

## Analisis social return on investment program CSV berbasis ekonomi sirkular untuk pemberdayaan UMKM

Catur Prasetya Wibowo\*, Dian Ekowati  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Indonesia

\*) Korespondensi (e-mail: [ctr.prasetya@gmail.com](mailto:ctr.prasetya@gmail.com))

### Abstract

Creating Shared Value (CSV) offers a transformative approach to aligning business performance with societal progress. This study examines a CSV initiative by Universitas Airlangga that integrates circular economy principles to empower Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in maggot and oyster mushroom cultivation in Surabaya, Indonesia. Conducted from February to May 2025, the program combined waste-to-resource innovation with community capacity building, directly targeting Sustainable Development Goals (SDGs) on poverty reduction, responsible production, and partnerships. Employing a mixed-method case study and the Social Return on Investment (SROI) framework, data were obtained through interviews, field observations, and financial analysis. The program achieved an exceptional SROI ratio of 32.02:1, indicating over thirty-two times the investment's value returned as social benefits. Key outcomes include income growth, improved waste management, skill enhancement, and stronger community cohesion. This research advances the empirical understanding of CSV–circular economy integration and underscores the pivotal role of higher education institutions in catalyzing local-level social innovation.

Keywords: Social Return on Investment, Creating Shared Value, Circular Economy, MSMEs, Sustainable Development Goals (SDGs)

### Abstrak

Creating Shared Value (CSV) menawarkan pendekatan transformatif yang menyelaraskan kinerja bisnis dengan kemajuan sosial. Penelitian ini mengkaji sebuah inisiatif CSV oleh Universitas Airlangga yang mengintegrasikan prinsip ekonomi sirkular untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada budidaya maggot dan jamur tiram di Surabaya, Indonesia. Dilaksanakan pada Februari hingga Mei 2025, program ini memadukan inovasi pengelolaan limbah menjadi sumber daya dengan penguatan kapasitas masyarakat, secara langsung menargetkan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs) terkait pengentasan kemiskinan, produksi berkelanjutan, dan kemitraan. Dengan menggunakan pendekatan studi kasus metode campuran dan kerangka Social Return on Investment (SROI), data dikumpulkan melalui wawancara, observasi lapangan, dan analisis keuangan. Program ini menghasilkan rasio SROI sebesar 32,02:1, yang menunjukkan bahwa setiap satuan investasi memberikan manfaat sosial lebih dari tiga puluh dua kali lipat. Capaian utama meliputi peningkatan pendapatan, perbaikan pengelolaan limbah, peningkatan keterampilan, dan penguatan kohesi komunitas. Penelitian ini memperkaya pemahaman empiris tentang integrasi CSV–ekonomi sirkular serta menegaskan peran strategis perguruan tinggi dalam mendorong inovasi sosial di tingkat lokal.

Kata kunci: Social Return on Investment, Creating Shared Value, Circular Economy, UMKM, Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs)

How to cite: Wibowo, C. P., & Ekowati, D. (2025). Analisis social return on investment program CSV berbasis ekonomi sirkular untuk pemberdayaan UMKM. *Journal of Management and Digital Business*, 5(2), 625–645. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v5i2.1874>



## 1. Pendahuluan

Dalam beberapa dekade terakhir, dunia mengalami transformasi yang cepat, kompleks, dan penuh ketidakpastian. Fenomena ini dikenal dengan istilah VUCA, *Volatility* (gejolak), *Uncertainty* (ketidakpastian), *Complexity* (kerumitan), dan *Ambiguity* (ambiguitas), yang menjadi ciri utama lingkungan bisnis dan sosial dewasa ini (Afkarina et al., 2023). Di tengah situasi ini, perubahan bukan lagi suatu pilihan, melainkan keniscayaan. Organisasi, termasuk pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dituntut untuk beradaptasi secara cepat agar tetap relevan, berdaya saing, dan berkelanjutan (Robbins et al., 2020).

UMKM sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia memiliki peran vital dalam penciptaan lapangan kerja, distribusi pendapatan, serta penguatan ekonomi lokal. Namun demikian, banyak pelaku UMKM (budidaya maggot dan jamur tiram), khususnya di wilayah Kelurahan Sambi Kerep, Kota Surabaya, masih menghadapi berbagai tantangan mendasar. Beberapa di antaranya adalah rendahnya literasi keuangan, termasuk pencatatan pembukuan yang sederhana dan akuntabel serta keterbatasan dalam strategi pemasaran dan pengembangan jiwa kewirausahaan.

Pemberdayaan UMKM menjadi langkah strategis dalam mendukung tercapainya *Sustainable Development Goals* (SDGs), yakni agenda pembangunan global yang dicanangkan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa. SDGs bertujuan mengatasi isu-isu mendesak seperti kemiskinan, ketimpangan, dan perubahan iklim melalui 17 tujuan yang saling terintegrasi. Beberapa tujuan yang paling relevan dengan pemberdayaan UMKM adalah: Tujuan 1 (Tanpa Kemiskinan), Tujuan 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), serta Tujuan 13 (Penanganan Perubahan Iklim) (Usman et al., 2022).

Dalam konteks ini, keterlibatan sektor swasta juga menjadi penting. Salah satu pendekatan yang berkembang adalah konsep *Creating Shared Value* (CSV), yang diperkenalkan oleh Porter & Kramer (2011). CSV mendorong perusahaan untuk menciptakan nilai ekonomi yang selaras dengan peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat sekitar. Pendekatan ini menekankan bahwa isu-isu sosial bukanlah beban eksternal, melainkan peluang strategis bagi inovasi dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

CSV dapat diimplementasikan melalui berbagai cara, salah satunya melalui kolaborasi lintas sektor, seperti antara perguruan tinggi dan masyarakat. Dalam kerangka pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, pengabdian kepada masyarakat menjadi wahana strategis untuk mengintegrasikan pengetahuan akademik dengan kebutuhan riil masyarakat. Sejalan dengan semangat tersebut, mahasiswa Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga menggagas program pemberdayaan ekonomi UMKM bertajuk "*Circular Economy, Empowering UMKM*", yang juga mendukung target SDGs Kota Surabaya.

