

# PERSEPSI

(Upaya Untuk Memberi Arti Terhadap Lingkungan Organisasi)

Disajikan Oleh :

H. Eddy Faisal / NIM : 555.0811.0027

Mahasiswa UMB, Magister Akuntansi, Angkatan III

## Abstraksi

Persepsi (*perception*) merupakan konsep yang sangat penting dalam psikologi, kalau bukan dikatakan yang paling penting. Melalui persepsilah manusia memandang dunianya. Apakah dunia terlihat “berwarna” cerah, pucat, atau hitam, semuanya adalah persepsi manusia yang bersangkutan. Persepsi harus dibedakan dengan sensasi (*sensation*). Yang terakhir ini merupakan fungsi fisiologis, dan lebih banyak tergantung pada kematangan dan berfungsinya organ-organ sensoris. Sensasi meliputi fungsi visual, audio, penciuman dan pengecap, serta perabaan, keseimbangan dan kendali gerak. Kesemuanya inilah yang sering disebut indera. Jadi dapat dikatakan bahwa sensasi adalah proses manusia dalam menerima informasi sensoris (energi fisik dari lingkungan) melalui penginderaan dan menerjemahkan informasi tersebut menjadi sinyal-sinyal “neural” yang bermakna.

Misalnya, ketika seseorang melihat (menggunakan indera visual, yaitu mata) sebuah benda yang berwarna merah maka ada gelombang cahaya dari benda itu yang ditangkap oleh organ mata, lalu diproses, dan ditransformasikan menjadi sinyal-sinyal ke otak, yang kemudian diinterpretasikan sebagai sebuah “warna merah”.

Dikaitkan dengan eksistensi sebuah organisasi, persepsi setiap sumber daya manusia yang ada dan bekerja di dalamnya juga berbeda-beda dalam pencapaian target yang telah ditetapkan oleh organisasi (*goal setting*).

Pengelolaan persepsi terhadap seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang ada dalam organisasi menjadi penting dalam proses pencapaian tujuan organisasi.

## **PENDAHULUAN**

Prof. Dr. Veithzal Rivai, M.B.A. dalam “Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi”, Edisi Ketiga, Rajawali Pers:2003, mendefinisikan persepsi adalah suatu proses yang ditempuh individu untuk mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan indera mereka agar memberikan makna bagi lingkungan mereka. Persepsi itu penting dalam studi perilaku organisasi karena perilaku orang didasarkan pada persepsi mereka mengenai apa itu realitas dan bukan mengenai realitas itu sendiri. Selanjutnya beliau memaparkan bahwa individu mempersepsikan suatu benda yang sama secara berbeda-beda, hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pertama, faktor yang ada pada pelaku persepsi (*perceiver*), Yang termasuk faktor pertama adalah sikap, keutuhan atau motif, kepentingan atau minat, pengalaman dan pengharapan individu. Kedua, faktor yang ada pada objek atau target yang dipersepsikan yang meliputi hal-hal baru, gerakan, bunyi, ukuran, latar belakang, dan kedekatan. Ketiga, faktor konteks situasi di mana persepsi itu dilakukan yang meliputi waktu, keadaan/tempat kerja, dan keadaan sosial.

## PERSEPSI MENENTUKAN ARAH ORGANISASI

Persepsi yang keliru dari para pemangku kepentingan dalam suatu organisasi akan membawa organisasi tersebut kearah yang tidak menentu dan menjurus ke jurang kehancuran. Membangun persepsi yang positif dan kondusif perlu dilakukan agar mampu memberi warna yang jelas dan positif terhadap kemajuan dan perkembangan organisasi. David J. Schwartz, Ph.D dalam “Berpikir & Berjiwa Besar”, PT Pustaka Delapratasa:2007 mengutip kasus yang dialami oleh Presiden Lyndon Johnson. Jauh sebelum Lyndon Johnson sebelum menjadi seorang presiden, dalam proses pengembangan kekuatan persuasi diri yang menakjubkan, mengembangkan sepuluh rumus sukses agar menjadi pribadi yang menyukai orang lain, sebagai berikut :

1. Belajar untuk mengingat nama. Kesalahan menyebut nama bisa menunjukkan bahwa Anda tidak sungguh-sungguh tertarik.
2. Menjadi orang yang rileks, sehingga Anda tidak terlihat tegang. Jadilah orang yang dapat menyesuaikan diri dengan mudah dimana pun Anda berada.
3. Bersikap rileks dan tenang sehingga Anda tidak mudah terganggu oleh sesuatu.
4. Tidak egoistis. Lindungi diri dari kesan bahwa Anda tahu segalanya.
5. Memupuk sifat-sifat yang menarik sehingga orang lain akan mendapatkan sesuatu yang berharga dari hubungannya dengan Anda.
6. Belajar untuk menghilangkan unsur-unsur buruk dari kepribadian Anda, termasuk yang mungkin tidak Anda sadari.
7. Berusaha dengan jujur melupakan setiap kesalahpahaman di masa lalu atau sekarang. Hilangkan sumber kesedihan Anda.
8. Berlatih menyukai orang lain sampai Anda dapat melakukannya dengan baik.
9. Tidak meninggalkan peluang untuk mengucapkan selamat atas prestasi seseorang atau mengekspresikan simpati atas kesedihan atau kekecewaan.

