

BAB II

KAJIAN KONSEPTUAL

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan tidak lepas dari hasil penelitian terdahulu, sebagai prdoman dan kajian dalam menulis kajian ini. Penelitian terdahulu yang digunakan untuk perbandingan adalah hasil penelitian yang berkaitan dengan topik penelitian yang berjudul “Implementasi Konsep *Triple Bottom Line* pada Program *Corporate Social Responsibility* PT Pertamina RU VI di Desa Balongan, Kecamatan Balongan, Kabupaten Indramayu, Jawa Barat” antara lain sebagai berikut:

- 1. Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT. Pertamina (Persero) pada Program Siswa Mengenal Nusantara oleh Afifah Izzaturrahmi Ibrahim, Lukiat Komala Erdinaya, dan Aat Ruchiat Nugraha tahun 2021**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi literatur. Dalam penelitian ini, peneliti meneliti Program Siswa Mengenal Nusantara yang disponsori oleh PT. Pertamina (Persero) guna mengkampanyekan keberagaman budaya negeri Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam tahap perencanaan program CSR SMN PT. Pertamina yang merujuk pada konsep Honhen menunjukkan masih ada beberapa ketidaksesuaian implementasi program CSR dikarenakan kondisi wilayah Papua yang menjadikan kurnag efektifnya program CSR SMN 2018. Simpulan menyatakan bahwa PT. Pertamina

telah berupaya untuk dapat mewujudkan program CSR sebagai wujud tanggung jawab BUMN Hadir Untuk Negeri.

Kebaruan dalam penelitian yang akan peneliti lakukan adalah peneliti menganalisis implementasi kegiatan program CSR yang dilakukan oleh PT Pertamina RU VI Balongan Jawa Barat ditinjau dari konsep *Triple Bottom Line* (TBL) terkhusus unsur *people* atau pemberdayaan masyarakat sekitar.

2. Implementasi Konsep *Triple Bottom Line* dalam Program *Corporate Social Responsibility* di Hotel Alila Seminyak oleh Ni Nengah Ariastini dan I Made Trisan Semara tahun 2019.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan dilaksanakan di Alila Seminyak selama 5 bulan, dimulai bulan Mei-September 2019. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan konsep TBL dalam program CSR di Alila Seminyak dan bagaimana evaluasi program berlangsung. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi dokumentasi terhadap dokumen laporan kegiatan CSR, anggaran CSR, laporan penggunaan CSR, dan data karyawan. Wawancara mendalam dengan *key informan* selaku perencana dan pelaksana CSR dan wawancara penerima program CSR, serta observasi non partisipan terhadap pengimplementasian CSR di Alila Seminyak. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif, yaitu data-data yang diperoleh dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan studi dokumentasi direduksi dan dideskripsikan kembali secara kualitatif (Pantiyasa dalam Ariastini dan Trisna, 2019).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi yang dilakukan belum maksimal sesuai dengan kaidah TBL maupun CSR. Ketidaksiuaian tersebut dilihat dari sisi *People*, belum adanya keterlibatan masyarakat penerima program dalam perencanaan dan evaluasi. Perencanaan yang diadakan tidak dilakukan secara terstruktur baik dalam perumusan tujuan, strategi, maupun kebijakan. Evaluasi program CSR juga belum melibatkan masyarakat dan tidak dibuatkan dalam bentuk laporan kegiatan. Hal tersebut membuat tujuan program tidak dapat diukur ketercapaiannya maupun kekurangan dan kelebihan program.

Perbedaan penelitian terkini dengan penelitian terdahulu, bahwa pada penelitian terdahulu menggunakan teknik observasi non partisipan, dimana peneliti menggali informasi dengan mengamati kegiatan yang dilakukan oleh sasaran penelitian. Pada penelitian terkini, peneliti menggunakan teknik observasi partisipasi, dimana peneliti ikut terlibat dalam kegiatan yang dilakukan bersama sasaran penelitian. Hasil penelitian yang diharapkan dapat menggali lebih dalam mengenai implementasi TBL pada program CSR yang dilakukan.

3. Program CSR Yayasan Unilever Indonesia Berdasarkan Teori *Triple Bottom Line* oleh Ricky Michael, Santoso Tri Raharjo, dan Risna Resnawaty tahun 2019.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan di PT Unilever Indonesia Tbk melalui program CSR yang bernama Yayasan Unilever Indonesia (YUI). Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa dalam konsep TBL, perusahaan dapat mengetahui secara sistematis nilai-nilai yang perlu dijalankan oleh perusahaan dalam program CSR. Perusahaan

menciptakan program CSR melalui Yayasan Unilever Indonesia (YUI) serta tiga pilar besar yang diturunkan secara lebih detail lewat program merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya, masyarakat, baik peningkatan kualitas hidup lewat pelatihan, menciptakan lingkungan yang bersih, hingga meningkatkan perilaku hidup sehat sejak dini.

Pada penelitian terdahulu hasil penelitian berorientasi pada keseluruhan program CSR yang dilakukan. Pada penelitian terkini, peneliti melakukan penelitian pada satu bidang CSR yang telah mengembangkan konsep TBL, yaitu pengembangan masyarakat. Penelitian terdahulu dan terkini sama-sama menggunakan metode kualitatif.

Perbandingan penelitian terdahulu dengan terkini dapat dilihat dalam tabel 2.1 di bawah ini.

Tabel 2. 1 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Afifah Izzaturrahmi Ibrahim, Lukiat Komala Erdinaya, dan Aat Ruchiat Nugraha	Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Pertamina (Persero) pada Program Siswa Mengenal Nusantara	1. Menggunakan metode kualitatif deskriptif 2. Menganalisis implementasi CSR pada PT. Pertamina	1. Menggunakan konsep Ilmu Komunikasi 2. Variabel yang diteliti berfokus pada satu program CSR saja, yaitu pendidikan 3. Tidak menganalisis melalui konsep TBL
2.	Ni Nengah Ariastini dan I Made Trisan	Implementasi Konsep <i>Triple Bottom Line</i> dalam	1. Menggunakan metode kualitatif 2. memiliki variable Implementasi	1. Teknik observasi non partisipan

