

# Brief Note

Edisi 19, 2016



## **Mobilisasi Sosial Sebagai Mekanisme Mengatasi Kemiskinan**

# Mobilisasi Sosial Sebagai Mekanisme Mengatasi Kemiskinan

Riza Primahendra

## Pengantar

Dalam perspektif pembangunan, semua upaya untuk menanggulangi kemiskinan hanya akan menjadi efektif bila masyarakat miskin sendiri secara aktif terlibat. Tanpa keterlibatan aktif dalam berbagai bentuk, maka penanggulangan kemiskinan akan menjadi upaya yang sangat tergantung pada intervensi eksternal. Manakala intervensi tersebut berakhir maka masyarakat akan kembali jatuh miskin.

Salah satu pendekatan untuk mendorong keterlibatan masyarakat adalah “mobilisasi sosial”. Mobilisasi sosial merupakan pendekatan yang meletakkan masyarakat khususnya yang miskin sebagai pusat dan pelaku utama penanggulangan kemiskinan, dan menjadikan pelaku eksternal, seperti pemerintah, LSM, perusahaan, lembaga filantropi, dan sebagainya sebagai fasilitator yang bersifat sementara.

## Pengertian Mobilisasi Sosial

“Mobilisasi sosial adalah upaya pemberdayaan masyarakat miskin dan rentan melalui pengembangan kesadaran kritis disertai penguatan kelembagaan yang mendorong masyarakat mempergunakan potensi dan sumber daya mereka untuk mengatasi masalah mereka sendiri”.

Sebagai sebuah metodologi partisipatif, mobilisasi sosial berbagi karakteristik dan alat yang serupa dengan metodologi partisipatif yang lain seperti PRA (*Participatory Rural Appraisal*), PLA (*Participatory Learning & Action*), PPA (*Participatory Poverty Assessment*), maupun SEAGA (*Socio-Economic and Gender Assessment*). Namun demikian beberapa hal yang menjadi karakter khusus dari mobilisasi sosial perlu dimengerti, mereka adalah:

- Paradigma melihat masyarakat miskin dan rentan. Mereka harus dilihat bukan sebagai kelompok yang tidak berdaya dan tidak punya sumber daya, sebaliknya mereka adalah kelompok masyarakat yang terbukti mampu bertahan dalam situasi yang sulit, memiliki pengalaman menghadapi kerentanan dan kemiskinan, serta punya sumber daya.
- Pengagas perubahan bukan dari luar namun dari dalam masyarakat sendiri. Dalam terminologi Gramsci, pelaku perubahan ini adalah para ‘intelektual organik’ (*organic intellectuals*), yaitu orang-orang lokal yang berdasarkan konteks dimana mereka hidup mampu mengidentifikasi dan merumuskan jalan perubahan.
- Proses perubahan yang utama bukanlah replikasi ‘kisah sukses’ dari luar namun dari pengalaman masyarakat melakukan perubahan. Metode ini sering juga dikenal dengan MSC (*Most Significant Change*), yaitu menjadikan pengalaman paling signifikan dari masyarakat ketika melakukan perubahan sebagai modal dan model untuk melakukan perubahan di aspek-aspek lain.
- Pengembangan ‘massa kritis’ (*Critical Mass*) sebagai pendorong mobilisasi sosial. Massa kritis adalah jumlah orang dalam masyarakat yang terberdayakan

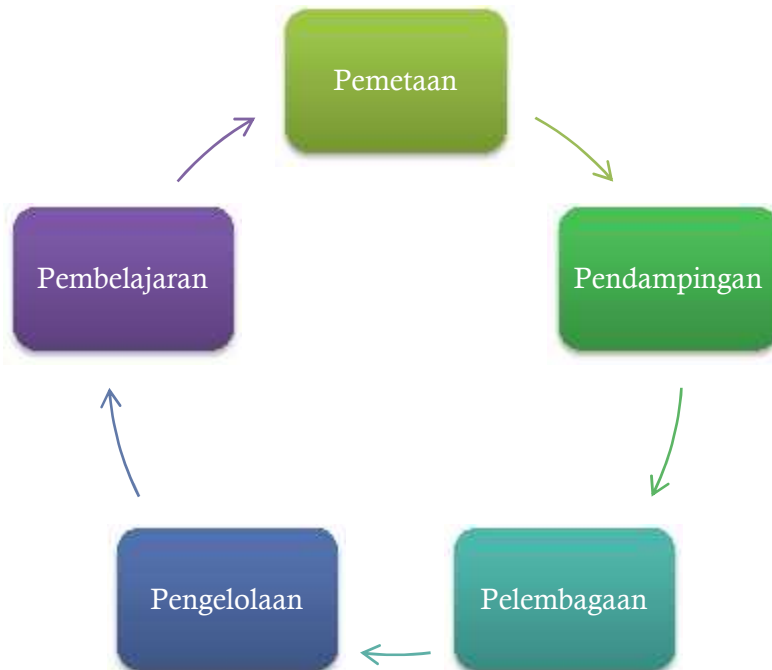
sehingga mampu menjadi pemberi pengaruh (*influencer*) dan pendorong (*endorser*) bagi warga masyarakat lain sehingga proses perubahan menjadi proses internal didalam masyarakat sendiri.

