

PERUMUSAN KONSEP *CREATING SHARED VALUE* (CSV) PADA PT. SEMEN INDONESIA GROUP DAN OBYEK PENELITIAN DI PT SEMEN GRESIK PABRIK REMBANG

Abdul Manan

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Airlangga, Surabaya, Jawa Timur 60115, Indonesia

Abstract: Along with the times, the paradigm of the realization of social and environmental responsibility must also have implications for the company's sustainability in the future, so it is necessary for companies to integrate economic interests and carry out social and environmental responsibilities, one of which is through Corporate Social Responsibility (CSR). The CSR that has been carried out by the company has indeed been running effectively and efficiently, but it is necessary to develop a strategy that can accommodate the obligation to carry out social and environmental responsibilities as well as related to economic interests in accordance with the company's strategy through *Creating Shared Value* (CSV) planning. This study aims to formulate the CSV concept at PT Semen Gresik, Rembang Factory. This type of research is phenomenology with a qualitative approach. Data collection techniques in this study were through in-depth interviews and Focus Group Discussions (FGD). In-depth interviews consisted of informants from internal companies and the public. Then for the FGD the sources were internal parties of PT Semen Gresik (2 people) and ring 1 community (2 people), as well as non-ring 1 community (2 people). The results of this study conclude that from several CSR programs that have been carried out by PT Semen Gresik, Rembang Factory, it is divided into 12 programs that can potentially be CSV programs. There are 4 CSV concepts formulated by the company, namely programs aimed at ring 1 and non ring 1 communities that are inline with short, medium and long term corporate strategies.

Keywords: *Creating Share Value* (CSV), Continuity

PENDAHULUAN

Peran serta dunia usaha sangat dibutuhkan dalam rangka menjaga kelestarian lingkungan dan peningkatan kesejahteraan sosial, bagi perusahaan khususnya di bidang ekstraktif memiliki tanggung jawab terhadap sumberdaya yang diolah dari alam. Pemerintah telah mengatur peran tersebut melalui Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 pasal 74 ayat (1), yang menyebutkan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Kemudian untuk melaksanakan ketentuan di atas, maka ditetapkanlah Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Seiring perkembangan jaman, paradigma tentang perwujudan tanggung jawab sosial dan lingkungan juga harus berimplikasi terhadap keberlanjutan perusahaan di masa mendatang, sehingga perlu bagi perusahaan untuk memadukan kepentingan secara ekonomi serta menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. *Creating shared value* (CSV) adalah sebuah konsep yang mengharuskan perusahaan memainkan peran ganda, yaitu menciptakan nilai ekonomi (*economic value*) dan nilai sosial (*social value*) secara bersama-sama (*shared*), tanpa salah satu diutamakan atau dikesampingkan.

Konsep CSV telah banyak diterapkan oleh perusahaan-perusahaan besar. CSV merupakan pelengkap dari konsep tanggung jawab sosial perusahaan CSR. CSV berbeda dalam banyak hal dari CSR, dimana jika CSR lebih fokus pada kepatuhan pada peraturan yang relevan, dan kedermawanan yang memiliki tujuan utama untuk meningkatkan reputasi korporasi, maka paradigma baru ini menyerukan adanya integritas menyeluruh antara perusahaan dan lingkungan sosialnya (Kitzmueller & Shimshak, 2012). Porter dan Kramer (2011) menegaskan bahwa implementasi CSV berbeda dengan CSR yang umumnya berfokus pada reputasi. Konsep CSV menempatkan masyarakat termasuk pemangku kepentingan (pemasok) sebagai mitra, sesama "subyek". Sedangkan konsep CSR cenderung menempatkan pemangku kepentingan sebagai "obyek". Menurut Porter dan Kramer, CSV tidak sama dengan CSR walaupun keduanya mempunyai landasan yang sama yaitu *doing well by doing good*. Perbedaan utama antara keduanya adalah bahwa CSR berbicara tentang *responsibility*, sedangkan CSV sudah berada pada penciptaan nilai bersama atau *creating value*.

PT. Semen Indonesia merupakan Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dibidang industri semen, PT. Semen Indonesia memiliki cakupan bisnis yang sangat luas dengan total produksi 50,9 juta ton atau setara dengan 45% total kapasitas pabrik semen di Indonesia. Untuk

menunjang dan meningkatkan daya saing perusahaan maka di awal tahun 2019 perusahaan menerapkan misi baru, yaitu: “Menjadi Perusahaan Penyedia Solusi Bangunan Terbesar di Regional”. Dalam menghadapi tantangan di masa mendatang, maka PT Semen Indonesia dituntut mampu mengkombinasikan pemenuhan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang serta memiliki implikasi terhadap keberlanjutan perusahaan. Lebih jauh lagi PT Semen Indonesia terlibat aktif dalam pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan. Program CSR sudah dijalankan oleh perusahaan secara efektif dan efisien, namun menurut Porter dan Kramer (2011), kegiatan CSR lebih bersifat charity atau bantuan tunai (amal).

