

## BAB 2

### KERANGKA PEMIKIRAN

Di bawah ini diuraikan beberapa konsep yang terkait dalam penelitian ini yaitu Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TSP) dan Partisipasi. Sebelum membahas kedua hal tersebut dibahas konsep-konsep yang menjadi dasar pemikiran TSP yaitu Kesejahteraan Sosial, Pembangunan Sosial dan Usaha Kecil.

#### **A. Kesejahteraan Sosial, Pembangunan Sosial dan TSP**

Kesejahteraan sosial secara luas diartikan sebagai upaya atau tindakan yang dilakukan manusia untuk mencapai taraf kehidupan yang lebih baik. Untuk memahami makna kesejahteraan sosial, di bawah ini akan diuraikan beberapa hal seputar kesejahteraan sosial.

UU No.6 tahun 1974 tentang Ketentuan-ketentuan Pelaksanaan Kesejahteraan Sosial pasal 2 ayat 1 menyatakan bahwa: (Adi, 2003:41)

”Kesejahteraan sosial ialah suatu tata kehidupan dan penghidupan sosial materiil maupun spirituil yang diliputi oleh rasa keselamatan, kesusilaan dan ketentraman lahir bathin, yang memungkinkan bagi setiap warga negara untuk mengadakan usaha pemenuhan kebutuhan-kebutuhan jasmaniah, rohaniah dan sosial yang sebaik-baiknya bagi diri, keluarga serta masyarakat dengan menjunjung tinggi hak-hak asasi serta kewajiban manusia sesuai dengan Pancasila”

Menurut Adi, kesejahteraan dapat dipandang sebagai suatu keadaan (kondisi), ilmu, kegiatan dan gerakan. Sebagai suatu kondisi, kesejahteraan sosial digambarkan sebagai suatu keadaan yang ideal yaitu suatu tata kehidupan – baik kehidupan material maupun spiritual, jasmani dan rohani - yang seimbang dan tidak menempatkan satu aspek lebih tinggi dari aspek lainnya. Upaya untuk mencapai kondisi tersebut diperlukan ilmu (dengan mengembangkan pemikiran, strategi dan teknik) untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat baik di tingkat

mikro, mezzo maupun makro. Sebagai suatu kegiatan, kesejahteraan sosial dilihat sebagai suatu sistem (kegiatan) yang terorganisir dari institusi dan usaha-usaha kesejahteraan sosial yang dirancang untuk membantu masyarakat ke arah standar hidup dan kesehatan yang lebih baik. Terakhir, sebagai suatu gerakan, isu kesejahteraan sosial sudah menyebar dan mendapat perhatian internasional – baik secara global maupun parsial (Adi,2003:45-47).

Dari definisi di atas, taraf kesejahteraan sosial yang diharapkan tidak semata mencakup aspek ekonomi tetapi juga melibatkan aspek sosial, mental dan segi kehidupan spiritual. Untuk mencapai kesejahteraan sosial tersebut diperlukan suatu usaha-usaha perubahan. Usaha-usaha perubahan ini yang dikatakan Midgley sebagai pembangunan sosial (Midgley, 2005:37), yaitu:

”suatu proses perubahan sosial yang terencana yang didisain untuk mengangkat kesejahteraan penduduk menyeluruh dengan menggabungkannya dengan proses pembangunan ekonomi yang dinamis”

Dalam upaya melakukan perubahan tersebut, Midgley mengemukakan ada 3 strategi utama yang berperan sebagai pelaksana pembangunan. Pertama, pembangunan sosial melalui Swadaya individu-individu dalam masyarakat. Kedua, pembangunan sosial melalui kelompok-kelompok masyarakat. Ketiga, pembangunan sosial melalui organisasi pemerintahan (Midgley, 2005:149-201).

Dengan demikian , kesejahteraan sosial akan dicapai melalui pembangunan sosial yang dapat dilakukan melalui 3 strategi pembangunan di atas. Usaha perubahan di atas tentunya dilakukan melalui intervensi yang diharapkan dapat menciptakan perubahan yang lebih baik, baik pengetahuan (*knowlwdge*), keyakinan (*belief*), sikap (*attitude*) dan niat individu (*intention*) sebagai suatu proses penyadaran terhadap kelompok sasaran dalam kerangka pembangunan sosial (Adi, 2003:51).

Konsep kesejahteraan sosial tersebut di atas merupakan suatu bentuk upaya pembangunan sosial karena di dalamnya terdapat upaya atau usaha untuk mengembangkan dan membangun masyarakat. Upaya pembangunan ini tidak

semata pada pembangunan fisik/jasmani tetapi juga memperhatikan aspek rohani, material dan spiritual.

Berdasarkan pengertian kesejahteraan sosial dan pembangunan sosial yang telah diuraikan di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa TSP merupakan bagian yang terkait dengan dua pengertian di atas. Keterkaitan antara TSP dengan kesejahteraan sosial dan pembangunan sosial tersebut diuraikan di bawah ini.

1. Seperti halnya pembangunan sosial dan kesejahteraan sosial, TSP juga diarahkan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat agar masyarakat dapat hidup lebih baik (kondisi kesejahteraan yang ideal). Sedangkan program TSP ini merupakan bentuk pembangunan sosial yang dilakukan oleh pemerintah (*community development by government*) karena dilakukan oleh suatu lembaga pemerintahan yaitu PT Pertamina.
2. TSP merupakan suatu metode intervensi dan bagian dari kebijakan atau kegiatan perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebagai suatu perubahan yang terencana, dalam pelaksanaannya, TSP mensinergikan antara kegiatan ekonomi, kesejahteraan masyarakat dan perhatian pada lingkungan alam (konsep *triple bottom line*). Dengan demikian, diharapkan akan tercipta kehidupan manusia yang seimbang jasmani - rohani, material - spiritual.
3. TSP merupakan bentuk kegiatan atau pelayanan yang diarahkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Beberapa kegiatan TSP – yang mencakup konsep *triple bottom line* – dapat dikelompokkan menjadi bantuan yang bersifat *charity* (seperti bantuan sandang dan pangan untuk korban bencana) dan bantuan yang bersifat *philantropy* (seperti pemberdayaan masyarakat).
4. Isu TSP sebagai suatu gerakan tidak saja dilakukan di Indonesia tetapi juga mendapat perhatian dunia internasional. PBB mendeklarasikan *United Nation (UN) Global Compact* yang mengajak dunia usaha untuk memberi perhatian pada pembangunan dunia dengan menjalankan etika bisnis yang didasari nilai-nilai antara lain hak asasi manusia dan pelestarian lingkungan. Jauh sebelum itu, perhatian internasional terhadap peran dunia

usaha tercetus dalam pertemuan antar korporat dunia pada ISO/COPOLCO (*ISO Committee on Consumer Policy workshop 2002*) di Port of Spain yang menegaskan kewajiban perusahaan yang tergabung dalam ISO untuk mensejahterakan masyarakat sekitarnya dalam bentuk TSP ([www.pikiran-rakyat.com](http://www.pikiran-rakyat.com)).

## **B. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TSP)**

Seperti telah diutarakan di bagian awal, dunia usaha merupakan salah satu komponen dalam pembangunan bangsa yang diharapkan berkiprah di bidang sosial untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu bentuk kepedulian perusahaan di bidang sosial adalah dalam bentuk program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TSP). Saat ini dunia usaha telah banyak melakukan bentuk kepeduliannya melalui program TSP ini. Namun kehadiran TSP pada perusahaan saat ini masih menjadi kontroversi baik di kalangan pebisnis maupun akademisi.

