

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Landasan atau referensi dari penelitian sebelumnya sangat penting karena dapat membantu peneliti dalam memecahkan masalah. Landasan tersebut berasal dari penelitian sebelumnya dalam bentuk skripsi, yang pembahasannya sangat mirip dengan pilihan topik peneliti, yaitu *Yakult Lady*. Penelitian sebelumnya dapat menjadi titik referensi bagi peneliti saat merumuskan hipotesis untuk tinjauan pustaka atau saat mencari publikasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Berikut hasil penelitian terdahulu yang mengangkat topik serupa dengan penelitian sekarang, yakni:

Hasil penelitian Novida Irawan (2019) berjudul “Gaya Komunikasi *Personal Selling Yakult Lady* dalam Membangun *Brand Awareness* Perusahaan” STIKOM PROSIA. Temuan studi menunjukkan bahwa upaya penjualan personal *Yakult Lady* mematuhi prosedur penjualan personal yang diwajibkan. *Yakult Lady* diharuskan mengikuti petunjuk tentang cara melayani pelanggan sesuai dengan buku Pusat Informasi Berjalan (PIB). Secara umum PIB sendiri memuat panduan percakapan penjualan yang memberikan rincian tentang keunggulan *Yakult*, dengan tujuan dan visi bisnis. Melalui penggunaan produk *Yakult* dan sistem pencernaan yang sehat, PT. *Yakult Indonesia Persada* berharap untuk memberi tahu pelanggannya tentang nilai menjaga kesehatan. Setelah menerima

pelatihan, *Yakult Lady* mampu melakukan penjualan pribadi dan mendidik pelanggan tentang keunggulan produk, yang bisa memenangkan loyalitas mereka dari waktu ke waktu.

Selanjutnya hasil penelitian Siti Zahara Nur Mega, Risna Raesnawaty, dan Lenny Meilany (2016) berjudul “Pelaksanaan CSR PT. Yakult Indonesia Persada dalam Upaya Pemberdayaan *Yakult Lady* di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung”. Menurut temuan studi tersebut, program CSR *Yakult Lady*, dikelola dengan mempertimbangkan perempuan kurang mampu. Lebih jauh, temuan studi tersebut menjelaskan bahwa program yang mereka tawarkan tidak mengabaikan tanggung jawab perempuan sebagai istri terhadap suaminya dan ibu terhadap anaknya. Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Kokoria Br Tumorang, I Ketut Putra Erawan, dan Gede Indra Pramana (2022) dengan judul “Rekrontuksi Realistas Pekerja Perempuan Sebagai *Yakult Lady* di PT. Yakult Indonesia Persada Kecamatan Kandis, Riau” Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana. Dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwasanya perempuan yang bekerja sebagai *Yakult Lady* ialah ibu-ibu rumah tangga. Dijelaskan juga bahwasanya *Yakult Lady* sendiri terbentuk sebagai upaya pemberdayaan perempuan dan sekaligus membantu perekonomian suami alam keluarga.

Penelitian keempat skripsi oleh Nada Husnia, Gusril Basir (2023) dengan judul “Efektivitas *Yakult Lady* Dalam Meningkatkan Pendapatan dan Kesejahteraan di Kota Bukittinggi Persepektif Ekonomi Islam”

Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alasan para *Yakult Lady* mengikuti program tersebut, yaitu dikarenakan untuk membantu pendapatan suami yang belum dapat memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari pada umumnya. Penelitian tersebut juga menjelaskan bahwa mereka yang tergabung dalam *Yakult Lady* sudah dapat memperoleh pendapatan sendiri dan dapat digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarganya seperti dalam pemenuhan kebutuhan hidup, maka dari itu peneliti menyatakan bahwa program *Yakult Lady* dapat dikatakan efektif di Kota Bukittinggi karena sudah banyak membantu perekonomian masyarakat sekitar. Dan yang terakhir ada penelitian dari Bayquni (2013) dengan judul “Mendidik Konsumen Melalui *Corporate Social Responsibility*” Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. DR. Moestopo (Beragam) Senayan Jakarta. Pada penelitian ini, peneliti menjelaskan bahwasanya tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bentuk nyata kepedulian kalangan dunia usaha terhadap lingkungannya dan konsep serta pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* semakin berkembang di Indonesia.

