

LAPORAN PENELITIAN



Praktek Filantropi Sebagai Manifestasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT Telkom Melalui Program Berbasis Pemberdayaan Ekonomi Perempuan di Bidang Usaha Tempurung Kelapa di Kabupaten Lamongan Jawa Timur

Peneliti

Drs.Gatut Priyowidodo,M.Si.

Titi Nur Vidyarini, S.Sos.

**PUSAT KAJIAN KOMUNIKASI PETRA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KRISTEN PETRA
AGUSTUS 2008**

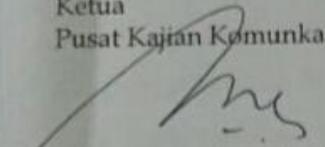
HALAMAN PENGESAHAN PENELITIAN

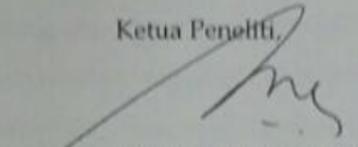
Judul Penelitian	Praktek Filantropi Sebagai Manifestasi <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> PT Telkom Melalui Program Berbasis Pemberdayaan Ekonomi Perempuan di Bidang Usaha Tempurung Kelapa di Kabupaten Lamongan Jawa Timur
Bidang Ilmu	Ilmu Komunikasi
Ketua Peneliti : Nama Jenis Kelamin Gol./Pangkat Jabatan Fungsional Jabatan Struktural Fakultas/Jurusan	Drs.Gatut Priyowidodo,M.Si. Laki-laki IV a/ Pembina Lektor Kepala - Ilmu Komunikasi
Susunan Tim Peneliti Nama Anggota Tim	Titi Nur Vidyarini,S.Sos.
Lokasi Penelitian	Surabaya, Lamongan
Kerjasama Kelembagaan: a. Nama b. Alamat	- -
Lama Penelitian	3 (Tiga) Bulan
Biaya Penelitian	Pusat Kajian Komunikasi Petra (PKKP) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra
Besar Anggaran	Rp.5.000.000,- (lima juta rupiah)

Surabaya, 05 Agustus 2008

Mengetahui,
Ketua
Pusat Kajian Komunikasi Petra (PKKP)

Ketua Peneliti,

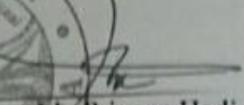

Drs.Gatut Priyowidodo


Drs.Gatut Priyowidodo,M.Si.

Menyetujui :

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Kristen Petra




Drs. Ida Priyana Hadi,M.Si.
NIP. 96-022

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan data Biro Pusat Statistik tahun 2004 jumlah angka kemiskinan di Indonesia mencapai 36,3 juta jiwa (17,4%). Angka statistik ini seakan mewakili suatu gejala kemiskinan yang dirasakan masyarakat kebanyakan, mulai dari timbulnya daerah rawan pangan, peristiwa busung lapar, rendahnya daya beli masyarakat menghadapi harga kebutuhan yang menjulang, hingga susahny mencari pekerjaan dan uang. Data inipun mengisyaratkan berbagai ketidakmampuan pemerintah, mulai dari tersendat-sendatnya perbaikan struktur perekonomian, terbatasnya penyediaan lapangan pekerjaan dan susahny meningkatkan kualitas pendidikan dan kesehatan (Abubakar ed.,2006:4).

Mengingat begitu terbatasnya kemampuan pemerintah menyelesaikan masalah, maka partisipasi lembaga-lembaga swasta sangat diharapkan terutama dalam rangka memerangi angka pengangguran dan kemiskinan. Itu sebabnya kerjasama pemerintah dan swasta, mutlak dilakukan baik atas inisitif pemerintah yang mengajak pengusaha swasta menyisihkan keuntungannya maupun murni sebagai wujud tanggungjawab perusahaan kepada masyarakat.

Pada prinsipnya pengusaha dan perusahaan memiliki tanggung jawab sosial terhadap masyarakat dan lingkungannya. Keberlangsungan hidup perusahaan juga sangat tergantung pada keberlangsungan hidup dan dukungan lingkungan masyarakat, tempatnya berpijak. Tidak mengherankan kemudian banyak pebisnis dan perusahaan yang melaksanakan praktek filantropi perusahaan dengan menembus batas negara, lintas ras dan budaya. Di Indonesia, bahkan gerakan semacam ini pun pernah marak pada era Soeharto, dengan program kemitraan berupa "paksaan" bagi perusahaan untuk menyisihkan sebagian kecil keuntungannya guna membantu pengembangan masyarakat kurang beruntung, termasuk usaha kecil dan menengah (Surudji, 2006)

Sepuluh tahun belakangan ini, implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* malah tidak lagi sebatas pemberian beasiswa suatu perusahaan kepada anak-anak sekolah melainkan semakin variatif. Selain berbentuk hibah seperti bantuan kepada para korban bencana, penghijauan. *awareness campaign* bahaya virus HIV/AIDS, operasi katarak bagi masyarakat tidak mampu, juga ada yang

diorientasikan untuk membantu pemberdayaan masyarakat ekonomi lemah. Bahkan Sampurna Foundation (SF) memperkuat program kedermawanannya melalui *School Quality Improvement Program (SQIP)* dengan tujuan peningkatan kualitas SDM dengan dukungan dana dua persen dari keuntungan perusahaan rokok tersebut.

Demikian juga yang dilakukan PT Telkom bahwa CSR Telkom khusus untuk Program Kemitraan (PK) sejak tahun 2001 hingga triwulan III 2006 telah menyalurkan pinjaman lunak sebesar Rp356,54 miliar kepada sekitar 30.908 mitra binaan. Selain tentunya bantuan hibah Program Bina Lingkungan disalurkan kepada 2.731 pihak penerima yang dikelompokkan dalam bantuan bencana alam (BBA), bantuan sarana umum (BSU), bantuan pendidikan dan pelatihan (BPP), bantuan sarana ibadah (BSI), dan bantuan kesehatan masyarakat (BKM) pada kurun waktu yang sama mencapai angka Rp.51,56 miliar (*telkom.online*, 11 April 2007).

Fenomena CSR dengan segala variasinya ternyata dalam perkembangannya menarik banyak kalangan. Tidak saja perusahaan-perusahaan yang melakukan kegiatan kedermawanan dengan menyisihkan sebagian dari keuntungan usahanya, namun dalam pemahaman yang berbeda institusi-institusi keagamaan juga mendorong umatnya untuk berderma. Terbukti, dari penelusuran hasil penelitian terdahulu beberapa penelitian yang telah dilakukan mendukung fenomena tersebut. Temuan PIRAC (2002) misalnya, menyatakan bahwa sebanyak 96 % umat muslim pernah menyumbang. Begitu pula dengan kajian yang dilakukan oleh Gede dkk(2006) terhadap fenomena serupa terhadap umat Katolik di Jakarta dan Semarang. Penelitian lain menyorot tentang CSR dilihat dari dimensi fungsi-fungsi ke-PR-an terutama untuk perusahaan rokok dan telekomunikasi dilakukan oleh Hendra (2007). Berdasarkan beberapa fenomena dan hasil riset terdahulu, penelitian tentang CSR terutama dikaitkan dengan pemberdayaan perempuan dibidang UKM belum pernah dilakukan dan layak untuk diteliti lebih lanjut.

2.2. Rumusan Masalah

Adapun permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan menjadi dua yakni :

- Bagaimanakah praktek filantropis sebagai manifestasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT Telkom melalui program berbasis

pemberdayaan ekonomi perempuan di kabupaten Lamongan dijalankan?

- o Faktor-faktor apakah yang mendukung dan menghambat implementasi praktek filantropis bagi pemberdayaan ekonomi perempuan?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sementara tujuan penelitian meliputi :

- o Untuk mengetahui tentang praktek filantropis sebagai manifestasi *corporate social responsibility (csr)* PT Telkom melalui program berbasis pemberdayaan ekonomi perempuan di kabupaten lamongan.
- o Untuk mengetahui faktor-faktor yang mendukung dan menghambat implementasi praktek filantropis bagi pemberdayaan ekonomi perempuan.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah memberikan kontribusi kepada lembaga terkait berdasarkan kajian empiris tentang pentingnya program *Corporate Social Responsibility* terhadap para pengusaha kecil dilaksanakan. Sekaligus sebagai pembuktian ilmiah bahwa perusahaan-perusahaan sekelas Telkom tidak hanya 'profit oriented' namun juga memperhatikan kepedulian terhadap lingkungan di sekitarnya dalam bentuk implementasi program CSR.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Filantropi dan Corporate Social Responsibility

Berasal dari bahasa Yunani, *philein* yang berarti cinta dan *anthropos* yang berarti manusia. Filantropi bisa kita pahami sebagai seseorang yang mencintai sesama manusia. Filantropi perusahaan, dengan sederhana bisa kita artikan sebagai derma perusahaan untuk kemanusiaan.

Filantropi dalam arti pemberian derma biasa juga dipertukarkan dengan istilah karitas (*charity*). Namun di beberapa negara seperti di Amerika Serikat, terdapat kecenderungan untuk membedakan antara keduanya. Sementara karitas bersifat santunan, filantropi lebih berkonotasi kedermawanan yang memiliki orientasi pemberdayaan jangka panjang dan dilakukan secara berkesinambungan. (Abubakar, 2006:5-6).

Pengertian lain dikutip dari *The World Business Council for Sustainable Development* bahwa *Corporate Social Responsibility* didefinisikan sebagai “*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*” (komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komuniti-komuniti setempat dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan). Sementara menurut Chambers, tanggung jawab sosial perusahaan sebagai melakukan tindakan sosial (termasuk lingkungan hidup) lebih dari batas-batas yang dituntut peraturan perundang-undangan. (Budimanta, Prasetyo dan Rudito, 2004:72-73).