Kemudian menurut Moon *et al.* (2011), perusahaan yang menerapkan CSR termasuk dalam kategori “*Good Corporate*”, namun untuk mencapai hasil yang lebih baik perusahaan harus menjadi “*Smart Corporate*” yakni dengan mempraktikkan etika bisnis untuk meningkatkan manfaat sosial, sambil mempertahankan manfaat perusahaannya. Oleh karena itu, dalam rangka mewujudkan PT. Semen Indonesia menjadi “*Smart Corporation*” maka perlu dikembangkan strategi yang dapat mengakomodasi kewajiban menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan serta terkait dengan kepentingan secara ekonomi sesuai dengan strategi perusahaan melalui perencanaan CSV Fitrianti (2017) mengungkapkan bahwa konsep CSV didasari pada ide adanya hubungan interdependen antara bisnis dan kesejahteraan sosial. CSV memiliki potensi menjadi model yang cukup ideal untuk meningkatkan penciptaan nilai bersama pada hubungan bisnis di dalam masyarakat. Model CSV melalui strategi pembinaan petani kecil swadaya terbukti memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan daya saing rantai nilai industri kelapa sawit.

KAJIAN PUSTAKA

Creating Shared Value (CSV)

Tabel 1. Perbedaan CSV dan CSR

CSV	CSR
Keuntungan sosial-ekonomi berbanding penghematan	Berbuat baik
Penciptaan <i>value</i> secara bersama-sama antara perusahaan dan masyarakat	<i>Citizenship, philanthropy</i> , keberlangsungan
Terintegrasi dengan daya saing usaha	Kebijakan atau respon atas tekanan luar
Terintegrasi dengan pencapaian keuntungan	Terpisah dari pencapaian keuntungan
Dibuat dan ditentukan secara spesifik dari dalam organisasi	Ditentukan oleh laporan dari pihak luar atau reaktif

Sumber: Porter dan Kramer (2011)

CSV adalah sebuah konsep yang mengharuskan perusahaan memainkan peran ganda menciptakan nilai ekonomi (*economic value*) dan nilai sosial (*social value*) secara bersama-sama (*shared*), tanpa salah satu diutamakan atau dikesampingkan. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh Michael E. Porter dan Mark R. Kramer pada tahun 2006 dalam artikel *Harvard Business Review*. CSV merupakan strategi bisnis yang menekankan pentingnya memasukkan masalah dan kebutuhan sosial dalam perancangan strategi perusahaan. (Porter, 2013). Konsep CSV telah banyak diterapkan oleh perusahaan-perusahaan besar. CSV merupakan pengembangan dari konsep tanggung jawab sosial perusahaan. CSV berbeda dalam banyak hal dari CSR, dimana jika CSR lebih fokus pada kepatuhan pada peraturan yang relevan, dan kedermawanan yang memiliki tujuan utama untuk meningkatkan reputasi korporasi. Maka paradigma baru ini menyerukan adanya integritas menyeluruh antara perusahaan dan lingkungan sosialnya. Konsep CSV juga menyampaikan gagasan bahwa, bisnis harus melakukan dua hal secara bersamaan untuk menjadi sukses dalam jangka panjang, yaitu menciptakan nilai ekonomi untuk perusahaan dan masyarakat (Rixen *et al.*, 2013). Tujuan utama dari konsep ini adalah membentuk kapitalisme lanjut, dan menjadikan tanggung jawab sosial bukan sebagai beban tapi menjadikannya sebagai investasi jangka panjang yang menguntungkan bagi perusahaan. Secara perlahan tapi pasti, tanggungjawab sosial perusahaan saat ini tidak lagi dianggap sebagai beban yang mengurangi laba perusahaan, akan tetapi telah bertransformasi menjadi investasi yang menjanjikan di masa depan (Crane *et al.*, 2014).

Perbedaan *Creating Share Value (CSV)* dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

CSR dan CSV memiliki perbedaan yang sangat signifikan dalam pelaksanaannya, yaitu sebagai berikut:

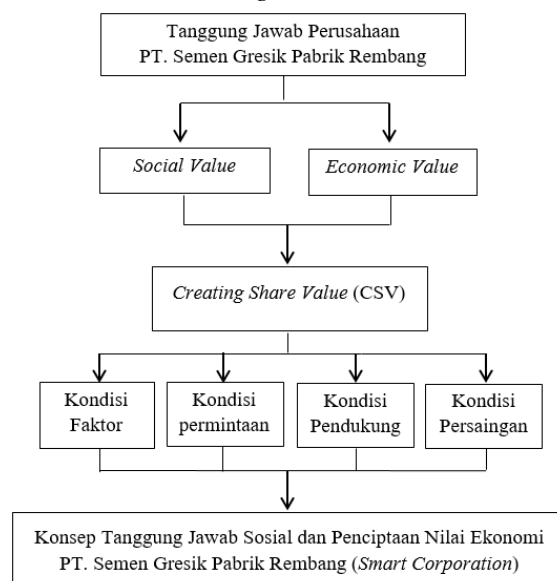
Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan landasan dalam penyusunan penelitian ini yaitu penelitian Spitzeck dan Chapman (2012) dengan judul “*Creating shared value as a differentiation strategy –the example of BASF in Brazil*” menyebutkan bahwa studi kasus tentang kolaborasi antara BASF, FEE dan Andre Maggi Group memenuhi syarat sebagai strategi *share value*, lebih tepatnya sebagai kasus perancangan ulang produktivitas dalam rantai nilai. Lalu penelitian Awale dan Rowlinson (2014) dengan judul “*A conceptual framework for achieving firm competitiveness in construction: A 'creating*

