

BAB II

KAJIAN LITERATURE

2.1 Penelitian Terdahulu

Analisa mengenai program yang berkonsep *Creating Shared Value* (CSV) telah dibuktikan secara empiris oleh Kurniawati dan Hermila (2022) pada program yang ada di PT Petrokimia Gresik. Program *creating shared value* yang dijadikan objek adalah Lingkungan Peternakan Sapi Terintegarsi (Literasi). Metode penelitian yang digunakan adalah riset aksi partisipatoris yang menempatkan penulis sebagai katalisator serta pembelajar bersama dengan masyarakat. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa penerapan CSV melalui program Literasi memberi manfaat bagi masyarakat yaitu 72% limbah ternak diolah menjadi pupuk organik, mengurangi emisi CO₂ sebanyak 17.929 m³/tahun, meningkatnya pendapatan kelompok ternak hingga 90%. Bagi perusahaan manfaat yang didapat dari program Literasi ini adalah peningkatan penjualan produk senilai Rp 5.760.000 per tahun, nilai indeks kepuasan masyarakat mencapai angka 86%, serta nilai SROI mencapai 3,49 dari 4,00.

Sutiarso et al. (2024) membuktikan secara empiris program yang berkonsep *Creating Shared Value* (CSV) yang ada di PLN Nusantara Power UP Rembang. Objeknya adalah program pemberdayaan masyarakat Dewi Sri Wardani. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa penerapan CSV melalui program pemberdayaan masyarakat Dewi Sri Wardani memberi manfaat bagi masyarakat yaitu peningkatan pendapatan dan perbaikan lingkungan. Bagi perusahaan manfaat yang didapat dari program ini adalah pengelolaan limbah yang efektif dan pengurangan emisi gas rumah kaca.

Sari et al. (2023) membuktikan secara empiris program yang berkonsep *Creating Shared Value* (CSV) yang ada di PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk. Objeknya adalah program pemberdayaan masyarakat Desa Rempah Kapulaga. Metode yang digunakan yaitu dengan survei melalui social mapping, perencanaan, dan pemantauan evaluasi. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa penerapan CSV melalui program pemberdayaan masyarakat Desa Rempah Kapulaga memberi manfaat bagi masyarakat yaitu memberikan dampak peningkatan ekonomi masyarakat yang lebih *sustainable* dan memberikan kapasitas bagi petani dalam budidaya maupun perawatan mesin modern. Bagi perusahaan manfaat yang didapat dari program ini adalah munculnya rantai nilai baru yang berorientasi pada perkembangan bisnis perusahaan dan kepastian jaminan pasar.

Hasan dan Laksmono (2023) membuktikan secara empiris program yang berkonsep *Creating Shared Value* (CSV) yang ada di PT Pegadaian (Persero). Objeknya adalah program Pendampingan Bank Sampah Alamanda Sejahtera “Pilah Sampah Simpan Emas”. Metode yang digunakan yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa penerapan CSV melalui program Pendampingan Bank Sampah Alamanda Sejahtera “Pilah Sampah Simpan Emas” memberi manfaat bagi masyarakat yaitu mengurangi sampah non-organik dan simpanan emas yang berasal dari sampah-sampah yang dikumpulkan dan ditukarkan kepada bank sampah. Bagi perusahaan manfaat yang didapat dari program ini adalah pengelola bank sampah menjadi agen pegadaian

dan perusahaan bisa mencapai tujuan bisnis mereka sambil berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat.

2.2 Teori *Stakeholder*

Freeman (1983) mengungkapkan pengertian stakeholder secara luas yaitu setiap kelompok atau individu yang dapat diidentifikasi yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan organisasi atau yang terpengaruh oleh pencapaian tujuan organisasi. Teori ini menyatakan bahwa ada kelompok lain yang menjadi tanggung jawab perusahaan selain pemegang saham; kelompok yang memiliki kepentingan dalam tindakan perusahaan. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder* sangatlah erat. Kehadiran *stakeholder* yang sangat berpengaruh terhadap berjalannya suatu perusahaan menjadikan perusahaan juga harus memberi manfaat kepada *stakeholdernya*. Terlihat dari tujuan utama teori ini adalah untuk membantu perusahaan memahami lingkungan *stakeholder* mereka dan mengelola hubungan antara keduanya dengan lebih efektif (Ulum et al., 2021).

