

CREATING SHARED VALUE (CSV) MELALUI RUANG SWAKRIYA SEBAGAI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT SECARA BERKELANJUTAN DI SURABAYA

Dian Hutami Rahmawati¹, Andisa Rizky², Ratih Pandu Mustikasari³, Ririn Puspita Tutiasri⁴

^{1,2,3,4}Ilmu Komunikasi/Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jawa Timur, Indonesia

e-mail: dian.hutami.ilkom@upnjatim.ac.id

Abstrak

Tanggung jawab sosial merupakan salah satu kewajiban yang harus dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk kepedulian terhadap masyarakat. Perusahaan saat ini diharapkan mampu berfokus kepada *sustainability development* bukan hanya pada program pemberian yang berlangsung satu kali. Ruang Swakriya (*makerspace*) merupakan bengkel kreatif yang hadir sebagai wadah dan jembatan antara tenaga ahli dan kelompok masyarakat. Keselarasan ini membuat banyak perusahaan menggunakan ruang swakriya sebagai partner dalam pelaksanaan program tanggung jawab sosial. Artikel ini berfokus kepada bagaimana program Creating Shared Value (CSV) dilaksanakan melalui ruang swakriya sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat (*community development*). Artikel ini bertujuan untuk melihat adanya pergeseran nilai CSR kepada Corporate Shared Value melalui Ruang Swakriya, Ruang Swakriya (Makerspace) sebagai sarana pemberdayaan masyarakat from society to society, dan maksimalnya modal sosial dan jejaring masyarakat dalam Program CSV melalui ruang Swakriya. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan objek penelitian satu-satunya ruang swakriya di Surabaya yakni SUBstitute Makerspace. Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah studi kasus. Hasil dari penelitian memperlihatkan adanya pergeseran makna pada program tanggung jawab sosial yakni melibatkan *community development* atau pemberdayaan masyarakat, adanya ruang swakriya sebagai perpanjangan tangan perusahaan dalam melaksanakan program CSV, dan program CSV mampu memaksimalkan modal sosial (tenaga ahli) juga memperkuat jejaring masyarakat antar sektornya baik perusahaan, ruang swakriya, tenaga ahli dan kelompok masyarakat.

Kata kunci: *corporate social responsibility, creating shared value, pemberdayaan Masyarakat, tanggung jawab sosial.*

CREATING SHARED VALUE THROUGH RUANG SWAKRIYA AS SUSTAINABLE EMPOWERMENT COMMUNITY IN SURABAYA

Abstract

Social responsibility is one of the obligations that must be carried out by companies as a form of concern for society. Companies are now expected to be able to focus on sustainability development not only on one-time gift programs. The DIY room (*makerspace*) is a creative workshop that exists as a forum and bridge between experts and community groups. This alignment makes many companies use the DIY space as a partner in implementing social responsibility programs. This article focuses on how the Creating Shared Value (CSV) program is carried out through DIY spaces as a form of community development. This study used a qualitative research method with the only DIY space as a research object in Surabaya, namely the SUBstitute Makerspace. The results of the study show that there is a shift in meaning in social responsibility programs, namely involving community development or community empowerment, the existence of a DIY space as an extension of the company's hand in implementing the CSV program, and the CSV program being able to maximize social capital (experts) as well as strengthen community networks between sectors, both companies, DIY spaces, experts and community groups.

Keywords: *community empowerment, corporate social responsibility, creating shared value.*

PENDAHULUAN

Istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mungkin sudah tak asing lagi. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk pertanggung jawaban perusahaan secara sosial pada masyarakat, dengan nilai strategis dan merupakan keunggulan kompetitif perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat pada perusahaan. Di Indonesia, program tanggung jawab sosial perusahaan merupakan program yang ditetapkan oleh suatu organisasi sesuai dengan Pasal 74 Peraturan Pemerintah Nomor 40 Tahun 2007 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Adanya peraturan mengenai kewajiban perusahaan untuk mengembangkan program tanggung jawab sosial, maka perusahaan harus dapat memanfaatkan program tanggung jawab sosial untuk menyusun strategi guna meningkatkan citra perusahaan dan bersaing. Fakta ini membuat perusahaan berupaya sebaik mungkin dalam merancang dan menerapkan *corporate social responsibility* yang benar-benar memiliki dampak pada masyarakat dan lingkungan, tidak hanya mengikuti *trend* tanpa memahami esensi dan manfaatnya bagi masyarakat (Amalia et al, 2023)

Saat ini paradigma penerapan tanggung jawab sosial perusahaan juga akan mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan di masa depan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menyeimbangkan kepentingan ekonomi dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Manan, 2020). Saat ini, dunia usaha tidak lagi hanya memperhatikan siklus keuangan saja, namun juga aspek lain seperti aspek sosial dan lingkungan. Sinergi ketiga aspek tersebut menjadi kunci konsep pembangunan berkelanjutan (Kurnia, 2019). *Creating Shared Value* (CSV) adalah sebuah konsep yang mengarahkan perusahaan untuk menjalankan dua peran sekaligus yaitu menciptakan nilai ekonomi (*economic value*) dan nilai social

(*social value*) secara bersama-sama (*shared*) dengan porsi yang seimbang (Manan, 2020).