shared value' (CSV) concept” yang menyebutkan bahwa terlepas dari anggapan bahwa perusahaan dapat mencapai daya saing jangka panjang dan pertumbuhan berkelanjutan yang menekankan pada keberlanjutan sosial, perusahaan konstruksi memberikan prioritas yang relatif rendah untuk masalah sosial ketika mengakses daya saing mereka.

Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian dibuat atas dasar hasil kajian teori dan penelitian terdahulu yang dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Dalam menjalankan tanggung jawab perusahaan, PT. Semen Gresik Pabrik Rembang selama ini telah memiliki kegiatan-kegiatan sosial berupa program CSR yang telah berjalan sejak tahun 2014. Namun program tanggung

jawab sosial perusahaan yang dilakukan akan mendapatkan hasil yang lebih baik, jika dilakukan secara bersamaan dengan penciptaan nilai ekonomi (*economic value*) bagi perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dari jenis data yang digunakan dalam penelitian mengenai perumusan konsep *Creating Shared Value (CSV)* pada PT Semen Gresik Pabrik Rembang maka pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Menurut Moeliong (2007:6), penelitian kualitatif (*qualitative research*) dalam penelitian sosial adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara

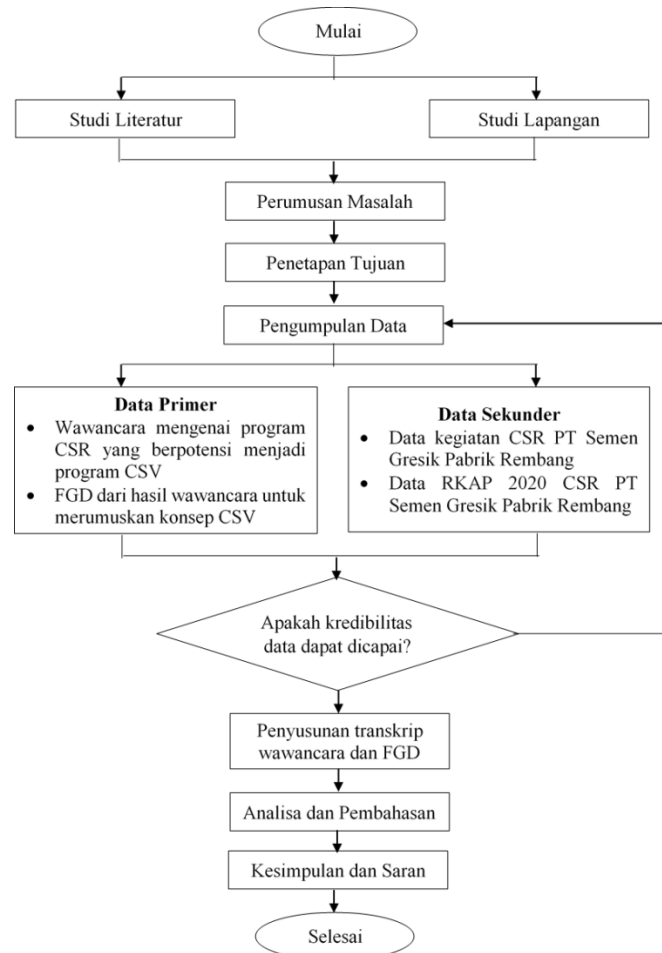
holistik dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa.

Kemudian untuk jenis penelitian yang digunakan ialah fenomenologi, menurut Husserl (dalam Moleong, 2007), fenomenologi sebagai: 1) pengalaman subyektif atau pengalaman fenomenologikal; 2) suatu studi tentang kesadaran dari perspektif pokok dari seseorang. Istilah fenomenologi sering digunakan sebagai anggapan umum untuk menunjukkan pada pengalaman subyektif dari berbagai jenis dan tipe subyek yang ditemui. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi studi terpancang. Menurut Sutopo (2002:112)

peneliti dengan strategi ini sudah memilih dan menentukan variabel (konsep) yang menjadi fokus utama sebelum memasuki lapangan. Dalam penelitian ini sasaran yang akan diteliti telah ditentukan sebelum peneliti terjun ke lapangan.

Flowchart Penelitian

Berikut ini akan disajikan flowchart penelitian guna memahami bagaimana alur pelaksanaan penelitian mengenai perumusan konsep *Creating Shared Value* (CSV) pada PT Semen Gresik Pabrik Rembang.



