

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) terdapat tiga kategori yang berhubungan dengan kecacatan, yakni *impairment*, *disability*, dan *handicap*. *Impairment* dalam bahasa Indonesia diterjemahkan menjadi kecacatan, maka lebih bersifat pada kondisi biologis (internal) individual seseorang yang berkaitan dengan keterbatasan fungsi organ yang disebabkan adanya kerusakan secara psikis, mental, dan sensorik. Atau lebih dipahami sebagai istilah bagi orang yang mengalami kondisi ketidaknormalan atau hilangnya struktur atau fungsi tubuh. *Disability* adalah seseorang yang mengalami keterbatasan atau tidak mandiri dalam melakukan aktivitas yang normal, seperti kesulitan untuk berjalan atau berpakaian secara mandiri. Dan *handicap* adalah keterbatasan yang dimunculkan akibat adanya faktor internal (biologis) dan eksternal (hambatan sosial), seperti sulit bersosialisasi.

Konferensi Ketunetraan Asia di Singapura pada tahun 1981 yang diselenggarakan oleh *International Federation of The Blind* (IFB) dan *World Council for the Welfare of The Blind* (WCWB), istilah “*diffabled*” diperkenalkan, yang kemudian diindonesiakan menjadi “difabel”. Istilah “*diffabled*” sendiri merupakan akronim dari “*differently abled*” dan kata bendanya adalah *diffability* yang merupakan akronim dari *different ability* yang dipromosikan oleh orang-orang yang tidak menyukai istilah “disabled” dan “*disability*” (Soleh,2004)

Diffabled (different ability) ini lebih dikenal oleh masyarakat Indonesia dengan istilah difabel. Difabel pun lebih disukai dalam pemakaian istilahnya dikarenakan memiliki konotasi yang lebih positif dibandingkan dengan istilah dengan cacat atau disabled. Di samping lebih ramah, istilah “difabel” lebih egaliter dan memiliki keberpihakan, karena *different ability* berarti “memiliki kemampuan yang berbeda”. Tidak saja mereka yang memiliki ketunaan yang “memiliki kemampuan yang berbeda”, tetapi juga mereka yang tidak memiliki ketunaan juga memiliki kemampuan yang berbeda (Soleh, 2014)

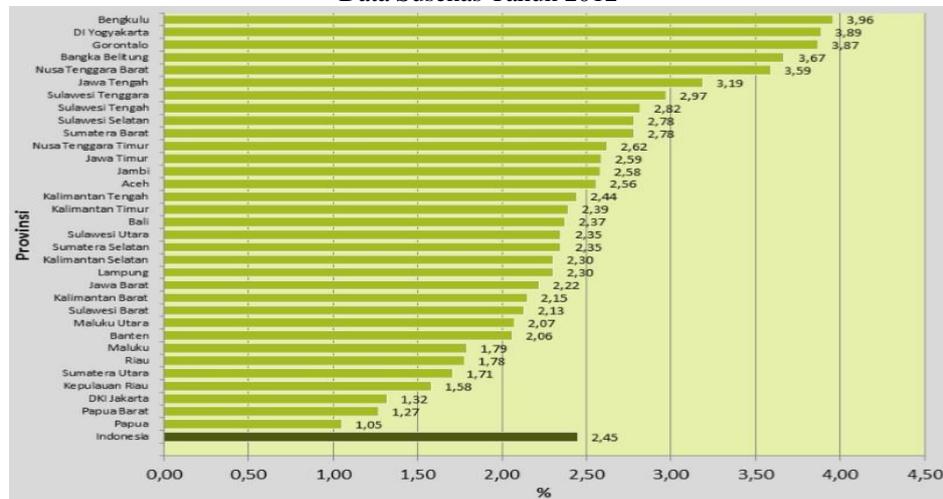
ICF (*International Classification of Functioning Disability and Health*) dan Susenas tahun 2000 mengklasifikasikan difabel kedalam beberapa kategori yaitu: gangguan pengelihatn, gangguan pendengaran, gangguan bicara, gangguan penggunaan lengan dan jari tangan, gangguan penggunaan kaki, gangguan kelainan bentuk tubuh, gangguan mental retardasi dan gangguan eks penyakit jiwa/ekspsikotik (Sofiah : 2013)

Dikutip dalam (Buletin Data dan Informasi Kesehatan Kementerian Kesehatan RI, 2014) Majelis Umum Perserikatan Bangsa-Bangsa telah mengeluarkan Resolusi Nomor A/61/106 mengenai *Convention on the Rights of Persons with Disabilities* (Konvensi tentang Hak-Hak Penyandang Disabilitas) pada tanggal 13 Desember 2006. Resolusi tersebut memuat hak-hak penyandang disabilitas dan menyatakan akan mengambil langkah-langkah untuk menjamin pelaksanaan konvensi tersebut.

Pemerintah Indonesia telah menandatangani konvensi tersebut pada tanggal 30 Maret 2007 di New York. Penandatanganan tersebut menunjukkan kesungguhan negara Indonesia untuk menghormati, melindungi, memenuhi, dan memajukan hak-hak penyandang disabilitas, yang pada akhirnya diharapkan dapat memenuhi kesejahteraan para penyandang disabilitas. Dalam upaya melindungi, menghormati, memajukan, dan memenuhi hak-hak penyandang disabilitas, Pemerintah Indonesia telah membentuk berbagai peraturan perundang-undangan yang mengatur perlindungan terhadap penyandang disabilitas, seperti yang dituangkan dalam Undang-undang Nomor 19 Tahun 2011 tentang Ratifikasi Konvensi Mengenai Hak Penyandang Disabilitas, sebagai bentuk pelaksanaan kewajiban negara dalam bentuk pemberian proteksi terhadap orang dengan disabilitas.

Seperti dalam Pasal 27 tentang Pekerjaan dan Lapangan Kerja huruf (e): Memajukan kesempatan kerja dan pengembangan karier bagi penyandang disabilitas di bursa kerja, demikian juga bantuan dalam menemukan, mendapatkan, mempertahankan, dan kembali ke pekerjaan. Huruf (f) Memajukan kesempatan untuk memiliki pekerjaan sendiri, wiraswasta, pengembangan koperasi, dan memulai usaha sendiri.

Gambar 1.1 Persentase Penyandang Disabilitas Menurut Provinsi Berdasarkan Data Susenas Tahun 2012



Sumber : Badan Pusat Statistik (dalam Buletin Data dan Informasi Kesehatan Kementerian Kesehatan RI, 2014)

Persentase penyandang disabilitas di Indonesia berdasarkan hasil Susenas tahun 2012 adalah sebesar 2,45%. Dan dapat dilihat dalam persentase di atas, DI. Yogyakarta dan Jawa Tengah adalah dua provinsi yang menempati peringkat pertama dan kedua dengan jumlah disabilitas terbanyak di pulau Jawa. Dengan persentase sebesar 3,89% di D.I Yogyakarta, dan sebesar 3,19% di Jawa Tengah.