Menurut Suharto (2007: 101-102), Kelompok yang menolak TSP, seperti halnya Friedman, menyatakan bahwa perusahaan adalah organisasi pencari laba (*profit*) – bukan organisasi sosial. Tanggung jawabnya terhadap masyarakat telah dilakukan melalui pembayaran pajak pada negara untuk kesejahteraan masyarakat dan dianggap TSP merupakan tugas negara/pemerintah, bukan dunia bisnis. Sedangkan kelompok yang mendukung TSP beranggapan bahwa tanpa dukungan masyarakat, perusahaan mustahil memiliki pelanggan, pegawai dan sumber produksi lain yang bermanfaat bagi perusahaan. Meskipun perusahaan telah membayar pajak namun manfaat pajak sering tidak sampai kepada masyarakat, terutama kelompok miskin dan rentan yang mempunyai posisi tawar rendah.

Keraf (1998:127-134) menyampaikan pula tentang argumen pro dan kontra pelaksanaan TSP ini. Selain tugas perusahaan adalah mengejar keuntungan, kelompok yang menentang perlunya keterlibatan sosial perusahaan memberi alasan lain. Pertama, TSP justru akan mengalihkan dan bahkan mengacaukan perhatian perusahaan pada tujuan utamanya yaitu mencari keuntungan. Kedua, tidak ada

profesional yang ahli di bidang yang bersifat moral, karitatif dan sosial. Ketiga, TSP justru akan memberatkan masyarakat karena biaya sosial yang dikeluarkan akan diperhitungkan dalam harga produk barang dan jasa yang ditawarkan pada masyarakat. Ini artinya masyarakat pula yang harus terbebani dengan biaya sosial yang harus dikeluarkan oleh perusahaan.

Sedangkan bagi kelompok pendukung TSP mempunyai alasan-alasan tersendiri dalam mendukung hadirnya program TSP. Pertama, keberadaan perusahaan tidak bisa lepas dari masyarakat karena masyarakat termasuk pemakai produk yang dihasilkan dan bisa memboikot produk perusahaan (jika produk tersebut membahayakan dan merugikan masyarakat) sehingga akan berdampak negatif pada kelangsungan perusahaan tersebut. Kedua, perusahaan yang terlibat dengan pemanfaatan sumber daya alam tentu harus memperhatikan kelestarian alam dengan tetap menjaga/melestarikan alam dengan menggunakan sumber daya alam secara lebih efisien. Ketiga, perusahaan akan bisa bekerja dengan aman jika lingkungan sosial dan ekonomi masyarakat sekitar dalam kondisi baik. Keempat, dunia bisnis mempunyai kekuasaan dan kemampuan untuk mempengaruhi lingkungan alam, sosial hingga lingkungan budaya masyarakat. Untuk itu, tanggung jawab sosial sangat dibutuhkan untuk dapat mengimbangi dan sekaligus mengontrol kekuasaan bisnis yang besar agar tidak menjadi kekuatan yang merusak masyarakat, seperti pencemaran lingkungan. Kelima, dunia bisnis mempunyai sumber-sumber daya – selain dana – yang potensial dan berguna untuk disumbangkan pada masyarakat, seperti tenaga profesional dalam mengelola, mengorganisasi dan menjalankan suatu usaha. Pengalaman menjalankan roda bisnis ini akan sangat berguna pula untuk memecahkan berbagai persoalan sosial yang dihadapi masyarakat.

Dengan demikian, bagi kelompok yang menentang kehadiran TSP tampaknya lebih melihat bahwa filosofi awal perusahaan adalah mencari keuntungan dan kepedulian sosial perusahaan pada masyarakat sudah dilakukan melalui kewajiban pajak pada negara – yang kemudian digunakan negara untuk mensejahterakan masyarakat. Sedangkan kelompok yang mendukung TSP lebih melihat bahwa perusahaan sama seperti masyarakat lainnya yang mempunyai hak

dan kewajiban pada lingkungan sekitar. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam dituntut lebih peduli pada lingkungan sekitar dengan tidak mengeksploitasi alam demi mengejar keuntungan ekonomi semata tetapi juga perlu melakukan kegiatan sosial yang diarahkan untuk memelihara dan melestarikan sumber daya alam. Pandangan ini yang dipakai sebagai pijakan diberlakukannya UU Nomor 40 tentang Perseroan Terbatas (Kompas, 23 Juli 2007). Hal ini tentu akan menguntungkan kedua belah pihak: perusahaan dapat terus mengeksploitasi alam dengan cara yang bijak, sebaliknya masyarakat tidak dirugikan dengan kerusakan alam yang akan mempengaruhi kehidupan mereka dan masyarakat pun akan tetap bisa menerima kehadiran perusahaan. Dengan demikian, masyarakat merupakan investasi jangka panjang perusahaan sehingga operasionalisasi perusahaan bisa terus berjalan.

Dari uraian di atas terlihat bahwa konsep TSP masih diliputi suasana pro dan kontra. Namun demikian tidak dipungkiri, saat ini telah banyak perusahaan yang menjalankan TSP ini.

#### B.1. Definisi-definisi TSP

Di bawah ini dibahas beberapa pengertian dari TSP yang dikutip dari Pambudi dalam Nugraha (2005:18-19) yang diambil dari beberapa sumber:

*“continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large” (WCSD)*

(komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk bertindak secara etis dan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi melalui peningkatan kualitas hidup para karyawan dan keluarganya serta masyarakat lokal dan masyarakat pada umumnya)

*“... is a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis” (European Union)*

(... adalah suatu konsep di mana perusahaan mengintegrasikan perhatian pada masalah-masalah sosial dan lingkungan di dalam operasionalisasi perusahaannya dan dalam interaksinya dengan para *stakeholder* dalam kerangka kesukarelaan)

## B.2. Ruang Lingkup dan Bentuk TSP

Keraf (1998: 122-127) mengulas bahwa dalam perkembangan etika bisnis yang muktahir telah memunculkan gagasan yang komprehensif tentang lingkup kepedulian perusahaan. Dengan mengutip pendapat Mahoney (1996), paling tidak ada 4 bidang yang dianggap dan diterima sebagai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TSP) yaitu:

1. Keterlibatan perusahaan dalam kegiatan-kegiatan sosial yang berguna untuk kepentingan masyarakat luas, terutama dalam upaya memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Keterlibatan perusahaan dalam kegiatan sosial ini menjadi wujud dari Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.
2. Tanggung jawab sosial perusahaan dalam mencari keuntungan ekonomis – yang menjadi tanggung jawab sosial dan moral dari perusahaan. Pandangan ini didasari oleh paham moral dari filsafat Stoa dan kemudian dianut oleh hampir semua fisuf Hukum Kodrat dan ekonom seperti Adam Smith dan Friedman bahwa semua orang mempunyai tanggung jawab moral untuk mengejar dan mempertahankan kepentingan pribadinya (*self-interest*) demi mempertahankan hak hidup dan hak untuk hidup. Dalam hal ini kepentingan pribadi tidak dipandang sebagai kecenderungan yang egois (*selfishness*). Dalam dunia bisnis, konsep ini dikembangkan dalam upaya perusahaan mempertahankan kelangsungan usahanya, mensejahterakan karyawan dan pihak-pihak terkait dengan usaha ini.
3. Tanggung jawab sosial perusahaan dalam memenuhi aturan hukum yang berlaku di masyarakat. Dengan tunduk pada aturan yang ada akan menciptakan ketertiban dan keteraturan sehingga bisnis dapat berjalan lancar dan masyarakat pun tenang.
4. Menghormati hak dan kepentingan *stakeholders* atau pihak-pihak terkait yang mempunyai kepentingan langsung atau tidak langsung dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan seperti konsumen, buruh, investor, kreditor, pemasok, penyalur, masyarakat setempat, pemerintah dan lainnya.

Dengan demikian, secara konseptual TSP merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan yang tidak semata mencari keuntungan tetapi juga terlibat dalam kegiatan sosial. Menurut Pambudi dalam Nugraha (2005:19), TSP merupakan bentuk kepedulian perusahaan - yang digambarkan Elkington sebagai *triple bottom line* - yang terdiri dari *profit*, *people* dan *planet* yaitu:.

