

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang memiliki pembahasan tentang pemberdayaan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu :

1. **Ikhvaldi Okta Rajiv : *Pemberdayaan UMKM oleh PT. Indah Kiat Pulp and paper TBK. Perawang (Universitas Riau).***

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran tentang karakteristik informan, tahap penyadaran, tahap pengkapsitan, tahap pendayaan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Informan dalam penelitian ini sebanyak lima informan yang terdiri dari 6 orang informan utama yaitu (1) Kepala Humas PT. IKPP, (2) Kepala lapangan CSR PT. IKPP, (3) Koordinator UKM Rumah Pintar Abdul Wahid, (4) Pengrajin Kue, (5) Penrajin Tali Stapping, (6) Masyarakat yang ikut melakukan Simpan Pinjam. teknik pengumpulan yang digunakan adalah wawancara mendalam dan observasi. Pemeriksaan keabsahan data dilakukan melalui perpanjangan keikutsertaan, meningkatkan ketekunan serta triangulasi. Analisis yang digunakan reduksi data, kategorisasi data, penyajian data dan verifikasi data.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa: (1) pemberdayaan masyarakat melalui PT. IKPP dalam program UMKM cukup baik, hal ini terlihat dari perubahan yang dirasakan masyarakat terutama dibuktikan dengan meningkatnya hasil ekonomi masyarakat. (2) faktor pendukung

pemberdayaan UMKM yang dilakukan secara berurutan yaitu tahap kesadaran, kapasitas dan kesadaran.

2. Eka Wisnah Br. Gultom Efektivitas Program Pemberdayaan CSR PT. IKPP Perawang Bidang Pertanian di Kecamatan Tualang (Universitas Islam Riau)

Penelitian ini bertujuan menggambarkan Bagaimana efektivitas program pemberdayaan CSR PT. IKPP pada pertanian dan apa saja faktor penghambat dalam program pemberdayaan pada pertanian. Untuk mengidentifikasi masalah tersebut, peneliti menggunakan penelitian kuantitatif yang teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh dan *purposive sampling*.

Pemberdayan program CSR bidang pertanian untuk mencapai tingkat ke efektifan yang baik. Seperti halnya diperlukan adanya koordinasi dengan pihak terkait antara lain PPL, TJSP, dan pihak terkait lainnya sehingga akan meningkatkan partisipasi akan meningkat, diperlukan adanya sosialisasi kepada masyarakat mengenai program yang dijalankan sehingga masyarakat paham akan program tersebut.

3. Nabila Madina Salsabila : Analisis Pelaksanaan Program CSR bidang UMKM PT. Indah Kiat Pulp and Paper dalam Pemberdayaan Masyarakat di Kabupaten Siak (UIN Suska Riau)

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab Bagaimana *Profit* (keuntungan) Bagaimana *people* (Manusia) Bagaimana *planet* (Lingkungan) pemberdayaan UMKM bidang UMKM melalui Program CSR oleh PT. IKPP. Untuk mengidentifikasi masalah tersebut, peneliti

menggunakan pendekatan kualitatif, dengan menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan yang digunakan Pengurus Inti Koperasi Rumah Pintar Abdul Wahid, Koordinator Program CSR, Public Affair Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk, pelaku usaha UMKM dan Masyarakat Perawang Kecamatan Tualang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Profit* : perusahaan tidak mementingkan keuntungan saja tetapi perusahaan sudah memberikan kemajuan ekonomi bagi stakeholder. *People*: perusahaan telah menerapkan beberapa bentuk kegiatan program CSR pada pemberdayaan masyarakat UMKM. *Planet* telah ikut andil dalam menjaga lingkungan dan berupaya untuk menerapkan hasil produksi pabrik.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti Judul Penelitian	Aspek Penelitian	Metode Penelitian	Perbedaan	Hasil
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Ikhvaldi Okta Rajiv <i>Pemberdayaan UMKM oleh PT. Indah Kiat Pulp and paper TBK. Perawang (Universitas Riau)</i>	Mengambarkan tahap penyadaran, tahap pengkapasitasan , tahap pendayaan	metode deskriptif kualitatif Informan dalam penelitian ini terdiri kepala humas, kepala lapangan, kordinator UKM rumpin, Pengrajin Kue, pengrajin tali strapping, masyarakat yang ikut simpan pinjam	1. Informan penelitian 2. Aspek penelitian	Hasil dari penelitian ini menunjukan faktor keberhasilan pemberdayaan UMKM PT. IKPP berhasil yang dilihat dari masyarakat yang termotivasi dan partisipasi masyarakat yang banyak untuk mengikuti pemberdayaan ini di dukung oleh sarana dan prasaran yang sabangat baik menjadikan pemberdayaan UMKM di PT. IKPP menjadi berhasil.