Tidak terlalu berbeda jauh dengan pengertian di atas, Bank Dunia (World Bank) malah mengartikan CSR sebagai “*the commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development*”.

2.2 Ideologi *Corporate Social Responsibility*

Intinya setiap perusahaan dalam menjalankan bisnisnya selalu dikaitkan dengan orientasi apa yang menjadi sasaran utama. Terdapat sekurangnya tiga asumsi ideologi yang menjadi dasar pijak dipraktikkannya CSR yakni *The Business of business is business*. Artinya perusahaan pada hakekatnya merupakan institusi yang menciptakan kesejahteraan masyarakat. Setiap perusahaan memiliki tujuan tunggal yaitu memaksimalkan keuntungan untuk pemiliknya dan keberadaannya dipercaya dapat menciptakan lapangan pekerjaan.

Kedua *Corporate Voulntarism* yakni lebih menekankan pada aspek kebajikan, *virtue*, dalam mengejar keuntungan perusahaan. Aliran dasar dari pemikiran ini pertama adalah bahwa setiap perusahaan dengan sukarela – sesuai dengan kekuatan dan kelemahannya dapat mengembangkan dan menjalankan CSR. Penyokong aliran ini menolak campur tangan negara dalam mengatur CSR di perusahaan. Kedua, kepedulian terhadap masyarakat atau konsumen dapat mendorong keuntungan ekonomi suatu perusahaan. Ketiga, keberadaan perusahaan tidak dapat dilepaskan dari masyarakat tempat perusahaan tersebut beroperasi. Ada kontrak sosial tak tertulis antara perusahaan dengan masyarakat yang perlu terus-menerus dijaga. Sementara yang ketiga adalah *Corporate Involuntarism* yang menekankan pada dasar pemikiran dari aliran ini adalah setiap perusahaan memiliki kewajiban menjalankan tanggung jawab sosial. Kewajiban ini harus dituangkan dalam bentuk Undang-Undang

2.3. Tujuan dan Wilayah *Corporate Social Responsibility*

Yang diharapkan dari kegiatan *Corporate Social Responsibility* adalah hubungan *corporate* dengan *stakeholders* tidak lagi bersifat pengelolaan saja, tetapi sekaligus melakukan kolaborasi, yang dilakukan secara terpadu dan terfokus kepada pembangunan kemitraan. Kemitraan ini tidak lagi bersifat penyangga organisasi, tetapi juga menciptakan kesempatan-kesempatan dan keuntungan bersama, untuk tujuan jangka panjang dan pembangunan berkelanjutan. Tanggung jawab sosial yang mulanya diberikan oleh perusahaan pada kesejahteraan *stakeholders* lain, pada akhirnya akan mengumpan balik pada *corporate*. Kemitraan ini menciptakan pembagian keuntungan bersama dan tidak menciptakan persaingan negatif yang berpengaruh pada keberlanjutan perusahaan tersebut. (Budimanta, Prasetijo dan Rudito, 2004:72-73) . Sementara cakupan atau wilayah kerja yang menjadi *domain* CSR

menurut Kavei (2005) meliputi di tempat kerja, seperti aspek keselamatan kerja, pengembangan *skill* karyawan dan kepemilikan saham. Di komunitas, antara lain dengan memberi bea siswa dan pemberdayaan ekonomi. Terhadap lingkungan, misalnya pelestarian lingkungan dan proses produksi yang ramah lingkungan.

2.4 Program Corporate Social Responsibility

Implementasi CSR sekurangnya terkategori atas enam program (Hendra, 2007) yang meliputi pertama *Cause Promotion* adalah inisiatif sosial di mana perusahaan menyediakan dana, kontribusi atau sumber daya perusahaan lainnya untuk meningkatkan kesadaran dan kepedulian terhadap sebuah permasalahan sosial atau mendukung penggalangan dana, partisipasi, rekrutmen relawan untuk permasalahan tertentu. Ciri khas *cause promotion*, pada umumnya mempunyai tujuan komunikasi untuk membangun kesadaran dan kepedulian terhadap suatu masalah dengan memotivasi dengan fakta dan statistik, membujuk orang untuk mengakses informasi mengenai permasalahan tersebut melalui suatu situs, membujuk orang untuk menyumbangkan waktu, uang, sumberdaya selain uang dan berpartisipasi dalam suatu *event*.

Kedua, *Cause-Related Marketing* adalah inisiatif sosial di mana perusahaan berkomitmen dalam memberikan kontribusi atau memberikan beberapa persen dari pendapatan untuk permasalahan tertentu berdasarkan penjualan produk. Ciri khas inisiatif ini adalah dana yang jelas dari tiap penjualan produk. Ketiga *Corporate Social Marketing* adalah inisiatif sosial di mana perusahaan mendukung pembangunan dan atau implementasi terhadap perubahan tingkah laku yang bertujuan meningkatkan kesehatan, keselamatan, lingkungan dan komunitas. Sebuah perusahaan dapat mengimplementasi kampanye perubahan tingkah laku secara mandiri, namun pada umumnya mengajak kerja sama organisasi non profit atau organisasi di sektor publik. Keempat *Corporate Philanthropy* adalah inisiatif sosial di mana perusahaan memberikan kontribusi untuk amal, pada umumnya berupa uang tunai dan donasi. Pada umumnya inisiatif ini memilih permasalahan yang merefleksikan area prioritas dari perusahaan kemudian memilih penerima kontribusi, pada umumnya adalah organisasi non profit, yayasan, dan sektor publik, seperti sekolah. Kelima, *Community Volunteering* adalah inisiatif di mana perusahaan mendukung dan mendorong para karyawan, mitra kerja dan anggota *franchise* untuk menyumbangkan waktu untuk

mendukung komunitas lokal organisasi dan perkara atau permasalahan tertentu. Mereka dapat menyumbangkan kemampuan, talenta, ide dan tenaga kerja.

Keenam *Socially Responsible Business Practices*, di mana perusahaan bebas untuk mengadopsi dan menentukan praktek bisnis dan investasi yang mendukung permasalahan sosial untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas dan melindungi lingkungan. Kuncinya adalah aktivitas yang dipilih secara bebas bukan sesuatu yang telah diharuskan oleh hukum, dan peraturan atau sesuatu yang telah diharapkan sesuai standard etis dan moral (Kotler dan Lee, 2005:23-24)

2.5 Implementasi Pemberdayaan Masyarakat

Kegiatan pemberdayaan masyarakat harus mampu mengembangkan teknik-teknik implementasi tertentu yang imajinatif untuk menggugah kesadaran masyarakat. Menurut Sihondze (1999), orientasi pemberdayaan masyarakat haruslah membangun petani dan nelayan (sasaran) agar mampu mengembangkan diri atas dasar inovasi-inovasi yang ada, ditetapkan secara partisipatoris, yang pendekatan metodenya berorientasi pada kebutuhan masyarakat sasaran dan hal-hal yang bersifat praktis, baik dalam bentuk layanan individu maupun kelompok. Sedangkan peran petugas pemberdayaan masyarakat sebagai *outside people* dapat dibedakan menjadi 3 bagian yaitu peran konsultan, peran pembimbingan dan peran penyampai informasi. Dengan demikian peran serta kelompok sasaran (masyarakat itu sendiri) menjadi sangat dominan.

Belajar dari pengalaman menunjukkan bahwa ketika peran penguasa sangat dominan dan peranserta masyarakat dipandang sebagai kewajiban, maka masyarakat justru terpinggirkan dari proses pembangunan. Penguatan peranserta masyarakat haruslah menjadi bagian dari agenda demokratisasi lebih-lebih dalam era globalisasi. Peranserta masyarakat harus lebih dimaknai sebagai hak ketimbang kewajiban. Kontrol rakyat terhadap isi dan prioritas agenda pengambilan keputusan atas program-program pembangunan yang ditujukan kepadanya adalah hak masyarakat sebagai pemegang kata akhir dan mengontrol apa saja yang masuk dalam agenda dan urutan prioritas.

Apabila peraserta masyarakat meningkat efektivitasnya, maka sebenarnya upaya pemberdayaan masyarakat telah dijalankan. Upaya pemberdayaan masyarakat dapat dilakukan dengan meningkatkan efisiensi dan produktivitas melalui

pengembangan sumberdaya manusia, penguasaan teknologi dan penguatan kelembagaan serta perbaikan sarana dan prasarana ekonomi dan sosial. Upaya ini memerlukan adanya kerjasama yang sinergis dari berbagai kekuatan pembangunan yang ada.

Untuk melakukan pemberdayaan masyarakat secara umum menurut Karsidi (2005) dapat diwujudkan dengan menerapkan prinsip-prinsip dasar pendampingan masyarakat, sebagai berikut :

1. Belajar dari Masyarakat

Prinsip yang paling mendasar adalah prinsip bahwa untuk melakukan pemberdayaan masyarakat adalah dari, oleh, dan untuk masyarakat. Ini berarti, dibangun pada penguatan, kepercayaan akan nilai dan relevansi pengetahuan tradisional masyarakat untuk memecahkan masalah-masalahnya sendiri.

2. Pendamping sebagai Fasilitator, masyarakat sebagai Pelaku Kosekuensi dari prinsip pertama adalah perlunya pendamping menyadari perannya sebagai fasilitator dan bukannya sebagai pelaku atau guru. Untuk itu perlu sikap rendah hati serta ketersediaan untuk belajar dari masyarakat dan menepatkan warga masyarakat sebagai nara sumber utama dalam memahami keadaan masyarakat itu. Bahkan dalam penerapannya masyarakat dibiarkan mendominasi kegiatan. Walaupun pada awalnya peran pendamping lebih besar, harus diusahakan agar secara bertahap peran itu bisa berkurang dengan mengalihkan prakarsa kegiatan-kegiatan pada warga masyarakat itu sendiri.

