

## Social Return on Investment Analysis Of Creating Shared Value Program

### Analisis Social Return on Investment Pada Program Creating Shared Value

Ria Khoirunnisa'

Universitas Airlangga

[ria.khoirunnisa-2022@feb.unair.ac.id](mailto:ria.khoirunnisa-2022@feb.unair.ac.id)

---

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak ataupun manfaat dari program *creating shared value* yaitu kegiatan "Rise A Voice" yang dilaksanakan oleh kelas Magister Manajemen Universitas Airlangga dengan menggunakan analisis *Social Return on Investment* (SROI). "Rise A Voice" merupakan rangkaian kegiatan yang terdiri dari lomba pencarian bakat dan *talkshow* untuk anak-anak panti asuhan dan yayasan yang ada di Kota Surabaya dan sekitarnya. Tujuan dari kegiatan ini yaitu untuk memberikan wadah dan kesempatan bagi anak-anak panti asuhan dan yayasan sehingga mereka dapat menunjukkan bakat, mempromosikan karya, dan meraih penghargaan atas bakat yang dimiliki. serta memberikan inspirasi dan motivasi untuk mendorong perubahan positif dalam lingkungan mereka. Terdapat juga *talkshow* mengenai manajemen bagaimana mengelola panti asuhan maupun yayasan dengan baik dan bagaimana menjadikan *hobby* sebagai sebuah bisnis yang bernilai. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif atau kausal yang bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh variabel penelitian. Berdasarkan hasil perhitungan SROI untuk program ini, maka dapat disimpulkan bahwa investasi sosial yang dilakukan untuk kegiatan ini layak untuk dilakukan karena hasil dari SROI menunjukkan positif yaitu sebesar Rp36,18 dan menghasilkan manfaat yang lebih besar daripada biaya pengeluaran kegiatan.

**Kata Kunci** : Analisis, *Social Return on Investment*, Dampak Sosial

#### ABSTRACT

This study aims to determine the impact or benefits of the Creating Shared Value program, namely the "Rise A Voice" activity carried out by the Airlangga University Master of Management class using Social Return on Investment (SROI) analysis. "Rise A Voice" is a series of activities consisting of a talent search competition and a talk show for children from orphanages and foundations in the city of Surabaya and its surroundings. The purpose of this activity is to provide a platform and opportunity for children from orphanages and foundations so that they can show their talents, promote their work, and win awards for their talents. and provide inspiration and motivation to drive positive change in their environment. There is also a talk show about how management manages orphanages and foundations well and how to turn a hobby into a valuable business. This research is a quantitative or causal research that aims to test hypotheses regarding the influence of research variables. Based on the results of the SROI calculation for this program, it can be concluded that the social investment made for this activity is feasible because the results of the SROI show a positive value of Rp36,18 and generate benefits that are greater than the costs of activity expenditures.

**Keywords** : Analysis, *Social Return on Investment*, Social Impact

## 1. Pendahuluan

Pengesahan kerangka kerja global yang disebut dengan tujuan pembangunan berkelanjutan atau *sustainable development goals* (SDGs) oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) telah menghasilkan perubahan yang signifikan dalam perilaku perusahaan atau organisasi di seluruh dunia (Gancar & Calvin, 2023). Organisasi dituntut untuk menjadi lebih transparan, komunikatif, dan bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sebagai bagian dari upaya mencapai pembangunan yang berkelanjutan (Nurhazana *et al.*, 2021). Situasi ini mendorong organisasi untuk mengadopsi praktik bisnis yang berkelanjutan dengan menerapkan konsep ESG (*Environmental, Social, and Governance*) (Veronica, 2020). Salah satu aspek penting dari ESG adalah aspek sosial, di mana organisasi diharapkan untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat melalui penerapan berbagai kebijakan, seperti kebijakan tenaga kerja, hak asasi manusia, dan kontribusi sosial melalui program pemberdayaan masyarakat (Dayang *et al.*, 2023). Selain itu, peran organisasi dalam melindungi lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan sosial juga diatur dalam regulasi pemerintah, termasuk pihak akademisi. Salah satu dari tiga fungsi utama perguruan tinggi (Tri Dharma) adalah tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan, terutama melalui upaya pemberdayaan masyarakat

