

**IMPLEMENTASI KONSEP *CREATING SHARED VALUE* (CSV) DALAM  
RANGKA PELAKSANAAN PROGRAM *CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY* (CSR) PADA PT SUCDEN  
COFFEE INDONESIA**

**(Skripsi)**

**Oleh:**

**ORYNAWA OXDEFA**



**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG**

**2024**

## ABSTRAK

### IMPLEMENTASI KONSEP *CREATING SHARED VALUE* (CSV) DALAM RANGKA PELAKSANAAN PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PADA PT SUCDEN COFFEE INDONESIA

Oleh:

ORYNAWA OXDEFA

PT Sucden Coffee Indonesia melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan menerapkan konsep *Creating Shared Value* (CSV) dalam rangka memproduksi kopi untuk kegiatan ekspor. Dalam implementasinya, PT Sucden Coffee Indonesia bermitra dengan petani kopi di Tanggamus. Penelitian ini dilakukan di PT Sucden Coffee Indonesia yang bertujuan untuk menganalisis mengenai implementasi konsep CSV sebagai pengembangan dari konsep CSR yang cukup baru dalam menjawab permasalahan tentang pengaturan, implementasi, serta kendala dalam penerapan CSV. Ketentuan hukum normatif menggunakan dasar hukum dari UU PT No 40 Tahun 2007 dan perjanjian kemitraan kerjasama antara PT Sucden Coffee Indonesia dan petani kopi di Tanggamus.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah normatif empiris dengan tipe deskriptif. Tipe pendekatan masalah adalah *live case study*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berdasarkan wawancara di lokasi penelitian dan data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier yang kemudian dianalisis secara kualitatif.

Hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa pengaturan dalam perjanjian berbasis CSV didasarkan pada pemenuhan terhadap syarat dan prosedur perjanjian meliputi kepemilikan lahan, data diri, kelompok tani, dan sertifikasi 4C melalui perundingan, pengisian kuisisioner, dan kesepakatan. Hak dan kewajiban para pihak antara lain PT Sucden Coffee Indonesia mengadakan pembinaan dan pelatihan serta memberikan bibit kopi kepada petani, sedangkan petani kopi harus menjual seluruh hasil panennya kepada perusahaan melalui ketua kelompok tani yang kemudian menyalurkannya ke pengumpul (*trader*) terlebih dahulu. Implementasi konsep CSV dimulai dengan melakukan pemetaan sosial (*social mapping*) yang dilanjutkan dengan pembentukan kelompok tani, proses pengolahan biji kopi dari bibit sampai pemanenan, hingga program sertifikasi 4C sebagai syarat internasional dalam kegiatan ekspor. Kendala dalam pelaksanaan konsep CSV ini antara lain keterbatasan tenaga kerja, kurangnya pemahaman dan kesadaran mitra, dan resistensi terhadap perubahan.

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Creating Shared Value* (CSV), PT Sucden Coffee Indonesia

## **ABSTRACT**

### **CONCEPT IMPLEMENTATION CREATING SHARED VALUE (CSV) WITHIN PROGRAM IMPLEMENTATION CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) AT PT SUCDEN COFFEE INDONESIA**

**Written By:**

**ORYNAWA OXDEFA**

*PT Sucden Coffee Indonesia implements the program Corporate Social Responsibility (CSR) by applying the concept Creating Shared Value (CSV) in order to produce coffee for export activities. In its implementation, PT Sucden Coffee Indonesia partners with coffee farmers in Tanggamus. This research was conducted at PT Sucden Coffee Indonesia with the aim of analyzing the implementation of the CSV concept as a development of the CSR concept which is quite new in answering problems regarding regulation, implementation and obstacles in implementing CSV. Normative legal provisions use the legal basis of PT Law No. 40 of 2007 and the cooperation partnership agreement between PT Sucden Coffee Indonesia and coffee farmers in Tanggamus.*

*The type of research used in this research is normative empirical with descriptive type. The problem approach type is live case study. The data used in this research is primary data based on interviews at the research location and secondary data consisting of primary legal materials, secondary legal materials and tertiary legal materials which are then analyzed qualitatively.*

*The research results show that the arrangements in CSV-based agreements are based on fulfilling the terms and procedures of the agreement including land ownership, personal data, farmer groups, and 4C certification through negotiations, filling out questionnaires, and agreements. The rights and obligations of the parties include PT Sucden Coffee Indonesia providing guidance and training as well as providing coffee seeds to farmers, while coffee farmers must sell all their harvest to the company through farmer group leaders who then distribute it to collectors (trader) first. Implementation of the CSV concept begins with social mapping (social mapping) which was continued with the formation of farmer groups, the processing of coffee beans from seedlings to harvesting, to the 4C certification program as an international requirement for export activities. Obstacles in implementing the CSV concept include limited workforce, lack of understanding and awareness of partners, and resistance to change.*

**Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Creating Shared Value (CSV), PT Sucden Coffee Indonesia**

**IMPLEMENTASI KONSEP *CREATING SHARED VALUE* (CSV) DALAM  
RANGKA PELAKSANAAN PROGRAM *CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY* (CSR) PADA PT SUCDEN  
COFFEE INDONESIA**

**Oleh:**

**ORYNAWA OXDEFA**

**SKRIPSI**

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar**

**SARJANA HUKUM**

**Pada**

**Bagian Hukum Keperdataan**

**Fakultas Hukum Universitas Lampung**



**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG**

**2024**

Judul Skripsi. : **IMPLEMENTASI KONSEP *CREATING SHARED VALUE* (CSV) DALAM RANGKA PELAKSANAAN PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PADA PT SUCDEN COFFEE INDONESIA**

Nama Mahasiswa : **Orynawa Oxdefa**

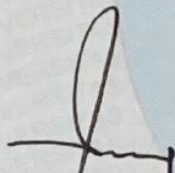
No.Pokok Mahasiswa : **2012011244**

Bagian : **Hukum Keperdataan**

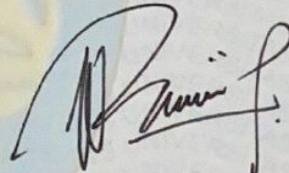
Fakultas : **Hukum**

**MENYETUJUI**

1. Komisi Pembimbing

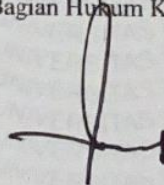


**Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum.**  
NIP. 196012281989031001



**M. Wendy Trijaya, S.H., Hum.**  
NIP. 197108252005011002

2. Ketua Bagian Hukum Keperdataan



**Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum.**  
NIP. 196012281989031001

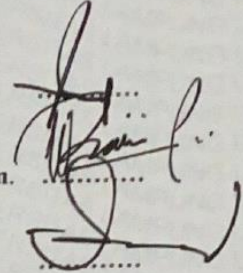
**MENGESAHKAN**

1. Tim Penguji

Ketua Penguji : **Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum.**

Sekretaris/Anggota : **M. Wendy Trijaya, S.H., M.Hum.**

Penguji Utama : **Yennie Agustin MR, S.H., M.H.**



2. Dekan Fakultas Hukum



**Dr. Muhammad Fakhri, S.H., M.S.**  
NIP. 196412181988031002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **16 Januari 2024**

## PERNYATAAN

Nama : Orynawa Oxdefa  
Nomor Induk Mahasiswa : 2012011244  
Bagian : Hukum Perdata  
Fakultas : Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "**Implementasi Konsep *Creating Shared Value (CSV)* Dalam Rangka Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* Pada PT Sucden Coffee Indonesia**" benar-benar hasil karya bukan plagiat sebagaimana telah diatur dalam Pasal 27 Peraturan Akademik Universitas Lampung dengan Keputusan Rektor Nomor 3187/H26/DT/2010. Semua hasil tulisan yang tertuang dalam skripsi ini telah mengikuti kaidah penulisan karya ilmiah Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 16 Januari 2024

Penulis



Orynawa Oxdefa  
NPM 2012011244

## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Orynawa Oxdefa, anak kedua dari dua bersaudara, pasangan Oktaviannur dan Defwati yang lahir di Bandar Lampung pada tanggal 09 Oktober 2002. Penulis telah menyelesaikan pendidikannya di SDN 2 Rawa Laut (Teladan) pada tahun 2014, SMPN 2 Bandar Lampung pada tahun 2017, dan SMAN 9 Bandar Lampung pada tahun 2020.

Penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Lampung pada tahun 2020. Selama menempuh Pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Lampung, penulis aktif berorganisasi baik ditingkat fakultas maupun universitas. Penulis menjabat sebagai *Project Manager* pada proyek sukarelawan yang berfokus pada SDGs No 4 di UKM-U AIESEC pada periode 2022-2023. Penulis juga pernah menjabat sebagai *Vice Head Talent Management* UKM-F MUN Club Fakultas Hukum pada periode 2021-2022.

Selain aktif berorganisasi, penulis juga aktif mengikuti lomba baik akademik maupun non akademik. Penulis mendapatkan Juara 1 Tingkat Regional pada kompetisi Penyiar Berita Bahasa Prancis pada tahun 2020, mendapatkan predikat *Position Paper* Terbaik pada konferensi internal *Model United Nations* tahun 2021, dan menduduki posisi 5 Besar Mahasiswa Berprestasi Fakultas Hukum tahun 2023. Selain itu, di bidang non akademik, penulis memenangkan Juara 1 Lomba Muli Mekhanai Kabupaten Tulang Bawang Barat tahun 2023 dan aktif sebagai anggota Ikatan Muli Mekhanai Lampung 2023. Pada level internasional, penulis pernah mengikuti konferensi *International Model United Nations* tahun 2021 dan *International Youth Legacy Model United Nations* tahun 2021. Selama menempuh Pendidikan, penulis juga pernah mengikuti program magang Kampus Merdeka di perusahaan Kompas Gramedia selama 6 bulan pada tahun 2022 yang diselenggarakan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.



## **MOTO**

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

**-Q.S Al Insyirah: 5&6-**

*“Carpe Diem, Seize The Day. Make Your Life Extraordinary”*

**-Robin Williams as John Keating on Dead Poets Society-**

*“Yesterday is history, tomorrow is a mystery, today is a gift, which is why we call  
it the present.”*

**-Bill Keane-**

## PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji syukur kepada Allah SWT berkat karunia, kesehatan, rahmat serta hidayah yang telah diberikan, shalawat teriring salam kepada Nabi Muhammad SAW, suri tauladan *Akhlaqul Kharimah* yang kita nantikan *syafa'at-nya* di hari akhir kelak.

Dengan segala kerendahan hati, saya persembahkan skripsi ini kepada:

Kedua orang tuaku,

Ayah tercinta Dr. M. Oktaviannur, S.E., M.M. dan Ibu tersayang Defwati, S.E.,  
M.M.

Serta kakakku Akiro Farrel, S.E., M.M.

yang selama ini selalu memberikan dukungan, motivasi, cinta, kasih sayang, membimbing, dan mendidik dengan baik dalam menggapai mimpi, cita-cita, dan keberhasilanku.

Semoga Allah SWT senantiasa memberkahi setiap langkah kalian.

Almamater tercinta Universitas Lampung.

## SANWACANA

*Alhamdulillahirobbil'alamin*, segala puji bagi Allah *Subhana Wa Ta'ala*, Rabb semesta alam, yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Shalawat teriring salam senantiasa terlimpahkan kepada Baginda Rasululluah Muhammad, *salallahu'alaihi wa sallam*, keluarga, sahabat dan seluruh pengikutnya yang senantiasa mengikuti jalan petunjuk-Nya. Aamiin. Hanya dengan kehendak-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Skripsi yang berjudul **“Implementasi Konsep *Creating Shared Value (CSV)* Dalam Rangka Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* Pada PT Sucden Coffee Indonesia”**, diajukan guna memenuhi gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Lampung.

Penyelesaian penelitian ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta saran dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Muhammad Fakhri, S.H., M.S., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Lampung;
2. Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum., selaku Ketua Bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Lampung dan selaku Dosen Pembimbing I, terimakasih atas waktu yang telah diluangkan, saran, masukan, bimbingan, dan bantuan yang sangat berarti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik;
3. Dewi Septiana, S.H., M.H., selaku Sekretaris Ketua Bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Lampung dan selaku Dosen Pembahas II, terimakasih atas waktu, kritik, dan saran yang membangun selama proses penulisan skripsi ini;
4. Yennie Agustin MR, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing Akademik dan selaku Dosen Pembahas I, terimakasih atas bimbingan dan arahan selama saya menempuh pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Lampung serta waktu, kritik dan saran yang membangun selama proses penulisan skripsi ini;

5. M. Wendy Trijaya, S.H., M.Hum., selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, bimbingan, saran, masukan, dan bantuan yang sangat berarti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik;
6. Seluruh Dosen dan karyawan yang bertugas di Fakultas Hukum Universitas Lampung, khususnya Dosen Bagian Hukum Keperdataan yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat berharga bagi saya;
7. Bapak Rinaldi Prasetya selaku *Research and Development* PT Sucden Coffee Indonesia, Bapak Nur Jumhar Ruanda selaku *Internal Control System* PT Sucden Coffee Indonesia, Ketua Kelompok Tani, *Trader*, serta para petani kopi yang telah bersedia diwawancarai terkait penelitian skripsi saya;
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas segala jasa dan budi baik yang telah diberikan kepada saya. Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini karena keterbatasan dan pengetahuan yang penulis miliki, maka dari itu kritik, saran, dan masukan yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan untuk pengembangan dan kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini akan membawa manfaat bagi siapapun yang membacanya.