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Elva Wisnah Br. Gultom “Efektivitas Program Pemberdayaan CSR PT. IKPP Perawang Bidang Pertanian Di Kecamatan Tualang (Universitas Islam Riau)	1. Bagaimana efektivitas program pemberdayaan CSR PT. IKPP pada pertanian. 2. Apa saja faktor penghambat dalam program pemberdayaan pada pertanian	Metode dekriptif kuantitatif teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh dan purposive sampling,	1. Judul Penelitian 2. Metode penelitian kuantitatif 3. Sasaran penelitian 4. Aspek Penelitian	Pemberdayaan program CSR bidang pertanian untuk mencapai tingkat ke efektifan yang baik. Seperti halnya diperlukan adanya koordinasi dengan pihak terkait antara lain PPL, TJSP, dan pihak terkait lainnya sehingga akan meningkatkan partisipasi akan meningkat, diperlukan adanya sosialisasi kepada masyarakat mengenai program yang dijalankan sehingga masyarakat paham akan program tersebut.
3. Nabila Medina Salsabila Analisis pelaksanaan program CSR bidang UMKM PT. IKPP dalam pemberdayaan masyarakat di Kabupaten Siak (UIN Suska Riau)	1. Bagaimana <i>Profit</i> (keuntungan) 2. Bagaimana <i>people</i> (Manusia) 3. Bagaimana <i>planet</i> (Lingkungan)	Metode yang digunakan deskriptif kualitatif.	1. Aspek penelitian 2. Judul Penelitian 3. Informan Penelitian	Hasil penelitian menunjukan bahwa <i>Profit</i> : perusahaan tidak mementingkan keuntungan saja tetapi perusahaan sudah memberikan kemajuan ekonomi bagi stakeholder. <i>People</i> : perusahaan telah menerapkan beberapa bentuk kegiatan program CSR pada pemberdayaan masyarakat UMKM. <i>Planet</i> telah ikut andil dalam menjaga lingkungan dan berupaya untuk menerapkan hasil produksi pabrik.

Sumber : Hasil dari Penelitian Terdahulu

Peneliti mengambil beberapa penelitian terdahulu yang sudah pernah meneliti di CSR PT. IKPP, kemudian peneliti memiliki perbedaan yang signifikan dari penelitian sebelumnya berupa pemberdayaan UMKM mitra

binaan CSR PT. IKPP memiliki konsep pemberdayaan yang berbeda. Peneliti juga memiliki kebaruan dalam penelitian ini adalah (1), informan yang berbeda dalam penelitian ini terdapat tambahan Pemerintah dan Dinas UMKM dan Koperasi, (2) penelitian ini menambahkan adanya pendampingan yang dilakukan CSR PT. IKPP, (3). Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Pemberdayaan UMKM Mitra Binaan CSR PT. IKPP karena banyak perbedaan yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti hal tersebut. Penelitian terdahulu ini disajikan untuk membandingkan bahwa tidak ada persamaan yang signifikan.

2.2 Tinjauan Konseptual yang Relevan

2.2.1 Tinjauan tentang Pemberdayaan

2.2.1.1 Pengertian Pemberdayaan

Secara konseptual, pemberdayaan atau pemberkuasaan (*empowerment*) berasal dari kata ‘*power*’ yang artinya kekuasaan atau keberdayaan. Ide utama pemberdayaan bersentuhan dengan konsep mengenai kekuasaan. Kekuasaan seringkali dikaitkan dengan kemampuan kita untuk membuat orang lain melakukan apa yang kita inginkan, terlepas dari keinginan dan minat mereka. (Edi Suharto, 2010). Pemberdayaan masyarakat merupakan strategi dan kemampuan dalam menciptakan peluang untuk masyarakat (Wrihatnolo dan Rianti, 2007). Pemberdayaan suatu cara dengan rakyat, organisasi, dan komunitas diarahkan agar mampu menguasai (berkuasa atas) kehidupannya (Dubois dan Miley, 1992). Pemberdayaan serangkaian kegiatan untuk memperkuat kekuasaan atau keberdayaan kelompok lemah dalam masyarakat (Isbandi Rukminto Adi, 2003)

2.2.1.2 Aspek Aspek Pemberdayaan

Menurut Oos M. Anwas (2013:49) juga menjelaskan pengertian pemberdayaan yaitu :

Pemberdayaan adalah suatu proses untuk memberikan sumber daya, kesempatan, pengetahuan, keterampilan untuk meningkatkan kapasitas diri masyarakat dalam menentukan masa depan mereka, serta berpartisipasi dan memengaruhi kehidupan dalam komunitas masyarakat itu sendiri.

Defenisi ini terlihat jelas bahwa pemberdayaan bukan sekedar menolong orang miskin agar menjadi tidak miskin. Pemberdayaan menurut Oos M. Anwas lebih diarahkan kepada beberapa aspek dalam pelaksanaan proses pemberdayaan yaitu : pemberian sumber daya, kesempatan, pengetahuan, keterampilan dan pendampingan. Aspek-aspek tersebut bisa dikaitkan dengan

proses pemberdayaan UMKM mitra binaan CSR PT. Indah Kiat Pulp and Paper. Aspek tersebut lalu peneliti jabarkan melalui pembahasan berikut :

1. Menyediakan Sumber Daya

Penyediaan sumber daya adalah kegiatan penyebaran secara merata sumber daya dalam hal ini berupa pemberian materi, manusia atau keahlian, dan bangunan ataupun lahan yang dapat meningkatkan kekuasaan masyarakat. Suatu strategi pemberdayaan harus berupaya memaksimalkan kekuasaan bagi setiap orang atas distribusi dan pemanfaatan sumber daya dan memperbaiki apabila ada ketidakadilan dalam mengaksesnya. Ife dan Toserio (2008:143) berpendapat bahwa :

Sumber daya seringkali relatif kecil untuk diakses oleh masyarakat sehingga keleluasaan untuk memanfaatkan sumber daya yang ada menjadi kurang baik. Hal ini berlaku baik untuk sumber daya keuangan maupun sumber daya non-keuangan.

Pengertian tersebut memandang bahwa sumber daya yang ada sering kali tidak bisa dijangkau oleh masyarakat hal tersebut berupa sumber daya keuangan (bantuan dana atau pinjaman modal) dan sumber daya non-keuangan (peralatan, bangunan, lahan, mesin praktis) sehingga perlu adanya pemberdayaan untuk mengakses berbagai sumber daya. Jamasy dalam Sobahi dan Suhana (2011:106) menjelaskan bahwa :

Pemberdayaan masyarakat berarti masyarakat yang berdaya atau memiliki daya, kekuatan atau kemampuan. Kekuatan yang dimaksud dapat dilihat dari aspek fisik dan material, ekonomi, kelembagaan, kerjasama, kekuatan intelektual dan komitmen bersama dalam menerapkan prinsip-prinsip pemberdayaan.

