

IMPLEMENTASI *CREATING SHARED VALUE* (CSV) PADA PT AJINOMOTO INDONESIA PABRIK MOJOKERTO

Oleh:
Aksiomawati

Dosen Pembimbing:
Dr. Lilik Purwanti, M.Si., CSRS., CSRA., Ak., CA

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brwijaya Malang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memperdalam informasi terkait penerapan *Creating Shared Value* (CSV) pada PT Ajinomoto Indonesia Pabrik Mojokerto dengan program yang bernama *Ajinomoto Shared Value* (ASV). CSV bertujuan untuk menciptakan nilai bersama yang dihasilkan dari program perusahaan. Terdapat tiga indikator dalam implementasi CSV yaitu memulihkan produk dan pasar, redefinisi produk dalam rantai nilai serta perkembangan kluster lokal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi yang berlokasi di PT Ajinomoto Indonesia Pabrik Mojokerto. Informan pada penelitian ini berasal dari pihak pabrik dan masyarakat Desa Penompo dan Mlirip. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa PT Ajinomoto Indonesia Pabrik Mojokerto telah melakukan implementasi program CSV sesuai dengan indikator CSV yang ada namun untuk beberapa programnya belum dilakukan dengan optimal. Penyebab belum berhasilnya indikator perkembangan kluster lokal yang dilakukan perusahaan yaitu masih belum meratanya program bina lingkungan dan belum adanya program pemberdayaan masyarakat untuk warga sekitar lingkungan perusahaan yang sampai saat ini belum ada pembicaraan lebih lanjut antara perusahaan. Sejauh ini program CSV yang dilakukan perusahaan lebih fokus pada permasalahan lingkungan, pembangunan infrastruktur dan tingkat kesehatan masyarakat sekitar perusahaan.

Kata kunci : *Creating Shared Value* (CSV), *Ajinomoto Shared Value* (ASV), implementasi, kualitatif deskriptif

PENDAHULUAN

Di Indonesia hal ini telah di atur sedemikian rupa salah satunya seperti yang tertuang pada Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) nomor 40 tahun 2007. Dalam undang-undang ini diatur mengenai kewajiban perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial serta sanksi bagi yang tidak melaksanakannya. Peraturan Pemerintah tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas Nomor 47 Tahun 2012 juga telah mengatur mengenai tanggung jawab para pelaku usaha pada permasalahan sosial dan lingkungan.

Menyikapi peraturan tersebut, menurut Lako (2011:77) sebagian besar perusahaan di Indonesia telah melaksanakan tanggung jawab sosialnya namun hingga kini donasi masih menjadi

favorit dalam pelaksanaan program CSR. Seringkali donasi dilakukan terhadap kegiatan yang kurang berhubungan dengan aktivitas perusahaan dan dilakukan hanya agar perusahaan menuntaskan kewajibannya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Fajar (2013:19) menyatakan bahwa korporasi sebagai lembaga yang berpengaruh besar terhadap kondisi sosial ekonomi seharusnya dapat dibebani tanggung jawab sosial dan bahwa pebisnis harus menyadari jika CSR bukanlah suatu beban atau kegiatan amal yang dilakukan perusahaan jika dana yang dimiliki telah memadai namun sebagai investasi jangka panjang yang akan menguntungkan dan meningkatkan nilai perusahaan dan ekuitas para pemilik modal.

Porter dan Kramer (2006) telah menemukan konsep *Creating Shared Value* (CSV) yang merupakan perkembangan dari program CSR. Konsep ini muncul akibat dari berseberangnya program tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan dengan aktivitas bisnis perusahaan tersebut. Porter (2013) mengungkapkan bahwa seharusnya kedua aktivitas ini dapat berjalan beriringan sehingga perusahaan dan masyarakat dapat saling diuntungkan. Seperti yang diungkapkan Porter dan Kramer (2011) bahwa dengan adanya program CSV ini perusahaan memiliki kesempatan untuk menggunakan kemampuan, sumber daya dan kemampuan bisnisnya untuk meningkatkan kemajuan sosial yang belum dapat dilakukan oleh pemerintah.

