



## Analisis Social Return On Investment (SROI) pada Program “Rise A Voice” Airlangga Got Talent

**Pramita Hadiani Pertiwi**  
Universitas Airlangga, Indonesia  
E-mail: [pramitha.hp@gmail.com](mailto:pramitha.hp@gmail.com)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2023-07-12 Revised: 2023-08-22 Published: 2023-09-02  <b>Keywords:</b> <i>Analysis;</i> <i>CSR;</i> <i>SROI.</i>	The CSR program carried out by a company has other programs that are useful for providing social responsibility to the community and the environment in order to carry out sustainable empowerment which can be called the Creating Shared Value (CSV) program. SROI analysis is used to measure and understand the future financial impact of an organization. The research conducted is a quantitative study which uses secondary data types. Based on the calculation of the ratio, it was found that Rp. 1 invested in the Rise A Voice program resulted in a return of Rp. 35.20. This figure is a number that is high enough to promise a high return as well.
Artikel Info	Abstrak
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2023-07-12 Direvisi: 2023-08-22 Dipublikasi: 2023-09-02  <b>Kata kunci:</b> <i>Analisis;</i> <i>CSR;</i> <i>SROI.</i>	Program CSR yang dilakukan oleh sebuah perusahaan ada program lain yang berguna untuk memberikan tanggung jawab social kepada masyarakat dan lingkungan guna untuk melakukan pemberdayaan berkelanjutan yang bisa disebut dengan program Creating Shared Value (CSV). Analisis SROI digunakan untuk mengukur dan memahami dampak keuangan masa depan suatu organisasi. Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian Kuantitatif yang dimana menggunakan jenis data Sekunder. Berdasarkan perhitungan rasio didapatkan bahwa Rp 1 yang diinvestasikan pada program Rise A Voice menghasilkan timbal balik sebesar Rp 35,20. Angka ini merupakan angka yang cukup tinggi sehingga menjanjikan return yang tinggi juga.

### I. PENDAHULUAN

Program-program yang dijalankan oleh organisasi atau lembaga sektor pemerintahan merupakan program-program bersifat sosial dan bukan program yang mencari keuntungan atau laba. Namun demikian, sejalan dengan mandat peraturan perundangan yang berlaku di Indonesia yang mengatur kegiatan usaha perseroan terbatas sebagai salah satu bentuk badan hukum dari kegiatan usaha, di mana perseroan terbatas diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang sering disebut dengan istilah corporate social responsibility (CSR) (Yanuarisa, 2020). Selain ada program CSR yang dilakukan oleh sebuah perusahaan ada program lain yang berguna untuk memberikan tanggung jawab social kepada masyarakat dan lingkungan guna untuk melakukan pemberdayaan berkelanjutan yang bisa disebut dengan program Creating Shared Value (CSV). Dimana dengan adanya CSV ini diharapkan perusahaan mampu memberikan dampak positif terhadap masyarakat dan juga lingkungan sekitar melalui implementasi berbagai macam kebijakan seperti kebijakan tenaga kerja, hak asasi manusia, dan pemberian kontribusi sosial melalui program pemberdayaan masyarakat.

Peran serta dunia usaha juga sangat dibutuhkan dalam rangka menjaga kelestarian lingkungan dan peningkatan sebuah kesejahteraan social, bagi perusahaan khususnya di bidang ekstraktif mereka memiliki tanggung jawab terhadap sumberdaya yang diolah oleh alam (Wicaksono & Ariyani, 2013). Pemerintah sendiri telah mengatur peran tersebut melalui Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 pasal 74 ayat (1) yang menyebutkan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