Creating Share Value (CSV) berfokus untuk menciptakan kesempatan dalam meningkatkan keunggulan kompetitif dengan mempertimbangkan permasalahan sosial sebagai indikator pertimbangan dalam merancang strategi perusahaan. *Creating Share Value* sendiri berbeda dalam banyak hal dari *Corporate Social Responsibility*, dimana *Corporate Social Responsibility* lebih fokus pada kepatuhan pada peraturan yang berlaku serta kepedulian yang memiliki tujuan utama untuk meningkatkan reputasi perusahaan, sedangkan *Creating Shared Value* mengedepankan adanya integritas menyeluruh antara perusahaan dan lingkungan sosialnya (Wanti, 2019). Perbedaan signifikan antara kedua konsep ini terletak pada dorongan dalam melakukan tindakan kepedulian sosial. Faktor internal dan keaktifan perusahaan mendorong kegiatan CSV berjalan. Sedangkan CSR lebih banyak bergantung pada faktor eksternal untuk menunjukkan sikap responsif perusahaan pada lingkungan sekitarnya. berjalan CSV merupakan salah satu upaya yang dilakukan dalam membangun dan mencapai tujuan *Sustainable Development Goals* (SDGs) di Indonesia. Dengan adanya CSV diharapkan masyarakat mampu berdaya dan menjadi masyarakat yang memiliki value berkelanjutan secara mandiri (Simatupang, 2019)

Dapat dilihat dari beberapa hasil kinerja perusahaan tingkat global dapat dijadikan acuan bagi perusahaan-perusahaan Indonesia untuk melaksanakan kegiatan sosial ekonominya dengan baik. Kunci keberhasilan ini terletak pada penciptaan nilai-nilai bersama (CSV) – integrasi tujuan sosial dan ekonomi. Artinya tidak ada dikotomi antara bidang sosial dan ekonomi. Dalam hal ini, respons terhadap isu-isu sosial bukanlah faktor biaya, melainkan kekuatan pendorong bagi perusahaan untuk menjamin kelangsungan bisnisnya dalam jangka panjang. Di Indonesia, sudah banyak perusahaan

yang mengadopsi pendekatan CSV. Sebagai contoh, Nestle Indonesia yang secara tegas menyatakan CSV dalam praktik bisnisnya, yang kemudian disebut "Menciptakan Manfaat Bersama".

Nestle merupakan salah satu contoh perusahaan yang sukses menerapkan CSV dan berhasil bekerja sama dengan 33 ribu peternak sapi perah yang ada di Kejayan, Jawa Timur. Perusahaan lain yang juga telah mengimplementasikan praktik Creating Shared Value (CSV) adalah Unilever Indonesia yang diberi nama dengan Unilever Sustainable Living Plan (USLP) membuat langkah untuk membuktikan bahwa keberlanjutan dan kinerja bisnis yang sukses adalah hal yang saling terkait. Namun, kajian di industri kreatif masih belum tersentuh sejauh ini. Kajian tersebut terasa nampak signifikan, diakrenakan industri kreatif memiliki banyak diferensiasi pada proses operasionalnya jika dibandingkan dengan industri lain.

SUBstitute Makerspace merupakan respon dari pengamatan terhadap iklim pergerakan industri kreatif dan swakriya di Surabaya. Pergerakan yang masih sangat terkotak-kotak serta sebagian besar masih bergerak secara individualis. Hal tersebut yang mempengaruhi kondisi kota Surabaya menjadi kota dagang, sehingga iklim yang tercipta lebih ke "penjual dan pembeli", dan untuk urusan membelipun, harga murah menjadi pertimbangan utamanya. Sementara itu, produk kriya yang merupakan buatan tangan seringkali memiliki harga yang tidak lebih murah dari produk buatan pabrik. Di sinilah SUBstitute mengambil peran, melalui berbagai lokakarya yang mengajarkan proses pembuatan suatu produk. Didukung oleh British Council melalui inisiatif DICE (Developing Inclusive and Creative Economies), sejumlah lokakarya mulai dari menjahit hingga 3D printing diadakan secara intensif—dalam satu sesi, jumlah pesertanya tidak banyak, sehingga peserta bisa memahami dengan baik materi yang disampaikan. Dengan begitu, publik dapat

mengetahui seberapa besar nilai dan usaha yang dibutuhkan untuk menciptakan suatu benda, sehingga bisa lebih mengapresiasinya.

Pendekatan CSR secara tradisional telah dipisahkan dari dunia bisnis, mengaburkan banyak peluang besar bagi perusahaan, dan seringkali tidak sejalan dengan kebutuhan strategis perusahaan dalam menjalankan aktivitas yang bertanggung jawab secara sosial di masyarakat. (Bockstette dan Stamp, 2011; Leth and Hems 2013). Pendekatan CSR selama ini terputus dari bisnis dan mengaburkan banyak peluang besar perusahaan dan sering tidak disesuaikan dengan kebutuhan strategis perusahaan ketika melakukan kegiatan tanggung jawab sosial pada masyarakat (William dan Hayes, 2013). Ditambahkan oleh Porter dan Kramer (2011) Ia menekankan bahwa penerapan CSV jauh melampaui CSR reputasi pada umumnya. Konsep CSV memandang masyarakat, termasuk pemangku kepentingan mitranya (pemasok), sebagai "subjek bersama", sedangkan konsep CSR cenderung memandang pemangku kepentingan sebagai "objek". Konsep CSV konsisten dengan strategi berkelanjutan untuk menciptakan ekonomi kompetitif dan kreatif yang menghubungkan kepentingan dunia usaha dan masyarakat serta dapat memanfaatkan masyarakat sebagai mitra atau pelaku.