Gambar 2. Flowchart Penelitian

Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di salah satu dari anak usaha PT Semen Indonesia (Persero)

Tbk, yaitu PT Semen Gresik Pabrik Rembang yang berlokasi di Kabupaten Rembang, Jawa Tengah pada bulan Desember 2019.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengetahui makna dibalik peristiwa, maka data yang akan di kumpulkan berupa pernyataan, perasaan, persepsi subyektif dari pihak internal PT Semen Gresik Pabrik Rembang dan masyarakat (Ring 1 dan Non-Ring 1). Berdasarkan jenis data, sumber data yang penulis peroleh dari penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

1. Data primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui

perantara) yang dapat berupa opini subjek (orang) secara individu atau kelompok, hasil observasi, kejadian atau kegiatan (Sarwono, 2006). Pada penelitian ini data diperoleh dari hasil rekaman wawancara secara mendalam dengan narasumber (*depth interview*) dan *Focus Group Discussion* (FGD).

2. Data sekunder

Merupakan data yang diperoleh melalui beberapa sumber pustaka, seperti jurnal ilmiah, buku, literatur dan beberapa situs web di internet yang terkait dengan penelitian yang dilakukan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ialah melalui wawancara mendalam (*depth interview*) dan *Focus Group Discussion* (FGD).

A. Wawancara Mendalam (*Depth Interview*)

Wawancara dilakukan secara mendalam (*indepth interview*), team peneliti dari luar mengajukan pertanyaan seputar konsep *Creating Share Value* (CSV) perusahaan yang kemudian dielaborasi setiap jawaban dari informan. Data yang diperlukan dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara informan. Adapun jumlah informan tidak dibatasi hingga dirasa data yang dibutuhkan dalam penelitian telah mencukupi. Informan terbagi menjadi dua kelompok yang akan diberikan kode pada masing-masing kelompok. Pemberian kode pada informan ini mempertimbangkan berbagai hal, diantaranya agar memudahkan peneliti dalam mengolah data, dan untuk mempertahankan akurasi data serta obyektifitas data. Setiap kelompok informan akan diberikan pertanyaan yang berbeda, sesuai dengan tema yang dituju oleh peneliti. Kelompok-kelompok tersebut adalah:

1. Internal PT Semen Gresik Pabrik Rembang.

Informan bagian internal perusahaan, yakni terdiri dari: Pimpinan, Departemen Komunikasi & Hukum, Biro Komunikasi & CSR dan CSR *Officer*. Kelompok ini dikategorikan sebagai kelompok A, selanjutnya akan diberikan kode A1 untuk informan pertama dari pihak internal perusahaan dan seterusnya.

2. Masyarakat

Informan bagian eksternal perusahaan yang terbagi menjadi masyarakat dari desa sekitar (Ring 1) dan masyarakat umum (Non-Ring 1). Informan Ring 1 adalah Kepala Desa/Sekretaris yang dikategorikan menjadi kelompok B, selanjutnya akan diberikan kode B1 untuk informan pertama dari kelompok masyarakat dan seterusnya. Kemudian informan Non-Ring 1 merupakan masyarakat diluar Ring 1. Kelompok

informan ini dikategorikan menjadi kelompok C, selanjutnya akan diberikan kode C1 untuk informan pertama dari kelompok masyarakat dan seterusnya.

B. *Focus Group Discussion* (FGD)

Definisi FGD dikemukakan oleh Elliot & Associates (2005): “A FGD is a small group of six to ten people led through an open discussion by a skilled facilitator (Eliot & Associates, 2005)”. Dari definisi ahli tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa FGD merupakan suatu proses pengumpulan data mengenai permasalahan tertentu melalui diskusi kelompok terbuka yang terdiri dari 6 hingga 10 orang peserta diskusi serta dipimpin oleh seorang fasilitator. Sebagai alat penelitian, FGD dapat digunakan sebagai metode primer maupun sekunder. Dalam kaitan ini, baik berkedudukan sebagai metode primer atau sekunder, data yang diperoleh dari FGD adalah data kualitatif. Pada penelitian ini, FGD digunakan sebagai metode sekunder pengumpulan data karena pada selanjutnya hasil FGD akan digunakan untuk melengkapi dan mendukung hasil *depth interview*. Selain itu, FGD pada penelitian ini juga digunakan sebagai salah satu bentuk teknik triangulasi metode. Pada penelitian ini, penulis melakukan FGD terhadap beberapa narasumber, yakni: pihak internal perusahaan PT Semen Gresik Pabrik Rembang (2 orang) dan pihak masyarakat ring 1 (2 orang), serta masyarakat non-ring 1 (2 orang).