Pernyataan di atas menunjukkan bahwa kegiatan pemberdayaan pada aspek pemberian sumber daya dilakukan dalam rangka penyebaran secara merata baik berupa materi yaitu bantuan dana atau pinjaman modal usaha maupun secara fisik seperti penyediaan lahan,

bangunan, bahan-bahan, peralatan serta kegiatan pendampingan dalam rangka meningkatkan kemampuan masyarakat melalui bantuan dari berbagai pengembangan masyarakat.

2. Memberikan kesempatan

Ife dan Toesorio dalam terjemahan Manullang (2008) menjelaskan bahwa pemberian kesempatan memiliki tujuan agar masyarakat dapat meningkatkan kekuasaan yang dimiliki dengan memberikan kemudahan dalam mengakses setiap program kegiatan dan layanan serta sumber daya yang ada. Sobahi dan Suhana (2011: 106) berpendapat bahwa :

Kemampuan berdaya memiliki arti yang sama dengan kemandirian masyarakat. salah satu cara meraih kemandirian tersebut adalah dengan membuka kesempatan bagi setiap masyarakat dan komponennya untuk terlibat dalam setiap tahapan program pembangunan yang di jalanka. Hal itu disebabkan setiap komponen masyarakat selalu memiliki kemampuan atau potensi.

Kemandirian ini memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memiliki daya atau agar dapat berdaya, kemandirian dapat diraih oleh setiap unsur masyarakat dengan cara membuka kesempatan dengan memberikan kemudahan dalam mengakses setiap layanan yang diberikan melalui program. Membuka kesempatan artinya masyarakat bisa memiliki kemampuan dan potensi untuk berpikir, bertindak dan kendalikan apa yang dapat mereka lakukan.

3. Memberikan Pengetahuan

Pemberian Pengetahuan yang dijelaskan digunakan untuk meningkatkan keberdayaan masyarakat melalui upaya pemberian informasi dan edukasi kepada masyarakat sehingga dengan demikian setiap layanan berupa pelatihan atau fasilitas yang disediakan dapat diakses oleh masyarakat sesuai prosedur yang telah ditentukan oleh Ife dan Toserio (2008). Ife dan Toserio dalam terjemahan Sastrawan Manullang (2008:586) menjelaskan bahwa:

Informasi mengenai berbagai sumber eksternal, seperti berbagai petunjuk pembiayaan, keahlian, berbagai pedoman, dan berbagai paket pelatihan. Informasi ini merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah masyarakat dalam merencanakan bagaimana cara yang paling baik untuk memenuhi kebutuhannya, dan bagaimana melibatkan penduduk sebanyak mungkin dalam berbagai proses pengembangan masyarakat.

Pemberian pengetahuan yang dimaksud adalah bagaimana masyarakat mendapat pelatihan, informasi, mendapat berbagai pedoman, peningkatan wawasan sehingga masyarakat mampu memenuhi apa yang dibutuhkannya. Terjadinya keberdayaan melalui pembahasan tersebut membuat masyarakat memiliki kecukupan wawasan dan pengetahuan atau informasi serta kesadaran akan perubahan untuk dapat bersikap mandiri.

4. Memberikan Keterampilan

Pemberian keterampilan atau pelatihan akan sangat efektif bila memang diberikan untuk merespon permintaan dari masyarakat sendiri, karena akan lebih produktif ketika penduduk dengan sadar akan kebutuhan pelatihan itu sendiri dari hasil identifikasinya. Kegiatan ini bisa menjadi sangat penting khususnya dalam berbagai proses pengembangan atau pemberdayaan masyarakat. Ife dan Toserio (2008:590) menjelaskan bahwa :

Pelatihan bisa jadi lebih spesifik disesuaikan pada perkembangan ekonomi, untuk memberikan orang-orang berbagai keterampilan yang didapat mereka gunakan untuk memperoleh sebuah pekerjaan dan bekerja secara produktif dalam sebuah lapangan pekerjaan, atau berbagai keterampilan yang dapat mereka gunakan untuk memenuhi sebuah proyek ekonomi masyarakat lokal.

Jim Ife dalam Isbandi (2008: 220) menyatakan bahwa:

Pemberdayaan masyarakat harus dapat mengidentifikasi dan memanfaatkan berbagai keterampilan dan sumber daya yang ada dalam komunitas maupun kelompok. Misalnya ada kelompok yang mempunyai keterampilan membatik, ada pula yang terampil dalam membuat makanan, maka kelompok ini harus dapat perhatian dari pelaku perubahan sehingga dalam pengembangannya mereka bisa mengoptimalkan keterampilan mereka dengan pertimbangan potensi daerah pemasaran dimana produk tersebut dapat diterima.

Pelatihan merupakan peran edukasional yang paling efektif karena secara mendasar memfokuskan pada upaya mengajarkan komunitas sasaran bagaimana cara melakukan sesuatu hal yang akan berguna bagi mereka secara khusus dan lebih luas lagi adalah bagi komunitasnya. Kegiatan pelatihan selain memberikan pengetahuan, juga membantu masyarakat untuk memiliki kemampuan baru. Hal ini juga dapat berupa peningkatan kemampuan karena sebelumnya masyarakat telah memiliki dasar pengetahuan dan keterampilan namun perlu ditingkatkan. Kegiatan pemberdayaan melalui kegiatan tersebut akan mengoptimalkan berbagai keterampilan yang dimiliki masyarakat lokal Jim Ife dalam Isbandi (2008).