Perusahaan yang digunakan peneliti sebagai objek dalam penelitian ini adalah PT Ajinomoto Indonesia Pabrik Mojokerto. PT Ajinomoto Indonesia Pabrik Mojokerto yang telah berdiri di Indonesia sejak tahun 1969 merupakan perusahaan asal Jepang yang telah memiliki 130 cabang di dunia dan di Indonesia sendiri telah memiliki tiga kantor cabang dan tiga pabrik. PT Ajinomoto Indonesia merupakan salah satu produsen MSG terbesar di dunia maupun di Indonesia. PT Ajinomoto Indonesia Pabrik Mojokerto telah melakukan program Ajinomoto *Shared Value* (ASV) yang merupakan konsep sejenis dengan CSV sejak tahun 2008 dengan tujuan menggunakan keunggulan dari PT Ajinomoto Indonesia Group untuk menciptakan nilai bersama dan pemecahan isu sosial dengan prinsip *Ajinomoto's Way*. *Ajinomoto's way* ini menekankan bagaimana perusahaan dapat berkontribusi terhadap kesehatan dan kehidupan yang lebih baik dan berkontribusi untuk menyelesaikannya dengan fokus pada penggunaan kekuatan, teknologi dan nilai unik perusahaan. Padahal hingga kini MSG masih menjadi perdebatan tentang dampaknya terhadap kesehatan. Menurut peneliti kedua hal ini unik tentang perusahaan yang

menjadi produsen MSG terbesar di Indonesia bahkan dunia memilih aktivitas utama program CSVnya berkaitan dengan kesehatan.

Peneliti ingin melakukan penelitian mengenai “Implementasi *Creating Shared Value* (CSV) Pada PT Ajinomoto Indonesia Pabrik Mojokerto Indonesia Pabrik Mojokerto”, karena bagi peneliti CSV yang merupakan bentuk lain dari pelaksanaan kegiatan CSR dapat menguntungkan pihak terkait yaitu para *stakeholder* dan para *shareholder*. Selain itu, melalui CSV stigma bahwa CSR merupakan kegiatan donasi yang dilakukan perusahaan dapat berubah serta perusahaan dapat memiliki dampak jangka panjang bagi lingkungan serta produksi perusahaan. Pemilihan lokasi PT Ajinomoto Indonesia Pabrik Mojokerto disebabkan pabrik pertama yang didirikan PT Ajinomoto di Indonesia pada tahun 1970 serta produksi dari PT Ajinomoto Indonesia pertama kali dilakukan di pabrik ini. Hal tersebut memungkinkan peneliti memperoleh data CSV yang digunakan untuk penelitian ini lebih lengkap. Selain itu, seperti beberapa contoh yang telah dipaparkan di atas, kegiatan operasional perusahaan seringkali membawa dampak negatif bagi lingkungan dan masyarakat sekitar khususnya pabrik serta program ASV ini telah diterapkan sejak tahun 2008 sehingga membuat peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana pengimplementasian CSV di perusahaan yang telah lama berdiri dengan program yang telah sejak lama diterapkan.

TELAAH PUSTAKA

Teori *Stakeholder*

Lako (2011:5) menyatakan dalam teori *stakeholder* ini kesuksesan suatu perusahaan sangat tergantung pada kemampuannya menyeimbangkan beragam kepentingan. Jika mampu, maka perusahaan akan meraih dukungan yang berkelanjutan dan menikmati pertumbuhan pangsa pasar, penjualan, serta laba. Dalam perspektif teori *stakeholder*, masyarakat dan lingkungan merupakan *stakeholder* inti perusahaan yang harus diperhatikan. Perusahaan perlu untuk terus memperhatikan hubungan baik dengan para *stakeholder*-nya dengan cara mengakomodasi kebutuhan serta keinginan para *stakeholder*, terutama ketika para *stakeholder* sangat berpengaruh terhadap aktivitas operasional perusahaan seperti tenaga kerja dan pangsa pasar atas produk yang dihasilkan perusahaan (Chariri dan Ghozali, 2007:409). Kinerja suatu perusahaan akan dipengaruhi oleh semua *stakeholder* perusahaan sehingga merupakan tanggung jawab manajerial untuk

memberikan manfaat pada setiap *stakeholder* yang berpengaruh pada kinerja perusahaan (Donaldson dan Preston, 1995).