3. Saling belajar, Saling berbagi Pengalaman

Salah satu prinsip dasar pendampingan untuk pemberdayaan masyarakat untuk pemberdayaan masyarakat adalah penguatan akan pengalaman dan pengetahuan tradisional masyarakat. Hal ini bukanlah berarti bahwa masyarakat selamanya benar dan harus dibiarkan tidak berubah. Kenyataan objektif telah membuktikan bahwa dalam banyak hal perkembangan pengalaman dan pengetahuan tradisional masyarakat tidak sempat mengejar perubahan-perubahan yang terjadi dan tidak lagi dapat memecahkan masalah-masalah yang berkembang. Namun sebaliknya, telah terbukti pula bahwa pengetahuan modern dan inovasi dari luar yang diperkenalkan oleh orang luar tidak juga memecahkan masalah mereka. Karenanya pengetahuan masyarakat dan pengetahuan dari luar atau inovasi, harus dipilih secara arif dan atau saling melengkapi satu sama lainnya.

Paradigma pemberdayaan ekonomi rakyat sebenarnya bukan saja berupa tuntutan atas pembagian secara adil aset ekonomi, tetapi juga merupakan keniscayaan ideologis dengan semangat meruntuhkan dominasi-dominasi birokrasi dalam mengatur dan menentukan berbagai bidang kehidupan rakyat (Sasono, 1999). Untuk itu maka pemberdayaan ekonomi rakyat (dalam penerapan untuk petani dan nelayan kecil) berarti menuju kepada terbetuknya kemandirian petani dan nelayan itu, yaitu berperilaku efisien, modern, dan berdaya saing tinggi. Perilaku efisien artinya berpikir dan bertindak serta menggunakan sarana produksi secara tepat guna atau berdaya guna. Berperilaku modern artinya mengikuti dan terbuka terhadap perkembangan dan inovasi serta perubahan yang ada. Sedangkan berdaya saing tinggi yaitu mampu berpikir dan bertindak serta menggunakan sarana produksi atas dasar memperhatikan mutu hasil kerjanya dan kepuasan konsumen yang dilayaninya (Sumardjo, 1999).

Gagasan dan pemberdayaan ekonomi rakyat menurut Mahmudi (1999) adalah merupakan upaya mendorong dan melindungi tumbuh dan berkembangnya kekuatan ekonomi lokal dan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek) oleh masyarakat yang berbasis pada kekuatan rakyat. Muatan gagasan ini tidak saja dituntut untuk dapat mendayagunakan dan menghasilgunakan potensi sumber daya lokal untuk kepentingan kesejahteraan rakyat, tetapi juga terlindunginya hak-hak rakyat dalam pengelolaan sumberdaya lokal sesuai dengan kepentingan ekonomi dan sosialnya.

BAB III Metodologi

3.1 Definisi Konseptual

- Filantropi dalam arti pemberian derma biasa juga dipertukarkan dengan istilah karitas (charity). Namun di beberapa negara seperti di Amerika Serikat, terdapat kecenderungan untuk membedakan antara keduanya. Sementara karitas bersifat santunan, filantropi lebih berkonotasi kedermwanaan yang memiliki orientasi pemberdayaan jangka panjang dan dilakukan secara berkesinambungan.
- Sementara *Corporate Social Responsibility* diartikan sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komuniti-komuniti setempat dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.

Pemberdayaan ekonomi rakyat mencakup :

- Perilaku efisien yakni berpikir dan bertindak serta menggunakan sarana produksi secara tepat guna atau berdaya guna. Arti tepat guna dan berdaya guna mengacu pada ketersediaan sarana produksi yang ada.
- Berperilaku modern artinya mengikuti dan terbuka terhadap perkembangan dan inovasi serta perubahan yang ada. Artinya model produksi yang dihasilkan mengikuti tren pasar yang ada.
- Berdaya saing tinggi yaitu mampu berpikir dan bertindak serta menggunakan sarana produksi atas dasar memperhatikan mutu hasil kerjanya dan kepuasan konsumen yang dilayaninya. Artinya produk yang dihasilkan laku dipasar atas dasar kemampuan bersaingnya dengan produk serupa dari daerah lain.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini berjenis penelitian deskriptif, dengan pendekatan kualitatif yaitu jenis penelitian yang berisi tentang pemaparan atau uraian mendalam dan bukan berupa angka-angka. (Ruslan, 2003:12). Sedangkan menurut Bogdan dan Taylor (1975) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau

lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Jadi, dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari sesuatu keutuhan. (Moleong, 2006:4).

Data yang dikumpulkan dalam penelitian deskriptif berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penelitian laporan tersebut. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, tape recoder, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya. (Moleong, 2006: 11).

3.3 Sasaran Penelitian

Sasaran penelitian dalam penelitian ini adalah perempuan pengusaha di bidang Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang secara khusus menekuni usaha tempurung kelapa dan memperoleh bantuan program CSR PT Telkom Divre 5 Jatim di kabupaten Lamongan.

3.4 Unit Analisis

Unit analisis penelitian ini adalah individu. Karena merupakan penelitian berjenis kualitatif deskriptif istilah sample penelitian tidak digunakan melainkan informan atau subyek penelitian sebagai sumber pencarian data.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan:

a. Observasi/Pengamatan

Pada penelitian ini, peneliti sebelum melakukan *getting in*, terlebih dulu melakukan observasi lapangan sehingga akan mempermudah upaya mencari data nantinya. Observasi tidak hanya dilakukan dengan mendatangi lokasi

penelitian juga memperkenalkan diri sehingga terjadi komunikasi atau interaksi awal agar terhindar dari sikap apriori atau prasangka.

b. **Wawancara**

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. (Moleong, 2006:186).

Keunggulan utama wawancara adalah memungkinkan peneliti mendapatkan jumlah data yang banyak, sebaliknya kelemahannya adalah wawancara melibatkan aspek emosi (Sarwono, 2006:225).

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik wawancara baik melalui pembicaraan informal, formal ataupun pertemuan-pertemuan khusus dengan pihak manajemen. Peneliti tidak hanya percaya begitu saja pada apa yang dikatakan informan, melainkan perlu mengecek dalam kenyataan melalui pengamatan (Bungin, 2004:62).

Penentuan mengenai siapa yang menjadi informan harus melalui beberapa pertimbangan, diantaranya:

- Orang yang bersangkutan memiliki pengalaman pribadi sesuai dengan permasalahan yang diteliti.
- Usia orang yang bersangkutan telah dewasa.
- Orang yang bersangkutan sehat jasmani dan rohani.
- Orang yang bersangkutan bersifat netral.
- Orang yang bersangkutan memiliki pengetahuan yang luas mengenai permasalahan yang diteliti (Bungin, 2004:63).

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha memilih informan yang dapat mewakili syarat-syarat diatas.

c. **Catatan Lapangan**

Menurut Bogdan dan Biklen (1982), catatan lapangan adalah catatan tertulis tentang apa yang didengar, dilihat, dialami, dan dipikirkan dalam rangka pengumpulan data dan refleksi terhadap data dalam penelitian kualitatif (Moleong, 2006:209).

Peneliti akan membuat catatan kecil sewaktu di lapangan yang berisikan frasa, pokok-pokok isi pembicaraan, gambar yang kemudian akan dibuat

Catatan lapangan yang lengkap oleh peneliti mengenai segala informasi yang berhubungan UKM yang saat ini dikembangkan.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Metode yang dilakukan penulis dalam melakukan pengumpulan data, adalah:

1. Data Primer

Untuk memperoleh data primer, maka pada penelitian ini penulis menggunakan metode :

➤ Wawancara Mendalam

Menurut Moh.Nazir (1981), metode wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa pedoman (*guide*) wawancara. (Bungin, 2001, p.133)

➤ Observasi Partisipan

Selain wawancara, peneliti juga akan menggunakan teknik *participant observation* (pengamatan observasi), yaitu teknik pengamatan dengan cara peneliti melibatkan diri atau menjadi bagian dari lingkungan sosial (organisasi) yang tengah diamati. Melalui teknik partisipasi dapat memperoleh data yang relatif lebih akurat dan lebih banyak karena peneliti secara langsung mengamati perilaku dan kejadian atau peristiwa dalam lingkungan sosial tertentu. Teknik pengamatan ini, biasanya digunakan untuk pengumpulan data dan informasi melalui kombinasi antara observasi langsung dan wawancara secara formal dan informal pada waktu bersamaan. (Ruslan, 2004, p.35)

2. Data Sekunder

Data sekunder ini diperoleh melalui sumber data tambahan yaitu sumber tertulis yang berasal dari sumber buku, sumber dari arsip, dan dokumen resmi dari perusahaan yang diteliti. Sumber buku berkaitan dengan studi kepustakaan yang dilakukan penulis dengan membaca dan mempelajari buku-buku/literatur-literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Sedangkan sumber dari arsip dan dokumen resmi ini misalnya berkaitan

dengan laporan tahunan dan penelitian yang berkaitan dengan *corporate social responsibility*.

3.6. Teknik Analisis Data

Didalam melaksanakan penelitian ini, penulis melakukan teknik analisa data dengan model Miles and Huberman. Miles and Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu :

1. *Data Reduction*

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Data-data direduksi dengan menguji keabsahannya dan keterkaitannya dengan topik penelitian serta landasan teori yang digunakan.