Bandar Lampung, 16 Januari 2024  
Penulis,

**Orynawa Oxdefa**

## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>ABSTRAK</b> .....   | <b>ii</b>   |
| <b>ABSTRACT</b> .....  | <b>iii</b>  |
| <b>JUDUL DALAM</b> .....   | <b>iv</b>   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....   | <b>v</b>    |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....  | <b>vi</b>   |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....   | <b>vii</b>  |
| <b>RIWAYAT HIDUP</b> .....   | <b>viii</b> |
| <b>MOTO</b> .....  | <b>ix</b>   |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....   | <b>x</b>    |
| <b>SANWACANA</b> .....   | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....  | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....  | <b>xv</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....   | <b>xvi</b>  |
| <b>I. PENDAHULUAN</b> .....  | <b>1</b>    |
| A. Latar Belakang .....  | 1           |
| B. Rumusan Masalah.....  | 6           |
| C. Ruang Lingkup .....   | 6           |
| D. Tujuan Penelitian.....  | 6           |
| E. Kegunaan Penelitian.....  | 7           |
| <b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....  | <b>8</b>    |
| A. Perseroan Terbatas .....  | 8           |
| 1. Pengertian Perseroan Terbatas .....                                   | 8           |
| 2. Konsep Perseroan Terbatas .....                                       | 9           |
| 3. Organ Perseroan Terbatas .....  | 10          |
| B. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....                    | 12          |
| 1. Sejarah <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....            | 12          |
| 2. Pengertian <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....         | 14          |
| 3. Pengaturan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....         | 16          |
| 4. Tujuan dan Manfaat <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> ..... | 17          |
| 5. Ruang Lingkup <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....      | 19          |
| C. <i>Creating Shared Value (CSV)</i> .....                              | 21          |

|                             |   |           |
|-----------------------------|---|-----------|
| 1.                          | Pengertian <i>Creating Shared Value</i> (CSV) .....   | 21        |
| 2.                          | Konsep dan Implementasi <i>Creating Shared Value</i> (CSV) .....  | 23        |
| 3.                          | Hubungan <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Creating Shared Value</i> .....                                  | 25        |
| D.                          | Perjanjian Kemitraan .....  | 27        |
| 1.                          | Pengertian Perjanjian .....   | 27        |
| 2.                          | Asas-Asas Perjanjian .....  | 28        |
| 3.                          | Syarat Sah Perjanjian .....   | 30        |
| 4.                          | Pengertian Kemitraan .....  | 33        |
| 5.                          | Prinsip-Prinsip Kemitraan .....   | 35        |
| E.                          | Kerangka Pikir .....  | 36        |
| <b>III.</b>                 | <b>METODE PENELITIAN .....</b>  | <b>38</b> |
| A.                          | Jenis Penelitian .....  | 38        |
| B.                          | Tipe Penelitian .....   | 38        |
| C.                          | Pendekatan Masalah .....  | 38        |
| D.                          | Data dan Sumber Data .....  | 39        |
| E.                          | Metode Pengumpulan Data .....   | 40        |
| F.                          | Metode Pengolahan Data .....  | 41        |
| G.                          | Analisis Data .....   | 42        |
| <b>IV.</b>                  | <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>  | <b>43</b> |
| A.                          | Pengaturan dalam Perjanjian Kemitraan Berbasis <i>Creating Shared Value</i> (CSV) Pada PT Sucden Coffee Indonesia ..... | 43        |
| 1.                          | Dasar Hukum Konsep <i>Creating Shared Value</i> (CSV) .....   | 44        |
| 2.                          | Syarat dan Prosedur Perjanjian <i>Creating Shared Value</i> (CSV) .....   | 44        |
| 3.                          | Hak dan Kewajiban Pihak dalam Perjanjian Kemitraan .....  | 48        |
| 4.                          | Klasifikasi Pelanggaran dan Pemberian Sanksi .....  | 63        |
| B.                          | Implementasi Konsep <i>Creating Shared Value</i> (CSV) di PT Sucden Coffee Indonesia .....                              | 67        |
| 1.                          | Proses Implementasi Konsep <i>Creating Shared Value</i> (CSV) .....   | 68        |
| 2.                          | Implementasi Hak dan Kewajiban Para Pihak dalam Perjanjian Kemitraan .....  | 75        |
| C.                          | Kendala dalam Implementasi Konsep <i>Creating Shared Value</i> (CSV) ..   | 85        |
| <b>V.</b>                   | <b>PENUTUP .....</b>  | <b>87</b> |
| A.                          | Kesimpulan .....  | 87        |
| B.                          | Saran .....   | 88        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b> |   | <b>89</b> |

## DAFTAR TABEL

### Tabel:

|   |    |
|---|----|
| 1. Hak dan Kewajiban Perusahaan di dalam Perjanjian Kerjasama.....                    | 50 |
| 2. Hak dan Kewajiban <i>Trader</i> di dalam Perjanjian Kerjasama .....                | 55 |
| 3. Hak dan Kewajiban Ketua Kelompok Tani di dalam Surat Perjanjian<br>Kerjasama ..... | 56 |
| 4. Hak dan Kewajiban Petani Kopi di dalam Perjanjian Kerjasama .....                  | 60 |
| 5. Daftar Klasifikasi Pelanggaran dan Sanksi .....                                    | 64 |
| 6. Implementasi Hak dan Kewajiban Pihak Perusahaan (PP) .....                         | 75 |
| 7. Implementasi Hak dan Kewajiban <i>Trader</i> .....                                 | 77 |
| 8. Implementasi Hak dan Kewajiban Ketua Kelompok Tani (KKT) .....                     | 79 |
| 9. Implementasi Hak dan Kewajiban Petani .....  | 81 |

## DAFTAR GAMBAR

### Gambar:

1. Kerangka Pikir ..... 36
2. Alur Perjanjian Kerjasama Kemitraan Berbasis CSV..... 49



## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan zaman menuntut perusahaan untuk mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dalam menjalankan operasinya agar dapat mencapai keberlanjutan di masa depan. Kewajiban sosial dan lingkungan merupakan tanggung jawab dari setiap entitas bisnis, baik yang berbentuk badan hukum maupun tidak, yang harus diperhitungkan sebagai biaya yang wajar dan proporsional<sup>1</sup>. Tindakan ini harus memperhatikan kepatutan dan kebijakan yang memperhatikan hak-hak masyarakat, bukan hanya untuk perusahaan yang terdaftar (PT) tetapi juga kegiatan usaha yang lain. Perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial akan memperhatikan kemajuan masyarakat, terutama komunitas sekitar (*people*), lingkungan hidup/planet (*planet*), dan peningkatan kualitas perusahaan (*profit*)<sup>2</sup>. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya melindungi hak-hak masyarakat<sup>3</sup>. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mengintegrasikan kepentingan ekonomi dengan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Konsep "*Creating Shared Value*" (CSV) yang telah dikembangkan dan diterbitkan oleh Michael Porter dan Mark Kramer pada tahun 2011<sup>4</sup>, menuntut perusahaan untuk berperan ganda, yaitu menciptakan nilai ekonomi (*economic value*) dan nilai sosial (*social value*) secara bersamaan (*shared*), seperti halnya hubungan 'timbal balik' atau *win-win* antara perusahaan dan masyarakat. Ide yang diungkapkan adalah bahwa agar bisnis sukses dalam jangka panjang, perlu melakukan dua hal secara bersamaan,

---

<sup>1</sup> Adrian Sutedi, *Buku Pintar Hukum Perseroan Terbatas*, Jakarta: RAIH ASA SUKSES, 2015, hlm. 42.

<sup>2</sup> Tirta N Mursita et al, *Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia*, Jakarta: Institute for Development of Economic and Finance, 2011, hlm. 24.

<sup>3</sup> Gunawan Widjaya dan Yeremia Ardi Pratama, *Risiko Hukum & Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*, Jakarta: PT Percetakan Penebar Swadaya, 2008, hlm. 17.

<sup>4</sup> Benedikt Von Liel, *Creating Shared Value as Future Factor of Competition*, Germany: Springer VS Wiesbaden, 2016, hlm. 15.

yakni menciptakan nilai ekonomi untuk perusahaan dan memberikan manfaat bagi masyarakat.<sup>5</sup>

Konsep *Creating Shared Value* (CSV) merupakan pengembangan dari konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR).<sup>6</sup> Di Indonesia, istilah CSR dikenal sejak era 90-an dengan menunjukkan keterlibatan dan kepedulian perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan.<sup>7</sup> Strategi CSV dilakukan dengan mempertimbangkan masalah sosial dalam merancang strategi perusahaan, sehingga masalah sosial dapat diubah menjadi peluang dan manfaat ekonomi.<sup>8</sup> (CSV) diimplementasikan sebagai pelengkap dari konsep tanggung jawab sosial perusahaan dan lingkungan (CSR) yang merupakan aspek penting dalam perusahaan operasional.<sup>9</sup> CSV berbeda dari CSR dalam banyak hal, dimana CSR lebih berfokus pada kepatuhan pada peraturan yang relevan dan upaya dermawan dengan tujuan utama meningkatkan reputasi perusahaan sehingga memunculkan pemikiran bahwa CSR hanya sebagai “suap” agar perusahaan diterima oleh masyarakat. Sebaliknya, CSV mendorong adanya integritas menyeluruh antara perusahaan dan lingkungan sosialnya, dengan memadukan kepentingan ekonomi dan tanggung jawab sosial serta lingkungannya.<sup>10</sup> Menurut pemikiran ini, komponen tanggung jawab berarti mereka harus memenuhi tanggung jawab sosial dari segi ekonomi dan hukum.<sup>11</sup>

---

<sup>5</sup> Michael Rixen, et al. “Shared Value on A Global Scale: Possibilities for the United Nation’s Engagement”, *Journal of Competitiveness and Strategy*. Vol. 6. 2013. International University of Monaco. hlm. 1-14.

<sup>6</sup> Sunaryo, Disertasi *Rekonseptualisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Rangka Mewujudkan Keadilan Sosial*, Semarang : Universitas Diponegoro, 2015, hlm. 386.

<sup>7</sup> Sunaryo, *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) dalam Berbagai Perspektif Kajian*, Bandar Lampung: Aura Publishing, 2015, hlm. 1.

<sup>8</sup> Cockalo Dragan, et al. “Socially Responsible Business and Competitiveness in Serbia-Attitudes of Students”, *Sovremenna Ekonomika: Problemy, Tendencii, Prespektivy*. Vol 01.ISSN 2222-6532. 2014. hlm. 141-159.

<sup>9</sup> Dwi Kartini, *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*, Bandung: Refika Aditama, 2009, hlm. 128.

<sup>10</sup> Kitzmueller, M & Shimshack J. “Economic Perspective in Corporate Social Responsibility”, *Journal of Economic Literature*. Vol. 1. 2012. hlm. 51-84.

<sup>11</sup> Totok Mardikanto, *Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*, Bandung: ALVABETA, 2014, hlm. 94.

Tujuan utama dari konsep CSV adalah membentuk kapitalisme yang lebih maju dan menjadikan tanggung jawab sosial bukan lagi sebagai beban, melainkan sebagai investasi jangka panjang yang menguntungkan bagi perusahaan. Kini, tanggung jawab sosial perusahaan tidak lagi dianggap sebagai beban yang mengurangi laba perusahaan, melainkan telah bertransformasi menjadi investasi yang menjanjikan di masa depan.<sup>12</sup> Porter dan Kramer memperjelas bahwa penerapan CSV berbeda dengan CSR yang biasanya difokuskan pada reputasi.<sup>13</sup> Konsep CSV menempatkan masyarakat termasuk pemangku kepentingan (pemasok) sebagai mitra, yang dianggap sebagai "subjek" yang setara. Sementara itu, konsep CSR cenderung memandang pemangku kepentingan sebagai "objek". Meskipun keduanya memiliki dasar yang sama, yaitu *doing well by doing good*, CSV dan CSR tidak sama. Perbedaan utamanya adalah bahwa CSR berbicara tentang tanggung jawab, sedangkan CSV berfokus pada penciptaan nilai bersama atau *creating value* yang menekankan pentingnya mempertimbangkan isu-isu sosial dan kebutuhan dalam menyusun strategi perusahaan.<sup>14</sup>

Hubungan antara konsep CSR dan CSV terletak pada fungsinya yang sama-sama bertujuan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial melalui pendekatan yang berbeda. Selain itu, kedua konsep ini juga memiliki esensi yang sama dalam meningkatkan nilai sosial perusahaan dalam berkorelasi dengan masyarakat maupun *stakeholder*. Oleh karena itu, konsep CSV disini dilaksanakan dalam rangka mewujudkan program CSR pada perusahaan.