1. Perusahaan dituntut untuk mengejar keuntungan (*profit*) bagi kepentingan *shareholders*, kelanjutan perusahaan dan *stakeholders* sehingga kelanjutan usaha bisa terus berjalan.
2. Perusahaan juga harus memperhatikan *stakeholders* yaitu pihak-pihak yang terlibat langsung dan tidak langsung dengan perusahaan yaitu dalam bentuk pemenuhan kesejahteraan mereka (*people*) seperti pemberian beasiswa bagi pelajar di sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal dan lainnya.
3. Perusahaan juga berpartisipasi secara aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan alam (*planet*) demi terciptanya pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*) seperti penghijauan, penyediaan sarana air bersih, perbaikan pemukiman dan lainnya.

Secara ringkasnya, ruang lingkup TSP adalah mencari keuntungan yang sebanyak-banyaknya namun tetap menjaga keselarasan dengan masyarakat dan lingkungan alamnya. Memang tidak dipungkiri - dan secara moral dibenarkan - kehadiran dunia usaha dalam mencari keuntungan sebesar-besarnya demi kelangsungan usahanya dan pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Namun keuntungan tersebut harus diraih dengan tetap mengindahkan kepentingan orang-orang yang ada di sekitarnya termasuk lingkungan alam di mana manusia sangat bergantung padanya.

Sedangkan bentuk dari TSP, Saidi dalam Saidi (2003:129-130) mengategorikan bentuk kedermwanaan perusahaan ini terdiri dari *charity*, *philantropy* dan *corporate citizenship*. *Charity* merupakan bentuk bantuan yang sangat konvensional, untuk jangka pendek dan dimotivasi untuk membantu masyarakat yang mengalami kesulitan. *Philantropy* memberi bantuan secara lebih terencana dengan didasari pada norma hukum yang berlaku. Sedangkan *corporate*



*citizenship* lebih mendasari bantuan sebagai bentuk kepedulian perusahaan, sehingga bantuan diarahkan pada pemberdayaan masyarakat. Gambaran lebih rinci dapat dilihat dalam tabel di bawah ini.

Tabel 2.1: Tahapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

<b>Tahapan</b>	<b>Charity</b>	<b>Philantropy</b>	<b>Corporate Citizenship</b>
Motivasi	Agama, tradisi, adat	Norma etika dan hukum universal; redistribusi kekayaan	Pencerahan diri dan rekonsiliasi dengan ketertiban sosial
Misi	Mengatasi masalah sesaat	Mencari dan mengatasi akar masalah	Memberi kontribusi kepada masyarakat
Pengelolaan	Jangka pendek, menyelesaikan masalah sesaat	Terencana, terorganisasi, terprogram	Terinternalisasi dalam kebijakan perusahaan
Pengorganisasian	Kepanitiaan	Yayasan/dana abadi: profesionalisasi	Keterlibatan baik dana maupun sumber daya lain
Penerima manfaat	Orang miskin	Masyarakat luas	Masyarakat luas dan perusahaan
Kontribusi	Hibah sosial	Hibah pembangunan	Hibah ( sosial maupun pembangunan) dan keterlibatan sosial
Inspirasi	Kewajiban	→	Kepentingan bersama

Sumber: Zaim Saidi dkk (2003:130)

Dari uraian di atas, jika dilihat dari jenis bantuan yang diberikan, *corporate citizenship* ini mengakomodasi 2 jenis bantuan. Pertama, bantuan yang bersifat *charity* yaitu pemberian yang sifatnya sedekah, insidental dan diberikan pada waktu-waktu tertentu seperti pada hari raya agama, hari jadi perusahaan atau hari-hari besar nasional. Bentuk bantuan yang bersifat *charity* ini biasanya berupa *in-kind* seperti bahan makanan dan pakaian. Kedua, bantuan yang bersifat *philantropy* (baik yang terencana dan melibatkan peran serta masyarakat maupun yang sudah masuk dalam kebijakan perusahaan) seperti pembentukan kelompok swadaya, pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi (seperti bantuan kepada usaha kecil) dan lainnya.

### B.3. Alasan-alasan Pelaksanaan TSP

Ada beberapa alasan yang dijadikan dasar bagi keterlibatan perusahaan dalam berbagai kegiatan sosial. Pertama, perusahaan dan seluruh karyawannya adalah bagian integral dari masyarakat setempat. Kedua, perusahaan telah diuntungkan dengan mendapatkan hak untuk mengelola sumber daya alam yang ada dalam masyarakat tersebut dan mendapatkan tenaga-tenaga profesional yang ada di masyarakat untuk kepentingan perusahaan. Ketiga, dengan melakukan berbagai kegiatan sosial, perusahaan akan menunjukkan komitmen moral dan kepeduliannya untuk tidak melakukan kegiatan-kegiatan bisnis yang dapat merugikan masyarakat. Keempat, dengan keterlibatan sosial, perusahaan telah menjalin hubungan sosial dengan masyarakat dan diharapkan akan mendapatkan penerimaan masyarakat sehingga akan tercipta hubungan yang kondusif bagi kegiatan perusahaan (Keraf, 1998:124).

Handoyo (1994: 5), mengutip Nusantara, melihat dua alasan penting lain perlunya kepedulian perusahaan pada masyarakat. Pertama, bisnis sebagai suatu institusi akan terancam bila ia gagal memenuhi harapan umum dengan munculnya demonstrasi sebagai wujud ketidakpuasan masyarakat. Kedua, tanggung jawab sosial perusahaan akan membantu meningkatkan citra perusahaan dan membantu pemasaran produk perusahaan tersebut.

Selain itu, Pambudi dalam Nugraha ( 2005: 21-22) melihat bahwa perusahaan merupakan kekuatan digdaya dari segi ekonomi yang melebihi kekuatan sebuah negara – baik di tingkat nasional dan dunia – sehingga memungkinkan untuk membantu masyarakat yang membutuhkan, selain itu perusahaan merupakan salah satu pihak yang sangat mungkin melakukan pencemaran yang akan merugikan masyarakat secara keseluruhan. Dengan demikian diharapkan perusahaan bisa memberi kontribusinya bagi masyarakat.

Dengan demikian, dunia usaha berkepentingan untuk terlibat dalam bidang sosial dengan berbagai pertimbangan antara lain: dunia usaha juga merupakan elemen masyarakat sehingga mempunyai hak dan kewajiban yang sama dengan

masyarakat lainnya, serta perusahaan didukung oleh kekuatan ekonomi untuk terlibat dalam bidang sosial. Dengan melakukan bentuk kepedulian sosialnya, secara tidak langsung dapat meningkatkan citra perusahaan, mendapat penerimaan masyarakat sehingga tercipta suasana kondusif bagi perusahaan untuk bisa terus menjalankan bisnisnya. Untuk itu diharapkan dunia usaha bisa memberi sumbangsih pada bangsa dan negara dengan berperan aktif dalam bidang sosial melalui TSP-nya yang ditujukan untuk membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang ada di lingkungan perusahaan.

Dari uraian TSP di atas dapat ditarik benang merah tentang peranan TSP. Pertama, berdasarkan ruang lingkup TSP bahwa TSP bergerak di bidang ekonomi, sosial dan lingkungan seperti yang dikemukakan oleh Elkington tentang *triple bottom line*. Ketiga bidang tersebut tidak mungkin dipisahkan karena sangat berpengaruh dan terkait dalam kehidupan masyarakat. Kedua, berdasarkan sasaran TSP yaitu para *stakeholders* (pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan). Secara garis besarnya, *stakeholder* dibagi menjadi 2 kelompok. Satu, kelompok primer yaitu mereka yang berhubungan langsung dengan perusahaan antara lain pemilik saham, kreditor dan pekerja. Dua, kelompok sekunder seperti pemerintah setempat, kelompok sosial, masyarakat dan lainnya (Keraf,1998:90-91). Dalam penelitian ini, karena terkait partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan program TSP, maka sasaran penelitian ini adalah masyarakat sebagai salah satu *stakeholders*.

