

## Analisis Social Return on Investment (SROI) pada Program Creating Shared Value dengan Tema “Daya Sinergi Airlangga 2023”

Lia Puspita Sari <sup>1\*</sup>, Gancar Candra Premananto <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Indonesia

\*Corresponding Author: [liasari.lydia@gmail.com](mailto:liasari.lydia@gmail.com)

**Abstrak:** Anak-anak disabilitas sering menghadapi tantangan dalam mendapatkan akses dan kesempatan yang sama dalam pemberdayaan ekonomi, sehingga mempengaruhi perkembangan potensi dan kontribusi mereka dalam masyarakat. Namun, jika diberikan kesempatan dan akses yang sama, anak-anak disabilitas memiliki potensi yang sama untuk berkembang dan berkontribusi dalam masyarakat. *Creating Shared Value* untuk pemberdayaan ekonomi anak-anak disabilitas, yang sejalan dengan SDGs dengan berkontribusi pada pencapaian SDG nomor 4, yaitu Pendidikan Berkualitas, dengan memberikan peluang pendidikan dan pelatihan yang inklusif bagi anak-anak disabilitas, dan SDG nomor 10 yaitu Pengurangan Ketimpangan, melalui inklusi sosial dan ekonomi anak-anak disabilitas dalam masyarakat. Dengan demikian strategi CSV adalah Langkah progresif dalam mendukung agen 2030 untuk Pembangunan berke-lanjutan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif kausalitas dengan melakukan identifikasi pemangku kepentingan, indikator dampak sosial, pengumpulan data, nilai moneterisasi dan kemudian menghitung nilai SROI. Hasilnya diperoleh rasio 7,17 yang berarti bahwa setiap Rp. 1 yang diinvestasikan pada program Daya Sinergi Airlangga ini, akan menghasilkan timbal balik social Rp. 7,17 rupiah. Nilai SROI ini cukup tinggi dan menghasilkan return yang cukup tinggi.

**Kata Kunci:** anak disabilitas, creating share, SDG, SROI, social return, sustainable

**Abstract:** Children with disabilities often face challenges in accessing equal opportunities and empowerment in the economic sphere, which affects their potential development and contributions to society. However, when provided with the same opportunities and access, children with disabilities have the same potential to thrive and contribute to society. *Creating Shared Value (CSV)* for the economic empowerment of children with disabilities, aligned with the Sustainable Development Goals (SDGs), contributes to the achievement of SDG number 4, Quality Education, by providing inclusive educational opportunities and training for children with disabilities and also aligns with SDG number 10, Reduced Inequalities, through the social and economic inclusion of children with disabilities in society. Therefore, the CSV strategy is a progressive step in supporting the 2030 agents for Sustainable Development. The research method used is a quantitative causality approach, involving stakeholder identification, social impact indicators, data collection, monetization, and subsequently calculating the Social Return on Investment (SROI). The results show an SROI ratio of 7.17, meaning that for every Rp. 1 invested in the Airlangga Synergy Power program, there will be a social return of Rp. 7.17. This SROI value is quite high and yields a substantial return.