Seiring perkembangan jaman, tentang perwujudan tanggung jawab sosial dan juga lingkungan juga harus berimplikasi terhadap keberlanjutan perusahaan yang akan terjadi di masa yang akan datang, sehingga perlu bagi perusahaan untuk memandukankan kepentingan secara ekonomi serta menjalankan tanggung jawab social dan lingkungannya (Mayasari et al., 2022). Creating Shared Value (CSV) adalah sebuah konsep yang mengharuskan perusahaan memainkan peran ganda, yaitu menciptakan nilai ekonomi dan nilai social secara bersama-sama, tanpa salah satu diutamakan atau dikesampingkan. Konsep CSV ini telah banyak di terapkan

oleh perusahaan besar yang mana merupakan pelengkap dari konsep tanggung jawab social perusahaan dan lingkungan. CSV berbeda dalam banyak hal dari CSR dimana jika CSR ini lebih focus pada kepatuhan pada peraturan yang relevan dan memiliki tujuan utama untuk meningkatkan reputasi (Manan, 2021). Dalam merespon tanggung jawab sosial kedua konsep ini memiliki motivasi yang berbeda. Jika pelaksanaan CSV didorong oleh factor internal dan perusahaan harus bersifat proaktif. Berbeda dengan CSR yang berpendangan bahwa perusahaan yang responsive yaitu perusahaan yang di dorong oleh factor eksternal dimana tujuan utama dari konsep CSV adalah membentuk kapitalisme lanjut dan menjadikan tanggung jawab social bukan sebagai beban tapi menjadikannya sebagai investasi jangka panjang yang menguntungkan bagi perusahaan.

Keuntungan yang melibatkan nilai bersama (*shared value*) memungkinkan masyarakat untuk maju dan perusahaan akan tumbuh pesat. Mereka memprediksi bahwa menggabungkan isu-isu sosial ke dalam strategi dan operasi adalah transformasi utama berikutnya dalam pemikiran manajemen (Sari et al., 2019). CSV adalah sebuah konsep pendekatan masyarakat dimana setiap perusahaan harus membentuk suatu nilai ekonomi dan nilai sosial secara bersama-sama. Peran bisnis di masyarakat telah berkembang pesat dengan pendekatan yang berbeda dan memiliki tujuan yang berbeda (Widhianningrum & Amah, 2014). Porter (2013) mengemukakan bahwa Creating Shared Value membuka kebutuhan baru, pasar baru, konfigurasi rantai nilai baru, dan cara berpikir baru tentang bisnis (Maesaroh, 2020). Menciptakan peluang baru untuk posisi strategis dan keunggulan kompetitif baru dalam hal ini Perusahaan harus memasukkan dimensi sosial dalam proposisi nilai mereka,

Tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan tentu bukan hanya tanggung jawab pihak korporasi. Hal tersebut merupakan tanggung jawab seluruh pihak dalam elemen masyarakat termasuk pihak akademisi (Hitipeuw & Kuntari, 2020). Tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan khususnya pada aspek pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu dari tiga fungsi utama dari perguruan tinggi (Tri Dharma) dimana perguruan tinggi harus terlibat aktif dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, seperti memberikan pelatihan serta berpartisipasi dalam kegiatan yang mendukung pembangunan masyarakat.

Bicara tentang perguruan tinggi pasti tak lepas dari Tri dharma perguruan tinggi, yang terdiri dari Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (Pramono & Nainggolan, 2015). Ketiganya menjadi poin penting dalam mewujudkan visi dari perguruan tinggi. Tri Dharma Perguruan Tinggi adalah tiga kewajiban yang terdapat dalam perguruan tinggi. Tiga kewajiban tersebut terdiri dari 3 poin, yaitu Pendidikan dan Pengajaran, Penelitian dan Pengembangan, dan Pengabdian Kepada Masyarakat. Dengan poin-poin penting yang telah disebutkan, maka yang bertanggung jawab terhadap Tri Dharma Perguruan Tinggi bukan hanya mahasiswa, melainkan seluruh sivitas akademika di kampus. Dalam pelaksanaannya, Tri Dharma Perguruan Tinggi diperkuat oleh Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 mengenai Sistem Pendidikan Nasional. Tri Dharma dapat diartikan sebagai tujuan yang harus dicapai perguruan tinggi dan wajib diterapkan dengan baik. Penerapan Tri Dharma di dalam kampus tentunya memiliki tujuan yang bermanfaat, yaitu menciptakan generasi muda dengan kemampuan berpikir kreatif, inovatif, sekaligus mandiri.