Konsep *circular economy* menawarkan alternatif terhadap model ekonomi linear dengan menekankan efisiensi sumber daya melalui praktik *reuse*, *repair*, dan *recycle*. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada pengurangan limbah, tetapi juga

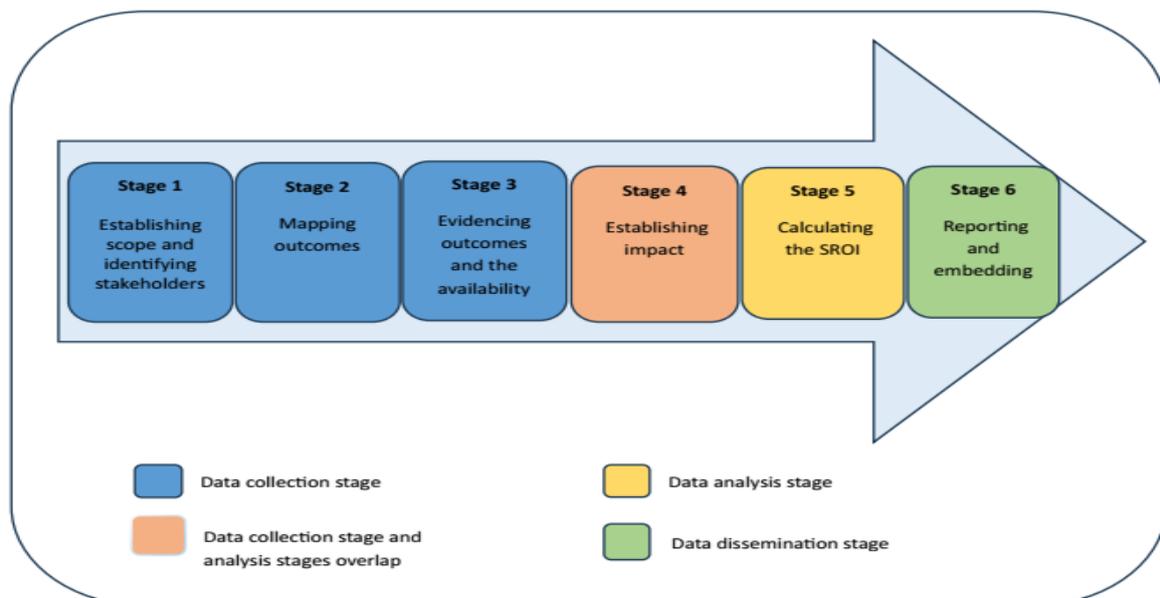
berkontribusi dalam memperpanjang umur produk dan meningkatkan efisiensi produksi. Dalam konteks pemberdayaan UMKM, penerapan prinsip *circular economy* tidak hanya berdampak pada efisiensi bisnis, tetapi juga mendorong inovasi, penguatan daya saing lokal, dan ketahanan ekonomi masyarakat. Di sisi lain, konsep CSV mendorong kolaborasi antara institusi pendidikan tinggi dan komunitas lokal untuk menciptakan nilai ekonomi sekaligus sosial secara berkelanjutan.

Namun demikian, efektivitas penerapan prinsip CSV dan *circular economy* dalam konteks pemberdayaan UMKM masih memerlukan evaluasi yang terukur, khususnya terkait sejauh mana program tersebut memberikan manfaat ekonomi relatif terhadap biaya investasi yang dikeluarkan. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menghitung nilai *Social Return on Investment* (SROI) dari program CSV berbasis *circular economy* yang telah dilaksanakan. Dengan demikian, pertanyaan penelitian yang diajukan adalah: “Sejauh mana program CSV berbasis *circular economy* memberikan manfaat sosial dan ekonomi yang sebanding atau bahkan melampaui biaya investasi yang dikeluarkan?”

## 2. Tinjauan Pustaka

### Social Return on Investment (SROI)

SROI adalah kerangka kerja untuk mengukur dan memperhitungkan nilai yang lebih luas yang diciptakan oleh program, proyek, atau organisasi. Dikembangkan dari analisis biaya-manfaat tradisional dan metode akuntansi sosial. SROI memberikan nilai moneter pada hasil sosial, lingkungan, dan ekonomi, sehingga memungkinkan perhitungan rasio yang mencerminkan nilai yang dihasilkan per unit investasi (Nicholls et al., 2012).



Gambar 1. Tahapan metode SROI (Sumber: Banke-Thomas et al., 2015)

Menurut Banke-Thomas et al. (2015) langkah-langkah dalam melakukan analisis SROI adalah (1) Identifikasi dan Pemetaan Stakeholder, pada tahap ini di Identifikasi semua pihak yang terlibat atau dipengaruhi oleh program atau proyek yang akan

dievaluasi. (2) penentuan Indikator Dampak Sosial, pada tahap ini di pilih indikator dampak sosial yang relevan dan dapat diukur untuk setiap kelompok pemangku kepentingan (stakeholder). (3) Pengumpulan Data, yaitu mengumpulkan data tentang biaya yang dikeluarkan dan data dampak sosial yang terkait dengan program atau proyek. Data ini dapat berupa data kualitatif dan kuantitatif. (4) Monetisasi Dampak Sosial, mengkonversi data dampak sosial ke dalam nilai finansial dengan menggunakan metode monetisasi yang sesuai. Ini dapat melibatkan teknik seperti metode *Willingness to Pay*, penghitungan nilai-nilai sosial, atau penggunaan data pasar (5) Menghitung Biaya, Hitung semua biaya yang terkait dengan program atau proyek, termasuk biaya operasional, investasi awal, dan biaya overhead. (6) menghitung SROI dan membuat laporan SROI dalam bentuk yang ringkas dapat dilihat pada Gambar 1.

### Tahap Analisis Social Return on Investment

Analisis SROI Semuanya harus dilakukan dalam empat tahap: *deadweight* dan *displacement*, *attribut*, *drop-off*, dan kalkulasi dampak. Berikut ini tabel tahapan dari pada Evaluasi dampak.

Tabel 1. Persentase Indikator SROI

No	Indikator	Persentase (%)
<b>A <i>Deadweight</i></b>		
1	Tanpa program/aktivitas dampak tidak akan ada	0
2	Tanpa program/aktivitas sebagian kecil dampak tetap ada	25
3	Tanpa program/aktivitas sebagian dampak tetap ada	50
4	Tanpa program/aktivitas sebagian besar dampak tetap ada	75
5	Tampa program/aktivitas dampak tetap ada	100
<b>B <i>Attribution</i></b>		
1	Dampak ada karena program/aktivitas yang diteliti dan bukan karena program / pihak lain.	0
2	Dampak ada karena adanya sedikit kontribusi dari program / pihak lain.	25
3	Dampak ada karena kontribusi dari program / pihak lain.	50
4	Dampak ada karena kontribusi yang signifikan dari program / pihak lain.	75
5	Dampak ada hanya karena program atau pihak lain.	100
<b>C <i>Displacement</i></b>		
1	Dampak yang ada tidak menggantikan dampak yang lain	0
2	Dampak yang ada sedikit menggantikan dampak lain	25
3	Dampak yang ada sebagian menggantikan dampak lain	50
4	Dampak yang ada secara signifikan menggantikan dampak lain	75
5	Dampak yang ada menggantikan dampak lain	100
<b>D <i>Droff-off</i></b>		
1	Dampak akan dirasakan selama waktu yang ditentukan	0
2	Dampak menurun 25% pertahun mulai dari tahun ke-2	25
3	Dampak menurun 50% pertahun mulai dari tahun ke-2	50
4	Dampak menurun 75% pertahun mulai dari tahun ke-2	75
5	Dampak tidak akan dirasakan ketika program/aktivitas selesai	100

Keterangan dalam analisis SROI mencakup beberapa komponen penting. *Deadweight* merupakan ukuran yang melihat seberapa besar suatu dampak akan terjadi tanpa adanya bantuan program atau tindakan. *Attribution* memberikan informasi bahwa terdapat program lain yang memiliki kontribusi erhadap dampak tersebut. Kontribusi ini bisa saja berasal dari program pemberdayaan lain yang diterima oleh penerima manfaat. *Displacement* digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah program atau aktivitas yang sedang diteliti tergantikan oleh aktivitas lain yang bermanfaat. *Drop-off* digunakan untuk melihat sejauh mana suatu dampak masih dirasakan oleh penerima manfaat pada jumlah yang sama pada saat diberikan program atau dampak berkurang setelah program pemberdayaan berlangsung selama 2 tahun. Persentase pada *drop-off* akan menunjukkan besar kecilnya persentase dari penurunan nilai dampak yang dirasakan oleh penerima manfaat setiap tahun.