(Hasanah, 2017). Perguruan tinggi diharapkan terlibat secara aktif dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, seperti memberikan pelatihan dan berpartisipasi dalam kegiatan yang mendukung pembangunan masyarakat. Dalam hal ini Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga mengajak lembaga pemerintah dan swasta untuk berkolaborasi melaksanakan program berdampak positif pada masyarakat melalui konsep *Creating Shared Value (CSV)*. Kegiatan yang akan dilaksanakan merupakan salah satu bentuk tujuan SDGs yang disebut "*Reduced Inequalities*" atau "Mengurangi Ketimpangan". Kegiatan ini bertujuan untuk mengurangi ketimpangan atau diskriminasi berdasarkan latar belakang sosial ekonomi pada anak-anak yayasan dan panti asuhan di Kota Surabaya dan sekitarnya. Menurut Dinas Sosial, terdapat 219 panti asuhan dengan total 3.124 penghuni pada tahun 2020. Setiap anak di panti asuhan memiliki latar belakang dan karakteristik yang beragam, hal ini tidak menutup kemungkinan mereka memiliki bakat dan potensi kreatif serta inovatif, namun terkadang tidak memiliki akses yang sama dengan anak-anak di luar yayasan atau panti asuhan. Dengan adanya kegiatan ini yaitu lomba pencarian bakat, harapannya setiap anak di yayasan ataupun panti asuhan akan memiliki kesempatan yang lebih besar untuk berkembang dan mencapai potensi mereka. Melalui kegiatan ini, Magister Manajemen Universitas Airlangga berharap dapat memberikan kontribusi nyata terhadap pencapaian SDGs bagi anak-anak yayasan dan panti asuhan. Lomba ini juga akan menjadi ajang inspirasi dan motivasi bagi anak-anak yayasan dan panti asuhan untuk mewujudkan potensi, mengembangkan minat, dan berperan aktif dalam mendorong perubahan positif dalam lingkungan mereka, menjadi wadah bagi anak-anak yayasan dan panti asuhan untuk dapat menampilkan dan meraih penghargaan atas potensi berupa bakat yang dimiliki serta mempromosikan karya mereka.

## 2. Tinjauan Pustaka

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

*Creating Shared Value (CSV)* merupakan konsep kemampuan organisasi melakukan fungsi ganda, yaitu menumbuhkan kualitas ekonomi dan kualitas sosial berkelanjutan. Konsep CSV sudah dilaksanakan di beberapa organisasi ataupun perusahaan besar. CSV ini merupakan pelengkap dari *Corporate Social Responsibility (CSR)* (Maghfirotun, 2022). Berdasarkan *The World Business Council for Sustainable Development* definisi dari *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen berkelanjutan dari suatu bisnis untuk menjalankan prinsip-prinsip etis dan memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi, dengan tujuan meningkatkan kualitas hidup para tenaga kerja beserta keluarga, serta memperbaiki kondisi komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan (Marnelly, 2012). Dimana CSR ini memiliki perbedaan fokus konsep dengan CSV yang berfokus pada mengintegrasikan aktivitas perusahaan menjadi bagian dari masyarakat dan tanggung jawab bukan lagi menjadi beban melainkan menjadi tujuan utama yaitu merupakan investasi jangka panjang untuk organisasi (Maghfirotun, 2022).

### ***Public Movement***

*Public movement* merupakan gerakan yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat dalam mendorong perubahan sosial, politik, atau lingkungan. Gerakan ini melibatkan berbagai individu, kelompok, atau organisasi yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama yang dianggap penting bagi masyarakat secara luas. Begitu juga mahasiswa yang selalu dikatakan sebagai *agent of change* serta penggerak dalam perubahan bangsa tidak lepas dari sebuah aksi-aksi sosial (Hasanah, 2017). Pada program "*Rise A Voice*" tujuan dari kegiatan ini yaitu mampu mengangkat "suara masyarakat yang selama ini kurang terdengar" yang dalam hal ini berfokus pada potensi bakat dan karya tersembunyi dari anak-anak panti asuhan di Surabaya dan sekitarnya. Dengan harapan adanya kegiatan ini, anak-anak panti asuhan dari berbagai latar belakang dapat memiliki kesempatan yang lebih untuk berkembang dan mencapai

potensi mereka, sehingga mereka tidak hanya disantuni melainkan juga diapresiasi dan diberikan wadah untuk menunjukkan bakat dan karya yang dimiliki.

### **Social Return on Investment (SROI)**

*Social Return on Investment (SROI)* adalah sebuah pendekatan atau metode yang digunakan untuk mengukur dampak sosial dan ekonomi dari suatu program atau proyek (I Nengah *et al.*, 2022). SROI memungkinkan organisasi atau perusahaan untuk mengevaluasi secara menyeluruh nilai-nilai sosial yang dihasilkan dari investasi atau kegiatan mereka. Metode ini mencoba untuk mengukur dan mengartikan dampak sosial yang tidak hanya dalam bentuk keuntungan finansial, tetapi juga dalam bentuk manfaat sosial yang lebih luas (Santoso *et al.*, 2021). SROI melibatkan proses pengidentifikasian, pengukuran, dan penilaian dampak sosial yang dihasilkan oleh program atau proyek. Pendekatan ini mengharuskan pengukuran kuantitatif dan kualitatif, serta menetapkan nilai moneter pada dampak sosial yang dihasilkan (Rindang *et al.*, 2023). SROI sering digunakan dalam sektor non-profit, organisasi sosial, dan perusahaan dengan fokus pada tanggung jawab sosial perusahaan atau investasi berdampak sosial. Dalam SROI, manfaat sosial yang dihasilkan diperhitungkan dan dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan manfaat tersebut (Fatika & Tefy, 2023). Hal ini membantu organisasi dalam pengambilan keputusan yang lebih baik, alokasi sumber daya yang efektif, dan komunikasi nilai-nilai sosial kepada pemangku kepentingan. Rasio SROI dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Rasio SROI} = \frac{(\text{Present Value of Impact})}{(\text{Value of Input})}$$