CSV menjadi suatu konsep yang penting untuk dibahas karena konsep baru ini memiliki keuntungan baik dari segi ekonomi maupun sosial bagi perusahaan

---

<sup>12</sup> Andrew Crane, et.al. "Contesting the Value of Creating Shared Value", *Cmr Berkeley Edu University of California Berkeley*. Vol. 56, No. 2. 2014. hlm. 22.

<sup>13</sup> Michael Porter & Mark Kramer. "Creating Shared Value: How to reinvent capitalism – and unleash a wave of innovation and growth", *Harvard Business Review*, Vol. 89 (1/2). 2011. hlm. 62-77.

<sup>14</sup> Michael Porter, *Creating Shared Value as Business Strategy*, Boston: Shared Value Leadership Summit, 2013, hlm. 41.

dan masyarakat disekitarnya. Batasan dan tolak ukur konsep CSV terlihat pada tujuan dan alur implementasinya. Jika program CSR hanya sebatas kebaikan hati perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya, maka dalam konsep CSV tujuan utama dari konsep ini adalah untuk menciptakan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan mitra dalam rencana jangka panjang. Selain itu, alur implementasi dari konsep CSV ini melibatkan pihak-pihak yang terikat pada perjanjian kemitraan yang berakibat hukum sebagai tolak ukurnya.

Pada konsep teoritisnya, kegiatan CSV merupakan turunan dari CSR yang berarti kegiatan CSV ini tidak berdiri sendiri melainkan juga dibarengi dengan CSR. Namun, jika dilihat dari konsep implementasinya, kegiatan CSV bisa saja dilaksanakan tanpa adanya CSR. Ini dikarenakan konsep CSV sendiri dibarengi dengan adanya perjanjian kemitraan antara pihak-pihak yang terlibat dalam wujud pelatihan kepada masyarakat sehingga hal tersebut tidak memiliki korelasi dengan CSR. Sebaliknya, CSV justru tidak bisa dilakukan tanpa adanya perjanjian kemitraan. Walaupun faktanya saat ini perusahaan-perusahaan memang melakukan program CSR terlebih dahulu baru mengenalkan konsep CSV yang masih terbilang cukup baru dan belum populer di Indonesia.

Akan tetapi, belum ada dasar hukum formil yang berlaku bagi CSV dikarenakan CSV sendiri merupakan konsep baru pengembangan dari CSR. Di samping itu, walaupun belum ada undang-undang yang berlaku secara resmi, konsep CSV sangat berkesinambungan dan mengikat dengan perjanjian kemitraan. Oleh karena itu, konsep dari program CSV ini sendiri mengikat dengan hukum-hukum perjanjian dan kemitraan. Pada penelitian ini, perjanjian kemitraan yang dilakukan oleh PT Sucden Coffee Indonesia dengan Petani Kopi di Tanggamus merupakan bentuk implementasi program CSV dalam melakukan kerjasama timbal-balik antara perusahaan dengan masyarakat. Pada program CSV ini, PT Sucden Coffee Indonesia selaku subjek hukum

memberikan edukasi dan pelatihan kepada para petani kopi yang nantinya hasil dari perkebunan kopi tersebut akan digunakan oleh PT Sucden Coffee Indonesia untuk kegiatan eksportir. Oleh karena itu, perjanjian kemitraan ini berperan penting sebagai tonggak awal dari terciptanya pelaksanaan konsep CSV di PT Sucden Coffee Indonesia.

PT Sucden Coffee Indonesia yang berlokasi di Jalan Soekarno Hatta, Sukabumi, Bandar Lampung ini merupakan perusahaan eksportir penghasil kopi yang dihasilkan oleh petani-petani kopi dari perjanjian kerjasama baik di Tanggamus, Ulubelu, maupun di Lampung Barat. Namun, pada penelitian kali ini, penulis hanya akan berfokus pada implementasi konsep CSV melalui perjanjian kerjasama oleh petani kopi di Tanggamus. Program pembinaan ini dijalankan secara berkelanjutan untuk meningkatkan produktivitas dan hasil produksi kopi di daerah tersebut, dengan upaya menghasilkan kopi berkualitas unggulan sesuai standar eksportir internasional, meningkatkan pendapatan, serta meningkatkan kesejahteraan petani di kabupaten Tanggamus.

Selain dari lokasi penelitian yang tidak jauh dari domisili penulis, PT Sucden Coffee Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang sudah menerapkan konsep CSV di Bandar Lampung, mengingat masih sedikit perusahaan yang mengadopsi konsep ini. PT Sucden Coffee Indonesia juga merupakan salah satu perusahaan eksportir kopi terbesar dan terkemuka yang sudah menggunakan konsep CSV. Selain itu, PT ini juga terbuka oleh masyarakat yang ingin mempelajari serta mengkaji konsep implementasi CSV di perusahaannya. Oleh karena itu, dari permasalahan inilah, penulis tertarik untuk menganalisis implementasi dari CSV lebih lanjut yang akan dituangkan dalam bentuk penulisan skripsi dengan judul: **“Implementasi Konsep *Creating Shared Value* (CSV) Dalam Rangka Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada PT Sucden Coffee Indonesia.”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat diidentifikasi dua pokok permasalahan yang akan dibahas oleh peneliti, yaitu:

1. Bagaimana pengaturan dalam perjanjian kemitraan yang berbasis *Creating Shared Value* (CSV) pada PT Sucden Coffee Indonesia?
2. Bagaimana implementasi konsep *Creating Shared Value* (CSV) pada PT Sucden Coffee Indonesia?
3. Apa kendala yang dihadapi oleh PT Sucden Coffee Indonesia dalam menerapkan konsep *Creating Shared Value* (CSV)?

## **C. Ruang Lingkup**

1. Ruang Lingkup Pembahasan  
Ruang lingkup objek kajian penelitian ini adalah mengenai implementasi konsep *Creating Shared Value* (CSV) perusahaan pada PT Sucden Coffee Indonesia dan Petani Kopi di Tanggamus.
2. Ruang Lingkup Bidang Ilmu  
Ruang lingkup bidang ilmu dalam penelitian ini adalah hukum keperdataan khususnya hukum ekonomi dan bisnis yang berkaitan dengan hukum perusahaan.

## **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Memahami dan menganalisis pengaturan dalam perjanjian kemitraan yang berbasis *Creating Shared Value* (CSV) pada PT Sucden Coffee Indonesia.
2. Memahami dan menganalisis implementasi konsep *Creating Shared Value* (CSV) pada PT Sucden Coffee Indonesia.
3. Memahami dan menganalisis kendala yang dihadapi oleh PT Sucden Coffee Indonesia dalam menerapkan konsep *Creating Shared Value* (CSV).

### **E. Kegunaan Penelitian**

Terdapat dua aspek kegunaan yang penulis harapkan dari hasil penelitian ini, yakni:

1. Kegunaan Teoretis

Penelitian ini diharapkan berguna sebagai salah satu bentuk upaya dalam memberikan pemahaman dan pemikiran yang baru bagi perusahaan dan masyarakat dalam mengimplementasikan konsep *Creating Shared Value* (CSV)

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian yang dilakukan penulis guna memberikan sumbangan praktis sebagai bahan referensi dan sumber informasi bagi mahasiswa terutama mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Lampung maupun bagi masyarakat luas secara umum yang membutuhkan referensi untuk penelitian yang berkaitan dengan permasalahan pokok bahasan.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Perseroan Terbatas

#### 1. Pengertian Perseroan Terbatas

Pengertian Perseroan Terbatas menurut Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham, dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam undang-undang ini serta peraturan pelaksanaannya.

Beberapa prinsip umum perseroan terbatas yang diatur oleh undang-undang tersebut meliputi<sup>15</sup>:

- a. Merupakan persekutuan modal: Perseroan memiliki modal dasar yang merupakan jumlah total nilai nominal saham perseroan yang tercantum dalam anggaran dasar perseroan.
- b. Didirikan berdasarkan perjanjian: Perseroan dibentuk melalui perjanjian yang disepakati oleh minimal dua orang, yang kemudian dibuktikan secara tertulis dan disusun dalam anggaran dasar. Perjanjian tersebut harus dibuat di hadapan notaris.
- c. Melakukan kegiatan usaha: Perseroan harus memiliki maksud, tujuan, dan kegiatan usaha. Perseroan melakukan kegiatan usaha di bidang perekonomian seperti perindustrian, perdagangan, perjasaaan, dan pembiayaan, dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba.
- d. Lahirnya perseroan melalui proses hukum dalam bentuk pengesahan pemerintah: Perseroan menjadi badan hukum karena melalui proses hukum yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan, termasuk pengesahan oleh pemerintah.

---

<sup>15</sup> *Ibid.*, hlm. 33-38.



Berdasarkan pengertian tersebut, Perseroan Terbatas adalah bentuk perusahaan yang memiliki status badan hukum, melakukan adaptasi dengan lingkungan perusahaan, dan memiliki kemampuan untuk menuntut dan dituntut di pengadilan sebagai subyek hukum (*Persona Standi Injudicio*).<sup>16</sup>

## 2. Konsep Perseroan Terbatas

Istilah “perseroan” merujuk pada penentuan modal yang dibagi dalam saham. Sedangkan istilah “terbatas” merujuk pada tanggung jawab pemegang saham yakni sesuai jumlah nominal saham yang dimiliki.

Berikut unsur-unsur konsep perseroan terbatas<sup>17</sup>:

### a. Badan Hukum

Setiap perseroan adalah badan hukum. Ini mengandung makna bahwa badan yang dimaksud harus memenuhi kewajiban sebagai subjek hukum sesuai dengan syarat undang-undang. Mampu melakukan perbuatan hukum dan memiliki persekutuan modal yang bertujuan untuk melakukan kegiatan usaha.

### b. Didirikan Berdasar Pada Perjanjian

Setiap perseroan didirikan berdasar pada perjanjian. Ini mengandung makna bahwa harus ada dua orang atau lebih dalam mendirikan sebuah perseroan yang dapat dibuktikan secara tertulis, kemudian dimuat dalam akta pendirian yang dibuat di depan notaris.

### c. Melakukan Kegiatan Usaha

Setiap perseroan melakukan kegiatan usaha yaitu kegiatan dalam bidang ekonomi (industri, perdagangan, perjasaaan, dan pembiayaan) yang bertujuan untuk mendapat keuntungan atau *profit*. Melakukan kegiatan usaha bermakna menjalankan perusahaan.

---

<sup>16</sup> Chidir Ali, *Op.Cit.*, hlm. 310.

<sup>17</sup> Abdulkadir Muhammad, *Op.Cit.*, hlm. 108-110.

d. Modal Dasar

Setiap perseroan harus mempunyai modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham-saham perorangan. Modal dasar disini bermakna harta kekayaan perseroan sebagai badan hukum yang dimiliki perorangan tetapi terpisah dari harta kekayaan pribadi atau pemegang saham tersebut.

e. Memenuhi Persyaratan Undang-Undang

Setiap perseroan harus memenuhi persyaratan yang ditentukan peraturan perundang-undangan perseroan. Sebagai badan hukum persekutuan modal, perseroan harus memenuhi unsur-unsur badan hukum seperti mempunyai tujuan, hubungan hukum, dan kekayaan sendiri. Perseroan memiliki kekayaan sendiri berupa modal dasar yang terdiri dari seluruh nominal saham dan kekayaan dalam bentuk lain seperti benda bergerak dan tidak bergerak, ataupun berwujud dan tidak berwujud.

Secara garis besar, konsep PT memuat badan hukum, didirikan berdasarkan perjanjian, memiliki modal dasar, dan harus memenuhi persyaratan undang-undang dalam membentuk PT.

### 3. Organ Perseroan Terbatas

Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menyatakan bahwa "Organ Perseroan Terbatas terdiri dari Rapat Umum Pemegang Saham, Direksi, dan Dewan Komisaris<sup>18</sup>.

a. Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)

Organ Perseroan yang memiliki wewenang yang tidak diberikan kepada Direksi atau Dewan Komisaris, sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang ini dan/atau anggaran dasar. RUPS terdiri dari RUPS tahunan dan RUPS luarbiasa. RUPS tahunan bertujuan untuk

---

<sup>18</sup> *Ibid.*, hlm. 115-139.

mengevaluasi dan mengambil keputusan mengenai kegiatan perseroan dan hasilnya pada tahun sebelumnya, serta merencanakan kegiatan tahun berikutnya. RUPS tahunan wajib dilaksanakan dalam waktu maksimal 6 bulan setelah berakhirnya tahun buku. RUPS luarbiasa bertujuan untuk membahas dan mengambil keputusan mengenai masalah darurat yang memerlukan penanganan segera agar tidak menghambat operasional perseroan. RUPS dapat diselenggarakan di tempat perseroan berkedudukan atau di tempat utama perseroan menjalankan kegiatan usahanya, dan RUPS terbuka dapat diselenggarakan di tempat bursa di mana saham perseroan tercatat. Tempat penyelenggaraan RUPS harus berada di wilayah NKRI.

b. Direksi Perseroan

Organ Perseroan yang memiliki wewenang dan tanggung jawab penuh dalam mengurus Perseroan untuk kepentingan Perseroan, sesuai dengan tujuan dan maksud Perseroan. Direksi juga mewakili Perseroan, baik di dalam maupun di luar pengadilan, sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam anggaran dasar. Tugas utama Direksi adalah menjalankan pengurusan Perseroan sesuai dengan kepentingan dan tujuan Perseroan, sebagaimana diatur dalam Pasal 92 ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Setiap anggota Direksi wajib melaksanakan tugas utama tersebut dengan itikad baik dan tanggung jawab penuh, sesuai dengan Pasal 97 ayat (1) Undang-Undang tersebut.

c. Dewan Komisaris

Organ Perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan/atau khusus sesuai dengan ketentuan dalam anggaran dasar, serta memberikan nasihat kepada Direksi. Sesuai dengan Pasal 108 ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas,

Dewan Komisaris melakukan pengawasan terhadap kebijakan pengurusan, jalannya pengurusan secara umum, baik terkait dengan Perseroan maupun usaha Perseroan, serta memberikan nasihat kepada Direksi. Pengawasan dan pemberian nasihat dilakukan untuk kepentingan Perseroan dan sesuai dengan tujuan dan maksud Perseroan.