Creating Shared Value (CSV)

Porter (2011) mengkritik bahwa selama ini bisnis dan kesejahteraan sosial selalu berseberangan. Padahal seharusnya kedua hal tersebut dapat dilakukan beriringan ketika perusahaan menerapkan CSV sebagai program CSRnya. CSV adalah sebuah konsep dalam strategi bisnis yang menekankan pentingnya memasukkan masalah dan kebutuhan sosial dalam perancangan strategi perusahaan. CSV merupakan pengembangan dari konsep tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Rachmawati dkk (2019) melalui program CSV perusahaan didorong agar dapat melakukan kegiatan berkelanjutan yang sesuai dengan model bisnis. Dengan menerapkan program tersebut perusahaan dapat membuktikan bahwa model bisnis yang dilakukan perusahaan dapat menguntungkan kedua belah pihak yakni perusahaan dan masyarakat sekitar, dalam meningkatkan nilai ekonomi dan sosial secara menyeluruh.

Pengukuran CSV

Menurut Porter dkk (2012) pengukuran CSV yang telah diterapkan perusahaan terbagi menjadi tiga tahapan, yaitu:

1. Memulihkan produk dan pasar

Pada tahapan ini perusahaan terus melakukan eksplorasi secara berkesinambungan mengikuti perkembangan waktu untuk menemukan peluang diferensiasi produk dan potensi pasar baru yang sebelumnya mungkin terabaikan. Indikator keberhasilan tahapan ini terbagi menjadi dua poin utama yaitu bisnis dan sosial. Setelah melakukan kegiatan sosial berupa meningkatkan pelayanan pada pelanggan, mengurangi emisi karbon, meningkatkan nutrisi dan meningkatkan pendidikan harapannya perusahaan akan memperoleh keuntungan dalam hal bisnis berupa peningkatan pendapatan, peningkatan pangsa pasar, peningkatan pertumbuhan pasar dan peningkatan profitabilitas.

2. Refefinisi produktivitas dalam rantai nilai

Tahapan ini berfokus pada permasalahan atau perbaikan internal perusahaan untuk meningkatkan produktivitas. Keberhasilan tahapan ini jika perusahaan telah memenuhi indikator-

indikator yang ada pada sosial maupun bisnis. Pada indikator sosial beberapa hal yang perlu dipenuhi perusahaan adalah mengurangi penggunaan energi dan air, mengurangi bahan baku, meningkatkan keterampilan kerja dan meningkatkan pendapatan karyawan. Pada indikator bisnis hal-hal yang perlu dicapai perusahaan diantaranya meningkatkan produktivitas, mengurangi logistik dan biaya operasional, terjaminnya pasokan bahan bak, meningkatkan kualitas dan meningkatkan profitabilitas.

3. Perkembangan klaster lokal

Tahap ini berfokus pada usaha perusahaan dalam memperkuat lingkungan eksternal dengan cara berinvestasi pada komunitas lokal, memperkuat *supplier* lokal dan perbaikan infrastruktur. Indikator bisnis perusahaan yang harus dicapai pada tahapan ini diantaranya mengurangi biaya, terjaminnya pasokan bahan baku, meningkatkan distribusi infrastruktur, meningkatkan akses tenaga kerja, meningkatkan profitabilitas. Pada indikator sosial perusahaan perlu untuk berkontribusi dalam meningkatkan pendidikan, meningkatkan lapangan kerja meningkatkan kesehatan, meningkatkan pendapatan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Metode kualitatif deskriptif adalah metode yang mendeskripsikan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk menarik kesimpulan yang lebih luas, sehingga berdasarkan definisi tersebut dalam metode ini diperlukan akumulasi data untuk membuat gambaran mengenai gambaran situasi kejadian yang ada (Sugiyono, 2010:29). Tujuan dari penelitian deskriptif sendiri menurut Nazir (1988:63) adalah membuat deskripsi atau gambaran secara akurat, faktual, dan sistematis mengenai fakta serta hubungan dari fenomena yang diteliti.