### Praktik Mobilisasi Sosial

Untuk melaksanakan mobilisasi sosial, maka tiga prasyarat yang harus diketahui, yaitu:

- a) Bukan komitmen jangka pendek. Mobilisasi sosial tidak bisa dilaksanakan dalam 1-2 tahun, apalagi dalam hitungan bulan. Pengalaman lapangan menunjukkan setidaknya dibutuhkan komitmen selama tiga tahun untuk melaksanakan mobilisasi sosial.
- b) Bukan proyek. Mobilisasi sosial tidak bisa dilaksanakan menggunakan perspektif proyek dengan kegiatan dan hasil yang spesifik, terukur, dan terjadwal. Mobilisasi sosial perlu dilaksanakan dengan perspektif program yang memberikan ruang bagi adaptasi, revisi, dan koreksi.
- c) Bukan soal dana. Seringkali kegiatan di masyarakat diukur dengan banyaknya dana yang disediakan, dalam mobilisasi sosial, isu utama bukan dana karena modal utama yang dipergunakan adalah modal sosial bukan modal finansial.

Praktik mobilisasi sosial pada dasarnya dilaksanakan melalui 5P, yaitu pemetaan, pendampingan, pelembagaan, pengelolaan, dan pembelajaran. Secara skematis dapat digambarkan sebagai berikut.



Pemetaan adalah upaya untuk mengidentifikasi berbagai konteks dan kerentanan yang dialami masyarakat, modal yang ada di masyarakat, struktur dan proses yang berlaku, dan berbagai pengalaman masyarakat dalam berbagai program dan proyek pembangunan. Pemetaan ini menjadi dasar untuk menyusun pendekatan dan strategi tahap-tahap berikutnya.

Pendampingan merupakan kegiatan membangun kesadaran kritis dan mengembangkan kapasitas melalui dialog dan interaksi yang intens dan regular. Pendampingan menuntut terbangunnya rasa saling percaya dan keterbukaan antar pihak melalui proses yang berkesinambungan.

Pelembagaan adalah langkah lanjut untuk memperkuat mekanisme dan sistem serta kelompok yang telah ada dan berfungsi secara efektif di masyarakat. Bila sudah ada tradisi 'arisan' di kalangan ibu-ibu, maka mekanisme arisan ini perlu dilembagakan sehingga dapat berkembang lebih jauh. Demikian pula bila ada tradisi 'gotong royong', 'pengobatan tradisional', 'lumbung desa', dan sebagainya.

Pengelolaan merupakan tahap dimana masyarakat desa mulai mengembangkan tradisi yang ada kedalam kegiatan-kegiatan yang berdampak luas dan/atau dibutuhkan bersama. Membangun sarana dan prasarana desa, memupuk dana bersama untuk membeli dan mengelola angkutan, mengembangkan dan mendistribusikan benih lokal dan pupuk organik, merupakan contoh yang dapat dikembangkan.

Pembelajaran adalah saat dimana masyarakat secara partisipatif belajar dari apa yang telah dilakukan, keberhasilan dan terutama kegagalan dari inisiatif yang dilakukan. Masyarakat perlu mengembangkan sikap yang positif dalam proses belajar sehingga memungkinkan perbaikan dan pengembangan terus menerus.

### **Catatan terhadap Mobilisasi Sosial**

Sebagai salah satu pendekatan untuk mengatasi kemiskinan, beberapa catatan terhadap mobilisasi sosial adalah.

