

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di zaman yang sudah modern ini, kehidupan manusia selalu mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Manusia menggunakan akal dan pikirannya untuk menciptakan terobosan–terobosan baru dalam hal teknologi untuk mempermudah manusia dalam kehidupannya.

Kemudian, seiring dengan perkembangnya zaman modernisasi telah banyak merubah kehidupan masyarakat pada zaman ini. Kata modern berarti sesuatu yang kontemporer, terkini atau hari ini. Kata ini mengontraskan musik, pakaian arsitektur, perilaku, dan pola sosial sekarang dengan yang telah lampau. Kondisi sosial modern terdiri atas cara mengorganisasi secara rasional kehidupan dimana tindakan sosial mengambil bentuk teknik atau strategi yang menggunakan alat yang paling sesuai dan benar untuk meraih tujuan. Para ahli teori sosial, khususnya mereka yang terlibat dalam periode pembentukan sosiologi, cenderung melihat pertumbuhan bentuk rasional tindakan sebagai sebuah kecenderungan jangka panjang yang tidak terhindarkan dalam masyarakat modern. Mereka menggambarkan rasionalisasi di dunia dan hal itu berasumsi secara umum bahwa masyarakat akan mengikuti bagian perkembangan yang sama dari modernisasi yang akan memimpin mereka untuk mengadopsi institusi modern yang muncul di Eropa Barat. Institusi sosial di Barat pada akhir abad ke-19 terpusat dan intervensi negara bangsa, monopoli pasar, memproduksi dalam skala besar dan perusahaan keuangan,

sistem produksi massal, konsumsi massal, pergerakan massal dan pemukiman melalui transport urban, komunikasi massal dan budaya massal.¹

Modernisasi disini mencakup suatu perubahan total kehidupan bersama yang masih tradisional atau pra modern dalam arti teknologi yang masih primitif serta organisasi sosial kearah pola-pola ekonomis dan politis yang menjadi negara-negara Barat yang stabil. Karakteristik umum modernisasi menyangkut aspek-aspek sosio-demografis masyarakat dan aspek-aspek sosio-demografis digambarkan dengan istilah gerak sosial (*social mobility*). Artinya, suatu proses unsur-unsur sosial ekonomis dan psikologis mulai menunjukkan peluang-peluang kearah pola-pola baru melalui sosialisasi dan pola-pola perilaku.² Dalam masyarakat modern pola konsumsi dan pola pemakaian jasa anggota masyarakat sangatlah tinggi.³

Saat ini, kita hidup pada zaman komunikasi yang didukung oleh teknologi. Disini, komunikasi manusia tak lagi sekedar memanfaatkan media-media tradisional untuk memperlancar interaksi dan relasi, tetapi komunikasi yang didukung oleh media berteknologi sehingga terjadi peningkatan kapasitas komunikasi. Konsekuensi dari peningkatan kapasitas komunikasi adalah harga yang harus dibayar kepada teknologi pendukung komunikasi. Artinya, konsep komunikasi mengarah kepada bisnis yang ujung-ujungnya menjadi peluang bagi para perancang dan pengembang teknologi.

Pengaruh teknologi terhadap kehidupan manusia melanda pula kehidupan organisasi. Saat ini, sebagian besar organisasi formal mulai menyusun kembali

¹ John Scott, *Sosiologi: The Key Concepts*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011),.h.175-176.

² Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h.304.

³ Schoorl, *Modernisasi: Pengantar Sosiologi Pembangunan Negara-Negara sedang Berkembang*, (Jakarta: PT Gramedia, 1974),.h.3.

untuk mengubah kerja mereka yang berbasis teknologi komunikasi. Ada banyak alasan bagi perubahan tersebut, namun yang pasti inovasi teknologi komunikasi kedalam organisasi dimaksudkan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja, baik bagi organisasi sendiri maupun bagi para pelanggan yang dilayani.

Didalam masyarakat yang sudah maju di cita-citakan dimana kebutuhan sandang-pangan akan tersedia dengan harga yang sangat terjangkau, fasilitas yang memadai serta penyediaan sarana jasa komunikasi dan ekspedisi jasa atau jasa kurir atau jasa pengiriman yang memadai merupakan kebutuhan yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat dan individu masing-masing. Persepsi masyarakat juga disini dapat mempengaruhi ke eksistensinya dalam suatu perusahaan, yang mana peran masyarakat sangatlah penting apalagi perusahaan yang menyediakan berbagai kebutuhan untuk membantu masyarakat. Baik tidaknya suatu perusahaan dapat mempengaruhi masyarakat untuk selalu setia dalam memilih perusahaan tersebut untuk membantu dirinya dalam menjalankan kegiatan pada kehidupan sehari-harinya.