### **3. Metode Penelitian**

Pada penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif atau kausal yang bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Metode ini menggunakan jenis data sekunder sebagai sumber informasi dalam penelitian.

### **4. Hasil dan Pembahasan**

#### **Pelaksanaan Kegiatan**

Hari, Tanggal : Minggu, 28 Mei 2023

Jam : 10.00 WIB – Selesai

Lokasi : Ciputra World Surabaya, V Junction, Lt. 3

Peserta : Anak-Anak Yayasan dan Panti Asuhan di Kota Surabaya dan sekitarnya.

Acara :

1. Acara Pembukaan oleh MC
2. Pembacaan Doa
3. Menyanyikan Lagu Indonesia Raya
4. Laporan Ketua Panitia
5. Sambutan Dosen Universitas Airlangga
6. Sambutan Komisi Nasional Perlindungan Anak
7. Sambutan Dinas Sosial Surabaya
8. Sambutan Walikota Surabaya
9. Pemberian Cenderamata dan Foto Bersama
10. Pengenalan Juri
11. Penyampaian Urutan Penampil dan Tata Tertib
12. Penampilan Anak-Anak Yayasan dan Panti Asuhan
13. Penjurian
14. Sesi Talkshow oleh Narasumber 1 (Talkshow Manajemen Panti)
15. Sesi Talkshow oleh Narasumber 2 (Talkshow Hobby to Business)
16. Pemberian Cenderamata dan Foto Bersama

17. Pembagian Hadiah dan Dokumentasi

18. Penutup

Pemberitaan di Media:

Media	Penerbitan
Info Surabayans	<a href="https://www.instagram.com/p/CshhtCdSDLW/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igshid=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/p/CshhtCdSDLW/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igshid=MzRIODBiNWFIZA==</a>
Ciputra World Surabaya	<a href="https://www.instagram.com/p/Csk8Tzrpa1P/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igshid=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/p/Csk8Tzrpa1P/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igshid=MzRIODBiNWFIZA==</a>
Event Jawa Timur	<a href="https://www.instagram.com/p/CslywyHxYcD/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igshid=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/p/CslywyHxYcD/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igshid=MzRIODBiNWFIZA==</a>
Analisa Post (Pra Acara)	<a href="https://www.analisapost.com/post/pencarian-bakat-tersembunyi-hima-unair-akan-gelar-airlangga-got-talent">https://www.analisapost.com/post/pencarian-bakat-tersembunyi-hima-unair-akan-gelar-airlangga-got-talent</a>
Analisa Post (Pasca Acara)	<a href="https://www.analisapost.com/post/lewat-airlangga-got-talent-magister-management-e2m1-asah-bakat-anak-panti-asuhan">https://www.analisapost.com/post/lewat-airlangga-got-talent-magister-management-e2m1-asah-bakat-anak-panti-asuhan</a>
Berita Jatim	<a href="https://beritajatim.com/pendidikan-kesehatan/mahasiswa-magister-manajemen-unair-surabaya-gelar-kompetisi-bagi-anak-panti-asuhan/">https://beritajatim.com/pendidikan-kesehatan/mahasiswa-magister-manajemen-unair-surabaya-gelar-kompetisi-bagi-anak-panti-asuhan/</a>
Kompas TV	<a href="https://jatim.kompas.tv/article/410838/lomba-seni-tari-dan-musik-anak-panti-asuhan">https://jatim.kompas.tv/article/410838/lomba-seni-tari-dan-musik-anak-panti-asuhan</a>
Batas Media 99	<a href="https://batasmedia99.com/berita/batasmedia99news/peduli-talenta-generasi-muda-mahasiswa-mm-airlangga-gelar-rise-a-voice-airlangga-got-talent/">https://batasmedia99.com/berita/batasmedia99news/peduli-talenta-generasi-muda-mahasiswa-mm-airlangga-gelar-rise-a-voice-airlangga-got-talent/</a>
Batas Media Youtube	<a href="https://youtu.be/drFkit-Gl6l">https://youtu.be/drFkit-Gl6l</a>
Berita Bangsa	<a href="https://beritabangsa.id/2023/05/29/inilah-rise-a-voice-airlangga-got-talent-ala-unair/">https://beritabangsa.id/2023/05/29/inilah-rise-a-voice-airlangga-got-talent-ala-unair/</a>
Beritahu.co	<a href="https://beritahu.co/rise-a-voice-unair-jadi-wadah-adu-bakat-anak-panti-asuhan/">https://beritahu.co/rise-a-voice-unair-jadi-wadah-adu-bakat-anak-panti-asuhan/</a>
Event Surabaya	<a href="https://twitter.com/eventsurabaya/status/1661150035764027393?s=20">https://twitter.com/eventsurabaya/status/1661150035764027393?s=20</a>
Pojok Madura Raya	Magister Manajemen Unair Bakal Gelar Airlangga Got Talent Terbit: Pojok Madura Raya, 25 Mei 2023