	Semara	Program <i>Corporate Social Responsibility</i> di Hotel Alila Seminyak	<i>Triple Bottom Line</i> program CSR	
3.	Ricky Michael, Santoso Tri Raharjo, dan Risna Resnawaty	Program CSR Yayasan Unilever Indonesia berdasarkan Teori <i>Triple Bottom Line</i>	1. Metode penelitian kualitatif deskriptif 2. Menggunakan konsep <i>Triple Bottom Line</i>	1. Konep 2. Variabel yang diteliti

Sumber: Penelitian Terdahulu

Berdasarkan tabel 2.1 di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini. Adapun persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama melihat program CSR yang dijalankan oleh perusahaan. Selain itu, dua dari penelitian terdahulu memiliki persamaan pada topik implementasi *triple bottom line*. Pada metode penelitian juga menggunakan kualitatif deskriptif. Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada perusahaan yang dijadikan lokasi penelitian, yaitu PT Pertamina RU VI Balongan. Selain itu, penelitian ini juga mengulik implementasi *triple bottom line* pada setiap program CSR yang ada di PT Pertamina RU VI Balongan. Dengan demikian, hasil yang diperoleh pada penelitian ini juga lebih luas. Ditambah lagi, kajian konseptual yang digunakan pada penelitian ini adalah Pekerja Sosial ditinjau dari kemiskinan.

2.2 Teori yang Relevan dengan Penelitian

2.1.1 Kajian tentang Kemiskinan

2.1.1.1 Definisi Kemiskinan

Kemiskinan menurut Tjokokrowinoto dalam Haris (2018: 3) menyatakan bahwa “Kemiskinan tidak hanya menyangkut persoalan kesejahteraan (*welfare*) semata, namun kemiskinan juga tentang kerentanan (*vulnerability*), ketidakberdayaan (*powerless*), tertutupnya akses kepada berbagai peluang kerja, menghabiskan sebagian besar penghasilannya untuk kebutuhan konsumsi, angka ketergantungan yang tinggi, rendahnya kses terhadap pasar, dan kemiskinan terefleksi dalam budaya kemiskinan yang diwarisi dari satu generasi ke generasi berikutnya.”.

Selanjutnya, Friedman dalam Suharto (2014: 134) menegaskan bahwa “Kemiskinan merupakan suatu kondisi sebagai akibat dari ketidaksamaan kesempatan untuk mengakumulasi basis kekuatan sosial, kemiskinan dipandang sebagai ketidaksamaan kesemoatan untuk mengakumulasikan basis kekuatan sosial, meliputi modal produktif dan aset (misalnya tanah, perumahan, peralatan, kesehatan), sumber-sumber keuangan (pendapatan, kredit yang memadai), organisasi sosial dan politik yang dapat digunakan untuk mencapai kepentingan dan tujuan bersama (partai politik, koperasi, kelompok usaha, kelompok simpan pinjam), network atau jaringan sosial untuk memperoleh pekerjaan, barang-barang, pengetahuan dan keterampilan serta informasi yang berguna untuk memajukan hidup.

2.1.1.2 Faktor Penyebab Kemiskinan

Penyebab kemiskinan menurut Chambers dalam Haris (2018: 4) adalah:

- a) Kemiskinan absolut, bila pendapatannya berada di bawah garis kemiskinan atau tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup minimum atau kebutuhan dasar termasuk papan, sandang, pangan, kesehatan dan pendidikan yang diperlukan untuk bisa hidup dan bekerja.
- b) Kemiskinan relatif, kondisi miskin karena pengaruh kebijakan pembangunan yang belum menjangkau seluruh masyarakat, sehingga menyebabkan ketimpangan pada pendapatan atau dapat dikatakan orang tersebut sebenarnya telah hidup di atas garis kemiskinan namun masih berada di bawah kemampuan masyarakat sekitarnya.
- c) Kemiskinan kultural, mengacu pada persoalan sikap seseorang atau sekelompok masyarakat yang disebabkan oleh faktor budaya, seperti tidak mau berusaha memperbaiki tingkat kehidupan, malas, pemboros, tidak kreatif meskipun ada bantuan dari pihak lain.
- d) Kemiskinan struktural, situasi miskin yang disebabkan karena rendahnya akses terhadap sumber daya yang terjadi dalam suatu sistem sosial budaya politik yang tidak mendukung pembebasan kemiskinan, tetapi sering menyebabkan suburnya kemiskinan.

2.1.1.3 Indikator Kemiskinan

Mengacu pada BDT, pemerintah mengeluarkan ketentuan yang mengatur tentang indikator kemiskinan yang standar dalam PERMENSOS No. 146 tahun 2013 tentang Penetapan Kriteria dan Pendataan Fakir Miskin dan Orang Tidak Mampu berikut ini:

- 1) Tidak mempunyai sumber mata pencaharian dan/ atau mempunyai sumber mata pencaharian namun tidak mempunyai kemampuan memenuhi kebutuhan dasar;
- 2) Mempunyai pengeluaran sebagian besar digunakan untuk memenuhi konsumsi makanan pokok dengan sangat sederhana;
- 3) Tidak mampu atau mengalami kesulitan untuk berobat ke tenaga medis, kecuali puskesmas atau yang di subsidi pemerintah;
- 4) Tidak mampu membeli pakaian satu kali dalam satu tahun untuk setiap anggota rumah tangga;
- 5) Mempunyai kemampuan hanya menyekolahkan anaknya samapai jenjang pendidikan Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama;
- 6) Mempunyai dinding rumah terbuat dari bambu/kayu/tembok dengan kondisi tidak baik/ kualitas rendah, termasuk tembok yang sudah usang/ berlumut atau tembok tidak diplester;
- 7) Kondisi lantai terbuat dari tanah atau kayu/ semen/ keramik dengan kondisi tidak baik/ kualitas rendah;
- 8) Atap terbuat dari ijuk/ rumbia atau genteng/seng/ asbes dengan kondisi tidak baik/ kualitas rendah;
- 9) Mempunyai penerangan bangunan tempat tinggal bukan dari listrik atau listrik tanpa meteran;
- 10) Luas lantai rumah kecil kurang dari 8m^2 /orang; dan
- 11) Mempunyai sumber air minum berasal dari sumur atau mata air tak terlindung/ air sungai/ air hujan/ lainnya.