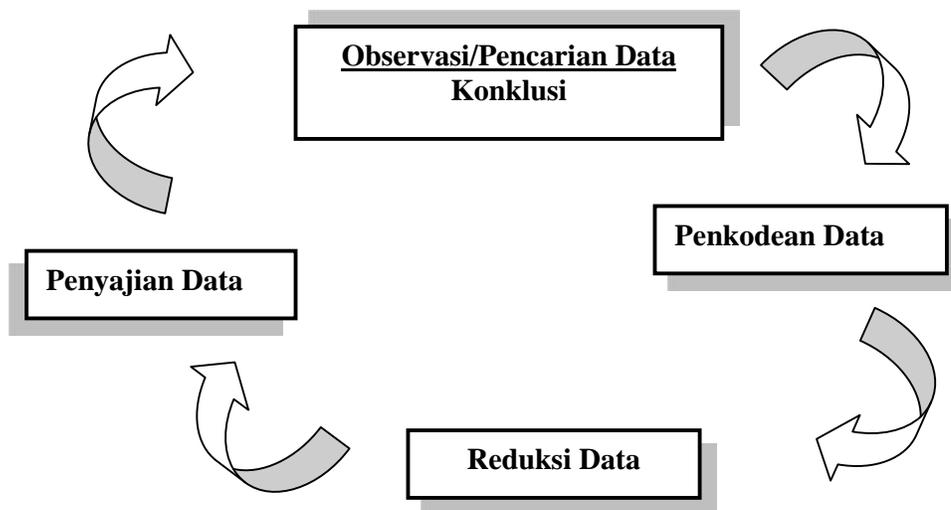
2. *Data Display*

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah *display* data. Dalam penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

3. *Conclusion Drawing / Verification*

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. (Sugiyono, 2005, p.91-99)

Lebih jelasnya alur kerja analisis data akan dapat diperhatikan pada *flowchart* di bawah ini :



3.7. Metode Pengujian Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data dalam penelitian kualitatif ini, maka penulis menggunakan metode Triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong, 2005, p.330).

Adapun metode Triangulasi yang digunakan, yaitu :

1. Metode Triangulasi Sumber
Yaitu untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh ke beberapa sumber.
2. Metode Triangulasi Teknik.
Yaitu untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data pada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, misalnya data diperoleh melalui wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi atau kuesioner. (Sugiyono, 2005, p.127)

Data yang telah terkumpul dari sumber data primer dan sekunder akan dideskripsikan secara kualitatif. Data akan dianalisis sebagai berikut: pemrosesan satuan, kategorisasi termasuk keabsahan data, dan penafsiran data (Moleong, 2006: 259).

BAB IV TEMUAN DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Diskripsi Lokasi Penelitian

Tentu patut disyukuri ternyata dalam kurun satu dasa warsa terakhir ini hampir setiap perusahaan besar telah mengalokasikan keuntungan usahanya untuk kegiatan pemberdayaan masyarakat. Perusahaan besar tersebut baik BUMN maupun swasta telah memiliki kesadaran bahwa pembangunan masyarakat sesungguhnya bukan sepenuhnya monopoli pemerintah, tapi badan usaha juga bisa terlibat aktif untuk mengambil peran.

Satu diantara perusahaan itu adalah PT Telkom. Bahkan dalam kurun waktu 2001-2007 jumlah Mitra Binaan Telkom CDC Surabaya Timur (SBT) 1.623 orang dan telah menyalurkan dana bergulir Rp 21 milyar. Jika dibandingkan dengan keuntungan usaha yang diperoleh, jelas jumlah itu tidak seberapa. Namun jika dilihat dari spirit kepedulian yang mengagias semakin banyaknya masyarakat lebih berdaya menghadapi tekanan hidup dan dapat survive, tentu menunjukkan komitmen perusahaan.

Masyarakat, bagi perusahaan selain lokasi untuk memasarkan produk juga merupakan wilayah pengabdian. Itu sebabnya dapat dipahami mengapa ada sebuah perusahaan yang rela mengalokasikan keuntungan usahanya untuk kegiatan-kegiatan sosial. Teritorial pengabdian merkapun beragam. Bahkan sering, aktivitas pemberdayaan yang jauh dari 'core' bisnis yang selama ini digeluti. PT HM Sampurna yang secara luas dikenal sebagai perusahaan rokok justru mendirikan Sampurna Foundation yang bergiat di bidang pendidikan. PT Sinar Mas yang dikenal lebih berorientasi pada Pulp & Paper serta perkebunan juga sangat intens menggarap sektor mencerdaskan bangsa.

Tidak bermaksud mengikuti jejak perusahaan-perusahaan tersebut, PT Telkom ternyata juga mediversifikasi kegiatan *community development*-nya ke banyak sektor. Selain ke pendidikan, juga ke sektor usaha kecil dan menengah. Hingga tahun 2007 lalu, PT Telkom memmiliki dua program unggulan berkait dengan pemberdayaan masyarakat yakni Program Kemitraan (PK) dan Program Bina Lingkungan. Untuk kategori Bina Lingkungan terinci dalam beberapa bentuk yakni bantuan bencana alam (BBA), bantuan sarana umum (BSU), bantuan pendidikan dan pelatihan (BPP),

bantuan sarana ibadah (BSI), dan bantuan kesehatan masyarakat (BKM). Sementara untuk kegiatan usaha produktif masyarakat dijalankan melalui program kemitraan.

Salah satu usaha mikro yang difasilitasi program kemitraan PT Telkom adalah UD GHANDIS CRAFT yang beralamat di Jalan Sumargo Lamongan. Usaha yang dikelola oleh Ratih Fatmawati yang merupakan ibu rumah tangga ini tergolong sektor usaha mikro dengan permodalan yang relatif kecil. Namun dilihat dari prospek bisnis, jenis usaha ini cukup menjanjikan keuntungan yang tidak sedikit.

Berdiri sejak tahun 2000, Ratih memulai usahanya dengan kondisi jatuh bangun. Sebab sebelumnya, inti usahanya bukan terfokus pada tempurung kelapa tetapi lebih banyak menekuni kegiatan anyaman. Kala itu produk yang banyak diserap pasar adalah jenis kerajinan dari daun enceng godok. Sehingga aneka jenis kerajinan anyam yang mengandalkan bahan baku ini diproduksi. Awal tahun 2000-an semua berjalan lancar. Namun, kemudian pelan-pelan pesaing juga bermunculan dan inovasi produk pun stagnan. Akibatnya usaha ini macet. Selain bahan baku juga mulai sulit, agaknya pasarpun mulai jenuh karena selalu menginginkan model yang terbaru. Ia pun kemudian banting stir. Setelah melihat beberapa pameran kerajinan, tahun 2003, Ratih terinspirasi untuk mengembangkan usaha tempurung kelapa. Di luar dugaan ternyata pasar menyambut secara antusias.

Respon pasar yang cukup baik itulah yang memantapkan dirinya menggeluti hal-ikwal tempurung kelapa ini. Bahan baku selain dipasok dari Lamongan dan sekitarnya juga secara teratur ia datangkan dari Banyuwangi. Beraneka ragam produk tempurung kelapa dipasarkan. Tidak hanya tas, tapi juga dompet, asbak, manik-manik, selop/sepatu dan lain-lain.

Bahkan sejak tahun 2006, PT Telkom Divre 5 Jatim mengucurkan dana kemitraan melalui program CSR ini untuk mendukung permodalan. Melihat skala usahanya yang masih mikro untuk tahun pertama dana bantuan usaha yang diberikan Rp 10 juta. Dana segar tersebut ternyata sangat membantu pengembangan usaha yang semula hanya diproduksi secara 'home industri' dengan tiga karyawan sekarang telah berkembang menjadi bisnis yang mempekerjakan lebih dari 40 orang. Namun puluhan orang tersebut tidak bekerja pada satu lokasi, tetapi tetap dirumahnya masing-masing tetapi bahan baku seluruhnya di pasok dari Jalan Sumargo sebagai basis usaha. Begitu juga setelah produk selesai dikerjakan semua ditampung di 'kantor pusat' ini untuk kemudian di pasarkan. Dalam kurun waktu lima tahun ini wilayah pemasarannya pun meluas tidak saja di pasar domestik tetapi juga menembus

pasar kerajinan internasional seperti Singapura, Timur Tengah (Dubai), AS dan Eropa.

4.2 Praktek filantropis sebagai manifestasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT Telkom dijalankan melalui program berbasis pemberdayaan ekonomi perempuan di kabupaten Lamongan

Melalui program unggulan yakni Program Bina Lingkungan dan Program Kemitraan, sesungguhnya PT Telkom ingin menegaskan bahwa badan usaha ini juga memiliki kepedulian sosial atas kondisi masyarakat sekitar. Bukti empirik atas semangat kepedulian tersebut sangat jelas terbaca atas aliran dana yang dialokasikan untuk kegiatan CSR baik yang bersifat filantropis maupun kemitraan. Pada tahun 2006 alokasi anggaran filantrophis (hibah) mencapai angka Rp 51,56 milyar dan sebanyak 49 % atau Rp 24,99 milyar terserap hanya untuk kegiatan bantuan pendidikan dan pelatihan.

Tentu jika sekedar membuat perbandingan dengan PT HM Sampoerna yang telah mendirikan Sampoerna Foendation (SF) yang juga bergerak di bidang pendidikan, angka itu belum seberapa. Lembaga yang berdiri sejak 1 Maret 2001 tersebut secara reguler akan memperoleh injeksi dana sebesar dua persen dari keuntungan usaha. Bisa dibayangkan berapa besaran angka jika tahun 2005 saja keuntungan bersih perusahaan rokok yang berlokasi di Rungkut tersebut mencapai angka Rp. 2,38 trilyun? Bahkan selain dari PT Sampoerna sendiri SF juga masih memperoleh dana bantuan dari donatur perorangan dan perusahaan seperti Bank Bukopin, Lubis-Ganie-Surowidjojo, Credit Suisse, HSBC Republic Bank (Suisse), PT Siemens Indonesia, dan PT Microsoft (Surudji, 2006).