#### Analisis Social Return on Investment (SROI)

Pada perhitungan *Social Return on Investment* yang pertama harus dilakukan yaitu identifikasi para *stakeholder* atau pemangku kepentingan beserta peran dan dampak yang didapatkan dari kegiatan "Rise A Voice". Berikut *stakeholder* pada kegiatan ini, diantaranya yaitu:

Stakeholder	Peran	Dampak
Panitia Pelaksana	Sebagai pengelola, koordinator perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksana kegiatan.	Penerima manfaat utama: Mendapatkan pembelajaran, pengalaman, serta pengembangan keterampilan.
Magister Manajemen,	Sebagai institusi yang menaungi kegiatan.	Penerima manfaat utama: Mendapatkan citra positif, kesempatan promosi ataupun

Universitas Airlangga		<i>branding</i> program studi dan universitas.
Anak-anak Yayasan, Panti Asuhan	Sebagai peserta yang mengikuti lomba pencarian bakat.	Penerima manfaat utama: Mendapatkan kesempatan untuk menunjukkan dan mengembangkan bakat, pengalaman serta meningkatkan rasa percaya diri.
Yayasan, Panti Asuhan	Sebagai institusi yang menaungi peserta lomba pencarian bakat.	Penerima manfaat utama: Mendapatkan pengetahuan mengenai strategi mengelola yayasan maupun panti asuhan, dapat lebih dikenal atau diketahui oleh masyarakat luas.
Pemerintah	Sebagai pemberi dukungan kegiatan.	Penerima manfaat: Peningkatan kesejahteraan serta kualitas generasi muda dan masyarakat, dapat menjadi rancangan program baru pemerintah.
Dinas Sosial, Komisi Nasional Perlindungan Anak	Sebagai pemberi dukungan, informasi, maupun masukan atau saran kegiatan.	Penerima manfaat: Meningkatkan pencapaian tujuan, peluang kolaborasi dengan pihak lain.
Sponsor	Sebagai pemberi dana seluruh operasional kegiatan.	Penerima manfaat: Dikenal luas dan baik oleh masyarakat, meningkatkan citra perusahaan, brand awareness, serta kemitraan strategis.
Media Partner	Sebagai media dalam membagikan informasi, promosi, serta meliput kegiatan.	Penerima manfaat: Mendapatkan exposure dan visibilitas sehingga menciptakan kesadaran masyarakat bahwa media partner menjadi wadah promosi kegiatan positif, meningkatkan jumlah pembaca, penonton, maupun pengikut media partner dengan konten yang ada.
MC, Narasumber Talkshow, Juri Lomba	Sebagai pihak yang ditugaskan menjadi bagian dari proses kegiatan.	Penerima manfaat: Branding diri lebih dikenal oleh masyarakat, menambah job listing.
Mall Ciputra World Surabaya	Sebagai tempat atau lokasi kegiatan.	Penerima manfaat: Peningkatan pengunjung
Pengunjung Ciputra World Surabaya	Sebagai penonton kegiatan.	Penerima manfaat: Pengunjung terhibur oleh penampilan dalam kegiatan lomba pencarian bakat ini.
Masyarakat Luas	Sebagai penerima atau pendengar informasi kegiatan.	Kurang memperoleh manfaat: Hanya mendapatkan manfaat informasi terkait kegiatan lomba pencarian bakat untuk anak yayasan dan panti asuhan.