**Keywords:** children with disabilities, creating share, SDG, SROI, social return, sustainable

**Informasi Artikel:** Pengajuan 28 Agustus 2023 | Revisi 5 September 2023 | Diterima 8 November 2023

**How to Cite:** Sari, L. P. (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.

### Pendahuluan

Anak-anak disabilitas seringkali menghadapi tantangan dalam memperoleh akses dan kesempatan yang sama dalam pemberdayaan ekonomi. Masyarakat memiliki pandangan yang berbeda terhadap disabilitas yang berada disekitar mereka. Masyarakat menganggap disabilitas sebagai abnormalitas dan dampaknya seringkali berujung pada anggapan bahwa kaum disabilitas adalah kaum abnormal dan obyek yang layak dikasihani, diberi donasi, serta tidak dapat mandiri (Anggreni *et al.*, 2022). Hal ini dapat berdampak pada kemampuan mereka untuk mengembangkan potensi dan kontribusi dalam masyarakat. Di sisi lain anak disabilitas memiliki potensi yang sama untuk mengembangkan diri dan berkontribusi dalam masyarakat jika diberi kesempatan dan akses yang sama (Muktiwibowo & Prayogi, 2022). Oleh karena itu, pemberdayaan ekonomi anak disabilitas merupakan hal yang sangat penting dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Tujuan Pembangunan Berkelanjutan atau lebih dikenal dengan *Sustainable Development Goals (SDGs)* merupakan program global yang dirancang oleh PBB dengan tujuan mengatasi permasalahan global seperti kemiskinan, ketimpangan sosial, perubahan iklim, dan

degradasi lingkungan (Usman *et al.*, 2022). Namun, dalam beberapa kasus upaya pencapaian SDGs oleh pemerintah mengalami kendala pendanaan. SDGs menawarkan peluang bagi para pelaku global untuk bekerja sama mencapai hasil yang signifikan dalam mengurangi kemiskinan dan menjamin masa depan yang lebih berkelanjutan bagi umat manusia dan planet ini, salah satu caranya adalah dengan keterlibatan perusahaan melalui program CSR yang konstruktif (Sudirman, *et al.*, 2021). SDGs mencakup 17 tujuan yang saling terkait dan saling mendukung untuk mencapai pembangunan yang berkelanjutan, beberapa diantaranya adalah Tujuan-1 Tanpa Kemiskinan, Tujuan-8 Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi serta Tujuan-17 Kemitraan untuk Mencapai Tujuan.

Pemerintah Kota Surabaya berupaya memfasilitasi anak-anak disabilitas di Kota Surabaya dalam mengembangkan bakat dan kreativitasnya dengan membangun Rumah Anak Prestasi yang telah dibuka secara resmi pada 22 September 2022. Pada Rumah Anak Prestasi disediakan fasilitas untuk pengembangan bakat dari musik, model, melukis, kerajinan tangan, menjahit dan akan terus berkembang nantinya. Diperlukan upaya berkelanjutan dari langkah awal yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Surabaya sehingga kebijakan tersebut dapat benar-benar memberikan manfaat bagi anak disabilitas di Kota Surabaya dan dapat berlanjut serta berdaya ekonomi. Keberlanjutan program tersebut dapat didukung melalui melibatkan Perusahaan melalui penerapan konsep *Creating Shared Value (CSV)*. *Creating Shared Value* merupakan konsep yang dikenalkan oleh Porter & Kramer (2011), yaitu konsep yang menekankan pada penciptaan nilai bersama antara perusahaan dengan masyarakat. Di sisi lain, Mahasiswa harus melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, salah satunya pada pengabdian pada masyarakat dimana Perguruan tinggi harus memberikan pelayanan dan kontribusi nyata kepada masyarakat melalui kegiatan pengabdian pada masyarakat. Sebagai perwujudan tersebut, Mahasiswa Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Airlangga mengambil tema "**DAYA SINERGI AIRLANGGA** (ber**DAYA** berkar**YA** berprestasi**SI** demi **NE**geri dengan **Go**otong royong dan **In**ovasi)" melaksanakan kegiatan berupa ide praktik baik pelaksanaan *Creating Shared Value* untuk pemberdayaan ekonomi anak disabilitas, dengan mendukung *Sustainable Development Goals (SDGs)* terkait Surabaya.

## Metode

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kuantitatif atau penelitian kausal, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh satu atau beberapa variabel. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mencapai tujuan penelitian melalui evaluasi empiris yang meliputi metode pengukuran dan analisis numerik (Bell, 2019). Dalam penelitian ini, bahan yang digunakan mencakup data primer yang diperoleh melalui pengolahan data dari observasi, serta data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber literatur. Selain itu juga dilakukan wawancara dengan pihak-pihak terkait yang terlibat dalam program Daya Sinergi Airlangga.

