

Mengarungi Samudera Manfaat Bersama:

Pemanfaatan CSV di Industri Transportasi Maritim Indonesia



Oleh: **Jalal**

Chairperson of Advisory Board

Social Investment Indonesia

Email: jalal@socialinvestment.id

Abstrak

Artikel ini membahas penerapan “Creating Shared Value” (CSV) sebagai bentuk CSR strategis di industri transportasi maritim Indonesia. CSV dipaparkan melalui tiga strategi utama: merekonsepsi produk dan pasar, meredefinisi produktivitas rantai nilai, dan menguatkan kluster lokal. Contoh implementasi mencakup pelayaran rendah karbon, digitalisasi armada, pemberdayaan UMKM pelabuhan, hingga pelatihan vokasi maritim. Pendekatan ini bukan sekadar filantropi, melainkan strategi bisnis yang menyatukan profit dan keberlanjutan. Bagi perusahaan pelayaran dan pelabuhan, adopsi CSV menawarkan keunggulan kompetitif sekaligus kontribusi nyata pada pembangunan berkelanjutan nasional.

Tanggal 5 Agustus 2025, saya sangat beruntung bersama-sama beberapa rekan dari SII diundang untuk bicara dalam pelatihan internal TJSL oleh Pelindo Terminal Petikemas. Sesi yang dimintakan ke saya, salah satunya, adalah bagaimana *Creating Shared Value* (CSV) bisa diwujudkan dalam industri transportasi maritim. Bagaimanapun, tadinya saya tak punya pengetahuan mendalam soal implementasi di

industri ini, namun lantaran kesempatan ini, saya menjadi sangat tertarik untuk memelajarinya lebih jauh.

Namun, sebelum memulai menjelaskan ide tersebut, saya merasa perlu menegaskan suatu hal: CSV kerap dianggap sebagai paradigma yang sepenuhnya terpisah dari *Corporate Social Responsibility* (CSR). Ini memang yang diimplikasikan kalau kita baca artikel Porter dan Kramer di tahun 2011 itu. Padahal, bila ditelaah

lebih dalam, CSV sebetulnya merupakan bentuk CSR strategis—sebuah pendekatan yang menyatukan kepentingan bisnis dan kepentingan sosial secara inheren dalam strategi inti perusahaan. Pendirian CSR strategis seperti ini bisa dibaca pada artikel Porter dan Kramer juga, yaitu yang diterbitkan pada 2006. Para pakar sendiri kebanyakan juga berpendirian bahwa CSV itu adalah model atau strategi CSR.

Transportasi maritim memainkan peran vital dalam perekonomian Indonesia, negara kepulauan terbesar di dunia. Sekitar 90 persen perdagangan internasional Indonesia diangkut melalui laut. Pelabuhan-pelabuhan di Indonesia bukan hanya gerbang logistik, tetapi juga denyut nadi ekonomi lokal. Lebih dari sekadar perlintasan barang, pelabuhan dan jalur pelayaran menjadi tempat bertemunya kepentingan lokal, nasional, dan global—baik dalam bentuk perdagangan, lapangan kerja, maupun isu lingkungan dan sosial. Namun di balik peran sentral ini, sektor transportasi maritim juga menghadapi berbagai tantangan lingkungan, sosial, tata kelola, dan ekonomi yang kompleks, mulai dari emisi karbon dan pencemaran laut hingga praktik ketenagakerjaan yang rentan terhadap pelanggaran HAM dan rendahnya keterlibatan komunitas lokal dalam pengambilan keputusan.