## **B. *Corporate Social Responsibility (CSR)***

### **1. *Sejarah Corporate Social Responsibility (CSR)***

Tanggung jawab sosial perusahaan berkembang seiring dengan hubungan antara perusahaan dan masyarakat, yang dipengaruhi oleh dampak dari perkembangan masyarakat. *Corporate Social Responsibility (CSR)* muncul sebagai respons terhadap tuntutan dari para pemangku kepentingan yang merasa terganggu oleh keberadaan perusahaan. Untuk memahami tanggung jawab sosial perusahaan, kita perlu mengetahui perkembangan CSR dalam tiga periode berikut<sup>19</sup>:

- a. Tahun 1950-1960: Pada periode ini, CSR dianggap sebagai kebaikan hati perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya, berdasarkan aktivitas kreatif. Pada saat itu, pemahaman tentang tanggung jawab sosial belum sejelas sekarang, dan dimensi sosial masih dipengaruhi oleh peran gender, dengan dominasi kegiatan amal yang bersifat jangka pendek. Howard R. Bowen mendefinisikan tanggung jawab sosial sebagai itikad baik para pelaku bisnis untuk mengenal kewajiban dan mencapai keseimbangan dengan nilai-nilai masyarakat dalam mencapai tujuan mereka.<sup>20</sup> CSR mengacu pada kewajiban pelaku bisnis untuk membuat kebijakan, mengambil keputusan, dan melakukan tindakan yang sesuai

---

<sup>19</sup> Isa Wahyudi dan Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan, dan Implementasi*, Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2008, hlm. 20.

<sup>20</sup> Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011, hlm. 50.

dengan tujuan dan nilai-nilai masyarakat.<sup>21</sup> Perkembangan CSR sejalan dengan peningkatan kesadaran masyarakat dan peran kekuasaan sosial, dan peran CSR berkontribusi pada penciptaan legitimasi dalam masyarakat.

Pada tahun 1960-an, karakteristik CSR mencakup beberapa faktor, antara lain:

- 1) Munculnya CSR sebagai respons kesadaran etis pribadi pemilik modal dalam berbisnis, yang mengekspresikan sikap kemurahan hati perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya.
  - 2) Wujud CSR bersifat kreatif dan insidental, tergantung pada kesadaran dan keinginan pemodal. Bentuk, waktu, dan penerima bantuan sangat bergantung pada kehendak pengusaha.
  - 3) Implementasi CSR didasarkan pada prinsip perwalian, di mana pelaku bisnis berperan sebagai pemangku kepentingan masyarakat dan harus mempertimbangkan kepentingan mereka.
- b. Tahun 1970-1980: Pada periode ini, terjadi pergeseran orientasi perusahaan ke perspektif pemangku kepentingan dan pembangunan berkelanjutan. CSR menjadi penting dalam konteks sosial dan lingkungan untuk menciptakan masyarakat yang berkelanjutan. Konsep tanggung jawab sosial beralih dari kegiatan amal menjadi pengembangan kerjasama yang lebih produktif.

Pada tahun 1970-an, praktik CSR memiliki karakteristik sebagai berikut<sup>22</sup>:

- 1) Dilakukannya berbagai kegiatan yang bertujuan untuk membedakan atau memperhatikan kebutuhan khusus masyarakat.

---

<sup>21</sup> Edi Syahputra, Tesis *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Masyarakat lingkungan PTPN IV (Studi Pada Unit Kebun Dolok Ilir Kabupaten Simalungun)*, Medan: Sekolah Pasca Sarjana Universitas Sumatera Utara, 2008, hlm. 15.

<sup>22</sup> Nor Hadi, *Op. Cit*, hlm. 55.

- 2) Perhatian terhadap masyarakat dan lingkungan menjadi pusat dalam munculnya kegiatan CSR.
  - 3) Fokus pada kegiatan yang terkait dengan inti bisnis perusahaan dan berkontribusi secara langsung kepada masyarakat.
  - 4) Kegiatan CSR tidak hanya terbatas pada sumbangan atau amal dari pemilik perusahaan.
- c. Tahun 1990: Pada periode ini, praktik tanggung jawab sosial perusahaan ditandai oleh pendekatan integral, pendekatan pemangku kepentingan, dan pendekatan masyarakat sipil. Praktik pengembangan masyarakat lebih manusiawi dengan fokus pada pemberdayaan. Pendekatan ini melibatkan sektor-sektor lintas dalam kegiatan yang mencakup aspek produktif dan sosial, dengan keterlibatan berbagai pihak.

## **2. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah bentuk kepedulian perusahaan dalam meningkatkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menyeimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosialnya akan memperhatikan kemajuan masyarakat, terutama komunitas sekitar (*people*), lingkungan (*planet*), dan kualitas perusahaan (*profit*).<sup>23</sup>

Dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 1 angka 3, CSR didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perusahaan, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya. Menurut beberapa ahli,

---

<sup>23</sup> Tirta N Mursita et al, *Op.Cit*, hlm. 24.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat didefinisikan sebagai berikut:

- 1) Mickael Hopkins menyatakan bahwa Tanggung Jawab Sosial Perusahaan melibatkan perlakuan perusahaan terhadap pemangku kepentingan, baik yang berada di dalam maupun di luar perusahaan. Secara sosial, CSR mencakup tanggung jawab ekonomi untuk menciptakan standar hidup yang lebih baik sambil tetap menjaga profitabilitas perusahaan.<sup>24</sup>
- 2) Carroll menyatakan CSR terdiri dari empat komponen yang terintegrasi dalam model konseptual *Corporate Social Performance* (CSP). Dalam piramida tersebut, tanggung jawab sosial di bidang ekonomi merupakan dasar yang paling bawah, diikuti oleh tanggung jawab hukum, etika, dan tanggung jawab menyeluruh sebagai puncaknya. Dalam pandangan ini, keempat komponen tanggung jawab sosial saling terkait. Sebagai contoh, jika suatu perusahaan ingin menjalankan tanggung jawab etika, berarti mereka telah memenuhi tanggung jawab sosial secara ekonomi dan hukum.<sup>25</sup>
- 3) Oliver van Heel yang dikutip oleh Rahmatullah dan Trianita Kurniati, definisi CSR adalah pendekatan bisnis yang menghasilkan nilai bagi pemangku kepentingan dengan memperhatikan risiko dan peluang yang muncul dari aktivitas pembangunan ekonomi, lingkungan, dan sosial. Konsep CSR tidak hanya berfokus pada pemberian, tetapi juga melibatkan seluruh pemangku kepentingan dalam mengendalikan risiko dan menciptakan nilai bersama.<sup>26</sup>

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen perusahaan terhadap kepentingan pemangku kepentingan secara luas, bukan hanya

---

<sup>24</sup> Busyra Azheri, *Op. Cit*, hlm. 28.

<sup>25</sup> Tirta N Mursita et al, *Op.Cit*, hlm. 26.

<sup>26</sup>Bambang Rudito, Arief Budimanta dan Adi Prasetyo, *Corporate Social Responsibility: Jawaban Bagi Model Pembangunan Indonesia Masa Kini*, Jakarta: ICSD, 2004, hlm. 73.

mengutamakan keuntungan perusahaan semata. Dalam konteks ini, tanggung jawab sosial perusahaan tidak boleh merugikan pihak lain yang terkait<sup>27</sup>.

### **3. Pengaturan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Awalnya, CSR hanya berlaku untuk Badan Usaha Milik Negara (BUMN) mulai tahun 1983 dengan Peraturan Pemerintah Nomor 03 tahun 1983. Pada waktu itu, BUMN dianggap sebagai pelindung Usaha Kecil atau Industri Kecil, dan dilakukan program PEGELKOP berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan RI Nomor 1232/KMK.013/1989. Undang-Undang Nomor 19 tahun 2003 tentang BUMN juga memuat Pasal 88 Ayat (1), yang memungkinkan BUMN mengalokasikan sebagian laba bersihnya untuk pembinaan usaha kecil, koperasi, dan masyarakat sekitar BUMN.<sup>28</sup> Setelah itu, Keputusan Menteri Negara BUMN Nomor Kep-236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Bina Lingkungan, yang kemudian diperbarui dengan Peraturan Menteri BUMN Nomor Per-05/MBU/2007. Perusahaan yang mengelola sumber daya alam, khususnya minyak dan gas bumi, memiliki kewajiban melaksanakan CSR berdasarkan Pasal 13 ayat (3) huruf (p) Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi.

Pada tahun 2007, diberlakukan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT). Pasal 74 UU PT menetapkan beberapa hal sebagai berikut:

- 1) Perseroan yang beroperasi di sektor sumber daya alam wajib menjalankan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
- 2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya

---

<sup>27</sup> Sunaryo, *Op.Cit*, hlm. 12.

<sup>28</sup> Rahmatullah dan Trianita Kurniati, *Panduan Praktis Pengelolaan Corporate Social Responsibility*, Jogjakarta: Samudra Biru, 2011, hlm. 14.



Perseroan. Pelaksanaannya harus memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

- 3) Perseroan yang tidak memenuhi kewajiban tersebut akan dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
- 4) Peraturan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan akan diatur oleh Peraturan Pemerintah.

UU ini mengatur tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan yang bertujuan untuk mencapai pembangunan ekonomi berkelanjutan demi meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi Perseroan itu sendiri dan masyarakat pada umumnya. Ketentuan ini bertujuan untuk menjaga hubungan yang seimbang, sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Oleh karena itu, Perseroan yang beroperasi di sektor sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

CSR juga diatur dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UUPM), di mana Pasal 15 huruf b UUPM menyatakan bahwa setiap penanam modal wajib menjalankan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan dalam Pasal ini merujuk pada tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk menjaga hubungan yang seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

#### **4. Tujuan dan Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan tidak hanya bertujuan untuk memperoleh profit atau keuntungan finansial, tetapi juga diharapkan agar kegiatan CSR mendapatkan manfaat berupa reputasi dan citra perusahaan yang baik. Perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan semata, tetapi juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungan. Oleh

karena itu, CSR tidak hanya meningkatkan profit perusahaan, tetapi juga memiliki berbagai manfaat penting bagi perusahaan, antara lain<sup>29</sup>:

- 1) Mempertahankan dan meningkatkan reputasi dan citra merek perusahaan.
- 2) Mendapatkan lisensi operasional yang didukung oleh masyarakat.
- 3) Mengurangi risiko bisnis perusahaan.
- 4) Membuka akses perusahaan terhadap sumber daya yang diperlukan untuk operasional bisnis.
- 5) Membuka peluang pasar yang lebih luas.
- 6) Mengurangi biaya, seperti biaya yang terkait dengan dampak pembuangan limbah.
- 7) Memperbaiki hubungan dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*).
- 8) Memperbaiki hubungan dengan regulator.
- 9) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
- 10) Meningkatkan peluang untuk mendapatkan penghargaan.

Perusahaan akan mendapatkan berbagai manfaat dari kegiatan CSR, di antaranya<sup>30</sup>:

- a. Mengurangi risiko dan tuduhan terhadap perilaku tidak etis yang dapat dialamatkan kepada perusahaan. Perusahaan yang secara konsisten melaksanakan CSR akan mendapatkan dukungan yang luas dan mendapatkan komunitas yang merasakan manfaat dari kegiatan CSR tersebut. Seiring waktu, ini akan meningkatkan citra perusahaan.
- b. CSR berfungsi sebagai bentuk perlindungan dan membantu perusahaan dalam mengurangi dampak negatif dari krisis. Ketika perusahaan menghadapi berita buruk atau melakukan kesalahan, masyarakat akan lebih mudah memahami dan mendukung perusahaan tersebut.

---

<sup>29</sup> Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009, hlm. 6-7.

<sup>30</sup> Sunaryo, *Op. Cit*, hlm. 21-22.

- c. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Karyawan akan merasa bangga bekerja di perusahaan yang memiliki reputasi baik dan secara konsisten melakukan upaya untuk membantu mengembangkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan di sekitarnya.
- d. CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan memperbaiki dan memperkuat hubungan antara perusahaan dengan para pemangku kepentingannya. Para pemangku kepentingan akan merasa senang dan nyaman dalam menjalin hubungan dengan perusahaan.
- e. Meningkatkan penjualan. Riset *Roper Search Worldwide* menunjukkan bahwa konsumen cenderung lebih suka menggunakan produk yang berasal dari perusahaan yang secara konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya dan memiliki reputasi yang baik.