Data yang digunakan kemudian dikelompokkan. Informasi yang dapat diukur dengan jelas dalam bentuk nilai konstan dalam mata uang rupiah, seperti data pembelian barang, dapat diubah menjadi rupiah dan dimasukkan sebagai input yang dapat diandalkan. Namun, untuk informasi yang masih bersifat asumsi atau estimasi, efek yang dirasakan yang tidak dapat diukur secara kuantitatif (seperti manfaat berdasarkan peningkatan pengetahuan, perubahan pola pikir, dan nilai layanan) kemudian dihitung secara kualitatif dengan menggunakan konteks dan dasar yang jelas dari program yang dapat dipertanggungjawabkan.

Program Daya Sinergi Airlangga telah dilakukan dalam 3 tahapan kegiatan yaitu tahapan pertama dengan melakukan identifikasi potensi yang bisa dilakukan oleh anak disabilitas, antara lain potensi karya melukis, menyanyi, modeling and fotografi. Dalam identifikasi potensi ini, juga dilakukan wawancara dengan pengelola RAP, wali murid anak-anak disabilitas dan para *stakeholder*.

Dari potensi tersebut, berlanjut ke tahap kedua yaitu evaluasi potensi yang dimiliki anak disabilitas, dan menentukan potensi untuk dapat dibuat skema/sistem yang dapat direplikasi pelaksanaannya dalam menghasilkan karya lain untuk pemberdayaan ekonomi mereka. Evaluasi mendalam dilakukan oleh panitia atau mahasiswa untuk memperoleh keputusan yang tepat dan memberikan *value* baik bagi anak-anak disabilitas maupun *stakeholder* yang terlibat. Pada tahap kedua ini diputuskan bahwa potensi melukis yang akan diambil dan dikembangkan. Panitia dan *stakeholder* melakukan *supporting* 1 paket mesin sablon, 1 paket mesin scanner, PC untuk administrasi dan *design* serta beberapa kaos putih sebagai sampel untuk penyablonan. Alur dari tahap kedua ini adalah dipilih beberapa hasil melukis anak disabilitas melalui metode *pooling* dan dipilih 5 hasil Lukis dengan *pooling* di atas untuk diteruskan dalam skala pembuatan besar. Dari 5 hasil Lukis ini kemudian dituangkan dalam bentuk gambar digital yang kemudian dilakukan penyablonan pada kaos polos berwarna putih. Untuk proses penyablonan, dilakukan pembinaan terlebih dahulu oleh instruktur sablon dari paket alat yang dibeli. Sebelumnya terdapat anak disabilitas yang telah mempunyai ketrampilan menyablon secara manual, pada tahapan ini mereka mendapat pelatihan tambahan sablon menggunakan alat. Dari tahap kedua ini kemudian didapatkan

taksiran kapasitas produksi sablon per harinya. Hasil dari evaluasi sampai tahap ini adalah bahwa diperlukan terobosan dalam marketing produk untuk moneterisasi karya anak-anak disabilitas ini.

Selanjutnya tahap ketiga adalah tahap marketing produk. Pada tahapan ini, anak-anak disabilitas dan pengurus RAP diberikan pelatihan marketing secara *online* yaitu dengan memanfaatkan Instagram dan salah satu *marketplace* terbesar yaitu Tokopedia. Instruktur marketing online ini memberikan penjelasan tentang tahapan proses *handling* akun di Tokopedia, mulai dari pembuatan akun RAP, *upload* produk, penanganan pesanan sampai cara kirim paket ke konsumen