Teori ini bisa dimanifestasikan melalui konsep tanggung jawab sosial perusahaan, dimana perusahaan meningkatkan nilai dari dampak aktivitas mereka dan mengurangi kerugian yang disebabkan bagi *stakeholder*. Melalui sebuah program tanggung jawab sosial perusahaan, masyarakat sebagai *stakeholder* sangat berpengaruh terhadap berjalannya suatu perusahaan. Perusahaan yang hidup disekitar masyarakat harus mengelola hubungan yang baik diantara keduanya. Perusahaan menciptakan sebuah program dengan masyarakat sebagai *stakeholdernya* selain untuk memberi manfaat bagi masyarakat, juga merupakan salah satu cara perusahaan untuk memahami *stakeholdernya* agar hubungan

berjalan dengan baik. Teori *stakeholder* ini membuktikan antara perusahaan dan masyarakat akan menjalankan hubungan dimana keduanya akan saling menciptakan nilai Bersama melalui sebuah program.

2.3 Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB)

Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) menyatakan komitmen global dan nasional dalam upaya untuk menyejahterakan masyarakat merupakan tujuan dari pembangunan berkelanjutan. Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) merupakan serangkaian tujuan yang ditetapkan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) untuk mencapai kehidupan yang lebih baik dan lebih berkelanjutan bagi semua orang di planet ini. Berbeda dengan agenda pembangunan sebelumnya yang berfokus pada pertumbuhan ekonomi, TPB mewakili kerangka kerja yang terpadu dan universal, meskipun TPB mencakup banyak kebijakan dengan potensi tujuan ekonomi, sosial, lingkungan, sementara beberapa tujuan dipandang saling mendukung (Kroll et al., 2019). Untuk mengatasi berbagai tantangan global yang dihadapi ada 17 tujuan TPB yang saling terkait dan saling mendukung.

Tabel 2.1 17 Tujuan dari Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB)

Pilar Sosial	
1	Tanpa Kemiskinan
2	Tanpa Kelaparan
3	Kehidupan Sehat dan Sejahtera
4	Pendidikan Berkualitas
5	Kesetaraan Gender

Pilar Ekonomi

-
- 7 Energi Bersih dan Terjangkau

 - 8 Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi

 - 9 Industri, Inovasi dan Infrastrukturnya

 - 10 Berkurangnya Kesenjangan

 - 17 Kemitraan untuk Mencapai Tujuan

Pilar Lingkungan

-
- 6 Air Bersih dan Sanitasi Layak

 - 11 Kota dan Pemukiman yang Berkelanjutan

 - 12 Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab

 - 13 Penanganan Perubahan Iklim

 - 14 Ekosistem Lautan

 - 15 Ekosistem Daratan

Pilar Pembangunan Hukum dan Tata Kelola

-
- 16 Perdamaian, Keadilan dan Kelembagaan yang Tangguh

2.4 *Creating Shared Value (CSV)*

Porter dan Kramer (2011) mengemukakan bahwa konsep nilai bersama dapat didefinisikan sebagai kebijakan dan praktik operasi yang meningkatkan daya saing suatu perusahaan sekaligus memajukan kondisi ekonomi dan sosial di masyarakat tempat perusahaan tersebut beroperasi. Konsep Menciptakan Nilai Bersama (*Creating Shared Value*) adalah konsep dengan mengikuti prinsip hukum dan etika serta mengurangi dampak negatif dari kegiatan bisnis, namun cakupannya lebih

luas. Kemampuan untuk menciptakan nilai ekonomi sekaligus berkontribusi terhadap kemajuan sosial dianggap sebagai katalis yang kuat bagi pertumbuhan ekonomi global (Kurniawan & Arief, 2023). Banyak perusahaan menciptakan nilai bersama dengan mengembangkan strategi bisnis yang efektif dan memberikan manfaat sosial yang nyata. Ide ini menawarkan banyak peluang baru untuk mendapatkan keuntungan dan persaingan, sekaligus memberikan manfaat bagi masyarakat dengan memberikan kekuatan bisnis untuk membantu memecahkan permasalahan dunia. *Creating Shared Value* disebut sebagai konsep strategi bisnis yang kemudian diperkecil menjadi berbagai program (Putri & Triyono, 2020).