Aktivitas CSR merupakan komitmen perusahaan untuk berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan tujuan meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan itu sendiri, komunitas lokal, maupun masyarakat secara umum. Oleh karena itu, dalam pelaksanaan CSR, perusahaan tidak hanya mempertimbangkan faktor keuangan seperti keuntungan atau dividen, tetapi juga mempertimbangkan konsekuensi sosial dan lingkungan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

### **5. Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Konsep CSR memiliki cakupan yang sangat luas, tidak hanya bagi para pihak yang berkepentingan, tetapi juga bagi perusahaan itu sendiri. Tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen perusahaan terhadap kepentingan para pemangku kepentingan secara luas, bukan hanya untuk mencari keuntungan semata demi kepentingan perusahaan. Dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung, tidak boleh dilakukan dengan mengorbankan kepentingan pihak

lain yang terkait. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa ruang lingkup tanggung jawab sosial perusahaan sangat luas.<sup>31</sup>

Ada empat lingkup tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu<sup>32</sup>:

1. Keterlibatan perusahaan dalam kegiatan sosial yang bermanfaat bagi masyarakat luas, seperti pembangunan rumah ibadah, infrastruktur dan fasilitas sosial, perlindungan lingkungan, pemberian beasiswa, kemitraan antara perusahaan besar dan kecil untuk mengurangi kesenjangan sosial, dan lain-lain.
2. Keuntungan ekonomis, karena dapat menciptakan citra positif bagi perusahaan, sehingga masyarakat lebih menerima produk perusahaan.
3. Kepatuhan terhadap aturan hukum yang berlaku dalam masyarakat, baik dalam kegiatan bisnis maupun kegiatan sosial, untuk memastikan bisnis berjalan dengan baik dan teratur.
4. Menghormati hak dan kepentingan pemangku kepentingan atau pihak-pihak yang terkait langsung atau tidak langsung dengan kegiatan bisnis atau perusahaan.

Sedangkan CSR menjadi dua lingkup utama<sup>33</sup>:

- a. Tanggung jawab institusional struktural, yang melibatkan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar yang diatur oleh peraturan perundang-undangan. Tanggung jawab sosial ini ditandai dengan adanya sanksi positif atau formal dari pemerintah jika tidak dipatuhi.
- b. Tanggung jawab kognitif atau interaksional, yaitu tindakan sosial sukarela yang tidak diatur oleh peraturan perundang-undangan, tetapi dianggap penting atau dilakukan oleh perusahaan baik karena kebutuhan produksi maupun panggilan moral, sosial, dan kemanusiaan. Tanggung

---

<sup>31</sup> Sunaryo, *Op.Cit.*, hlm. 12.

<sup>32</sup> *Ibid.*, hlm 12-13

<sup>33</sup> *Ibid.*, hlm 13-14.

jawab ini tidak dikenai sanksi positif jika tidak dipatuhi, tetapi dapat berdampak pada sanksi sosial atau formal lainnya.

### C. *Creating Shared Value (CSV)*

#### 1. *Pengertian Creating Shared Value (CSV)*

CSV merupakan strategi bisnis yang menekankan pentingnya mengintegrasikan masalah sosial dan kebutuhan dalam perencanaan strategi perusahaan. Konsep ini merupakan pengembangan dari CSR dan diperkenalkan pertama kali oleh Michael E. Porter dan Mark R. Kramer pada tahun 2006 melalui artikel *Harvard Business Review*.<sup>34</sup> *Creating Shared Value (CSV)* adalah konsep yang mengharuskan perusahaan menciptakan nilai ekonomi dan nilai sosial secara bersama-sama, tanpa mengutamakan salah satu di antaranya. Solusi terhadap masalah ekonomi, sosial, dan lingkungan bukanlah tanggung jawab sampingan, melainkan harus menjadi bagian integral dari strategi perusahaan.<sup>35</sup>

Perusahaan dapat mewujudkan atau menciptakan *shared value (CSV)* melalui tiga cara:

- 1) Meredefinisi pasar dan produk. Perusahaan perlu mempertimbangkan apakah produknya benar-benar dibutuhkan oleh pasar dan apakah produk tersebut memiliki nilai yang sesuai bagi pasar yang dituju. Selain itu, penting juga untuk memastikan bahwa produk tersebut bermanfaat dan dapat diakses oleh sebanyak mungkin konsumen.
- 2) Meredefinisi produktivitas sepanjang *value chain*. Perusahaan perlu memastikan bahwa usahanya berkontribusi pada produktivitas *value chain* secara keseluruhan. Karena *value chain* perusahaan dipengaruhi oleh lingkungannya, seperti isu sosial, lingkungan, dan kesehatan karyawan, penting untuk memiliki tujuan yang sejalan antara produktivitas *value chain* perusahaan dengan perkembangan lingkungan

---

<sup>34</sup> Michael E Porter, *Op.Cit.*, hlm. 8.

<sup>35</sup> *Ibid.*, hlm. 9.

sekitarnya. Sinergi dapat tercapai dengan menerapkan pendekatan sosial dalam perspektif *shared value* dan menciptakan cara baru dalam menjalankan usaha untuk mengakomodasi isu-isu sosial tersebut. Beberapa komponen *value chain* yang dapat ditingkatkan adalah logistik, penggunaan sumber daya, dan pengadaan.

- 3) Mengembangkan kluster industri pendukung di sekitar lokasi perusahaan. Produktivitas dan inovasi perusahaan juga bergantung pada lokasi perusahaan, pemasok, penyedia jasa, dan infrastruktur logistik. Dengan mengembangkan industri pendukung di sekitar perusahaan, perusahaan dapat memperoleh vendor yang mendukung operasional perusahaan dengan baik.

Pendekatan CSV memiliki perbedaan dengan CSR. CSV tidak bertujuan untuk membagi keuntungan ekonomi perusahaan kepada masyarakat, tetapi lebih pada pengembangan strategi bisnis yang menghasilkan keuntungan dan meningkatkan kondisi sosial. Sudah jelas bahwa banyak perusahaan besar yang menerapkan konsep CSV. Konsep CSV bertujuan untuk mengidentifikasi masalah sosial yang memungkinkan perusahaan berkontribusi dalam memecahkannya, sehingga menciptakan nilai bersama bagi masyarakat dan perusahaan. Konsep CSV juga mengemukakan bahwa bisnis harus melakukan dua hal secara bersamaan untuk mencapai keberhasilan jangka panjang, yaitu menciptakan nilai ekonomi bagi perusahaan dan masyarakat.<sup>36</sup> Awale dan Rowlinson juga menyatakan bahwa dasar dari penciptaan nilai bersama adalah kemampuan perusahaan mengubah masalah sosial menjadi peluang bisnis yang dapat diukur dari segi sosial dan nilai bisnis.<sup>37</sup> Oleh karena itu, konsep CSV sangat menekankan bahwa selain mencari keuntungan, perusahaan juga harus meningkatkan kondisi sosial dan lingkungan dengan menjadikannya

---

<sup>36</sup> Michael Rixen, et al, *Op. Cit.*, hlm. 1-14.

<sup>37</sup> Nurhikmah K, *Implementasi Creating Shared Value Melalui Kajian Prespektif Islam: Sebuah Pendekatan Kritis Herbert Marcuse (Studi Kasus Pada PT Perkebunan Nusantara XIV Kabupaten Takalar)*, Makassar: UIN Alauddin, 2016, hlm. 6-7.

sebagai bagian dari strategi bisnis untuk mencapai keuntungan yang bermanfaat bagi semua pihak, baik perusahaan maupun masyarakat.

## **2. Konsep dan Implementasi *Creating Shared Value* (CSV)**

Konsep CSV memandang masyarakat, pemangku kepentingan, dan pemasok sebagai mitra yang sejajar, bukan sebagai objek seperti dalam konsep CSR. Konsep CSV terdiri dari tiga komponen utama: (1) pertanian dan pembangunan berkelanjutan, (2) lingkungan manufaktur dan sumber daya manusia, dan (3) produk dan konsumen.<sup>38</sup> Sebagai contoh, dalam penerapan konsep CSV di industri pangan dan nutrisi, baik perusahaan maupun masyarakat mendapatkan manfaat yang saling terkait. Perusahaan akan membeli produk pertanian berkualitas tinggi dari petani dan memberikan pelatihan serta sarana untuk meningkatkan pengetahuan petani dalam mencapai kualitas produk yang diinginkan. Perusahaan juga harus memberikan harga yang adil sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan oleh petani serta menghargai upaya petani dalam memproduksi barang. Selain itu, perusahaan juga bertanggung jawab dalam menciptakan manfaat bersama bagi sumber daya manusia yang bekerja dalam sektor industri tersebut, termasuk meningkatkan kesejahteraan pegawai dan memberikan pendidikan kepada karyawan agar menjadi tenaga kerja yang terampil dan bertanggung jawab.

Implementasi CSV dilakukan dengan tujuan utama untuk mengatasi masalah sosial sekaligus mencapai *profit*. Konsep CSV menarik dan berkelanjutan karena menekankan pada pertumbuhan bersama dengan masyarakat. Meskipun CSR dan CSV memiliki landasan yang sama, yaitu melakukan kebaikan melalui bisnis yang sukses, perbedaannya terletak pada fokus CSR pada tanggung jawab sebagai respons terhadap tekanan eksternal perusahaan, sementara CSV berfokus pada penciptaan nilai bersama yang

---

<sup>38</sup> Michael E. Porter and Mark R. Kraner, *Op. Cit*, hlm. 8.

terintegrasi dengan pencapaian keuntungan perusahaan. Perusahaan tidak hanya menciptakan nilai ekonomi, tetapi juga nilai sosial tanpa mengutamakan salah satu di antaranya. Jika CSR bertujuan untuk melakukan kebaikan, maka CSV bertujuan meningkatkan keuntungan ekonomi dan sosial. Secara garis besar CSV menekankan pentingnya menciptakan nilai bersama antara perusahaan dan masyarakat. Jika CSR muncul sebagai respons terhadap tekanan eksternal, maka CSV menjadikan masalah sosial sebagai pertimbangan dalam strategi persaingan. CSV merupakan bagian dari strategi bisnis yang mencari keterlibatan optimal pemangku kepentingan dalam rantai nilai, untuk menciptakan nilai bagi mereka dan bagi perusahaan.<sup>39</sup>

Konsep CSV diharapkan dapat meningkatkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sosialnya. Paradigma ini menekankan integrasi yang komprehensif antara perusahaan dan lingkungan sosialnya. Dengan menyadari bahwa kemajuan sosial masyarakat adalah kemajuan perusahaan, perusahaan seharusnya memiliki kesadaran untuk memprioritaskan kemajuan perusahaan dan kemajuan lingkungan sosial secara seimbang. Melalui CSV, kegiatan ekonomi tidak hanya memberikan keuntungan bagi perusahaan, tetapi juga bagi pihak-pihak yang terlibat dalam operasional perusahaan dalam jangka panjang (*sustain*). Selain itu, konsep CSV memberikan kerangka yang menyeluruh untuk mengembangkan integrasi antara masyarakat dan kegiatan bisnis, yang mendorong tercapainya kemakmuran bersama dan keadilan sosial yang diharapkan (*win-win solution*).

---

<sup>39</sup> Sunaryo, *Op. Cit*, hlm. 32.



### **3. Hubungan *Corporate Social Responsibility* dan *Creating Shared Value***

Pada awalnya, bentuk paling umum dari CSR adalah memberikan bantuan kepada organisasi lokal dan masyarakat miskin di negara-negara berkembang. Pendekatan ini didasarkan pada motivasi karitatif dan kemanusiaan, namun seringkali dilakukan secara tidak terencana, parsial, dan tidak berkelanjutan. Pada tingkat ini, CSR hanya sebatas melakukan kebaikan dan tampil baik di mata publik. CSR merupakan peran aktif perusahaan yang menunjukkan bahwa mereka menyisihkan sebagian keuntungan untuk berkontribusi pada kegiatan sosial yang memiliki dampak luas. CSR memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk menunjukkan aspek kemanusiaan dalam bisnis mereka.