Walaupun penelitian di atas memiliki kesamaan dalam ketertarikan topik penelitian, akan tapi penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Penelitian yang akan penulis kaji ini lebih membahas mengenai pelaksanaan program *Corporate Responsibility Social* PT. Yakult Indonesia Persada Pemberdayaan Perempuan melalui *Yakult*

Lady. Pelaksanaan yang dimaksud di sini yaitu sesuai dengan teori yang akan peneliti pakai “Teori Legitimasi” yang di mana dijelaskan bahwa dalam program pemberdayaan ini jika terdapat kesenjangan maka perlu adanya perbaikan dalam proses legitimasi perusahaan terhadap masyarakat di sekitarnya guna untuk menciptakan suatu keharmonisan sosial yang sesuai dengan norma dan nilai di masyarakat tersebut.

2.2 Konsep

2.2.1 Pengertian Pemberdayaan

Istilah pemberdayaan sudah sangat populer di kalangan masyarakat yang berkesinambungan dengan kemiskinan. Konsep pemberdayaan yang dimaksud yaitu di mana individu atau masyarakat tidak berdaya (*powerless*). Pemberdayaan juga berasal dari kata dasar "daya" atau yang berarti kemampuan dalam bertindak. Berdaya memiliki imbuhan awalan ber- yang di mana berdaya sendiri memiliki arti mempunyai daya, berkemampuan, berkekuatan dalam mengatasi atau melakukan sesuatu. Dari sini dapat kita simpulkan bahwa pemberdayaan sendiri memiliki arti membuat seseorang berdaya atau seseorang tersebut memiliki daya atau kekuatan.

Proses perolehan kekuasaan, kemampuan, atau kompetensi bagi diri sendiri maupun proses pemberian kekuasaan, kekuatan, kemampuan, atau kompetensi kepada seseorang yang kurang berkuasa dari pihak yang berkuasa, keduanya dianggap sebagai

bentuk pemberdayaan. Proses pemberian kekuatan, kemampuan, atau kapasitas kepada orang atau komunitas yang lemah untuk mengenali, menilai, dan menentukan kebutuhan dan potensi mereka serta masalah yang mereka hadapi, dan kemudian memilih solusi alternatif dengan mengoptimalkan sumber daya dan potensi mereka sendiri, merupakan hal yang mendasar bagi pemberdayaan.

Definisi pemberdayaan berdasarkan pendapat Payne dalam Adi (2008: 77-78) yakni, *“to help client gain power of decision and action over their own lives by reducing the effect of social or personal blocks to exercising existing power, by increasing capacity and self-confidence to use power and by transferring power from the environment to client”* *“(membantu klien memperoleh daya untuk mengambil keputusan dan menentukan tindakan yang akan ia lakukan yang terkait dengan diri mereka, termasuk mengurangi efek hambatan pribadi dan sosial dalam melakukan tindakan. Hal ini dilakukan melalui peningkatan kemampuan dan rasa percaya diri untuk menggunakan daya yang ia miliki, antara lain melalui transfer daya dari lingkungannya)”*. Penjelasan di atas membawa kita pada kesimpulan bahwa pemberdayaan menekankan gagasan tentang pemindahan wewenang, pendelegasian kekuasaan, atau pemberdayaan orang sehingga mereka dapat mengendalikan lingkungan dan diri mereka sendiri sesuai dengan potensi, keterampilan, dan aspirasi mereka.

Menurut Parsons (1994) pemberdayaan menekankan bahwa individu bukan hanya sekedar memperoleh keterampilan tapi juga pengetahuan dan kekuasaan yang cukup untuk mempengaruhi kehidupannya dan kehidupan orang lain.

Pemberdayaan yang dilakukan dalam praktik berarti memotivasi orang atau memberi mereka dukungan, arahan, dan bimbingan untuk membantu mereka mengembangkan keterampilan mereka. Hal ini dapat dilakukan secara bertahap dengan memulai dari perubahan kebiasaan dan perilaku yang akan meningkatkan kualitas hidup seseorang. Meningkatkan kapasitas dan potensi masyarakat agar mereka dapat sepenuhnya menyadari identitas, kehormatan, dan martabat mereka untuk bertahan dan tumbuh sendiri merupakan aspek lain dari pemberdayaan. Riant Nugroho (2008) mengidentifikasi empat penanda pemberdayaan, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat, yaitu adanya kesetaraan kedudukan antara perempuan maupun laki-laki sehingga keduanya mempunyai kesempatan yang sama dalam memanfaatkan sumber daya yang ada.
2. Kontrol, yakni perempuan maupun laki-laki memiliki peluang setara dalam mengontrol sumber daya.