5. Memberikan Pendampingan

Pendampingan pada umumnya merupakan upaya untuk mengembangkan masyarakat di berbagai potensi yang dimiliki oleh masing-masing masyarakat untuk menunjuk kehidupan yang lebih baik dan layak.

Pendamping merupakan seorang profesional yang mempunyai pengetahuan dan keterampilan dalam memberikan alternatif penyelesaian masalah, membantu mengidentifikasi tujuan penyelesaian masalah menyediakan informasi dan saran, serta memfasilitasi kesadaran diri klien dengan memonitoring dan evaluasi Barker (2014 : 72).

Inti dari pendampingan dalam pemberdayaan UMKM adalah bagaimana pemberian pengetahuan, keterampilan, kesempatan dengan melakukan monitoring dan evaluasi dari sebuah kesuksesan dalam pemberdayaan yang dilakukan oleh sebuah lembaga ataupun perusahaan. Kegiatan proses pendampingan sosial berpusat pada empat bidang tugas atau

fungsi yang dapat disingkat dalam akronim 4P : pemungkinan (*enabling*) atau fasilitas, penguatan (*Empowering*), Perlindungan (*Protecting*), dan pendukung (*Supporting*) (Suharto, 2009).

2.2.1.3 Pemberdayaan dari Perspektif Pekerjaan Sosial

Pemberdayaan didefinisikan sebagai proses membantu individu, kelompok, keluarga, kelompok dan masyarakat dalam meningkatkan personal interpersonal, sosio ekonomi, dan politik serta mengembangkan pengaruh terhadap perbaikan lingkungan mereka (Zastrow dalam Suharto, 2005).

1. Prinsip Pekerjaan Sosial dan asumsi pemberdayaan dalam pekerjaan sosial digunakan mengukur proses keterlibatan keluarga miskin dalam pemberdayaan berupa proses kolaboratif dengan mana masyarakat miskin dan pekerja sosial bekerjasama sebagai partner, proses pemberdayaan menempatkan masyarakat miskin sebagai kompeten dan mampu menjangkau sumber-sumber dan kesempatan-kesempatan (Suharto, 1997).
2. Program evaluasi: rencana tindakan adalah cetak biru untuk tindakan yang menentukan strategi dan kegiatan untuk mencapai tujuan klien. Adapun jenisnya menyelidiki keefektifan layanan tertentu dalam mencapai tujuan keseluruhan program, harapan persyaratan hibah atau misi lembaga (Brenda L. Dubois dan Karla Krogsrud Miley, 2005).

2.2.1.4 Tujuan Pemberdayaan

Menurut Edi Suharto (2007), Tujuan utama pemberdayaan adalah memperkuat kekuasaan masyarakat, khususnya kelompok lemah yang tidak memiliki keberdayaan, baik karena kondisi internal, maupun karena kondisi eksternal (adanya ketidakadilan dalam

struktur sosial). Pemberdayaan menunjuk pada kemampuan orang, khususnya kelompok rentan dan lemah sehingga mereka bisa memiliki kekuatan atau kemampuan, antara lain:

1. Memenuhi kebutuhan dasarnya sehingga mereka memiliki kebebasan. Tidak hanya bebas dalam mengemukakan pendapat, melainkan bebas dari kelaparan, bebas dari kebodohan dan bebas dari kesakitan.
2. Menjangkau sumber-sumber produktif yang mungkin mereka dapat meningkatkan pendapatannya sehingga dapat memperoleh barang-barang dan jasa-jasa yang mereka perlukan.
3. Berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan yang mempengaruhi mereka.

2.2.1.5 Tahap-tahap pemberdayaan

Pemberdayaan tidak bersifat selamanya, melainkan sampai target masyarakat mampu untuk menjadi mandiri, dan kemudian dilepas untuk mandiri, meski dari jauh dijaga agar tidak jatuh (Sumodiningrat dalam Ambar Teguh S (2004:82-83). Sebagaimana disampaikan Sumodiningrat diatas, bahwa proses belajar dalam rangka pemberdayaan akan berlangsung secara bertahap. Tahap-tahap yang harus dilalui tersebut meliputi:

1. Tahap penyadaran dan pembentukan perilaku menuju perilaku sadar dan peduli sehingga merasa membutuhkan peningkatan kapasitas diri.
2. Tahap transformasi kemampuan berupa wawasan pengetahuan, kecakapan-keterampilan agar terbuka wawasan dan memberikan keterampilan dasar sehingga dapat mengambil peran di dalam pembangunan.
3. Tahap peningkatan kemampuan intelektual, kecakapan, keterampilan sehingga terbentuklah inisiatif dan kemampuan inovatif untuk mengantarkan pada kemandirian.

2.2.1.6 Pendekatan Pemberdayaan

Menurut Suharto (2008), penerapan pendekatan pemberdayaan dapat dilakukan melalui 5P yaitu: pemungkinan, penguatan, perlindungan, penyokongan, dan pemeliharaan, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Pemungkinan, menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang secara optimal. Pemberdayaan harus mampu membebaskan masyarakat dari kultural dan struktur yang menghambat.
2. Penguatan, memperkuat pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki masyarakat dalam memecahkan masalah serta memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Pemberdayan harus mampu menumbuhkan-kembangkan segenap kemampuan dan kepercayaan diri agar dapat menunjang kemandirian masyarakat tersebut.
3. Perlindungan, melindungi masyarakat terutama kelompok-kelompok lemah agar tidak tertindas oleh kelompok kuat, menghindari terjadinya persaingan yang tidak imbang atau tidak sehat antara yang kuat dan lemah, dan mencegah terjadinya eksploitasi kelompok-kelompok kuat terhadap kelompok lemah. Pemberdayaan harus diarahkan kepada penghapusan segala jenis diskriminasi dan mendominasi yang tidak menguntungkan rakyat kecil.
4. Penyokong, memberikan bimbingan dan dukungan agar masyarakat mampu menjalankan perannya dan tugas-tugas kehidupannya. Pemberdayaan harus mampu menyokong masyarakat agar tidak dalam keadaan dan posisi yang semakin lemah dan terpinggirkan.
5. Pemeliharaan, memelihara kondisi yang kondusif agar tetap terjadi keseimbangan distribusi kekuasaan antara berbagai kelompok dalam masyarakat. Pemberdayaan harus mampu menjamin keselarasan dan keseimbangan yang memungkinkan setiap orang memperoleh kesempatan berusaha.