### 3. Metode Penelitian

Perhitungan *Social Return on Investment* (SROI) digunakan untuk menghitung nilai *relative benefit* yang dibandingkan dengan biaya investasi dalam Program CSV dengan tema “*Circular Economy, Empowering UMKM*”. Perhitungan nilai manfaat dengan menggunakan SROI ini dilakukan oleh Mahasiswa Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga yang didanai dari *sponsorship* dan *partnership* beberapa perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif dengan penjabaran data bersifat *deskriptive eksplorative* (Noor, 2015). Metode *purposive sampling* digunakan untuk memilih narasumber untuk kelompok masyarakat yang telah menerima dana untuk Program CSV “*Circular Economy, Empowering UMKM*”. Metode ini digunakan untuk mempertimbangkan kebutuhan peneliti tertentu.

Populasi dalam penelitian ini adalah kelompok masyarakat yang telah diberikan pendanaan Program CSV. Penarikan sampel diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah informan sebanyak 5 orang dengan kriteria sebagai pengurus kelompok UMKM dan tokoh masyarakat Kelurahan Sambikerep. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan wawancara, observasi lapangan, dan analisis keuangan.

Data yang dikumpulkan dari lapangan kemudian dikelompokkan menggunakan metode tabulasi yang terstruktur, dan analisis dilakukan menggunakan analisis yang sesuai. Menurut pedoman yang dikeluarkan oleh SROI *Network UK* (dikenal sebagai *Social Value UK*). Lebih lanjut, evaluasi SROI harus dilakukan dalam enam fase (Banke-Thomas et al., 2015). SROI, dibangun berdasarkan pada ilmu akuntansi sosial dan analisis biaya manfaat, merupakan suatu kerangka kerja berdasarkan prinsip akuntansi sosial yang berlaku *Social Generally Accepted Accounting Principles* (SGAAP). Hal ini bertujuan untuk mempermudah mengelola dan memahami hasil perubahan sosial, ekonomi, dan lingkungan (Purwohedi, 2016). SROI menggunakan pendekatan yang berorientasi pada *stakeholders* untuk menghitung manfaat keseluruhan dari suatu program berdasarkan tiga perspektif yaitu sosial, ekonomi, dan lingkungan (Astuti, 2020).

Peta dampak (*impact map*) dapat digunakan untuk menghitung nilai *relative benefit* terhadap biaya investasi dalam Program CSV “*Circular Economy, Empowering UMKM*” melalui pendekatan perhitungan SROI secara sistematis. Data dampak program dianalisis untuk mengidentifikasi dan mengkuantifikasi setiap manfaat sosial dan ekonomi yang dihasilkan. Selanjutnya, digunakan nilai *proxy* keuangan sebagai representasi kuantitatif dari manfaat sosial yang tidak selalu dapat diukur secara langsung melalui pasar.

Dalam konteks ini, biaya pelatihan UMKM dipilih sebagai *proxy* untuk mewakili peningkatan kapasitas dan keterampilan penerima manfaat. Penggunaan biaya pelatihan sebagai *proxy* memiliki dasar validitas yang kuat, karena sejumlah studi menunjukkan bahwa akses terhadap pelatihan secara signifikan berkontribusi terhadap peningkatan pengetahuan, keterampilan, daya saing, dan peluang ekonomi pelaku UMKM (McKenzie & Woodruff, 2014; Cho & Honorati, 2014). Selain itu, menurut standar pengukuran dampak yang diterapkan dalam praktik SROI, validitas *proxy* dapat diterima apabila terdapat keterkaitan logis yang jelas antara nilai *proxy* dan perubahan sosial yang diharapkan (Nicholls et al., 2012). Oleh karena itu, penggunaan biaya pelatihan sebagai nilai *proxy* dalam perhitungan SROI ini didasarkan pada asumsi yang sah dan telah diakui dalam praktik evaluasi dampak sosial. Nilai *proxy* tersebut dihitung hingga diperoleh net present value (NPV) dari dampak program. Tahap akhir adalah menghitung rasio SROI, yakni perbandingan antara total manfaat sosial terukur dengan total investasi yang telah dikeluarkan, sebagaimana dirumuskan oleh Millar & Hall (2013).

$$SROI\ Ratio = \frac{NPV}{Value\ of\ Input}$$

Hasil perhitungan nilai *relative benefit* terhadap biaya investasi yang digunakan pada Program CSV “*Circular Economy, Empowering UMKM*” dengan perhitungan SROI dapat menunjukkan apakah biaya investasi pada program pemberdayaan sosial layak untuk dipertahankan kegiatannya di masyarakat. Hasil perhitungan SROI juga mampu memberikan informasi bermanfaat untuk stakeholder yang tergabung dalam pelaksanaan program dan pengelola program atau proyek, yang dapat membantu menentukan apakah suatu investasi layak untuk mempertahankan keberlangsungan hidupnya. SROI juga dapat membantu dalam mengidentifikasi komponen program atau proyek yang memberikan dampak sosial terbesar. Ini dapat membantu dalam mengalokasikan sumber daya dengan lebih baik ke area yang memiliki dampak sosial yang signifikan.

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1 Hasil Penelitian

#### Tahap I SROI

Menurut Sari & Premananto (2023) langkah pertama yang dilakukan dalam penghitungan SROI adalah mengidentifikasi siapa saja pemangku kepentingan, misalnya orang-orang yang berpartisipasi dalam sebuah program, komunitas di mana

sebuah program dijalankan, penyedia program, pemberi dana program, pembayar pajak, dan program-program lain yang terpengaruh oleh operasi program. Lebih lanjut, memetakan peran pemangku kepentingan sebagai apa dan dampak yang diperoleh dari Program CSV “Circular Economy, Empowering UMKM”. Tabel 2 merupakan *stakeholders* yang terkait dengan program ini:

Tabel 2. Identifikasi Stakeholders

No	Stakeholders	(*)	Alasan
1	Panitia pelaksana Mahasiswa MM Unair kelas E2M	Ya	Merupakan penerima manfaat utama; sekaligus perancang dan pelaksana kegiatan
2	Prodi S2 MM Unair	Ya	Merupakan penerima manfaat utama; sekaligus perancang dan pelaksana kegiatan CSV seluruh MM UNIAR
3	Peserta Kegiatan CSV	Ya	Penerima manfaat utama; mitra belajar sekaligus pihak yang menerima pemberdayaan
4	Warga sekitar	Ya	Memperoleh dampak tidak langsung lewat kegiatan CSV
5	Sponsorship	Ya	Memperoleh dampak yang tidak signifikan lewat kegiatan CSV (semakin dikenal reputasinya)
6	Baitul Maal Muamalat (BMM)	Ya	Memperoleh dampak yang signifikan dan relevan, lewat kegiatan CSV (semakin dikenal dan mendapatkan benefit sebagai amil zakat)
7	Narasumber	Ya	Memperoleh dampak yang yang signifikan dan relevan, meskipun pembicara terlibat dalam bagian kegiatan selama beberapa jam saja
8	Pemerintah Daerah (RW 06 Kel. Sambikerep)	Tidak	Tidak memperoleh dampak yang signifikan dan relevan, hanya menggunakan sarpras beberapa jam saja untuk kegiatan
9	Bank sampah	Tidak	Tidak memperoleh dampak yang signifikan dan relevan; karena tidak berpengaruh kepada ada tidaknya kegiatan