2.1.2 Kajian tentang *Corporate Social Responsibility*

2.1.2.1 Definisi *Corporate Social Responsibility*

CSR menurut Beny (2012) dalam (Michael, 2019: 24) merupakan wujud pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat. Perusahaan dapat memberikan bentuk tanggung jawabnya melalui materi, seperti uang, sembako, peralatan, hingga pembangunan di sekitar masyarakat lokal. Tetapi *The World Bussiness Council for Sustainable Development* (SBCSD) oleh Lord Holme dan Richard Watts menyatakan bahwa “CSR adalah tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar yang tidak hanya memberikan materi, namun juga pemberdayaan secara ekonomi untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat”. Berikut ini merupakan kajian tentang CSR meliputi definisi, tujuan, manfaat, model, langkah perumusan program, dan tantangan yang dihadapi CSR.

Edi Suharto (2009: 35) memberikan beberapa definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut berbagai organisasi, yaitu:

- 1) *World Bussiness Council for Sustainable Development*, menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat pada umumnya.
- 2) *Internasional Finance Corporation*, menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen dunia bisnis untuk memberi kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, keluarga karyawan, komunitas lokal dan masyarakat luas untuk

meningkatkan kehidupan para pekerja melalui cara-cara yang baik bagi bisnis maupun pembangunan.

- 3) *Institute of Chartered Accountants, England and Wales* menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* sebagai jaminan bahwa organisasi-organisasi pengelola bisnis mampu memberi dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan, seraya memaksimalkan nilai bagi para pemegang saham (*shareholders*) mereka.
- 4) *Canadian Government*, memberikan definisi *Corporate Social Responsibility* adalah kegiatan usaha yang mengintegrasikan ekonomi, lingkungan dan sosial ke dalam nilai, budaya, pengambilan keputusan, strategi, dan operasi perusahaan yang dilakukan secara transparan dan bertanggung jawab untuk menciptakan masyarakat yang sehat dan berkembang.
- 5) CSR Asia menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan untuk beroperasi secara berkelanjutan berdasarkan prinsip ekonomi, sosial dan lingkungan, seraya menyeimbangkan beragam kepentingan *stakeholders*.

ISO 26000 mengenai *Guidance on Social Responsibility* juga memberikan definisi *Corporate Social Responsibility*. Menurut ISO 26000 yang dikutip oleh Edi Suharto, 2009: 104, *Corporate Social Responsibility* adalah:

Tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan keberlanjutan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi.

Berdasarkan definisi yang telah disebutkan dari berbagai organisasi, CSR tidaklah sesederhana sebagaimana dipahami dan dipraktikan oleh kebanyakan perusahaan. CSR mencakup tujuh komponen utama, yaitu *the environment, social development, human rights, organizational governance, labor practices, fair operating practices*, dan *consumer issues* (Sukada dan Jalal dalam Edi Suharto, 2009: 104).

2.1.2.2 Tujuan Corporate Social Responsibility

Julianda dalam Winanda (2016) menyampaikan bahwa terdapat tiga alasan penyelenggaraan CSR sejalan dengan jaminan keberlanjutan operasional perusahaan, yaitu sebagai berikut.

1. Perusahaan adalah bagian dari masyarakat, sehingga perusahaan harus memperhatikan kepentingan masyarakat. Perusahaan harus menyadari suatu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial berfungsi sebagai upaya timbal balik atas penguasaan sumber daya alam oleh perusahaan yang bersifat eksploratif dan kompensasi sosial akibat ketidaknyamanan pada masyarakat.
2. Hubungan antara perusahaan dan masyarakat memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat. Perusahaan dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat sehingga terciptanya hubungan harmonis dengan masyarakat.
3. Kegiatan CSR adalah salah satu cara untuk meredam konflik sosial. Konflik sosial berasal dari akibat kegiatan operasional perusahaan atau akibat kesenjangan structural dan ekonomis yang timbul antara masyarakat dengan komponen perusahaan.

2.1.2.3 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Manfaat CSR menurut Wikipedia (2008) dalam Suharto (2010: 52) bahwa ada empat manfaat yang diberikan CSR terhadap perusahaan, yaitu sebagai berikut.

1. *Brand differentiation*. CSR dalam kompetitif persaingan dengan entitas bisnis lainnya, bisa memberikan citra perusahaan yang khas, baik, dan etis di mata publik yang pada gilirannya menciptakan *customer loyalty*.
2. *Human resources*. Program CSR dapat membantu dalam perekrutan karyawan baru, terutama yang memiliki kualifikasi tinggi.
3. *License to operate*. Perusahaan yang menjalankan CSR dapat mendorong pemerintah dan public memberi izin atau “restu” bisnis. Perusahaan dengan begitu akan dianggap telah memenuhi standar operasi dan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat luas.
4. *Risk management*. Manajemen risiko merupakan isu sentral bagi setiap perusahaan. Reputasi perusahaan yang dibangun bertahun – tahun bisa runtuh dalam sekejap oleh skandal korupsi, kecelakaan karyawan, atau kerusakan lingkungan. CSR dengan demikian, dapat meminimalisir manajemen risiko terhadap isu sentral perusahaan.

2.1.2.4 Model *Corporate Social Responsibility*

Saidi dan Abidin dalam Suharto (2019: 47) mengatakan terdapat empat model atau pola CSR yang umumnya diterapkan di Indonesia yaitu sebagai berikut.

1. Keterlibatkan langsung. Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara.
2. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan. Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau *groupnya*.
3. Bermitra dengan pihak lain. Perusahaan CSR melalui kerjasama dengan lembaga sosial ataupun dengan organisasi non pemerintah, instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.
4. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorium. Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Pola pada model ini lebih berorientasi pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat “hibah pembangunan”.

Konsep CSR menurut Carrol dalam Suharto (2009), menyatakan bahwa dalam perjalanannya CSR dapat dibedakan menjadi 4 model, yaitu tanggung jawab ekonomi karena mampu bernilai *profit*, tanggung jawab legal terkait hukum yang dapat diterima masyarakat, tanggung jawab etika terkait kesetaraan dan keadilan serta tanggung jawab kedermawanan untuk berkontribusi pada bidang sosial, pendidikan dan budaya. Keempat konsep inilah yang dikembangkan oleh beberapa perusahaan dalam menjalankan kegiatan CSRnya dengan berbagai macam titik berat dan fokusnya.

CSR dalam Kotler dan Lee tahun 2005 (dalam Suharto,2009) mengemukakan bahwa dalam kacamata pemasaran, CSR memiliki 6 opsi untuk

“berbuat kebaikan” (*Six options for Doing Good*) sebagai inisiatif sosial korporasi yang dapat ditempuh dalam rangka implementasi CSR sebagai berikut, yaitu.