Tabel 1.1. Situasi Orang dengan Disabilitas dalam Bidang Pekerjaan di Indonesia

Jenis Pekerjaan	Jenis Kelamin		Jumlah
	Laki-laki	Perempuan	
Tidak Bekerja	525.214	513.365	1.038.579
Buruh	74.350	29.911	104.261
PNS/TNI/Polri	3.045	985	4.030
Petani	111.720	40.518	152.238
Jasa	34.636	15.884	50.520
Pegawai Swasta	4.831	1.490	6.321
Pegawai BUMN/BUMD	298	59	357
Pedagang/Wiraswasta	20.014	9.416	29.430
Peternakan/perikanan	3.196	488	3.648
Total	777.304	612.116	1.389.420

Sumber: Pusat Data dan Informasi (Pusdatin) Kementerian Sosial tahun 2012 (dalam Buletin Data dan Informasi Kesehatan Kementerian Kesehatan RI, 2014)

Dapat kita lihat dalam tabel di atas, sebanyak 1.038.579 kaum difabel di Indonesia belum memiliki pekerjaan. Hal ini dapat disebabkan oleh banyak hal, salah satunya yakni minimnya lapangan kerja yang bisa menerima kekurangan-kekurangan yang dialami oleh kaum difabel. Walaupun hak-hak dan kesetaraan kaum difabel telah dilindungi oleh Undang-Undang Negara Republik Indonesia, namun dalam praktiknya, masih banyak perusahaan maupun masyarakat Indonesia yang dalam keadaan sadar maupun tidak melakukan diskriminasi terhadap kaum difabel.

Disampaikan pada Diseminasi Nasional 1999 oleh Dr. Mansour Fakih bahwa “Bahkan, masih banyak peraturan yang menyebutkan syarat *tidak cacat jasmani* untuk pekerjaan yang tidak ada kaitannya dengan kecacatan jasmani”.

Keberadaan difabel seharusnya tidak menjadikan mereka berbeda dari masyarakat umumnya. Namun menurut Purwanta dalam kenyataannya kaum difabel masih dipandang sebagai kelompok yang dianggap tidak mampu karena termasuk kedalam kategori tidak produktif dan tidak memenuhi nilai-nilai yang diutamakan dalam pembangunan yaitu efektif dan efisien (dalam Sofiah : 2013). Dan pandangan ini mengakibatkan tertutupnya akses kaum difabel dalam memperoleh haknya. Perlindungan hukum terhadap pekerja difabel pada perusahaan swasta masih sangat rendah (Saifurrohman dalam Sofiah : 2013). Dan akibatnya, kaum difabel dipaksa untuk dapat mandiri dalam memenuhi kebutuhannya.

Dalam menangani peliknya berbagai permasalahan di Indonesia termasuk permasalahan kaum difabel, akhirnya pemerintah Indonesia memikirkan cara untuk merangkul seluruh pemangku kepentingan dalam berbersama-sama mengatasi masalah di Indonesia. Tak terkecuali perusahaan yang berdiri ditengah-tengah masyarakat untuk menjadikan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai program wajib perusahaan terhadap *stakeholder*-nya.

CSR diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pada Pasal 1 butir 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 membahas bahwa tujuan CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi Perseroan itu sendiri, komunitas setempat dan masyarakat pada umumnya.

Lord Holme and Richard Watts (dalam Hadi 2011: 46) mendefinisikan “*Corporate Social Responsibility is the 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*”

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial adalah representasi dari komitmen yang dibangun sebuah perusahaan dalam mendidik dan menyejahterakan kehidupan para konsumen, masyarakat disekitar, dan orang-orang yang dirasa perlu untuk mendapatkan CSR. Dalam program ini, perusahaan harus melihat apa yang menjadi kepentingan target CSR-nya dan juga bersifat *continuity* (berkelanjutan).

Tanggung jawab sosial korporat (CSR) dalam hal ini yang berorientasi pada kehidupan sosial di luar korporat yaitu Pembangunan Masyarakat (*community development*) pada dasarnya terdiri dari: hubungan dengan masyarakat (*community relations*), pelayanan masyarakat (*community services*), dan penguatan masyarakat (*community empower*) (Rudito & Famiola, 2013: 19)

Allianz Indonesia adalah perusahaan produk dan jasa keuangan asuransi jiwa. Allianz Indonesia juga salah satu perusahaan yang menerapkan dan memakai CSR sebagai salah satu program yang mereka jalankan secara berkala, melalui Yayasan Allianz Peduli.

“Kita dalam melakukan kegiatan sosial (CSR) itu selama ini, dulu, itu tanpa membentuk lembaga sosial khusus, tapi kita per 2010 kita membentuk Yayasan Allianz Peduli, biar fokus ke sosial, jadi tanpa dicampur dengan unsur bisnis. Bahkan, kita dilarang menjual produk-produk, atau mempromosikan produk asuransi didalam setiap program” wawancara dengan *Head of CSR Allianz Indonesia*, Indra Yuliawan pada tanggal 25 Januari 2017.

Sebagai perusahaan produk dan jasa keuangan asuransi jiwa, Allianz telah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Di tahun 2013, OJK mengeluarkan peraturan bahwa tiap perusahaan produk dan jasa keuangan wajib menjalankan literasi keuangan kepada masyarakat. Allianz telah konsisten melakukan literasi keuangan dan kewirausahaan bahkan sebelum peraturan ini dibuat, yakni pada tahun 2011.

Gambar 1.2. Perjalanan Program Edukasi Keuangan Allianz Indonesia



Sumber: Arsip Allianz Indonesia

Dimulai pada tahun 2011, Allianz melakukan literasi keuangan di sekolah-sekolah melalui program *My Finance Coach*. Kemudian pada 2012 Allianz *upscale* (meningkatkan skala) literasi keuangan ini kepada level orang dewasa melalui program *FLAME*, program ini dijalankan di Papua dan juga Kalimantan Barat dan menjadikan pengusaha mikro sebagai targetnya. Kemudian pada tahun 2013 mengadakan program *Nation Roll Out Adult FL*. Dan pada tahun 2014, Allianz bergabung dengan OJK dan membuat rancangan strategi literasi keuangan.

Pada tahun 2016, Allianz Indonesia meluncurkan program kewirausahaan dan keuangan dengan melibatkan difabel yang diberi nama *EMPOWERED (Economic Empowerment for Entrepreneurs with Disability)*. Program ini menjadi program pemberdayaan kaum difabel, dimana program *EMPOWERED* ini diadakan di tiga provinsi, yakni D.I.Yogyakarta (kabupaten Gunung Kidul, Sleman, Bantul), Jawa Tengah (klaten dan boyolali), dan DKI Jakarta.

Dalam perancangan, pelaksanaan dan evaluasi program ini, Allianz bekerjasama dengan Bina Mitra Usaha Nusantara (BMUN) Bandung. BMUN ini adalah mitra Allianz yang merupakan jasa yang mendedikasikan lembaganya pada bidang konsultasi penumbuhan kewirausahaan di Indoensia.

Indra mengatakan, “Allianz itu kan perusahaan global, dan kita sudah ada di dunia 125 tahun. *Concern* kita itu sebenarnya dengan kita berada di tengah masyarakat itu kita bisa sampai 125 tahun. Nilai-nilai kita diperusahaan itu mengedepankan persamaan, kita *nggak beda-bedain* SARA, termasuk juga disabilitas. Saya ambil dua poin kenapa EMPOWERED ini ada. Satu, disabilitasnya tadi, dua pengusaha mikro”

EMPOWERED ini diluncurkan pada 27 januari 2016 melalui Yayasan Allianz Peduli. Sumandar Situmorang dari tim CSR Allianz Indonesia menjelaskan bahwa program EMPOWERED ini memang khusus ditujukan kepada masyarakat difabel. “Tujuannya adalah untuk mengedukasi pengelolaan keuangan dan meningkatkan keterampilan dalam mengelola usaha rekan-rekan difabel. Outputnya diharapkan mereka memiliki peningkatan tabungan, omset, serta pemahaman jenis produk keuangan yang ada”. “Masyarakat difabel masih kurang diperhatikan oleh banyak pihak, selain itu, secara global Allianz memiliki kebijakan terhadap isu difabel.” (<http://solider.or.id/2016/02/02/allianz-luncurkan-program-kewirausahaan-difabel-0>)

Allianz telah menjadi partner dari *International Paralympic Committee* (IPC) sejak tahun 2006. Selain itu, Allianz adalah sponsor global utama dari *Para-Sport Federation* dimana tidak hanya bekerjasama

secara finansial. Melainkan bekerjasama dalam tiap level pergerakan *Paralympic*, dari global ke lokal, untuk membantu meningkatkan *awareness* dan popularitas dari olahraga untuk kaum difabel ini mendunia.