Langkah selanjutnya yaitu menjelaskan manfaat dari kegiatan untuk setiap *stakeholder* atau pihak yang terkait serta menggunakan pendekatan perhitungan dan moneterisasi yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Indikator	Proxy	Nilai Proxy	Dasar Rasional
-----------	-------	-------------	----------------

Edukasi CSR dan CSV	Biaya training dan sertifikasi	Rp4.500.000	Setara dengan pelatihan terkait dengan bimbingan mentor.
Keahlian Berpikir Strategis dan Kritis	Biaya kelas berpikir strategis dan kritis	Rp3.000.000	Setara dengan pelatihan terkait dengan bimbingan mentor.
Teknik Negosiasi, Lobbying dan Networking	Biaya kelas professional komunikasi	Rp600.000	Setara dengan pelatihan terkait dengan bimbingan mentor.
Digital Marketing	Biaya kelas digital marketing	Rp2.000.000	Setara dengan pelatihan terkait dengan bimbingan mentor.
Kemampuan Berpikir Inovatif dan Kreatif	Biaya kelas berpikir inovatif dan kreatif	Rp400.000	Setara dengan pelatihan terkait dengan bimbingan mentor.
Kepemimpinan	Biaya kelas kepemimpinan	Rp500.000	Setara dengan pelatihan terkait dengan bimbingan mentor.
Manajemen Waktu	Biaya kelas manajemen waktu	Rp2.500.000	Setara dengan pelatihan terkait dengan bimbingan mentor.
Kecerdasan Emosi dan Motivasi	Biaya kelas kecerdasan emosi dan motivasi	Rp450.000	Setara dengan pelatihan terkait dengan bimbingan mentor.
Problem Solving	Biaya kelas problem solving	Rp500.000	Setara dengan pelatihan terkait dengan bimbingan mentor.
Konsumsi Panitia	Biaya konsumsi	Rp45.000	Setiap panitia mendapatkan konsumsi.
Promosi dan Publikasi	Biaya promosi dan publikasi	Info Surabayans: Rp50.000 Ciputra World Surabaya: Rp200.000 Event Jawa Timur: Rp125.000 Analisa Post (Pra dan Pasca Acara): Rp600.000 Berita Jatim: Rp300.000	Program dipromosikan dan diliput oleh beberapa media cetak maupun online dan semuanya mencantumkan identitas Magister Manajemen, Universitas Airlangga sebagai penyelenggara.

		Kompas TV: Rp300.000	
		Batas Media 99: Rp300.000	
		Batas Media Youtube: Rp500.000	
		Berita Bangsa: Rp300.000	
		Beritahu.co: Rp300.000	
		Event Surabaya: Rp150.000	
		Pojok Madura Raya: Rp500.000	
Dokumentasi	Biaya dokumentasi	Rp3.000.000	Kegiatan didokumentasikan berupa foto dan video.
Menambah Minat dan Daya Tarik pada Calon Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Airlangga	Biaya masuk mahasiswa baru	Rp26.500.000	Biaya yang harus dikeluarkan calon mahasiswa ketika masuk Magister Manajemen Universitas Airlangga, karena membuktikan bahwa kurikulum nya bukan hanya di dalam kelas, tetapi juga praktik secara langsung.
Pengalaman Lomba Bakat	Biaya mengikuti perlombaan bersertifikat	Rp100.000	Pengembangan keterampilan, peningkatan kepercayaan diri, pengalaman dan peluang mendapat penghargaan serta sertifikat.
Talkshow " <i>Hobby to Business</i> "	Biaya talkshow	Rp400.000	Mendapatkan pengetahuan dan informasi mengenai bagaimana mengolah hobby menjadi sebuah bisnis atau hal yang bernilai.
Konsumsi Peserta	Biaya konsumsi	Rp45.000	Setiap anak mendapatkan konsumsi.
Publikasi	Biaya publikasi	Rp10.000.000	Mengikuti kegiatan ini yayasan dan panti asuhan akan lebih terekspose dan terkoneksi dengan pemerintah, dinas sosial, komisi perlindungan anak, dan para media.
Hadiah Juara	Biaya hadiah	Rp9.900.000	Peserta lomba yang meraih juara 1,2,3 dan juara favorit mendapatkan uang tunai dan piala.
Hampers	Biaya hampers	Rp300.000	Setiap tim atau penampil dari yayasan atau panti asuhan mendapatkan hampers.