#### B.4. Implementasi TSP

Dalam penerapan TSP ada beberapa hal yang perlu mendapat perhatian. Menurut Miarsono dalam Sugiwarsono (2005: 68), hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan TSP tersebut adalah:

1. Program diarahkan ke masyarakat yang membutuhkan sehingga tepat sasaran dan disesuaikan dengan kemampuan masyarakat penerima bantuan (tidak boleh dipaksakan).
2. Program lebih diprioritaskan pada kebutuhan pokok masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidup mereka.

3. Program dilaksanakan dengan menyediakan tenaga ahli pendamping di lapangan. Bagi masyarakat yang menjadi partisipan program sebaiknya memperoleh pembinaan dan pelatihan terkait.
4. Program dikomunikasikan ke pemerintah daerah agar sejalan dengan program pembangunan daerah. Sebab itu, keterlibatan aparat pemerintah daerah merupakan salah satu kunci keberhasilan program TSP.

### C. Usaha Kecil

Di saat krisis ekonomi tahun 1998/1999 lalu, banyak sektor usaha yang menghentikan kegiatannya dan bahkan sampai "gulung tikar" karena berbagai masalah seperti harga bahan baku import yang semakin mahal akibat depresiasi nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika, permintaan pasar yang menurun akibat menurunnya pendapatan riil masyarakat dan lainnya. Namun di masa itu, usaha kecil mampu bertahan dan segera bangkit dari keterpurukannya. Bahkan pertumbuhan ekonomi Indonesia sekitar 4 % pada tahun 2000 (pasca krisis ekonomi 1997/1998) merupakan hasil aktifitas usaha berskala kecil (Musdholifah, 2002: 183).

Ada beberapa definisi tentang usaha kecil. Menurut Undang-undang Usaha Kecil Nomor 9 tahun 1995, usaha kecil adalah: (Ariawati, 2003: 52).

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak 200 juta rupiah, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak 1 miliar rupiah.
3. Milik warga negara Indonesia.
4. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah dan usaha besar.
5. Berbentuk badan usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum termasuk koperasi.

Selain itu, Nababan (2003: 16) mengutip BPS (1998) melihat usaha kecil dicirikan dengan jumlah tenaga kerja sekitar 5 – 19 orang, serta mengutip Atun dan Subroto (1996) yang melihat modal usaha kecil tidak lebih dari 25 juta rupiah untuk usaha dagang/jasa dan modal antara 25 juta sampai 100 juta rupiah untuk usaha industri/jasa. Jadi, usaha kecil ini dicirikan dari jumlah kekayaan yang dimiliki, kepemilikan atas dasar kepemilikan pribadi atau dari jumlah tenaga kerja yang dimiliki.

Kemampuannya bertahan di saat krisis dan digeluti banyak orang ini disebabkan karena usaha kecil hanya membutuhkan modal relatif kecil. Akibatnya jika terjadi suatu masalah – seperti krisis ekonomi – usaha kecil mudah bangkit kembali atau beralih usaha. Dengan demikian, kelangsungan hidup usaha kecil relatif lebih stabil dibanding usaha menengah dan usaha besar. Selain daya tahan yang kuat dari krisis ekonomi, usaha kecil memberi banyak manfaat. Data Departemen Koperasi menunjukkan bahwa pertumbuhan usaha kecil sangat dominan dibandingkan dengan usaha menengah dan usaha besar serta mampu menyerap banyak tenaga kerja yang banyak pula karena sifatnya yang padat karya. Dengan demikian, berbagai upaya perlu dilakukan agar usaha kecil bisa terus bertahan dan dikembangkan kemampuannya.

Namun ada beberapa hal yang menjadi kendala dalam pengembangan usaha kecil ini. Faktor internal sebagai kendala utama usaha kecil adalah modal. Usaha kecil umumnya sulit memperoleh modal pinjaman baik dari bank maupun lembaga keuangan lainnya karena tidak dapat memenuhi persyaratan teknis yang diminta. Ini menyebabkan usaha kecil sulit berkembang. Selain itu, faktor eksternal kendala usaha kecil adalah masalah iklim usaha. Usaha kecil sangat membutuhkan kemudahan dalam mengurus perizinan, kemudahan memperoleh kredit dan menumbuhkan kembali *reservation scheme* (cagar usaha) yaitu bentuk perlindungan agar bidang usaha yang digeluti usaha kecil tidak ditangani usaha lain yang berskala besar (Ariawati, 2003:53-54).

Masuknya sektor usaha besar pada bidang-bidang yang digeluti oleh usaha kecil seperti industri kerajinan tangan, perdagangan dan lainnya membuat usaha

kecil kalah bersaing dengan usaha besar. Hal ini tentunya terkait dengan minimnya sarana dan prasarana yang dimiliki oleh usaha kecil seperti masalah kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang mereka miliki sehingga kurang menunjang kemajuan usaha kecil. Pendidikan dan ketrampilan pekerja usaha kecil menjadi satu kendala menghambat berkembangnya usaha kecil.

Hambatan-hambatan inilah yang harus diatasi melalui proses pemberdayaan masyarakat. Kehadiran dunia usaha dalam membina usaha kecil yang ada dilingkungan perusahaan dapat menjadi pendorong kemajuan usaha kecil. Dengan demikian, konsep TSP melalui pengembangan usaha kecil kepada masyarakat mempunyai arti bagi kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan.

## **D. Partisipasi Masyarakat**

### **D.1. Konsep Partisipasi Masyarakat**

Dalam beberapa literatur, pembahasan konsep partisipasi masyarakat akan terkait dengan konsep pengembangan masyarakat (*community development/CD*) dan pemberdayaan.

Lahirnya konsep pengembangan masyarakat seiring dengan kegagalan pembangunan selama ini yang berorientasi pada pertumbuhan. Meskipun pembangunan ini dinilai berhasil membawa perubahan ekonomi ke arah yang lebih baik namun tidak lepas pula dari kritik. Kritik yang ditujukan pada pembangunan tersebut karena orientasinya yang lebih mengejar produktifitas dan efisiensi sehingga pendekatannya dinilai kurang manusiawi. Masyarakat lebih dianggap sebagai objek pembangunan yang hanya menerima program pembangunan dari pemerintah.

Ada beberapa definisi tentang konsep pengembangan masyarakat ini. Menurut Brokensha dan Hodge (1969) dalam Adi (2003:200), pengembangan masyarakat adalah:

”Suatu gerakan yang dirancang guna meningkatkan taraf hidup keseluruhan masyarakat melalui partisipasi aktif dan inisiatif dari masyarakat”

Pemerintahan kolonial (1947) yang melakukan pengembangan masyarakat di wilayah koloninya melihat bahwa kegiatan-kegiatan dalam pengembangan masyarakat dilakukan oleh pemerintah atau lembaga-lembaga non pemerintah (Adi,2003:199). Ini menunjukkan bahwa pengembangan masyarakat terkait dengan adanya suatu intervensi pada masyarakat untuk melakukan perubahan. Namun Christenson dan Robinson (1989) dalam Soetomo (2006:81-82) menyatakan bahwa intervensi bukan merupakan hal yang mutlak harus ada, namun yang lebih penting adalah prakarsa dan partisipasi masyarakat dalam proses tersebut. Dengan demikian, pengembangan masyarakat berorientasi pada adanya kebutuhan dan permasalahan masyarakat, serta mengutamakan prakarsa/inisiatif, partisipasi dan swadaya masyarakat dalam solusinya.