Note: (\*) dilibatkan dalam perhitungan SROI

### Tahap II dan III SROI

Setelah mengidentifikasi pemangku kepentingan atau *stakeholders* terkait program ini, tahap selanjutnya adalah mengimplementasikan hasil program, yang dinyatakan dalam satuan mata uang, diukur dari satu atau lebih perspektif yang mungkin (Yates & Marra, 2017). Setiap indikator kemudian dihitung dengan menggunakan nilai *proxy* yang disertai dengan pembedaan rasional atas penggunaan nilai *proxy* tersebut. Penetapan nilai *proxy* didasarkan pada pertimbangan berbagai faktor dan dapat berasal dari nilai rupiah yang didokumentasikan dengan baik, seperti kuitansi atau nota, berdasarkan pengamatan dari sumber-sumber yang dapat dipercaya, atau berdasarkan asumsi yang telah diatur secara logis, rasional, dan dapat

dipertanggungjawabkan oleh penulis (Hariadi, 2023). Dampak program untuk setiap pemangku kepentingan serta pendekatan perhitungan dan pendekatan monetisasi yang ditunjukkan melalui pada Lampiran 1.

Perhitungan dan monetisasi dampak pemangku kepentingan mempunyai makna bahwa program “*Circular Economy, Empowering UMKM*” ini memengaruhi setiap pemangku kepentingan yang dampaknya dapat diukur melalui pendekatan monetisasi. Tahapan III adalah perhitungan *outcome* SROI dengan intervensi dari atribusi *deadweight*, *attribution*, *drop-off* yang didapatkan dari Program *Circular Economy* tersaji pada Lampiran 2.

#### Tahap IV SROI

Pada tahap IV SROI yaitu menetapkan dampak program CSV. Tahap ini dilakukan dengan menghitung nilai *Present Value of Impact*, yang kemudian diproyeksikan sesuai dengan estimasi durasi dampak yang dirasakan oleh para *stakeholders*. Sementara itu, sumber daya yang digunakan atau diinvestasikan dalam pelaksanaan program dinyatakan dalam satuan mata uang sebagai *value of input*, yang merepresentasikan *initial investment* dari Program CSV “*Circular Economy, Empowering UMKM*”. Rincian nilai input ini dapat dilihat pada Lampiran 3.

#### Tahap V dan VI SROI

Tabel 3. Proyeksi *Outcome* dan Perhitungan NPV

No	Tahun ke-0	Tahun ke-1	Tahun ke-2	Tahun ke-3	Tahun ke-4	Tahun ke-5
1	Initial Investment -41.870.625	-	-	-	-	-
2	Panitia pelaksana Mahasiswa MM Unair 194.592.438	194.592.438	194.592.438	194.592.438	-	-
3	Prodi S2 MM Unair 103.062.500	103.062.500	103.062.500	103.062.500	103.062.500	103.062.500
4	Peserta Kegiatan CSV 129.522.000	129.522.000	129.522.000	129.522.000	129.522.000	129.522.000
5	Warga sekitar 6.122.500	-	-	-	-	-
6	Sponsorship 13.805.804	-	-	-	-	-
7	Baitul Maal Muamalat (BMM) 2.552.232	-	-	-	-	-
8	Narasumber 12.702.500	-	-	-	-	-
9	Total -41.870.625	462.359.973	427.176.938	427.176.938	232.584.500	232.584.500
10	Discount Rate: 10,48%					
11	PV (Rp) -41.870.625	418.512.805	349.997.417	316.805.972	156.133.053	141.326.425
12	NPV (Rp)					1.340.905.047

Tahap V dan VI SROI adalah perhitungan dan pelaporan SROI. Tahapan ini dimulai dengan menentukan *Weighted Average Cost of Capital* (WACC), yang digunakan sebagai faktor diskonto dalam perhitungan nilai Net Present Value (NPV) Program CSV “*Circular Economy, Empowering UMKM*”. Perhitungan WACC disajikan pada Lampiran 4. Setelah dilakukan perhitungan WACC, tahap akhir dari proses perhitungan SROI adalah membagi nilai *Net Present Value* (NPV) dengan *value of*

*input*, sehingga diperoleh nilai SROI akhir. Hasil perhitungan SROI berdasarkan Tabel 3 sebagai berikut

$$\text{SROI} = \frac{\text{NPV}}{\text{value of input}} = \frac{1.340.905.047}{41.870.625} = 32.02$$

## 4.2. Pembahasan

### Nilai *Relative Benefit* terhadap Biaya Investasi

Berdasarkan hasil perhitungan, nilai SROI Program “*Circular Economy, Empowering UMKM*” mencapai 32,02. Artinya, setiap Rp1 yang diinvestasikan menghasilkan manfaat sosial setara Rp32,02. Nilai ini tergolong sangat tinggi dan menunjukkan efektivitas program dalam menciptakan dampak sosial yang signifikan, khususnya dalam meningkatkan pemberdayaan ekonomi komunitas budidaya maggot dan jamur tiram di Kelurahan Sambu Kerep, Surabaya, sekaligus berkontribusi terhadap pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs).

Jika dibandingkan dengan hasil studi sebelumnya, nilai SROI ini jauh melampaui rata-rata. Millar & Hall (2013) melaporkan SROI berkisar antara 2:1 hingga 8:1 pada berbagai program pemberdayaan komunitas di sektor sosial dan kesehatan. Demikian pula, studi oleh (Nicholls et al. (2012) terkait inisiatif kewirausahaan di negara berkembang menunjukkan nilai SROI umum berada di kisaran 3:1 hingga 10:1. Dengan demikian, capaian SROI sebesar 32,02:1 dalam penelitian ini tidak hanya mengindikasikan efektivitas program, tetapi juga menunjukkan potensi besar integrasi prinsip *circular economy* dan CSV dalam menciptakan dampak sosial dan ekonomi yang berkelanjutan. Beberapa implikasi dan manfaat yang bisa disoroti adalah:

1. Pentingnya pemberdayaan pelaku UMKM: Menekankan pentingnya memberikan akses dan kesempatan yang sama dalam pemberdayaan ekonomi bagi pelaku UMKM. Hal ini tidak hanya relevan secara etis tetapi juga strategis dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.
2. Kontribusi terhadap SDGs: Penelitian ini menunjukkan bahwa program seperti “*Circular Economy. Empowering UMKM*”, khususnya komunitas budidaya maggot dan budidaya jamur tiram, memiliki potensi besar dalam mendukung beberapa target SDGs yaitu nomor 1 (pengurangan kemiskinan) dan nomor 13 (Penanganan Perubahan Iklim). Dengan demikian, pemberdayaan ekonomi pelaku UMKM adalah bagian penting dari agenda global untuk pembangunan berkelanjutan.
3. Investasi yang menghasilkan dampak besar: SROI yang tinggi menekankan bahwa investasi dalam pemberdayaan ekonomi pelaku UMKM tidak hanya bermanfaat bagi kelompok tersebut, tetapi juga bagi masyarakat secara keseluruhan. Hal ini sesuai dengan prinsip-prinsip SDGs yang menekankan pentingnya investasi yang menghasilkan dampak sosial positif.