## Hasil dan Pembahasan

### Analisis *Social Return On Investment*

Yang dilakukan dalam penghitungan *Social Return On Investment (SROI)* adalah mengidentifikasi siapa sa-ja pemangku kepentingan, misalnya orang-orang yang berpartisipasi dalam sebuah program, komunitas di mana sebuah program beroperasi, penyedia program, pemberi dana program, pembayar pajak, program-program lain yang terpengaruh oleh operasi program, penilai diri sendiri (Yates & Marra, 2017), memetakan perannya sebagai apa dan dampak yang diperoleh dari Daya Sinergi Airlangga. Tabel 1 merupakan *stakeholder* yang terkait dengan program ini:

**Tabel 1.** Identifikasi peran dan dampak pemangku kepentingan

<i>Stakeholder</i>	Peran	Dampak
Panitia Pelaksana / Penggerak Program	Sebagai konseptor, penggerak dan pelaksana program	Mendapatkan pembelajaran dan pengalaman melalui Gerakan <i>social</i> yang bermanfaat bagi para Disabilitas dan masyarakat.
Prodi Magister Manajemen, Universitas Airlangga	Sebagai institusi yang menaungi terselenggaranya program ini	Institusi yang digaungkan media sebagai pemrakarsa program ini dan meningkatkan <i>branding</i> program studi dan universitas
Peserta Disabilitas Rumah Anak Prestasi	Sebagai peserta dan pelaku kegiatan pengembangan produk	Mendapatkan pembelajaran mengenai pengembangan produk dan Teknik <i>marketing</i> dari produk mereka
Rumah Anak Prestasi	Sebagai institusi yang menaungi peserta	Mendapatkan strategi baru dalam hal pengembangan produk dan pemasaran produk melalui <i>e commerce</i>
Keluarga peserta disabilitas	Sebagai pendamping peserta disabilitas, baik selama acara berlangsung maupun dalam kehidupan sehari-hari	Mendapatkan gambaran cara pendampingan anak dalam pengembangan bakatnya. Memiliki harapan bahwa anaknya memiliki kesempatan berkembang seperti manusia normal pada umumnya
Pemerintah (Pusat, Provinsi dan Kota)	Sebagai pembuat kebijakan dan pemberi dukungan program ini dapat berjalan bahkan dapat digunakan sebagai program kesetaraan dari pemerintah	Memiliki rancangan program kesetaraan dan Pendidikan inklusi melalui program ini
Dinas terkait (Dinas Pendidikan, Dinas Sosial)	Sebagai pembuat kebijakan dan pelaku dalam pelaksanaan program kesetaraan dan Pendidikan inklusi	Memiliki gambaran rancangan program kesetaraan dan kurikulum Pendidikan inklusi, terlebih lagi sebagai bahan ajar atau silabus pendidikan
Sponsor	Sebagai pemberi dana maupun barang guna terselenggaranya program	Mendapat eksistensi perusahaannya sebagai bentuk dukungan pada program Daya Sinergi ini.
<i>Media Partner</i>	Sebagai penyambung informasi, media promosi dan penyambung semangat kesetaraan untuk masyarakat luas	Media juga mendapatkan wadah promosi dengan memberikan program ini, karena antusiasme masyarakat terhadap acara ini sangat baik.
Pembeli produk hasil karya anak RAP	Sebagai pembeli hasil karya anak RAP	Memiliki kaos/ barang yang memiliki manfaat sekaligus bernilai seni yang memiliki cerita dan rasa yang mendalam
Masyarakat luas	Sebagai penonton ataupun pendengar terkait program ini	Masyarakat hanya mendapat informasi dan edukasi bahwa terdapat program dan hasil karya anak disabilitas yang produknya dapat dimanfaatkan oleh mereka dalam kehidupan sehari-hari