2.2.1.7 Strategi Pemberdayaan

Menurut Sumaryadi (2005:150) ada tiga strategi pendekatan yang dipakai dalam proses pemberdayaan masyarakat, antara lain :

1. *The welfare approach* yaitu membantu memberikan bantuan kepada kelompok-kelompok tertentu, misalnya mereka yang terkena musibah bencana alam dan pendekatan ini tidak dimaksudkan untuk memberdayakan rakyat dalam menghadapi proses politik dan kemiskinan rakyat.
2. *The development approach*, pendekatan ini memusatkan perhatian pada pembangunan peningkatan kemandirian, kemampuan, dan keswadayaan masyarakat.
3. *The empowerment approach*, pendekatan ini Dari kemiskinan sebagai akibat proses politik dan berusaha memberdayakan atau melatih rakyat untuk mengatasi ketidak berdayaan.

2.2.2 Tinjauan Tentang Tanggung jawab sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)

2.2.2.1 Pengertian Tanggung Jawab Sosial

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bagian dari *policy* perusahaan yang dijalankan secara profesional dan melembaga menurut Suharto (2010). Dalam kebijakan perusahaan, CSR merupakan strategi dan *roadmap* perusahaan yang mengintegrasikan tanggung jawab ekonomi korporasi dengan tanggung jawab legal, etis dan sosial. Konsep CSR yang terus berkembang belum memiliki sebuah definisi standar maupun seperangkat kriteria spesifik yang dapat diterima secara umum ISO 26000 menjelaskan dalam Suharto (2010:10) bahwa CSR adalah:

Tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk

perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan termasuk kesehatan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.

Pengertian diatas menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen berbagai perusahaan dalam memberikan kontribusi jangka panjang sebagai bentuk pembangunan berkelanjutan akibat aktivitas bisnis yang dilakukannya kepada masyarakat dan lingkungan dengan memperhatikan berbagai kebutuhan yang ada agar terciptanya situasi yang lebih baik dan memperhatikan peraturan serta norma yang ada.

2.2.2.2 Konsep Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Secara lebih teoritis dan sistematis, konsep piramida tanggung jawab sosial perusahaan yang dikembangkan Archie B. Carrol (1991: 39), yang memberi justifikasi logis mengapa sebuah perusahaan perlu menerapkan CSR bagi masyarakat di sekitarnya. Menurut Saidi dan Abidin dalam (Suharto, 2009: 102).

1. Tanggung jawab ekonomi. Kata kuncinya adalah: *make a profit*. Motif utama perusahaan adalah menghasilkan laba. Laba adalah fondasi perusahaan dapat terus hidup (*survive*) dan berkembang.
2. Tanggung jawab legal. Kata kuncinya: *obey the law*. Perusahaan harus taat hukum. Dalam proses mencari laba, perusahaan tidak boleh melanggar kebijakan dan hukum yang telah ditetapkan pemerintah.
3. Tanggung jawab etis. Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan praktek bisnis yang baik, benar, adil dan fair. Norma-norma masyarakat perlu menjadi rujukan bagi perilaku organisasi perusahaan. Kata kuncinya: *be ethical*.

4. Tanggung jawab filantropis. Selain perusahaan harus memperoleh laba, taat hukum dan berperilaku etis, perusahaan dituntut agar dapat memberi kontribusi yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan semua. Kata kuncinya: *be a good citizen*. Para pemilik dan pegawai yang bekerja di perusahaan memiliki tanggung jawab ganda, yakni kepada perusahaan dan kepada publik yang kini dikenal dengan istilah *non fiduciary responsibility*.

2.2.2.3 Tujuan Tanggung Jawab Sosial

Dalam bisnis apapun, yang diharapkan adalah keberlanjutan dan kestabilan usaha, karena keberlanjutan akan mendatangkan keuntungan sebesar-besarnya bagi perusahaan. Setidaknya terdapat tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha harus merespon CSR agar sejalan dengan jaminan keberlanjutan operasional perusahaan, sebagaimana dikemukakan (Wibisono, 2007).

1. Pertama, perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Perusahaan mesti menyadari bahwa mereka beroperasi dalam satu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial ini berfungsi sebagai kompensasi atau upaya timbal balik atas penguasaan sumber daya alam atau sumber daya ekonomi oleh perusahaan yang kadang bersifat ekspansif dan eksploratif, disamping sebagai kompensasi sosial karena timbul ketidak nyamanan (*discomfort*) pada masyarakat.
2. Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. Untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat. Wajar bila perusahaan dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, sehingga

bisa tercipta harmonisasi hubungan bahkan pendongkrakan citra dan performa perusahaan.

3. Ketiga, kegiatan CSR merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindarkan konflik sosial. Potensi konflik itu bisa berasal akibat dari dampak operasional perusahaan atau akibat kesenjangan struktural dan ekonomis yang timbul antara masyarakat dengan komponen perusahaan.