1. *Cause Promotions*

Perusahaan membuat suatu kegiatan atau berkontribusi pada suatu acara untuk meningkatkan kesadaran masyarakat atas suatu isu sosial tertentu yang krusial yang berhubungan dengan isu masalah dilingkungan perusahaan yang bersangkutan.

2. *Cause-Related Marketing*

Perusahaan memiliki komitmen untuk memberikan kontribusi atas sebagian dari hasil penjualan suatu produk tertentu untuk mendukung suatu isu sosial tertentu yang biasanya berhubungan dengan produk tersebut.

3. *Corporate Social Marketing*

Perusahaan memiliki komitmen untuk melakukan kampanye dalam melakukan upaya perubahan merubah pradigma hingga pola perilaku tertentu dari masyarakat yang dirasa kurang baik di bidang pendidikan, kesehatan, keamanan, lingkungan hingga kesejahteraan masyarakat untuk menjadi lebih baik.

4. *Corporate Philanthropy*

Perusahaan memberikan sumbangan baik dalam bentuk uang tunai maupun barang pada kalangan tertentu dari masyarakat tanpa ada tendensi apapun sebagai bentuk implementasi langsung dari tanggung jawab sosial yang paling mudah dilakukan.

5. *Community Volunteering*

Perusahaan mendorong atau mendukung lingkungan IMTA disekitarnya mendukung suatu aktifitas sosial atau organisasi kemasyarakatan IMTA.

6. *Socially Responsible Business Practices*

Perusahaan membagi kemampuan bisnisnya kepada lingkungannya untuk meningkatkan kelayakan masyarakat (*community well-being*) dan juga alam sekitarnya.

2.1.2.5 ComDev dan Pemberdayaan Masyarakat

Konsep CSR seringkali diidentikkan dengan metode Pengembangan Masyarakat (*Community Development*) atau biasa disebut ComDev. Namun, pendekatan ComDev adalah satu bentuk CSR yang lebih banyak didorong oleh motivasi kewargaan, meskipun pada beberapa aspek lain masih diwarnai oleh motivasi filantropis (Suharto, 2009: 112).

Tujuan utama ComDev adalah bukan sekedar membantu atau memberi barang kepada si penerima, melainkan bagaimana cara agar penerima manfaat memiliki kemampuan untuk mampu menolong dirinya sendiri. Semangat utama ComDev adalah pemberdayaan masyarakat. Kegiatan ComDev biasanya diarahkan pada proses pemberkuasaan, peningkatan kekuasaan, atau penguatan kemampuan para penerima layanan.

Pemberdayaan masyarakat dilakukan kepada kelompok masyarakat yang dianggap lemah atau rentan atau kurang berdaya dalam hal (Suharto, 2009: 113):

1. Fisik; orang dengan kedisabilitas dan kemampuan khusus
2. Psikologis; orang yang mengalami masalah personal dan penyesuaian diri

3. Finansial; orang yang tidak memiliki pekerjaan, pendapatan, modal dan asset yang mampu menopang kehidupannya
4. Struktural, orang yang mengalami diskriminasi dikarenakan status sosialnya, gender, etnis, orientasi seksual, pilihan politiknya

Pemberdayaan masyarakat dalam program ComDev didasari oleh pendekatan yang partisipatoris, humanis, dan emansipatoris yang berpijak pada beberapa prinsip (Suharto, 2009: 114), yaitu:

1. Bekerja bersama berperan serta
2. Membantu rakyat agar mereka bisa membantu dirinya sendiri dan orang lain
3. Pemberdayaan budakn lkegiatan satu malam
4. Kegiatan diarahkan bukans aja untuk mencapai hasil, melainkan agar menguasai prosesnya
5. Agar berkelanjutan, pemberdayaan tidak hanya berpusat pada komunitas lokal, namun juga pada sistem sosial yang lebih luas termasuk kebijakan sosial.

2.1.2.6 Langkah-langkah Perumusan Program *Corporate Social Responsibility*

Pelaksanaan CSR tidak hanya berorientasi pada hal yang ingin dicapai, tetapi juga pada proses dalam mencapai hasil tersebut. Terdapat lima langkah panduan dalam merumuskan program CSR, termasuk *ComDev* (Suharto, 2009:115), yaitu sebagai berikut.

- 1) *Engagement*. Pendekatan awal kepada masyarakat agar terjalin komunikasi dan relasi yang baik. Tahapini juga bisa berupa sosialisasi mengenai rencana pengembangan program CSR. Tujuan utama langkah ini adalah terbngunnya

pemahaman, penerimaan dan *trust* masyarakat yang akan dijadikan sasaran CSR. Modal sosial bisa dijadikan dasar untuk membangun “kontrak sosial” antara masyarakat dengan perusahaan dan pihak – pihak yang terlibat.

- 2) *Assesment*. Identifikasi masalah dan kebutuhan masyarakat yang akan dijadikan dasar dalam merumuskan program. Tahapan ini bisa dilakukan bukan hanya berdasarkan *needs-based approach* (aspirasi masyarakat), melainkan pula berpijak pada *rights-based approach* (konvensi internasional atau standar normatif hak-hak sosial masyarakat).
- 3) *Plan of action*. Merumuskan rencana aksi. Program yang akan diterapkan harus memrhatikan aspirasi masyarakat (*stakeholders*) di satu pihak dan misi perusahaan termasuk *shareholders* di lain pihak.
- 4) *Action and facilitation*. Menerapkan program yang telah dispekati bersama. Program bisa dilakukan secara mandiri oleh masyarakat atau organisais lokal. Program bisa pula difasilitasi oleh LSM dan pihak perusahaan. Monitoring, supervisi dan pendampingan merupakan kunci keberhasilan implementasi program.
- 5) *Evaluation and Termination or Reformation*. Menilai sejauh mana keberhasilan pelaksanaan program CSR di lapangan. Perusahaan harus melakukan evaluasi untuk mengetahui apakah hasil evaluasi program harus diakhiri. Program CSR jika akan diakhiri (*termination*), maka perlu adanya semacam pengakhiran kontrak dan *exit strategy* antara piha – pihak yang terlibat. Pelaksanaan TOT CSR melalui *capacity building* terhadap masyarakat (*stakeholders*) yang akan melanjutkan program CSR secara

mandiri misalnya. Program CSR apabila ternyata akan dilanjutkan (*reformation*), perlu dirumuskan *lessons learned* bagi pengembangan program CSR berikutnya. Kesepakatan baru bisa dirumuskan sepanjang diperlakukan.