Setelah mengidentifikasi pemangku kepentingan atau *stakeholder* terkait program ini, serta memetakan peran dan dampak dari program, tahap selanjutnya adalah mengimplementasikan hasil program, yang dinyatakan dalam satuan mata uang, diukur dari satu atau lebih perspektif yang mungkin (termasuk masyarakat, pemberi dana, penyedia, klien, pembayar pajak, penilai) (Yates & Marra, 2017). Setiap indikator kemudian dihitung dengan menggunakan nilai proksi yang disertai dengan pembenaran rasional atas penggunaan nilai proksi tersebut. Penetapan nilai proksi 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 Tabel 2 berikut:

**Tabel 2.** Perhitungan dan monetisasi dampak pemangku kepentingan

No	Dampak	Proxy	Perhitungan Monetisasi	Dasar Rasionil
<b>Panitia Pelaksana / Penggerak Program</b>				
1	Edukasi CSR/CSV	Biaya training dan sertifikasi	3.500.000 /orang	Daya Sinergi Airlangga ini merupakan bentuk pengimplementasian CSV
2	Keahlian berpikir strategis dan kritis	Biaya training berpikir strategis dan kritis	500.000 /orang	Kegiatan ini perlu keahlian berpikir strategis dan kritis agar pesan dan semangat kesetaraan dapat disampaikan
3	Teknik Negosiasi, <i>Lobbying</i> dan <i>Networking</i>	Biaya kelas professional <i>Communication (Negosiasi, Lobbying dan Networking)</i>	1.000.000 /orang	Proses dan saat program ini berlangsung banyak mengajarkan teknik negosiasi, lobbi dan <i>network</i> misalnya dengan <i>sponsorship</i> , pemerintahan, media dan semua pihak yang terlibat.
4	<i>Digital Marketing</i>	Biaya kelas <i>digital marketing</i>	1.500.000 /orang	Program <i>marketing e commerce</i> pada Daya Sinergi Airlangga ini dengan menghadirkan professional <i>e commerce</i> yang berasal dari panitia sendiri
5	Kemampuan berpikir Inovatif dan kreatif	Biaya kelas berpikir inovatif dan kreatif	400.000 /orang	Program ini sangat mengajarkan berpikir kreatif dan inovatif karena para peserta merupakan anak disabilitas yang memiliki ketrampilan menonjol yang perlu diasah
6	Kepemimpinan	Biaya kelas kepemimpinan	400.000 /orang	Program ini mengajarkan bagaimana memimpin sebuah program yang digerakkan untuk umum, menggerakkan tim internal panitia.
7	Manajemen Waktu	Biaya Kelas Manajemen Waktu	400.000 /orang	Program ini mengajarkan manajemen waktu yang luar biasa, agar acara dapat berjalan lancar
8	Kecerdasan Emosi dan Motivasi	Biaya Kelas Kecerdasan Emosi dan Motivasi	400.000 /orang	Program ini membawa kita termotivasi untuk menyuarakan semangat kesetaraan sehingga kecerdaan emosi kita dapat semakin diasah
9	<i>Problem Solving</i>	Biaya Kelas <i>Problem Solving</i>	400.000 /orang	Setiap prosesnya, baik pra maupun hingga program ini berlangsung tentu tidak luput dari kendala. Untuk itu, program ini sangat mengajarkan menyelesaikan masalah demi masalah dengan cepat dan tepat.