Peneliti menyimpulkan bahwa tujuan dari tanggung jawab sosial perusahaan adalah yang pertama yaitu memelihara hubungan baik antara perusahaan dan juga masyarakat karena perusahaan harus menyadari bahwa mereka beroperasi di dalam suatu tatanan lingkungan masyarakat. Kedua adalah memiliki hubungan yang sifatnya simbiosis mutualisme dengan masyarakat, wajar bila suatu perusahaan diwajibkan untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat karena hal ini dapat menimbulkan suatu hubungan keharmonisan dan akan bisa mendongkrak citra serta performa perusahaan. Ketiga adalah meredam atau meminimalisir bentuk konflik sosial yang akan terjadi akibat dari dampak operasional suatu perusahaan di wilayah komunitas dan menghindarkan kesenjangan antara masyarakat dan perusahaan.

2.2.2.4 Prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Crowther David dalam Hadi (2014:59) bahwa prinsip-prinsip tanggung jawab sosial perusahaan menjadi tiga dasar, diantaranya:

1. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya dimasa depan. Keberlanjutan memberikan arah penggunaan sumber daya yang berpihak dan berupaya bagaimana

masyarakat memanfaatkan sumber daya agar tetap memperhatikan generasi dimasa yang akan datang.

2. *Accountability*, merupakan usaha perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal sehingga dapat dijadikan usaha membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan.
3. *Transparency*, merupakan prinsip bagi pihak eksternal yang bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. Merupakan prinsip penting dalam mengurangi kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak terhadap lingkungan.

Archie B. Carrol dalam Suharto (2009: 107) harus dipahami sebagai satu kesatuan. Itulah sebabnya secara konseptual CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *triple bottom lines*, yaitu 3p:

1. *Profit*. Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
2. *People*. Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program *CSR* seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat.
3. *Planet*. Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Beberapa program *CSR* yang berpijak ada prinsip ini biasanya berupa penghijauan

lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan permukiman, dan pengembangan pariwisata (*ekoturisme*).

Inti dari prinsip-prinsip ini ingin menciptakan pemberdayaan yang berkelanjutan, terbuka dan transparan agar masyarakat mengetahui tentang bagaimana program pemberdayaan ini bisa berlangsung dan tidak hanya memikirkan keuntungan perusahaan tetapi juga memikirkan masyarakat dan lingkungan untuk dapat diberdayakan sesuai dengan kebutuhannya. Dengan adanya prinsip ini masyarakat bisa memahami dan mengurangi kesalahpahaman terhadap program CSR.

2.2.2.5 Model atau Pola Tanggung Jawab Sosial perusahaan

1. Keterlibatan langsung. Perusahaan menjalankan CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, sebuah perusahaan umumnya menugaskan salah satu *Human resource development* atau *Public relations*.
2. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan. Model ini adalah adopsi dari contoh yg lazim diterapkan pada perusahaan negara maju. Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau grupnya, tetapi tetap wajib bertanggung jawab ke CEO atau dewan direksi, mirip Yayasan Coca Cola Company, Yayasan Teman Aqua, Sampoerna Foundation, dan lain sebagainya.
3. Bermitra menggunakan pihak lain. Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan forum sosial/ organisasi non-pemerintah (ornop), instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun pada melaksanakan aktivitas sosialnya. Beberapa lembaga sosial/ornop yang berafiliasi menggunakan perusahaan yaitu PMII, YKAI, Dompot Dhuafa serta Universitas seperti UI, ITB, IPB.

4. Mendukung dan bergabung pada suatu konsorsium. Perusahaan turut mendirikan, sebagai anggota, serta mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan buat tujuan sosial tertentu. Dibandingkan dengan contoh lain, pola ini lebih berorientasi pada anugerah hadiah perusahaan yg bersifat bantuan gratis “pembangunan”. Pihak konsorsium atau lembaga semacam itu dianggap oleh perusahaan yg mendukungnya secara proaktif mencari mitra kerjasama berasal kalangan forum operasional dan lalu berbagi program yang disepakati bersama.

2.2.3 Tinjauan tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

2.2.3.1 Defenisi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang mempunyai peranan penting didalam perekonomian Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya menurut Rudjito (2003).

Definisi UMKM menurut Undang-Undang No. 7 Tahun 2021 tentang usaha Mikro, Kecil dan Menengah Bab 1 Pasal 1:

Usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif milik perorang atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagaimana diatur dalam peraturan pemerintah ini. Usaha Kecil adalah ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Pemerintah. Usaha Menengah adalah ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung yang sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah.

Usaha mikro dan kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri

sendiri, yang memenuhi kriteria sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Pemerintah Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021.

2.2.3.2 Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Kriteria modal usaha dan Hasil Penjualan UMKM terbaru berdasarkan Pasal 35 ayat (3 & 6) PP 7 tahun 2021 adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro Mempunyai modal usaha hingga dengan paling banyak Rp1 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Mempunyai hasil penjualan tahunan hingga dengan paling banyak Rp2 miliar.
2. Usaha Kecil Mempunyai modal usaha lebih Rp1 – 5 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Mempunyai hasil penjualan tahunan Rp2 – 15 miliar.
3. Usaha Menengah Mempunyai modal usaha Rp5 – 10 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Mempunyai hasil penjualan tahunan Rp15 – 50 miliar.

2.2.3.3 Pendampingan dan Pembinaan UMKM

Pembinaan UMKM berdasarkan Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-05/MBU/04/2021 adalah kegiatan bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil dan menengah menjadi tangguh dan mandiri. Dari tujuan pembinaan ini sama halnya yang dimaksud pada definisi pemberdayaan. Payne dalam (Adi, 2008:77-78) mengemukakan bahwa suatu pemberdayaan (*empowerment*) pada intinya, ditujukan guna:

To help clients gain power of decision and action over their own lives by reducing the effect of social or personal blocks to exercising existing power, by increasing capacity and self-confidence to use power and by transferring power from the environment to clients

Membantu klien memperoleh daya untuk mengambil keputusan dan menentukan tindakan yang akan ia lakukan yang terkait dengan diri mereka termasuk mengurangi efek hambatan pribadi dan sosial dalam melakukan tindakan. Hal ini dilakukan melalui peningkatan

kemampuan dan rasa percaya diri untuk menggunakan daya yang ia miliki, antara lain melalui transfer daya dari lingkungan nya (Adi, 2008).