Gambar 1.3. Tahapan Program EMPOWERED



Sumber: Arsip Allianz Indonesia

Program EMPOWERD ini dilakukan dalam 3 tahap, yakni edukasi, pendampingan, dan dukungan. Dalam tahap edukasi dengan target 9 komunitas meliputi *Training of Trainers* (ToT) dimana perwakilan tiap komunitas difabel diberikan pelatihan tentang kewirausahaan dan keuangan keluarga di Hotel @HOM Yogyakarta pada 16-23 Januari 2016 dan *Training of Community* (ToC) dengan peserta seluruh komunitas dan waktu yang menyesuaikan waktu dari komunitas. Tahap kedua pada bulan ketiga sampai delapan, yaitu pendampingan dilakukan secara individu dan kelompok dan bertujuan untuk *monitoring* dan *mentoring* agar peserta tidak lupa dan menjalankan apa yang telah disampaikan pada saat *training*.

Target pendampingan ini sebanyak 120 peserta pendampingan keuangan keluarga, dan 110 rancangan kewirausahaan.

Dan pada tahap terakhir, yakni dukungan dalam bentuk 3M (Modal, *Market*, Mitra). Modal yakni Allianz membantu para peserta untuk mendapatkan modal yang mereka butuhkan untuk keperluan bisnis. Dan Allianz sebisa mungkin tidak memberikan *fresh money* kepada para peserta supaya lebih efektif pemanfaatannya. *Market* yakni, Allianz membantu para peserta dalam akses pemasaran produk. Setelah itu kemitraan, dimana bukan hanya akses ke pasar, namun Allianz juga membantu akses ke lembaga pemerintahan setempat seperti dinas-dinas koperasi perdagangan agar keberlanjutan program ini tak berhenti sampai program ini selesai.

Untuk evaluasi program EMPOWERED ini, Allianz mengadakan evaluasi tiap tiga bulan sekali. Dan Allianz bersama BMUN terus melakukan pendampingan dan monitoring. Kemudian untuk evaluasi besar program EMPOWERED akan dilakukan setelah program ini selesai.

Dari beberapa latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengangkat program EMPOWERED sebagai skripsi karena ada permasalahan yang peneliti temukan yang dapat dijadikan studi ilmiah, yaitu bagaimana implementasi program CSR Allianz Indonesia dalam memberdayakan kaum difabel. Oleh karena itu peneliti tertarik meneliti

secara lebih jauh mengenai “Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* dalam Pemberdayaan Kaum Difabel (Studi kualitatif deskriptif pada program EMPOWERED Allianz Indonesia pada tahun 2016)

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana implementasi *corporate social responsibility* Allianz Indonesia (EMPOWERED) dalam pemberdayaan kaum difabel?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat implementasi program EMPOWERED?

C. Tujuan Penelitian

Mendeskripsikan bagaimana implementasi CSR Allianz Indonesia, yakni EMPOWERED dan mengetahui faktor pendukung dan penghambat implementasi program EMPOWERED.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik
 - a. Memperluas wawasan dan menjadi bahan informasi, referensi, dan kajian bagi para peneliti, pemerhati, akademisi, dan pihak-pihak yang berkepentingan untuk memahami dan mempelajari implementasi program CSR yang berkelanjutan dan sesuai dengan perusahaan dan lingkungannya.

- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi penelitian lebih lanjut pada berbagai disiplin ilmu yang berhubungan dengan implementasi CSR.

2. Manfaat Praktis

Memberi masukan bagi praktisi CSR, baik yang berasal dari perusahaan dalam implementasi program CSR yang berkelanjutan dan sesuai dengan perusahaan dan lingkungannya.

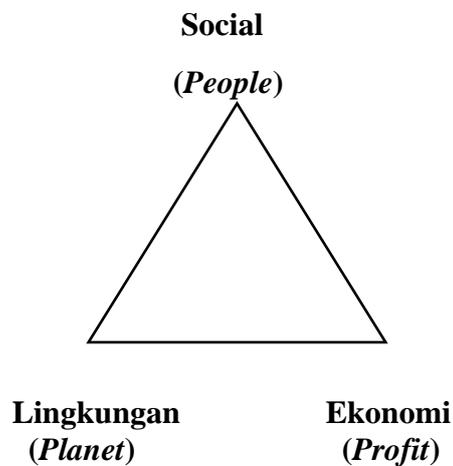
E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah yang berkaitan dengan konsep *Corporate Social Responsibility* dan *Community Development*.

1. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Konsep dari CSR mengandung arti bahwa organisasi bukan lagi sebagai kesatuan yang hanya mementingkan dirinya sendiri (*selfish*), sehingga teralienasi dari lingkungan masyarakat di tempat mereka bekerja, melainkan sebuah entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya. Konsep ini menyediakan jalan bagi setiap perusahaan untuk melibatkan dirinya dengan dimensi sosial dan memberikan perhatian terhadap dampak-dampak sosial yang ada (Rusdianto, 2013:7).

Saat ini, perusahaan yang dianggap melakukan tanggung jawab sosial dengan baik yakni perusahaan yang menerapkan tiga pilar utama (*Triple Bottom Line*) dalam kegiatan bisnisnya. John Elkington (dalam Hadi, 2011: 56-58) mengemukakan bahwa, jika perusahaan ingin bertahan, maka perusahaan harus memperhatikan 3P (*Profit, People, Planet*). Perusahaan tidak hanya mengejar laba (*profit*) semata, namun juga memikirkan bagaimana perusahaan dapat memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*People*), dan juga ikut aktif dalam membantu melestarikan lingkungan (*Planet*).



Profit, merupakan sebuah tanggung jawab yang harus dicapai oleh perusahaan. *Profit* merupakan orientasi utama bagi perusahaan. *Profit* adalah salah satu pilar berjalannya sebuah perusahaan. Selain itu, peningkatan kesejahteraan untuk masyarakat melalui program-program yang dibuat juga memerlukan sumber daya *financial*.

People, merupakan lingkungan masyarakat (*community*). *Community* memiliki ikatan yang kuat dengan dengan keberadaan perusahaan. Tidak mungkin perusahaan dapat berjalan dan bertahan tanpa ada dukungan dari *community*. Dengan strategi CSR inilah perusahaan mampu mendekatkan diri dan hadir ditengah-tengah masyarakat.

Planet, merupakan lingkungan fisik perusahaan berada. Kerusakan lingkungan, eksploitasi tanpa batas keseimbangan, cepat atau lambat akan berakibat pada kehancuran perusahaan dan masyarakat. Maka dari itu, perusahaan harus ikut aktif dalam melestarikan lingkungan.