Dari beberapa pengertian pengembangan masyarakat yang ada, Glen (1993) dalam Adi (2003:224-228) melihat ada 3 unsur dasar yang menjadi ciri khas pendekatan pengembangan masyarakat yaitu:

1. Bertujuan memampukan masyarakat untuk mendefinisikan dan memenuhi kebutuhan mereka.
2. Proses pelaksanaannya melibatkan kreatifitas dan kerjasama masyarakat atau kelompok-kelompok dalam masyarakat.
3. Lebih menekankan pendekatan pengembangan masyarakat yang bersifat non-directif di mana masyarakat memperoleh pengalaman belajar dalam mengembangkan diri melalui pemikiran dan tindakan yang mereka rumuskan sendiri dalam wujud partisipasi.

Dari uraian di atas terlihat bahwa pengembangan masyarakat dilakukan untuk memampukan masyarakat dalam mengidentifikasi masalah dan memenuhi kebutuhan mereka dengan kemampuan yang mereka miliki. Konsep ”memampukan masyarakat” itu sendiri merupakan suatu upaya pemberdayaan masyarakat. Payne (1997) dalam Adi (2003:54) melihat bahwa ”pemberdayaan ditujukan untuk 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 lingkungannya.” Sedangkan Shardlow (1998) dalam Adi (2003:54) melihat bahwa ”pemberdayaan pada intinya membahas bagaimana individu, kelompok atau komunitas berusaha mengontrol kehidupan mereka sendiri dan mengusahakan untuk membentuk masa depan sesuai dengan keinginan mereka.”

Dengan demikian, pemberdayaan dapat disimpulkan sebagai usaha untuk membantu masyarakat agar masyarakat dapat meningkatkan kemampuannya dan dapat mengambil keputusan bagi kehidupan mereka sendiri. Menurut Pranarka dan Moeljarto dalam Prijono dan Pranarka (1996:56-57) ada 2 proses pemberdayaan yang harus dilalui agar masyarakat dapat menjadi berdaya yaitu:

1. Kecenderungan primer yaitu proses pemberdayaan yang menekankan pada proses memberikan atau mengalihkan sebagian kekuasaan, kekuatan atau kemampuan kepada individu agar menjadi lebih berdaya. Proses ini dapat dilengkapi dengan upaya membangun aset material guna mendukung pembangunan kemandirian melalui organisasi. Argumen ini menunjukkan perlunya dorongan eksternal yaitu pihak yang mempunyai kemampuan dan kekuatan sebagai pendorong pemberdayaan masyarakat.
2. Kecenderungan sekunder yang menekankan pemberdayaan sebagai proses menstimulasi, mendorong atau memotivasi individu agar mempunyai kemampuan atau keberdayaan untuk menentukan apa yang menjadi pilihan hidupnya melalui proses dialog. Di sini lebih menekankan pada mengembangkan, apa yang disebut Freire, sebagai konsientisasi (*conscientization*) yaitu suatu kesadaran yang tumbuh dari dalam diri sendiri. Ini berarti adanya kesadaran diri masyarakat untuk melakukan perubahan. Kecenderungan primer dapat terwujud jika telah melalui kecenderungan sekunder.

Dari definisi pemberdayaan di atas, untuk melakukan pemberdayaan pada masyarakat diperlukan proses penyadaran terlebih dahulu sehingga diharap mereka



memahami konsekuensi-konsekuensi dari setiap tindakan yang dilakukan dalam melakukan perubahan. Hal ini karena perubahan yang dilakukan atas kesadaran dan kemauan sendiri cenderung akan berjalan lebih baik dibandingkan dengan perubahan yang dipaksakan. Setelah dilakukan penyadaran, baru diikuti oleh pemberian kemampuan untuk mengadakan perubahan. Upaya pemberdayaan ini bisa dilakukan oleh diri mereka sendiri. Namun dalam beberapa hal ada (kelompok) masyarakat yang mengalami hambatan-hambatan tertentu sehingga dibutuhkan pihak luar untuk membantu menghilangkan – minimal – mengurangi hambatan-hambatan tersebut yang berada di luar jangkauan/kuasa mereka. Dalam hal ini, perusahaan dengan program TSP-nya (yang didukung dana, sumber daya manusia dan jaringan yang dimiliki) diharapkan mampu mendorong pada pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan pengembangan usaha kecil. Dengan demikian, dalam konsep pemberdayaan ini ada dua pihak yang berperan yaitu pihak pemberi bantuan dan penerima bantuan.

Pihak pertama adalah pihak yang memberi bantuan, seperti pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, organisasi sosial – termasuk PT Pertamina melalui program TSP-nya. Mereka ini yang memberi *power* (kekuatan) yang tidak dimiliki masyarakat seperti bantuan dana usaha, pendidikan dan ketrampilan, menciptakan iklim yang kondusif agar masyarakat dapat meningkatkan kemampuannya ke arah yang lebih baik serta dorongan/motivasi untuk berubah. Dunia usaha (perusahaan) - yang didukung oleh sumber dana yang kuat, tenaga ahli serta dukungan peraturan pemerintah untuk terlibat dalam program pengembangan masyarakat - dapat berperan sebagai agen perubahan bagi masyarakat melalui *transfer* baik dana maupun ilmu/ketrampilan usaha seperti teknik dalam membuat suatu produk, pemasaran usaha dan lainnya bagi kemandirian masyarakat khususnya melalui program pengembangan usaha kecil.

Pihak kedua adalah penerima bantuan perusahaan yang karena satu dan lain hal mengalami hambatan sehingga tidak dapat menjalankan fungsi sosialnya dengan baik. Hambatan ini dapat berasal dari dalam diri mereka seperti malas, apatis atau bahkan cacat. Atau hambatan yang berada di luar kendali manusia itu sendiri seperti kurangnya pendidikan/ketrampilan karena faktor kemiskinan yang

mengakibatkan tidak mempunyai usaha/pekerjaan sebagai sandaran hidupnya. Kepada mereka ini perlu dilakukan pemberdayaan.

Pemberdayaan tidak semata dimaksudkan untuk mengembangkan potensi ekonomi. Hal yang cukup penting adalah menumbuhkan dan meningkatkan rasa percaya diri, harga diri serta harkat dan martabat manusia sehingga mereka mempunyai keinginan untuk melakukan perubahan ke arah yang lebih baik dengan kemauannya sendiri – selain diberi bekal ketrampilan dan jaminan perlindungan dalam usaha.

Dari uraian tentang pengembangan masyarakat dan pemberdayaan, partisipasi masyarakat menjadi kata kunci dalam proses tersebut. Mikkelsen (1999:65) melihat ada 2 hal yang terkait dengan partisipasi yaitu partisipasi sebagai alat dan partisipasi sebagai tujuan.

1. Partisipasi instrument (alat) yaitu partisipasi dianggap sebagai alat dalam mencapai tujuan-tujuan pembangunan yang normatif seperti keadilan sosial, persamaan dan demokrasi. Partisipasi dipandang juga sebagai alat dalam melaksanakan kebijakan-kebijakan.
2. Partisipasi transformasional (tujuan) yaitu partisipasi diarahkan pada tujuan yang menghasilkan pemberdayaan di mana setiap orang berhak menyatakan pendapat dalam mengambil keputusan yang menyangkut kehidupannya.

Dalam pendekatan pembangunan yang berbasis manusia, konsep partisipasi harus mencakup keduanya yaitu partisipasi sebagai alat dan partisipasi sebagai tujuan yang menghasilkan pemberdayaan. Dengan demikian, dalam proses pembangunan akan terjadi perkembangan dan peningkatan kapasitas manusia – tidak semata sebagai sosok pelaksana semata tetapi sebagai manusia yang mempunyai hak atas kehidupannya dan hak menentukan jalan hidupnya. Hal ini tentunya membutuhkan suatu proses yaitu proses perubahan sikap dan perilaku.