Dengan mengetahui permasalahan yang dialami UMKM, dalam rangka menjalankan UMKM, para pengusaha kecil menengah ini harus dilibatkan dalam menentukan langkah-langkah yang seharusnya dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang mereka hadapi Marhadi (2003: 201). Memberikan penyadaran manfaat yang akan mereka dapatkan, serta resiko yang mungkin muncul sebagai konsekuensi pengembangan usaha, selain dapat menganalisa dengan tepat untuk langkah-langkah pengembangan namun juga meningkatkan kesadaran interpersonal mereka sehingga muncul kesadaran yang tinggi untuk meningkatkan usahanya.

Berdasarkan Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-05/MBU/04/2021 tentang Program Kemitraan dan Bina Lingkungan dijelaskan bahwa Dana Program Kemitraan diberikan dalam bentuk :

1. Pinjaman untuk membiayai modal kerja dan atau pembelian aset tetap dalam rangka meningkatkan produksi dan penjualan;
2. Pinjaman tambahan untuk membiayai kebutuhan dana pelaksanaan kegiatan usaha Mitra Binaan yang berjangka pendek dalam rangka memenuhi pesanan dari rekanan usaha Mitra Binaan;
3. Jumlah pinjaman untuk setiap Mitra Binaan dari Program Kemitraan, maksimum sebesar Rp. 75.000.000,00 (tujuh puluh lima juta rupiah)
4. Beban Pembinaan, Beban Pembinaan adalah beban kegiatan bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan Mitra Binaan menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Beban Pembinaan ini digunakan untuk:

- 1) Untuk membiayai pendidikan, pelatihan, pemagangan, pemasaran, promosi, dan hal-hal lain yang menyangkut peningkatan produktivitas (*capacity building*) Mitra Binaan yang diberikan di bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, dan teknologi serta untuk pengkajian/penelitian yang berkaitan dengan Program Kemitraan;
- 2) Beban pembinaan bersifat hibah dan besarnya maksimal 20% (dua puluh persen) dari dana Program Kemitraan yang disalurkan pada tahun berjalan;
- 3) Beban Pembinaan hanya dapat diberikan kepada atau untuk kepentingan Mitra Binaan

Hal serupa juga dinyatakan oleh Ite (dalam Adi, 2008) bahwa pelatihan merupakan peran edukasional yang paling spesifik karena secara mendasar memfokuskan pada upaya mengajarkan sasaran bagaimana melakukan sesuatu hal yang berguna bagi mereka secara khusus dan lebih luas lagi. Pelatihan pada dasarnya lebih efektif bila keterampilan yang diajarkan adalah keterampilan yang diinginkan oleh masyarakat.

Program pendampingan UMKM adalah model pengembangan UMKM yang menitikberatkan pada upaya perbaikan sistem kelembagaan (*capacity building*) dan aspek manajerial UMKM, dilakukan secara intensif dan berkelanjutan, dengan melibatkan secara aktif konsultan-konsultan UMKM profesional. Konsultan-konsultan tersebut bertugas memberikan nasehat (*advisory*) dan konsultansi, khususnya yang berkaitan dengan kegiatan operasional UMKM sehari-hari.

Program pendampingan UMKM yang dipandang cukup berhasil oleh banyak kalangan ini memiliki paling tidak 3 keunggulan dibanding model lain dikutip dari (Iyuk 2008), yaitu:

1. Bersifat proaktif dan intensif, artinya konsultan-konsultan pelaksana program secara aktif, *day to day*, terjun ke lapangan membantu pengusaha UMKM. Bersama-sama mencari dan menemukan solusi dari setiap permasalahan UMKM di lapangan.

2. Pendekatan praktis dan aplikatif, artinya berbagai strategi dan kebijakan konsultan secara langsung diujicobakan pada tataran praktis. Sehingga dapat diukur seberapa efektif ide atau *problem solving* konsultan bagi kemajuan UMKM. Tidak lagi sebatas konsep atau wacana yang bersifat mengawang.
3. Menekankan pada keberhasilan pendekatan personil, artinya program ini amat sangat membutuhkan kemampuan konsultan dalam mengambil hati pengusaha UMKM. Bagaimana pengusaha bisa percaya dan mau mengikuti berbagai saran dan masukan konsultan tanpa terkesan menggurui. Pendekatan ini sangat efektif ketika dilakukan kepada wirausaha baru yang memang membutuhkan pembinaan.

2.2.4 Tinjauan tentang Pekerjaan Sosial dalam Bidang Industri

2.2.4.1 Pengertian Pekerjaan Sosial Industri

Definisi pekerjaan sosial internasional menurut *the International Federation of Social Workers* (IFSW) dalam (Fahrudin, 2012 : 61) menyatakan bahwa :

The social work profession promotes social change. Problem solving in human relationships and the empowerment and liberation of people to enhance well-being. Utilizing theories of human behavior and social system, social work intervenes at the points where people interact with the environments. Principles of human rights and social justice are fundamental to social work.

Definisi diatas menjelaskan bahwa pekerja sosial menekankan pada promosi perubahan sosial, pemecahan masalah hubungan manusia, pemberdayaan dan peningkatan kesejahteraan, dengan cara memanfaatkan teori perilaku manusia dan sistem sosial. Pekerjaan sosial berada pada lingkungan interaksi manusia, dengan mengedepankan prinsip-prinsip HAM dan keadilan sosial.

