METODE PENELITIAN

Populasi penelitian adalah para peternak ayam buras di Kabupaten Tingkat II Bogor. Ukuran sampel ditentukan oleh analisis yang digunakan. Topik utama yang akan dibahas yaitu mengenai hubungan yang mengisyaratkan koefisien korelasi. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah ditabelkan oleh Machin & Cambell (1987) ukuran sampel untuk mendeteksi koefisien korelasi yang signifikan secara statistik dengan  $\rho = 0.5$ ,  $\alpha = 0.01$  dan  $power 1-\beta = 0.95$  adalah > 62 orang, sedangkan penelitian ini berukuran sampel 65 orang.

Penelitian dilakukan selama dua bulan di lapangan, dengan dua tahap pelaksanaan. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang berisi susunan daftar pertanyaan. Ada dua jenis data yang menjadi

sumber analisis dalam penelitian, yaitu data primer dan data sekunder.

Statistik deskriptif, seperti perhitungan distribusi frekuensi, persentase dan rata-rata digunakan untuk menentukan keadaan umum lokasi penelitian, usahaternak yang dikelola peternak sampel, pengelompokan peternak sampel berdasarkan karakteristik, tingkat persepsi dan perilaku komunikasinya. Korelasi dari Spearman digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel karakteristik, persepsi dan perilaku komunikasi para peternak.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Personal Peternak

Sebagian besar peternak skala menengah (59.52%) dan skala besar (71.43%) adalah laki-laki, akan tetapi pada skala kecil umumnya (88.89%) adalah perempuan. Rata-rata umur peternak sekitar 40 tahun. Pendidikan peternak skala kecil, pada umumnya (77.78%) hanya tamat Sekolah Dasar (SD) dan yang lainnya tidak tamat SD. Sebagian peternak skala menengah (50%) juga berpendidikan SD, tetapi sebanyak 28.58% peternak sudah tamat Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA). Tingkat pendidikan formal skala besar sudah mulai tersebar, bahkan ada yang tamat pendidikan Diploma tiga tahun (D<sub>3</sub>) sebanyak 7.14%. Namun demikian, masih ada pula peternak yang tidak tamat SD.

Jumlah tanggungan keluarga peternak pada umumnya sampai dengan empat orang. Peternak skala kecil mempunyai pekerjaan pokok bertani (55.56%), sedangkan yang lainnya pedagang dan pegawai negeri, sebagian kecil (11.11%) menilai usaha ayam buras sebagai pekerjaan pokok. Peternak skala menengah mempunyai pekerjaan pokok sebagai pedagang (38.10%) dan petani (30.95%), sedangkan yang menilai usaha ayam buras sebagai pekerjaan pokok sebanyak 11.90%. Pada skala besar, usaha ternak ayam buras telah dinilai sebagai pekerjaan pokok dengan jumlah peternak yang relatif seimbang dengan jenis pekerjaan pokok lainnya.

Peternak skala kecil (55.56%) dan skala menengah (73.81%) telah beternak ayam buras lebih dari lima tahun, sedangkan untuk skala besar sebanyak 57.14% peternak memiliki pengalaman kurang dari lima tahun. Pada umumnya peternak skala kecil (77.78%) dan skala menengah (59.52%) memiliki penghasilan masih di bawah Rp 300.000 per bulan, sedangkan sebagian besar peternak skala besar (64.28%) berpenghasilan lebih dari Rp 300 - Rp. 750



ribu per bulan, bahkan sebanyak 7.14% telah ber-penghasilan lebih dari Rp 1.000.000 per bulan.

Mengusahakan ayam buras dalam skala kecil, tampaknya cukup dilakukan oleh para ibu rumah tangga dengan tingkat pengetahuan yang relatif rendah. Pada skala usaha yang lebih besar, suami akan lebih banyak terlibat karena peranan ayam buras yang dapat diandalkan sebagai salah satu sumber penghasilan keluarganya, bahkan sebagai pekerjaan pokok. Usahaternak yang berkembang akan membutuhkan sumber daya manusia dengan tingkat pendidikan yang relatif lebih baik. Sedangkan untuk lama beternak menunjukkan peranan yang relatif kurang berarti dalam perkembangan usaha ayam buras, karena peternak yang ada hanya mengalami sedikit sekali perbaikan dalam pengelolaan usaha yang dijalankannya dalam waktu yang sangat lama. Peningkatan skala usaha ayam buras, akan dapat memberikan tambahan bagi penghasilan keluarga peternak.