Dalam konteks inilah CSV hadir sebagai kerangka yang mampu mengubah tekanan menjadi peluang: bukan dengan menambah beban di luar bisnis perusahaan, melainkan dengan menjadikan upaya menjawab tantangan itu sebagai bagian dari proposisi nilai perusahaan. CSV memungkinkan perusahaan untuk secara proaktif menyelaraskan strategi bisnisnya dengan kebutuhan sosial dan lingkungan yang mendesak—dan dengan itu, memperkuat daya saing jangka panjangnya. Ini penting karena model CSR yang bersifat reaktif,



Foto: Dokumentasi SII

seremonial, atau sekadar unjuk kepatuhan belaka, semakin ditinggalkan. Dunia usaha kini dituntut untuk menunjukkan integrasi keberlanjutan ke dalam inti strategi dan operasi perusahaan, bukan sekadar menempelkannya dari pinggiran lalu dilaporkan secara mencolok di dalam komunikasi perusahaan.

CSV sebagaimana dikembangkan oleh Porter dan Kramer mencakup tiga tingkatan strategi: pertama, merekonsepsi produk dan pasar (*reconceiving products and markets*); kedua, meredefinisikan produktivitas sepanjang rantai nilai (*redefining productivity in the value chain*); dan ketiga, mendorong pengembangan kluster lokal (*enabling local cluster development*). Ketiganya bukan sekadar jargon konseptual, melainkan dapat diterjemahkan menjadi aksi nyata yang menguntungkan perusahaan sekaligus masyarakat luas. Ketiganya pula dapat—dan sudah seharusnya—diadopsi secara terintegrasi sebagai bagian dari CSR strategis dan model bisnis perusahaan maritim.

Strategi pertama, yakni merekonsepsi produk dan pasar, mengajak perusahaan untuk melihat kebutuhan sosial dan lingkungan bukan sebagai beban, tetapi sebagai peluang untuk menciptakan produk atau layanan baru. Di sektor transportasi laut, hal ini bisa diwujudkan

melalui pengembangan layanan pelayaran hijau berbasis bahan bakar rendah karbon seperti LNG atau metanol hijau. Permintaan terhadap jasa logistik yang rendah emisi semakin tinggi, terutama dari perusahaan multinasional yang memiliki komitmen iklim dalam rantai pasoknya. Dengan menawarkan layanan ini, perusahaan pelayaran tidak hanya berkontribusi pada target dekarbonisasi nasional, tetapi juga membuka pasar baru yang premium dan loyal. Di Eropa dan Amerika Utara, banyak importir kini mensyaratkan pengangkutan yang memiliki jejak karbon minimal, dan tidak menutup kemungkinan hal ini akan menjadi norma global dalam waktu dekat.



Foto: Dokumentasi SII

Selain itu, perusahaan dapat mengembangkan layanan logistik berkelanjutan untuk daerah-daerah tertinggal atau kepulauan terpencil yang selama ini terpinggirkan dalam peta komersial. Dengan membangun layanan kapal kecil beremisi rendah yang menghubungkan pulau-pulau kecil, perusahaan bukan hanya memperluas jangkauan pasarnya, tetapi juga memperkuat peranannya dalam pembangunan nasional yang inklusif. Lebih jauh lagi, pendekatan ini memungkinkan terciptanya loyalitas jangka panjang dari komunitas dan

pemerintah daerah yang selama ini kesulitan akses logistik. Di sisi lain, inovasi seperti rantai dingin (*cold chain*) maritim untuk mendukung distribusi hasil pertanian dan perikanan lokal ke kota-kota besar akan membantu petani dan nelayan meningkatkan pendapatannya, sekaligus memberi perusahaan peluang layanan logistik bernilai tambah.

Strategi ini juga mendorong perusahaan melihat peluang di sektor non-tradisional seperti pariwisata bahari berkelanjutan. Layanan feri rendah emisi ke kawasan ekowisata maritim dapat menjadi sumber pertumbuhan baru sekaligus menjaga kelestarian lingkungan laut. Dengan demikian, perusahaan pelayaran tak hanya menjadi pengangkut barang yang mendapatkan keuntungan dari jasa tersebut, tetapi juga agen transformasi sosial dan ekologis.