1. Ketidakpastian waktu dan sumber daya yang diperlukan. Mobilisasi sosial memang harus dilaksanakan sesuai dengan konteks dimana masyarakat berada. Waktu dan sumber daya yang diperlukan meski tidak dapat dipastikan namun dapat diperkirakan. Hal ini terutama dapat dilaksanakan bila telah dilakukan pemetaan yang baik.
2. Mengatasi masalah kemiskinan struktural. Beberapa pegiat sosial merasa mobilisasi sosial tidak akan menjawab masalah kemiskinan struktural, yaitu masalah kemiskinan yang disebabkan kebijakan yang tidak tepat, distribusi sumber daya ekonomi yang tidak adil, maupun penyimpangan mekanisme pasar. Bahwa mobilisasi sosial dalam jangka pendek tidak akan mampu menjawab berbagai persoalan tersebut adalah benar karena prioritasnya adalah keberdayaan masyarakat. Dalam jangka panjang adalah masyarakat sendiri yang telah berdaya, memiliki kesadaran kritis, dan terlembaga dengan baik menjadi pihak yang akan terlibat dalam mengatasi penyebab kemiskinan struktural.
3. Ruang keterlibatan pelaku lain. Mobilisasi sosial adalah sebuah pendekatan kemiskinan yang pada dasarnya membutuhkan keterlibatan pelaku dari luar. Isu utamanya adalah peran dan fungsi pelaku dari luar tersebut yang lebih diutamakan sebagai fasilitator dan animator. Pada banyak kasus yang terjadi adalah pelaku dari luar melakukan hegemoni terhadap inisiatif masyarakat dengan menyediakan 'resep jadi' dan bahkan menjadi pelaku aktif melakukan pembangunan lokal. Sebagai akibatnya yang terbangun di masyarakat bukan keberdayaan melainkan ketergantungan. Pendekatan mobilisasi sosial menghindari kondisi seperti itu.

## Penutup

Mobilisasi sosial merupakan pendekatan untuk menanggulangi kemiskinan yang menitikberatkan pada inisiatif dan potensi masyarakat sendiri. Dalam perspektif CSR, mobilisasi sosial membuka ruang partisipasi untuk mengatasi persoalan kemiskinan secara mendasar dan berkelanjutan. Tantangan utama adalah membangun pemahaman bersama mengenai pentingnya pendekatan ini dan menjaga komitmen untuk melaksanakan pendekatan ini secara konsisten.

Bagi pemerintah, mobilisasi sosial merupakan pendekatan yang perlu segera dilaksanakan dalam berbagai program khususnya program 'dana desa'. Salah satu kunci sukses yang perlu diupayakan adalah memastikan semua pihak yang terlibat, khususnya para pendamping memiliki perspektif dan komitmen untuk menggunakan pendekatan mobilisasi sosial.

-----



**Riza Primahendra** adalah salah satu pendiri AMERTA. Sejak 1999 terlibat dalam berbagai kegiatan tanggung jawab sosial, pemberdayaan masyarakat, pembangunan sosial, advokasi, pengembangan kapasitas dan kelembagaan. Sejak 2002 telah memberikan konsultasi, pelatihan, dan melakukan kajian untuk berbagai lembaga pemerintah, lembaga bilateral dan multilateral, LSM, lembaga pendidikan, lembaga kesehatan, dan perusahaan pada berbagai sektor.

Selama beberapa tahun terakhir berkarya dalam industri minyak dan gas dengan menangani beragam fungsi seperti manajemen strategi, *community development & relation*, *government relation*, *land acquisition*, *business license & permit*, *PR & communication*, *human resource*, *security management*, *workplace management*, *WP&B*, *accounting & cost control*.

Alamat kontak: [rizaprimahendra@gmail.com](mailto:rizaprimahendra@gmail.com)



adalah jejaring para praktisi CSR yang mengembangkan metode dan praktik terbaik CSR untuk mendukung berbagai organisasi dan perusahaan mengembangkan CSR dan mewujudkan kinerja sosial yang efektif dan berkelanjutan.

AMERTA mengembangkan kompetensi dalam:

- **SOCIAL STUDY.** Berbagai kajian dan penilaian seperti PRA (Participatory Rural Appraisal), PLA (Participatory Learning Action), Baseline Study, Studi Dampak, Social Risk Assessment, SEAGA (Socio-Economic & Gender Analysis), SLA (Sustainable Livelihood Analysis), HRIA (Human Rights Impact Assessment) adalah kegiatan yang telah dilaksanakan sebagai langkah awal melaksanakan CSR.
- **CSR PLANNING & PROGRAMMING.** Perumusan rencana strategis dan program CSR berbasis konteks social dan model bisnis adalah langkah lanjut yang dilaksanakan untuk memastikan CSR dilaksanakan sebagai sebuah system manajemen.
- **CSR PROJECT MANAGEMENT.** Berbagai bentuk program dan kegiatan yang dilakukan oleh organisasi dan perusahaan perlu didesain untuk memiliki dampak sosial. *Microfinance & small business development, community organizing & facilitation, behavior change & social marketing* dan *advocacy* adalah bentuk-bentuk CSR di lapangan.
- **INDUSTRIAL RELATION & HR.** Hubungan industrial dan SDM merupakan bagian dari CSR internal perusahaan dan perlu dikelola secara sistematis dan strategis sehingga mendukung tujuan bisnis.

**Kantor:**

Jl. PuloAsem Utara A 20  
Kelurahan Jati, Pulo Gadung, Jakarta 13220, Indonesia  
Ph: 62-21-29833288  
[www.amerta.id](http://www.amerta.id)