UD GHANDIS CRAFT dalam pengembangan bisnis memang tidak semata-mata mengandalkan dana filantropis yang dipahami sebagai hibah atau derma korporasi. Tapi menurut Samsuddin dari Community Development (CD) PT Telkom Divre 5 memang tidak semua kegiatan bisa menerima bantuan keuangan (*finance assistance*) yang berupa hibah. Lebih lanjut ia menjelaskan:

“Sesungguhnya ada kriteria atau syarat-syarat tertentu yang harus dipenuhi bagi setiap usaha mikro untuk mendapatkan bantuan dana baik yang bersifat dana bergulir dengan pinjaman lunak atau yang lainnya. Seingat saya memang usaha kerajinan batok atau tempurung yang ada di Lamongan tersebut cukup

berhasil dan maju dalam usahanya. Dan Telkom melalui program pemberdayaan ekonomi masyarakat juga sudah membantu kegiatan itu.”

Tidak sebatas dana bantuan itu saja yang diberikan Telkom. Secara teknis dalam hal untuk memperkenalkan produk pada konsumen yang lebih luas, Telkom dengan penguasaan teknologi informasinya juga memberi fasilitas pembuatan website yang bisa dikunjungi oleh para konsumen luar negeri. Samsuddin menjelaskan:

“Secara teknis mitra binaan Telkom terutama untuk usaha skala mikro yang sudah cukup maju dan berkembang kita juga bantu dengan pemasaran via online. Ini dilakukan agar mereka yang berminat cukup mengunjungi toko virtual yang kita sediakan untuk barang-barang mereka.”

Hingga saat ini volume produksi sudah mencapai 200-500 buah per bulan. Itu artinya jika ingin menggenjot produksi harus lebih banyak lagi karyawan yang terlibat. Ini tentu bukan persoalan mudah. Produk kerajinan yang berskala ‘home industry’ ini jelas sangat berbeda dengan hasil produk pabrikan atau mesin. Karena semua pekerjaan masih dikerjakan secara manual dan sangat mengandalkan ketrampilan.

Sejauh belum ada teknologi yang bisa menggantikan estetis dan indahnya sentuhan tangan manusia dalam menghasilkan produk kerajinan, pola dan mekanisme pengerjaan produk secara manual ini tentu tetap akan dipertahankan. Lebih lanjut Ratih Fatmawati menerangkan :

“Produk-produk yang dihasilkan tangan saya kira koq lebih indah ya. Terlebih dengan kerajinan batok atau kulit kelapa seperti ini. Mungkin peralatan diperlukan untuk memotong atau melubangi, tapi kalau untuk menjalin satu potongan dengan potongan yang lain, agar bisa terbentuk tas, dompet yaa saya kira koq lebih unggul tangan”.

Sekalipun semua produk kerajinan UD GANDHIS CRAFT ini dikerjakan di sebuah rumah kecil yang terletak di gang Bougenville dengan akses jalan yang relatif sempit, namun Ratih dan Bambang S. suaminya tidak pernah ketinggalan informasi. Bahkan *up date* informasi terus dikirimkan ke GANDHIS jika ada pameran atau pembukaan stand dalam rangka pekan raya.

Lembaga dibawah koordinasi Dinas Perdagangan Jawa Timur seperti Pusat Promosi dan Ekspor Daerah secara pro aktif terus mengirimkan informasi agar berperan serta jika ada event pameran. Disatu sisi memang mempromosikan hasil produk ada manfaatnya, namun disisi yang lain biaya yang ditanggung usaha kerajinan berskala mikro ini juga sangat berat. Seperti dijelaskan oleh Bambang S. selaku ‘manajer operasional’ UD GANDHIS CRAFT demikian:

“Sesungguhnya ikut pameran itu sangat penting bagi kami para pengrajin. Tapi juga harus dimaklumi ternyata biaya sewa stan juga tidak murah. Pernah sekali kita mengikuti PRJ selain sewa stannya cukup mahal. Akomodasi selama di Jakarta juga tidak murah. Bantuan yang diberikan Telkom, tentu tidak untuk biaya seperti ini, tapi untuk tambahan modal kerja dan pengembangan usaha”.

Dalam kurun waktu tiga sampai empat tahun usaha ini dijalani, memang mayoritas yang menekuni adalah pekerja perempuan. Untuk di pusat ‘home industry’-nya saja semua pengrajin yang berjumlah enam orang semua perempuan. Begitu pula dengan 40 pengrajin yang mengerjakan di rumah mereka masing-masing adalah perempuan. Memang terkadang suami atau laki-laki yang ada di rumah itu turut juga membantu, tapi pekerjaan itu secara dominan memang dikerjakan oleh perempuan. Upah kerja merekapun tergantung dari jenis produk yang dihasilkan. Mengingat harga barang yang dijual juga tidak mahal yakni berkisar Rp 20.000-Rp 150.000, maka upahpun juga disesuaikan. Umumnya mereka mengerjakan tidak terburu-buru dan harus hati-hati. Jika terjadi kesalahan pemasangan, maka yang menanggung adalah penyedia bahan bukan pekerjanya. Itulah sebabnya pihak manajemen selalu mengingatkan agar cermat dalam pengerjaan sehingga ‘finishing’nya mudah.

Pengrajin perempuan ini merasakan bahwa kegiatan ‘home industry’ seperti ini sebenarnya jika ditekuni secara intens akan mendukung pendapatan keluarga yang cukup memadai. Terlebih jika suami hanya berpenghasilan pas-pasan, aktif mengerjakan usaha ini pasti akan memberi penghasilan tambahan. Apalagi bila dikaitkan dengan beban hidup yang begitu sulit pasca kenaikan BBM April 2008 ini, agaknya tidak banyak tersedia pilihan kecuali harus ikut bekerja.

Islam sendiri sebagai agama yang dianut seluruh pengrajin juga mendorong agar apapun pekerjaan yang dilakukan kerjakanlah dengan ikhlas, sabar, tawadu’, halal pasti mendatangkan berkah. Tentu tidak bermaksud untuk memperluas pembahasan, namun ketika masuk ke rumah usaha mikro ini memang terasa aroma spiritualitas menyambut siapapun yang datang baik pembeli atau calon konsumen yang sekedar hanya melihat-lihat barang di etalase.

Pada tataran yang amat mikro sesungguhnya, kegiatan pemberdayaan perekonomian warga seperti ini adalah sangat relevan dengan slogan KTT Bumi (Earth Summit) yang diadakan tanggal 3-14 Juni 1992 di Rio de Janeiro yang terkenal dengan ‘think globally, act locally’. Para perempuan pedesaan tersebut tidak terlalu

memusingkan pelikdan rumitnya perkembangan perekonomian dunia, tetapi mereka sangat memikirkan apa sentuhan yang bisa mereka rasakan secara langsung. Itu sebabnya kegiatan menggeliatkan perekonomian melalui usaha produktif seperti yang dilakukan UD GANDHIS ini sangat antusias disambut warga.

4.3 Faktor-faktor pendukung dan penghambat implementasi praktek filantropis bagi pemberdayaan ekonomi perempuan

4.3.1 Peralatan

Seperti pada umumnya usaha kecil dan menengah (UKM), problem yang kerap menjadi hambatan adalah minimnya peralatan dan sarana produksi usaha yang dimiliki. Namun justru disitulah sesungguhnya keunggulan dari hampir seluruh UKM. Melalui keterbatasan alat-alat produksi, semakin mestimulasi daya kreatif dan inovasi pengrajin. Tidak tanggung-tanggung fakta ini dialami juga oleh UD GANDHIS CRAFT Lamongan ini. Lebih lanjut dijelaskan oleh Ratih Fatmawati:

“Tentu yaa.. berbeda dengan hasil buatan pabrik. Seluruh produk kami masih mengandalkan ketrampilan para pengrajin dan sama sekali tidak tergantung pada peralatan yang modern. Malah dengan peralatan seadanya ini, kami justru bisa menghasilkan hasil kerajinan yang diminati oleh konsumen. Memang dari segi kehalusan kadang-kadang kalah dengan produk dari Yogya. Tapi, konsumen yang sudah tahu biasanya tetap memilih yang asli buatan tangan”.

Sejak berdiri tahun 2000, ketika masih bergerak pada usaha anyaman enceng gondok pergeseran penggunaan alat produksi tidak terlalu berubah. Inovasi dan daya kreatif pengrajin masih menjadi andalan. Tidak ada pembakuan produk, sehingga terkesan bisa diproduksi secara massal. Ketika usaha kerajinan tempurung ini dimulai tahun 2003 hingga saat ini (2008), seluruh aktifitas produksi masih konsisten menggunakan peralatan secara manual dan konvensional.

Disain yang diproduksipun umumnya bertahan dan diminati pasar kurang lebih tiga bulanan. Sekalipun dengan peralatan seadanya, para pengrajin perempuan ini tetap komit dalam menjaga kualitas produknya. Dijelaskan Ratih demikian:

“Bagaimanapun kami terus menjaga mutu barang kami. Ini tidak mudah. Di pasar sebetulnya saingan kerajinan batok (tempurung) ini cukup banyak. Ini kadang juga kelemahan kami, ketika ada banyak disain sudah kami hasilkan lalu kami produksi dan lempar ke pasar. Produksi yang lama kemudian menjadi usang dan kurang diminati pembeli sekalipun mutunya masih baik”.