Edukasi	Biaya kelas edukasi manajemen yayasan dan panti asuhan	Rp1.200.000	Dengan adanya talkshow yayasan dan panti asuhan mendapatkan edukasi terkait mengelola yayasan maupun panti asuhan.
Konsumsi Pendamping	Biaya konsumsi	Rp150.000	Setiap pendamping yayasan dan panti asuhan mendapatkan konsumsi saat TM maupun kegiatan berlangsung.
Dukungan Tercapainya Tujuan, Rancangan Program	Biaya penyusunan program	Rp100.000.000	Peningkatan kesejahteraan serta kualitas generasi muda dan masyarakat, dapat menjadi rancangan program baru.
Kolaborasi	Biaya kolaborasi program	Rp50.000.000	Pencapaian tujuan, peluang kolaborasi dengan pihak lain.
Cinderamata dan Hampers	Biaya cinderamata dan hampers	Rp1.500.000	Setiap perwakilan dinas sosial, komisi nasional perlindungan anak mendapatkan cinderamata dan hampers.
Konsumsi Tamu	Biaya konsumsi	Rp320.000	Setiap perwakilan dinas sosial, komisi nasional perlindungan anak mendapatkan konsumsi.
Promosi dan Publikasi	Biaya memberikan sponsor pada kegiatan	Rp48.000.000	Pihak sponsor mendapatkan kesempatan promosi dan publikasi mengenai nama perusahaan yang disebutkan MC disela-sela acara dengan beberapa kali penyebutan, logo perusahaan terpasang di seluruh atribut kegiatan maupun pada liputan media.
Promosi dan Publikasi	Biaya media partner dengan kegiatan	Rp4.000.000	Pihak media partner mendapatkan <i>exposure</i> oleh masyarakat yang mengetahui kegiatan.
Konsumsi Media Partner	Biaya konsumsi	Rp480.000	Pihak media partner yang datang meliput mendapatkan konsumsi.
Branding	Biaya branding diri	Rp10.000.000	Branding diri lebih dikenal oleh masyarakat, menambah job listing mereka.
Konsumsi	Biaya konsumsi	Rp500.000	Setiap 2 narasumber, 3 juri, dan MC mendapatkan konsumsi.
Hampers	Biaya hampers	Rp7.100.000	Setiap 2 narasumber, 3 juri, dan MC mendapatkan hampers dan cinderamata.
Penyewaan Venue	Biaya dari penyewa venue lainnya	Rp7.770.000	Pemasukan dari penyewaan venue, peningkatan kunjungan.

Informasi dan Hiburan	Biaya pembelian tiket masuk pentas seni	Rp50.000	Hiburan dan pengetahuan tarien ataupun bakat generasi muda.
-----------------------	---	----------	---

Berdasarkan hasil perhitungan moneterisasi tersebut, maka *outcome* yang akan didapatkan dari kegiatan sebagai berikut:

Dampak	Vol	Perhitungan Moneterisasi	Jumlah
<b>Panitia Pelaksana</b>			
Edukasi CSR dan CSV	31	Rp4.500.000	Rp139.500.000
Keahlian Berpikir Strategis dan Kritis	31	Rp3.000.000	Rp93.000.000
Teknik Negosiasi, Lobbying dan Networking	31	Rp600.000	Rp18.600.000
Digital Marketing	31	Rp2.000.000	Rp62.000.000
Kemampuan Berpikir Inovatif dan Kreatif	31	Rp400.000	Rp12.400.000
Kepemimpinan	31	Rp500.000	Rp15.500.000
Manajemen Waktu	31	Rp2.500.000	Rp77.500.000
Kecerdasan Emosi dan Motivasi	31	Rp450.000	Rp13.950.000
Problem Solving	31	Rp500.000	Rp15.500.000
Konsumsi	31	Rp45.000	Rp1.395.000
<b>Prodi Magister Manajemen, Universitas Airlangga</b>			
Promosi dan Publikasi	-	Rp3.625.000	Rp3.625.000
Dokumentasi	-	Rp3.000.000	Rp3.000.000
Menambah Minat dan Daya Tarik pada Calon Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Airlangga	31	Rp26.500.000	Rp821.500.000
<b>Peserta (Anak-anak Yayasan dan Panti Asuhan)</b>			
Pengalaman Lomba Bakat	18	Rp100.000	Rp1.800.000
Talkshow " <i>Hobby to Business</i> "	113	Rp400.000	Rp45.200.000
Konsumsi	113	Rp45.000	Rp5.085.000
<b>Yayasan dan Panti Asuhan</b>			
Publikasi	14	Rp10.000.000	Rp140.000.000
Hadiah Juara	-	Rp9.900.000	Rp9.900.000
Hampers	14	Rp300.000	Rp4.200.000
Edukasi	14	Rp1.200.000	Rp16.800.000
Konsumsi	14	Rp150.000	Rp2.100.000
<b>Pemerintah</b>			
Dukungan Tercapainya Tujuan, Rancangan Program	-	Rp100.000.000	Rp100.000.000
<b>Dinas Sosial, Komisi Nasional Perlindungan Anak</b>			
Kolaborasi	-	Rp50.000.000	Rp50.000.000
Cinderamata dan Hampers	-	Rp1.500.000	Rp1.500.000
Konsumsi	-	Rp320.000	Rp320.000
<b>Sponsor</b>			
Promosi dan Publikasi	-	Rp48.000.000	Rp48.000.000