Implementasi CSV yang dilakukan SUBstitute Makerspace melalui pembinaan pengrajin dan masyarakat marjinal di Surabaya untuk menjamin rantai pengrajin dan skill berkelanjutan yang berkualitas tinggi, peningkatan produktivitas serta pendapatan masyarakat marjinal di Surabaya. Selain itu, masyarakat marjinal juga menghadapi tantangan dalam menghasilkan produk-produk yang berkelanjutan. Dengan keterbatasan dana yang dimiliki, akan sulit bagi masyarakat marjinal untuk menghasilkan produk yang berkelanjutan dan berdaya saing secara nasional. Masyarakat marjinal dan pengrajin memerlukan pendampingan dari seluruh stakeholder dikarenakan masih terbatasnya informasi terkait pengembangan industri kreatif seperti akses

pelatihan dan wawasan terkait skill yang dibutuhkan.

Berdasarkan kondisi tersebut, artikel ini bertujuan mereview potensi model CSV dalam upaya peningkatan pertumbuhan industri kreatif yang berkelanjutan. Artikel ini juga berupaya menganalisis keberadaan ruang swakriya di Surabaya yang melakukan kegiatan sosial yang bukan saja menekan masalah sosial, tetapi juga bisa menjadi basis kekuatan bagi keberlanjutan bisnis dan memberikan dampak sosial bagi masyarakat sekitar. Secara spesifik, artikel ini menganalisis program *Creating Shared Value* yang dijalankan oleh SUBstitute Makerspace Surabaya bekerjasama dengan *Surabaya Creative Network* untuk menyukseskan dan mengimplementasikan nilai-nilai Sustainable Development Goals (SDGs) yakni pendidikan, kesetaraan gender dan perubahan iklim. Sehingga, siapapun bisa belajar membuat sesuatu.

Sebagai sebuah *makerspace* atau ruang karya bersama. Para partisipan bisa mengeksplor material dengan peralatan yang bisa diakses dengan mudah dan terjangkau serta berkolaborasi dengan siapa saja. SUBstitute Makerspace juga menunjukkan inklusivitas, namun hal itu tidak cukup dengan menyatakan bahwa kegiatan "dibuka untuk umum" SUBstitute Makerspace juga hadir mengetuk pintu satu-satu komunitas, khususnya komunitas marginal menyakinkan mereka bahwa SUBstitute adalah ruang yang aman untuk berkarya dan beraktivitas, dimana semua pengguna memiliki hak akses yang sama, tidak memandang identitasnya.

Hal itu dibuktikan antara lain melalui kegiatan reguler seperti lokakarya, yang mana misalnya ada lima peserta, maka satu peserta di antaranya akan difasilitasi oleh SUBstitute alias bebas biaya. Peserta tersebut merupakan penerima manfaat, misalnya dari kalangan ekonomi menengah ke bawah atau komunitas marginal. Contohnya antara lain adalah lokakarya menspad yang diadakan di kawasan kumuh di Dupak, Surabaya Utara. Melalui

lokakarya tersebut, para perempuan di Dupak mendapatkan edukasi mengenai kesehatan reproduksi dan cara membuat menspad sendiri. Para peserta tidak hanya dapat menekan timbulnya alergi akibat pemakaian pembalut sekali pakai, tapi juga mengurangi produksi limbah di lingkungannya dan tentunya menghemat biaya hidup.

Keinklusivitasan tersebut juga diboyong SUBstitute dalam acara DIY (*Do-It-Yourself*) Fest yang sukses diselenggarakan pada Februari 2020 silam di Surabaya Town Square. Mengusung tema *Crafting Sustainability*, festival yang juga didukung oleh DICE ini menggratiskan sewa booth untuk pengrajin dari kalangan penerima manfaat. Dalam acara DIY Fest 2020 SUBstitute Makerspace memberikan satu syarat yakni setiap *partisipan booth tenant* tidak boleh hanya sekedar membagikan brosur saja, SUBstitute ingin semua bisa mendapatkan manfaat lebih dari brosur yakni bisa mencoba dan merasakan membuat sesuatu barang secara langsung. Sebagai contoh, teman-teman dari komunitas penyandang disabilitas menawarkan makanan dan layanan cuci sepatu di booth mereka. Dengan begitu, manfaat yang dirasakan bisa berlanjut bahkan setelah acara berakhir.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana *creating shared value* dilakukan melalui Ruang Swakriya sebagai pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan pertama, mengetahui pergeseran dari *corporate social responsibility* ke *corporate shared value* melalui Ruang Swakriya yang dalam penelitian ini di satu-satunya Makerspace di Surabaya yakni SUBstitute. Tujuan yang kedua adalah melihat bagaimana *Corporate Shared Value* digunakan sebagai pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan.

METODE

Artikel ini menggunakan paradigma konstruktivis. Pada penelitian ini, paradigma

konstruktivis digunakan untuk melihat implementasi *Creating Share Value (CSV)* terhadap dampak sosial yang ditimbulkan melalui Ruang Swakriya. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Riset kualitatif dipilih karena peneliti membutuhkan data penelitian yang spesifik yakni bagaimana implementasi dari *creating share value* secara mendalam. Peneliti juga berupaya untuk mengurai secara detail dan mendalam tentang motivasi, latar belakang, perencanaan, dan penerapan *creating share value (CSV)* yang dilakukan oleh *SUBstitute Makerspace* dalam rangka memberikan dampak sosial di masyarakat. Pokok fokus bahasan penelitian, yakni 1) Peneliti berupaya mengetahui latar belakang program Ruang Swakriya, 2) Peneliti hanya berfokus pada batasan penerapan *integrated value creation* di *SUBstitute Makerspace* Surabaya. 3) Penelitian ini hanya menggunakan teori terkait *integrated value creation, social impact, pemberdayaan masyarakat* sebagai pisau analisis.