2.1.3 Kajian tentang *Triple Bottom Line*

Pengertian CSR akan lebih mudah dipahami dan dioperasikan dengan mengembangkan konsep *Triple Bottom Lines* (*profit*, *planet*, dan *people*) yang digagas Elkington (1998). Elkington dalam bukunya *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line 21 Century Business* (1998), menegaskan bahwa perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*), melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestaraan lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*People*) (Suharto, 2010:4). Berikut ini merupakan definisi *Triple Bottom Line* dalam penelitian terdahulu dan penjelasan mengenai unsur-unsurnya.

2.1.3.1 Definisi *Triple Bottom Line*

Triple Bottom Line merupakan salah satu perumusan dari keberhasilan perusahaan atas tanggung jawab sosial. Elkington memperkenalkan konsep *Triple Bottom Line* pada tahun 1997 melalui bukunya yang berjudul *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Bussiness*. Terdapat tiga istilah yang dikembangkan, yaitu *economy prosperity* (nilai harta kekayaan ekonomi), *environmental quality* (kualitas lingkungan hidup), dan *social justice* (keadaan sosial). *Triple Bottom Line* juga dikenal dengan istilah 3P, yaitu *Profit*, *People*,

dan *Planet*. Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang menjalankan tiga unsur tersebut dalam program CSR mereka.

TBL mengacu pada melakukan praktik bisnis yang menguntungkan dan adil untuk tenaga kerja, modal manusia, dan masyarakat (Elkington, 1997). *Environmental lien* TBL mengacu pada keterlibatan dalam praktik yang tidak membahayakan sumber daya lingkungan untuk generasi mendatang. Hal ini berkaitan dengan penggunaan sumber daya energy yang efisien, mengurangi emisi gas rumah kaca, dan meminimalkan jejak ekologis dan lain sebagainya (Goel dalam Michael, dkk, 2019:27).

2.1.3.2 Unsur-unsur dalam *Triple Bottom Line*

Konsep TBL memiliki 3 pilar dasar atau lebih dikenal dengan 3P (*profit*, *People* dan *planet*) yang harus diperhatikan dalam menjalankan kegiatan CSR. Hal ini bertujuan untuk mengukur kinerja keuangan sebagai *profit* perusahaan, sosial dan lingkungan dari perusahaan selama periode waktu dalam melakukan bisnis (Temalagi dan Borolla, 2021:5).

Teori TBL ini memberikan pandangan bahwa jika suatu perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya, maka perusahaan tersebut harus memperhatikan bahwa orientasi perusahaan tidak hanya mengejar pada keuntungan perusahaan saja, namun perusahaan juga harus terlibat dalam memenuhi kesejahteraan masyarakat dan berperan aktif dalam melestarikan lingkungan.

1. Pilar *Profit* (Keuntungan)

Wibisono dalam Temalagi dan Borolla (2011) menyatakan bahwa *profit* atau keuntungan merupakan tujuan dasar dalam setiap kegiatan usaha. Kegiatan perusahaan untuk mendapatkan *profit* setinggi-tingginya dengan cara meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya. Peningkatan produktivitas dengan cara membenahi manajemen kerja mulai dari penyederhanaan proses, menurunkan kegiatan yang tidak efisien, menekan waktu proses produksi dan membangun hubungan jangka panjang dengan para *stakeholders*. Efisiensi biaya dapat dilakukan dengan cara menghemat pemakaian material dan mengurangi biaya serendah mungkin.

Profit disini lebih dari sekedar keuntungan. *Profit* disini berarti menciptakan *fair trade* dan *ethical trade* dalam berbisnis. Perusahaan masih banyak yang melihat bahwa program CSR merupakan program yang menghabiskan banyak biaya dan merugikan. Beberapa perusahaan bahkan menerapkan program ini karena terpaksa untuk mengantisipasi penolakan dari masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Strategi perusahaan berkaitan erat dengan program *Corporate Social Responsibility*. Perusahaan tidak akan menghilangkan program *Corporate Social Responsibility* itu meski di landa krisis, kecuali ingin mengubah strateginya secara mendasar.

2. Pilar *People* (Masyarakat Pemangku Kepentingan)

People atau masyarakat merupakan *stakeholder* yang bernilai bagi perusahaan karena sokongan masyarakat sangat dibutuhkan bagi keberadaan, kontinuitas hidup dan kemajuan perusahaan. Perusahaan perlu bertanggung jawab untuk memberikan manfaat dan berdampak kepada masyarakat. Perusahaan dalam

menjamin keberlangsungan bisnisnya, tidak bisa hanya memperhatikan kepentingan mendapatkan *profit* saja, tetapi perusahaan juga harus menaruh kepeduli terhadap kondisi masyarakat seperti mengadakan kegiatan yang mendukung dan membantu kebutuhan masyarakat.

Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperti memberikan beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendidikan sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial warga masyarakat (Carrol dalam Edi Suharto, 2009).

3. Pilar *Planet*

Planet atau lingkungan merupakan sesuatu yang terikat dan tidak bisa lepas dari seluruh aspek kehidupan manusia. Kerusakan lingkungan akibatnya terjadi di berbagai tempat yang disebabkan oleh perusahaan yang tidak bertanggung jawab, seperti polusi, pencemaran air, hingga perubahan iklim. Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan pemukiman, dan pengembangan pariwisata (ekowisata) (Carrol dalam Edi Suharto, 2009).

2.1.4 Kajian tentang Praktik Pekerjaan Sosial Industri

2.1.4.1 Definisi Pekerjaan Sosial Industri

Pekerjaan Sosial Industri (PSI) merupakan lapangan praktik pekerjaan sosial yang secara khusus menangani kebutuhan-kebutuhan kemanusiaan dan sosial di dunia kerja melalui berbagai berbagai intervensi dan metode pertolongan yang bertujuan untuk memelihara adaptasi optimal antara individu dan lingkungannya, terutama lingkungan kerja. PSI dapat menangani beragam kebutuhan individu dan keluarga, relasi dalam perusahaan, serta relasi yang lebih luas antara tempat kerja dan masyarakat yang dikenal dengan istilah tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Suharto, 2006: 7).