<b>Media Partner</b>			
Promosi dan Publikasi	-	Rp4.000.000	Rp4.000.000
Konsumsi	-	Rp480.000	Rp480.000
<b>MC, Narasumber Talkshow, Juri Lomba</b>			
Branding	-	Rp10.000.000	Rp10.000.000
Konsumsi	-	Rp500.000	Rp500.000
Hampers	-	Rp7.100.000	Rp7.100.000
<b>Mall Ciputra World Surabaya</b>			
Penyewaan Venue	-	Rp7.770.000	Rp7.770.000
<b>Pengunjung Mall Ciputra World Surabaya</b>			
Informasi dan Hiburan	100	Rp50.000	Rp5.000.000
<b>TOTAL</b>			<b>Rp1.737.225.000</b>

Berdasarkan tabel diatas bahwa *outcome* atau *present value of impact* yaitu sebesar Rp1.737.225.000 (satu milyar tujuh ratus tiga puluh tujuh juta dua ratus dua puluh lima ribu rupiah). Diketahui bahwa *value of input* atau pengeluaran untuk kegiatan yaitu sebagai berikut:

Jenis	Vol	Harga Satuan	Total Harga
ATK	1	Rp300.000	Rp300.000
Print surat	100	Rp1.000	Rp100.000
Proposal sponsorship	10	Rp25.000	Rp250.000
Cetak LPJ	5	Rp60.000	Rp300.000
MC	1	Rp1.500.000	Rp1.500.000
Juri 1	1	Rp1.500.000	Rp1.500.000
Juri 2	1	Rp2.000.000	Rp2.000.000
Juri 3	1	Rp1.000.000	Rp1.000.000
Narsumber 1	1	Rp1.000.000	Rp1.000.000
Narsumber 2	1	Rp2.000.000	Rp2.000.000
Moderator	1	Rp500.000	Rp500.000
Hadiah Juara 1	1	Rp3.000.000	Rp3.000.000
Hadiah Juara 2	1	Rp2.500.000	Rp2.500.000
Hadiah Juara 3	1	Rp2.000.000	Rp2.000.000
Hadiah Juara Favorit	1	Rp1.000.000	Rp1.000.000
Sweater	12	Rp150.000	Rp1.800.000
Tumbler dan Totebag	12	Rp70.000	Rp840.000
Hampers	19	Rp195.000	Rp3.705.000
ID Card	33	Rp8.000	Rp264.000
ID Card peserta	1	Rp25.000	Rp25.000
Tali dan keplek peserta	1	Rp61.000	Rp61.000
Piala	4	Rp330.000	Rp1.320.000
Transportasi	1	Rp1.278.000	Rp1.278.000
Parcel	14	Rp100.000	Rp1.400.000
Transport sponsorship	1	Rp200.000	Rp200.000

Venue	1	Rp7.770.000	Rp7.770.000
Standing mic	4	Rp35.000	Rp140.000
Kursi banquet + cover	15	Rp10.000	Rp150.000
Kursi banquet	30	Rp8.000	Rp240.000
Sound Man	1	Rp150.000	Rp150.000
Tissue	4	Rp12.000	Rp48.000
Konsumsi Panitia	31	Rp25.000	Rp775.000
Konsumsi Peserta	113	Rp25.000	Rp2.825.000
Pendamping (2/panti)	28	Rp25.000	Rp700.000
Dekanat	2	Rp35.000	Rp70.000
Dosen CSV	5	Rp35.000	Rp175.000
Komnas PA	2	Rp35.000	Rp70.000
Juri	3	Rp35.000	Rp105.000
Narasumber Talkshow	2	Rp35.000	Rp70.000
MC	1	Rp25.000	Rp25.000
Snack Panitia	31	Rp15.000	Rp465.000
Snack Peserta	113	Rp15.000	Rp1.695.000
Pendamping (2/panti)	28	Rp15.000	Rp420.000
Dekanat	2	Rp35.000	Rp70.000
Dosen CSV	5	Rp35.000	Rp175.000
Komnas PA	2	Rp35.000	Rp70.000
Juri	3	Rp35.000	Rp105.000
Narasumber Talkshow	2	Rp35.000	Rp70.000
MC	1	Rp15.000	Rp15.000
Media	14	Rp35.000	Rp490.000
Minum (AQUA Botol)	8	Rp45.000	Rp360.000
Aqua Refection (15 pcs)	1	Rp172.000	Rp172.000
Konsumsi TM	30	Rp25.000	Rp750.000
<b>JUMLAH</b>			<b>Rp48.013.000</b>

Sehingga perhitungan rasio SROI adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Rasio SROI} &= \frac{\textit{(Present Value of Impact)}}{\textit{(Value of Input)}} \\
 &= \frac{\textit{Rp1.737.225.000}}{\textit{Rp48.013.000}} \\
 &= \textit{Rp36,18}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil rasio SROI tersebut, dapat disimpulkan bahwa setiap Rp1 yang diinvestasikan pada kegiatan akan menghasilkan timbal balik sosial sebesar Rp36,18. Angka ini cukup tinggi yang berarti bahwa *return* yang dijanjikan juga cukup tinggi.