Prodi Magister Manajemen Universitas Airlangga					
10	Promosi dan Publikasi	<i>Talkshow</i> TVRI	2.500.000		Program Daya Sinergi Airlangga ini ditayangkan dan disiarkan oleh 41 media, baik nasional maupun lokal dan berupa cetak, <i>online</i> , TV, radio, <i>channel</i> youtube dan <i>social media</i> yang mana kesemuanya menggunakan identitas Magister Manajemen Unair sebagai penyelenggara.
		Suara Surabaya	4.500.000		
		Pemberitaan 41 media online, TV, radio and cetak	500.000	per media	
11	Dokumentasi	Biaya Dokumentasi acara	2.500.000		Acara Daya Sinergi Airlangga didokumentasikan dalam bentuk foto dan video
12	Menambah minat/pejuang orang masuk MM Unair	Biaya masuk mahasiswa baru MM Unair	12.500.000	/orang kelas reguler	Program ini menambah minat pendaftaran mahasiswa MM Unair karena dengan acara ini membuktikan bahwa kurikulum MM Unair bukan hanya di dalam kelas, tetapi juga praktik langsung.
Peserta didik RAP					
13	Tahap I Pembelajaran kompetensi Lukis, <i>Handycraft</i> , Sablon	Biaya Training	450.000	/orang	Dengan adanya pengenalan metode sablon ini, anak-anak RAP dapat mengembangkan hasil karya mereka kedalam media kaos untuk dijual agar karya mereka bisa di duplikasi dan memberikan <i>income</i> .
14	Tahap II Pembelajaran Kompetensi Model, Band, <i>Digital Marketing</i>	Biaya Training	1.000.000	/orang	Dengan adanya edukasi digital <i>marketing</i> , anak-anak RAP dapat memasarkan produk mereka secara lebih luas sampai internasional
15	Berinteraksi dengan orang dan hal baru	Mengikuti acara perlombaan atau kegiatan interaktif lainnya	100.000	/orang	Program ini selain mengajarkan anak Tunanetra untuk melukis, program ini juga mengajarkan mereka bagaimana berinteraksi dengan orang banyak dan di tengah keramaian
16	Souvenir	Biaya Souvenir	350.000	/orang	Setiap peserta mendapatkan <i>souvenir</i>
17	Konsumsi	Biaya Konsumsi	50.000	/orang	Setiap peserta mendapatkan konsumsi
Rumah Anak Prestasi (RAP)					
18	Edukasi Metode Ajar Baru	<i>In house training</i> pembelajaran metode baru	5.000.000		Dengan adanya program ini, Yayasan dan guru-guru dapat langsung mencoba metode ajar baru
19	Menambah <i>Networking</i> dengan Pemerintah, Komunitas, dan Media	Megikuti kegiatan lain yang berinteraksi dengan pemerintah, komunitas dan media	750.000		Program ini membuat Rumah Anak Prestasi (RAP) menjadi saling terkoneksi dengan pihak lain.
20	Promosi dan Publikasi	Biaya promosi di Media	10.000.000		Dengan adanya program ini Rumah Anak Prestasi (RAP) menjadi terekspose oleh media.
21	Dana hasil penjualan kaos	Biaya penjualan kaos	85.000	/kaos	Dengan adanya program ini hingga proses penjualan RAP mendapatkan dana hasil penjualan.
Keluarga Peserta RAP					
22	Edukasi <i>Parenting</i> / Pendampingan	Biaya Kelas <i>Parenting</i>	300.000	/orang	Memperoleh tambahan wawasan dalam pengembangan bakat anak di era digital ini

23	Souvenir	Biaya <i>Souvenir</i>	350.000		Setiap keluarga peserta mendapatkan <i>souvenir</i>
24	Konsumsi	Biaya Konsumsi	50.000		Setiap keluarga peserta mendapatkan konsumsi
Pemerintah (Pusat, Provinsi dan Kota)					
25	Program Kesetaraan dan Pendidikan Inklusi dari Program yang sudah ada ini (melanjutkan program ini)	Penyusunan Program	90.000.000		Dengan adanya Program ini Pemerintah tinggal melanjutkan semangat kesetaraan yang sudah dibangun melalui Daya Sinergi Airlangga ini
Dinas terkait (Dinas Sosial dan Dinas Pendidikan)					
26	Dians terkait (Dinas Sosial dan pendidikan)	Rancangan Program dan Kurikulum (metode ajar baru)	70.000.000		Dinas terkait tinggal melanjutkan program ini dan membakukan sebagai metode ajar atau kurikulum RAP
Sponsor					
27	Piagam Penghargaan turut mendukung program ini	Biaya mengikuti program lain yang juga bersertifikat	7.500.000	/sponsor	Dengan turut serta memberikan dukungan pada program ini, baik berupa <i>financial</i> atau produk, pihak sponsor berhak mendapatkan Sertifikat keikutsertaan dan dukungan terhadap program Daya Sinergi Airlangga ini.
28	Promosi dan Publikasi	biaya memberi sponsor kegiatan lain yang dapat menampilkan logo perusahaan	10.000.000	/sponsor	Pihak sponsor berhak mendapatkan Sertifikat keikutsertaan dan dukungan terhadap program Daya Sinergi Airlangga ini.
Media Partner					
29	Promosi dan Publikasi	Biaya <i>Media partner</i> denga program lain	1.000.000	/media	Program ini tidak memungut biaya apapun kepada media yang akan turut berkolaborasi dalam program Daya sinergi Airlangga ini.
Pembeli					
30	Mendapatkan kaos atau produk lain RAP	Membeli produk RAP	90.000	/kaos	