3. Partisipasi, yakni keterlibatan dalam mengolah maupun memanfaatkan sumber daya maupun aset yang jumlahnya terbatas.
4. Akses, yakni kesetaraan hak untuk melakukan akses sumber daya produktif yang ada di lingkungan.

Ife (1995: 56) menyatakan bahwa tujuan pemberdayaan adalah memberikan kekuatan lebih kepada masyarakat kurang mampu, sedangkan Suharto (2005b: 58) mengartikan pemberdayaan sebagai kapasitas seseorang, terutama kelompok rentan, yang pada akhirnya akan memiliki kemampuan untuk:

1. Terlibat dalam pengambilan keputusan terkait pembangunan yang bisa memberikan pengaruh terhadap individu lain.
2. Mendapatkan sumber daya produktif untuk mengoptimalkan kesejahteraan dan mendapatkan produk yang dibutuhkan oleh individu.
3. Mencukupi kebutuhan dasar yang menjadikan individu mempunyai kebebasan dalam menyampaikan pendapat, keleluasaan dalam menyampaikan rasa sakit, dan kebebasan untuk memilih jalan terbebas dari kebodohan.

Pemberdayaan dapat diterapkan di bidang-bidang berikut: kesehatan, pendidikan (dari anak kecil hingga orang tua), pertanian, usaha kecil, daerah bencana, penyandang cacat, tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*), dan pemberdayaan

perempuan. Pemberdayaan juga dapat diterapkan di sektor medis dan pendidikan. Berdasarkan penjabaran di atas penulis menyimpulkan bahwa pemberdayaan adalah suatu proses yang di mana bertujuan untuk menambah kekuatan atau kemampuan dari pihak yang telah memiliki kemampuan kepada individu yang masih kurang berdaya.

2.2.2 Pemberdayaan sebagai Suatu Proses

Pemberdayaan, sebagaimana diketahui, adalah sebuah program yang berupaya membantu orang agar mampu melakukan tugas sendiri tanpa memerlukan bantuan dari orang lain. Pemberdayaan individu menghasilkan kemandirian; tergantung pada jenis program yang dapat diakses, kemandirian ini dapat berupa bidang politik, ekonomi, pendidikan, dan bidang lainnya. Selain itu, proses pemberdayaan memungkinkan seseorang untuk berubah dalam diri mereka sendiri dalam jangka waktu yang singkat atau panjang.

Pemberdayaan terlihat jelas dalam kenyataan bahwa ia merupakan sebuah proses atau program. Menurut yang lain, pemberdayaan dipandang sebagai sebuah program yang berjalan melalui beberapa tahap untuk mencapai tujuan dalam jangka waktu tertentu. Proses pelaksanaan pemberdayaan masyarakat akan dilakukan secara bertahap. Berikut ini adalah langkah-langkah yang perlu diselesaikan:

1. Fase-fase kesadaran dan pembentukan perilaku yang mengarah kepada tindakan-tindakan penuh pertimbangan dan kasih sayang, serta kesadaran bahwa kapasitas diri itu penting.
2. Tahap transformasi kemampuan di mana pengetahuan, wawasan, dan kompetensi keterampilan digunakan untuk memberikan keterampilan mendasar dan membuka wawasan sehingga orang dapat berkontribusi terhadap kemajuan.
3. Fase pengembangan ilmu pengetahuan dan keterampilan sampai pada titik dimana inisiatif dan daya cipta berkembang dan mengarah pada kemandirian (Sulistiyani, 2004).

Pemberdayaan merupakan tujuan jangka panjang atau berkelanjutan, bukan sekadar menawarkan bantuan jangka pendek. Jelaslah bahwa mencapai pemberdayaan individu merupakan proses yang sebagian besar berkelanjutan sepanjang hidup seseorang dan berasal dari pengalaman mereka, bukan hasil akhir (*empowerment is a process that all human beings experience rather than an end state*). Siklus pemberdayaan berkelanjutan memiliki lima tahap utama, yaitu sebagai berikut:

1. “*Recall depowering or empowering experiences*” yakni mengulang pengalaman pemberdayaan dan tidak memberdayakan.