## 5. Penutup

Analisis SROI merupakan metode yang digunakan untuk mengukur dampak sosial dan ekonomi dari suatu program. Metode ini mengukur dan mengartikan dampak sosial yang tidak hanya dalam bentuk keuntungan finansial, tetapi juga dalam bentuk manfaat sosial yang lebih luas. SROI sering digunakan dalam sektor non-profit, organisasi sosial, dan perusahaan dengan fokus pada tanggung jawab sosial perusahaan atau investasi berdampak sosial. Berdasarkan hasil analisis SROI pada program ini, dapat disimpulkan bahwa kegiatan yang dilaksanakan memberikan dampak yang positif, serta investasi sosial yang dilakukan untuk kegiatan ini layak untuk dilakukan karena hasil skor SROI positif yaitu sebesar Rp36,18. Hal tersebut mengartikan bahwa setiap Rp 1 yang diinvestasikan maka akan menghasilkan *return* sosial sebesar Rp 36,18. Kegiatan ini juga menghasilkan manfaat yang lebih besar dari biaya pengeluaran kegiatan. Meskipun demikian, tetap masih ada peluang untuk meningkatkan dan memperluas dampak maupun manfaat yang diberikan oleh program tersebut.

## Daftar Pustaka

- Dayang, S., Bulan, P., & Hari, S. (2023). Analisis *Social Return on Investment* (SROI) dalam Penerapan Program Ketahanan Ekonomi dan Pangan Rumah Tangga Desa Dendang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1), 44-53. <https://doi.org/10.14710/jab.v12i1.45914>
- Fatika, H.A., & Tefy, N. (2023). Dampak Program CSR Pendidikan Anak SAD (Suku Anak Dalam) Binaan PT Pertamina Hulu Energi Jambi Merang: Analisis *Social Return on Investment* (SROI). *Jurnal Program Studi Pendidikan Masyarakat*, 4(1), 206-214.
- Gancar, C.P., & Calvin, M.E.W. (2023). Analisis *Social Return on Investment* (SROI) pada Program "Sabi Bisa" dengan Tema *Together Grow Stronger* di UPT RSBD Pasuruan. *Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Masyarakat*, 17(3), 1756-1768. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i3.2130>
- Hasanah, A.N. (2017). *Transformation of Social Movement in Digital Space*. *Jurnal Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- I Nengah, L., Kadek, D.C.P., & I Gede, P.R. (2022). Analisis SROI Program CSR PT. PLN UIP JBTB pada Kelompok Tenun Tebu Salah Ringdikit Buleleng. *JASINTEK*, 4(1), 75-84. <https://doi.org/10.52232/jasintek.v4i1.103>
- Maghfirotn, N. (2022). Evaluasi Strategi *Creating Shared Value* (CSV) Kedepan yang Bernilai *Sustainable Development Goals* (SDG) pada PT Kawasan Industri Gresik. *Jurnal Ekonomi-Teknik*, 1(10), 653-669. <https://doi.org/10.54543/etnik.v1i10.109>
- Marnelly, T. R. (2012). *Corporate Social Responsibility (CSR): A Review of Theory and Practice in Indonesia*. *Journal of Business Applications* 3(1), 49-59. <https://dx.doi.org/10.31258/jab.3.1.%25p>
- Nurhazana., Muhammad, L.I., & Sahat, R.P. (2021). Dampak Program CSR Binaan PT Pertamina RU II Sungai Pakning: Analisis *Social Return on Investment* (SROI) dan Sensitivitas. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 2(2), 203-212. <https://doi.org/10.37859/jae.v11i2.2817>
- Rindang, M., Praningrum., Popi, P., & Imron, R. (2023). Analisis *Social Return on Investment* (SROI) UMKM Kripik Jamur Tiram Desa Talang Kering melalui Program Tanggung Jawab Sosial (TJSL) PT. PLN Sumbagsel. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 14(1), 89-98. <https://doi.org/10.29244/jmo.v14i1.43706>
- Santoso, M.B., Humaedi, S., Raharjo S.T., & Mulyono, H. (2021). Transformasi Nilai Sosial Budaya Menjadi Keuntungan Ekonomi: Refleksi Hasil Perhitungan *Social Return On Investment* (SROI) Program SIBA Batik Jujur. *Jurnal Universitas Padjajaran* 11(1), 31-40. <https://doi.org/10.24198/share.v11i1.33210>
- Veronica. (2020). Analisis SROI (*Social Return on Investment*) dalam Mengukur Keberhasilan Program CSR *Mikrohydro* oleh PT PJB UP Paiton di Desa Andungbiru, Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Ilmiah Politik, Kebijakan, & Sosial*, 2(2), 1-8. <https://doi.org/10.51747/publicio.v2i2.601>