Tri Dharma Perguruan Tinggi merupakan dasar penting bagi seluruh perguruan tinggi khususnya bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga yang memiliki visi "Menjadi Pusat Pendidikan, Penelitian dan Pelayanan Masyarakat Berkualitas Tinggi dan Diakui Di Dunia Internasional." Dalam menggapai visinya tersebut Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga mengusung konsep kolaborasi dengan menjalin kemitraan dan kerjasama dengan lembaga pemerintah, swasta, dan masyarakat. Dalam hal ini, Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga mengajak lembaga pemerintah dan swasta untuk berkolaborasi demi terciptanya program berdampak positif yang besar (*high impact*) pada masyarakat dengan konsep Creating Shared Value (CSV).

Dalam hal ini, program yang akan dilaksanakan memiliki tujuan untuk mengurangi ketimpangan atau diskriminasi atas dasar kondisi latar belakang sosial ekonomi pada anak-anak panti asuhan di Kota Surabaya dan sekitarnya. Seperti yang kita ketahui bersama bahwa jumlah panti asuhan di Indonesia tergolong cukup banyak. Menurut Dinas Sosial, di Kota Surabaya saja terdapat 219 panti asuhan dengan jumlah penghuni sebanyak 3.124 orang pada tahun 2020. Setiap anak di panti asuhan

memiliki latar belakang dan karakteristik yang berbedabeda.

Namun, salah satu karakteristik umum yang dimiliki anak-anak panti asuhan adalah keterbatasan sumber daya, baik secara finansial maupun sosial. Mereka tidak memiliki akses ke sumber daya yang sama dengan anak-anak di luar panti asuhan seperti pendidikan, pelayanan kesehatan, atau lingkungan yang stabil. Namun, keterbatasan tersebut tidak menjadi penghalang bagi mereka untuk terus menggali potensi untuk menjadi pribadi yang kreatif dan inovatif. Harapannya dengan berjalannya program ini, setiap anak panti asuhan dari berbagai latar belakang dapat memiliki kesempatan yang lebih untuk berkembang dan mencapai potensi penuh mereka kedepannya.

Maka dari itu dalam dalam program "RISE A VOICE" diharapkan mampu menyalurkan bakat-bakat yang dimiliki oleh panti asuhan yang ada di Surabaya maupun di Sidoarjo. Yang dimana diselenggarakan acara ini juga bisa memberikan dampak yang positif bagi anak-anak panti asuhan dimana mereka akan mulai yakin dengan kemampuan yang mereka miliki dari segi mental terutama sehingga mereka tidak perlu malu lagi untuk tampil di depan umum untuk di masa yang akan datang. Bahkan dalam acara ini bisa di tonton oleh banyak masyarakat umum yang bisa melihat penampilan mereka secara langsung sehingga bisa menumbuhkan rasa semangat dan percaya diri bagi mereka yang akan tampil mewakili panti asuhan mereka masing-masing. Selain menampilkan talenta yang dimiliki oleh para panti asuhan yang mengikuti acara ini juga menyelenggarakan acara Talk Show yang dimana menghadirkan dua orang yang memiliki pengalaman dalam bidang bisnis maupun manajemen suatu Yayasan atau panti asuhan. Sehingga para ketua Yayasan/panti asuhan juga bisa secara langsung mendapatkan ilmu dari apa yang disampaikan pembicara, mereka juga bisa bertanya langsung kepada sang pembicara, selain para ketua Yayasan/panti asuhan para anak panti asuhan pun juga bisa belajar bagaimana cara menjadikan sebuah hoby menjadi sebuah bisnis yang dapat dijadikan lahan rejeki bagi mereka yang bisa menekuni hobby mereka dengan baik.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kuantitatif atau penelitian kausal, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh satu atau beberapa

variabel bebas terhadap variabel terikat. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Analisis Social Return on Investment pada program "Rise A Voice" Airlangga Got Talent