Berbagai kegiatan PSI antara lain adalah program bantuan bagi pegawai, promosi kesehatan, tindakan afirmatif (pembelaan), panitipan anak, perawat lanjut usia, pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM), pengembangan organisasi, pelatihan dan pengembangan karir, konseling bagi penganggur atau yang terkena Pemutusan Hak Kerja (PHK), tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*), tunjangan-tunjangan pegawai, keamanan dan keselamatan kerja, pengembangan jabatan, perencanaan sebelum dan sesudah pensiun, serta bantuan pemindahan posisi kerja (Suharto, 2006:7).

Konsep PSI lebih luas dibanding konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) maupun pengembangan masyarakat (*Community development*). PSI mencakup pelayanan sosial yang bersifat internal dan eksternal. Secara internal, PSI melibatkan program-program bantuan bagi pegawai, seperti pelayanan

konseling, terapi kelompok dan pengembangan sumber daya manusia. Secara eksternal, PSI berwujud dalam berbagai bentuk program CSR termasuk di dalamnya strategi dan program pengembangan masyarakat, pengembangan kebijakan sosial dan advokasi sosial (Suharto, 2006: 7).

2.1.4.2 Permasalahan yang Ditangani

Beberapa permasalahan sosial yang umumnya ditangani Pekerja Sosial di industri adalah masalah yang terkait dengan dampak negatif insdustrialisasi yang oleh Johnson disingkat menjadi 5A (Suharto, 2006:15).

1. *Alineation*, yaitu perasaan keterasingan diri, keluarga dan kelompok sosial yang dapat menimbulkan apatis, marah, dan kecemasan.
2. *Addiction Alcoholism*, atau ketergantungan alkohol, obat-obatan atau rokok yang dapat menurunkan produktivitas, merusak kesehatan fisik dan psikis, dan kehidupan sosial seseorang.
3. *Absenteeism*, adalah kemangkiran kerja atau perilaku membolos kerja dikarenakan rendahnya motivasi pegawai, perasaan-perasaan malas, tidak berguna, tidak merasa memiliki perusahaan, atau sakit fisik dan psikis.
4. *Accidents*, atau kecelakaan kerja yang diakibatkan oleh menurunnya konsentrasi pegawai atau oleh lemahnya sistem keselamatan dan kesehatan lingkungan kerja.
5. *Abuse*, merupakan bentuk-bentuk perlakuan salah terhadap anak-anak atau pasangan dalam keluarga (suami terhadap istri atau sebaliknya), seperti memukul dan menghardik secara berlebihan yang ditimbulkan oleh frustrasi, kebosanan dan kelelahan di tempat pekerjaannya.

Beberapa permasalahan sosial lainnya yang sering ditangani pekerja sosial industri adalah diskriminasi di tempat kerja atau tindakan-tindakan tidak adil terhadap wanita, kaum minoritas, imigran, remaja, pensiunan, dan para penyandang disabilitas. Beberapa industri juga sering menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat sekitar perusahaan, seperti polusi (air, udara, suara), dan kerusakan fisik dan psikis bagi para pegawainya. Pekerja sosial industri dapat membantu dunia industri untuk mengidentifikasi dan mengatasi berbagai biaya sosial (*social costs*) yang ditimbulkan oleh perusahaan (Suharto, 2006: 15).

2.1.4.3 Lembaga Naungan

Pekerja sosial industri biasanya bekerja di bawah naungan serikat uruh, kelompok sejawat (sebuah asosiasi individu di dalam perusahaan yang sama, namun tidak selalu menjadi anggota serikat buruh), atau di bawah manajemen organisasi swasta atau negeri (staf *Human Resource Development*). Dalam beberapa kondisi pekerja sosial bekerja di bawah naungan lembaga yang secara terang-terangan dikendalikan oleh pegawai dan manajemen (Straussner, 1989 dalam Suharto, 2006: 16).

Program-program ketenagakerjaan dan pelayanan sosial dapat juga didukung oleh organisasi dan perusahaan mandiri, atau melalui konsorsium dengan beberapa organisasi menghimpun sumber-sumber (finansial & sdm). Dalam program yang berbentuk *inhouse* atau internal, pekerja sosial secara langsung dipekerjakan oleh organisasi yang bersangkutan dengan sponsor.

2.1.4.4 Tipologi Pelayanan Pekerjaan Sosial Industri

Tipologi model pelayanan pekerjaan sosial industri menurut Strausner, (1989: 8-13) dalam Suharto, 2006 adalah:

1. Model Pelayanan Sosial bagi Pegawai (*The Employee Service Model*)

Model ini mencakup perancangan dan pengimplementasian program-program dan pelayanan-pelayanan sosial yang terutama ditujukan untuk memenuhi kebutuhan para pegawai di sebuah perusahaan secara individu. Model ini sangat bermanfaat bagi perusahaan karena dapat meningkatkan kepuasan kerja, produktivitas, dan kesetiaan pegawai terhadap perusahaan. Pada umumnya program diarahkan untuk membantu pegawai menghadapi gangguan fisik, mental masalah keluarga, dan masalah sosial. Peran pekerja sosial disini adalah sebagai konselor, mediator, konfrontator konstruktif, pembela, *broker*.

2. Model Pelayanan Sosial bagi Majikan atau Organisasi Perusahaan

Pada model ini, klien pekerja sosial bukan individu atau pegawai, melainkan perusahaan. Tujuannya adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam mengidentifikasi dan mengembangkan kebijakan-kebijakan dan pelayanan-pelayanan yang berkaitan dengan dunia kerja. Programnya seperti pendirian fasilitas penitipan anak, perawatan kesehatan, pelayanan khusus bagi karyawan wanita atau kelompok minoritas, pemberian analisis dan saran tentang PHK, atau pengembangan pelatihan bagi pelanggan bank. Peran Pekerja sosial pada model ini adalah sebagai konsultan, analis atau evaluator, pelatih, dan pengembang program.

3. Model Pelayanan Sosial bagi Konsumen

Model ini berfokus pada kebutuhan-kebutuhan konsumen dari perusahaan. Pelayanan ini biasanya diberikan sebagai bentuk ‘pembelaan’ atas hak-hak konsumen untuk menerima pelayanan perusahaan yang berkualitas. Beberapa peran yang sering dijalankan oleh pekerja sosial adalah konselor, perencana dan pengembang program, konsultan, dan pembela.