1.1 Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

CSR lebih lanjut dimaknai sebagai komitmen perusahaan atau organisasi untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas (Rusdianto, 2013:7)

ISO 26000 (dalam Rusdianto, 2013:7) CSR didefinisikan sebagai: Tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang : konsisten dengan

pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; memperhatikan kepentingan dari para *stakeholder*; sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional; terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa.

Johnson and Johnson (dalam Hadi, 2011:46) mendefinisikan “*Corporate Social Responsibility (CSR) is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society*”.

Berdasarkan definisi-definisi mengenai CSR diatas, dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya CSR mencakup segala sesuatu yang dilakukan oleh perusahaan dalam memenuhi tanggung jawabnya atas eksistensinya dalam kehidupan masyarakat. Bagaimana komitmen sebuah perusahaan terhadap tiap *stakeholder*.

Allianz Indonesia adalah perusahaan yang bergerak pada bidang jasa keuangan. Allianz Indonesia memiliki kewajiban dalam memberi edukasi mengenai keuangan kepada masyarakat. Maka dari itu, Allianz Indonesia konsisten membuat sebuah program CSR mengenai literasi keuangan dan kewirausahaan dimulai sejak tahun 2011. Dan pada tahun 2016, Allianz Indonesia kembali membuat evolusi dari program CSR yang mereka telah lakukan sebelumnya, dan diberi nama “EMPOWERED”

1.2 Prinsip-Prinsip CSR

Post (dalam Hadi, 2011: 61) menyatakan bahwa ragam tanggung jawab perusahaan terdiri dari tiga dimensi, yaitu: (1) *economic responsibility*; (2) *legal responsibility*; (3) *Social Responsibility*.

Economic responsibility, keberadaan perusahaan ditujukan untuk meningkatkan nilai bagi *stakeholder* seperti: meningkatkan keuntungan (laba), harga saham, pembayaran dividen, dan jenis lainnya. Di samping itu, perusahaan juga perlu meningkatkan nilai bagi para kreditur, yaitu kepastian perusahaan dapat mengembalikan pinjaman berikut beserta *interest* yang dikenakan.

Legal responsibility, sebagai bagian anggota masyarakat, perusahaan memiliki tanggung jawab mematuhi peraturan perundangan yang berlaku. Termasuk ketika perusahaan sedang menjalankan aktivitas operasi, maka harus dapat dipertanggungjawabkan secara hukum dan perundangan.

Social responsibility, merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan para pemangku kepentingan. *Social responsibility* menjadi satu tuntutan ketika operasional perusahaan mempengaruhi pihak eksternal, terutama jika *externalities dis-economic*. Hal itu memunculkan resistensi sosial dan dapat memunculkan konflik sosial.

Crowther David (dalam Hadi, 2011: 59-60) mengurai prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*social responsibility*) menjadi tiga, yaitu: (1) *sustainability*; (2) *accountability*; dan (3) *transparency*.

Sustainability berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumber daya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumberdaya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan. Dengan demikian, *sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumberdaya agar tetap memperhatikan generasi masa datang.

Accountability, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akutabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan dan dipengaruhi lingkungan eksternal.

Transparency merupakan prinsip penting bagi eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak internal.

1.3. Implementasi CSR

Kotler dan Lee (2005) dalam Kartini dan Dwi (2009) mengidentifikasi enam pilihan program bagi perusahaan-perusahaan yang ingin melakukan inisiatif dan aktivitas yang berkaitan dengan masalah-masalah sosial sekaligus juga sebagai wujud komitmen CSR, yaitu:

a) *Cause Promotion*

Kegiatan yang dilakukan dalam bentuk kontribusi berupa dana dan untuk meningkatkan kesadaran akan permasalahan-permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat. Dalam *Cause Promotion* ini, perusahaan berusaha meningkatkan *awareness* masyarakat mengenai suatu *issue* tertentu.

Perusahaan mengajak masyarakat ikut berpartisipasi dalam mengatasi atau mencegah permasalahan tersebut. Perusahaan juga dapat melakukan programnya sendiri maupun dibantu atau bekerjasama dengan lembaga lain, seperti *Non-Government Organization* karena dapat dilakukan dalam bentuk meningkatkan *awareness* dan *concern* masyarakat terhadap suatu *issue* tertentu.

b) *Cause Related Marketing*

Dalam kegiatan CSR ini, perusahaan memiliki komitmen untuk menyumbangkan persentase tertentu dari

penghasilannya untuk suatu kegiatan sosial atau donasi bagi permasalahan sosial tertentu, untuk periode tertentu.

Dalam *cause related marketing*, perusahaan akan mengajak masyarakat untuk membeli atau menggunakan produknya, baik itu barang maupun jasa dimana sebagian dari keuntungan yang didapat perusahaan akan didonasikan untuk membantu mengatasi atau mencegah masalah tertentu. Untuk konteks Indonesia, pelaksanaan *cause related marketing* terutama diajukan untuk kegiatan beasiswa, penyediaan air bersih, pemberian pelayanan kesehatan, dan pengembangan usaha kecil dan menengah.

c) *Corporate Social Marketing*

Dalam aktivitas CSR ini, perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk merubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

d) *Corporate Philantrophy*

Dalam aktivitas CSR ini, perusahaan memberikan kontribusi atau sumbangan secara langsung dalam bentuk jasa, dana atau alat kepada pihak yang membutuhkan baik itu lembaga, perorangan, ataupun kelompok tertentu.

e) *Community Volunteering*

Perusahaan mendorong atau mengajak karyawan serta mitra bisnisnya untuk secara sukarela terlibat dan membantu masyarakat dalam program CSR yang sedang dilaksanakan.

f) *Socially Responsible Business Practices*

Dalam aktivitas CSR ini, perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis melampaui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup. Yang dimaksud komunitas dalam hal ini mencakup karyawan, perusahaan, pemasok, distributor, organisasi-organisasi nirlaba yang menjadi mitra perusahaan serta masyarakat secara umum. Sedangkan yang dimaksud kesejahteraan mencakup didalamnya aspek-aspek kesehatan, keselamatan, pemenuhan kebutuhan psikologis dan emosional.