Memasuki era yang sudah modern ini, lembaga usaha yang bergerak dalam bidang jasa komunikasi dan ekspedisi jasa diharapkan mampu menghadapi tantangan persaingan yang kian hari semakin ketat, perkembangan teknologi yang semakin canggih, tuntutan mutu produk dan mutu pelayanan yang lebih baik. Oleh karena itu, untuk menunjang kelancaran dan kelangsungan hidup suatu lembaga usaha untuk industri terutama yang berhubungan dengan masyarakat, yang mendorong dan menunjang terlaksananya pembangunan nasional, maka tidak

terlepas dari adanya fasilitas jasa komunikasi dan jasa pengiriman yang biasa disebut dengan ekspedisi jasa atau jasa kurir.

Di Indonesia terdapat berbagai macam ekspedisi jasa salah satunya adalah POS Indonesia yang merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Peranan BUMN ditegaskan dalam Undang-Undang No.19 tahun 2003, yaitu BUMN memberikan sumbangan bagi perekonomian nasional umumnya dan penerimaan negara khususnya. Serta turut aktif melaksanakan dan menunjang pelaksanaan kebijaksanaan dan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan umumnya. Hal ini membuat POS merupakan sarana ekspedisi jasa yang sangat penting di masyarakat. Seperti yang di atur pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 38 tahun 2009 tentang POS, yaitu bahwa “Pos merupakan sarana komunikasi dan informasi yang mempunyai peran penting dan strategis dalam mendukung pelaksanaan pembangunan, mendukung persatuan dan kesatuan, mencerdaskan kehidupan bangsa, mendukung kegiatan ekonomi, serta meningkatkan hubungan antarbangsa”. Agar pemasukan negara yang berasal dari BUMN terus meningkat dan tetap stabil maka BUMN yang dimiliki oleh negara Indonesia haruslah melakukan upaya-upaya pengembangan atau mencari inovasi-inovasi baru. Menurut PP No.24/1998 tentang Perum Pos dan Giro sifat usaha BUMN ini adalah menyediakan pelayanan bagi pemanfaatan umum dan sekaligus untuk memupuk keutuhan berdasarkan prinsip pengelola perusahaan. Maksud perusahaan adalah menyelenggarakan kemanfaatan umum berupa jasa yang bermutu dan memadai bagi pemenuhan hidup orang banyak serta ikut aktif dalam melaksanakan kebijakan dan program pemerintah dibidang ekonomi dan

pembangunan pada umumnya. Namun di satu sisi, sebagai bagian dari pemerintah BUMN juga harus memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat. Bahkan untuk bisa menghadapi kompetisi di era yang sudah modern ini, kualitas pelayanan badan usaha milik negara akan semakin ditantang untuk semakin optimal serta lebih baik lagi dan mampu menjawab tuntutan yang semakin tinggi dari masyarakat, baik dari segi kualitas maupun dari segi pelayanan. Pelayanan masyarakat pada dasarnya menyangkut hubungan antara lembaga pemberi jasa pelayanan dengan masyarakat yang membutuhkan. Peran masyarakat disini, sangatlah penting guna mempertahankan eksistensi dalam sebuah lembaga. Jika masyarakat selalu terpuaskan akan kinerja dalam perusahaan itu maka masyarakat selalu berpandangan baik terhadap lembaga tersebut dan selalu setia sedia untuk memilih dan memakai jasa dari lembaga tersebut. Namun, Saat ini BUMN di Indonesia banyak sekali yang kalah bersaing dalam persaingan global untuk bisa menjaga eksistensinya, hal tersebut dikarenakan pelayanan yang masih belum baik.