Sebagai tanggung jawab sosial, program CSR telah dimodifikasi menjadi program *Creating Shared Value* (CSV), yaitu *CSV begins with the understanding that for our business to prosper over the long term, the communities we serve must also prosper*. CSV mendorong perusahaan agar peduli terhadap lingkungan sosialnya. Paradigma baru ini menekankan integrasi yang menyeluruh antara perusahaan dan lingkungan sosialnya. Dengan menyadari bahwa kemajuan sosial masyarakat adalah kemajuan perusahaan, begitu pula sebaliknya, perusahaan seharusnya memiliki kesadaran untuk memberikan prioritas yang sama antara kemajuan perusahaan dan kemajuan lingkungan sosialnya.<sup>40</sup>

Meskipun CSR dan CSV memiliki persamaan sebagai tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan, perbedaannya terletak pada cara pelaksanaannya. CSV lebih fokus pada kegiatan jangka panjang dan berkelanjutan, sedangkan CSR sering kali hanya menjadi formalitas untuk

---

<sup>40</sup> Philippe LeGrain, *Op. Cit*, hlm. 136.

menjaga reputasi perusahaan di mata masyarakat. Ada beberapa perbedaan mengapa CSV lebih menguntungkan daripada CSR itu sendiri.<sup>41</sup>

Pertama, dari segi nilai, CSV lebih fokus pada keuntungan sosial-ekonomi karena melibatkan stakeholder yang terkait dengan kelangsungan bisnis perusahaan. Hal ini menghasilkan penghematan anggaran bagi perusahaan. Di sisi lain, CSR seringkali hanya menunjukkan komitmen sementara sebagai bentuk eksistensi perusahaan di mata masyarakat, tanpa melakukan pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan.

Kedua, dari segi konsep, CSV lebih menekankan penciptaan nilai bersama antara perusahaan dan komunitas melalui kemitraan dengan stakeholder dalam menjalankan bisnisnya. Ini menghasilkan keuntungan bersama yang berkelanjutan. Sementara itu, CSR seringkali berkonsep filantropi, di mana perusahaan memberikan sumbangan tunai atau bantuan lainnya, namun tidak memberikan dampak yang signifikan bagi masyarakat dalam jangka panjang.

Ketiga, dari segi sifat, CSV terintegrasi dengan daya saing perusahaan. Melalui implementasi CSV, reputasi perusahaan dapat meningkat dalam jangka panjang, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepercayaan masyarakat dan daya saing perusahaan itu sendiri. Sebaliknya, CSR seringkali dilakukan hanya untuk menjaga reputasi perusahaan dari tekanan masyarakat dan menghindari konflik sementara.

Keempat, dari segi hasil, CSV terintegrasi dengan pencapaian keuntungan perusahaan. Konsep CSV memaksimalkan profit yang diperoleh perusahaan karena aktivitas CSV sesuai dengan bisnis yang dijalankan, sedangkan CSR

---

<sup>41</sup> Michael E Porter and Mark R. Kramer., *Op. Cit.*, hlm. 8

terpisah dari pencapaian keuntungan perusahaan karena seringkali tidak terintegrasi dengan kegiatan bisnis perusahaan.

Kelima, dari segi agenda, CSV dilaksanakan secara internal dan dipersiapkan dengan sistem perencanaan yang matang dan berkesinambungan sesuai dengan visi misi perusahaan. Di sisi lain, CSR seringkali ditentukan oleh tekanan eksternal tanpa mempertimbangkan tujuan yang tepat.<sup>42</sup>

#### **D. Perjanjian Kemitraan**

##### **1. Pengertian Perjanjian**

Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPdt) mendefinisikan perjanjian sebagai suatu perbuatan di mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Definisi ini tidak secara tegas menyebutkan apakah perbuatan tersebut bersifat legal atau tidak.

Beberapa ahli memberikan definisi perjanjian sebagai berikut:

- a. Abdulkadir Muhammad: Perjanjian adalah persetujuan di mana dua orang atau lebih saling mengikatkan diri untuk melakukan hal yang berkaitan dengan aspek hukum harta kekayaan.<sup>43</sup>
- b. Prof. Subekti: Perjanjian adalah suatu peristiwa di mana seseorang berjanji kepada orang lain atau dua orang saling berjanji untuk melakukan sesuatu.<sup>44</sup>
- c. M. Yahya Harahap: Perjanjian adalah hubungan hukum kekayaan antara dua orang atau lebih yang memberikan kekuatan hukum kepada

---

<sup>42</sup> *Ibid.*, hlm. 8

<sup>43</sup> Abdulkadir Muhammad, *Loc.Cit.*

<sup>44</sup> Subekti, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: Intermasa, 2005, hlm. 1.

satu pihak untuk mendapatkan prestasi dan pada saat yang sama mewajibkan pihak lain untuk melaksanakan prestasi.<sup>45</sup>

Secara rinci, perjanjian memiliki unsur-unsur berikut:

- 1) Terdapat pihak-pihak yang terdiri dari setidaknya dua orang (subjek).
- 2) Terdapat kesepakatan antara pihak-pihak tersebut (konsensus).
- 3) Terdapat objek yang berupa benda.
- 4) Terdapat tujuan yang berkaitan dengan kebendaan/harta kekayaan.
- 5) Terdapat bentuk tertentu, baik lisan maupun tertulis.

Dari definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa perjanjian adalah hubungan hukum yang terjadi ketika dua orang atau lebih sepakat untuk melaksanakan suatu tindakan tertentu dalam bidang harta kekayaan dan dituangkan dalam bentuk yang spesifik. Kesepakatan merupakan dasar dari tindakan yang dilakukan oleh satu atau lebih pihak yang saling mengikatkan diri untuk menciptakan akibat hukum. Kesepakatan timbul karena keinginan pihak pertama dan juga pihak kedua secara bersama-sama, sehingga terdapat keseimbangan antara kedua belah pihak. Dalam perjanjian, terdapat hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh kedua belah pihak, hal ini bertujuan agar pihak-pihak yang terlibat dalam perjanjian memenuhi janji mereka dan terikat oleh hukum yang timbul karena kehendak mereka sendiri, yang memungkinkan mereka untuk melaksanakan prestasi yang dijanjikan.

## **2. Asas-Asas Perjanjian**

Ketika kedua belah pihak sepakat untuk membuat perjanjian, penting bagi mereka untuk memahami asas-asas perjanjian tersebut terlebih dahulu.

---

<sup>45</sup> M. Yahya Harahap, *Segi-Segi Hukum Perikatan*, Bandung: PT Alumni, 1982, hlm.3.

Asas-asas tersebut menjadi dasar kehendak kedua belah pihak untuk mencapai tujuan perjanjian. Beberapa asas tersebut meliputi:<sup>46</sup>

a. Asas Kebebasan Berkontrak

Asas kebebasan berkontrak merupakan prinsip penting yang mencerminkan kehendak bebas dan hak asasi manusia, yang memungkinkan setiap orang untuk membuat perjanjian, baik yang diatur maupun yang belum diatur dalam hukum. Namun, kebebasan tersebut tidak absolut, karena ada pembatasan yang ditetapkan oleh hukum, moral, dan ketertiban umum. Asas kebebasan berkontrak berlaku secara universal, termasuk dalam berbagai sistem hukum perjanjian di negara lain. Pasal 1338 ayat (1) KUHPdata mengakui asas kebebasan berkontrak dengan menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah mengikat para pihak sebagaimana undang-undang.<sup>47</sup> Selanjutnya pada Pasal 1337 KUHPdt menyatakan bahwa perjanjian tidak boleh bertentangan dengan Undang-Undang yang berlaku, kesusilaan dan juga ketertiban Umum.<sup>48</sup>

b. Asas Konsensual

Asas konsensual mengindikasikan bahwa suatu perjanjian terjadi pada saat tercapainya kesepakatan atau persetujuan antara kedua belah pihak mengenai substansi perjanjian. Pada saat itu, perjanjian menjadi mengikat dan memiliki akibat hukum. Asas konsensualisme ini berhubungan dengan penghargaan terhadap martabat manusia.

c. Asas Kepastian Hukum (*pacta sunt servanda*)

Asas ini mengharuskan hakim atau pihak ketiga untuk menghormati isi kontrak yang telah disepakati oleh para pihak, dan asas ini berkaitan dengan

---

<sup>46</sup> R. Wirjono Prodjodikoro, *Asas-asas Hukum Perjanjian*, Bandung: Mandar Maju, 2001, hlm. 3.

<sup>47</sup> Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia (dalam Prespektif Perbandingan bagian pertama)*, Yogyakarta: FH UII Press, 2013, hlm. 87.

<sup>48</sup> Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 295.

konsekuensi dari perjanjian. Asas ini didasarkan pada Pasal 1338 ayat 1 BW yang menyatakan bahwa perjanjian yang sah adalah yang berlaku sebagai undang-undang.

#### d. Asas Itikad Baik

Asas itikad baik tercantum dalam Pasal 1338 ayat 3 KUHPdt yang menyatakan bahwa "Persetujuan-persetujuan harus dilaksanakan dengan itikad baik". Asas ini menciptakan saling kepercayaan antara para pihak yang saling mengikat dalam suatu perjanjian, karena mereka mematuhi norma-norma ketaatan dan moralitas untuk mencapai tujuan perjanjian tersebut.

#### e. Asas Kepribadian

Asas ini menyatakan bahwa seseorang yang melaksanakan atau membuat suatu perjanjian hanya untuk kepentingan pribadi mereka sendiri. Hal ini diatur dalam Pasal 1315 KUHPdt dan Pasal 1340 KUHPdt.

##### a) Pasal 1315 KUHPdt:

"Umumnya seseorang tidak dapat melakukan perikatan atau perjanjian selain untuk kepentingan dirinya sendiri".

##### b) Pasal 1340 KUHPdt:

"Perjanjian hanya berlaku antara pihak yang membuatnya".

### **3. Syarat Sah Perjanjian**

Syarat sah perjanjian diatur di dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPdt), yaitu:

- a. Kesepakatan Kedua Belah Pihak
- b. Kecakapan
- c. Suatu Hal Tertentu
- d. Sebab (*Causa*) Yang Halal

Keempat syarat sahnya perjanjian tersebut dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu:<sup>49</sup>

#### 1) Syarat Subjektif

Syarat subjektif berkaitan dengan subjek perjanjian atau dengan kata lain, persyaratan yang harus dipenuhi oleh pihak-pihak yang membuat perjanjian, yang meliputi:

##### a. Kesepakatan Kedua Belah Pihak

Kesepakatan adalah pernyataan kehendak yang disetujui oleh kedua belah pihak tanpa adanya paksaan, kesalahan, atau penipuan. Hal ini diatur dalam Pasal 1321 KUHPdt yang menyatakan bahwa "Tidak ada suatu persetujuan pun yang berlaku jika diberikan karena kesalahan, atau diperoleh dengan paksaan atau penipuan".

##### b. Kecakapan

Kecakapan hukum telah ditentukan dalam Pasal 1329 KUHPdt yang menyatakan bahwa "Setiap orang memiliki kecakapan untuk membuat perjanjian, kecuali jika Undang-Undang menyatakan tidak cakap". Orang yang tidak cakap hukum dapat ditemukan dalam Pasal 1330 KUHPdt, seperti "mereka yang belum dewasa, yang ditempatkan di bawah pengampuan, perempuan dalam hal-hal yang ditentukan oleh Undang-Undang, dan umumnya semua orang yang Undang-Undang melarang mereka untuk membuat persetujuan tertentu". Dalam hal ini, seseorang dianggap tidak cakap untuk melakukan perjanjian menurut KUHPdata jika belum berumur 21 tahun, kecuali jika sudah menikah sebelumnya.

Jika syarat subjektif tidak terpenuhi oleh pihak-pihak, maka perjanjian yang dibuat oleh mereka dapat dibatalkan. Pihak yang berhak mengajukan pembatalan adalah pihak yang tidak cakap atau pihak yang memberikan

---

<sup>49</sup> Abdulkadir Muhammad. *Op.Cit.*, hlm. 94.

persetujuan secara tidak bebas. Namun, perjanjian yang telah dibuat tetap mengikat selama tidak dibatalkan oleh pengadilan atas permintaan pihak yang berkepentingan.<sup>50</sup>

#### 1) Syarat Objektif

Syarat objektif adalah persyaratan yang terkait dengan objek perjanjian, yang meliputi:

##### a. Suatu Hal Tertentu

Suatu hal tertentu berarti bahwa dalam suatu perjanjian harus ada objek yang jelas dan ditentukan. Objek perjanjian diatur dalam Pasal 1333 KUHPdt yang menyatakan bahwa "Suatu persetujuan harus memiliki pokok suatu barang yang minimal ditentukan jenisnya. Tidak menjadi masalah jika jumlah barang tidak pasti, asalkan jumlah tersebut nantinya dapat ditentukan atau dihitung." Pasal 1332 KUHPdata juga menjelaskan bahwa objek perjanjian haruslah benda yang dapat diperdagangkan, karena benda di luar perdagangan tidak dapat menjadi objek perjanjian.

##### b. Sebab (*Causa*) yang Halal

Syarat ini mengharuskan bahwa suatu perjanjian tidak boleh bertentangan dengan Undang-Undang, ketertiban umum, dan kesusilaan. Pasal 1335 KUHPdata menjelaskan bahwa sebab yang sah harus memenuhi kriteria berikut:

- a) Tidak tanpa sebab, artinya harus ada alasan yang jelas selain yang dinyatakan;
- b) Bukan sebab palsu, artinya tidak ada alasan palsu atau dipalsukan;
- c) Bukan sebab yang dilarang, artinya tidak bertentangan dengan kesusilaan atau ketertiban umum.

---

<sup>50</sup> *Ibid.*, hlm. 20.