Teknik Analisis Data Penelitian

Tahapan-tahapan yang harus dilakukan untuk menganalisis data penelitian kualitatif sebagai berikut:

1. Pengumpulan data

Pada penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan mulai dari sebelum diadakannya penelitian, saat penelitian berlangsung bahkan setelah penelitian berlangsung. Pada awal penelitian kualitatif, peneliti hendaknya melakukan *study preeliminary* untuk memastikan bahwa fenomena yang diteliti benarbenar terjadi. *Study pre-eliminatory* merupakan tahap awal yang termasuk dalam tahap pengumpulan data. Pada saat *study preelimenary* peneliti hendaknya sudah melakukan observasi, wawancara, dan lain sebagainya, dimana hasil penelitian tersebut adalah data yang akan diolah. Setelah peneliti mendapatkan data yang dibutuhkan, tahap selanjutnya adalah melakukan reduksi data (Haris, 2010:164-165).

2. Reduksi data

Menurut Haris (2010:165) inti dari reduksi data adalah proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi satu bentuk tulisan yang selanjutnya akan dianalisis. Hasil dari rekaman wawancara akan diformat menjadi bentuk verbatim *transcription*. Pada penelitian ini, hasil dari *depth interview* dan FGD yang sudah direkam selanjutnya akan dibuat transkripnya dengan mengubah hasil wawancara dari bentuk rekaman menjadi bentuk tulisan secara verbatim.

3. *Display data*

Setelah semua data diformat berdasarkan instrument pengumpulan data dan telah berbentuk tulisan, langkah selanjutnya adalah melakukan *display data*. *Display data* adalah mengolah data setengah jadi yang sudah seragam dalam bentuk tulisan dan sudah memiliki alur serta tema yang jelas kedalam matriks kategorisasi sesuai tema-tema yang sudah dikelompokkan dan dikategorikan, serta akan memecah tema-tema tersebut kedalam bentuk

yang lebih konkret dan sederhana yang disebut dengan subtema yang diakhiri dengan memberi kode (*coding*) dari subtema tersebut sesuai dengan verbatim wawancara yang sebelumnya telah dilakukan (Haris, 2010:176).

4. Kesimpulan/verifikasi data

Miles dan Huberman (dalam Haris, 2010: 179) menyatakan bahwa kesimpulan dalam rangkaian analisis data kualitatif menurut model interaktif secara esensial berisi tentang uraian dari seluruh subkategorisasi tema yang tercantum dalam tabel kategorisasi dan pengodean yang sudah terealisasi disertai dengan *verbatim quotation* dari wawancara tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Wawancara serta Pemilahan CSR dan CSV

Program-program yang telah dijalankan oleh PT Semen Gresik Pabrik Rembang melalui hasil wawancara selanjutnya dipilah mana program yang termasuk CSR dan CSV sebagai berikut:

Tabel 3. Pemilahan CSR dan CSV PT Semen Gresik Pabrik Rembang

No	Implementasi Program	Manfaat		Keterangan
		Sosial/ Lingkungan	Ekonomi	
1.	Pemberian beasiswa, pelatihan, dan penyediaan fasilitas SMK sekitar pabrik untuk memenuhi SDM perusahaan berkualitas	Meningkatkan kompetensi dan <i>skill</i> lulusan SMK agar memperbesar peluang mereka untuk diterima bekerja di PT Semen Gresik Pabrik Rembang	Dapat memenuhi kebutuhan SDM berkualitas di PT Semen Gresik Pabrik Rembang, sehingga karyawan baru bisa langsung bekerja dengan baik	✓
2.	Pelatihan tataboga kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhan <i>catering</i> atau penyediaan kantin di perusahaan	Meningkatkan kemampuan memasak masyarakat khususnya ibu-ibu, sehingga mereka bisa membuka usaha kantin di perusahaan	Dapat memenuhi kebutuhan konsumsi karyawan di perusahaan	✓
3.	Pemberian pelatihan atau diklat untuk meningkatkan kompetensi karyawan yang direkrut, dimana karyawan tersebut juga berasal dari masyarakat sekitar	Meningkatkan kompetensi dan <i>skill</i> karyawan menjadi lebih baik lagi, sehingga masyarakat yang awalnya tidak memiliki <i>skill</i> bisa lebih terlatih dan hal ini dapat meminimalisir kemungkinan mereka untuk di PHK	Tidak menghambat proses produksi perusahaan, karena SDM yang dimilikinya telah terlatih	✓