Sentuhan dana yang dikucurkan oleh PT Telkom dalam rangka program Community Social Responsibility (CSR) kepada UD GANDHIS CRAFT tahun 2006 memang belum banyak berkontribusi kebutuhan anggaran untuk modernisasi peralatan. Ini terjadi karena fokus bantuan dana yang diberikan lebih pada upaya untuk mengembangkan usaha kerajinan tempurung.

Kalaupun peralatan diperlukan, pihak manajemen juga bakal merasa kesulitan karena jenis, tipe, model dan ukuran kapasitas produksi alat tersebut harus spesifik. Spesifikasi peralatan seperti itupun tidak bakal mudah ditemui di pasaran. Kecuali tentunya membuat sendiri sesuai dengan tingkat kebutuhannya.

4.3.2 Bahan Baku

Hampir lima tahun UD GHANDIS CRAFT bergelut dalam proses produksi kerajinan tempurung, persoalan bahan baku belum menjadi masalah. Mengingat kekurangan kebutuhan baku tersebut jika tidak terpenuhi dari daerah sekitar Lamongan, pengrajin langsung mendatangkan bahan baku dari Banyuwangi.

Kelebihan bahan tempurung dari Banyuwangi tersebut, sudah diolah setengah jadi. Bundaran-bundaran kecil serupa manik-manik yang dominan sebagai bahan tas maupun dompet, sudah mengalami proses pengolahan tahap awal. Sehingga, ketika dipesan oleh pengrajin sudah tinggal memasang sesuai dengan disain yang dirancang.

Menurut Bambang S. selaku pihak yang turut membantu kelancaran proses pengadaan bahan baku, metode seperti ini jauh lebih praktis dan hemat. Lebih jelas ia menerangkan:

“Dibanding mengolah dari batok dengan pekerjaan yang rumit, memesan bahan baku setengah jadi jauh lebih efisien. Hanya masalahnya, karena lokasi bahan baku di Banyuwangi, tentu harus ada tambahan ekstra biaya untuk ongkos. Namun, ketika para pengrajin yang bekerja di rumah mereka masing-masing itu tidak mengerjakan sesuai dengan pola yang kita berikan, segala resiko ditanggung oleh pihak UD”.

Itu sebabnya penggunaan bahan baku untuk volume produksi 200-500 buah hasil kerajinan per bulannya ini harus betul-betul secara cermat diperhatikan. Pengrajin sangat diharapkan tidak melakukan kesalahan yang fatal. Kesalahan fatal itu mencakup motif yang semestinya diselang-seling, kemudian dibuat seragam, tentu akan menghabiskan bahan. Belum lagi jika dalam pengerjaan bahan banyak yang pecah atau salah penempatan.

Kualitas tempurung yang berasal dari Banyuwangi ini relatif baik. Bahkan jika dibandingkan dengan tempurung seputar lokasi pengrajin. Tidak mengherankan dengan kualitas bahan baku yang bermutu seperti itu pada tahun 2007, produk-produk UD GANDHIS CRAFT ini keluar sebagai juara 2 lomba kerajinan tingkat skala mikro dan menengah Provinsi Jawa Timur.

Penghargaan ini sekaligus juga pembuktian bahwa bahan-bahan yang semula diabaikan dan tidak diperhitungkan, ternyata jika didayagunakan memberi nilai ekonomis yang cukup tinggi. Lebih menariknya, Ratih Fatmawati, sekalipun masih bergerak pada usaha dengan skala mikro sudah terinspirasi untuk memberdayakan lingkungan masyarakat sekitar agar bisa memanfaatkan waktunya secara ekonomis dan produktif.

Hal mana sesungguhnya ini selaras dengan apa yang dipraktekkan oleh Robert Owen seorang wiraswasta Welsh (Budimanta, 2008:103-104) yang mengembangkan model komunitas untuk keluarga-keluarga para karyawannya. Dan mengusahakan bisnisnya untuk mendapatkan keuntungan yang lebih baik kepada karyawannya dan kondisi kerja yang baik. Filosofi Owen meletakkan dasar untuk sosialisme, reformasi sosial, unionisme perdagangan dan pergerakan kaum kerjasama. Owen dan kelompoknya menginspirasi pergerakan komunitas yang percaya pada kesempurnaan hidup didunia, pentingnya kekeluargaan, kebutuhan untuk tinggal selaras dengan alam, dan menyeimbangkan pikiran dan badan.

Sekalipun tidak mengetahui sepak terjang Owen dalam membangun komunitas dilingkung bisnisnya, Ratih ternyata juga melaksanakan proses pemberdayaan ekonomi kaum perempuan. Mereka memang bekerja, tetapi masih tinggal dengan keluarganya masing-masing. Segala kebutuhan berkaitan dengan pasokan bahan baku semua dikirim dari 'kantor pusat' di Jalan Sumargo. Tentu dari perspektif humanisme, kondisi ini sangat menguntungkan. Para pengrajin tetap memperoleh upah, sementara keluarga anak dan suami tidak ditinggalkan. Namun dari segi tanggungjawab usaha, pihak manajemen juga tidak terlalu dipusingkan dengan hak-hak apa yang mesti diberikan.

Tuntutan akan berbagai fasilitas pemenuhan hak tersebut belum sempat terpikirkan karena usaha juga masih dalam taraf rintisan. Para pengrajin juga tidak melihat pola relasi mereka sebagai buruh dan majikan, namun lebih pada kemitraan dengan semangat maju bersama. Peran yang dimainkan oleh Ratih dan Bambang

lebih pada koordinasi untuk menciptakan lapangan usaha dalam rangka membangun suasana ekonomi produktif.

Bahwa dalam perjalanan usaha ada intervensi permodalan yang diberikan PT Telkom tentu ini semakin memacu pengembangan usaha dan peningkatan produksi. Komisi yang diperoleh pengrajin untuk setiap produknya, jelas menjadi penghasilan tambahan bagi para perempuan atau ibu-ibu disamping pendapatan yang diterima dari para suami mereka. Karena usaha ini tidak terikat waktu, maka hasil produk pengrajinpun juga sangat tergantung kesungguhan mereka menyelesaikan pekerjaannya. Begitu pula kebutuhan akan bahan baku, semakin mereka rajin dan tepat waktu penyelesaian pekerjaan juga akan semakin cepat mereka memperoleh pasokan bahan baku yang diperlukan.

4.3.3 SDI (Sumber Daya Insani/ Pengrajin)

Dilihat dari komposisi tenaga kerja yang terlibat, sesungguhnya usaha kerajinan tempurung ini relatif lebih dekat dengan usaha padat karya. Artinya usaha ini dijalankan dengan melibatkan banyak sekali orang, tetapi produk yang dihasilkan tidak terlalu banyak. Jika menggunakan ukuran-ukuran ekonomis, dengan permodalan dibawah Rp 25 jutaan dan daya serap tenaga kerja yang hampir 50 orang atau tepatnya 46 pengrajin, maka perlu hitungan yang sangat cermat dan akurat untuk sampai pada titik *break event point* (BEP) usaha.

Para pengrajin perempuan ini menekuni usaha, hampir semua berangkat dari semangat untuk melakukan sesuatu yang bisa menghasilkan nilai ekonomis. Mereka tidak membekali diri dengan keterampilan di bidang kerajinan. Semua dikerjakan meminjam istilah John Dewey (1963 dalam Budimanta, et al, 2008:, 107) sebagai *learning by doing*. Pengalaman adalah keberadaan setiap devisa antara subjek dan objek. Bahkan menurut Kurt Lewin bahwa aspek dinamik dari keberadaan sosial dan kelompok serta keterkaitan dengan teori untuk melihat perubahan realita adalah dengan mempelajari keterkaitan seseorang dengan dunianya, maka dapat dikatakan sebagai proses belajar kembali. Bagaimana individu-individu dalam kelompok menyikapi perubahan yang ada di sekitarnya, sehingga tampak dinamika pergerakan sosial yang disebut dengan tingkah laku subjek terhadap lingkungannya. Implikasinya adalah ditemukannya aktor-aktor atau agen perubahan yang terjadi di masyarakat.

Tentu tidak hanya disektor usaha kerajinan, usaha apapun keberadaan pekerja atau SDM adalah instrumen yang vital. Tidak ada bentuk usaha apapun yang menihilkan eksistensi manusia. Paradigma lama yang menempatkan manusia sebagai bagian terpisah dan memperlakukan mereka tak lebih dari salah satu faktor usaha jelas tidak valid lagi. Pekerja, buruh, karyawan, employer, pegawai atau apapun istilah lainnya telah diredefinisi sebagai asset usaha yang mesti memperoleh perlakuan istimewa. Hak-hak sosial mereka selaku bagian dari kemajuan usaha harus diperhitungkan bukan justru dihilangkan.

Itu sebabnya pada UD GHADHIS CRAFT ini, sekalipun mereka adalah 'karyawan' tetapi manajemen tidak bisa memperlakukan mereka layaknya buruh yang mengabdikan untuk kepentingan majikannya. Pola relasi yang sengaja dikembangkan lebih bertendensi kemitraan yang saling menguntungkan. Bagi pengrajin yang menyelesaikan pekerjaan di rumah mereka masing-masing, juga tidak merasa ada supervisor yang terus mengontrol gerak-gerik mereka. Keseimbangan hubungan seperti ini sudah barang tentu menciptakan iklim kerja yang sangat kondusif. Tinggal kemudian bagaimana kelanjutan kemitraan mereka terus bisa dipertahankan.