1.4. Tahap-Tahap Implementasi CSR

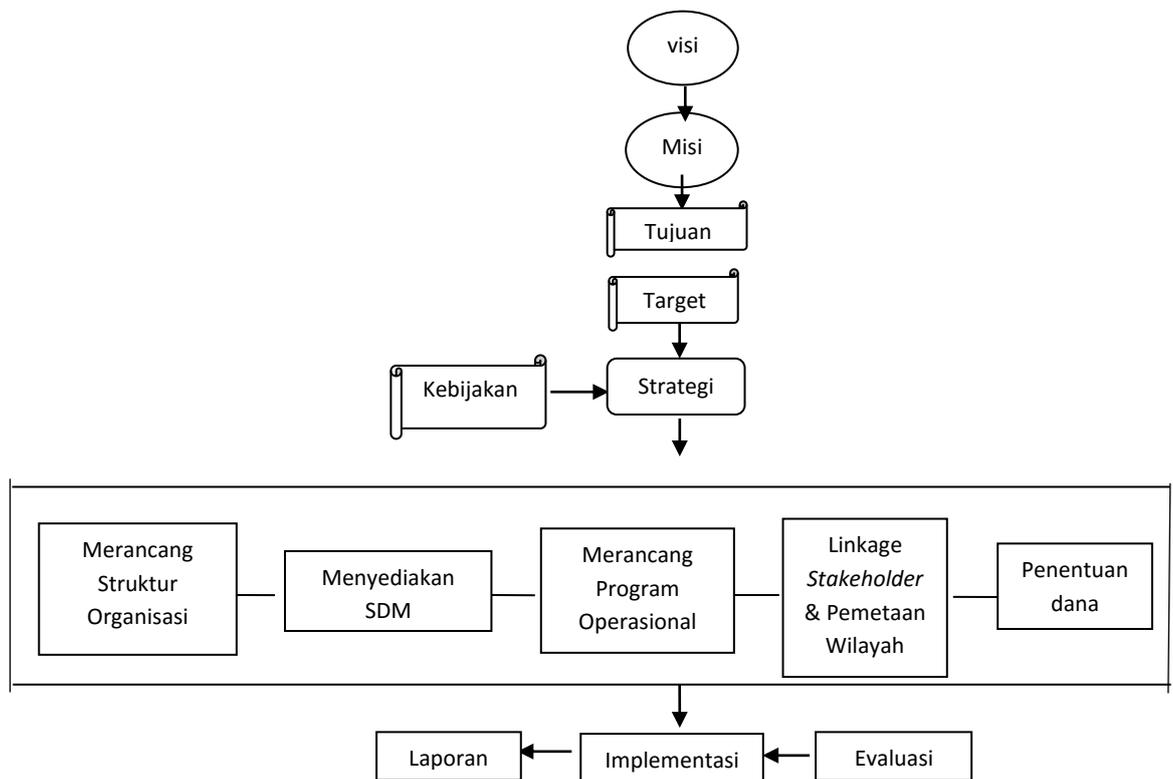
1.4.1 Perencanaan CSR

Wibisono (2007) menyatakan bahwa perencanaan program menjadi penting karena dapat dijadikan arah untuk

melaksanakan (implementasi) pelaksanaan program. Disamping itu, perencanaan juga menentukan strategi yang lebih efektif dapat dilaksanakan.

Nor Hadi (dalam Hadi, 2011: 125-142) merumuskan diagram yang menggambarkan tahapan perencanaan, evaluasi, dan implementasi tanggung jawab sosial (*social responsibility*) seperti dalam gambar dibawah :

Gambar 1.4. Gradasi Perencanaan CSR



CSR butuh perumusan yang jelas, baik materi, strategi, sasaran, peneliti pemangku kepentingan, maupun anggaran yang dibutuhkan. Untuk itu dibuthkan kajian mendalam dan berkelanjutan dalam perumusan, pelaksanaan

(implementasi), dan evaluasi CSR. Dengan begitu, kualitas perencanaan praktik CSR tergantung kepada analisis perusahaan terhadap lingkungan dan sosial.

1.4.2 Pelaksanaan CSR

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* merupakan tahap aplikasi program CSR yang telah dirancang sebelumnya. Terdapat berbagai pendekatan yang dapat dijadikan pijakan dalam mengimplementasikan praktik tanggung jawab sosial, antara lain:

- (1) Sentralisasi, yakni CSR yang terpusat di perusahaan. Perusahaan yang merencanakan, menentukan jenis program, merumuskan strategi perusahaan, dan sekaligus sebagai yang melaksanakan program yang telah direncanakan.
- (2) Desentralisasi, perusahaan berperan sebagai pendukung kegiatan (*supporting media*). Mitra yang merencanakan, menentukan jenis program, merumuskan strategi perusahaan, dan sekaligus sebagai yang melaksanakan program yang telah direncanakan.

(3) *Mixed Type*, perpaduan pola sentralistik dan desentralistik, sehingga cocok dengan program *community development*, yang mendudukkan inisiatif, pendanaan maupun pelaksanaan kegiatan dilakukan secara partisipatoris dengan *beneficiaries*.

Secara garis besar, model pelaksanaan CSR perusahaan di Indonesia mencakup hal-hal berikut ini:

- a. Bantuan sosial meliputi: bakti sosial, pengadaan sarana kesehatan, rumah ibadah, jalan dan sarana umum lainnya, penanggulangan bencana alam, pengentasan kemiskinan dan pembinaan masyarakat.
- b. Pendidikan dan pengembangan meliputi: pengadaan sarana pendidikan dan penelitian, melakukan reklame, dan melestarikan alam dan keanekaragaman hayati.
- c. Konsumen meliputi: perbaikan produk secara berkeseimbangan, pelayanan bebas pulsa dan menjamin ketersediaan produk.

- d. Karyawan meliputi: program jaminan hari tua, keselamatan dan kesehatan kerja (K3) dan program renumerasi yang baik (Kodrat, 2009:264).

Manajemen implementasi CSR juga dapat dilakukan dengan pola *Charity*, *Social Activity*, dan *Community Development*. Implementasi CSR berbasis *charity philanthropy* berarti kegiatan CSR bersifat kardermawan dan jangka pendek insidensial, dan menjadikan masyarakat sebagai objek yang memperoleh bantuan. Kemudian CSR berbasis *social activity* merupakan CSR dengan bentuk bantuan jasa untuk meringankan atau membantu meringankan masyarakat. Dan yang ketiga yakni strategi *community development*, dimana mendudukan *stakeholder* dalam paradigma *common interest*. Prinsip simbiosis *mutualisme* sebagai pijakan pelaksanaan CSR. *Stakeholder* dilibatkan pada pola hubungan *resources-based partnership*, dimana mitra diberi kesempatan menjadi bagian dari *stakeholder*. Pola strategi lainnya yaitu posisi keterlibatan perusahaan langsung dan tidak langsung dalam implementasi CSR di lapangan.

Terdapat dua strategi implementasi CSR dilihat dari sudut pandang keterlibatan manajemen perusahaan, yaitu *self managing* dan *outsourcing*. *Self management strategy* adalah implementasi CSR berarti perusahaan melaksanakan sendiri di

lapangan. Perusahaan yang merencanakan, merumuskan tujuan, target, evaluasi, dan *monitoring* serta melaksakannya. *Self managing* dapat dilakukan dengan membentuk departemen dalam struktur organisasi yang bertugas untuk melaksanakan CSR.

Strategi implementasi CSR dengan pola *Outsourcing* berarti pelaksanaan CSR diserahkan pada pihak ketiga, sehingga perusahaan tidak terlibat dalam pelaksanaan di lapangan. Terdapat pola model *outsourcing*, yaitu: (1) bermitra dengan pihak lain (*event organizer*, LSM, institusi pendidikan dan sejenisnya); (2) bergabung dan mendukung kegiatan bersama baik berjangka pendek maupun berjangka panjang.

1.4.3 Evaluasi CSR

Sebagai satu program, *social responsibility* membutuhkan pemantauan dan evaluasi dalam rangka perbaikan di masa depan. Dan sekaligus menentukan tingkat capaian kinerja aktivitas sosial yang telah dilakukan. Evaluasi dan pemantauan juga ditujukan untuk mengetahui sejauh mana pencapaian tujuan program serta apakah terdapat penyimpangan yang membutuhkan tindakan koreksi. Terutama bagi tanggung jawab sosial yang bersifat *multy years*.

Menurut Prayogo (2011), bentuk evaluasi dapat ditentukan berdasarkan pendekatan program CSR dan *Community development* yang digunakan. Dalam pendekatan *social planning*, tujuan utama yang hendak dicapai adalah memecahkan masalah tertentu dalam masyarakat, misalkan, masalah kemiskinan, pendidikan, kesehatan, integritas dan sejenisnya, bentuk evaluasi yang digunakan yaitu:

- a) Evaluasi formatif, merupakan penilaian untuk meningkatkan performa atau kinerja program, biasanya dilakukan saat program masih atau sedang berjalan. Dimaksudkan untuk capaian program sesuai dengan rencana.
- b) Evaluasi summatif, merupakan evaluasi di akhir program untuk memastikan bahwa program yang dijalankan adalah berhasil atau gagal menurut ukuran tujuan program. Evaluasi ini digunakan untuk menjamin bahwa program yang diaplikasikan di tempat lain.