Berdasarkan Pasal 1335 KUHPerdata tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebab yang sah adalah bahwa perjanjian yang dibuat oleh pihak-pihak tidak boleh bertentangan dengan kesusilaan, ketertiban umum, dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Syarat objektif harus ada dalam perjanjian yang dibuat oleh pihak-pihak. Jika syarat objektif tidak disebutkan atau tidak terpenuhi, maka perjanjian tersebut akan batal demi hukum.

#### **4. Pengertian Kemitraan**

Definisi kemitraan awalnya dikenal sebagai gotong royong atau kerjasama antara berbagai pihak, baik secara individu maupun kelompok. Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, mitra berarti teman, sahabat, kawan kerja, pasangan kerja, atau rekan. Secara etimologis, kemitraan berarti persekutuan atau perkongsian, yang mengindikasikan bahwa kemitraan merupakan bentuk kerjasama antara dua pihak atau lebih yang didasarkan pada perjanjian dan saling ketergantungan dalam upaya meningkatkan kapasitas dan kemampuan dalam bidang usaha atau tujuan tertentu untuk mencapai hasil yang baik.<sup>51</sup>

Beberapa ahli mengemukakan pengertian kemitraan, antara lain:

- 1) Ninuk Purmaningsih, kemitraan usaha adalah bentuk kerjasama antara berbagai pihak dalam meningkatkan usaha untuk mencapai tujuan bersama, meningkatkan daya saing, dan mengembangkan kualitas organisasi guna meningkatkan pendapatan.<sup>52</sup>
- 2) Lan Lion dalam Eko dan Hakim, kemitraan adalah sikap menjalankan bisnis dengan hubungan jangka panjang, tingkat kerjasama yang tinggi,

---

<sup>51</sup>Ambar Teguh Sulistiyani, *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*, Yogyakarta: Gaya Media, 2004, hlm. 129.

<sup>52</sup>Ninuk Purnaningsih. "Strategi Kemitraan Agribisnis Berkelanjutan", *Jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi, dan Ekologi Manusia*, Vol. 1, No.03. 2007. hlm. 394.

saling percaya, di mana pemasok dan pelanggan berdagang satu sama lain untuk mencapai tujuan bisnis bersama.<sup>53</sup>

Konsep formal kemitraan juga tercantum dalam beberapa peraturan perundang-undangan, antara lain:

- a. Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil, yang mendefinisikan kemitraan sebagai kerjasama usaha antara Usaha Kecil dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar dengan pembinaan dan pengembangan oleh Usaha Menengah atau Usaha Besar, dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan.
- b. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 1997 Tentang Kemitraan, sebagai pengganti dari UU Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil, yang mengatur tata cara penyelenggaraan, pembinaan, dan pengembangan kemitraan. Peraturan ini menegaskan bahwa kemitraan adalah kerjasama usaha antara Usaha Kecil dengan Usaha Menengah dan/atau Usaha Besar dengan pembinaan dan pengembangan oleh Usaha Menengah dan/atau Usaha Besar, dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan.
- c. Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang menggantikan peraturan sebelumnya yakni PP Nomor 44 Tahun 1997 Tentang Kemitraan.
- d. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yang mendefinisikan kemitraan sebagai kerjasama dalam keterkaitan usaha, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan

---

<sup>53</sup> Eko Nurmianto dan Hakim Nasution. "Perumusan Strategi Kemitraan Menggunakan Metode AHP dan SWOT (Studi kasus pada kemitraan PT.INKA dengan Industri Kecil Menengah di wilayah Karesidenan Madiun)", *Jurnal Teknik Industri*. Vol.6. 2004. hlm. 49.

menguntungkan, melibatkan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dengan Usaha Besar.

### **5. Prinsip-Prinsip Kemitraan**

Kemitraan dijalankan berdasarkan beberapa prinsip penting. Terdapat tiga prinsip utama dalam kemitraan, yaitu:<sup>54</sup>

a. Kesetaraan atau keseimbangan (*equity*).

Prinsip ini mengedepankan hubungan yang saling menghormati, menghargai, dan percaya satu sama lain, bukan berdasarkan hierarki atau kekuasaan semata. Penting untuk membangun rasa saling percaya guna menghindari konflik. Kesetaraan mencakup penghargaan, kewajiban, dan ikatan antara mitra.

b. Transparansi.

Transparansi diperlukan untuk menghindari saling curiga antara mitra kerja. Hal ini mencakup transparansi dalam pengelolaan informasi dan keuangan. Setiap anggota harus terbuka mengenai kelemahan dan sumber daya yang dimiliki. Keterbukaan ini harus ada sejak awal kemitraan terjalin hingga berakhirnya kegiatan. Dengan saling keterbukaan ini, terjadi saling melengkapi dan saling membantu antar mitra.

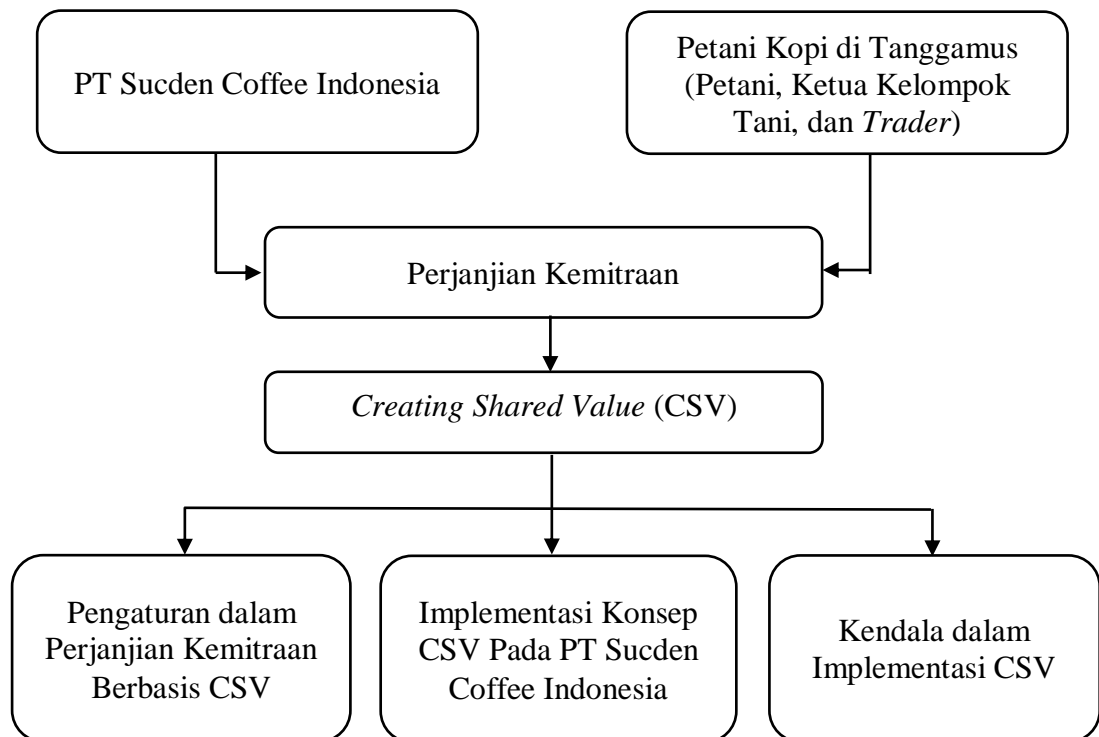
c. Saling menguntungkan.

Kemitraan harus memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat. Individu, organisasi, atau institusi yang terlibat dalam kemitraan harus memperoleh manfaat sesuai dengan kontribusi masing-masing. Melakukan kegiatan atau pekerjaan secara bersama-sama akan lebih efisien dan efektif.

---

<sup>54</sup> Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*, Gresik: Fascho Publishing, 2007, hlm. 103.

### E. Kerangka Pikir



**Gambar 1. Kerangka Pikir**

#### **Keterangan:**

PT Sucden Coffee Indonesia selaku objek penelitian melakukan perjanjian kerjasama dengan petani kopi di Tanggamus yang dalam hal ini terbagi menjadi pihak petani, ketua kelompok tani, dan *trader* dalam mengimplementasikan konsep *Creating Shared Value* (CSV). Dalam perjanjian kerjasama ini, kedua belah pihak sepakat dalam menerapkan konsep CSV dimana PT Sucden Coffee Indonesia memberikan *platform* edukasi dan pelatihan untuk petani kopi di Tanggamus agar mereka dapat menghasilkan biji kopi yang berkualitas sesuai standar ekspor internasional yakni sertifikasi 4C. Selanjutnya kopi yang dihasilkan oleh petani kopi di Tanggamus tersebut akan dibeli dan diberikan oleh PT Sucden Coffee Indonesia dalam melakukan kegiatan eksportir.

Konsep *Creating Shared Value* (CSV) muncul sebagai pendekatan yang melibatkan permasalahan sosial sebagai tanggung jawab bersama perusahaan. Konsep CSV lebih menekankan pada pemberdayaan dan kemitraan antara perusahaan dan petani kopi dengan mengutamakan konsep 'berbagi nilai' atau yang dikenal dengan "*shared value*" sebagai salah satu strategi untuk saling menguntungkan (*win-win solution*). Penerapan konsep CSV diharapkan dapat memberikan manfaat ekonomi sosial jangka panjang baik bagi perusahaan maupun masyarakat.

Konsep CSV berbeda dengan konsep CSR karena perusahaan tidak hanya memberikan bantuan dalam bentuk *charity*, tetapi juga memperhatikan aspek pemberdayaan, kemitraan, dan keberlanjutan dengan masyarakat. Proses implementasi konsep CSV pada dasarnya merupakan penerapan ketentuan-ketentuan yang telah disepakati bersama dalam suatu perjanjian yang melibatkan hak dan kewajiban antara perusahaan dan masyarakat, sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Perseroan Terbatas dan Hukum Perjanjian. Selain itu, kendala dalam pelaksanaan konsep CSV juga menjadi hal yang penting untuk diperhatikan.

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif-empiris (*applied law research*). Metode penelitian hukum normatif-empiris merupakan penerapan ketentuan hukum normatif yang menganalisis tindakannya pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam suatu masyarakat<sup>55</sup>. Metode penelitian ini pada dasarnya menganalisis penerapan ketentuan hukum normatif yang dalam hal ini menggunakan UU PT No 40 Tahun 2007 dan Perjanjian Kemitraan Kerjasama Program Kopi Lestari antara PT Sucden Coffee Indonesia dan Petani Kopi di Tanggamus dalam mengkaji implementasi konsep CSV yang diterapkan oleh PT Sucden Coffee Indonesia dan Petani Kopi di Tanggamus berdasarkan fakta yang ada di lapangan.

#### **B. Tipe Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum deskriptif (*descriptive legal study*), yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas, rinci, dan sistematis mengenai objek penelitian yang akan diteliti. Dalam penelitian deskriptif, fokus utamanya adalah untuk memperoleh deskripsi yang lengkap tentang keadaan hukum yang berlaku di suatu tempat tertentu dan pada waktu tertentu (masyarakat).<sup>56</sup> Penelitian deskriptif ini digunakan untuk memberikan paparan yang detail tentang implementasi konsep *Creating Shared Value* (CSV) antara PT Sucden Coffee Indonesia dan Petani Kopi di Tanggamus.

#### **C. Pendekatan Masalah**

Pendekatan masalah merupakan proses pemecahan atau penyelesaian masalah melalui tahap-tahap yang telah ditentukan, sehingga mencapai tujuan penelitian. Pendekatan masalah yang digunakan adalah pendekatan *live case*

---

<sup>55</sup> Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004, hlm. 54.

<sup>56</sup> *Ibid.*, hlm. 55.

*study*, yaitu pendekatan studi kasus pada peristiwa hukum yang dalam keadaan berlangsung atau belum berakhir.<sup>57</sup> Pada tipe pendekatan ini, peneliti melakukan pengamatan (*observation*) langsung terhadap proses berlakunya hukum normatif pada peristiwa hukum tertentu sehingga penelitian ini mengkaji ketentuan hukum dalam perjanjian kerjasama antara PT Sucden Coffee Indonesia dan Petani Kopi di Tanggamus.

#### **D. Data dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder untuk memecahkan permasalahan yang ada. Pengumpulan data dilakukan melalui tahap-tahap berikut:

##### **1. Data Primer**

Data primer yang digunakan berasal dari lokasi penelitian yang terkait dengan implementasi konsep CSV oleh PT Sucden Coffee Indonesia. Sumber data primer diperoleh melalui wawancara terhadap Bapak Rinaldi Prasetya selaku *Research and Development* PT Sucden Coffee Indonesia, Bapak Nur Jumhar Ruanda selaku *Internal Control System* PT Sucden Coffee Indonesia, Bapak Budiono selaku Ketua Kelompok Bina Usaha Tani, Bapak Sarjono selaku Ketua Kelompok Tani Mitra Sari Makmur, Bapak Komari selaku pengumpul atau *trader*, serta Bapak Komang dan Bapak Wibowo selaku petani kopi di Tanggamus.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan dengan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber bacaan yang relevan dengan masalah yang diteliti. Data sekunder terdiri dari:

a) Bahan hukum primer, yang mencakup peraturan perundang-undangan seperti:

- 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

---

<sup>57</sup> *Ibid.*, hlm. 150.