Tentang keterkaitan antara partisipasi dan pemberdayaan juga dikemukakan Craig dan Mayo. Menurut Craig dan Mayo (1995) dalam Hikmat (2006:3),

partisipasi masyarakat merupakan komponen penting dalam pembangkitan kemandirian dan proses pemberdayaan. Dengan adanya partisipasi ini, akan meningkatkan rasa percaya diri, memiliki harga diri dan pengetahuan untuk mengembangkan keahlian baru. Dengan semakin banyaknya pengetahuan/ketrampilan yang dimiliki seseorang akan semakin baik kemampuan berpartisipasinya.

Selanjutnya, masih terkait dengan konsep partisipasi, Soetomo (2006:439) melihat ada 2 kriteria dasar partisipasi yaitu adanya unsur keterlibatan dan latar belakang yang mendorong untuk berpartisipasi. Dengan demikian, partisipasi diartikan sebagai keterlibatan masyarakat dalam proses pembangunan yang didorong oleh determinasi dan kesadaran tentang arti keterlibatannya tersebut. Apabila partisipasi tersebut muncul hanya dalam keterlibatan dan tidak didorong oleh determinasi dan kesadaran maka ini tidak bisa dikatakan sebagai partisipasi tetapi mobilisasi.

## D.2. Definisi Partisipasi

Di bawah ini akan diuraikan beberapa definisi tentang partisipasi. Menurut Adi, Partisipasi adalah: (Adi, 2007: 27)

”keikutsertaan masyarakat dalam proses pengidentifikasian masalah, pengidentifikasian potensi yang ada di masyarakat, pemilihan dan pengambilan keputusan alternatif solusi penanganan masalah, pelaksanaan upaya mengatasi masalah dan keterlibatan masyarakat dalam proses evaluasi perubahan yang terjadi”

Sedangkan FAO (1989) dalam Mikkelsen (1999:64) memberikan beberapa definisi tentang partisipasi antara lain:

”Partisipasi adalah kontribusi sukarela dari masyarakat kepada proyek tanpa ikut serta dalam pengambilan keputusan; partisipasi suatu proses yang aktif, yang mengandung arti bahwa orang atau kelompok terkait, mengambil inisiatif dan menggunakan kebebasannya untuk melakukan hal itu; partisipasi adalah pemantapan dialog antara masyarakat setempat dengan para staf yang melakukan persiapan, pelaksanaan, monitoring proyek, agar supaya memperoleh informasi mengenai konteks lokal, dan

dampak-dampak sosial; partisipasi adalah keterlibatan sukarela oleh masyarakat dalam perubahan yang ditentukannya sendiri”

Definisi di atas menekankan bahwa masyarakat harus terlibat dalam setiap tahapan perubahan yang ditujukan bagi kepentingan mereka sendiri. Dengan keterlibatan masyarakat tersebut, masyarakat diharapkan dapat memahami permasalahan yang dialami, kebutuhan mereka, sumber daya yang dimiliki sehingga bisa dicari pemecahan masalah dengan lebih bijaksana sesuai dengan kemampuan dan sumber daya yang mereka miliki. Bentuk keterlibatan masyarakat dimulai dari tahap identifikasi masalah, tahap pelaksanaan bahkan hingga evaluasi kegiatan. Dari definisi di atas juga terlihat adanya peranan pihak luar - dalam hal ini PT Pertamina (Persero) sebagai pelaksana program - yang terjadi melalui dialog.

Soetrisno (1995:221-222) melihat partisipasi masyarakat dalam hubungan antara masyarakat dan pemilik program yaitu dalam hal bentuk keterlibatan masyarakat. Dalam hal ini, menurut Soetrisno ada 2 definisi partisipasi yang beredar di masyarakat, yaitu:

Definisi pertama adalah definisi yang diberikan oleh para perencana pembangunan formal di Indonesia. Definisi jenis ini diartikan sebagai dukungan masyarakat terhadap rencana/proyek pembangunan yang dirancang dan ditentukan tujuannya oleh perencana. Keterlibatan masyarakat dalam suatu program lebih ditentukan oleh keterlibatan fisik seperti sumbangan masyarakat dalam pembangunan, misalnya sumbangan tenaga dan dana. Dari sudut pandang sosiologis, definisi seperti ini tidak dapat dikatakan sebagai partisipasi masyarakat dalam pembangunan tetapi merupakan mobilisasi rakyat dalam pembangunan, dan sifatnya hanya dapat mengatasi permasalahan pembangunan dalam jangka pendek. Dalam kaitannya dengan pembuatan perencanaan, definisi jenis pertama ini dikenal dengan sebutan *mechanistic planning model*. Perencanaan model ini lebih bersifat sentralistik di mana seorang perencana pembangunan berperan sebagai seorang ahli teknis yang membuat *blue print* perubahan dalam bentuk petunjuk

pelaksanaan (juklak) dan petunjuk teknis (juknis). Sementara masyarakat hanya menjalankannya.

Definisi kedua melihat partisipasi masyarakat dalam pembangunan merupakan kerja sama yang erat antara perencana dan masyarakat dalam merencanakan, melaksanakan, melestarikan dan mengembangkan hasil pembangunan yang telah dicapai. Keterlibatan masyarakat dalam pembangunan – tidak hanya pada keterlibatan fisik (tenaga dan dana) – tetapi juga ikut dalam menentukan arah dan tujuan program yang akan dilakukan, serta kemauan masyarakat secara mandiri melestarikan dan mengembangkan hasil proyek. Dalam perencanaan, model ini dikenal dengan *human action planning model*, yang berupaya untuk mensistematisasikan aspirasi pembangunan yang ada dalam masyarakat. Perencana tidak memandang masyarakat sebagai ”sub-ordinat” dari perencana tetapi tetap menumbuhkan kemandirian masyarakat dan menjalin keserasian antara perencana dan masyarakat. Dengan demikian terjadi dialog antara masyarakat dan pelaksana program dalam merumuskan program.

Dari beberapa definisi di atas terlihat bentuk partisipasi masyarakat yang dapat dilakukan dalam melakukan suatu program pengembangan masyarakat. Partisipasi masyarakat tidak saja dalam bantuan fisik seperti bantuan dana dan tenaga tetapi juga dalam menentukan tujuan program, memelihara serta mengembangkan program yang sudah ada. Dari penelitian Sari (2006: 102-111), keterlibatan masyarakat sudah dimulai dalam perencanaan dan turut menentukan (mengambil keputusan) terhadap program yang akan dilakukan. Begitu pula hasil penelitian Hizbullah (1998:50-110) yang mengembangkan konsep bentuk partisipasi dari Sastropetro (1988). Bentuk partisipasi yang bisa diberikan masyarakat dalam pengembangan ekonomi produktif di bidang pertanian ini adalah partisipasi sumbangan pikiran (seperti ide/saran, pengalaman), partisipasi tenaga (keterlibatan sebagai pengurus), partisipasi barang/uang (seperti menyumbang bibit), partisipasi ketrampilan (yang merupakan perpaduan antara kemampuan dan tenaga dengan memberi pelatihan membajak sawah pada anggota kelompok) dan partisipasi sosial (yaitu berupa keterlibatan dalam kegiatan/paguyuban yang menunjang program tersebut).