4. Model Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau Model Investasi Sosial Perusahaan

Model ini berfokus pada perluasan peran perusahaan yang tidak hanya memikirkan kesejahteraan perusahaan atau pegawai saja, namun juga kehidupan masyarakat di sekitarnya. Pekerja sosial bertugas untuk membantu perusahaan dalam mengidentifikasi dan membuat komitmen usaha-usaha peningkatan standar hidup atau kondisi ekonomi masyarakat yang tinggal di sekitar perusahaan. Jabatan yang dipegang oleh Pekerja sosial seperti analis pengalokasian kegiatan sosial, penasihat urusan perkotaan, direktur tanggung jawab perusahaan, konsultasi relasi kemasyarakatan, atau koordinator pelayanan masyarakat. Peran pekerja sosial adalah sebagai perencana dan analis kemasyarakatan, pengatur anggaran, pengembang program, *broker*, pembela, dan negosiator.

5. Model Kebijakan Publik di Bidang Kepegawaian

Model ini mencakup formulasi, identifikasi, analisis, advokasi bagi kebijakan, serta program dan pelayanan-pelayanan pemerintah yang langsung maupun tidak langsung mempengaruhi dunia kerja. Pekerja sosial memiliki peran sebagai perencana dan pengembang kebijakan, analis kebijakan, dan advokat kebijakan.

Tipologi ini merupakan perluasan dari tiga bentuk pelayanan sosial pekerja sosial industri yang dikembangkan di University of Pittsburg, yaitu model pelayanan sosial bagi pegawai, pelayanan konsumen, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Meskipun kelima model di atas memiliki komponen tersendiri, realitanya seorang pekerja sosial dapat berkiprah di lebih dari satu model dan menjalankan kombinasi peranan di dalamnya.

2.1.4.5 Peran Pekerja Sosial Industri

Adapun peran pekerja sosial industri menurut Suharto (2006) adalah sebagai berikut.

1. Konselor, dengan memberikan asesmen dan konseling terhadap individu, keluarga, atau kelompok.
2. Konfrontator konstruktif, untuk membantu individu yang mengalami kecanduan obat atau alkohol.
3. *Broker*, pekerja sosial menghubungkan klien dengan sumber-sumber di dalam maupun perusahaan.
4. Pembela, membantu pegawai mendapatkan pelayanan dan sumber sesuai haknya.
5. Mediator, untuk menjembatani konflik antara dua atau lebih individu agar menemukan jalan keluar.
6. Pendidik, dengan memberikan informasi dan penjelasan-penjelasan mengenai opini dan sikap-sikap tertentu yang diperlukan pegawai.

7. Konsultan, untuk meningkatkan kemampuan pihak perusahaan dalam memahami berbagai aspek dinamika organisasi dan kemanusiaan, serta kemampuan mereka dalam menangani masalah.
8. Pelatih, sebagai seorang guru atau pendidik yang membantu anggota –anggota organisasi perusahaan tertentu agar sadar atau sensitive terhadap permasalahan perusahaan.
9. Pengembangan program, untuk mengidentifikasi dan menerapkan program-program baru guna memenuhi kebutuhan perusahaan.

4.1.5 Kajian tentang Pekerjaan Sosial dengan Kemiskinan

4.1.5.1 Peran Pekerja Sosial dalam Menangani Kemiskinan

Peran pekerja sosial dalam upaya mengatasi kemiskinan dilakukan dengan mengubah perspektif atau cara pandang terhadap orang miskin bahwa mereka memiliki potensi yang dapat digunakan untuk terbebas dari kemiskinan, kemudian juga pekerja sosial dapat terlibat langsung menjadi pendamping di suatu program-program penanggulangan kemiskinan yang dibentuk oleh pemerintah, salah satunya seperti PKH (Program Keluarga Harapan) (Poluakan dkk, 2019). Menurut Sitepu (2017) pekerjaan sosial dalam mengatasi masalah kemiskinan tidak hanya berfokus pada kondisi individunya saja melainkan juga berusaha mengintervensi kondisi lingkungannya, karena lingkungan tidak dapat terlepas dari masyarakat miskin. Menurutnya juga intervensi pada lingkungan juga sebagai bentuk untuk memperbaiki keberfungsian pada individu nantinya. Upaya yang dapat dilakukan oleh pekerja sosial dalam membantu mengatasi masalah kemiskinan masyarakat yaitu dengan berusaha meningkatkan keberfungsian sosial masyarakatnya (Haris,

2018). Keberfungsian sosial merupakan kemampuan individu dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasar pada diri dan keluarganya serta kemampuan untuk terlibat secara positif dilingkungan masyarakat (Sitepu, 2017).

Adapun penanganan kemiskinan oleh pekerja sosial diarahkan untuk mewujudkan perubahan yang berfokus pada tiga hal, yaitu: 1). Individu dengan lingkungan sosial, 2). Lingkungan dan pengaruhnya pada individu, 3). Interaksi individu dengan lingkungan sosialnya. Upaya penanggulangan kemiskinan yang dapat dilakukan oleh pekerja sosial yaitu menciptakan pemberdayaan masyarakat dan melakukan pendampingan terhadap pemberdayaan tersebut. Pemberdayaan masyarakat dapat menjadi sebuah jalan kekuatan bagi masyarakat yang tidak berdaya atau miskin memiliki kemampuan untuk bangkit (Poluakan, 2019).

Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya partisipatif dari masyarakat agar terlibat dalam suatu kegiatan yang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan hidup dari berbagai aspek (Mardikanto, 2010: 73, dalam Manopo dkk, 2021). Tujuan pemberdayaan adalah untuk menciptakan masyarakat yang mandiri (Anggraini dkk, 2021). Kemandirian dalam konsep pemberdayaan diartikan bahwa masyarakat mampu berpikir, dan bertindak dengan tepat (Anggraini dkk, 2021). Selain itu juga menurut Sumaryadi (2005, dalam Susanto dkk, 2021) mengemukakan tujuan dari pemberdayaan diantaranya yaitu: 1). Mengembangkan kapasitas masyarakat yang termasuk dalam kelompok masyarakat rentan, 2). Memberdayakan berbagai aspek kehidupan kelompok rentan agar mereka dapat memenuhi kebutuhan hidup mereka.