#### Tingkat Persepsi Peternak

Sebanyak 66.67% peternak skala kecil, memiliki skor persepsi antara 70 - 80, sedangkan sisanya masih di bawah skor 70. Peternak skala menengah selain masih ada (28.57%) yang di bawah skor 70, sebagian (47.62%) telah memiliki skor antara 70 - 80, bahkan sebanyak 23.81% telah memiliki nilai di atas 80. Peternak skala besar sebanyak 57.14% memiliki skor antara 70 - 80, sedangkan yang lainnya (42.86%) telah memiliki skor lebih dari 80.

Peternak dengan skala usaha yang relatif lebih besar ternyata menunjukkan tingkat persepsi yang lebih baik terhadap 10 sifat-sifat terpenting wira-usaha. Dengan demikian, prioritas dalam pembinaan pengembangan usaha ayam buras dapat ditujukan pada skala besar terlebih dahulu atau setidaknya kepada peternak skala menengah. Hal ini dilakukan untuk mengurangi keterbatasan sumber daya dan sumber dana yang dimiliki dalam pembinaan yang dilakukan pemerintah. Berdasarkan hasil penelitian McClelland (1961) di beberapa negara, disimpulkan bahwa motif berprestasi (*need for achievement* atau *n-Ach*) yang tinggi (sikap kewirausahaan) ternyata sangat dominan mempengaruhi keberhasilan suatu pekerjaan. Dengan demikian, masyarakat yang terdiri atas banyak orang yang memiliki sikap kewirausahaan, dapat diharapkan akan menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang tinggi. Selain itu, harus diupayakan adanya aliran informasi timbal balik antara peternak skala lebih besar dengan yang di

bawahnya, sebagai bagian dari percepatan penyebar-luasan informasi.

#### Perilaku Komunikasi Peternak

Kelompok peternak banyak diikuti oleh peternak skala kecil (88.89%) dan skala besar (64.29%), sedangkan skala menengah hanya 33.33%. Pada umumnya peternak telah memiliki media massa elektronik, berupa radio dan TV. Peternak skala menengah dan besar memiliki pula beberapa media massa cetak.

Kontak peternak dengan TV, umumnya sangat baik, sedangkan kontak dengan radio dan media cetak, berfrekuensi kadang-kadang saja. Kontak peternak dengan sesama peternak ayam buras, tampaknya telah terjalin dengan baik sehingga proporsi peternak yang mengunjungi atau dikunjungi peternak lain cukup banyak. Aktivitas peternak pada semua skala untuk mengunjungi sesama peternak telah dilakukan sebagian besar peternak, namun lebih menonjol pada skala kecil dan besar. Demikian pula dengan rata-rata frekuensi kunjungan per bulannya.

Kontak peternak dengan ketua kelompok dilakukan sebagian peternak skala kecil (55.56%) dan besar (50%), tetapi hanya sebagian kecil (14.29%) untuk skala menengah. Kontak peternak dengan penyuluh ternyata lebih banyak peternak yang dikunjungi penyuluh. Namun demikian, frekuensi kontak per bulannya relatif masih sedikit.

Kondisi tersebut di atas menunjukkan bahwa, peranan komunikasi interpersonal antar sesama peternak dan siaran dari media TV harus dapat dimanfaatkan secara lebih baik lagi, untuk meningkatkan dan mengembangkan perilaku komunikasi peternak sehingga memiliki informasi usahaternak yang lebih efisien.