### Relevansi Temuan dengan Konsep CSR dan CSV

Hasil ini konsisten dengan prinsip CSR yang menekankan keterkaitan erat antara keberadaan perusahaan atau institusi dengan masyarakat sekitarnya (Ramadhani et al., 2020; Selcuk & Kiyamaz, 2017). Dalam kerangka CSV, kontribusi universitas terhadap penyelesaian masalah sosial dan lingkungan sejalan dengan pandangan

Freeman et al. (2017) bahwa praktik bisnis yang berkelanjutan bertumpu pada penciptaan nilai bagi seluruh pemangku kepentingan.

Program ini mencerminkan citra positif institusi sekaligus menunjukkan komitmen terhadap pemangku kepentingan melalui pencapaian manfaat ekonomi dan sosial (Niresh & Silva, 2018). Tingginya rasio SROI menunjukkan keberhasilan mengelola hubungan dengan para pemangku kepentingan sehingga manfaat jangka panjang tercapai dan dampak negatif dapat diminimalkan. Lebih lanjut, Camilleri et al. (2012); Porter & Kramer (2011) melengkapi perspektif tersebut dengan mengusulkan bahwa CSV merupakan bentuk CSR yang dirancang secara strategis untuk menghasilkan nilai bersama bagi perusahaan dan para pemangku kepentingan.

Keterlibatan aktif berbagai pihak (universitas, UMKM, pemerintah daerah, dan komunitas) mencerminkan dua aspek kunci keterlibatan pemangku kepentingan: dimensi bisnis dan dimensi sosial (Uzoma, 2012). Sinergi ini tidak hanya menciptakan hubungan saling menguntungkan, tetapi juga mengurangi potensi konflik dan menutup kelemahan masing-masing pihak (Khatulistiwa et al., 2021). Dengan demikian, program CSV Universitas Airlangga membuktikan bahwa integrasi CSR, ekonomi sirkular, dan pemberdayaan UMKM mampu menghasilkan dampak sosial-ekonomi yang signifikan, sekaligus memperkuat peran institusi pendidikan tinggi sebagai katalis inovasi sosial di tingkat lokal.

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan perhitungan SROI, maka implementasi CSV pada pelaku UMKM budidaya maggot dan budidaya jamur tiram di Kelurahan Sambu Kerep Kota Surabaya dapat memberikan manfaat yang signifikan dalam pencapaian SDGs. Misalnya, melalui upaya yang terfokus dapat berkontribusi pada pencapaian SDGs nomor 1 (Tanpa Kemiskinan) karena yang menjadi lokus kegiatan "*Circular Economy. Empowering UMKM*" adalah masyarakat dengan penghasilan di bawah rata-rata dan merupakan ibu rumah tangga. Harapannya, dengan kegiatan CSV ini dapat mengurangi tingkat kemiskinan ekstrim. Lebih lanjut, berkontribusi pada pencapaian SDGs nomor 13 (Penanganan Perubahan Iklim), berkenaan dengan terpilihnya lokus kegiatan sebagai pemenang Program Kampung Iklim (ProKlim) Kategori Lestari dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. ProKlim bertujuan untuk meningkatkan aksi lokal adaptasi dan mitigasi perubahan iklim berbasis masyarakat. Hal ini selaras dengan Program "*Circular Economy. Empowering UMKM*" yang menciptakan komunitas masyarakat peduli dan berbudaya lingkungan hidup sebagai salah satu indikator SDGs nomor 13.

Input yang di dalamnya dipengaruhi oleh kolaborasi dan keterlibatan berbagai pemangku kepentingan seperti pemerintah, perusahaan, organisasi non-pemerintah, dan komunitas lokal sangat penting dalam membangun nilai bersama pelaku UMKM tersebut. Salah satunya, menjadi hal penting untuk memperhatikan aspek keberlanjutan jangka panjang dengan melakukan integrasi CSV dengan program Universitas. Lebih lanjut, hal ini melibatkan integrasi prinsip-prinsip ekonomi, sosial,

dan lingkungan yang berkelanjutan dalam setiap kegiatan dan keputusan yang diambil.

Analisis dalam penelitian ini menyediakan dasar yang kuat bagi praktisi, pembuat kebijakan, dan peneliti untuk menerapkan konsep CSV dan memperluas pemahaman tentang hubungan antara CSV dan SDGs. Dengan mengakui pentingnya inklusi sosial dan lingkungan dalam upaya pembangunan berkelanjutan, kegiatan CSV dengan tema “*Circular Economy. Empowering UMKM*” pada pelaku UMKM budidaya maggot dan jamur tiram ini, dapat menjadi model yang berpotensi untuk mencapai SDGs secara holistik.

Meskipun hasil penelitian ini menunjukkan potensi besar dari program pemberdayaan UMKM berbasis circular economy, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu dicermati dalam interpretasi temuan. Pertama, penelitian ini menggunakan ukuran sampel yang relatif kecil dan terbatas pada komunitas budidaya maggot dan jamur tiram di Kelurahan Sambi Kerep, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan untuk konteks UMKM yang lebih luas. Kedua, perhitungan nilai SROI sangat bergantung pada penggunaan nilai *proxy*, khususnya biaya pelatihan sebagai representasi manfaat sosial yang dihasilkan. Meskipun nilai *proxy* ini didasarkan pada kajian literatur dan logika program, tetap terdapat risiko bias atau ketidakakuratan dalam merepresentasikan seluruh manfaat sosial secara utuh.

Dengan mempertimbangkan keterbatasan tersebut, diperlukan studi lanjutan dengan cakupan sampel yang lebih besar, variasi sektor UMKM yang lebih luas, serta pendekatan triangulasi data yang lebih komprehensif untuk meningkatkan validitas dan keandalan hasil perhitungan SROI.

### Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga atas fasilitas dan dukungan yang diberikan selama proses penelitian.