2. *“Discuss reasons for depowerment or empowerment”* yakni melakukan diskusi terkait aspek yang mendasari perlunya pemberdayaan dan peniadaan penidakberdayaan
3. *“Identify one problem or project”* yakni melakukan identifikasi permasalahan.
4. *“Identify useful power bases”* yakni melakukan indentifikasi basis daya untuk mencapai perubahan.
5. *“Develop and implement action plans”* yakni melakukan pengembangan rencana aksi dan pengimplementasian.

2.2.3 Pemberdayaan Ekonomi

Dalam konteks ekonomi, pemberdayaan masyarakat berarti memberdayakan usaha-usaha masyarakat agar menjadi badan usaha yang tangguh dan mandiri dengan mengembangkan struktur ekonomi yang stabil dan mumpuni; memperluas keterlibatan masyarakat dalam pembangunan desa atau daerah; menyediakan lapangan pekerjaan bagi penduduk sekitar; mendorong pertumbuhan ekonomi dan pemerataan pendapatan; serta mengentaskan kemiskinan. Dalam bidang ekonomi, pemberdayaan masyarakat mengacu pada upaya untuk menghimpun sumber daya guna memaksimalkan potensi ekonomi dan produksi masyarakat, sehingga dapat mendukung pembangunan masyarakat dan sumber daya alam secara optimal. Pada kenyataannya, sejumlah inisiatif pemerintah telah mendorong pemberdayaan ini, antara lain:

1. “Kebijakan Pemerintah tentang pemberdayaan masyarakat secara tegas tertuang di dalam GBHN Tahun 1999, serta UU. Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah. Di dalam GBHN Tahun 1999, khususnya di dalam Arah Kebijakan Pembangunan Daerah, antara lain dinyatakan mengembangkan otonomi daerah secara luas, nyata dan bertanggung jawab dalam rangka pemberdayaan masyarakat, lembaga ekonomi, lembaga politik, lembaga hukum, lembaga keagamaan, lembaga adat dan lembaga swadaya masyarakat, serta seluruh potensi masyarakat dalam wadah NKRI”.
2. Sedangkan di dalam “UU. Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah, antara lain ditegaskan bahwa hal-hal yang mendasar dalam undang-undang ini adalah mendorong untuk memberdayakan masyarakat, menumbuhkembangkan prakarsa dan kreativitas, serta meningkatkan peran serta masyarakat”.
3. Di dalam “UU. Nomor 25 Tahun 2000 tentang Program Pembangunan Nasional (PROPENAS) Tahun 2000-2004 dan Program Pembangunan Daerah (BAPPEDA) dinyatakan bahwa tujuan pemberdayaan masyarakat adalah meningkatkan keberdayaan masyarakat melalui penguatan lembaga dan organisasi masyarakat setempat,

penanggulangan kemiskinan dan perlindungan sosial masyarakat, peningkatan keswadayaan masyarakat luas guna membantu masyarakat untuk meningkatkan kehidupan ekonomi, sosial dan politik”.

Dapat disimpulkan bahwa “kebijakan pemberdayaan masyarakat merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kebijakan otonomi daerah” dengan melihat bagaimana kebijakan pemerintah dirumuskan dalam uraian di atas. Setiap tindakan yang dilakukan atas nama pemberdayaan masyarakat akan secara langsung membantu upaya pemeliharaan dan perluasan otonomi daerah, dan setiap tindakan yang dilakukan untuk pemeliharaan dan perluasan otonomi daerah akan memengaruhi upaya peningkatan pemberdayaan masyarakat.

Seperti diketahui, berbagai faktor memengaruhi tingkat kesejahteraan masyarakat. Tingkat kesejahteraan masyarakat dapat dipengaruhi secara signifikan oleh sejumlah hal, termasuk kondisi perumahan, ketersediaan energi, ketersediaan air bersih, kondisi infrastruktur secara keseluruhan, dan pendapatan mereka. Di antara sekian banyak variabel yang disebutkan di atas, pendapatan masyarakat merupakan salah satu variabel yang paling krusial. Pendapatan yang rendah akan menyebabkan munculnya berbagai masalah berikut :

- a. Masalah kesehatan termasuk kekurangan gizi dan standar perawatan yang tidak memadai. Hal ini terbukti dari tingginya angka kematian neonatal, angka kematian tahunan, dan jumlah kalori makanan yang tidak memenuhi ambang batas yang dibutuhkan.
- b. Bahkan sekarang, kemiskinan masih merajalela. Di negara-negara berkembang, sebagian besar penduduk berpenghasilan lebih rendah dari ambang batas kemiskinan federal, yang berarti bahwa penghasilan mereka tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka.
- c. Tingkat pendidikan yang tidak memadai. Banyak keluarga di negara berkembang lebih memilih bekerja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari karena mereka tidak mampu membiayai pendidikan anak-anak mereka karena tingkat pendapatan yang rendah.