Strategi kedua CSV adalah meredefinisikan produktivitas dalam rantai nilai. Dalam konteks ini, perusahaan mengidentifikasi efisiensi internal yang secara simultan dapat memperbaiki kondisi sosial atau lingkungan. Misalnya, digitalisasi armada dan rute pelayaran dengan menggunakan Kecerdasan Buatan (AI) untuk mengoptimalkan konsumsi bahan bakar terbukti mampu menghemat biaya operasional sekaligus mengurangi emisi karbon. Sistem seperti ini tidak hanya memotong biaya langsung, tetapi juga mengurangi eksposur terhadap regulasi iklim yang semakin ketat di berbagai belahan dunia—yang menjadi sangat penting diperhatikan bagi kapal-kapal yang mengangkut barang tujuan ekspor. Demikian pula, penerapan sistem manajemen limbah di atas kapal, seperti teknologi konversi limbah menjadi energi, membantu mengurangi pencemaran laut sekaligus menurunkan ketergantungan pada sumber energi tambahan, yang berarti penghematan biaya bagi perusahaan.

Isu sosial juga dapat ditangani melalui penguatan praktik ketenagakerjaan. Investasi dalam perlindungan awak kapal—melalui skema asuransi, pelatihan keselamatan, hingga pemantauan kondisi kerja secara digital—akan menghasilkan dampak langsung pada produktivitas dan loyalitas karyawan. Di tengah sorotan global terhadap praktik kerja paksa dan pelanggaran HAM di industri pelayaran, transparansi dan komitmen terhadap kesejahteraan pekerja menjadi keunggulan kompetitif tersendiri. Perusahaan yang proaktif dalam isu ini akan lebih mudah menjalin kemitraan bisnis dengan pelanggan internasional yang menerapkan prinsip hak asasi dalam kontrak logistik mereka.

Perusahaan juga dapat mengoptimalkan rantai pasok melalui pelibatan pemasok lokal yang berdaya secara sosial dan lingkungan. Hal ini tidak hanya mendorong efisiensi operasional, tetapi juga menciptakan dampak ekonomi lokal yang signifikan. Pendekatan ini akan semakin relevan ketika tekanan dari investor dan pelanggan untuk keterlacakan (*traceability*) dan transparansi pasok semakin tinggi. Dengan kata lain, perusahaan yang tidak segera bertransformasi merisikokan dirinya sendiri untuk terpinggirkan dari ekosistem bisnis global.

Strategi ketiga CSV, yaitu menguatkan klaster lokal, berfokus pada pembangunan ekosistem ekonomi dan sosial di sekitar aktivitas perusahaan. Di sektor transportasi laut, strategi ini dapat diwujudkan melalui pengembangan pusat pelatihan vokasi maritim di daerah sekitar pelabuhan. Program ini akan menjawab kekurangan tenaga kerja terampil, memperkuat reputasi perusahaan sebagai penyedia lapangan kerja yang berkualitas, serta memperkuat hubungan sosial dengan komunitas lokal (*Social License to Operate*). Dengan meningkatnya digitalisasi dan otomatisasi pelabuhan,

kebutuhan akan tenaga kerja yang mampu mengoperasikan peralatan mutakhir semakin meningkat. Alih-alih mendatangkan SDM dari luar wilayah—yang bisa meningkatkan risiko konflik—perusahaan bisa mencetak SDM lokal yang siap kerja sekaligus mendapatkan pekerja lokal yang punya loyalitas dan produktivitas yang tinggi.

Inisiatif lain yang sangat relevan adalah pemberdayaan UMKM lokal yang menjadi bagian dari ekosistem pelabuhan. Dengan membina rantai pasok lokal—misalnya penyedia makanan, jasa pemeliharaan, atau logistik mikro—perusahaan tidak hanya mempercepat respons layanan dan memangkas biaya, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal secara langsung. Ini, lagi-lagi, bukan semata-mata kegiatan filantropi, walau jumlah uang yang diperoleh masyarakat lokal bisa jauh lebih tinggi dibandingkan dari donasi, melainkan bagian dari strategi operasional yang efisien dan berkelanjutan. Bahkan lebih jauh, inisiatif seperti ini akan memperkuat legitimasi sosial perusahaan di tengah masyarakat, sebuah aset tak ternilai di era keterbukaan dan media sosial.