### Referensi

- Afkarina, R., Cindi Septianza, Ahmad Faisol Amir, & Mochammad Isa Anshori. (2023). Manajemen Perubahan Di Era VUCA. *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(6), 41–62. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i6.332>
- Banke-Thomas, A. O., Madaj, B., Charles, A., & Van Den Broek, N. (2015). Social Return on Investment (SROI) methodology to account for value for money of public health interventions: a systematic review. *BMC public health*, 15(1), 582. <https://doi.org/10.1186/s12889-015-1935-7>
- Camilleri, M. A. (2012). *Creating shared value through strategic CSR in tourism*. Ph.D. Dissertation University of Edinburgh, Edinburgh, UK. <https://era.ed.ac.uk/bitstream/handle/1842/6564/Camilleri2012.pdf?sequence=1&andisAllowe>

- Cho, Y., & Honorati, M. (2014). Entrepreneurship programs in developing countries: A meta regression analysis. *Labour Economic*, 28, 110–130. <https://doi.org/10.1016/j.labeco.2014.03.011>
- Freeman, R. E., Dmytriyev, S., & Strand, R. G. (2017). *Managing for Stakeholders in the Digital Age. Corporate Social Responsibility: Strategy, Communication, Governance*. Cambridge University Press
- Hariadi, M. I. (2023). Analisis Perhitungan Social Return on Investment (SROI) Pada Program “Mengenal UMKM” di UMKM GTT Kediri. *Management Business Innovation Conference*, 305–318.
- Khatulistiyawati, N., Kinasih, I., Diswanto, E., Kurniawan, E., & Irfan, M. (2021). Kolaborasi stakeholder dalam pengembangan kampung wisata ekoriparian geblak jambangan. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 2(2), 317–326. <https://doi.org/10.24198/jppm.v2i2.35017>
- Uzoma, B. I. (2012). CSR stakeholder engagement and Nigerian tobacco manufacturing sub sector. *African Journal of Economic and Management Studies*, 3(1), 42–63. <http://dx.doi.org/10.1108/20400701211197276>
- McKenzie, D., & Woodruff, C. (2014). What Are We Learning from Business Training and Entrepreneurship Evaluations around the Developing World? *The World Bank Research Observer*, 29(1), 48–82. <https://doi.org/10.1093/wbro/lkt007>
- Millar, R., & Hall, K. (2013). Social return on investment (SROI) and performance measurement: The opportunities and barriers for social enterprises in health and social care. *Public Management Review*, 15(6), 923–941. <https://doi.org/10.1080/14719037.2012.698857>
- Nicholls, J., Lawlor, E., Neitzert, E., & Goodspeed, T. (2012). *A guide to Social Return on Investment*. The SROI Network. <https://socialvalueselfassessmenttool.org/wp-content/uploads/intranet/758/pdf-guide.pdf>
- Niresh, J. A., & Silva, W. H. E. (2018). The nexus between corporate social responsibility disclosure and financial performance: Evidence from the listed banks, finance and insurance companies in Sri Lanka. *Accounting and Finance Research*, 7(2), 65–82. <https://doi.org/10.5430/afr.v7n2p65>
- Noor, Z. Z. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Petunjuk Praktis untuk Penyusunan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Deepublish.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). How to reinvent capitalism—and unleash a wave of innovation and growth. *Manag Sustain Bus*, 323.
- Purwohedi, U. (2016). *Social Return on Investment (SROI): Sebuah Teknik untuk Mengukur Manfaat / Dampak dari Sebuah Program atau Proyek*. Leutikaprio.
- Ramadhani, P. E., Saputri, A. E., & Raharjo, S. T. (2020). CSR dan penyandang disabilitas. *Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 144–148.
- Robbins, S. P., Coulter, M., & Randel, A. (2020). *Management, Global Edition (15 ed.)* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Sari, L. P., & Premananto, G. C. (2023). Analisis Social Return on Investment (SROI) pada Program Creating Shared Value dengan Tema “Daya Sinergi Airlangga

- 2023.” *Bhakti Persada Jurnal Aplikasi IPTEKS*, 9(2), 88–99.  
<https://doi.org/10.31940/bp.v9i2.88-99>
- Selcuk, E. A., & Kiyamaz, H. (2017). Corporate social responsibility and firm performance: Evidence from an emerging market. *Accounting and Finance Research*, 6(4), 42-51. <https://doi.org/10.5430/afr.v6n4p42>
- Usman, A., Kadir, A., & Firdaus, F. (2022). Partisipasi Sosial Masyarakat Pada Program Kota Sehat Di Kota Bima. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 9(2), 519-526.  
<https://doi.org/10.37676/professional.v9i2.3437>
- Astuti, V. S. (2020). Analisis SROI (social return on investment) dalam mengukur keberhasilan program CSR Mikrohydro oleh PT. PJB UP Paiton di desa Andungbiru, kabupaten Probolinggo. *Publicio: Jurnal Ilmiah Politik, Kebijakan Dan Sosial*, 2(2), 15-22. <https://doi.org/10.51747/publicio.v2i2.601>
- Yates, B. T., & Marra, M. (2017). Introduction: Social Return On Investment (SROI). *Evaluation and Program Planning*, 64, 95–97.  
<https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2016.10.013>

Lampiran 1. Teknik Monetasi, Nilai *Proxy*, dan Durasi *Outcome*

No	Dampak	Durasi (tahun)	<i>Proxy</i>	Nilai <i>Proxy</i> (Rp)	Dasar Rasionalisasi
Panitia pelaksana Mahasiswa MM Unair					
1	Peningkatan kemampuan individu	3	Biaya mengikuti kelas pelatihan kepemimpinan	3.500.000	Pembelajaran yang <i>stakeholder</i> peroleh akan sebanding dengan beberapa kelas terbatas yang diisi fasilitator-fasilitator berlatar-belakang praktisi ternama di bidangnya. Selain itu, kelas-kelas ini memiliki <i>key takeaways</i> yang sesuai dengan kebutuhan <i>stakeholder</i> .
		1	Biaya mengikuti kursus kreatifitas	4.000.000	
		1	Biaya mengikuti kelas komunikasi	3.500.000	
		1	Biaya mengikuti kelas perencanaan strategis	3.500.000	
		3	Biaya mengikuti kelas CSR	4.500.000	
		1	Biaya mengikuti kelas manajemen waktu	3.800.000	
		1	Biaya mengikuti kelas pelatihan jejaring	4.000.000	
		1	Biaya mengikuti kelas penanganan media	1.200.000	
		3	Biaya mengikuti kelas <i>junior PR</i>	5.250.000	
2	Peningkatan kemampuan kelompok	1	Biaya mengikuti kelas negosiasi	4.000.000	
		1	Biaya mengikuti kelas manajemen kegiatan	3.000.000	
		1	Biaya mengikuti kelas team building	4.500.000	
		1	Biaya mengikuti kelas probelem solving	3.500.000	
		3	Biaya mengikuti kelas manajemen konflik	5.150.000	
3	Fasilitas Kegiatan	1	Standar harga rata-rata kaos	100	Nilai aktual hadiah/ barang/ konsumsi yang diperoleh
		1	Biaya konsumsi per pax	72	
		1	Biaya penerbitan 1 buah	15	
Prodi S2 MM Unair					
4	Peningkatan reputasi Prodi	5	Standar rate pasar	4.000.000	Nilai aktual dari pembuatan video branding kegiatan CSV Nilai aktual jasa peliputan oleh media tertentu yang terstandar Merupakan salah satu perlindungan hukum, dan hak cipta serta nilai ekonomi yang ada didalamnya Dengan pelaksanaan kegiatan CSV diharapkan akan lebih banyak mahasiswa MM UNAIR
		5	Standar rate pasar	6.000.000	
		1	biaya standar penerbitan @500.000/media	5.000.000	
		5	Tarif standar HAKI	1.800.000	
		5	Biaya pendaftaran masuk MM Unair	35.000.000	