Oleh karena itu, perusahaan harus lebih memutar otak untuk menyusun strategi yang tepat dalam hal pemasaran. Hal itu, menuntut perusahaan untuk perlu mengetahui hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi masyarakat yang menjadi konsumen dalam memilih penggunaan ekspedisi jasa. Hal tersebut, dapat dilihat dan dibuktikan dengan mengetahui persepsi masyarakat, persepsi masyarakat sangat mempengaruhi dalam memilih ekspedisi jasa. Persepsi sosial merupakan proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Manusia bersifat emosional, sehingga penilaian terhadap

mereka mengandung risiko.⁴ Masyarakat mempunyai berbagai macam kalangan yang mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda serta persepsi yang berbeda dalam memilih perusahaan tersebut. Berikut ini, perusahaan yang meramaikan industry logistik yaitu dalam ekspedisi jasa; TIKI, PT JNE, J&T, DHL, FedEx, dan Pos Indonesia. Pada arus Modernisasi saat ini, telah membuat kompetisi dunia usaha yaitu dalam perusahaan kian hari menjadi semakin ketat. Setiap aktor usaha di dorong untuk selalu melakukan terobosan-terobosan baru serta inovasi agar dapat terus eksis dalam persaingan global. Disini pelayanan dan persepsi masyarakat merupakan salah satu tolak ukur bagi sebuah perusahaan agar dapat bisa bersaing. Karena semakin baik dan kualitas pelayanan serta pendapat dari berbagai kalangan masyarakat yang diberikan maka membuat semakin eksis pula aktor usaha tersebut.

Dengan letak dan kondisi geografis di Indonesia yang terdiri dari berbagai macam kepulauan yang terpisah oleh luasnya lautan, maka diperlukan jasa pelayanan yang cepat, tepat dan terpercaya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan pelayanan jasa seperti pengiriman barang, surat serta pengiriman yang untuk daerah yang terpencil. Tidak hanya itu saja, perkembangan zaman yang sudah semakin canggih dan keadaan lingkungan yang menuntut perlu adanya ekspedisi jasa ini. Seperti halnya pada keadaan di wilayah kelurahan Cipadung dengan jumlah penduduk desanya kurang lebih mencapai 20.000 jiwa, yang notabene bermata pencaharian sebagai pedagang, membuka usaha properti, pegawai, guru dan lain sebagainya. Salah satu contohnya adalah pedagang, dengan kemajuan teknologi yang

⁴ Dedi Mulyana, *Ilmu komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014),h.191

sudah semakin canggih para pedagang menjual barang dagangannya tidak hanya dengan menjual barang dagangannya di tempat, tetapi memasarkannya sudah menggunakan alat kecanggihan yang sudah modern yaitu dengan menggunakan *online shop*. Sehingga, membutuhkan ekspedisi jasa juga untuk membantu mengirimkan barang dagangannya kepada para konsumen. Tidak hanya itu saja, tempat yang strategis berdekatan dengan kampus membuat banyak sekali masyarakat pendatang yang bertempat tinggal di kelurahan Cipadung. Hal ini dimanfaatkan oleh perusahaan ekspedisi jasa untuk membuka usahanya di sekitar area tersebut.

Di sinilah PT Pos Indonesia memiliki peranan yang penting sebagai sebuah perusahaan ekspedisi skala nasional yang melayani jasa antara barang antar kota dan antar propinsi. Namun disisi lain, dengan adanya arus modernisasi membuat PT Pos Indonesia masih kalah bersaing, karena pelayanan mereka yang berikan masih belum maksimal. Hal ini membuat masyarakat bertanya-tanya tentang keberadaan PT Pos Indonesia yang masih tetap bertahan ditengah derasny arus modernisasi. Apalagi jika dilihat usaha pesaing yaitu salah satunya JNE sudah menjamur dimana-mana dapat dibuktikan dengan menelusuri sepanjang jalan kecamatan Cibiru. Yang mana, agen-agen yang memberikan pelayanan ekspedisi jasa kepada masyarakat yang membutuhkan. Hal itu tidak menutup kemungkinan JNE dapat menduduki untuk menjadi tuan rumah dalam wilayah domestik. Berbicara mengenai JNE adalah perusahaan jasa kurir atau ekspedisi jasa pengiriman paket dalam wilayah lokal maupun Internasional. Dengan jaringan domestiknya yang sudah sangat luas JNE mendapatkan keuntungan persaingan

dalam pasar domestik. JNE juga memperluas pelayanannya dengan logistik dan distribusi.