Pelaksanaan program "Rise A Voice" Airlangga Got Talent berjalan dengan lancar pada: Hari Minggu

Tanggal : 28 Mei 2023

Tempat : Ciputra Word Surabaya V  
Junction Lt 3

Jam : 10.00 WIB

Peserta : 14 Panti Asuhan Surabaya-  
Sidoarjo dan 18 Penampil

Pemberitaan di Media : Online, Channel

Youtube, Media Sosial

Tabel 1. Media Penerbitan

No	Media	Penerbitan
1	Surabaya	<a href="https://www.instagram.com/p/CahbtG50LW/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igshid=MzRlODBiNWFlZA==">https://www.instagram.com/p/CahbtG50LW/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igshid=MzRlODBiNWFlZA==</a>
2	Ciputra word Surabaya	<a href="https://www.instagram.com/p/CahbtG50LW/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igshid=MzRlODBiNWFlZA==">https://www.instagram.com/p/CahbtG50LW/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igshid=MzRlODBiNWFlZA==</a>
3	Eveningstar	<a href="https://www.instagram.com/p/CahbtG50LW/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igshid=MzRlODBiNWFlZA==">https://www.instagram.com/p/CahbtG50LW/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igshid=MzRlODBiNWFlZA==</a>
4	Analisa Post Pre 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>
5	Analisa Post Acara	<a href="https://www.analisapost.com/post/terbit-airlangga-got-talent-magister-manajemen-2m1-akan-bakat-anak-panti-asuhan">https://www.analisapost.com/post/terbit-airlangga-got-talent-magister-manajemen-2m1-akan-bakat-anak-panti-asuhan</a>
6	Berita Jatim	<a href="https://beritajatin.com/pendidikan/sehatitas/mahasiswa-magister-manajemen-unair-surabaya-gelar-kompetisi-bagi-anak-panti-asuhan/">https://beritajatin.com/pendidikan/sehatitas/mahasiswa-magister-manajemen-unair-surabaya-gelar-kompetisi-bagi-anak-panti-asuhan/</a>
7	Kompas Tv	<a href="https://jatim.kompas.tv/article/418838/teman-sepi-tari-dan-musik-anak-panti-asuhan">https://jatim.kompas.tv/article/418838/teman-sepi-tari-dan-musik-anak-panti-asuhan</a>
8	Batas Media 99	<a href="https://batasmedia99.com/berita/batasmedia99surabaya/peduli-talenta-generasi-muda-mahasiswa-mm-airlangga-gelar-rise-a-voice-airlangga-got-talent/">https://batasmedia99.com/berita/batasmedia99surabaya/peduli-talenta-generasi-muda-mahasiswa-mm-airlangga-gelar-rise-a-voice-airlangga-got-talent/</a>
9	Batas Media Youtube	<a href="https://youtu.be/dtFaitG5t">https://youtu.be/dtFaitG5t</a>
10	Berita Bangsa	<a href="https://beritabangsa.id/2023/05/29/jumlah-rise-a-voice-airlangga-got-talent-dia-mulai/">https://beritabangsa.id/2023/05/29/jumlah-rise-a-voice-airlangga-got-talent-dia-mulai/</a>
11	Beritahu.rn	<a href="https://beritahu.co/2023/05/29/jumlah-rise-a-voice-airlangga-got-talent-dia-mulai/">https://beritahu.co/2023/05/29/jumlah-rise-a-voice-airlangga-got-talent-dia-mulai/</a>
12	Eventsurabaya	<a href="https://eventsurabaya.id/status/18611590257640273937a-20">https://eventsurabaya.id/status/18611590257640273937a-20</a>