Sumber Data

Menurut Sugiyono (2010:137) sumber data bila dilihat dari sumber pengumpulan datanya dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu primer dan sekunder. Menurut Supomo dan Indriantoro (2002:147) data primer dianggap lebih akurat karena data yang disajikan lebih terperinci yang diperlukan dalam penelitian untuk pengambilan keputusan. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan jawaban yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan penelitian. data

sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh dari sumber tidak langsung yaitu melalui media perantara (Supomo dan Indriantoro 2002:148). Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari *Sustainability Report* PT Ajinomoto Indonesia pada *website* PT Ajinomoto Indonesia, artikel mengenai program CSV PT Ajinomoto Indonesia, jurnal online serta rangkuman artikel atau penulisan peneliti lainnya.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan peneliti setelah melakukan penelitian mengacu pada Miles dan Huberman sebagaimana dikutip dalam Sugiyono (2013:-244-249) terdapat empat alur dalam analisis data, yaitu:

1. Pengumpulan data

Pada tahapan ini, peneliti melakukan pengumpulan data yang diperlukan untuk penelitian yaitu mengenai program CSV di PT Ajinomoto Indonesia Pabrik Mojokerto melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

2. Reduksi data

Data yang telah diperoleh pada tahap pertama disederhanakan sehingga dapat menghasilkan informasi yang bermanfaat bagi penelitian

3. Penyajian data

Data yang telah direduksi disusun secara sistematis sehingga dapat mempermudah analisis program CSV yang diterapkan oleh PT Ajinomoto Indonesia Pabrik Mojokerto

4. Penarikan kesimpulan dan verifikasi

Membuat kesimpulan berdasarkan hasil identifikasi penerapan CSV pada PT Ajinomoto Indonesia Pabrik Mojokerto

Pengujian Validitas Penelitian

Menurut Moloeng (2012:330) triangulasi merupakan suatu teknik pengecekan keabsahan data dengan membandingkan data yang didapat dengan menggunakan sesuatu di luar data itu untuk pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Pada penelitian ini teknik triangulasi yang digunakan peneliti adalah triangulasi sumber dan metode.

PEMBAHASAN

Profil Perusahaan

Berdirinya PT. Ajinomoto berawal dari hasil temuan *Monosodium Glutamate* (MSG) yang juga telah dipatenkan oleh Dr. Kikune Ikeda pada tahun 1908. Pesatnya perkembangan AJI-NO-MOTO menyebabkan dibentuknya PT Ajinomoto yang dibangun di beberapa negara dan wilayah. Pada tahun 1969 PT Ajinomoto mulai mendirikan perusahaan di Indonesia. Pada tahun 1970 perusahaan mulai melakukan produksi dengan produk utama penyedap rasa AJI-NO-MOTO di Pabrik Mojokerto, Jawa Timur. Pabrik Mojokerto menjadi pabrik pertama dan produsen utama dari produk-produk yang nantinya akan dipasarkan. Produk yang diproduksi di PT Ajinomoto Pabrik Mojokerto diantaranya adalah: MSG Ajinomoto, Sajiku, Mayumi dan Masako dengan kegiatan produksi sebesar 8000MT setiap tahunnya.

Ajinomoto Shared Value (ASV) PT Ajinomoto Indonesia

Program ASV ini telah diterapkan sejak tahun 2008. Terciptanya konsep *Ajinomoto Shared Value* (ASV) berawal dari perkembangan konsep CSV yang telah diperkenalkan oleh Michael E. Porter. Konsep ini bertujuan untuk menyelesaikan masalah sosial yang dapat berjalan beriringan dengan bisnis serta dapat meningkatkan citra perusahaan.



Sumber: PT Ajinomoto Indonesia

Berdasarkan tujuan ASV saat ini perusahaan memfokuskan programnya kedalam tiga isu utama global, yaitu: Kesehatan dan kesejahteraan, sumber makanan dan keberlanjutan global.