No	Implementasi Program	Manfaat		Keterangan
		Sosial/ Lingkungan	Ekonomi	
4.	Pelaksanaan <i>training</i> pada PT milik BUMDes agar bisa menyesuaikan dengan kebutuhan perusahaan	Meningkatkan kompetensi dan <i>skill</i> rekan-rekan BUMDes	Tata kelola perusahaan bisa berjalan lancar	✓
5.	Pembangunan jalan di kawasan hutan untuk mempermudah akses transportasi masyarakat dan karyawan menuju pabrik	Dapat meminimalisir risiko kecelakaan masyarakat karena jalan yang dilaluinya sudah bagus tidak seperti dulu yang harus melewati hutan, selain itu bagi karyawan pabrik juga bisa datang tepat waktu	Proses produksi pabrik menjadi tidak terhambat karena karyawan datang tepat waktu, selain itu kendaraan-kendaraan yang membawa bahan baku maupun mengirimkan produk jadi lebih mudah	✓
6.	Memprioritaskan masyarakat setempat sebagai pengganti karyawan yang <i>resign</i> maupun dikeluarkan untuk mengurangi permasalahan desa	Masyarakat yang dulunya belum memiliki kesempatan bekerja sekarang bisa memperoleh pekerjaan	Perusahaan tidak di demo masyarakat karena jatah masyarakat yang dipekerjakan dari masing-masing desa tidak dikurangi	✓
7.	Mengetahui kebutuhan masyarakat melalui program <i>social mapping</i> dengan melibatkan UGM	Memenuhi kebutuhan masyarakat yang belum terpenuhi	Perusahaan dapat menyusun program baru sesuai kebutuhan masyarakat	✓
8.	Perusahaan langsung bertindak (<i>action</i>) apabila keluhan masyarakat berhubungan dengan program perusahaan	Keluhan masyarakat teratasi	Program yang dijalankan perusahaan bisa mencapai sasaran dan tujuan	✓
9.	Melaksanakan monitoring dan evaluasi program yang sudah dijalankan sesuai dengan kebutuhan masyarakat atau tidak	-	Program yang dijalankan perusahaan bisa mencapai sasaran dan tujuan	X
10.	Masyarakat menyampaikan keluhan ke perusahaan untuk selanjutnya ditindak lanjuti berdasarkan keluhan tersebut	Keluhan masyarakat teratasi	-	X
11.	Kebanyakan masyarakat sekitar pabrik menggunakan produk semen gresik dalam pembangunan	-	Meningkatkan omset penjualan perusahaan	X
12.	Sebagian besar tenaga kerja berasal dari masyarakat sekitar pabrik termasuk muda-mudi dari Karang Taruna maupun lulusan-lulusan SMK. Mereka dipekerjakan sebagai tenaga <i>security</i> , <i>driver</i> , akutansi, petugas kebersihan. Lalu untuk masyarakat umum dipekerjakan sebagai tenaga organik	Mengurangi jumlah pengangguran, menambah pendapatan masyarakat, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat	Memenuhi kebutuhan SDM perusahaan dan mengurangi biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk perekrutan, misalnya biaya untuk membuat iklan lowongan kerja	✓
13.	Penyediaan kantin yang dikelola masyarakat sekitar	Menambah pendapatan masyarakat	-	X
14.	Kerjasama dengan anak usaha BUMDes terkait pembuatan dan pemeliharaan taman, RTLH, kebersihan, keamanan, <i>supply</i>	Menambah pendapatan badan usaha	Kebutuhan perusahaan terpenuhi dan menekan biaya yang dikeluarkan perusahaan jika bekerjasama	✓

No	Implementasi Program	Manfaat		Keterangan
		Sosial/ Lingkungan	Ekonomi	
	kendaraan, dan pengadaan alat-alat kantor. Selain itu, juga ada pelibatan CV Win Wijaya dalam hal kebersihan dan PT sekitar dalam pembersihan, perbaikan pabrik, dan penghijauan		dengan perusahaan lain yang jauh dari kawasan PT Semen Gresik Pabrik Rembang	
15.	Pemasangan logo semen gresik pada prasasti jalan	Masyarakat terbantu dari adanya pembangunan infrastruktur jalan	Meningkatkan <i>image</i> perusahaan dan menanamkan <i>mindset</i> ke publik bahwa semen gresik peduli terhadap lingkungan	✓
16.	Mewajibkan pihak luar memasukkan atribut logo perusahaan sebagai <i>branding</i>	-	Meningkatkan <i>image</i> perusahaan	X
17.	Pemasangan umbul-umbul, spanduk atau banner di setiap <i>event</i>	-	Mempromosikan produk semen gresik	X
18.	Mewajibkan penerima bantuan memasang umbul-umbul perusahaan	-	Mempromosikan produk semen gresik	X
19.	Mempublikasikan program-program yang dijalankan perusahaan melalui media sosial dan media cetak	-	Mempromosikan produk semen gresik	X
20.	Penggunaan produk semen gresik untuk pembangunan tempat ibadah, perbaikan jalan, rumah layak huni, kantor desa, ruang pelayanan terpadu kantor kejaksaan, sumur bor, taman wisata, aula pondok, dan renovasi beberapa gedung TK	Masyarakat terbantu dengan adanya pembangunan tempat ibadah, perbaikan jalan, rumah layak huni, kantor desa, ruang pelayanan terpadu kantor kejaksaan, sumur bor, taman wisata, aula pondok, dan renovasi beberapa gedung TK	Sebagai sarana promosi bahwa produk semen gresik berkualitas	✓
21.	Mewajibkan vendor (kontraktor) menggunakan produk semen gresik	-	Sebagai sarana promosi bahwa produk semen gresik berkualitas	X
22.	Memasok semua toko material di sekitar pabrik dengan produk semen gresik	Kebutuhan semen di toko terpenuhi	Memperluas target pasar	✓
23.	Perusahaan memberikan bantuan dalam aspek pendidikan dan kesehatan kepada masyarakat untuk meningkatkan <i>image</i> perusahaan	Menambah sarana kesehatan desa dan-kl memberikan kesempatan kepada masyarakat yang putus sekolah untuk menempuh pendidikan	Meningkatkan <i>image</i> perusahaan dan menanamkan <i>mindset</i> ke publik bahwa semen gresik peduli terhadap lingkungan	✓