No	Dampak	Durasi (tahun)	Proxy	Nilai Proxy (Rp)	Dasar Rasionalisasi
5	Pengenalan Metodologi Pembelajaran Lapangan	5	Biaya mengikuti kelas tentang CSR dan CSV	4.500.000	Pembelajaran yang stakeholder peroleh pada kelas terbatas dengan fasilitator ternama di bidangnya.
6	Peningkatan hubungan eksternal	1	Biaya transportasi dalam kota	150	Merupakan bagian dari <i>marketing cost</i> dalam menjalin hubungan dengan pihak eksternal
		1	Biaya yang timbul karena kolaborasi dengan pihak eksternal	3.500.000	
Peserta Kegiatan CSV					
7	Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan	3	Biaya mengikuti kelas literasi keuangan	4.000.000	Pembelajaran yang stakeholder peroleh akan sebanding dengan beberapa kelas terbatas yang diisi fasilitator-fasilitator berlatar-belakang praktisi ternama di bidangnya. Selain itu, kelas-kelas ini memiliki key takeaways yang sesuai dengan kebutuhan stakeholder.
		3	Biaya mengikuti kelas teknik pemasaran	5.500.000	
		3	Biaya mengikuti kelas kewirausahaan	2.500.000	
		1	Biaya mengikuti kelas budidaya Maggot dan Jamur Tiram	5.000.000	
		1	Biaya mengikuti kelas memasak	4.900.000	
8	Upscaling Usaha	5	Berdasar Harga pasar	7.175.000	Nilai aktual barang yang diperoleh Nilai aktual jasa peliputan oleh media tertentu yang terstandar
		1	biaya standar penerbitan @500.000/media	5.000.000	
9	Fasilitas Kegiatan	1	Biaya konsumsi per pax	72	Nilai aktual hadiah/barang/konsumsi yang diberikan
		1	Biaya pengadaan doorprize	80	
		1	Biaya pengadaan souvenir	40	
		1	Biaya pengadaan seminar kit	25	
		1	Biaya pengadaan sertifikat	7.5	
Warga sekitar					
10	Sehat Jasmani	1	tarif instruktur harga pasar	500	Nilai aktual hadiah/barang/konsumsi yang diberikan
		1	Biaya konsumsi per pax	72	
11	Penerimaan bantuan	1	Biaya pengadaan bansos	60	
12		1	Biaya konsumsi per pax	20	

No	Dampak	Durasi (tahun)	Proxy	Nilai Proxy (Rp)	Dasar Rasionalisasi
	Peningkatan Perekonomian warga	1	biaya standar penerbitan @500.000/media	5	Nilai aktual jasa peliputan oleh media tertentu yang terstandar
Sponsorship					
13	Peningkatan reputasi instansi/perusahaan	1	Biaya sebagai sponsorship	2.678.571	Termasuk dalam <i>marketing cost</i> untuk meningkatkan reputasi perusahaan
		1	biaya standar penerbitan @500.000/media	5.000.000	Nilai aktual jasa peliputan oleh media tertentu yang terstandar
Baitul Maal Muamalat (BMM)					
14	Peningkatan reputasi instansi/perusahaan	1	Biaya sebagai sponsorship	2.678.571	Termasuk dalam <i>marketing cost</i> untuk meningkatkan reputasi perusahaan
		1	biaya standar penerbitan @500.000/media	5.000.000	Nilai aktual jasa peliputan oleh media tertentu yang terstandar
15	Mendapatkan pendapatan	1	Porsi bagian sebagai amil zakat	800	Nilai aktual sebagai amil zakat
Narasumber					
16	Peningkatan reputasi	1	biaya standar penerbitan @500.000/media	5.000.000	Nilai aktual jasa peliputan oleh media tertentu yang terstandar
17	Penambahan relasi	1	Biaya yang timbul dalam membangun relasi	4.200.000	Nilai aktual yang diperoleh dari hasil pemesanan sarpras
18	Fasilitas Kegiatan	1	Biaya konsumsi per pax	72	Nilai aktual hadiah/barang/konsumsi yang diberikan
		1	Harga Pasar	300	
		1	Harga Pasar	7.5	

Lampiran 2. *Outcome* Hasil Monetisasi Kegiatan

Dampak	Indikator	Nilai Proxy (Rp)	Kuantitas	Deadweight	Atribution	Drop Off	Nilai Dampak (Rp)
Peningkatan kemampuan individu	Kepemimpinan	3.500.000	16	25%	50%	75%	5.250.000
	Kemampuan berfikir kreatif	4.000.000	16	50%	50%	0%	16.000.000
	Kemampuan komunikasi	3.500.000	34	25%	75%	0%	22.312.500
	Kemampuan berfikir strategis	3.500.000	16	25%	75%	0%	10.500.000
	Pemahaman CSR dan CSV	4.500.000	34	25%	50%	75%	14.343.750
	Manajemen waktu	3.800.000	34	50%	75%	0%	16.150.000
	Networking	4.000.000	34	50%	75%	0%	17.000.000
	Handling Media	1.200.000	3	25%	75%	0%	675.000
	Public Relation (PR)	5.250.000	3	25%	75%	50%	1.476.563
Peningkatan kemampuan kelompok	Kemampuan Negosiasi	4.000.000	16	25%	75%	0%	12.000.000
	Manajemen Event	3.000.000	34	25%	75%	0%	19.125.000
	Team Building	4.500.000	34	25%	75%	0%	28.687.500
	Kemampuan problem solving	3.500.000	16	25%	75%	0%	10.500.000
	Manajemen Konflik	5.150.000	34	25%	75%	50%	16.415.625
Fasilitas Kegiatan	Kaos panitia	100.000	34	0%	25%	0%	2.550.000
	Konsumsi	72.000	34	0%	50%	0%	1.224.000
	ID card	15.000	34	0%	25%	0%	382.500
Panitia pelaksana Mahasiswa MM Unair							194.592.438
Peningkatan reputasi Prodi	Vidio branding	4.000.000	1	0%	50%	25%	1.500.000
	Dokumentasi kegiatan	6.000.000	1	0%	50%	25%	2.250.000
	Publikasi di media	5.000.000	1	0%	75%	0%	1.250.000
	Publikasi HAKI	1.800.000	1	0%	25%	25%	1.012.500
	Minat calon mahasiswa	35.000.000	20	25%	75%	50%	65.625.000
Pengenalan Metodologi Pembelajaran Lapangan	Pembelajaran CSR dan CSV di lapangan	4.500.000	34	25%	75%	0%	28.687.500
	Interaksi dengan pihak eksternal	150.000	1	25%	0%	0%	112.500