Peneliti melakukan wawancara terhadap informan dengan kriteria sebagai berikut: 1) Informan merupakan publik internal dari *SUBstitute Makerspace* Surabaya. 2) Informan merupakan seseorang yang terlibat dalam Ruang Swakriya. 3) Informan merupakan seorang yang turut mengimplementasikan *CSV*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *in-depth interview* kepada informan terkait yang sesuai dengan kriteria. Penelitian ini akan menggunakan 5 informan yakni owner/pemilik *SUBstitute Makerspace*, tutor/pengajar dari *SUBstitute Makerspace*, peserta *SUBstitute Makerspace*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pergeseran Nilai Corporate Social Responsibility ke Corporate Social Value melalui Ruang Swakriya (*Makerspace*)

Makerspace atau bengkel kreatif merupakan sebuah tempat bagi individu dengan preferensi yang sama terutama pada kegiatan makers untuk berkegiatan, transfer pengetahuan, melakukan

suatu proyek dan membuat produk untuk mereka nikmati sendiri ataupun yang bernilai komersil. Disebutkan dalam buku *Enabling Spaces: Mapping Creative Hubs in Indonesia* (2017) dari British Council, *Makerspace* ini termasuk dalam 3 jenis / tipologi *Creative Hub* bersama dengan *Creative Spaces* dan *Coworking Space*, yang membedakannya dari kedua tipologi tadi adalah ketersediaan fasilitas lain berupa alat dan mesin-mesin khusus. Disisi lain, Burke (2014, h. 15) menyatakan bahwa *Makerspaces are combinations of a community of users, a collection of tools, and a desire to create, exchange knowledge, and share what is created*. Dari kedua pengertian diatas dapat ditarik benang merah adalah sebuah wadah yang diisi oleh pengajar dan komunitas untuk berbagi dan saling belajar menciptakan kreasi. Dalam istilah *makerspace* terdapat beberapa kata kunci yang terkait yakni orang, berbagi, *creating something* (membuat sesuatu) dengan tambahan unsur teknologi atau alat (*tools*).

Perkembangan *makerspace* di Indonesia sendiri cenderung belum banyak di publikasikan. Istilah *makerspace* sendiri belum banyak dikenal oleh masyarakat umum. Salah satu *Makerspace* yang ada di Indonesia adalah *SUBstitute Makerspace* yang berada di Kota Surabaya. Salah satu *makerspace* yang akan menjadi subjek penelitian ini adalah *SUBstitute Makerspace*. Latar belakang dibentuknya *SUBstitute Makerspace* melihat kebutuhan dasar manusia untuk bertahan hidup di keadaan yang serba tidak pasti, karena *SUBstitute Makerspace* sendiri didirikan saat pandemi seperti kutipan wawancara sebagai berikut "*It's our life skill*. Misalnya di situasi tidak menentu seperti sekarang, kita harus bisa mengakali kebutuhan hidup kita, menemukan kegunaan baru dari apa yang sudah kita punya. Kalau tidak bisa membeli, ya kita bisa membuat sendiri, membekali diri dengan kemampuan untuk membuat sesuatu sendiri alias *swakriya (do-it-yourself)* tidak hanya bermanfaat bagi keberlanjutan lingkungan, tapi juga dapat membantu kita untuk memelihara keberlanjutan

hidup kita sendiri.” (Hasil wawancara Informan RF, Founder SUBstitute Makerspace, 18 April 2022)

Makerspace adalah sebuah ruang untuk berkumpul berbagi pengetahuan, berdeliberasi dengan bantuan teknologi dan peralatan yang lengkap. Latar belakang Makerspace yakni mengajarkan skill kepada masyarakat yang gunanya untuk pengembangan masyarakat secara berkelanjutan. Sama halnya dengan yang dilakukan oleh SUBstitute Makerspace yang menyediakan ruang untuk belajar dan berkarya bagi masyarakat Surabaya. Latar belakang tersebut juga ditularkan bukan hanya dari founder atau pemilik SUBstitute Makerspace, namun juga diedukasikan kepada tutor pengajar di SUBstitute Makerspace selaras dengan kutipan wawancara “Menurut yang aku *rasain* visi misi substitute itu mengembangkan industri kreatif "creator" di Surabaya ya dan memberikan awareness kepada masyarakat mengenai proses pembuatan suatu produk, share knowledge yang berkelanjutan, menjadi tempat aktualisasi diri dan berjejaring. Hal itu selaras dengan visi misi ku pribadi ya sebagai perempuan yang membutuhkan tempat untuk bertumbuh, berkembang, beraktualisasi diri dan networking. Hal itu sih yang akhirnya membuat saya bersedia untuk bergabung bersama Substitute dalam program pemberdayaan masyarakat marjinal mereka di Dupak waktu itu“ (Hasil wawancara, Informan TY, Tutor SUBstitute Makerspace, 14 April 2022).

Melihat kebutuhan akan masyarakat yang alih-alih diberikan program CSR berupa filantropi oleh perusahaan, namun lebih pada kebutuhan untuk berkembang. Pandangan inilah yang pada akhirnya menghadirkan Creating Share Value (CSV) yang saat ini banyak diadaptasi oleh perusahaan dibandingkan dengan Corporate Social Responsibility (CSR). Dalam pendekatan CSV, Porter dan Kramer (2002) mengkritik pandangan yang menganggap bahwa tujuan ekonomi dan sosial terpisah dan bertentangan (Hal ini membuat isu sosial tidak berada oada inti kegiatan bisnis, melainkan

hanya dipinggir wilayah bisnis). Kedua konsep ini sebenarnya dapat berjalan bersamaan, dan dalam pelaksanaannya, pihak eksekutif perusahaan memainkan peran sentral. Terdapat pergeseran yang dapat diamati mulai dari bagaimana perusahaan mulai melihat CSV sebagai kegiatan pertanggungjawaban sosial yang baru dibandingkan dengan CSR.