Program ASV pada PT Ajinomoto Indonesia Pabrik Mojokerto

Hingga saat ini masih belum ada standar yang pasti dalam penerapan program CSV sehingga tidak ada yang benar maupun salah dalam laporan dan penerapan program CSV suatu perusahaan. Pada penelitian ini, keberhasilan program yang diterapkan oleh PT Ajinomoto Indonesia Pabrik Mojokerto diukur dengan menggunakan indikator CSV Porter dkk (2012) yaitu:

Meningkatkan kualitas produk dan pasar

1. Kategori Bisnis

a. Peningkatan pendapatan

Pada tahun 2019 PT Ajinomoto Indonesia mengalami peningkatan sebesar 50% untuk produksi dan pemasaran produk.

b. Peningkatan pangsa pasar

Berdasarkan data dari cci-indonesia, saat ini PT Ajinomoto Indonesia merupakan produsen MSG terbesar di Indonesia.

c. Peningkatan pertumbuhan pasar

PT Ajinomoto Indonesia telah melakukan kegiatan ekspor produk MSG ke Jepang, Singapura, Korea Selatan dan China kini perusahaan mulai melakukan ekspor ke negara-negara muslim seperti Pakistan dan Saudi Arabia.

d. Peningkatan profitabilitas

Menurut Agil Setiawan selaku *finance manager* PT Ajinomoto Indonesia Pabrik Mojokerto penerapan program ASV tidak berpengaruh signifikan terhadap keuntungan perusahaan tetapi dapat meningkatkan kepercayaan konsumen maupun masyarakat sekitar. Hal ini dibuktikan dengan ekspansi yang dilakukan perusahaan di Karawang pada tahun 2012 untuk memenuhi permintaan barang. Hal ini nantinya akan berpengaruh pada peningkatan profitabilitas perusahaan

2. Kategori Sosial

a. Meningkatkan pelayanan pelanggan

Perusahaan menyediakan layanan berupa *visitor center* di Pabrik Mojokerto dan Karawang sehingga konsumen dapat lebih mengenal produk dengan mengetahui proses pembuatannya serta pada *website* perusahaan terdapat *call center* ketika ada keluhan terkait produk yang dihasilkan perusahaan.

b. Mengurangi pemakaian plastik pada produk yang dihasilkan

PT Ajinomoto Indonesia telah mengurangi penggunaan plastic hingga 9,5% pada produk sajiku. Pengurangan tersebut dilakukan dengan cara mengurangi ketebalan dari plastik kemasan yang digunakan yang awalnya 2,34 gram plastik per bungkus menjadi 2,12 gram plastik per bungkus.

c. Mengurangi emisi karbon

Pada tahun 2020 PT Ajinomoto Indonesia telah berhasil mengurangi emisi karbon sebesar 38.000 ton CO₂. Perusahaan menargetkan dapat mengurangi sekitar 65.000-70.000 CO₂ pada tahun 2028.

d. Meningkatkan nutrisi

Upaya yang dilakukan perusahaan adalah melalui program SLP dan *winning meal project*. Selain kedua program tersebut, perusahaan memberikan kemudahan akses membuat resep menu harian yang bekerjasama dengan ahli gizi pada dapurumami.com bagi para konsumen. Perusahaan juga melakukan webinar dengan tujuan edukasi gizi bagi masyarakat yang pada tahun ini telah dilakukan dua kali

e. Pemberian beasiswa

Beasiswa diberikan setiap tahun untuk jenjang S2 dan bersifat tidak mengikat bagi siswa terpilih untuk melanjutkan studi di Universitas Tokyo, program ini telah dilakukan sejak tahun 2010. Selain berupa beasiswa, khususnya pada PT Ajinomoto Indonesia Pabrik Mojokerto bantuan dalam bidang pendidikan juga dilakukan dengan memberi sumbangan dana pada kegiatan-kegiatan sekolah.

No.	Bisnis	Sosial
-----	--------	--------

1.	Meningkatkan pendapatan	V	Meningkatkan pelayanan pelanggan	V
2.	Meningkatkan pangsa pasar	V	Mengurangi emisi karbon	V
3.	Meningkatkan pertumbuhan pasar	V	Meningkatkan nutrisi	V
4.	Meningkatkan profitabilitas	V	Meningkatkan pendidikan	V

Berdasarkan indikator yang ada pada tahapan memulihkan produk dan pasar maka perusahaan telah berhasil melakukan dengan baik pada semua indikator yang ada baik pada kategori bisnis maupun sosial