- 2) Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Kemitraan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
  - 3) Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas
  - 4) Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang menggantikan peraturan sebelumnya yakni Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 Tentang Kemitraan.
  - 5) Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.
  - 6) Surat Perjanjian Kerjasama Program Kopi Lestari antara PT Sucden Coffee Indonesia dan Petani Kopi di Tanggamus.
- b. Bahan Hukum Sekunder, yang merupakan literatur yang menjelaskan mengenai bahan hukum primer. Ini meliputi buku-buku ilmu hukum, hasil penelitian, artikel ilmiah, wawancara, dan karya-karya lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.<sup>58</sup>
- c. Bahan Hukum Tersier, yang memberikan petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder. Ini termasuk kamus, ensiklopedia, artikel majalah, surat kabar, atau sumber-sumber dari internet.

### **E. Metode Pengumpulan Data**

Berdasarkan pendekatan masalah dan sumber data yang diperlukan, maka pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Studi Pustaka: Dilakukan untuk mendapatkan data sekunder dengan membaca, menelaah, dan mengutip peraturan perundang-undangan, buku, dan literatur yang terkait dengan pelaksanaan konsep *Creating Shared Value* (CSV) dalam program tanggung jawab sosial perusahaan antara PT Sucden Coffee Indonesia dan Petani Kopi di Tanggamus.

---

<sup>58</sup> Sri Mamuji, *Teknik Menyusun Karya Tulis Ilmiah*, Jakarta: UI Press, 2006, hlm.12



2. Studi Lapangan: Dilakukan oleh pihak-pihak yang terlibat langsung dengan permasalahan yang sedang diteliti melalui observasi dan wawancara. Wawancara adalah kegiatan pengumpulan data langsung dari responden penelitian di lapangan<sup>59</sup>. Wawancara dilakukan menggunakan metode tanya jawab terkait implementasi konsep CSV antara PT Sucden Coffee Indonesia dan Petani Kopi Tanggamus. Pihak yang diwawancarai adalah Bapak Rinaldi Prasetya selaku *Research and Development* PT Sucden Coffee Indonesia, Bapak Nur Jumhar Ruanda selaku *Internal Control System* PT Sucden Coffee Indonesia, Bapak Budiono selaku Ketua Kelompok Bina Usaha Tani, Bapak Sarjono selaku Ketua Kelompok Tani Mitra Sari Makmur, Bapak Komari selaku pengumpul atau *trader*, serta Bapak Komang dan Bapak Wibowo selaku petani kopi di Tanggamus. Hal ini dilakukan sebagai data pendukung dalam penelitian implementasi konsep *Creating Shared Value* (CSV) dalam rangka pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT Sucden Coffee Indonesia.

#### **F. Metode Pengolahan Data**

Pada penelitian ini, data yang diperoleh melalui berbagai sumber akan diolah melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Pemeriksaan data (*editing*)  
Melibatkan proses pengecekan untuk memastikan bahwa data yang terkumpul melalui studi pustaka, dokumen, dan wawancara telah lengkap, relevan, jelas, tidak berlebihan, serta bebas dari kesalahan.
2. Penandaan data (*coding*)  
Dilakukan dengan memberikan tanda atau kode pada data yang telah diperoleh. Tanda atau kode ini akan mengelompokkan dan mengklasifikasikan data berdasarkan jenis dan sumbernya. Tujuannya adalah untuk memudahkan dalam rekonstruksi dan analisis data.
3. Penyusunan/Sistematiasi data (*constructing/systematizing*)

---

<sup>59</sup> Johannes Supranto, *Metode Penelitian Hukum dan statistic*, Jakarta: Penerbit Rineck Cipta, 2003, hlm. 1

Melibatkan kegiatan menata data secara sistematis setelah melewati proses editing dan penandaan. Data akan disusun dalam bentuk tabel-tabel yang berisi angka-angka dan presentase jika data bersifat kuantitatif. Sedangkan jika data bersifat kualitatif, data akan dikelompokkan secara sistematis berdasarkan klasifikasi data dan urutan masalah yang ada.<sup>60</sup>

### **G. Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan analisis data untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif, yang melibatkan proses penafsiran dan interpretasi data dalam bentuk kalimat yang disusun secara sistematis. Tujuannya adalah untuk memberikan penjelasan dan gambaran yang jelas sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan. Analisis dimulai dari gambaran secara umum hingga mencapai detail yang spesifik, yang selanjutnya digunakan untuk menarik kesimpulan akhir.

---

<sup>60</sup> Abdulkadir Muhammad, *Op. cit.*, hlm. 90-91

## V. PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan mengenai implementasi konsep CSV pada PT Sucden Coffee Indonesia, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Dasar hukum menggunakan UU PT No 40 Tahun 2007 dan perjanjian kemitraan kerjasama. Perjanjian kemitraan CSV mengatur syarat dan prosedur, termasuk kepemilikan lahan, data diri, dan kewajiban mengikuti sertifikasi 4C. Proses melibatkan pertemuan, perundingan, pemberian kuisioner, dan kesepakatan para pihak. Hak dan kewajiban perusahaan mencakup memberikan biji kopi, menyeleksi petani, sementara *trader* bertugas menyalurkan hasil produksi dan menerima pembayaran. Ketua Kelompok Tani memiliki hak melakukan pengawasan dan menerima bahan dari perusahaan. Petani berkewajiban mengelola produksi dan menerima pembayaran. Terdapat klasifikasi pelanggaran dengan sanksi berupa teguran, teguran keras, dan pengeluaran dari kerjasama.
2. Implementasi konsep CSV dimulai dengan *social mapping* dan pembentukan kelompok tani untuk produksi kopi hingga penentuan harga. Selama implementasi, para pihak telah menjalankan hak dan kewajiban masing-masing. PT Sucden Coffee Indonesia, *trader*, dan kelompok tani telah memenuhi kewajiban dan mendapatkan hak, meskipun terdapat beberapa kendala. Beberapa petani juga belum sepenuhnya memahami isi perjanjian kemitraan.
3. Kendala yang dialami para pihak antara lain keterbatasan sumber daya manusia di PT Sucden Coffee Indonesia, kurangnya kesadaran dan pemahaman akan pentingnya kegiatan CSV bagi para petani, serta kesulitan dalam mengubah kebiasaan buruk petani yang masih menggunakan obat-obatan kimia terlarang dalam produksi biji kopi.

## **B. Saran**

1. Pihak perusahaan perlu menambah dan merekrut karyawan terutama pada divisi yang turun ke lapangan dan berhubungan langsung dengan program CSV agar terciptanya manajemen dan koordinasi yang baik antara perusahaan dan mitra. Perusahaan juga harus lebih memperhatikan kesejahteraan pihak-pihak dengan membayar hak-hak pihak secara tepat waktu. Selain itu, penting bagi perusahaan untuk menjelaskan isi dari hak dan kewajiban para pihak secara jelas dan rinci agar semua pihak memahami secara detail terkait isi dari perjanjian kemitraan. Jika perlu, adakan sosialisasi untuk menjelaskan hak dan kewajiban, serta sanksi bagi para pihak agar meminimalisir permasalahan yang timbul di kemudian hari.
2. Ketua kelompok tani perlu komunikasi yang baik dengan para petani di kelompoknya maupun pihak perusahaan agar laporan kendala yang dialami petani dapat tersampaikan dengan baik. Selain itu, petani juga harus meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang pentingnya perjanjian kemitraan yang berakibat hukum, serta memperhatikan kesejahteraan lingkungan dengan tidak melanggar ketentuan-ketentuan yang dilarang pada perjanjian.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Azheri, Busyra. 2011. *Corporate Social Responsibility (Dari Voluntary menjadi Mandatory)*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Budiyono, Tri. 2011. *Hukum Perusahaan*, Salatiga: Griya Media.
- Fuady, Munir. 2003. *Perseroan Terbatas Paradigma Baru*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Harahap, M. Yahya. 2009. *Hukum Perseroan Terbatas*, Jakarta: Sinar Grafika.
- K, Nurhikmah. 2016. *implementasi Creating Shared Value melalui kajian prespektif islam: sebuah pendekatan kritis herbert marcuse (Studi Kasus Pada PT Perkebunan Nusantara XIV Kabupaten Takalar)*”, Makassar: UIN Alauddin.
- Kartini, Dwi. 2009. *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*, Bandung: Refika Aditama.
- Khairandy, Ridwan. 2013. *Hukum Kontrak Indonesia (dalam Prespektif Perbandingan bagian pertama)*, Yogyakarta: FH UII Press.
- LeGrain, Philippe. 2003. *Giants with Clay Feet: Why Companies Don't Run the World*, London: Abacus Book.
- Liel, Benedikt Von. 2016. *Creating Shared Value as Future Factor of Competition*, Germany: Springer VS Wiesbaden.
- Mamuji, Sri. 2006. *Teknik Menyusun Karya Tulis Ilmiah*, Jakarta: UI Press.
- Mardikanto, Totok. 2014. *Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*, Bandung: ALVABETA.
- Muhammad, Abdulkadir. 2004. *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- . 2010. *Hukum Perusahaan Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- . 2014. *Hukum Perdata Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

- Mursita, Tirta N., *et al.* 2011. *Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia*, Jakarta: Institute for Development of Economic and Finance.
- Porter, Michael E. 2013. *Creating Shared Value as Business Strategy*. Boston: Shared Value Leadership Summit.
- Prodjodikoro, R. Wirjono. 2001. *Asas-asas Hukum Perjanjian*, Bandung: Mandar Maju.
- Raharjo, Handri. 2012. *Hukum Perusahaan*, Jakarta: MediaPressindo.
- Rahmatullah dan Trianita Kurniati. 2011. *Panduan Praktis Pengelolaan Corporate Social Responsibility*, Jogjakarta: Samudra Biru.
- Rudito, Bambang., *et al.* 2004. *Corporate Social Responsibility: Jawaban Bagi Model Pembangunan Indonesia Masa Kini*, Jakarta: ICSD.
- Soemitro, Ronny Hanitijo. 2001. *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sulistiyani, Ambar Teguh. 2004. *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*, Yogyakarta: Gaya Media.
- Sunaryo. 2014. *Rekonseptualisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Rangka Mewujudkan Keadilan Sosial*, Semarang : Universitas Diponegoro.
- , 2015. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) dalam Berbagai Perspektif Kajian*, Bandar Lampung: Aura Publishing.
- Supranto, Johannes. 2003. *Metode Penelitian Hukum dan statistic*, Jakarta: Penerbit Rinek Cipta.
- Untung, Hendrik Budi. 2009. *Corporate Social Responsibility*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Wahyudi, Isa dan Busyra Azheri. 2008. *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan, dan Implementasi*, Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*, Gresik: Fascho Publishing.
- Widjaya, Gunawan dan Yeremia Ardi Pratama. 2008. *Risiko Hukum & Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*, Jakarta: PT Percetakan Penebar Swadaya

## **B. Jurnal**

- Crane, Andrew., *et al.* 2014. "Contesting the Value of "Creating Shared Value". *University of California Berkeley*, Vol. 56, No. 2, Winter 2014. Cmr. Berkeley. Edu.
- Dian Pratiwi. 2018. "Karakteristik Mutu Biji Kopi Robusta Asalan Hasil Refermentasi Menggunakan Kefir Komersial". *Universitas Jember*.
- Dragan, Cockalo., *et al.* 2014. "Socially Responsible Business and Competitiveness in Serbia- Attitudes of Students", *Sovremenna Ekonomika: Problemy, Tendencii, Prespektivy*. Vol 01.ISSN 2222-6532.
- Kitzmueller, M dan Shimshack J. 2012. "Economic Prespective in Corporate Social Responsibility". *Journal of Economic Literature*, Volume. L (1).
- Nurmianto, Eko dan Hakim Nasution. 2004. "Perumusan Strategi Kemitraan Menggunakan Metode AHP dan SWOT (Studi kasus pada kemitraan PT.INKA dengan Industri Kecil Menengah di wilayah Karesidenan Madiun)". *Jurnal Teknik Industri*, Vol.6, No. 1.
- Porter, M. E dan 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).
- Purnaningsih, Ninuk. 2007. "Strategi Kemitraan Agribisnis Berkelanjutan". *Jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi, dan Ekologi Manusia*. ISSN: 1978-4333, Vol.1, No.03.

## **C. Tesis**

- Syahputra, Edi. "Implementasi Corporate Social Rssponsibility (CSR) Masyarakat lingkungan PTPN IV (Studi Pada Unit Kebun Dolok Ilir Kabupaten Simalungun)", (Medan: Sekolah Pasca Sarjana Universitas Sumatera Utara, 2008).

## **D. Perundang-Undangan**

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang No. 20 Tahun Tahun 2008 Tentang Kemitraan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas

Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 1997 Tentang Kemitraan.

Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

#### **E. Internet**

4C, *About: What is 4C*, <https://www.4c-services.org/about/what-is-4c/>.

LIFFE, *LIFFE Resources: London Handbook*, <https://www.ice.com/futures-europe/liffe-resources/handbook>.

PT Sucden Coffee Indonesia, <https://nedcoffee-indonesia-makmur-jaya.business.site/#testimonials>.