2.2.4 Pemberdayaan Perempuan

Agar perempuan mampu mengelola dirinya sendiri, meningkatkan rasa percaya dirinya untuk dapat berperan dan berpartisipasi aktif dalam memecahkan masalah pembangunan, serta mampu membangun dirinya sendiri, pemberdayaan perempuan merupakan upaya untuk meningkatkan kemampuan perempuan dalam memperoleh akses dan kendali atas sumber daya ekonomi, politik, sosial, dan budaya (Anonim, 2010). Topik yang

paling banyak diminati oleh berbagai organisasi adalah taktik dan inisiatif pemberdayaan perempuan, khususnya pemberdayaan masyarakat.

Pemberdayaan perempuan secara umum dipahami sebagai peningkatan kualitas kehidupan pribadi perempuan, menurut Prof. Haryono Suyono (dalam Ruslan 2010:92). Pemberdayaan perempuan merupakan upaya memberdayakan kehidupan perempuan dalam berbagai bidang, seperti ekonomi, pendidikan, pekerjaan sosial, komunikasi, informasi, dan sebagainya, dengan tujuan melepaskan perempuan dari belenggu kemiskinan dan keterbelakangan. Uraian di atas memperjelas bahwa pemberdayaan perempuan merupakan upaya untuk mengikutsertakan perempuan dalam pembangunan, karena salah satu prioritas pembangunan nasional adalah penanggulangan kemiskinan yang sudah menjadi salah satu tujuan strategi RPJMN 2020–2024. Keterlibatan perempuan dalam pembangunan terlihat jelas dalam seluruh aspek kehidupan dan pekerjaan yang dilakukannya, baik pekerjaan reproduktif, swasta, publik, maupun produktif. Dengan tujuan agar perempuan mampu maju melalui berbagai inisiatif pemberdayaan yang ada saat ini, seperti program pemberdayaan PT Yakult, perempuan yang berdaya juga memiliki hak yang sama dengan laki-laki.

2.2.5 Program CSR

Salah satu komponen yang tidak dapat dipisahkan dari dunia usaha adalah *Corporate Social Responsibility* atau yang disingkat CSR. Istilah tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada awalnya digunakan di negara-negara maju untuk merujuk pada kewajiban sosial internal dan eksternal suatu organisasi, yang mencakup kesejahteraan tenaga kerja perusahaan. Negara Republik Indonesia memberikan prioritas utama pada kegiatan “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) CSR”, khususnya bagi BUMN yang telah mengamanatkan agar badan usaha melaksanakan program CSR. Terdapat lima undang-undang yang mengamanatkan pelaksanaan inisiatif CSR oleh badan usaha tertentu, antara lain:

1. “Keputusan Menteri BUMN Tentang Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL)
2. Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007
3. Undang-Undang Penanaman Modal Nomor 25 Tahun 2007
4. Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi Nomor 22 Tahun 2001
5. Guidance ISO 26000”

Undang-undang tersebut menjelaskan bahwa meskipun program CSR bagi badan usaha lain di sektor non-SDA merupakan kewajiban moral, perusahaan yang wajib melaksanakan kegiatan CSR adalah perseroan terbatas yang selanjutnya akan menjalankan kegiatan usahanya di sektor SDA. Inisiatif dan kegiatan CSR didasarkan pada dua landasan, yakni:

1. Landasan pertama, sebagai bagian dari etika bisnis atas dasar agama, kebudayaan atau etika kebaikan lainnya
2. Landasan kedua, CSR sebagai dimensi sosial dari aktivitas bisnis. Implementasi CSR di perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain komitmen pimpinan perusahaan, ukuran serta kematangan perusahaan, regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah. Di dalam praktik kegiatannya, penerapan CSR disesuaikan dengan kemampuan masing-masing perusahaan dan kebutuhan masyarakat perusahaan tersebut. Inilah mengapa program CSR setiap perusahaan sangat beragam dan hal ini bergantung pada proses interaksi sosial, bersifat sukarela didasarkan pada dorongan moral serta etika, dan biasanya melebihi dari hanya sekedar kewajiban memenuhi peraturan perundang-undangan” (Asy’ari: 2009).