Evaluasi pelaksanaan tanggung jawab sosial di perusahaan dilakukan dalam rangka mencapai tujuan (Hadi, 2011: 147):

- a. Memperoleh temuan masukan untuk perencanaan program atau kegiatan dilaksanakan.

- b. Memperoleh berbagai bahan pertimbangan dalam rangka mendukung pengambilan keputusan, layak atau tidak layak program tanggung jawab sosial untuk dilanjutkan.
- c. Memperoleh temuan untuk masukan perbaikan program atau kegiatan yang sedang dilaksanakan.
- d. Memperoleh temuan hambatan program yang sedang dilaksanakan.
- e. Memperoleh rekomendasi dan pelaporan terhadap penyandang dana.

1.5. Faktor yang Mempengaruhi Implementasi CSR

Dalam pelaksanaannya, tentu implementasi dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut *Princes of Wales Foundation* dalam Untung (2008: 11-12) terdapat lima hal penting yang dapat mempengaruhi implementasi CSR, Yakni:

a) *Human Capital* (Pemberdayaan Manusia)

Tidak hanya sumber daya manusia dari pihak internal, namun pemberdayaan manusia dari eksternal perusahaan yang handal juga mempengaruhi implementasi CSR

b) *Environments* (Lingkungan)

Faktor lingkungan juga menjadi acuan bagi perusahaan untuk ikut melestarikan lingkungan melalui program CSR

c) *Good Corporate Governance*

Perusahaan harus menjalankan tata kelola perusahaan dengan baik

d) *Social Cohesion* (Kecemburuan Sosial)

Dengan adanya program CSR perusahaan tersebut tidak boleh menimbulkan kecemburuan sosial yang memicu konflik

e) *Economic Strength* (Kekuatan Ekonomi)

Perusahaan dituntut untuk memberdayakan lingkungan demi kemandirian ekonomi

2. CSR dalam Bentuk *Community Development* (Pengembangan Masyarakat)

Budimanta mengemukakan *community development* adalah kegiatan pembangunan masyarakat yang dilakukan secara sistematis, terencana dan diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat guna mencapai kondisi sosial, ekonomi, dan kualitas kehidupan yang lebih baik dibandingkan dengan kegiatan pembangunan sebelumnya (Rudito & Famiola, 2013: 142)

Community development adalah program kegiatan CSR perusahaan dalam pembangunan atau pengembangan kepada *stakeholder* eksternal (masyarakat), karena CSR sendiri merupakan program pertanggung jawaban terhadap *stakeholder* internal maupun eksternal. Secara umum ruang lingkup program-program *community development* dapat dibagi berdasarkan tiga

kategori yang secara keseluruhan akan bergerak secara bersama-sama, kegiatan kategori dapat digambarkan sebagai berikut (Rudito&Famiola, 2013: 144-146);

- a) *Community Relation*. Yaitu kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait. Seperti seringnya pihak perusahaan dan anggota komunitas bertukar pikiran dalam suatu hal, atau membangun pertemuan-pertemuan yang kerap dilakukan. Dalam kategori ini, program lebih cenderung mengarah pada bentuk-bentuk kedermawanan (*charity*) perusahaan.
- b) *Community Services*. Merupakan pelayanan perusahaan untuk memenuhi kepentingan masyarakat atau kepentingan umum. Ini dapat ditunjukkan dengan adanya pembangunan secara fisik sektor-sektor kesehatan, keagamaan, pendidikan, transportasi, dan sebagainya. Inti kategori ini adalah memberikan kebutuhan yang ada di masyarakat dan pemecahan masalah yang dilakukan oleh masyarakat sendiri sedangkan perusahaan hanyalah menjadi fasilitator dari pemecahan masalah tersebut.
- c) *Community Empowering* adalah program-program yang berkaitan dengan memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya, seperti pembentukan usaha industri kecil lainnya yang secara alami anggota masyarakat sudah mempunyai perantara pendukungnya dan perusahaan memberikan akses kepada

prentara sosial yang ada tersebut agar dapat berlanjut. Dalam kategori ini, sasaran utama adalah kemandirian komunitas. Hal ini pada dasarnya lebih mendalam pelaksanaannya daripada *community services*. Karena hal ini menyangkut keberlanjutan dari kegiatan yang ditanamkan pada pranata-pranata sosial yang ada di masyarakat.

Program *community development* khususnya *community empowerment* (pemberdayaan masyarakat) memang memerlukan strategi yang baik. Hal ini berkaitan dengan adanya usaha untuk mengubah kebudayaan yang sudah ada dan berkembang sebelum adanya program. *Community development* mempunyai beberapa prinsip, yaitu (Gunawan, 2008:22) :

1. Kebutuhan komunitas harus dilihat dalam pendekatan yang holistic. Meskipun prioritas dapat disusun secara sektoral, namun harus mampu menjelaskan keterkaitannya dalam perencanaannya secara menyeluruh.
2. *Community development* adalah proses, artinya proses mestilah menjadi bagian penting dalam seluruh aktivitas, sehingga dimonitor dan dievaluasi secara baik, dan diperlakukan sama pentingnya dengan hasil atau kemajuan yang diperoleh.
3. Pemberdayaan merupakan hasil dari pengaruh, partisipasi dan pendidikan komunitas. Yang dituju oleh kegiatan *community development* adalah pemberdayaan dari komunitas bersangkutan. Ia akan mencapai apabila aktifitas yang dijalankan merupakan kebutuhan dan keinginan komunitas bersangkutan, sehingga dapat

berjalan secara sempurna. Selain itu, seluruh tahapan haruslah dipandang sebagai sebuah proses pendidikan bagi komunitas.

4. Aktivitas yang dijalankan harus menjamin bahwa itu memperhatikan lingkungan sekitar.
5. Mempertimbangkan keberlanjutan (*sustainability*)
6. Kemitraan antar seluruh pelaku akan lebih menjamin akses kepada sumberdaya secara lebih adil.

Prinsip tersebut melihat bahwa *community development* dalam implementasinya menyangkut peran dan kebutuhan masyarakat yang lebih besar dibanding terhadap perusahaan itu sendiri. Pemenuhan enam faktor diatas dapat membantu perusahaan untuk melakukan praktik CSR tidak hanya terfokus pada bentuk bantuan materi. Melahirkan masyarakat yang kreatif dan inovatif lebih bermanfaat bagi masyarakat dalam menghadapi permasalahan yang sedang dihadapi dengan mengembangkan kemampuan atau potensi yang mereka miliki.

2.1. Pemberdayaan Difabel

Jika kita menarik garis dalam konsep CSR dan *community development*, maka penyaluran CSR juga dapat dilakukan dalam pemberdayaan kaum difabel. Bagaimana perusahaan dapat menyejahterakan kaum difabel yang memiliki keterbatasan dalam melakukan pekerjaannya sehari-hari. Kemudian pemberdayaan difabel ini

selain dengan regulasi mengenai penyandang difabel yang telah ditetapkan pemerintah Indonesia.