Secara ringkasnya, definisi-definisi partisipasi ini akan digambarkan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 2.2. Definisi Partisipasi

Nama	Definisi Partisipasi
Adi (2007:27)	Keikutsertaan masyarakat dalam proses pengidentifikasian masalah, pengidentifikasian potensi yang ada di masyarakat, pemilihan dan pengambilan keputusan alternatif solusi penanganan masalah, pelaksanaan upaya mengatasi masalah dan keterlibatan masyarakat dalam proses evaluasi perubahan yang terjadi
FAO (1989) dalam Mikkelsen (1999:64)	Partisipasi adalah pemantapan dialog antara masyarakat setempat dengan para staf yang melakukan persiapan, pelaksanaan, monitoring proyek, agar supaya memperoleh informasi mengenai konteks lokal, dan dampak-dampak sosial
Mikkelsen (1999:65)	Ada 2 bentuk partisipasi: 1. Partisipasi instrument (alat) yaitu partisipasi dianggap sebagai alat dalam mencapai tujuan-tujuan pembangunan yang normatif seperti keadilan sosial, persamaan dan demokrasi. Partisipasi dipandang juga sebagai alat dalam melaksanakan kebijakan-kebijakan 2. Partisipasi transformasional (tujuan) yaitu partisipasi diarahkan pada tujuan yang menghasikan pemberdayaan di mana setiap orang berhak menyatakan pendapat dalam mengambil keputusan yang menyangkut kehidupannya.
Soetrisno (1995:221- 222)	Ada 2 definisi partisipasi yang beredar di masyarakat: 1. Dukungan masyarakat terhadap rencana/proyek pembangunan yang dirancang dan ditentukan tujuannya oleh perencana. Keterlibatan masyarakat dalam suatu program lebih ditentukan oleh keterlibatan fisik seperti sumbangan masyarakat dalam pembangunan, misalnya sumbangan tenaga dan dana. Dari sudut pandang sosiologis ini dikenal sebagai mobilisasi rakyat 2. Kerja sama yang erat antara perencana dan masyarakat dalam merencanakan, melaksanakan, melestarikan dan mengembangkan hasil pembangunan yang telah dicapai. Keterlibatan masyarakat dalam pembangunan – tidak hanya pada keterlibatan fisik (tenaga dan dana) – tetapi juga ikut dalam menentukan arah dan tujuan program yang akan dilakukan, serta kemauan masyarakat secara mandiri melestarikan dan mengembangkan hasil proyek

Sumber: Diambil dari sumber-sumber di atas

Dari uraian di atas terlihat bahwa partisipasi masyarakat menjadi elemen penting dalam pengembangan masyarakat. Selanjutnya, Adi melihat ada beberapa

tahapan pengembangan masyarakat yang biasa dilakukan pada beberapa organisasi pelayanan masyarakat yaitu: (Adi, 2003: 250-259)

1. Tahap Persiapan. Tahapan ini meliputi tahap penyiapan petugas dalam hal penyamaan persepsi terhadap program kegiatan, dan tahap penyiapan lapangan. Tahap penyiapan lapangan ini dilakukan dengan melakukan pendekatan terhadap tokoh-tokoh formal dan informal agar terjalin komunikasi yang baik sebagai langkah awal untuk kegiatan selanjutnya.
2. Tahap *Assessment* dilakukan untuk mengidentifikasi masalah dan kebutuhan masyarakat serta sumber daya yang dimiliki klien. Keterlibatan masyarakat diperlukan agar masalah yang dimunculkan adalah riil masalah mereka. Teknik mengidentifikasi kebutuhan dapat dilakukan secara individual pada tokoh-tokoh masyarakat atau pun secara berkelompok melalui metode-metode delphi, metode curah pendapat, metode diskusi kelompok terfokus dan lainnya.
3. Tahap Perencanaan Alternatif Program atau Kegiatan. Pada tahap ini agen perubah secara partisipatif melibatkan warga untuk memikirkan masalah yang mereka hadapi dan cara mengatasinya. Di sini masyarakat diajak untuk mencari beberapa alternatif program/kegiatan sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan demikian tidak muncul program kegiatan yang kurang dapat dilihat manfaatnya dalam jangka panjang.
4. Tahap Pemformulasikan Rencana Aksi. Pada tahap ini masyarakat sudah dapat merumuskan dan menentukan program dan kegiatan apa yang akan dilakukan untuk membantu mengatasi masalah mereka.
5. Tahap Pelaksanaan (implementasi) Program. Tahap ini merupakan tahapan penting dalam kegiatan secara keseluruhan karena apapun yang sudah dipersiapkan sebelumnya dapat "melenceng" dari rencana.
6. Tahap Evaluasi merupakan proses pengawasan dari masyarakat dan petugas terhadap program yang sedang berjalan. Bila terdapat hambatan dan masalah dalam evaluasi maka hasil evaluasi dapat dijadikan umpan balik untuk perbaikan ke depan.
7. Tahap Terminasi merupakan tahap pemutusan hubungan secara formal dengan masyarakat sasaran.

Selanjutnya dikatakan bahwa ”perkembangan pemikiran mengenai partisipasi masyarakat dalam upaya pengembangan suatu komunitas maka keterlibatan masyarakat tidak saja dilihat pada tahap perencanaan dan pelaksanaan saja tetapi sudah meluas hingga tahap *assessment* dan evaluasi” (Adi, 2003:298). Dengan demikian, tahapan pengembangan masyarakat dimana masyarakat sudah dilibatkan dilakukan pada tahap *assessment*, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.

Uraian tentang tahapan pengembangan masyarakat ini sejalan dengan yang dikemukakan Koestoer di mana program TSP yang sistematis dan kompleks biasanya dilakukan dalam beberapa tahap. Pertama, *need assessment* yaitu dengan cara mencari tahu permasalahan yang ada di masyarakat dan lingkungan sekitar. Kedua, membuat rencana aksi yang mencakup anggaran, waktu pelaksanaan, indikator untuk mengevaluasi dan sumber daya manusia yang dibutuhkan. Ketiga, pelaksanaan sesuai dengan rencana yang ada dan dapat melibatkan perusahaan yang mempunyai minat sama. Keempat, monitoring yang bisa dilakukan melalui survey dan kunjungan lapangan. Kelima, evaluasi sebagai acuan perbaikan dan peningkatan hasil kerja di program selanjutnya (Sugiarsono, 2005:66-67).

### D.3. Manfaat Partisipasi

Menurut Hikmat , ada beberapa manfaat partisipasi(Hikmat, 2006:3-5).

1. Merupakan strategi yang potensial dalam rangka meningkatkan ekonomi, sosial dan transformasi budaya, yang pada akhirnya dapat menciptakan pembangunan yang lebih berpusat pada rakyat.
2. Bank Dunia percaya bahwa partisipasi masyarakat di dunia ketiga merupakan sarana efektif untuk menjangkau masyarakat termiskin melalui upaya pembangkitkan semangat hidup untuk dapat menolong diri sendiri - yaitu melalui semangat wiraswasta (semangat bersaing, mengambil resiko dan inovatif).
3. Partisipasi masyarakat di dunia ketiga merupakan sarana efektif untuk mengatasi masalah kemiskinan, urbanisasi dan industrialisasi.



4. Partisipasi masyarakat merupakan jaminan terhadap pembangunan yang berkelanjutan karena pembangunan dilakukan atas kesadaran masyarakat sendiri.
5. Dengan adanya partisipasi masyarakat memberi peluang pada masyarakat kecil (kelompok *grassroot*) melalui organisasi-organisasi masyarakatnya untuk memperoleh keadilan, hak asasi manusia dan demokrasi.

Secara umum, partisipasi masyarakat memberikan kesempatan pada masyarakat untuk terlibat dalam proses pembangunan yang diarahkan bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Setiap anggota masyarakat mempunyai hak dan kewajiban yang sama untuk berkontribusi dalam suatu program pembangunan. Keterbatasan dan perbedaan kemampuan anggota masyarakat atau sumber daya yang dimiliki dapat terakomodasi melalui partisipasi masyarakat sehingga permasalahan yang ada di masyarakat diharapkan dapat dicari solusinya secara bersama.