No	Implementasi Program	Manfaat		Keterangan
		Sosial/ Lingkungan	Ekonomi	
24.	Meningkatkan kontribusi perusahaan di masyarakat sekitar untuk memperoleh penilaian industri hijau yang nantinya ditempel di kemasan produk semen gresik	-	Meningkatkan <i>image</i> perusahaan dan menanamkan <i>mindset</i> ke publik bahwa semen gresik peduli terhadap lingkungan	X
25.	Pelatihan pengelolaan kapasitas BUMDES untuk desa ring 1	Meningkatkan kualitas SDM BUMDES	Kebutuhan pengelolaan perusahaan dapat terpenuhi dengan baik	✓
26.	Pemberian beasiswa mahasiswa baru rembang	Masyarakat tidak terkendala biaya untuk menempuh jenjang pendidikan lebih tinggi	-	X
27.	Donor darah rutin	Meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat pendonor	-	X
28.	Bantuan permohonan tenaga medis UPT Puskesmas Gunem	Fasilitas Kesehatan Gunem memadai	-	X
29.	Bantuan dana untuk kegiatan masyarakat dan perbaikan sarana Polindes Pasucen Pemerintah Pasucen	Masyarakat terbantu karena adanya suntikan dana dari PT SG dalam pembangunan	-	X
30.	Perbaikan dan pembangunan jalan di desa-desa	Mempermudah akses ke desa-desa	-	X
31.	Pembangunan sarana air bersih di Goa Dukuh Wuni Ds Kajar	Kebutuhan air bersih masyarakat memadai	-	X
32.	Bantuan beasiswa mahasiswa baru aksi Rembang	Anak masyarakat rembang dapat menempuh jenjang pendidikan yang lebih tinggi	-	X

Keterangan:

✓ : Program CSV

X : Bukan Program CSV

Perumusan Konsep Creating Share Value (CSV) PT Semen Gresik Pabrik Rembang

Program-program yang dijalankan PT Semen Gresik Pabrik Rembang telah sejalan

dengan strategi perusahaan. Beberapa konsep CSV yang dirumuskan sebagaimana tertera pada tabel berikut:

Tabel 4. Perumusan Konsep CSV PT Semen Gresik Pabrik Rembang

No	Konsep	Strategi Perusahaan			Sasaran
		Jangka Pendek	Jangka Menengah	Jangka Panjang	
1.	Pemberian beasiswa untuk melanjutkan studi ke jenjang perguruan tinggi negeri kepada anak masyarakat di sekitar pabrik yang memiliki prestasi akademik dan aktif organisasi	✓			Masyarakat Ring 1

No	Konsep	Strategi Perusahaan			Sasaran
		Jangka Pendek	Jangka Menengah	Jangka Panjang	
2.	Memanfaatkan bonggol jangung dan sekam padi sebagai bahan bakar untuk selanjutnya di ekspor ke Korea atau Jepang			✓	Masyarakat Ring 1
3.	Pengelolaan sampah di Tegaldowo dan di Pondok Al Anwar sesuai prinsip 3R (<i>Reduce, Reuse, Recycle</i>) yang selanjutnya dipilah mana sampah yang memiliki nilai ekonomis untuk dijual atau dimanfaatkan dan untuk sampah organik diolah menjadi pupuk	✓			Masyarakat Ring 1
4.	Pembangunan desa wisata terintegrasi sebagai sarana edukasi		✓		Masyarakat Non Ring 1
5.	Program P4T (Pertanian, Perkebunan, Perikanan, & Peternakan Terpadu) meliputi pemenuhan fasilitas dan tanaman edupark pertanian peternakan terpadu, program pemasangan geomembran embung edupark, pengelolaan & perawatan tanaman holtikultural, pemenuhan fasilitas dan penambahan komoditi tanaman holtikultural	✓			Masyarakat Non Ring 1
6.	Program pemberdayaan dan kemitraan BUMDes melalui pembiayaan pembentukan BUMDes dan PT BUMDes Ds Timbrangan, pembuatan seragam bersama BUMDes Binaan, pendampingan peningkatan promosi produk BUMDes, pendampingan peningkatan administrasi BUMDes			✓	Masyarakat Ring 1

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat 13 program *Creating Share Value* (CSV) yang dipilah dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan 6 konsep CSV yang inline dengan strategi perusahaan baik untuk jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang.