Bisnis dapat bertumbuh dan berkembang dengan pendekatan CSV. Ada tiga cara yang bisa ditempuh oleh perusahaan untuk menciptakan nilai bersama (*shared value*), yakni: 1) formulasi baru pada produk dan pasar. Perusahaan harus mempertimbangkan kebermanfaat produk bagi masyarakat; 2) mendefinisikan kembali produktivitas sepanjang rantai nilai. Rantai nilai harus diperhatikan lebih mendetail karena akan berpengaruh pada berbagai permasalahan masyarakat, sebut saja seperti penggunaan sumber daya alam dan penggunaan air, kesehatan dan keselamatan, kondisi kerja, serta perlakuan yang sama di tempat kerja; dan 3) membangun kluster industri pendukung di lokasi perusahaan. Perusahaan tidak dapat berjalan sendiri, mereka didukung dan dipengaruhi oleh perusahaan pendukung serta infrastruktur di wilayah sekitar.

SUBstitute Makerspace sejauh ini telah menjalin berbagai kerjasama dengan beberapa perusahaan dalam program CSR mereka. Adanya pergeseran nilai dari program CSR yang hanya sekedar memberi sampai saat ini pada CSV yang berfokus pada memberdayakan. Sehingga Ruang Swakriya (*makerspace*) menjadi salah satu pilihan dari perusahaan untuk melaksanakan program CSV. Dapat dikatakan bahwa SUBstitute Makerspace selaku ruang swakriya merupakan perpanjangan tangan dari perusahaan dalam melakukan tanggung jawab sosialnya pada masyarakat dengan cara mendidik, mengedukasi, dan memberdayakan. Selaras dengan hasil wawancara pada RF selaku founder SUBstitute Makerspace sebagai berikut “Kalau dari beberapa kerjasama yang terjalin baik dengan pemerintah ataupun swasta pasti dampaknya mengenai memberikan skill yang

sustainability, memberdayakan para perempuan khususnya dengan skill yang akhirnya bisa menjadi sebuah produk. Mendefinisikan kembali nilai produktivitas dalam rantai nilai yang lebih positif lah bisa di bilang. Saat ini kalau untuk dibidang kerja sama secara jangka panjang masih belum ya, tapi kalau untuk project based kaya kemarin yang lomba 3D Printing itu kita kerjasama dengan Dekranasda Jatim dan setahun yang lalu sampai bulan November 2021 kita sempet kerja sama dengan Common Seas untuk memberikan pelatihan dan peningkatan skill menjahit popok bayi untuk ibu-ibu muslimat NU.“ (Hasil wawancara, Informan RF, Founder SUBstitute Makerspace, 18 April 2022)

Perusahaan saat ini beralih dari program CSR yang “memberi“ kepada masyarakat namun juga lebih berfokus pada pemberdayaan masyarakat. Sehingga ruang swakriya semacam SUBstitute Makerspace banyak menjadi incaran perusahaan sebagai pelaku dari program tanggung jawab sosial yang dilaksanakan. Hal tersebut juga selaras dengan hasil wawancara dengan TY selaku salah satu tutor pengajar di SUBstitute Makerspace sebagai berikut “Iya itu bukan hal yang baru ya terkadang beberapa perusahaan juga membuat program CSR seperti itu memberdayakan UMKM gitu judul lebih seringnya, tapi bagi Substitute Makerspace sendiri menciptakan dampak dengan pemberdayaan akan lebih longlasting jadi nggak cuma memberi yang nantinya mungkin akan langsung selesai.“ (Hasil wawancara, Informan TY, Tutor SUBstitute Makerspace, 14 April 2022).

Dari hasil wawancara diatas, dapat dilihat adanya pergeseran dari perusahaan yang melaksanakan corporate social responsibility selama ini menjadi melibatkan kepentingan masyarakat dan meningkatkan nilai bersama bagi masyarakat dan perusahaan. Bukan hanya melepaskan tanggung jawab dalam menjalankan kegiatan sosial, namun perusahaan juga memberikan nilai bagi masyarakat (*shared value*). Menurut Porter dan Kramer (2011), salah satu perbedaan antara *Corporate Social*

Responsibility (CSR) dan *Create Shared Value* (CSV) yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) berfokus pada “doing good”, sementara *Create Shared Value* (CSV) bentuk kerjasama antara masyarakat dan perusahaan. *Create Shared Value* (CSV) strategi yang dilakukan perusahaan dengan memperhatikan berbagai faktor antara lain sosial dan lingkungan sebagai keseluruhan dari bisnis, tetapi juga sebagai keseluruhan dari bisnis (Lapina et al, 2012). Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa banyak perusahaan mulai menggunakan Ruang Swakriya sebagai sarana untuk melakukan CSR dengan pendekatan *shared value* (CSV)