Oleh karena itu, bisa di buktikan dengan luasnya cakupan pemasaran yang dilakukan oleh berbagai ekspedisi jasa yang terkenal di Indonesia. Yang di lihat dari *website* situs resmi *Top Brand Award*.

Tabel 1.1
Kategory Service 2014

Merek	TBI	TOP
TIKI	45,1%	TOP
JNE	33,2%	TOP
POS Indonesia	8,4%	
DHL	5,5%	

Sumber: <http://www.topbrand-award.com>, 2014 (diakses pada tanggal 1 juni 2017, jam: 16:00 WIB).

Dari Tabel 1.1 diatas dengan “*Kategori Service*” dijelaskan bahwa TIKI dan JNE selalu menjadi saingan setiap tahunnya dengan memperoleh presentase yang paling besar yaitu TIKI sebesar 45,1%, dan kemudian disusul dengan JNE dengan presentase 33,2%. Walaupun *rating* pertama masih dipegang oleh TIKI tetapi JNE telah membuktikan bahwa mereka selalu bisa menjadi yang terbaik dibandingkan dengan perusahaan BUMN yaitu POS Indonesia dan perusahaan DHL.

Tabel 1.2
Nominasi Express Courier Service 2015

No	Nominasi
1	DHL
2	JNE
3	Pos Indonesia
4	TIKI

Sumber: <http://superbrands.co.id/2015-nominee/service/2014>, (diakses pada tanggal 25 Mei 2017, jam: 14:20 WIB).

Dari Tabel 1.2 dapat dijelaskan bahwa Pos Indonesia masih mempertahankan eksistensinya dengan terpilihnya masuk kedalam *Super Brand* dengan kategori nominasi *Ekspress Courier Service* dan perusahaan-perusahaan lainnya yaitu JNE, DHL dan TIKI.

Tabel 1.3
TOP BRAND INDEX Kategori Jasa Kurir 2016

Merek	TBI	TOP
JNE	47.6 %	TOP
TIKI	35.7%	TOP
POS Indonesia	9.6%	
DHL	1.3%	

Sumber: <http://www.topbrand-award.com>, 2016 (diakses pada tanggal 1 juni 2017, jam: 16:34 WIB).

Dari Tabel 1.3 dapat dilihat pada tahun 2016, JNE memperoleh posisi yang paling teratas yaitu sebesar 47.6% diikuti oleh TIKI 35.7 %, Pos Indonesia 9.6% dan posisi terakhir DHL sebesar 1.3%.

Tabel 1.4
TOP BRAND INDEX Kategori Jasa Kurir 2017

Merek	TBI	TOP
JNE	49.4 %	TOP
TIKI	34.7 %	TOP
POS Indonesia	8.4 %	
DHL	1.3 %	

Sumber: <http://www.topbrand-award.com>, 2017 (diakses pada tanggal 1 juni 2017, jam: 17:34 WIB).

Dari Tabel 1.4 dapat dilihat pada tahun 2017, JNE masih mempertahankan posisinya sebagai yang paling teratas dengan memperoleh posisi sebesar 49.4% kemudian diikuti oleh TIKI 34.7 %, dan Pos Indonesia menurun dari tahun sebelumnya dengan memperoleh 8.4% dan posisi terakhir DHL sebesar 1.3%.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti perlu untuk membahas dan mencari lebih lanjut mengenai sejauh mana Persepsi Masyarakat dalam Perkembangan Teknologi Ekspedisi Jasa terhadap Eksistensi PT. POS Indonesia di Wilayah Kelurahan Cipadung. Yang mana, jika dilihat dari data diatas daya minat masyarakat sudah menurun untuk menggunakan jasa pada PT Pos Indonesia yang merupakan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) sebagai pemasukan dari pada Negara tidak hanya itu saja peran BUMN juga sebagai modal untuk mensejahterakan masyarakat. Jika kian tahun mengalami penurunan maka hal tersebut akan berdampak dari pada pembangunan nasional. Sehingga terjadinya ketidak seimbangan roda pembangunan. Berdasarkan paparan latar belakang

masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang persepsi sosial dan pembangunan nasional. Melalui penelitian dan kajian lebih lanjut.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam perkembangan zaman yang sudah modern, banyaknya perusahaan-perusahaan yang berdiri di dalam kota. Bagaimanapun juga, perusahaan tersebut selalu berinovasi seiring dengan berkembangnya zaman. Hal ini dapat dibuktikan dengan menjamurnya tempat-tempat dalam pengiriman barang, mempermudah menstransfer uang, membayar listrik, membayar air, dan lain sebagainya. Hal tersebut mampu membantu masyarakat dalam mempermudah menjalani kehidupan di era yang sudah modern ini. Namun, dengan seiringnya perkembangan zaman yang sudah semakin canggih, ada salah satu perusahaan yang masih tetap berdiri kokoh dari jaman dahulu hingga sekarang yaitu POS INDONESIA. Keberadaan POS Indonesia ini menguat banyak pertanyaan bagi peneliti. Yang mana, jika dilihat dari sudut pandang masyarakat, banyak masyarakat yang memilih tempat-tempat lain yang lebih memudahkan dirinya dalam hal membantu pengiriman barang, transaksi uang dan lain-lain. Dengan banyaknya jasa yang sudah tidak terpakai lagi seperti pengiriman surat karena di zaman yang sudah semakin canggih ini, masyarakat sudah beralih kepada alat elektronik lainnya yaitu, *handphone* sebagai alat komunikasi berupa *message*, *email*, *line*, *bbm*, *whatsapp*, dan lain-lain. Sehingga masyarakat tidak harus lama mengirim surat dan menunggu surat itu sampai, cukup dengan alat kemajuan teknologi yang sudah semakin canggih ini dapat mempermudah masyarakat dalam hal berkomunikasi. Oleh sebab itu,

berdasarkan penjelesan masalah diatas, maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Persepsi masyarakat Cipadung dalam memilih kantor Pos yang mana dirasa masih kurang maksimal dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat
2. Eksistensi kantor pos dirasa patut dipertanyakan keberadaannya jika dibandingkan dengan perusahaan lainnya yaitu salah satunya JNE.

1.3 Rumusan Masalah

Dari hal-hal yang di uraikan diatas maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi umum masyarakat Cipadung mengenai Kantor Pos dan JNE?
2. Bagaimana penyebab munculnya persepsi masyarakat Cipadung mengenai kantor pos dan JNE?
3. Bagaimana keberhasilan yang dicapai ekspedisi jasa kantor pos dan JNE dalam melayani masyarakat?

1.4 Tujuan

Dari hal-hal yang diuraikan diatas maka penulis membuat tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat Cipadung mengenai Kantor Pos dan JNE.

2. Untuk mengetahui penyebab munculnya persepsi masyarakat Cipadung mengenai kantor pos dan JNE.
3. Untuk mengetahui keberhasilan yang dicapai ekspedisi jasa kantor pos dan JNE dalam melayani masyarakat.

1.5 Kegunaan Penelitian

Dalam sebuah kehidupan kita pasti akan dihadapi dalam sebuah persoalan masalah dalam kehidupan yang nyata, yang mana kita tidak tahu dan tidak bisa langsung berpendapat dengan pendapat kita yang subyektif tidak adanya narasumber yang jelas dan direlansasikan terhadap teori yang sudah ada. Oleh sebab itu, kita melakukan penelitian untuk dapat menggali lebih dalam lagi inti dari sebuah masalah tersebut, yang mana bisa dilakukan dengan metode kualitatif atau kuantitatif tergantung bagaimana peneliti memilihnya. Maka peneliti akan tahu bagaimana situasi dan kondisi saat itu dan mungkin saja peneliti bisa menyelesaikan masalah tersebut.

1) Kegunaan Akademis

Laporan penelitian ini, diajukan untuk pengajuan pembuatan Skripsi. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta dapat memperkaya khazanah pengetahuan dalam bidang ilmu sosial, terutama berkaitan dengan kajian sosial dan ekonomi sebagai bagian dari teori sosial dan ekonomi. Terutama wawasan, informasi serta pengetahuan tentang masyarakat dalam setiap daerah.

2) Kegunaan Praktis

Laporan Penelitian ini, semoga menjadi referensi atau memberikan sebuah saran baik kepada pembaca atau kepada pemerintah kota Bandung serta Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Sosiologi dan terutama bagi perusahaan yang terkait. Dengan mengangkat penelitian ini, maka dapat mengetahui persoalan yang berada disekitar kita dan dapat memecahkan masalah tersebut.