Dari uraian di atas, jelaslah bahwa penerapan CSR dapat berkembang ke berbagai arah berdasarkan tujuan yang ingin

dicapai oleh organisasi. Penerapan CSR juga dapat dilihat sebagai langkah maju yang signifikan dalam memerangi masalah global, seperti yang ditunjukkan oleh penerapan CSR PT. Yakult Persada. PT. Yakult Persada yang memberdayakan perempuan melalui inisiatif CSR-nya. Melalui tindakan mikro dan makro, pemberdayaan memiliki hubungan yang luas dan berupaya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dalam berbagai bidang termasuk pemberdayaan sosial, kesehatan, dan ekonomi.

2.2.6 Yakult Lady

Yakult Lady adalah salah satu mitra kerja dari Yakult. *Yakult Lady* Indonesia juga bagian dari *Yakult Lady* yang ada di luar negeri. Sebagian besar dari *Yakult Lady* merupakan kalangan dari ibu rumah tangga. Melalui program kemitraan tersebut, masyarakat khususnya kaum perempuan mendapatkan kesempatan untuk bekerja sama dengan Yakult dengan mengirimkan produk Yakult kepada masyarakat atau pelanggan. Wilayah operasional *Yakult Lady* juga disesuaikan dengan tempat tinggal dengan begitu tidak akan mengganggu tugas lainnya sebagai ibu rumah tangga. Seperti apa yang kita lihat, banyak dari para ibu rumah tangga tertarik bergabung sebagai *Yakult Lady* yang di mana pekerjaan ini merupakan suatu penghasilan tambahan bagi para ibu-ibu rumah tangga. Perusahaan sebelum merekrut

juga melakukan wawancara dengan calon *Yakult Lady* dengan tujuan mengetahui apa alasan mereka ingin bergabung dalam program *Yakult Lady*. *Yakult Lady* di lapangan tidak hanya mengirimkan produk ke pelanggan tetapi juga dibarengi dengan memberikan edukasi serta informasi kepada masyarakat tentang hidup sehat dan sebagainya. Oleh karena itu, Yakult memberikan persyaratan tertentu kepada calon *Yakult Lady* sebelum mengirim mereka ke lapangan, salah satunya adalah keterampilan komunikasi. *Yakult Lady* hadir karena meyakini bahwa perempuan harus memiliki hak yang sama dengan laki-laki, termasuk hak untuk diberdayakan agar mereka dapat tumbuh menjadi individu yang mandiri dan mampu memenuhi kebutuhannya sendiri. Dengan memperbolehkan ibu rumah tangga untuk berperan sebagai agen pemasaran, PT. Yakult Indonesia Persada juga terlibat dalam bentuk tanggung jawab sosial perusahaan.

2.3 Landasan Teori

2.3.1 Teori Legitimasi

Teori pemangku kepentingan dan teori legitimasi merupakan dua gagasan yang mendukung tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Nasi, Philips, dan Zylidopoulos dalam Nurhayati, dkk. (2006), teori legitimasi berfokus pada kecukupan

perilaku sosial perusahaan “(*legitimate theory focuses on the adequacy of corporate social behavior*)”. Hal ini menyiratkan bahwa nilai sosial suatu organisasi bergantung pada citra yang diproyeksikan oleh perusahaan untuk dirinya sendiri. Organisasi juga dapat membuktikan legitimasinya dengan memadukan citra publik dengan keberhasilan bisnis. Dalam hal ini, penting untuk menekankan bahwa masalah legitimasi akan muncul ketika ada perbedaan antara perilaku sosial perusahaan dan harapan masyarakat. Di sinilah tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) berperan untuk menutup kesenjangan legitimasi dengan membuat kegiatan bisnis lebih sesuai dengan harapan masyarakat. Menurut Ashforth dan Gibbs 2 (1990), Dowling dan Pfeffer (1975), dan O'Donovan (2002), legitimasi merupakan salah satu sumber yang memungkinkan perusahaan untuk bertahan hidup (Imam dan Anis, 2014: 443). Penjelasan di atas memperjelas bahwa salah satu teori yang mendasari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah teori legitimasi, yang mencoba menunjukkan kepada publik kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan dan dampaknya terhadap masyarakat di mana perusahaan tersebut beroperasi. Teori ini menjadi dasar bagi upaya perusahaan untuk membina keharmonisan sosial sesuai dengan norma dan nilai sosial guna mencapai legitimasi perusahaan.