B. Ruang Swakriya (Makerspace) sebagai Sarana Pemberdayaan Masyarakat *from society to society*

Inovasi perusahaan merupakan elemen penting untuk menciptakan nilai yang terintegrasi. Inovasi merupakan suatu keharusan untuk kinerja jangka panjang (Porter dan Kramer (2011) karena struktur inovasi yang baik, memiliki hubungan yang kuat dengan penciptaan manfaat bersama (Pfizer et al. 2013). Dalam wawancara bersama Fasilitator yang pernah bekerja sama dengan Substitute di program pemberdayaan perempuan di kampung Dupak, Surabaya sesuai dengan nilai Reconciving produk dan pasar dimana pihak Substitute Makerspace memberikan edukasi mengenai lingkungan yang tercemar akibat popok sekali pakai, lalu menawarkan solusi produk berupa popok kain yang produk tersebut dibutuhkan dan bisa menghemat, menurut Porter dan Kramer juga menunjukkan bahwa produk yang memiliki nilai positif dan bermanfaat berkemungkinan mendatangkan keuntungan lebih bagi perusahaan. Inisiatif produk dan pemberdayaan yang dilakukan Substitute menarik karena mereka tidak hanya memberikan pelatihan tapi juga benar-benar memberikan wawasan produk yang dibutuhkan pasar pada saat ini.

Kelayakan model CSV untuk mengatasi *trade-off* antara tujuan sosial dan ekonomi telah banyak dipertanyakan. Konsep CSV menjadi

mediasi bagi tujuan sosial dan ekonomi, serta dampak negatif pada *stakeholder*. Aakhus dan Bzdak (2012) menunjukkan bahwa CSV berfokus pada elemen ekonomi dan sosial untuk mengintegrasikan, serta mengurangi tensi ketegangan bisnis dan masyarakat. Namun, menurut Aakhus dan Bzdak (2012) akan ada *trade off* pencapaian tujuan sosial dan ekonomi yang bertentangan dengan konsep Porter dan Kramer. Tidak semua masalah sosial yang dihadapi masyarakat memberikan keuntungan pada perusahaan atau peluang bisnis, sehingga terkadang perusahaan harus memilih untuk menyelesaikan masalah atau mencari keuntungan. Dengan demikian, Porter dan Kramer (2006; 2007; 2011) cenderung menyederhanakan kompleksitas sosial dan isu lingkungan yang mengarah pada dimungkinkannya penggambaran yang keliru dari hasil investasi yang relevan. Pada dasarnya inisiatif program yang dilakukan Substitute bisa membawa dampak yang berkelanjutan, berdampak sosial dan ekonomi tidak hanya bagi masyarakat tapi juga bagi para pihak terkait termasuk tutor pengajar yang pada akhirnya memiliki wadah untuk bertemu komunitas lain, juga untuk perusahaan yang dimudahkan dalam program tanggung jawab sosialnya.

Beberapa perusahaan juga menyerahkan kepada SUBstitute makerspace secara sepenuhnya dalam program tanggung jawab sosialnya, mulai dari mengkonsep kegiatan hingga bentuk pelatihan pemberdayaan masyarakat seperti fokus ke pemberdayaan perempuan, masyarakat marjinal atau masyarakat dengan kebutuhan khusus atau disabilitas. SUBstitute Makerspace sebagai ruang swakriya akan menyesuaikan bentuk program pemberdayaan masyarakatnya dengan identitas maupun visi perusahaan. Selaras dengan hasil wawancara dengan TY selaku tutor pengajar di SUBstitute Makerspace mengenai prinsip SUBstitute sebagai ruang swakriya sebagai berikut “Menjadi perempuan yang mandiri dan berdaya, jadi lewat skill menjahit popok kain ini akhirnya kita kan bisa menjadi

perempuan yang mandiri dan berdaya, bisa mengurangi sampah plastik karena sampah popok itu benar-benar banyak dan sudah sangat mencemari lingkungan ya, akhirnya gimana masyarakat mengerti itu buruk dan beralih ke popok kain. Jadi kalau disingkat sih, Lingkungan, *Sustainability Skill* dan *Empowerment Women*.” (Hasil wawancara, Informan TY, Tutor SUBstitute Makerspace, 14 April 2022).

Dengan adanya keberlanjutan value yang diberikan pada masyarakat diharapkan mampu menciptakan *sustainable society* yang membuat masyarakat bisa mandiri secara ekonomi dan kehidupan. Hasil dari wawancara pada informan menyatakan bahwa dengan “menularkan keterampilan” diharapkan masyarakat bisa mandiri dan bisa berdaya secara ekonomi dan bisa memberdayakan masyarakat lain sehingga semakin luas masyarakat yang berdaya dan saling memberdayakan. Perusahaan yang melakukan CSR dengan pendekatan Creating Shared Value (CSV) turut mendukung program Sustainable Development Goals (SDG’s) yang digagas oleh United Nations mengenai ekonomi keberlanjutan (*economic sustainability*). Melalui Ruang Swakriya nilai kebersamaan (*share value*) dilakukan oleh mentor yang merupakan bagian dari masyarakat dan diajarkan pada masyarakat (*from society to society*) dengan dukungan dari perusahaan.

C. Maksimalnya Modal Sosial dan Jejaring Masyarakat dalam Program CSV melalui Ruang Swakriya

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dikembangkan saat ini mulai mengarah kepada *CommDev* (*Community Development*) yang berupaya untuk mengembangkan kelebihan kelompok masyarakat. Keterikatan atau keterkaitan masyarakat dengan *brand* /perusahaan semakin meningkat karena program yang dihasilkan lebih bersifat dua arah. Partisipasi masyarakat dalam program yang dibuat menjadi lebih tinggi dan aktif.

Creating Shared Value (CSV) merupakan konsep yang harus menjalankan nilai ekonomi dan sosial secara seimbang. Memberikan solusi terhadap persoalan-persoalan ekonomi, sosial, dan lingkungan bukanlah pekerjaan sampingan, tapi haruslah tertanam di dalam jantung strategi perusahaan.