Tabel 2. Pemberitaan Media

No	Media	Penerbitan
1	Pojok Madura Raya	Rise A Voice Airlangga Got Talent Bentuk Nyata Kepedulian Mahasiswa Magister Manajemen FEB Unair Terhadap Anak Yatim Piatu Terbit: Pojok Madura Raya, 31 Mei 2023 Hal 8
2	Batas Media 99	Peduli Talenta Generasi Muda Mahasiswa MM Airlangga Gelar Rise A Voice-Airlangga Got Talent Terbit: BatasMedia 99, 29 Mei 2023

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

Tahap pertama dalam perhitungan Social Return on Investment adalah mengidentifikasi siapa saja pemangku kepentingan, memetakan perannya sebagai apa dan dampak yang di peroleh dari "Rise A Voice" Airlangga Got Talent. Berikut stakeholder yang terkait dengan program ini, antara lain:

**Tabel 3. Stakeholder Yang Terkait Dengan Program**

Stakeholder	Peran	Dampak
Pemerintah Kabupaten	Sebagai Pengarah dan pelaksana Program	Menjaga manfaat secara menyeluruh pembelajaran dan pengalaman melalui pengalaman yang bermanfaat bagi para peserta didik
Prodi Magister Manajemen UINAR	Sebagai institusi yang menyelenggarakan program ini	Mendukung manfaat program sebagai pemenuhan program dan meningkatkan kualitas dalam program untuk dan universitas
Peserta/Pemirsa Acara	Sebagai peserta dan pada saat acara	Mendapatkan pembelajaran untuk menambah wawasan dan pengalaman baru tentang di depan umum sebagai wadah pengembangan diri
Yayasan/Pemirsa Acara	Sebagai pendukung para peserta untuk acara baik secara acara langsung maupun dalam	Mendapatkan gambaran bagaimana cara melakukan pendekatan terhadap para peserta dan mendapatkan dan baru bagaimana manajemen pentas/acara/ yayasan untuk dunia yang akan datang
Peneliti (Pakar, Kita)	Sebagai peneliti terhadap dan penelitian dengan program ini agar berjalan dengan baik melalui hasil penelitian program	Mendapatkan informasi dan penelitian yang dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti
Sarana Pembelajaran	Sebagai tempat pembelajaran program ini	Mendukung sarana program untuk kemajuan dan meningkatkan hasil program ini dan juga untuk meningkatkan pengalaman terhadap pelaksanaan acara
Sponsor	Sebagai pendiri dan guru penyelenggara program ini	Mendapatkan dukungan program sebagai bentuk dukungan pada program ini. Logo perusahaan terpasang di acara sebagai bentuk dukungan dan dukungan untuk acara dan acara di seluruh di satu-satunya acara di MG
Media Partner	Sebagai penyaji informasi, media program dan penyaji program kemajuan untuk masyarakat luas	Media juga mendapatkan media program dengan media program ini, karena kemajuan masyarakat terhadap acara ini juga. Media partner juga mendapatkan media program karena logo di tempat di acara program acara ini dan juga untuk dukungan di satu-satunya acara di MG
Pengantar Cipta World	Sebagai pemilih saat acara	Pengantar juga mendapatkan informasi bahwa ada ya pemilih dari para peserta yang kreatif

Setelah mengidentifikasi pemangku kepentingan atau stakeholder terkait program ini, serta memetakan peran dan dampak dari program, tahap selanjutnya adalah menggambarkan dampak program untuk setiap pemangku kepentingan serta pendekatan perhitungan dan pendekatan monetisasi, yang ditunjukkan melalui tabel berikut:

**Tabel 4. Dampak Program Untuk Setiap Pemangku Kepentingan Serta Pendekatan Perhitungan Dan Pendekatan Monetisasi**

Stakeholder	Dampak	Indikator	Nilai Program	Rasio	Absolut	Nilai Dampak	
Pemerintah Kabupaten	Peningkatan kemampuan individu	Peningkatan wawasan	400.000	5%	50%	12.400.000	
		Kemampuan berpikir strategis	800.000	5%	50%	10.000.000	
		Kepemimpinan	800.000	5%	50%	10.000.000	
		Keterampilan & Inovasi	400.000	5%	50%	12.400.000	
		Pengetahuan CSR & SDG	100.000	5%	50%	3.000.000	
	Peningkatan kemampuan organisasi	Pengetahuan digital marketing	1.200.000	5%	50%	46.200.000	
		Pengawasan kegiatan	800.000	5%	50%	10.000.000	
		Kemampuan organisasi & profesional	700.000	5%	60%	31.700.000	
		Kemampuan pemecahan masalah	800.000	5%	50%	10.000.000	
		Pemahaman strategi kegiatan	50.000	5%	90%	900.000	
Pihak Pengantar Uang	Peningkatan reputasi publik	jumlah	11.000.000	1	90%	10.000.000	
		Value profile dan branding					10.000.000
		Publikasi	5.000.000	1	50%	3.000.000	
		Webmaster	3.000.000	1	0%	2.000.000	
		Konten YouTube	27.000.000	3	70%	137.400.000	
	Penerbitan metode pembelajaran	Penerbitan CSR&SDG	3.000.000	1	50%	3.000.000	
		Interaksi dengan publik lain	800.000	1	50%	800.000	
		Keterampilan dengan publik lain	2.000.000	1	50%	3.000.000	
		jumlah					103.400.000
							103.400.000
Pemerintah Kabupaten	Peningkatan kapabilitas diri	Kepemimpinan diri	3.000.000	11%	20%	100.000.000	
		Pengawasan diri	5.000.000	11%	30%	100.000.000	
		Peningkatan kemampuan	4.000.000	11%	20%	100.000.000	
		Peningkatan belajar					
		Peningkatan belajar					
	Peningkatan belajar kegiatan	Kepercayaan	50.000	11%	0%	3.000.000	
		Kepercayaan	50.000	11%	0%	5.000.000	
		jumlah					1.100.000.000
							1.100.000.000
Peningkatan Partisipasi	Peningkatan Keterampilan Dengan Peningkatan Keterampilan dan Media	Peningkatan keterampilan	2.000.000	20	20%	70.000.000	
		jumlah					
		Kepercayaan	100.000	20	0%	2.000.000	
		jumlah					72.000.000
		Kepercayaan	60.000.000	3	50%	60.000.000	
	Peningkatan keterampilan	Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
							60.200.000
Pemerintah Kabupaten	Peningkatan keterampilan	Kemampuan program	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
Pemerintah Kabupaten	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
Pemerintah Kabupaten	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
Pemerintah Kabupaten	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
Pemerintah Kabupaten	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
Pemerintah Kabupaten	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
Pemerintah Kabupaten	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
Pemerintah Kabupaten	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
Pemerintah Kabupaten	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
Pemerintah Kabupaten	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
Pemerintah Kabupaten	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
Pemerintah Kabupaten	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
Pemerintah Kabupaten	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
Pemerintah Kabupaten	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
Pemerintah Kabupaten	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
Pemerintah Kabupaten	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
Pemerintah Kabupaten	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
Pemerintah Kabupaten	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
Pemerintah Kabupaten	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
Pemerintah Kabupaten	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
Pemerintah Kabupaten	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
		jumlah					60.200.000
		Kepercayaan	100.000	3	0%	200.000	
	Peningkatan keterampilan	Peningkatan keterampilan	100.000	3	0%		

#### IV. SIMPULAN DAN SARAN

##### A. Simpulan

CSR merupakan komitmen perusahaan untuk dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya melalui praktik bisnis yang baik dan memberikan sebagian dari sumber daya perusahaan kepada masyarakat sekitar. Tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan tentu bukan hanya tanggung jawab pihak korporasi. Hal tersebut merupakan tanggung jawab seluruh pihak dalam elemen masyarakat termasuk pihak akademisi. Tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan khususnya pada aspek pemberdayaan masyarakat.