1.6 Kerangka Pemikiran

Modernisasi merupakan suatu transformasi dari masyarakat yang masih *primitive* kemudian kearah pola-pola yang sudah maju salah satunya dalam perkembangan teknologi dan informasi. Sehingga modernisasi ialah suatu proses trasformasi, suatu perubahan masyarakat dalam segala aspek-aspeknya. Karakteristik umum modernisasi menyangkut aspek-aspek sosio-demografis masyarkat dan aspek-aspek sosio-demografis digambarkan dengan istilah gerak sosial (*social mobility*). Artinya, suatu proses unsur-unsur sosial ekonomis dan psikologis mulai menunjukan peluang-peluang kearah pola-pola baru melalui sosialisasi dan pola-pola perilaku.⁵

Kemajuan teknologi berkembang sangat pesat. Khususnya pada proses komunikasi, terutama komunikasi massa, mengandalkan teknologi telematika khususnya pada teknologi ekspedisi jasa sebagai teknologi dalam proses kegiatan komunikasi. Sehingga, teknologi ekspedisi jasa ini membantu memudahkan

⁵ Soerjono Soekanto, *Loc.Cit.*

manusia dalam hal berkomunikasi khususnya dengan mengirim barang, mengirim uang dan lain sebagainya. Perkembangan dan peranan sektor jasa yang makin besar di masa mendatang terutama didorong oleh kemajuan pesat dalam teknologi dan telekomunikasi dan informasi. Ekspansi jasa masih selalu ada hingga zaman sekarang karena selalu dibutuhkan oleh masyarakat. Bisa kita bayangkan betapa berpengaruhnya bisnis jasa dalam dunia modern. Kini setiap konsumen tidak lagi sekedar membeli suatu produk, tetapi juga segala aspek jasa / pelayanan yang melekat pada produk tersebut, mulai dari tahap prapembelian hingga tahap punabeli.

Dengan semakin pesatnya perkembangan zaman ini dapat mempengaruhi pada kehidupan masyarakat. Masyarakat ialah pengumpulan manusia yang banyak yang bersatu dengan cara tertentu oleh karena adanya hasrat-hasrat kemasyarakatan yang sama / bersama.

Seperti yang dijelaskan oleh Auguste Comte, bahwa masyarakat merupakan kelompok-kelompok makhluk hidup dengan realitas-realitas baru yang berkembang menurut hukum-hukumnya sendiri dan berkembang menurut pola perkembangan yang tersendiri. Masyarakat dapat membentuk kepribadian yang khas bagi manusia, sehingga tanpa adanya kelompok, manusia tidak akan mampu untuk dapat berbuat banyak dalam kehidupannya.⁶

Namun, setiap masyarakat mempunyai pola pikir yang berbeda-beda. Pendapat atau persepsinya dapat dipengaruhi oleh orang lain ataupun karena pengalaman yang pernah mereka rasakan. Berbicara persepsi, persepsi merupakan suatu proses yang dilalui oleh proses pengindraan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat panca indra atau juga disebut proses

⁶ AbdulSyani, *Sosiologi Skematika: Teori dan Terapan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012),.h.31