10. Memberi kekuatan spiritual kepada orang lain sehingga mereka akan memberikan kasih sayang yang jujur kepada Anda.

Menggunakan 10 prinsip menyukai orang lain yang sederhana tapi ampuh ini membuat Presiden Johnson lebih mudah dipilih, lebih mudah didukung oleh kongres. Menerapkan 10 prinsip ini membuat Presiden Johnson lebih mudah untuk diangkat.

Orang yang besar, yang berada di puncak dalam bidang industry, seni, ilmu pengetahuan, dan politik, adalah orang yang hangat dan manusiawi. Mereka mengkhususkan diri menjadi orang yang dapat disukai. Sikap-sikap positif yang diajarkan oleh Presiden Johnson ini sangat baik dipraktikkan dalam lingkungan organisasi untuk memberikan arah yang jelas bagi pencapaian tujuan-tujuan organisasi.

Bahkan Prof. Dr. Vincent Gaspersz, CMQOE, CQE, CQA, SSMBB, CFPIM dalam bukunya “Organizational Excellence” (Model Strategik Menuju World Class Quality Company), PT Gramedia Pustaka Utama:2007 menguraikan bahwa ada lima sikap positif yang harus dikembangkan bagi orang-orang yang sukses, yaitu :

1. Mereka menetapkan tujuan.
2. Mereka tetap terfokus pada tujuan.
3. Mereka memiliki hikmat dan ketetapan hati untuk berupaya mengumpulkan sumber-sumber daya atau pelatihan yang diperlukan untuk mencapai tujuan.
4. Mereka tidak bersekutu dengan orang yang terfokus pada masalah, tetapi mereka berada di sekeliling orang yang terfokus pada solusi masalah.
5. Mereka menolak untuk berhenti dan menolak untuk mengubah tujuan hanya karena ada hambatan-hambatan.

## **PERSEPSI MENUJU PERUBAHAN POSITIF**

Persepsi merupakan suatu cara pandang atau cara untuk menafsirkan sesuatu. Persepsi yang dikelola dengan baik dan benar akan menghasilkan produk yang terukur. Persepsi yang berbeda-beda dapat disatukan dan dikonsolidasikan menuju persepsi bersama yang disepakati semua pihak dalam suatu organisasi dan dikenal sebagai target organisasi. Prof. DR. Rhenald Kasali dalam Mutasi DNA POWERHOUSE, PT Gramedia Pustaka Utama:2008 menjabarkan bahwa ada 5 karakteristik perubahan yang dimiliki oleh individu yang membawa menuju perubahan :

1. Sulit ditebak arahnya.
2. Tidak mudah.
3. Banyak harapan dan mitos.
4. Tidak dapat menyenangkan semua pihak.
5. Menularkan dan harus dimulai dari pemimpin.

Perubahan menuju suatu arah baru memang menghadapi tantangan yang tidak sedikit dan belum tentu terukur. Ketidakjelasan menjadi dominan dan ketidakpercayaan akan masa depan tergambarkan terhadap pihak-pihak yang cenderung nyaman dengan kondisi yang terjadi saat ini dan menentang ke arah terjadinya perubahan yang lebih baik. Risiko besar pun telah menghadang, namun tidak akan ada perubahan kalau tidak dimulai dari sekarang. Persepsi yang salah dan senantiasa dipelihara dalam organisasi dan membudaya dalam organisasi akan melahirkan ketidaknyamanan bagi seorang yang bervisi maju.

## **SIMPULAN :**

Persepsi adalah suatu proses yang ditempuh individu untuk mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan indera mereka agar memberikan makna bagi lingkungan mereka. Persepsi akan menentukan warna perjalanan organisasi saat ini dan waktu yang akan datang. Warna yang sudah diberikan di waktu yang dahulu hanya perlu dievaluasi, apakah selamanya seperti itu ataukah menuju warna lain yang lebih menjanjikan. Karena itulah, persepsi organisasi sangat perlu untuk dikelola dan diarahkan menuju arah yang telah disepakati bersama (*goals setting*). Pencapaian tujuan bersama dengan pewarnaan yang sama ini sangat penting bagi kemajuan organisasi. Prof. Dr. Vincent Gaspersz, CMQOE, CQE, CQA, SSMBB, CFPIM mewajibkan untuk bersikap fokus dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan agar menjadi organisasi yang sukses dan handal. Tidak mudah memang untuk melakukan hal itu karena sesungguhnya tidak ada perubahan yang dapat menyenangkan semua pihak. Namun, perlu disadari bahwa tidak ada yang ada dan semuanya mengalami perubahan. Sesungguhnya yang tidak mengalami perubahan adalah perubahan itu sendiri dan untuk itulah perubahan harus diwarnai dengan warna yang cerah dan menarik.

**@H. Eddy Faisal/NIM : 555.0811.0027/Maksi-Angk. III.  
Universitas Mercubuana - Jakarta**