Pihak manajemen yang dalam hal ini dijalankan oleh UD GANDHIS CRAFT, harus juga secara seksama mengevaluasi mitra kerja yang potensial dan prospektif. Ini dimaksudkan agar tingkat partisipasi dalam pengembangan usaha ke depan semakin bisa diandalkan. Para pengrajin adalah sumberdaya insani yang sangat menentukan keberlangsungan usaha ini kedepan. Maka akan menjadi sia-sia pergulatan bisnis yang dirintis delapan tahun silam, jika kemudian tidak ada penerusnya hanya karena rendahnya partisipasi atau buruknya pengelolaan usaha.

Menurut Budimanta, et al.(2008: 123-124) ada sekurangnya tujuh tingkatan partisipasi yang perlu dicermati agar kesinambungan usaha itu terjaga. Dari ketujuh tingkatan tersebut, tiga diantaranya sangat mendukung bagaimana para pengrajin menjalin atau melanggengkan kemitraan yang telah dirintis. Ketiga partisipasi tersebut adalah partisipasi fungsional, partisipasi yang ditampilkan dalam kelompok dengan mempunyai tujuan yang sama sehingga keputusan bersama dapat diambil. Partisipasi interaktif, partisipasi aktif anggota masyarakat lokal dalam memberikan informasi, perencanaan, implementasi dan monitoring. Mobilisasi diri, sebuah bentuk partisipasi yang berlaku secara independen dan mandiri sehingga semuanya dapat dikontrol bersama dan dapat dipecahkan secara bersama diantara mereka sendiri.

Dengan mempertimbangkan tingkatan partisipasi seperti di atas, sebuah usaha ternyata tidak bisa dijalankan hanya dengan mengandalkan kekuatan sendiri. Pada level mikro ternyata bisnis yang dijalankan oleh Ratih Fatmawati ini, telah mempraktikkan betapa pentingnya keterlibatan aktif mereka yang ada di sekitar usaha tersebut.

Baik partisipasi fungsional, interaktif maupun mobilisasi diri dalam segala kekurangan dan kelebihan telah turut berkontribusi untuk memajukan usaha kerajinan tempurung ini. Pangsa pasar yang sudah menembus Tarakan, Banjarmasin hingga AS, Eropa, dan Timur Tengah adalah penegasan diri bahwa mereka menjalankan usaha dengan spirit ingin maju bersama. Lebih lanjut dijelaskan oleh Bambang S. demikian:

“Mereka yang mengerjakan produknya di rumah masing-masing harus memiliki semangat yang sama dengan pengrajin yang bekerja di sini (Jalan Sumargo, pusat usahanya, *pen*) termasuk dalam hal menjaga mutu yang dihasilkan. Itu sebabnya hasil pekerjaan mereka kita *finishing* di sini, agar mutunya seragam”.

Kesadaran terhadap peningkatan ketrampilan dan mutu kerja pengrajin, sesungguhnya tidak hanya tergantung pada pihak manajemen. Beberapa pihak terkait seperti Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM baik di level Kabupaten maupun Provinsi juga turut *concern* memperhatikan. Memang instansi-instansi tersebut tidak memberikan pelatihan secara khusus, namun dengan melibatkan agar mau terus ikut berpartisipasi dalam ajang pameran produk nasional, tentu langkah yang patut diapresiasi.

Melalui pameran tersebut berbagai informasi terkini akan mudah dicari karena ada interaksi diantara sesama pengrajin. Kendala klasik hanyalah ketersediaan dana yang memadai. Sewa stan, akomodasi, dan berbagai keperluan selama pameran menjadi tanggung jawab peserta. Disinilah sebetulnya peran yang harus lebih banyak dimainkan oleh dinas-dinas terkait tersebut agar sektor industri kecil ini bisa eksis dan bersaing dalam kompetisi global saat ini.

Mustahil mempertarungkan berbagai jenis produk yang sangat sederhana dengan produk-produk kualitas tinggi dengan sentuhan modernisasi. Tetapi kesederhanaan tersebut harus dikombinasikan dengan keunikan-keunikan agar terkesan punya keunggulan. Inilah yang harus diperhatikan. Semakin barang di ‘brandid’ punya nilai lebih oleh pasar, maka dimanapun dan kapanpun akan dicari oleh konsumen. Tidak hanya itu. Berbagai contoh barang yang dulu dinggap usang

tak bernilai, seiring dengan semangat kembali ke alam sekarang banyak diburu dan berniali ekonomis tinggi.

Tentu patut dimaklumi, pengusaha kecil terkadang kurang sensitif untuk hal-hal seperti itu. Kepuasan mereka terletak jika barang yang dihasilkan bisa lekas laku di pasaran. Maka, mereka yang ada diposisi menguasai pengetahuan dan informasi untuk itu harus mau berbagi dengan mereka.

BAB V KESIMPULAN

Praktek filantropis sebagai manifestasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT Telkom melalui program berbasis pemberdayaan ekonomi perempuan di kabupaten Lamongan telah dijalankan, namun hasil yang dicapai belum maksimal. Filantropis dipahami oleh pelaku usaha bukan seperti terminologi teoritik sebagai hibah yang tak kembali, namun lebih kepada injeksi permodalan yang diberikan oleh PT Telkom dengan bunga yang amat rendah dan bergulir. Tentu ini ada baiknya agar mereka penerima bantuan tidak berpikir bahwa uang itu mudah didapat. Dengan cara demikian juga menjadi pemacu agar usaha yang mereka jalankan bisa berhasil. Sejak bantuan itu diberikan tahun 2006, UD GANDHIS CRAFT merasakan bahwa bantuan permodalan untuk usaha berskala kecil dan menengah (UKM) tersebut memang sangat membantu khususnya dalam pengembangan usaha. Selain itu PT Telkom juga turut memfasilitasi dengan membuka gerai virtual (gabungan) agar segala produk bisa dipasarkan dengan jangkauan lebih luas.

Faktor-faktor yang mendukung dan menghambat implementasi praktek filantropis bagi pembedayaan ekonomi perempuan mencakup: Faktor pendukung, tingkat ketrampilan dan daya kreatifitas pengrajin yang baik namun perlu ditingkatkan. Semangat *learning by doing* menjadi daya dukung, bahwa jika mereka mau belajar pekerjaan apapun juga bisa dilaksanakan. Pengelolaan usaha yang relatif terkontrol menjamin keteraturan dalam pengembalian modal usaha yang diberikan oleh PT Telkom. Faktor penghambat, hanya terletak pada ketrampilan yang belum merata dimiliki oleh pengrajin, sehingga beberapa produk yang secara salah dikerjakan berimplikasi pada penyerapan bahan baku tambahan. Hal lain, karena usaha dijalankan dengan modal yang relatif terbatas, maka berbagai even pameran yang mesti diikuti harus diabaikan karena dukungan dana untuk itu tidak ada.

Maka ke depan jika memang PT Telkom bermaksud mau memberikan dana yang bersifat filantrophis murni, ada baiknya diberikan secara non natura, dengan mengirimkan mereka ikut pameran atau melakukan in house training bagi para pengarjin demi peningkatan ketrampilan yang dimiliki.

Daftar Pustaka

- Abubakar, Irfan (ed.) (2006). *Filantropi Islam dan Keadilan Sosial, Studi tentang Potensi, Tradisi dan Pemahaman Filantropi Islam di Indonesia*, Jakarta: CSRC
- Assumpta Rumanti, Sr Maria. (2002) *Dasar-Dasar Public Relations : Teori Dan Praktik*. Jakarta : Grasindo.
- Budimanta, Adi;Prasetijo, Adi dan Rudito, Bambang. (2004) *Corporate social responsibility*. Jakarta : Indonesia Center for Sustainable Development (ICSD).
- Jalal, (2006). “Menimbang CSR Secara Rasional”, Kompas, 16 September
- Karsidi, Ravik. (2005). “Paradigma Baru Penyuluhan Pembangunan di Era Pemberdayaan Masyarakat” Jurnal *M’POWER* Vol. 1 No.1 Maret 2005
- _____. 2002. *Pemberdayaan Masyarakat Petani dan Nelayan Kecil. Makalah Pada Semiloka Pemberdayaan Masyarakat di Jawa Tengah dalam Rangka Pelaksanaan Otoda, Badan Pemberdayaan Masyarakat Jateng di Semarang, 4-6 Juni.*
- Korten, David C. (1984). *Pembangunan yang Memihak Rakyat*, Jakarta: Lembaga Studi Pembangunan.
- Kotler, Pihlips. Lee, Nancy. (2005) *Corporate social responsibility*. New Jersey:John Willey&Sons,Inc.
- Puraka, Y.Wasi Gede dkk.(2006). *Pola Interaksi Kedermawanan Sosial Kelompok Parokhial dan Kategorial Keuskupan Agung Jakarta dan Keuskupan Agung Semarang (Laporan Penelitian)*, Jakarta: Yayasan Kehati dan Institut Riset Sosial dan Ekonomi (InRise)
- Rasyid, Aminur. (2004). “Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan dan Peluang Korupsi Dalam Pelaksanaan Otonomi Daerah” Jurnal *Madani* Vol.5 No. 1 Juni.
- Setiawan, Hendra (2007) *Identifikasi Keberhasilan Program Corporate Social Responsibility : Studi Kasus Pada 2 Perusahaan*. Skripsi tidak dipublikasikan Surabaya, Jurusan Ilmu Komunikasi UK Petra
- Surudji, Andi dan Ardhian Novianto, (2006). “Bisnis dan Corporate Philanthropy” Kompas, 20 Mei
- Sasono, Adi. (2001). Pos Madani Sebagai Model Pembangunan Jaringan Informasi Ekonomi Kerakyatan. *Makalah* pada Rakernas PINBUK V Batam Riau, 17 Oktober.
- _____, (1999). *Ekonomi Kerakyatan Dalam Dinamika Perubahan. Makalah Konferensi Internasional Ekonomi Jaringan*. Jakarta 5-7 Desember.
- Sikondze. (1999). *Transformasi Model Penyuluhan Pertanian Menuju Pengembangan Kemandirian Petani. Disertasi* Bogor: IPB
- Sumodiningrat, Gunawan. (2003). *Penanggulangan Kemiskinan di Era Otonomi Daerah. Makalah Raker Penanggulangan Kemiskinan di Jambi*, 29 Oktober.