Empat elemen utama yang diperlukan untuk mengukur SROI, yaitu input, output, hasil dan dampak. Dalam penghitungan SROI, stakeholder harus dapat diidentifikasi siapa saja dan kaitannya bagaimana dengan perusahaan ataupun dengan program yang diselenggarakan.

##### B. Saran

Pembahasan terkait penelitian ini masih sangat terbatas dan membutuhkan banyak masukan, saran untuk penulis selanjutnya adalah mengkaji lebih dalam dan secara komprehensif tentang Analisis Social Return On Investment (SROI) pada Program "Rise A Voice" Airlangga Got Talent.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Faridah, F., Kurniawaty, K., & Ansar, A. (2023). Dimensi Good Corporate Governance dan Penciptaan Nilai Perusahaan Melalui Corporate Social Responsibility Serta Dampaknya pada Kinerja Keuangan. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(2), 1271-1278. <https://doi.org/10.52644/joeb.v12i2.201>
- Hitipeuw, S. D., & Kuntari, Y. (2020). Pengaruh kepemilikan saham publik, profitabilitas, dan media terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Management and Accounting Expose*, 3(1), 40-51.
- Made Bayu Anggara, I., Darma, Y., & Mubarak, M. (2023). Analysis of Return on Investment Associated with Changes in Operational Time in the Construction of the Sigli-Banda Aceh Toll Road. *Journal Of World Science*, 2(2), 250-260. <https://doi.org/10.58344/jws.v2i2.222>
- Maesaroh, A. (2020). Analisis Strategi Diferensiasi dan Inovasi Dalam Keunggulan Bersaing Guna Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada Batik Pringmas, Desa Papringan, Banyumas). *Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Dari Institut Ekonomi Dan Bisnis Islam Negeri Purwokerto*.
- Manan, A. (2021). Perumusan konsep creating shared value (csv) pada pt. Semen Indonesia Group dan obyek penelitian di pt semen gresik pabrik rembang. *Ekonis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(2).
- Mayasari, N., Cholisoh, N., Armunanto, A., Hardika, I. R., Prameswari, Y., Widarnandana, I. G. D., Putra, I. D. M. A. P., Satar, M., Kurniawan, R., & Susanti, L. (2022). *Perilaku Organisasi*. TOHAR MEDIA.
- Pramono, R., & Nainggolan, R. (2015). Model Sinergi Perguruan Tinggi dan Perusahaan Dalam Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Di Kec. Mauk Tangerang. *Ekonomi, Sosial Dan Budaya*, 212.
- Rinaldi, U. (2018). Analisis Corporate Social Responsibility PT Telkomsel area Pontianak dalam upaya meningkatkan citra perusahaan. *Jurnal Ekonomi Integra*, 3(1), 1-10.
- Sari, D. C., Purba, D. W., & Hasibuan, M. S. (2019). Inovasi pendidikan lewat transformasi digital. *Yayasan Kita Menulis*.
- Wicaksono, A., & Ariyani, W. (2013). Model Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Industri Rokok Di Kudus. *Jurnal Sosial Budaya*, 6(2), 29-39.
- Widhianningrum, P., & Amah, N. (2014). Akuntansi Ketoprak: Sebuah Pendekatan Etnografi Masyarakat Seni Ketoprak Di Pati. *Assets: Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 3(2), 136-143.
- Yadnya, I. D. G. S. A. (2022). Pengaruh Implementasi Virtual Account dan E-Payment terhadap Kinerja Manajemen Kas pada Satuan Kerja (Studi pada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi). *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(5),

555-561.

<https://doi.org/10.58344/jii.v1i5.70>

Yanuarisa, Y. (2020). Akuntabilitas pengelolaan keuangan yayasan yusuf arimatea palangka raya. *Balance: Media Informasi Akuntansi Dan Keuangan*, 12(2), 90-103.