#### Hubungan Karakteristik dengan Persepsi

Indikator karakteristik yang mempunyai hubungan dengan persepsi tentang sepuluh sifat terpenting dari wirausaha terdiri atas : pendidikan, pengalaman usahaternak, dan jumlah anggota keluarga yang menjadi tanggungan peternak. Pendidikan sangat nyata mempunyai hubungan untuk peternak pada skala usaha menengah ( $r = 0.4370$ ;  $\alpha = 0.00$ ) dan pada semua skala usaha ( $r = 0.3305$ ;  $\alpha = 0.01$ ). Pengalaman nyata berhubungan hanya pada skala besar ( $r = 0.5325$ ;  $\alpha = 0.05$ ), sedangkan jumlah tanggungan keluarga nyata pada semua skala usaha ( $r = -0.2904$ ;  $\alpha = 0.05$ ).



### Hubungan Karakteristik dengan Perilaku Komunikasi

Pada peternak skala menengah dan pada semua skala usaha, faktor pendidikan juga nyata berhubungan dengan perilaku komunikasi (skala menengah :  $r = 0.4290$ ;  $\alpha = 0.01$ , semua skala usaha:  $r = 0.2730$ ;  $\alpha = 0.05$ ). Pengalaman nyata berhubungan dengan perilaku komunikasi, tetapi koefisien korelasinya negatif ( $r = -0.2624$ ;  $\alpha = 0.05$ ).

Faktor umur peternak, sangat nyata berhubungan dengan perilaku komunikasi pada peternak skala usaha menengah ( $r = -0.3761$ ;  $\alpha = 0.01$ ) dan pada semua skala ( $r = -0.3761$ ;  $\alpha = 0.00$ ). Peternak yang mempunyai tanggungan keluarga relatif lebih banyak pada semua skala usaha, ternyata cenderung memiliki perilaku komunikasi yang lebih rendah ( $r = -0.2402$ ;  $\alpha = 0.05$ ).

### Hubungan Persepsi dan Perilaku Komunikasi

Persepsi peternak mempunyai hubungan secara nyata dengan perilaku komunikasi dan bernilai positif untuk peternak pada semua skala usaha ( $r = 0.2455$ ;  $\alpha = 0.05$ ).

### KESIMPULAN

Peternak dengan pemilikan ayam buras yang relatif lebih banyak mempunyai karakteristik personal yang relatif lebih baik dari skala usaha di bawahnya.

Peternak dengan skala usaha ayam buras yang lebih besar, cenderung memiliki tingkat persepsi yang lebih baik tentang 10 sifat terpenting wirausaha, baik pada pengetahuan, sikap mental maupun keterampilannya.

Kontak personal antar sesama peternak tampaknya masih sangat diandalkan oleh para peternak pada semua skala usaha, sedangkan kebutuhan

berkelompok lebih menonjol pada peternak skala usaha kecil dan besar.

Faktor tingkat pendidikan dan jumlah tanggungan keluarga memiliki hubungan yang nyata dan konsisten pada semua skala usaha, baik dengan persepsi maupun perilaku komunikasi. Persepsi peternak tentang 10 sifat-sifat terpenting wirausaha nyata berhubungan dengan perilaku komunikasi.

### SARAN

Pelaksana pembangunan pedesaan, perlu melakukan pengelompokan peternak dalam pembinaannya tidak hanya berdasarkan wilayah dan jenis ternak tetapi harus lebih spesifik, setidaknya pada skala usaha dan minat berusaha.

### DAFTAR PUSTAKA

- Bygrave, W.D. 1996. *The Portable MBA Entrepreneurship*. Terjemahan. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Conover, W.J. 1980. *Practical Nonparametric Statistics*. Canada : John Wiley & Sons Inc.
- Krech, D. & R.S. Crutchfield. 1975. *Theory and Problems of Social Psychology*. New York : McGraw-Hill Publishing Company, Ltd.
- Littlejohn, S.W. 1996. *Theories of Human Communication*. California : Wadsworth Publishing Company, Belmont.
- McClelland, D.C. 1961. *The Achieving Society*. Terjemahan. Jakarta : Intermedia.
- Machin, D. & M.J. Campbell. 1987. *Statistical Tables for Design of Clinical Trials*. London : Blackwell Scientific Publications.
- Rakhmat, J. 1994. *Psikologi Komunikasi Remaja*. Bandung : Rosdakarya.
- Trenholm, S. 1986. *Human Communication Theory*. New Jersey : Prentice-Hall.