Creating Share Value (CSV) yang saat ini banyak digunakan sebagai pengganti dari program Corporate Social Responsibility (CSR) bisa dikatakan bahwa merupakan program dengan konsep “*from society to society*” yang artinya bagaimana masyarakat juga memberdayakan masyarakat lainnya. Dalam program CSV melalui ruang swakriya bisa memaksimalkan modal sosial yang ada dalam masyarakat. Modal sosial yang dimaksudkan adalah bagaimana tenaga ahli yang ada di masyarakat mampu menjadi konselor, pengajar, dan pembimbing bagi masyarakat lainnya sesuai dengan keahliannya. Sehingga masyarakat yang

Selaras dengan 3 kunci keberhasilan Creating Shared Value yang dipaparkan oleh Porter and Kramer (2011) sebagai berikut:

1. Reconceiving Produk dan Pasar

Menawarkan produk dan layanan yang inovatif dan menciptakan pasar baru, Bookbinding dan Substitute Makerspace terus mengidentifikasi kebutuhan masyarakat yang mungkin bisa dimasukkan dalam portofolio produk atau jasa mereka, mengidentifikasi apakah produk, layanan dan inovasi yang dihasilkan benar-benar bermanfaat atau tidak. Bookbinding sebagai salah satu partnership yang diwadahi dalam Ruang Swakriya Substitute Makerspace hadir memberikan *awareness* jika kertas daur ulang diolah dengan baik bisa menjadi notes yang cantik lagi. Program ini dilakukan sebagai bentuk kerjasama dengan salah satu perusahaan di Indonesia yang visi dan identitas perusahaannya terkenal dengan kepedulian terhadap lingkungan dan

menjadi target sasaran program CSV benar-benar bisa mendapatkan edukasi dan skill dari orang yang menguasai bidang tersebut.

Pada akhirnya pergeseran konsep tanggung jawab sosial yang awalnya berupa filantropi atau pemberian secara cuma-cuma bergeser menjadi pemberian value kepada masyarakat dengan harapan masyarakat bisa memanfaatkan value tersebut secara sustainable dan menjadikan masyarakat mandiri. Selaras dengan kutipan wawancara kepada salah satu tutor pengajar SUBstitute Makerspace sebagai berikut “Tentunya senang yaa, happy bisa berkontribusi pada program mereka yang tidak hanya entertainment ya tapi itu bener-bener memberikan dampak sosial, edukasi kepada masyarakat marjinal dampaknya bener-bener bisa berkelanjutan karena memberikan skill yang bisa terus mereka gunakan.” (hasil wawancara, Informan W, 13 April 2022)

sering menyuarakan mengenai *go green*, daur ulang dan *sustainability*.

2. Mendefinisikan Kembali Produktivitas Dalam Rantai Nilai

Mengidentifikasi apakah usaha yang dijalankan benar-benar bermanfaat untuk produktivitas dan secara simultan dapat meningkatkan kemampuan sosial, lingkungan dan ekonomi dari segi value chain perusahaan. Strategi CSV dapat membuka jalan bagi penciptaan terobosan-terobosan baru untuk mengatasi persoalan sosial yang sekaligus memberikan pengaruh yang positif terhadap produktivitas. Dalam hal ini program CSV yang dilaksanakan saat kolaborasi antara Bookbinding dan Substitute Makerspace bisa menghasilkan nilai produktivitas kreator dan konsumen, konsumen jadi lebih sadar tersadar value produk yang dibelinya. Dalam CSV ini juga membuat masyarakat mampu melihat adanya peluang untuk bukan hanya memberdayakan diri namun juga

memanfaatkan barang yang ada disekitar, termasuk sampah kertas yang dijadikan kertas daur ulang dalam kasus program ini.

3. Pengembangan Kluster Lokal

Prinsip utama dari program CSV adalah *community development* dan *sustainability*. Sehingga program-program yang dilakukan dalam CSV dibuat untuk mampu memberdayakan komunitas tertentu. Beberapa contoh kasus yang telah dilakukan oleh ruang swakriya SUBstitute dengan kelompok ibu-ibu, kelompok UMKM, kelompok marjinal, kelompok disabilitas, maupun kelompok-kelompok dengan minat tertentu. seperti salah satu project yang merupakan perpanjangan dari program tanggung jawab sosial perusahaan yang diberikan kepada SUBstitute Kerjasama melalui program BookBinding diharapkan dengan ada kelas bookbinding di Substitute Makerspace, akan bermunculan kreator bookbinding selain Trick O'Thread.

Dengan adanya program CSV di masyarakat membuat adanya integrasi secara menyeluruh antar setiap sektor di masyarakat. Program CSV memungkinkan adanya jejaring ataupun *networking* dalam setiap sektor di masyarakat yang sebelumnya cenderung berdiri sendiri. Mulai dari perusahaan yang diharuskan melakukan tanggung jawab sosial, tenaga ahli di berbagai keahlian yang berada di masyarakat dan target program yang membutuhkan *value* untuk pengembangan dirinya. Dalam hal ini bisa dilihat bagaimana kegiatan CSV juga mampu memberikan dampak yang maksimal terhadap pemberdayaan masyarakat dan menghilangkan *egosektoral* dari setiap sektor. Perusahaan sebagai pendana dan penanggung jawab program, ruang swakriya sebagai wadah dan jembatan

antara perusahaan, tenaga ahli dan masyarakat, tenaga ahli, dan juga masyarakat yang perlu diberdayakan. Sebelumnya setiap sektor berjalan dengan programnya masing-masing, tidak ada sinergitas yang terjalin. Dengan adanya CSV ini memungkinkan setiap sektor bekerjasama untuk pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan. Dari adanya sinergitas antar sektor ini mulai perusahaan, ruang swakriya hingga target masyarakat yang jelas membuat program tanggung jawab sosial bisa dilaksanakan dengan tepat guna dan maksimal.