Penciptaan nilai bersama sepenuhnya didasarkan pada kerja sama antara perusahaan dan masyarakat, dan dalam arti tertentu merupakan kontribusi bersama terhadap niat baik (Lemańczyk, 2023). Pendekatan untuk menciptakan nilai bersama berbeda dari satu negara ke negara lain. Hal ini dapat terjadi di berbagai industri, perusahaan, dan negara, termasuk strategi bisnis dan strategi social (Rachmawati et al., 2019). Perusahaan bisa menciptakan nilai ekonomi dengan menciptakan nilai bersama melalui tiga cara berbeda untuk melakukannya: menyusun kembali produk dan pasar, mendefinisikan ulang produktivitas dalam rantai nilai, dan membangun kelompok industri pendukung di lokasi perusahaan (Porter & Kramer, 2011).

Menciptakan nilai bersama dengan menyusun kembali produk dan pasar titik awalnya yaitu mengidentifikasi semua kebutuhan, manfaat, dan kerugian sosial yang ada atau dapat diwujudkan dalam produk perusahaan. Peluang tersebut tidak statis; peluang tersebut terus berubah sejalan dengan perkembangan teknologi,

ekonomi berkembang, dan prioritas sosial berubah. Eksplorasi berkelanjutan terhadap kebutuhan sosial akan menghadapkan perusahaan untuk menemukan peluang baru untuk diferensiasi dan reposisi di pasar tradisional, dan mengenali potensi pasar baru yang sebelumnya mereka abaikan (Porter & Kramer, 2011).

Menciptakan nilai bersama dengan mendefinisikan ulang produktivitas dalam rantai nilai melalui beberapa cara yaitu memeriksa ulang penggunaan energi dan logistik di seluruh rantai nilai, pemanfaatan sumber daya, mendefinisikan ulang pengadaan, mengkaji ulang praktik distribusi, produktivitas karyawan, dan mendefinisikan ulang lokasi (Porter & Kramer, 2011).

Menciptakan nilai bersama dengan mengaktifkan pengembangan klaster lokal untuk meningkatkan produktivitas perusahaan sambil mengatasi kesenjangan atau kegagalan dalam kondisi kerangka kerja di sekitar klaster. Upaya untuk mengembangkan atau menarik pemasok yang cakap, misalnya, memungkinkan manfaat pengadaan (Porter & Kramer, 2011).

Tabel 2.2 Strategi CSV

<i>Levels of Shared Value</i>	<i>Business Results</i>	<i>Social Results</i>
Memahami kembali produk dan pasar: Bagaimana menargetkan kebutuhan yang belum terpenuhi mendorong peningkatan dan keuntungan.	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan Pendapatan • Meningkatnya pangsa pasar • Meningkatnya pertumbuhan pasar • Peningkatan profitabilitas 	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan perawatan pasien • Mengurangi jejak karbon • Peningkatan nutrisi • Pendidikan yang lebih baik
Mendefinisikan ulang produktivitas dalam rantai nilai: Bagaimana manajemen operasi internal yang lebih baik dapat meningkatkan	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan produktivitas • Mengurangi biaya logistic dan operasional • Pasokan terjamin 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengurangi penggunaan energi • Mengurangi penggunaan air • Mengurangi bahan baku

<i>Levels of Shared Value</i>	<i>Business Results</i>	<i>Social Results</i>
produktivitas dan mengurangi risiko.	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan kualitas • Peningkatan profitabilitas 	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan penampilan kerja • Peningkatan pendapatan karyawan
Memungkinkan pengembangan klaster: Bagaimana perubahan kondisi masyarakat di luar perusahaan mendorong pertumbuhan baru dan peningkatan produktivitas.	<ul style="list-style-type: none"> • Pengurangan Biaya • Pasokan Terjamin • Perbaikan Infrastruktur Distribusi • Peningkatan Akses Tenaga Kerja • Peningkatan Profitabilitas 	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan Pendidikan • Peningkatan Penciptaan Lapangan Kerja • Peningkatan Kesehatan • Peningkatan Pendapatan

Diadaptasi dari: (Porter & Kramer, 2011)