Selain itu, dengan adanya partisipasi masyarakat maka program kegiatan akan lebih aplikatif terhadap konteks sosial, ekonomi dan budaya setempat sehingga memenuhi kebutuhan masyarakat; pelaksanaan program akan lebih terfokus pada kebutuhan masyarakat karena permasalahan digali sendiri oleh masyarakat; menciptakan rasa memiliki dan tanggung jawab di antara semua pihak yang terkait sehingga program dan dampaknya akan berkesinambungan ([www.deliveri.org](http://www.deliveri.org))

#### D.4. Faktor Pendorong Dan Penghambat Partisipasi

Ada banyak hal yang dapat menumbuhkan dan menghambat pelaksanaan partisipasi masyarakat. Faktor-faktor pendorong dan penghambat tersebut tidak semata datang dari masyarakat sebagai penerima proram TSP namun ada kalanya datang dari pihak pemberi bantuan – dalam hal ini perusahaan.

#### D.4.1. Faktor-faktor Pendorong Partisipasi

Ada beberapa kondisi yang dapat mendorong tumbuhnya partisipasi masyarakat yaitu: (Ife,1995:113-115)

1. Masyarakat akan berpartisipasi jika merasa kegiatan tersebut bermanfaat bagi mereka. Untuk itu, masyarakat perlu memahami dahulu permasalahan mereka sebelum memutuskan untuk berpartisipasi. Dengan kata lain, keputusan seseorang untuk berpartisipasi terjadi setelah mereka memahami permasalahan mereka dan permasalahan tersebut menjadi prioritas untuk segera ditanggulangi.
2. Masyarakat akan berpartisipasi jika mereka yakin bahwa partisipasi mereka dalam suatu kegiatan akan membawa perubahan yang berarti (ke arah yang lebih baik) bagi kehidupan mereka.
3. Bahwa ada berbagai perbedaan partisipasi dalam masyarakat sesuai dengan kondisi/lingkungan masyarakat setempat dengan perbedaan kepentingan, bakat dan ketrampilan. Semua kemampuan masyarakat tersebut harus diperhitungkan untuk mendorong kemampuan partisipasi masyarakat.
4. Masyarakat akan berpartisipasi jika mereka diberi kesempatan dan didukung untuk berpartisipasi.
5. Masyarakat akan berpartisipasi jika didukung oleh struktur dan prosedur, misalnya dalam prosedur pertemuan dan pengambilan keputusan, yang berasal dari kebiasaan/budaya setempat. Sehingga seorang agen perubahan tidak harus menolak dan merubah struktur dan kebiasaan masyarakat setempat.

Dengan demikian, tumbuhnya partisipasi masyarakat terjadi jika suatu program memberi manfaat dan perubahan positif dalam kehidupan masyarakat seperti yang terlihat dari hasil penelitian Hizbullah (1998) terhadap anggota KUB (lihat hal.15). Untuk itu masyarakat perlu dilibatkan dalam program tersebut sehingga mereka akan memahami: apa yang dilakukan, manfaat yang didapat, sumber daya yang dimiliki ataupun kekuatan dan kelemahan mereka agar dapat dilakukan antisipasinya. Selanjutnya, seperti yang dikemukakan Soetrisno, melalui partisipasi akan menumbuhkan kreatifitas dan kemampuan masyarakat untuk merancang skenario program sesuai dengan kebutuhan mereka dan juga dapat

menciptakan sistem evaluasi terhadap program yang dijalankan tersebut (Soetrisno,1995:224). Apa pun yang telah dilakukan dapat menjadi *feedback* bagi masyarakat dan menjadi bahan evaluasi bagi perbaikan program tersebut. Dengan demikian, partisipasi masyarakat – selain memberi manfaat – juga dapat menjadi proses pembelajaran bagi masyarakat dalam meningkatkan kemandirian sehingga dapat mengatasi permasalahan-permasalahan di kemudian hari.

Selanjutnya, faktor-faktor yang dapat mendorong partisipasi masyarakat dari sisi perusahaan adalah: adanya komitmen yang kuat dari perusahaan terhadap program yang dilakukan; didukung oleh struktur organisasi yang kuat dan jika memungkinkan membentuk departemen khusus TSP sehingga memperjelas tugas dan memperkecil birokrasi; didukung oleh sumber daya manusia (SDM) yang profesional sehingga mampu bekerja dengan sistematis dan terencana; dan didukung oleh dana yang cukup. Dalam hal ini anggaran besar bukan menjadi pilihan namun yang penting adalah tepat guna (Sugiarsono,2005: 68).

#### D.4.2. Faktor-faktor Penghambat Partisipasi

Menurut Soetomo (2006:442-447) ada beberapa faktor yang dapat menghambat pelaksanaan partisipasi. Faktor-faktor tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tidak terciptanya suasana kondusif bagi berkembangnya partisipasi masyarakat seperti lebih dominannya peranan elit – misalnya dalam identifikasi masalah sehingga mengabaikan perspektif masyarakat lokal, tidak adanya sarana/media lokal yang mewadahi aspirasi mereka. Banyaknya lembaga bentukkan pemerintah tidak mampu menampung aspirasi masyarakat untuk berpartisipasi karena lembaga tersebut tidak berakar dalam kehidupan masyarakat.
2. Faktor struktural dan kultural masyarakat. Kadang terjadi bahwa ide, saran, pendapat yang disampaikan dalam forum yang juga dihadiri oleh para elit lokal/pimpinan tidak tersalurkan karena struktur yang berkembang cenderung mendorong masyarakat untuk mengikuti dan menyetujui apa yang disampaikan oleh elit. Selain itu, adanya pengalaman, ide, saran dan pendapat masyarakat

yang tidak pernah terealisasi ke dalam program membuat masyarakat menjadi malas untuk terlibat kembali pada program berikutnya.

3. Berkembangnya opini di masyarakat bahwa ada unsur-unsur pembangunan yang diperlukan agar dikatakan sebagai berhasil misalnya setiap desa harus memiliki gerbang desa. Opini ini sering diterapkan sebagai acuan dalam identifikasi masalah - bahkan dimasukkan sebagai prioritas utama pembangunan - meskipun ada kebutuhan lain yang lebih mendesak untuk dilakukan.

Tidak dipungkiri, sifat sentralistis dari perusahaan - sebagai pelaksana program - masih mewarnai pelaksanaan suatu program kegiatan. Hal ini terkait dengan apa yang dikatakan Soetrisno sebagai "belum dipahaminya makna dari konsep partisipasi" itu sendiri. Partisipasi dalam hal ini lebih dipandang sebagai kemauan masyarakat untuk mendukung secara mutlak program-program yang sudah disiapkan untuk masyarakat. Selain itu, perencana dan pelaksana program memandang bahwa program pembangunan sebagai "ideologi baru yang harus diamankan dan dijaga ketat agar mencapai keberhasilan" (Soetrisno,1995:206-209).

Dalam hal ini, perusahaan menganggap mereka lebih tahu dan memahami apa yang dibutuhkan masyarakat sehingga perusahaan akan merumuskan sendiri program-program kegiatan yang harus dilakukan masyarakat penerima bantuan. Lebih dari itu, karena program sudah direncanakan dan dirancang oleh perusahaan maka perusahaan cenderung akan memaksakan kehendak sehingga mengabaikan aspirasi dari masyarakat. Sifat sentralistis ini pula yang menjadikan masyarakat enggan untuk berpartisipasi dalam setiap program pembangunan. Hal ini karena pelaksanaan program tidak melalui - apa yang disebut Pranarka dan Moeljarto sebagai proses pemberdayaan (lihat hal.43) - yaitu menumbuhkan kesadaran diri untuk berpartisipasi dengan memahami dahulu program kegiatan dan manfaatnya dan kemudian baru diikuti dengan pemberian program. Namun demikian, program apa pun yang akan dilakukan harus didasari pula oleh kebutuhan masyarakat itu sendiri agar program yang dijalankan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan mereka.

Namun bagaimanapun, faktor-faktor apa pun yang berkembang di masyarakat harus dapat menjadi suatu acuan dan kekuatan untuk membawa perubahan pada masyarakat ke arah yang lebih baik.

#### E. Bagan Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1. Bagan Kerangka Pemikiran