- Tadjoedin, Mohammad Zulfan dan Rizal Malik. (2004). Pembangunan Manusia di Sumatera Barat: Keadaan Saat Ini dan Tinjauan Kedepan. *Paper Seminar Pembangunan Manusia dan Hak-hak Warga Negara Atas Pembangunan di Sumatera Barat*. Padang 23-24 Agustus
- Untung, Hendrik Budi, (2008). *Corporate Social Responsibility*, Jakarta: Sinar Grafika
- Wibisono, Yusuf, (2007). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR – Corporate Social Responsibility* Gresik: Fascho Publishing

Jadwal Kegiatan Penelitian

Penelitian ini dijadwalkan akan berlangsung selama sepuluh bulan terhitung bulan 1 April 2008 (bulan disetujuinya pembiayaan) dan berakhir 31 Juli 2008.

KEGIATAN/ PENANGGUNGJAWAB	BULAN									
	1	2	2	2	3	3	3	4	5	6
1. Tahap Persiapan a. Penyusunan Proposal b. Pembuatan draft pertanyaan c. Pengurusan Perijinan Penanggungjawab: Peneliti I (Utama)	v									
2. Pelaksanaan Penelitian dan 'Persistant Observation' Penanggungjawab : Peneliti		v	v	v	v	v	v			
3. Seminar Pakar 'peer debriefing' Penanggungjawab: Peneliti								v		
4. Member Check								v		
5. Seminar Hasil Penelitian - Revisi Laporan Akhir									v	
6. Penerbitan Buku Hasil Penelitian Pengiriman Laporan Penanggungjawab: Peneliti										v

Rencana dan Rincian Alokasi Anggaran

ITEM PENGELUARAN UANG	JUMLAH PENGELUARAN
1. Gaji & Upah (Maximum 30%)	Rp. 1.500.000
2. Bahan Habis Pakai (ATK, sewa/ <i>upgrade</i> komputer, telepon, dll)	Rp. 1.500.000
3. Biaya Perjalanan (Maximum 10%)	Rp. -
4. Biaya Pengeluaran Lain-lain : Yang meliputi : <ul style="list-style-type: none">- Biaya Pemetretan/Scanning- Biaya Dokumentasi & Pembuatan laporan- Foto copy dan Penjilidan- Administrasi Surat Menyurat- Biaya Pemeliharaan alat	Rp. 500.000 Rp. 500.000 Rp. 500.000 Rp. 250.000 Rp. 250.000
5. Publikasi dan Pengiriman Laporan Akhir	Rp. 500.000
Total	Rp. 5.000.000

Tim Peneliti

Ketua : Drs.Gatut Priyowidodo,M.Si.

Anggota : Titi Nur Vidyarini,S.Sos.

Lampiran Kelengkapan Laporan Penelitian

Curriculum Vitae

1. Nama Lengkap dan gelar : Drs. Gatut Priyowidodo M.Si
2. Tempat/Tanggal Lahir : Lamongan, 17 Mei 1968
3. Riwayat Pendidikan :

UNIVERSITAS/INSTITUT DAN LOKASI	GELAR	TAHUN SELESAI	BIDANG STUDI
Univ. Hasanuddin Ujungpandang	Drs.	1992	Ilmu Politik
Pasca Sarjana UNAIR Surabaya	M.Si.	1999	Ilmu-Ilmu Sosial

4. Pengalaman Profesional serta Kedudukan Saat ini :

INSTANSI	JABATAN	PERIODE
FIKOM UK Petra Surabaya	Dosen	2006 - Sekarang
Laboratorium Media FIKOM UK Petra	Koordinator	2007 - 2008
Pusat Kajian Komunikasi Petra (PKKP) Fikom	Ketua	2007 - Sekarang
Jurnal Ilmiah 'SCRIPTURA' Ilkom UK Petra	Pemimpin Redaksi	2007 - Sekarang
FISIP Univ. Ekasakti Padang	Dosen	1995 - 2006
Lembaga Penelitian Univ. Ekasakti Padang	Sekretaris	2003 - 2006
Jurnal Ilmiah <i>Ekotrans</i> Univ. Ekasakti Padang	Pemimpin Redaksi	2001 - 2006
Bulletin Ilmiah <i>Ekasakti</i> Univ. Ekasakti	Redaktur Pelaksana	2002 - 2006
Jurnal Ilmiah <i>Humanity and Sosial Community Studies</i> (Surabaya)	Pemimpin Redaksi	1999 - 2000

5. Pengalaman Publikasi

MENULIS KARYA ILMIAH :

Menulis Karya Ilmiah Dengan Judul : HUBUNGAN NEGARA DAN CIVIL SOCIETY (Dimuat dalam Jurnal *Kemanusiaan dan Sosial Kemasyarakatan* Vol.1 No.1 Januari 1999 ISSN 1411-1322)

Menulis Karya Ilmiah Dengan Judul : PEMBANGUNAN, PERUBAHAN POLITIK DAN DEMOKRATISASI (Dimuat dalam Jurnal *Kemanusiaan dan Sosial Kemasyarakatan*, Vol.1 No.2 Juli 1999 ISSN 1411-1322)

Menulis Karya Ilmiah Dengan Judul : LSM, PEMBERDAYAAN WARGA DAN PERUBAHAN SOSIAL (Dimuat dalam Jurnal/ Buletin DAHA Edisi 26 Januari 2000, STT : 1953/SK?DITJEN PPG/STT/1993)

Menulis Karya Ilmiah Dengan Judul : INTEGRASI DAN KONFLIK : PROBLEMATIKA HUBUNGAN AGAMA-AGAMA DI INDONESIA (Dimuat Dalam Jurnal *Kemanusiaan dan Sosial Kemasyarakatan*, Vol. 2 No. 1 Januari 2000 ISSN 1411-1322)

Menulis Karya Ilmiah Dengan Judul : Bung Hatta: Koperasi, Liberalisasi Perdagangan dan Oase Keteladanan (Dimuat Bulletin Ilmiah EKASAKTI, Vol. VII No. Agustus 2002 ISSN 0854-8099)

Menulis Karya Ilmiah Dengan Judul : PEMULIHAN STIGMA DALAM PERSAINGAN GLOBAL : Perspektif Otonomi Daerah di Sektor Kepariwisata Sumbar (Dimuat Bulletin Ilmiah EKASAKTI, Vol. VIII No. Januari 2003 ISSN 0854-8099)

Menulis Karya Ilmiah Dengan Judul : SISTEM PEMILIHAN UMUM dimuat dalam Jurnal *Dinamika Masyarakat* (Kantor Kementerian Ristek RI Jakarta, edisi Oktober 2003)

LAPORAN PENELITIAN :

PLURALITAS MASYARAKAT DI ERA REFORMASI Suatu Kajian Tentang Konvergensi dan Integrasi Masyarakat Plural di Kejurong Sumber Agung Kenagarian Kinali Kabupaten Pasaman Barat (Laporan Penelitian, Selo Soemardjan Research Center, FISIP UI Jakarta, 2005)

Desentralisasi Pelabuhan (Kasus Pelabuhan Muaro Padang dan Pelabuhan Air Bangis Pasaman Barat, (Laporan Penelitian Balibang Propinsi Sumatera Barat dan LPPM Unes, 2004)

Penataan Kelembagaan Dinas Daerah Bersifat Lintas Kabupaten dan Kota Untuk Mewujudkan Efektifitas dan Efisiensi Otonomi Daerah (Laporan Penelitian Balibang Propinsi Sumatera Barat dan LPPM Unes, 2003)

Tinjauan Pelaksanaan PP110/2000 pada DPRD Kabupaten/Kota di Sumatera Barat (Laporan Penelitian, Balitbang Propins Sumatera Barat, 2003)

Perempuan dan Partisipasi Politik di DPRD Sumatera Barat (Laporan Penelitian dimuat dalam Bulletin Ilmiah EKASAKTi, Vol. VII No. Agustus 2002 ISSN 0854-8099)

Inventarisasi dan Identifikasi Tenun Antik di Pandaisikek (Laporan Penelitian Bulletin Ilmiah EKASAKTi, Vol. VIII No. Januari 2003 ISSN 0854-809)

Tungku Tigo Sajaringan Peran Ninik Mamak di Sumatera Barat (Laporan Penelitian, belum dipublikasikan, 2000)

HUBUNGAN NEGARA DAN MASYARAKAT : Studi tentang Masyarakat Pluralistik di Desa Balun (Laporan Penelitian, belum dipublikasikan, 1999)

TULISAN ARTIKEL/OPINI

Lebih dari 40 tulisan artikel seputar masalah sosial-politik dimuat antara lain di Harian Padang Ekspres, Singgalang, Harian Haluan, Harian Semangat, Mingguan Canang, Harian Sumbar Mandiri (tidak terbit lagi), Harian JawaPos, Surabaya Post (Surabaya), Kompas (Jatim)

Contoh Foto Produksi

**Contoh Dompot terbuat dari tempurung kelapa produksi
UD GANDHIS CRAFT Lamongan**





**Contoh Tas terbuat dari tempurung kelapa produksi
UD GANDHIS CRAFT Lamongan**