Dari Tabel 2, Perhitungan dan Monetisasi Dampak Pemangku Kepentingan di atas mempunyai makna bahwa program Daya Sinergi Airlangga ini memengaruhi setiap pemangku kepentingan yang dampaknya dapat diukur melalui pendekatan monetisasi. Dari hasil monetisasi di atas, dapat diperoleh *outcome* yang didapatkan dari Program Daya Sinergi Airlangga (Tabel 3).

**Tabel 3.** Outcome hasil monetisasi kegiatan

No	Dampak	Proxy	Perhitungan Monetisasi	Jumlah	Total	
Panitia Pelaksana / Penggerak Program						
1	Edukasi CSR/CSV	Biaya mengikuti kelas training dan sertifikasi	3.500.000	/orang	30	105.000.000
2	Keahlian berpikir strategis dan kritis	Biaya mengikuti kelas berpikir strategis dan kritis	500.000	/orang	30	15.000.000
3	Teknik Negosiasi, <i>Lobbying dan Networking</i>	Biaya kelas professional <i>Communication (Negosiasi, Lobbying dan Networking)</i>	1.000.000	/orang	30	30.000.000
4	<i>Digital Marketing</i>	Biaya kelas <i>digital marketing</i>	1.500.000	/orang	30	45.000.000
5	Kemampuan berpikir Inovatif	Biaya kelas berpikir inovatif dan kreatif	400.000	/orang	30	12.000.000