1. Program CSR yang sesuai dengan CSV adalah: a). pengadaan pelatihan kepada karyawan yang telah direkrut; b). pemberian beasiswa, pelatihan, dan penyediaan fasilitas penunjang bagi siswa SMK; c). pengadaan training rekan-rekan BUMDes; d). pelatihan tataboga pengelola kantin perusahaan; e). Pembangunan jalan di kawasan hutan; f). Perekrutan karyawan yang resign dari masyarakat setempat; g). Social mapping; h). Tindak lanjut keluhan masyarakat; i). Perekrutan tenaga kerja lokal; j). Penyediaan kantin; k). Kerjasama dengan anak usaha BUMDes dan perusahaan sekitar pabrik; l). Pemasangan logo semen gresik pada prasasti jalan, dan m). Pelatihan pengelolaan kapasitas BUMDes desa ring 1.
2. Konsep CSV yang *inline* dengan strategi perusahaan jangka pendek adalah pemberian beasiswa untuk melanjutkan studi ke perguruan tinggi negeri dan pengelolaan sampah di Tegaldowo, kemudian untuk konsep CSV yang *inline* dengan strategi perusahaan jangka menengah ialah pembangunan desa wisata terintegrasi sebagai sarana edukasi dan pelaksanaan program P4T (Pertanian, Perkebunan, Perikanan, & Peternakan Terpadu). Lalu konsep CSV yang *inline* dengan strategi perusahaan jangka panjang ialah adanya pengelolaan bonggol jagung dan sekam padi menjadi bahan bakar alternatif yang akan di gunakan sebagai bahan bakar di pabrik, lalu pemberdayaan dan kemitraan BUMDes desa Timbrangan.
3. Konsep CSV yang ditujukan untuk masyarakat ring 1 atau masyarakat sekitar pabrik Rembang ialah program beasiswa untuk melanjutkan studi ke perguruan tinggi negeri, pengelolaan sampah di Tegaldowo, dan pembuatan bahan bakar yang berasal dari bonggol jagung dan sekam padi, serta program pemberdayaan dan kemitraan BUMDes. Sedangkan

konsep CSV yang ditujukan untuk masyarakat non ring 1 terkait pembangunan desa wisata terintegrasi sebagai sarana edukasi dan pelaksanaan program P4T (Pertanian, Perkebunan, Perikanan, & Peternakan Terpadu).

4. Program yang selaras dengan CSV yang disesuaikan dengan tujuan dan strategi perusahaan adalah program media relations dengan kegiatannya berupa peliputan wartawan, media cetak, *online*, dan *social media*, kemudian program *corporate event* berupa publikasi kegiatan CSR, CSV, dan program pemberdayaan, selanjutnya program dokumentasi event perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Awale, R. & Rowlinson, S. (2014). A conceptual framework for achieving firm competitiveness in construction: A 'creating shared value' (CSV) concept *In: Raiden, A B and Aboagye-Nimo, E (Eds) Procs 30th Annual ARCOM Conference, 1-3 September 2014, Portsmouth, UK, Association of Researchers in Construction Management, 1285-1294.*
- Crane, Andrew., Guido Palazzo., Laura J. Spence, & Dirk Matten. (2014). Contesting the Value of "Creating Shared Value". University of California Berkeley, Vol. 56, No. 2, Winter 2014. Cmr. Berkeley. Edu.
- Eliot & Associates. (2005). Guidelines for Conducting A Focus Group. http://assessment.aas.duke.edu/documents/How_to_Conduct_a_Focus_Group.pdf
- Fitrianti, W. (2017). Pengembangan Model *Creating Shared Value* Melalui Pembinaan Petani Kecil Swadaya dalam Industri Kelapa Sawit. *Seminar Nasional Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, 23-24 Mei 2017, Pontianak, 1-10.*
- Haris, Herdiansyah. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Kitzmueller, M & Shimshack J. (2012). Economic Perspective in Corporate Social Responsibility. *Journal of conomic Literature*, Volume. L (1). Pages 51-84.
- Moleong, Lexy. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Moon, Hwy-Chang, Parc J., Yim, S. H. & Park, N. (2011). An Extention of Porter and Kramer's Creating Share Value (CSV):

- Reorienting and Seeking International Cooperation. *Journal of International and Area Studies* 18 (2): 49-64.
- Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2006). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 84 (12) 78-92.
- Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value: How to reinvent capitalism – and unleash a wave of innovation and growth. *Harvard Business Review*, 89 (1/2) 62-77.
- Porter, Michael E. (2013). *Creating Shared Value as Business Strategy*. Boston: Shared Value Leadership Summit.
- Rixen, Michael., Ingo Bobel, & Claude Chailan. (2013). Creating Shared Value on A Global Scale: Possibilities for the United Nation’s Engagement. *Journal of Competitiveness and Strategy*. Vol. 6. International University of Monaco. Pages 01-14.
- Spitzeck, H. & Chapman, S. (2012). Creating shared value as a differentiation strategy –the example of BASF in Brazil. *Academic Paper*, Vol. 12, No. 4, 499-513.
- Sutopo, H. B. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan Penerapannya dalam Penelitian*. Surakarta: UNS Press.