Redefinisi Produktivitas Dalam Rantai Nilai

1. Kategori Bisnis

a. Meningkatkan produktivitas

Setiap tahunnya produksi di PT Ajinomoto Indonesia Pabrik Mojokerto melakukan kegiatan produksi sebesar 8000 MT dapat mencukupi target untuk penjualan domestik maupun internasional dengan bantuan produksi yang dilakukan oleh Pabrik Karawang.

b. Terjaminnya pasokan bahan baku

Bahan baku untuk proses produksi didapat dari produsen besar sehingga selalu tercukupi. Seperti misal nua untuk produksi tetes tebu perusahaan bekerjasama dengan pabrik gula milik negara yang ada di Jawa Timur

c. Meningkatkan kualitas

Upaya menjaga dan meningkatkan kualitas PT Ajinomoto Indonesia ditunjukkan dengan penerapan sistem jaminan mutu dengan standar ISO 9001, ISO 14001 untuk manajemen lingkungan, ISO 22000 untuk keamanan pangan, OHAS 18001 terkait dengan manajemen K3 serta Sertifikat Jaminan Halal (SJH)

2. Kategori Sosial

a. Penerapan *zero waste* dan menciptakan produksi yang ramah lingkungan

Upaya yang dilakukan perusahaan diantaranya mengurangi penggunaan energi dan air hingga 35% untuk kebutuhan produksi, menerapkan *bio cycle* dan *eco activity* dengan mengolah limbah produksi menjadi produk samping yang memiliki nilai jual.

b. Mengurangi bahan baku

Bahan baku yang digunakan dipilih dengan standar khusus sehingga meminimalisir barang tidak terpakai melalui teknologi fermentasi yang efisien.

c. Meningkatkan keterampilan kerja

Pelatihan untuk pegawai terpilih di PT Ajinomoto Pabrik Mojokerto akan menjalani pelatihan di Jepang yang nantinya ilmu yang telah diperoleh akan dibagikan pada para pegawai lainnya

d. Meningkatkan pendapatan karyawan

Pendapatan karyawan meningkat seiring dengan kenaikan jabatan, lamanya masa kerja serta prestasi yang dihasilkan. Nominal besaran gaji minimal yang diberikan untuk karyawan sesuai dengan standar UMR (Upah Minimal Regional) Kabupaten Mojokerto

No	Bisnis		Sosial	
1.	Meningkatkan produktivitas	V	Mengurangi penggunaan energy	V
2.	Mengurangi logistik dan biaya operasional	X	Mengurangi penggunaan air	V
3.	Terjaminnya pasokan bahan baku	V	Mengurangi bahan baku	V
4.	Meningkatkan kualitas	V	Meningkatkan keterampilan kerja	V
5.	Meningkatkan profitabilitas	V	Meningkatkan pendapatan karyawan	V

Perusahaan hampir berhasil menerapkan semua indikator yang ada pada tahapan ini tetapi masih belum dapat mengurangi biaya logistik dan operasional yang disebabkan oleh beberapa bahan baku masih di impor dari luar negeri agar pasokannya dapat terjamin. Hal tersebut menimbulkan biaya lebih yang belum dapat diminimalisir.

Perkembangan Klaster Lokal

1. Kategori Bisnis

a. Meningkatkan distribusi infrastruktur

Peningkatan infrastruktur dilakukan baik untuk perusahaan maupun masyarakat sekitar. Pada perusahaan pembangunan dilakukan di tahun 2012 yaitu pembangunan Pabrik Karawang untuk menunjang aktivitas produksi Pabrik Mojokerto. Pada masyarakat sekitar,

pembangunan dilakukan untuk fasilitas umum seperti perbaikan jalan sekitar lingkungan pabrik, masjid dekat pabrik dan pembangunan rumah bagi warga kurnag mampu.

b. Meningkatkan akses tenaga kerja

Tenaga kerja dapat mudah diperoleh dari desa tempat perusahaan berdiri karena adanya kerjasama antara perusahaan dan pihak desa, seperti yang diungkapkan oleh Hanim Faizah selaku warga Desa Mlirip:

“PT Ajinomoto itu berlokasi di Mlirip sehingga ketika perusahaan membutuhkan karyawan warga Mlirip menjadi prioritas. Prioritas di sini bukan berarti langsung diterima tetapi juga tetap melalui tahap yang sama dengan semua orang jadi tetap tahapannya tes tulis, wawancara dan kesehatan. Tetapi, namanya prioritas jadi nanti anak-anak tinggal menitipkan CV nanti diberi rekomnya kepala desa”

2. Kategori Sosial

a. Meningkatkan lapangan kerja

Menurut pernyataan pihak manajemen perusahaan terdapat kerjasama antara pihak perusahaan dengan warga desa sehingga, hal ini sesuai dengan pernyataan, Riffan Nugraha selaku warga Desa Mlirip bahwa:

“..... biasanya anak muda kalau pingin masuk Ajinomoto itu bilang ke perangkat desa dulu biar dibantu akses masuknya. Ya biasalah pasti ada kan program bina lingkungan biar sama-sama untung antar pabrik dan masyarakat sekitar. Bahkan sampai ada omongan orang luar kalau mau kerja di Ajinomoto harus punya KTP Desa Mlirip”

Adanya kerjasama tersebut dapat mempermudah para pemuda desa dalam mendapatkan pekerjaan.

b. Meningkatkan kesehatan masyarakat sekitar

Beberapa program yang telah dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kesehatan masyarakat maupun konsumen dengan adanya resep makanan sehat dari ahli gizi di *website* dapurumami.com serta di masa pandemi ini perusahaan bekerjasama dengan pemerintah Kabupaten Mojokerto terkait donasi berupa alat kesehatan dan vaksinasi untuk karyawan dan keluarga, masyarakat sekitar pabrik dan pekerja lainnya yang berada di wilayah Kabupaten Mojokerto

c. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat

Bantuan yang diberikan secara rutin setiap tahunnya kepada warga Desa Mlirip berupa bantuan sembako untuk hari raya Idulfitri, hewan kurban untuk hari raya Iduladha serta pembangunan infrastruktur untuk kepentingan umum masyarakat sekitar.

d. Meningkatkan pendapatan masyarakat

Belum adanya kerjasama dengan masyarakat sekitar peningkatan maupun penurunan pendapatan masyarakat tidak terlalu berkaitan dengan perusahaan, tetapi terdapat pengecualian bagi beberapa karyawan yang berasal dari warga Desa Mlirip. Persentase karyawan yang terekrut tidak sebanding dengan jumlah masyarakat desa sehingga tetap saja pendapatan yang dihasilkan dari gaji karyawan tidak berdampak terlalu signifikan terhadap pendapatan keseluruhan warga desa.

No.	Bisnis		Sosial	
1.	Mengurangi biaya	X	Meningkatkan pendidikan	V
2.	Terjaminnya pasokan bahan baku	V	Meningkatkan lapangan kerja	V
3.	Meningkatkan distribusi infrastruktur	V	Meningkatkan kesehatan	V
4.	Meningkatkan akses tenaga kerja	V	Meningkatkan pendapatan	X
5.	Meningkatkan profitabilitas	V		

Pada tahapan ini, perusahaan belum terlalu berhasil melakukan dua indikator yaitu mengurangi biaya dan meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar. Seharusnya kedua hal tersebut dapat diselesaikan jika ada kerjasama antara perusahaan dengan masyarakat terkait bahan baku produksi. Perusahaan sebenarnya dapat melakukan kerjasama dengan masyarakat sekitar karena sebagian besar adalah petani tebu yang merupakan salah satu bahan baku utama perusahaan. Hal tersebut masih belum dilakukan karena