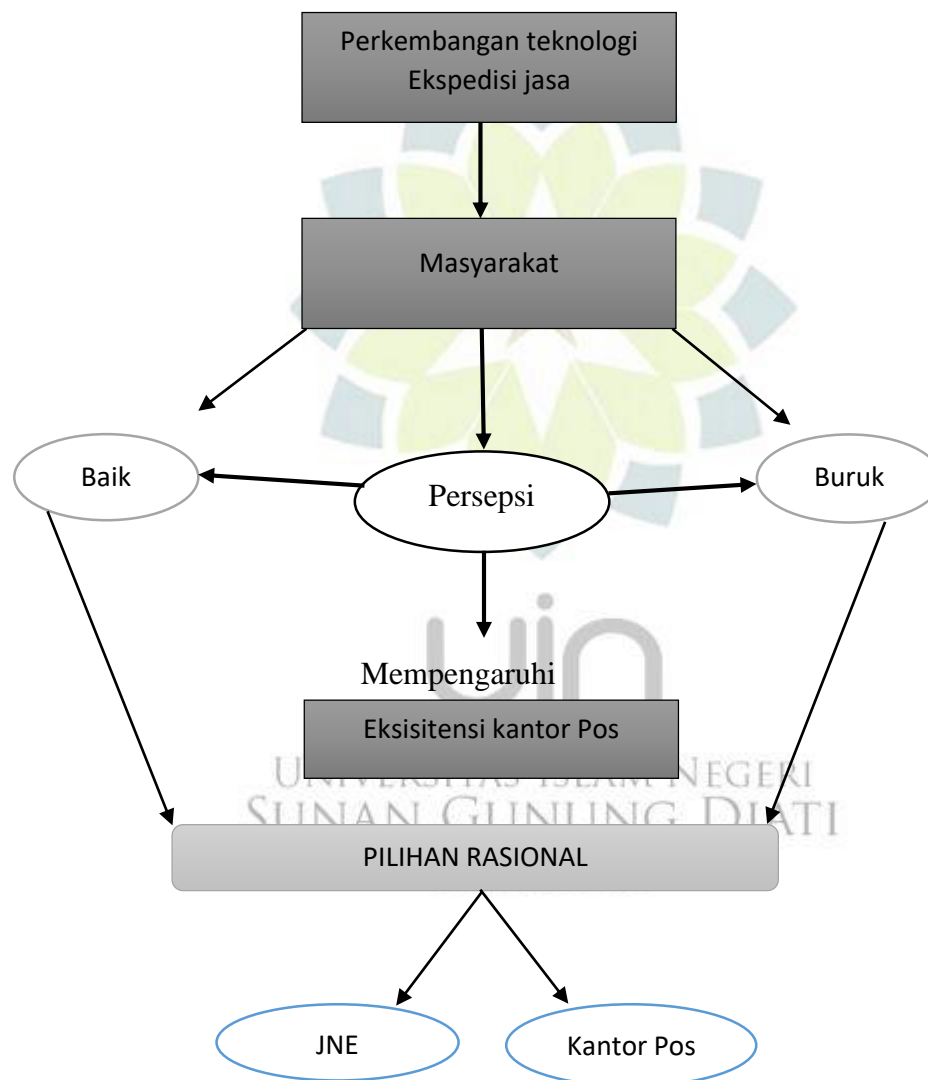
sensoris. Namun proses itu tidak berhenti sampai disitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Karena itu proses persepsi tidak akan lepas dari proses penginderaan dan proses pengindraan merupakan proses penahulu dari proses persepsi. Proses pengindraan akan berlangsung setiap saat, pada waktu individu menerima stimulus melalui alat indra, yaitu mata sebagai melihat, telinga sebagai mendengar dan panca indra lain beserta fungsinya.

Dari persepsi masyarakat disini dapat mempengaruhi eksistensi dalam suatu perusahaan. Eksistensi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan. Dengan demikian eksistensi merupakan keberadaan wujud yang Nampak, maksudnya yaitu eksistensi merupakan konsep yang menekankan bahwa sesuatu itu ada dan satu-satunya faktor yang membedakan setiap hal adalah fakta. Yang mana, baik buruknya suatu perusahaan tergantung dari persepsi masyarakat itu sendiri. Maka dari itu pentingnya perusahaan untuk mengetahui setiap pendapat yang diinginkan masyarakat, agar terciptanya terobosan-terobosan baru guna mempertahankan suatu perusahaan apa lagi perusahaan yang bekerja untuk masyarakat.

Kemudian, dari persepsi masyarakat akan mempengaruhi seseorang untuk memilih suatu pilihannya tergantung tujuan dan kebutuhan mereka. Seperti pada halnya dapat dijelaskan pada teori pilihan rasional. Di jelaskan bahwa teori ini memusatkan perhatian pada aktor. Aktor dipandang sebagai manusia yang mempunyai tujuan atau mempunyai maksud. Artinya aktor mempunyai tujuan dan

tindakannya tertuju pada upaya untuk mencapai tujuan itu. Aktor pun dipandang mempunyai pilihan (atau nilai, keperluan)⁷.

Untuk mempermudah pemahaman pembaca terhadap uraian kerangka Pemikiran tersebut, maka penulis membuat skema konseptual sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

⁷ George Ritzer, *Teori Sosiologi Modern Edisi Ketujuh*, (Jakarta: Kencana Prenamedia Group, 2014),. h. 332.