Shardlow (1998:32) menyatakan bahwa pemberdayaan merupakan kondisi dimana individu, kelompok dan komunitas berupaya untuk mengendalikan hidup seseorang guna mencapai masa depan yang sesuai dengan harapan mereka. Berdasarkan pendapat Shardlow, Biestek (1961) memiliki pendapat yang berkaitan yakni bahwa Ilmu Kesejahteraan Sosial yakni dapat dikatakan dengan namanya adalah “penentuan nasib sendiri”, prinsip tersebut mendorong klien untuk dapat menentukan nasibnya sendiri dengan memahami permasalahan yang sedang dihadapi serta mencari solusi atau upaya yang tepat dalam mengatasi permasalahannya sehingga dengan begitu mereka memiliki kesadaran penuh terhadap masa depan yang diinginkannya. Tujuan utama dari pemberdayaan yakni untuk mempererat dan memperkuat komunitas khususnya bagi mereka yang tidak berdaya karena disebabkan oleh keadaan internal maupun kondisi eksternal (Perwiranegara, 2021).

Pembangunan berbasis pendekatan partisipatif yang berasal dari masyarakat dan untuk masyarakat itu sendiri dapat membantu mengurangi kemiskinan yang terjadi (Sumaryadi, 2005 dalam Manopo dkk, 2021). Pemberdayaan masyarakat termasuk dalam pembangunan yang berbasis pada pendekatan partisipatif, dikarenakan hal tersebut dapat membantu meningkatkan berbagai aspek kehidupan masyarakat agar dapat mencapai kesejahteraan yang diharapkan dilingkungan masyarakat salah satunya terbebas dari kemiskinan. Masyarakat perlu aktif berpartisipasi dalam setiap upaya penanggulangan kemiskinan (Haris, 2018).

Pemberdayaan tidak hanya dilakukan oleh pemerintah melainkan juga melibatkan suatu profesi berbasis praktik yang dapat membantu merealisasikan proses pemberdayaan dimasyarakat, profesi tersebut yaitu pekerjaan sosial (Abdiansyah, 2021). Upaya yang dapat dilakukan oleh pekerja sosial dalam proses pemberdayaan guna mengatasi masalah kemiskinan menurut Schwartz (dalam Suharto, 2009 dalam Haris, 2018) diantaranya yaitu: 1). Mencari dan menentukan persamaan mengenai kebutuhan mendasar mereka serta tuntutan sosial yang dihadapi, 2). Mengidentifikasi kesulitan yang menghambat kepentingan mereka serta kepentingan orang yang mungkin berpengaruh pada mereka, 3). Berkontribusi dalam memberikan ide, nilai, dan konsep yang dapat membantu masyarakat menghadapi realitas serta membantu menyelesaikan masalahnya, 4). Membagikan visi mengenai harapan dan keterlibatan pekerja sosial dapat membantu meningkatkan kesejahteraan individu maupun masyarakat, 5). Mengidentifikasi syarat-syarat serta batasan antara pekerja sosial dengan masyarakat.

Dalam Perwiranegara (2021), dikatakan bahwa terdapat strategi dasar dalam melakukan pemberdayaan dan pendekatan pemberdayaan, diantaranya sebagai berikut.

a. Pengembangan Masyarakat Lokal

Pengembangan masyarakat lokal dapat dilakukan dengan membahas strategi transformasi bersama-sama dengan adanya partisipasi warga sebanyak mungkin agar dapat menentukan masalah yang sedang mereka hadapi serta solusi yang tepat untuk menghadapi masalah tersebut.

b. Rencana Sosial

Perencanaan yang disiapkan dilandasi oleh tujuan yang ingin dicapai dengan mengumpulkan berbagai fakta serta melakukan aktivitas yang telah tersusun secara sistematis.

c. Aksi Sosial

Menyadarkan masyarakat terkait permasalahan yang sedang dihadapi dan melakukan tindakan untuk menanggulangi permasalahan yang sedang dihadapi tersebut secara mandiri. Dalam melakukan upaya pemberdayaan terhadap masyarakat tentunya membutuhkan rencana komprehensif, rencana komprehensif memiliki beberapa elemen seperti berkaitan dengan masa depan, melakukan rangkaian kegiatan secara sistematis dan memiliki tujuan untuk mewujudkan harapan dengan melihat kondisi masa lalu, masa kini dan masa yang akan datang (Perwiranegara, 2021).

Adapun pendekatan yang dapat dilakukan dalam proses pemberdayaan menurut Perwiranegara (2021) yaitu:

1. Pemberdayaan

Merupakan upaya memaksimalkan atau mengoptimalkan potensi yang dimiliki oleh masyarakat dengan tujuan untuk membantu membebaskan masyarakat dari hambatan budaya struktural.

2. Memperkuat

Memperkuat pengetahuan serta potensi masyarakat dengan mengembangkan kemampuan serta meningkatkan kepercayaan diri masyarakat dalam mencari upaya pemecahan masalah serta melakukan tindakan yang dibutuhkan untuk mengatasi permasalahannya.

3. Perlindungan

Memberi perlindungan bagi masyarakat khususnya kelompok rentan terhadap penindasan yang dilakukan oleh kelompok kuat dan menghindari terjadinya persaingan yang tidak seimbang. Hal ini dapat dilakukan dengan menghilangkan tindakan diskriminasi di lingkungan masyarakat.

4. Dukungan

Memberikan dukungan bagi masyarakat yang menjalankan peran agar mereka tidak terjerumus dalam keadaan yang rentan.

5. Pemeliharaan

Menjaga kondisi keseimbangan distribusi kekuasaan di antara semua kelas masyarakat. Debois dan Miley (1992:211) menyampaikan beberapa metode atau teknik yang dapat dilakukan oleh profesi pekerjaan sosial dalam melakukan pemberdayaan masyarakat, yakni:

- a) Membangun hubungan saling bantu membantu dengan masyarakat,
- b) Menjalin komunikasi yang baik dengan menghormati martabat klien serta fokus dan menjaga kerahasiaan klien,
- c) Memiliki komitmen untuk memecahkan masalah,
- d) Tetap berpegang teguh serta merefleksikan sikap dan nilai dari profesi pekerjaan sosial dengan memperhatikan kode etik, berpartisipasi dalam

pengembangan profesi, dan menghapus berbagai bentuk diskriminasi dan ketidaksertaraan.