Alokasi Dana untuk Program ASV

Besaran angka yang dikeluarkan setiap tahunnya untuk program ASV berada di kisaran angka 2-3 milyar yang merupakan sekitar kurang lebih 1% dari laba bersih perusahaan, pergerakan angka tersebut disesuaikan dengan tingkat inflasi. Nominal tersebut diperoleh dari *annual plan* perusahaan yang didasari rencana kerja perusahaan. Sistem pemberian dana tersebut dilakukan secara terstruktur setiap periodenya sesuai dengan rencana anggaran yang telah dibuat. Integrasi anggaran yang dilakukan PT Ajinomoto Indonesia Pabrik Mojokerto ini telah sesuai dengan konsep CSV seperti yang pendapat Suropto (2019) bahwa seharusnya anggaran untuk program CSV tidak dianggarkan sendiri melainkan terintergrasi dengan keseluruhan anggaran perusahaan.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Program CSV telah direncanakan dalam *annual plan* yang besarnya kurang lebih 1% dari laba bersih perusahaan, dana untuk setiap program yang dilakukan nantinya akan dibebankan dalam harga pokok barang produksi.
2. Dalam penerapan program ASV perusahaan lebih fokus terhadap permasalahan lingkungan, seperti usaha yang telah dilakukan perusahaan dengan program *zero waste* dan *bio cycle*
3. Pada indikator perkembangan klaster lokal masih belum terlaksana dengan baik karena program terkait pengembangan masyarakat baru sebatas kerjasama terkait perekrutan karyawan.

Keterbatasan

1. Objek penelitian yang dipilih merupakan perusahaan dengan Penanaman Modal Asing (PMA) yang menyebabkan kurang transparansi data yang dibutuhkan peneliti.
2. Tidak lengkapnya data sekunder yang diberikan oleh pihak internal perusahaan membuat penelitian ini terhambat waktu dalam mencari data pendukung lainnya

Saran

1. Bagi penelitian selanjutnya
 - a. Dalam pemilihan lokasi penelitian sebaiknya dapat memilih lokasi yang terdaftar di bursa saham sehingga lebih mudah dalam memperoleh data pendukung penelitian
 - b. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperoleh laporan keuangan perusahaan sehingga dapat memperkuat hasil penelitian dengan mengetahui dampak implementasi program CSV ini terhadap profit perusahaan dan dapat menjelaskan lebih terperinci mengenai perhitungan program CSV
2. Bagi perusahaan

- a. Perusahaan diharapkan dapat lebih transparan dalam memberikan data yang dibutuhkan bagi peneliti lainnya untuk menunjang hasil penelitian
- b. Perusahaan diharapkan dapat bekerjasama dengan masyarakat dengan menambah program pemberdayaan masyarakat sehingga masyarakat dapat menunjang kebutuhan perusahaan dan mendukung kegiatan perusahaan dengan lebih maksimal

DAFTAR PUSTAKA

- Chariri,A. & Ghozali, I. (2007) *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *The Academy of Management Review*, 20(1), 65. Diakses dari <https://doi.org/10.2307/258887>
- Fajar, D. M. (2013). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Indonesia. Peraturan Pemerintah tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas Nomor 47 Tahun 2012
- Indonesia. Undang-Undang tentang Perseroan Terbatas UU No. 40 Tahun 2007
- Lako, A. (2011). *Dekonstruksi CSR & Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama
- Nazir, M. (1988). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Porter, M. ., & Kramer, M. R. (2006). The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review* 84, 78–92. Diakses dari <https://hbr.org/2006/12/strategy-and-society-the-link-between-competitive-advantage-and-corporate-social-responsibility>
- Porter, M. E. (2011). Creating Shared Value: Redefining capitalism and the role of the corporation in society. Diakses dari *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77.
- Porter, M. E. (2013). Creating Shared Value as Business Strategy Shared Value Continues to Gain Global Momentum. *Shared Value Leadership Summit*.
- Porter, M., Hills, G., Pfitzer, M., Patscheke, S., & Hawkins, E. (2012). Measuring shared value: How to unlock value by linking social and business results. *Conference Report available ...*, 1–24. Diakses dari

<http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:Measuring+Shared+Value:+How+to+Unlock+Value+by+Linking+Social+and+Business+Results#0>

PT Ajinomoto Indonesia. (n.d.). *Ajinomoto Shared Value*. Corporate Site. Diakses 12 November 2020, dari <https://www.ajinomoto.co.id/en/ajinomoto-shared-value>

Rachmawati, T., Basuki, & Hamidah. (2019). Creating shared value (CSV): The sustainable business model. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 8(9), 262–269.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: CVAlfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

Supomo, B & Indriantoro, N. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE UGM

Suripto. (2019). Corporate Social Responsibility and Creating Shared Value: A Preliminary Study From Indonesia. *International Journal of Contemporary Accounting*, 1(1), 25–38.