Pekerja sosial industri menurut Suharto (2007: 7) didefinisikan sebagai berikut:

Pekerjaan sosial industri dapat didefinisikan sebagai lapangan praktik pekerjaan sosial yang secara khusus menangani kebutuhan-kebutuhan kemanusiaan dan sosial di dunia kerja melalui berbagai intervensi dan penerapan metoda pertolongan yang bertujuan untuk memelihara adaptasi optimal antara individu dan lingkungannya, terutama lingkungan kerja.

Konteks pekerjaan sosial industri merupakan kegiatan pertolongan yang dilakukan pada pengembangan masyarakat (*community development*) yang seringkali digunakan sebagai salah satu pendekatan atau strategi dalam Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau CSR. Bahwa hubungannya dengan CSR, program *community development* memiliki landasan utama yaitu berbasis masyarakat (*community based*). Berbasis sumber daya setempat (*local resource based*) dan berkelanjutan (*sustainable*) menurut (Suharto, 2007). Pekerjaan sosial industri memiliki peran ganda. Secara internal, pekerjaan sosial berurusan dengan penanganan masalah psikososial yang dialami secara personal oleh para pegawai perusahaan. Secara eksternal, pekerjaan sosial juga memiliki peran dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar lokasi perusahaan. Selain itu, dalam konteks pengembangan masyarakat pekerja sosial dapat melakukan beberapa kegiatan dari mulai perencanaan sosial, pengorganisasian sosial, perawatan lingkungan hidup, penguatan modal sosial dan penguatan ekonomi kecil.

2.2.4.2 Peran Pekerja Sosial dan Industri

Peran Pekerja Sosial dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial perusahaan cukup strategis. Dimana pekerja sosial bisa memfasilitasi antara perusahaan Indah Kiat Pulp and Paper (IKPP). Dan juga masyarakat. Peran-peran lainnya yang dapat dilakukan oleh pekerja sosial menurut Zastrow (2007) antara lain :

1. Stimulator

Pekerja sosial berperan sebagai pemrakarsa dan pendorong bagi perusahaan untuk dapat berpartisipasi dalam membuat kegiatan-kegiatan sosial di sekitar lingkungan Perusahaan Indah Kiat Pulp and Paper (IKPP).

2. Broker

Peran sebagai broker yaitu menghubungkan antara perusahaan indah kiat pulp and paper (IKPP) dengan masyarakat yang akan menerima program CSR dari IKPP agar dapat terciptanya rasa nyaman antara masyarakat dan IKPP.

3. Educator

Dalam menjalankan peran sebagai pendidik, pekerja sosial memberikan pengetahuan yang berisi teori dan informasi kepada masyarakat agar dapat mendukung program CSR yang diberikan perusahaan indah kiat pulp and paper (IKPP).

4. Fasilitator

Peran sebagai fasilitator yaitu pekerja sosial memfasilitasi perusahaan indah kiat pulp and paper (IKPP) dan juga masyarakat dalam menunjang kebutuhan masing masing pihak.

5. Social Planner

Pekerja sosial harus mampu menjadi perencana sosial mengumpulkan data mengenai masalah yang terjadi di masyarakat, menganalisis dan menerapkan alternatif tindakan yang rasional dan bisa dijadikan suatu bahan pertimbangan oleh pihak perusahaan indah kiat pulp and paper (IKPP) untuk mengambil keputusan yang tepat.

2.2.5 Metode Pekerjaan Sosial dalam Masyarakat

Community work sebagai suatu proses dalam membantu masyarakat untuk meningkatkan diri mereka sendiri melalui suatu aktivitas-aktivitas kolektif. Selain itu, pekerjaan sosial makro juga merupakan suatu proses antar kelompok yang menggunakan lembaga-lembaga

atau institusi-institusi masyarakat maupun sumber-sumber masyarakat untuk menemukan masalah-masalah sosial serta mengambil tindakan yang tepat dalam mengatasinya.

1. Tujuan Pekerjaan Sosial Makro

Tujuan dari pekerjaan sosial makro adalah untuk menciptakan dan mengembangkan suatu penyesuaian yang efektif antara sumber-sumber kesejahteraan sosial dengan kebutuhan-kebutuhan. Selain itu, terdapat pula tujuan khusus di dalam pekerjaan sosial makro diantaranya :

1. Memperoleh data dan fakta yang diperlukan
2. Mengembangkan dan merubah program agar tercapai penyesuaian yang lebih baik antara sumber dan kebutuhan
3. Meningkatkan efektivitas kerja dari lembaga-lembaga
4. Meningkatkan koordinasi antara berbagai pihak yang terlibat dalam program
5. Mengembangkan pengertian umum tentang masalah, kebutuhan, tujuan, program dan metode yang dipakai
6. Mengembangkan dukungan dan partisipasi masyarakat dalam aktivitas pengembangan masyarakat.

2. Teknik Pekerjaan Sosial Makro

1. Kampanya (*Campaign*)

Teknik ini digunakan apabila sasaran menolak dengan adanya program ini dan belum adanya kesepakatan menuju perubahan, karena konsekuensi dari program yang akan dilakukan tersebut. yang dilakukan dalam teknik ini adalah *Education*, dengan memberikan pemahaman dan meyakinkan sistem sasaran dalam hal ini CSR PT. IKPP mengenai program yang akan dilaksanakan sehingga ada kesamaan tujuan.

2. Kerja sama (*Collaboration*)

Teknik *Collaboration* digunakan apabila pihak CSR PT. IKPP, UMKM binaan dan konsultan yang terlibat dalam program ini menyetujui dengan adanya program tentang peningkatan kapasitas pelaku umkm mitra binaan CSR PT. IKPP melalui pelatihan pemasaran online.