Dampak	Indikator	Nilai Proxy (Rp)	Kuantitas	Deadweight	Atribution	Drop Off	Nilai Dampak (Rp)
Peningkatan hubungan eksternal	Kerjasama dengan pihak eksternal	3.500.000	1	25%	0%	0%	2.625.000
Prodi S2 MM Unair							103.062.500
Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan	Pengetahuan Literasi Keuangan	4.000.000	37	25%	50%	75%	13.875.000
	Pengetahuan Literasi Pemasaran	5.500.000	37	25%	50%	75%	19.078.125
	Pengetahuan Literasi Kewirausahaan	2.500.000	37	25%	50%	75%	8.671.875
	Pengetahuan Literasi Optimalisasi Budidaya	5.000.000	37	25%	75%	0%	34.687.500
	Keterampilan Pengolahan Hasil Budidaya	4.900.000	37	0%	75%	0%	45.325.000
Upscaling Usaha	Bantuan Sarana Prasarana Usaha	7.175.000	1	0%	50%	25%	2.690.625
	Publikasi Usaha di Media cetak dan Elektronik	5.000.000	1	0%	75%	0%	1.250.000
Fasilitas Kegiatan	Konsumsi	72.000	37	0%	50%	0%	1.332.000
	Doorprize	80.000	10	0%	25%	0%	600.000
	Souvenir	40.000	37	0%	25%	0%	1.110.000
	Seminar Kit	25.000	37	0%	25%	0%	693.750
	Sertifikat	7.500	37	0%	25%	0%	208.125
Peserta Kegiatan CSV							129.522.000
Sehat Jasmani	senam pagi	500.000	1	0%	50%	75%	62.500
	Konsumsi	72.000	40	0%	50%	0%	1.440.000
Penerimaan bantuan	Bantuan Sosial	60.000	100	0%	50%	0%	3.000.000
Peningkatan Perekonomian warga Warga sekitar	Pembelian konsumsi dari warga sekitar	20.000	37	0%	50%	0%	370.000
	Publikasi melalui Media	5.000.000	1	0%	75%	0%	1.250.000
Warga sekitar							6.122.500
Peningkatan reputasi instansi/perusahaan	Promosi logo perusahaan	2.678.571	25	25%	75%	0%	12.555.804
	exposure media	5.000.000	1	0%	75%	0%	1.250.000
Sponsorship							13.805.804
	Promosi logo BMM	2.678.571	1	25%	75%	0%	502.232

Dampak	Indikator	Nilai Proxy (Rp)	Kuantitas	Deadweight	Atribution	Drop Off	Nilai Dampak (Rp)
Peningkatan reputasi instansi/perusahaan	exposure media	5.000.000	1	0%	75%	0%	1.250.000
Mendapatkan pendapatan	Hak atas Amil Zakat	800.000	1	0%	0%	0%	800.000
Baitul Maal Muamalat (BMM)							2.552.232
Peningkatan reputasi	exposure media	5.000.000	1	0%	75%	0%	1.250.000
penambahan relasi	dijadikan rujukan dan tempat pemesanan sarpras	4.200.000	5	0%	50%	0%	10.500.000
Fasilitas Kegiatan	Konsumsi	72.000	5	0%	50%	0%	180.000
	Plakat	300.000	5	0%	50%	0%	750.000
	Sertifikat	7.500	6	0%	50%	0%	22.500
Narasumber							12.702.500

Lampiran 3. *Initial Investment / Pengeluaran*

Jenis	Jumlah	Harga	Total Biaya
<b>Narasumber</b>			
Narasumber Kewirausahaan	1	1.000.000	1.000.000
Narasumber Pemasaran	0	1.000.000	0
Narasumber Keuangan	1	1.000.000	1.000.000
Narasumber Jamur	1	1.000.000	1.000.000
Narasumber Magot	1	1.000.000	1.000.000
<b>Transportasi</b>			
BBM	1	467.920	467.920
<b>Konsumsi</b>			
Konsumsi panitia dan peserta	76	42.099	3.199.500
<b>Backdrop spanduk</b>			
Banner 300x200	6	30.000	180.000
Banner 280x100	3	30.000	90.000
X banner	2	160.000	320.000
<b>Media</b>			
Media (media tulis dan tv vidio)	8	375.000	3.000.000
<b>ATK BHP</b>			
Tas sponbond	10	34.000	340.000
Notebook	30	7.500	225.000
Ballpont	50	6.500	325.000
Sablon tas	100	8.000	800.000
Card case name tag	4	6.700	26.800
Kertas foto paper glosy	1	19.800	19.800
Tali gantungan	30	700	21.000
Tali gantungan	34	700	23.800
Taplak meja makan	4	8.750	35.000
Taplak meja makan	3	10.220	30.660
Kantong plastik sampah	2	27.300	54.600
Ly 208	1	60.000	60.000
Rafia	1	15.000	15.000
Atk pines v tec	10	850	8.500
Baterai alkaline	1	43.900	43.900
Paperline kuitansi mini	1	2.600	2.600
Amplop	1	9.990	9.990
Tissue	2	16.990	33.980
Ematerai	3	10.000	30.000
plakat	5	260.000	1.300.000
sertipikat	70	6.000	420.000
jersey	34	65.000	2.210.000
starindo gelas kopi	3	17.000	51.000
<b>Sewa</b>			
Sewa AC	2	375.000	750.000
Sewa perlengkapan proyektor RW	1	250.000	250.000
Sewa genset 80KvA	1	1.700.000	1.700.000
Sewa tenda	1	250.000	250.000
<b>Cooking Class</b>			



Jenis	Jumlah	Harga	Total Biaya
Tenaga ahli	1	2.000.000	2.000.000
Bahan (jamur)	1	100.000	100.000
Supporting			
Ongkir	1	15.700	15.700
Go send	1	41.000	41.000
Gojek	1	48.000	48.000
Uang kebersihan	1	200.000	200.000
Belanja Modal			
Mesin pencacah magot			3.684.375
Alat siram misty jamur			1.350.000
Baglog			1.125.000
Termometer			225.000
Set kompor			787.500
Perbaikan			
Sarpras rusak			150.000
Sub total uang tunai			30.020.625
Penyaluran sponsor dalam bentuk barang			11.850.000
<b>TOTAL PENGELUARAN</b>			<b>41.870.625</b>

## Lampiran 4 Penentuan WACC

Subject	Satuan	Keterangan	Sumber
Initial Investment Program CSV	41.870.625	Merupakan dana yang dikeluarkan	Catatan Keuangan oleh Bendahara Kegiatan CSV
Discount Rate			
Keterangan	Value	Keterangan	Sumber
Market Risk Premium	3,77%	Market Risk Premia	<a href="http://www.market-risk-premia.com/id.html">http://www.market-risk-premia.com/id.html</a>
Risk Free	6,82%	PHEI Indonesia Government Yield	<a href="https://www.phei.co.id/en-us/Data/Fair-Prices-and-Yield">https://www.phei.co.id/en-us/Data/Fair-Prices-and-Yield</a>
Beta	0,97	Unlevered Beta Education (Damodaran 2024)	<a href="https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/totalbeta.html">https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/totalbeta.html</a>
CAPM/COE	10,48%		
Cost of Debt (COD)	10,00%	Berdasarkan Suku Bunga Kredit Modal Kerja	Perbankan di Indonesia
Proporsi Pendanaan			
Ekuitas	100%		
Utang	0%		
WACC	10,48%		