Indonesia memiliki Undang-undang Nomor 19 Tahun 2011 tentang Ratifikasi Konvensi Mengenai Hak Penyandang Disabilitas, sebagai bentuk pelaksanaan kewajiban negara dalam bentuk pemberian proteksi terhadap penyandang disabilitas. Seperti dalam Pasal 27 tentang Pekerjaan dan Lapangan Kerja huruf (e): Memajukan kesempatan kerja dan pengembangan karier bagi penyandang disabilitas di bursa kerja, demikian juga bantuan dalam menemukan, mendapatkan, mempertahankan, dan kembali ke pekerjaan. Huruf (f) Memajukan kesempatan untuk memiliki pekerjaan sendiri, wiraswasta, pengembangan koperasi, dan memulai usaha sendiri.

F. RISET TERDAHULU

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah Implementasi Program Rumah Srikandi Yogyakarta Sebagai Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Berbasis *Community Development* PT. Sari Husada Yogyakarta Periode 2010-2014 (Studi Kasus Mengenai Program Rumah Srikandi di Kampung Badran, Kelurahan Bumijo Kecamatan Jetis Kota Yogyakarta Sebagai Program CSR PT. Sari Husada Yogyakarta) oleh Devi Austina dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (2014). Dalam penelitiannya, Devi Austina mendeskripsikan bagaimana implementasi program Rumah

Srikandi Yogyakarta sebagai program CSR berbasis *community development* serta apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan program tersebut.

Peneliti juga mendapatkan temuan bahwa program Rumah Srikandi Yogyakarta sebagai program CSR berbasis *community development* ini memiliki 3 pilar program utama, yakni *nutrition development program*, *child education program*, dan *economic development program*. Dalam tahap perencanaan, program ini menggunakan metode *participatory rural appraisal* dengan melibatkan peran PT. Sari Husada Yogyakarta, Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU), dan Pemerintah Kota Yogyakarta. Dalam tahap implementasi, program ini menggunakan strategi *outsourcing* yang menggunakan pola bermitra dengan pihak lain, yaitu PKPU. Dan evaluasi yang digunakan dalam program ini ialah menggunakan evaluasi formatif dan summative.

Penelitian selanjutnya yang menjadi acuan peneliti adalah penelitian Zulfitri dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta (2011) dengan judul Pemberdayaan Masyarakat Melalui *Corporate Social Responsibility* PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk. Zulfitri mengambil CSR PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk. sebagai objek penelitiannya. Berawal dari data BPS yang mencatat bahwa angka kemiskinan di Indonesia mencapai 14,5%, dan ia juga melihat bahwa gejala kemiskinan ini erat hubungannya dengan masalah struktur yang timpang dan kurang mendukung, mengakibatkan institusi Negara utama dalam Negara,

pemerintah, dan pemilik modal gagal menjalankan peran idealnya, yakni menyejahterakan kehidupan bermasyarakat.

Zulfitri akhirnya merasa tertarik untuk meneliti sejauh mana komitmen PT. Indocement Tunggal Prakarsa dalam upaya memberdayakan masyarakat di sekitar operasinya. Temuan dalam penelitian yang dilakukan oleh Zulfikar adalah, terdapat lima program yang dijalankan PT. Indocement Tunggal Prakarsa dalam melakukan pemberdayaan masyarakat, yakni program perkebunan pohon jarak, pengelolaan sampah rumah tangga, pemanfaatan energy dan kotoran sapi, peternakan terpadu, dan bengkel terpadu. Selain itu, Zulfikar juga menemukannya strategi pelaksanaan CSR PT Indocement Tunggal Prakarsa mengacu pada rencana strategis perusahaan yakni pengembangan masyarakat yang mengacu pada konsep 5 pilar, yakni pembangunan, pendidikan, ekonomi, kesehatan, sosial agama dan budaya, dan keamanan. Serta Zulfikar juga menemukan manfaat dari CSR yang dilakukan oleh PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk.

Acuan penelitian yang ketiga yakni penelitian oleh Agus Imam Wahyudi dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (2014), dengan judul Pemberdayaan Difabel dalam Rangka Pemberian Pengetahuan dan Pelatihan Keterampilan (Studi di Yayasan Mandiri Craft, Sewon, Cibeon, Bantul, Yogyakarta). Berawal dari permasalahan dimana pembangunan yang mengutamakan sector ekonomi dan stabilitas nasional sangat berpengaruh terhadap pembentukan pola pikir masyarakat, sehingga

kalimat-kalimat yang mengandung kata sumber daya manusia, produktifitas, efektifitas, kreatifitas, selalu menjadi slogan bagi masyarakat. Dari hal itu, muncullah diskriminasi terhadap kaum penyandang cacat, karena penyandang cacat dipandang sebagai masyarakat yang tidak produktif.

Agus Imam Wahyudi meneliti bagaimana upaya Yayasan Mandiri Craft dalam memberdayakan kaum difabel. Dan dalam temuannya, ia mengungkapkan bahwa Yayasan Mandiri Craft memberdayakan kaum difabel dengan melalui pemberian pengetahuan dan pelatihan ketrampilan usaha mainan edukatif, menjahit, Bahasa Inggris dan komputer yang bertujuan menggali potensi yang ada dan dapat meningkatkan perekonomian kaum difabel.

Terdapat beberapa kesamaan dan perbedaan ketiga penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan saat ini, yakni dalam penelitian Devi Austina dan Zulfitri yakni sama sama meneliti CSR yang berbasis *community development*, namun dengan objek yang berbeda. Namun dalam penelitian Zulfitri, terdapat perbedaan lainnya. Perbedaan lainnya ialah ia tidak fokus terhadap satu program, melainkan keseluruhan program yang berkaitan dengan *community development*. Kemudian pada penelitian Agus Imam Wahyudi terdapat persamaan yakni sama-sama meneliti tentang pemberdayaan difabel, namun perbedaannya ialah Agus Imam Wahyudi tidak meneliti pemberdayaan difabel ini sebagai CSR dari sebuah perusahaan.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini akan menelaah bagaimana proses program *Corporate Social Responsibility* Allianz Indonesia, yakni EMPOWERED. Pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang tidak menggunakan angka ataupun rumus statistik dalam mengumpulkan data dan memberikan tafsiran terhadap hasil yang nantinya di dapat.

Data yang diperoleh dalam penelitian metode kualitatif ini diperoleh dari pihak pertama, dan berupa pengalaman langsung dari partisipan. Dan data tersebut harus benar-benar mendalam dengan penuh perhatian hingga aspek-aspek yang terkecil, konteks dan nuansa (Raco, 2010: 60)

Penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk mendeskripsikan apa-apa yang saat ini berlaku. Di dalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis dan menginterpretasikan kondisi yang sekarang ini terjadi atau ada. Dengan kata lain penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk memperoleh informasi-informasi mengenai keadaan yang ada. (Mardalis, 1999: 26)

Metode ini digunakan untuk menjawab pertanyaan “*how*” (bagaimana) dan “*why*” (kenapa). Bahwasanya penelitian deskriptif kualitatif dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan-

keadaan nyata sekarang yang sementara berlangsung Pada hakikatnya penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek dengan tujuan membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta atau fenomena yang diselidiki (Covello, Cevilla, dkk, 1993: 73).

2. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah program CSR Allianz Indonesia, yakni EMPOWERED.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Kantor Pusat Allianz Indonesia, Allianz Tower lantai 7 Jalan H.R Rasuna Said, Kawasan Kuningan Persada Super Blok 2, Jakarta Selatan. Dan juga lokasi realisasi program EMPOWERD, yakni di Gunung Kidul dan Klaten .