Perusahaan juga dapat membangun laboratorium inovasi maritim bersama dengan perguruan tinggi, perusahaan rintisan (*startup*) setempat, dan pemerintah daerah. Kolaborasi semacam ini akan membuka peluang mempercepat pengembangan teknologi ramah lingkungan dan solusi digital untuk industri pelayaran, sekaligus menciptakan nilai ekonomi yang dapat dinikmati bersama para mitra bisnis. Di sisi lain, program keterlibatan pemuda dan pendidikan maritim di sekolah-sekolah sekitar pelabuhan tidak hanya memperkuat citra perusahaan secara sesaat, tetapi juga membangun fondasi reputasi dan keberlanjutan jangka panjang dalam bentuk generasi baru

pekerja maritim yang terampil, loyal, dan bangga dengan profesinya.

CSV adalah peta jalan strategis untuk memertemukan nilai ekonomi dan sosial dan lingkungan secara nyata. Tantangan keberlanjutan perusahaan dan ESG yang semakin kompleks jelas menuntut transformasi model bisnis yang tidak hanya meminimalisasi risiko, tetapi juga secara aktif mewujudkan peluang menjadi manfaat bersama—termasuk manfaat ekonomi. Dalam hal ini, CSV mungkin adalah cara paling konkret untuk memastikan bahwa manfaat CSR bukan hanya berada pada ranah relasional atau reputasional, melainkan menjadi bagian integral dari strategi pertumbuhan finansial perusahaan.

Untuk perusahaan pelayaran dan operator pelabuhan di Indonesia, adopsi penuh atas

ketiga strategi CSV akan membawa dampak ganda: peningkatan kinerja finansial dan daya saing dalam jangka panjang sekaligus kontribusi nyata terhadap pembangunan berkelanjutan nasional. Di tengah kompetisi global yang semakin ketat dan tekanan regulasi yang semakin kuat, mereka yang mampu menunjukkan integrasi nilai ekonomi-sosial-lingkungan ke dalam DNA bisnisnya akan menjadi pemenang sejati. CSV jelas bisa menjadi jembatan antara *profit* dan *purpose*, antara *shareholder* dengan *stakeholders* lainnya, juga antara kinerja bisnis dan keberlanjutan dunia. Dan, seperti yang saya tunjukkan di atas, untuk industri maritim Indonesia, CSV sangatlah mungkin untuk dimanfaatkan bahkan diurusutamakan.

PERNYATAAN UMUM (DISCLAIMER)

Seluruh penunjukan, pendapat, dan ekspresi yang disampaikan dalam publikasi ini sepenuhnya merupakan tanggung jawab penulis. Isi tulisan tidak selalu mencerminkan pandangan resmi Social Investment Indonesia maupun mitra- mitra strategisnya, terutama dalam hal yang berkaitan dengan isu hukum, batas teritorial, dan kelembagaan. Setiap analisis, interpretasi, dan sudut pandang yang digunakan disampaikan dalam kerangka akademik dan dialogis, serta tidak dimaksudkan untuk mewakili posisi institusional organisasi manapun.

TENTANG SOCIAL INVESTMENT INDONESIA (SII)

Social Investment Indonesia (SII) adalah inisiatif independen yang mendorong praktik investasi sosial yang berdampak, terukur, dan kolaboratif untuk mendukung keberlanjutan sosial dan lingkungan. Melalui layanan pengetahuan, fasilitasi multipihak, dan verifikasi dampak, SII berupaya memperkuat tata kelola sosial yang inklusif dan berbasis nilai.



E-mail: info@socialinvestment.id



Social Investment Indonesia