SIMPULAN

Konsep *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) yang awalnya filantropi atau pemberian saat ini bergeser menjadi *Creating Shared Value* (CSV) yang focus utamanya adalah pemberdayaan masyarakat (*community development*). Ruang Swakriya (*makerspace*) hadir sebagai wadah atau jembatan tenaga ahli untuk memberikan skill dan *value* terhadap masyarakat dengan prinsip yang sama dengan CSV yakni pemberdayaan masyarakat. Keselarasan prinsip ini yang akhirnya menjadikan ruang swakriya sebagai salah satu sarana perpanjangan tangan dari program tanggung jawab sosial perusahaan. Kunci keberhasilan CSV yang paling menonjol dalam pemanfaatan ruang swakriya di pemberdayaan masyarakat ini adalah dengan adanya keterlibatan aktif masyarakat dan pengembangan kluster lokal yaitu kelompok masyarakat yang diberdayakan.

Terdapat sinergitas yang terbangun pada program CSV dibandingkan dengan program CSR yang sebelumnya cenderung terkotak-kotak setiap sektornya. Jejaring masyarakat juga terbentuk antar sektor yang saling mendukung. Dalam program CSV memungkinkan adanya sinergitas antara perusahaan dengan program tanggung jawab sosialnya, ruang swakriya sebagai wadah dan jembatan antar sektornya,

tenaga ahli, dan masyarakat yang perlu diberdayakan. Dengan adanya sinergitas ini menyebabkan setiap program tanggung jawab sosial mampu diberlakukan secara maksimal dan tepat guna. Mulai dari programnya yang sesuai visi dan identitas perusahaan, ruang swakriya yang juga bisa berkembang, tenaga ahli, dan masyarakat penerima manfaat yang tepat guna.

Sehingga value yang diterima bisa dikembangkan secara berkelanjutan (*sustainable*). Semakin banyak masyarakat yang berdaya dan memberdayakan masyarakat lain, dengan adanya CSV diharapkan mampu menciptakan *sustainable society* demi kehidupan sejahtera dan mendukung terbangunnya sustainable development goals (SDGs).

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia Diana, Rahmawati Dian Hutami, Rizky Andisa, Frisco Mentari Ringgo. (2023). Sustainable Development dalam Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Faber Castell. *Linimasa; Jurnal Ilmu Komunikasi* 06 (02): 177-191
- Awale R, Rowlinson S. (2015). A Creating Shared Value' (CSV) Concept for Achieving Firm Competitiveness in the Hong Kong Construction Industry. Working paper Proceedings. Engineering Project Organization Conference. The University of Edinburgh, Scotland, UK June 24-26, 2015
- Font X, Guix, M Bonilla M.J. (2016). Corporate social responsibility in cruising: Using materiality analysis to create shared value. *Tourism Management* 53 (1): 175- 186
- Kenter JO,O'Brien, L., ockley, N., Rabenscroft, N., Fazey, I., and Irvine, K.N. et al.(2015). What are shared and social values of ecosystems?, *Ecological Economics*, 111 (1); 86-99.
- Lapina I., Borkus, I., Starineca, O. 2012. Corporate Social Responsibility and Creating Shared Value: Case of Latvia. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*. 6(8).
- Leth M,Hems L. (2013). The Potential for Creating Shared Value in Australia How Australian companies co-create long-term commercial and social value Draft Insights for a Green Paper Presented at the Creating Shared Value Forum, Melbourne 26 November 2013
- Manan, A. (2020). Implementasi Creating Shared Value (CSV) dalam Perumusan Kebijakan Departemen CSR di PT Semen Gresik Pabrik Rembang.
- Nestle. (2013). *Creating Shared Value and Meeting our Commitments 2013*
- Porter ME and Kramer, MR. (2011). The Big Idea: Creating Shared Value How To Reinvent Capitalism And Unleash A Wave Of Innovation And Growth. *Harvard Business Review*, January-February.
- Porter, ME, and Kramer MR (2011). *Creating Shared Value: How To Re-Invent Capitalism And Unleash A Innovation And Growth*. *Harvard Business Review* 89 (1): 2-17
- Porter and M. Kramer. (2002). "The Competitive Advantage of Corporate Philosophy," *Harvard Business Review* 80, no. 2: 56–68.
- Simatupang, E., & Yoga Swara, V. (2019). Creating shared value di industri migas: Pelajaran dari Balongan Dalam Meminimalisir Pengangguran Dan Menekan potensi Kecelakaan Kerja. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran Dan Dakwah Pembangunan*, 2(1), 63–86. <https://doi.org/10.14421/jpm.2018.021-04>
- Fitrianti, Wanti. (2019). Pengembangan Model Creating Shared Value Melalui Pembinaan Petani Kecil Swadaya Dalam Industri Kelapa Sawit.
- William R, Hayes J. (2013). *Literature Review: Seminal Papers on Shared Value*. Oxford Policy Management
- Wojcik P. 2016. (2016). How Creating Shared Value Differs From Corporate Social Responsibility. *Journal of Management and Bussiness Administration Central Europe* 24(2): 32-35.