4. Teknik Pengumpulan Data

Pada tahap penelitian ini agar diperoleh data yang valid dan bisa dipertanggungjawabkan, maka data diperoleh melalui :

4.1 Wawancara

Wawancara sebagai upaya mendekatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada informan. Tanpa wawancara, peneliti akan kehilangan informasi yang hanya dapat diperoleh dengan jalan bertanya langsung. Adapun

wawancara yang dilakukan adalah wawancara tidak berstruktur, dimana di dalam metode ini memungkinkan pertanyaan berlangsung luwes, arah pertanyaan lebih terbuka, tetap fokus, sehingga diperoleh informasi yang kaya dan pembicaraan tidak kaku. (Singarimbun, Masri dan Sofwan, 1989)

Informan dalam wawancara penelitian ini, peneliti tentukan dengan metode “*purposive sampling*”, yakni teknik pengambilan sampling dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu misalnya, orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi yang diteliti (Sugiyono, 2013:299).

Adapun dalam pengumpulan data, peneliti melakukan wawancara, hal ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh data secara luas dan menyeluruh sesuai dengan kondisi saat ini antara lain. Peneliti melakukan wawancara dengan beberapa pihak, antara lain:

- 1) Indra Yuliawan, selaku *Head of CSR Allianz Indonesia*. Bapak Indra mengikuti seluruh proses yang dilakukan dalam mengelola program EMPOWERED ini. Maka dari itu, peneliti menjadikan narasumber

dalam memperoleh data karena di anggap paham mengenai program EMPOWERED

- 2) Nurul Munawaroh, selaku tim pengelola program EMPOWERED sekaligus mitra Allianz, BMUN Bandung. Peneliti memilih ibu Nurul sebagai narasumber karena ia turut serta dalam membuat perencanaan, pelaksanaan, dan juga evaluasi dari program EMPOWERED.
- 3) Suhardi Wiyanto, selaku Wakil Sekretaris PPCK yang menjadi peserta ToT dan fasilitator lokal untuk PPCK. Beliau giat dan sukses dalam mendampingi teman-teman satu komunitasnya dalam program EMPOWERED ini, salah satunya yakni pak sapto, yang menjadi salah satu peserta sukses EMPOWERED.
- 4) Sapto, selaku peserta program EMPOWERED. Bapak Sapto adalah salah satu peserta tuna daksa sukses dari program EMPOWERED ini. Sebelum ia mengikuti program EMPOWERED, ia hanya menggunakan kotak kayu sebesar 50x50cm di dalam melakukan pekerjaannya sebagai tukang sol sepatu. Ia tidak memiliki tempat yang layak untuk usahanya, dimana saat panas ia kepanasan, dan saat hujan, ia kehujanan.

Kondisi tempat usaha yang seperti itu membuat para pelanggan belum bisa mempercayakan sepatunya kepada pak Sapto. Dan setelah ia mengikuti program EMPOWERED ini, ia bisa mempunyai kios kayu yang mempunyai atap dan pintu. Dengan tempat yang lebih layak dan lebih permanen, satu persatu pelanggan datang ke kios yang diberi nama “Sol Sepatu Pak Jenggot” itu dan mulai mempercayai sepatunya diperbaiki oleh pak Sapto. Kemudian ia mulai membuka reparasi tas. Dan dari segi pemasukan, pak Sapto mendapat penghasilan yang bertambah dari sebelumnya. Maka dari itu, peneliti tertarik menjadikan pak Sapto sebagai Narasumber.

4.2 Observasi Langsung

Observasi langsung adalah cara pengumpulan data dengan cara melakukan pencatatan secara cermat dan sistematis. Observasi harus dilakukan secara teliti dan sistematis untuk mendapatkan hasil yang bisa diandalkan, dan peneliti harus mempunyai latar belakang atau pengetahuan yang lebih luas tentang objek penelitian mempunyai dasar teori dan sikap objektif. (Soeranto, 1995: 99)

Observasi langsung yang dilakukan oleh peneliti bisa direalisasikan dengan cara mencatat berupa informasi yang berhubungan dengan program EMPOWERED. Juga mengamati bagaimana proses realisasi program EMPOWERED ini di Gunung Kidul dan di Klaten. Dengan observasi secara langsung, peneliti dapat memahami konteks data dalam berbagai situasi, maksudnya dapat memperoleh pandangan secara menyeluruh. Untuk itu peneliti dapat melakukan pengamatan secara langsung dalam mendapatkan bukti yang terkait dengan objek penelitian.

4.3 Dokumentasi

Dokumentasi yaitu proses melihat kembali sumber-sumber data dari dokumen yang ada dan dapat digunakan untuk memperluas data-data yang telah ditemukan. Adapun sumber data dokumen diperoleh dari lapangan berupa buku, arsip, majalah bahkan dokumen perusahaan atau dokumen resmi yang berhubungan dengan fokus penelitian. Untuk melengkapi data-datanya, peneliti mengambil pula dokumen-dokumen yang berkaitan dengan program EMPOWERED, seperti foto-foto kegiatan maupun literatur yang relevan.

5. Teknik Analisis Data

Analisis Data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, satuan uraian dasar sehingga dapat

ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Moleong, 2002:103).

Terdapat beberapa langkah atau alur dalam menganalisis data, yaitu reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan. Data diperoleh, kemudian dikumpulkan dan diolah secara sistematis, dan akhirnya peneliti dapat menarik kesimpulan.

5.1 Reduksi Data

Sugiyono dalam Maskur (2015: 83) mengatakan reduksi data merupakan proses berpikir yang memerlukan kecerdasan, keluasan dan kedalaman wawasan tinggi. Jika kesulitan maka dapat didiskusikan kepada teman atau orang lain yang dipandang ahli, melalui diskusi tersebut akan mengembangkan wawasan peneliti. Mereduksi data yakni proses memilih data yang penting, pokok dan sesuai fokus, jika menemukan sesuatu hal asing, justru itu yang menjadi perhatian peneliti.

5.2 *Display Data*

Sugiyono dalam Maskur (2015: 83) mengatakan bahwa *display* data merupakan kegiatan setelah mereduksi data, caranya menguraikan data secara singkat, bagan, dan hubungan antara kategori, seperti teks yang bersifat naratif, selain teks juga dapat digunakan data berbentuk grafik, matriks, jejaring kerja dan *chart*.

5.3 Menarik Simpulan

Langkah untuk menarik simpulan dari penelitian diharapkan akan menemukan hal baru yang sebelumnya belum pernah ada, temuan berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang akhirnya menjadi teori baru (Maskur, 2015:83).

6 Uji Validitas Data

Dalam Penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi untuk menguji keabsahan data yang telah diperoleh dan kredibilitas penelitian yang dilakukan. Peneliti memakai teknik Triangulasi sebagai teknik untuk mengecek keabsahan data. Dimana dalam pengertiannya triangulasi adalah teknik pemeriksaan data keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian (Moleong, 2004:330)

Denzin (dalam Moleong, 2004) membedakan empat macam triangulasi, diantaranya dengan memanfaatkan sumber, metode, penyidik dan teori. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi dengan memanfaatkan sumber. Menurut Patton (dalam Moleong 2016:330) triangulasi dengan sumber artinya membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Adapun untuk mencapai kepercayaan itu, maka dapat dicapai dengan langkah sebagai berikut:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan masyarakat dengan berbagai kelas, seperti orang dengan pendidikan menengah atau tinggi, orang biasa maupun orang berada.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan cara poin pertama dan kelima untuk lebih menguji keabsahan data.