		dan kreatif				
6	Kepemimpinan	Biaya kelas kepemimpinan	400.000	/orang	30	12.000.000
7	Manajemen Waktu	Biaya Kelas Manajemen Waktu	400.000	/orang	30	12.000.000
8	Kecerdasan Emosi dan Motivasi	Biaya Kelas Kecerdasan Emosi dan Motivasi	400.000	/orang	30	12.000.000
9	<i>Problem Solving</i>	Biaya Kelas <i>Problem Solving</i>	400.000	/orang	30	12.000.000
Prodi Magister Manajemen Universitas Airlangga						
10	Promosi dan Publikasi	Biaya Promosi dan Publikasi				
		Jawa Pos	7.000.000		1	7.000.000
		<i>Talkshow</i> TVRI	2.500.000		1	2.500.000
		Suara Surabaya	4.500.000		1	4.500.000
		Pemberitaan 41 media online, TV, radio and cetak	500.000	per media	38	19.000.000
11	Dokumentasi	Biaya Dokumentasi acara	2.500.000		1	2.500.000
12	Menambah minat orang masuk MM Unair	Biaya masuk mahasiswa baru MM Unair	12.500.000	/orang kelas reguler	5	62.500.000
Peserta didik RAP						
13	Tahap I Pembelajaran kompetensi Lukis, <i>Handycraft</i> , Sablon	Biaya <i>Training</i>	450.000	/orang	22	9.900.000
14	Tahap II Pembelajaran Kompetensi Model, <i>Band</i> , <i>Digital Marketing</i>	Biaya <i>Training</i>	1.000.000	/orang	27	27.000.000
15	Berinteraksi dengan orang dan hal baru	Mengikuti acara perlombaan atau kegiatan interaktif lainnya	100.000	/orang	161	16.100.000
16	Souvenir (Plakat)	Biaya Souvenir	350.000	/orang	161	56.350.000
17	Konsumsi	Biaya Konsumsi	50.000	/orang	161	8.050.000
Rumah Anak Prestasi (RAP)						
18	Edukasi Metode Ajar Baru	In house training pembelajaran metode baru	5.000.000		1	5.000.000
19	Menambah <i>Networking</i> dengan Pemerintah, Komunitas, dan Media	Megikuti kegiatankegiatan lain yang berinteraksi dengan pemerintah, komunitas dan media	750.000		16	12.000.000
20	Promosi dan Publikasi	Biaya promosi di Media	10.000.000		1	10.000.000
21	Dana hasil penjualan kaos	Biaya penjualan kaos	85.000	/kaos	30	2.550.000
Keluarga Pesrta RAP						
22	Edukasi <i>Parenting</i> Pendampingan Anak disabilitas	Biaya Kelas <i>Parenting</i>	300.000	/orang	93	27.900.000
23	Souvenir	Biaya Souvenir	350.000		65	22.750.000
24	Konsumsi Tahap	Biaya Konsumsi	50.000		28	1.400.000
Pemerintah (Pusat, Provinsi dan Kota)						

25	Program Kesetaraan dan Pendidikan Inklusi	Penyusunan Program	90.000.000		1	90.000.000
Dinas terkait (Dinas Sosial dan Dinas Pendidikan)						
26	Dinas terkait (Dinas Sosial dan pendidikan)	Rancangan Program dan Kurikulum	70.000.000		1	70.000.000
Sponsor						
27	Piagam Perhargaan turut mendukung program ini	Biaya mengikuti program lain yang juga bersertifikat	7.500.000	/sponsor	23	172.500.000
28	Promosi dan Publikasi	Biaya memberi sponsor kegiatan lain yang dapat menampilkan logo perusahaan di semua atribut acara	10.000.000	/sponsor	23	230.000.000
Media Partner						
29	Promosi dan Publikasi	Biaya Media partner dengan program lain	1.000.000	/media	41	41.000.000
Pembeli						
30	Mendapatkan produk RAP	Membeli produk RAP	90.000	/kaos	30	2.700.000
<b>TOTAL</b>						<b>158.200.000</b>

Tabel 3 menyajikan *Present Value of Impact* sebesar Rp. 1.158.200.000,-, yang merupakan nilai total dampak atau hasil dari program yang telah diukur dalam bentuk uang.

Sedangkan sumber daya yang digunakan (diinvestasikan) dalam pelaksanaan program, dinyatakan dalam satuan mata uang atau *value of input* dari program ini terangkum dalam Tabel 4 berikut ini:

**Tabel 4.** Pengeluaran

1	Perengkapan sewa dan logistik	Qty	Satuan	Harga Satuan	Jumlah	TOTAL
	Sewa <i>Screen Proyektor</i> pelatihan <i>ecommerce</i>	1	kali	150.000	150.000	33.870.100
	Sewa Tenda, tirai, karpet, meja, kursi	1	kali	15.107.600	15.107.600	
	Sewa <i>Sound System</i> , videotron	1	kali	10.000.000	10.000.000	
	Sewa <i>Lighting &amp; Backdrop</i>	1	kali	8.000.000	8.000.000	
	Sewa HT	20	unit	30.000	600.000	
	Biaya transfer	5	kali	2.500	12.500	
2	Perengkapan acara	Qty	Satuan	Harga Satuan	Jumlah	TOTAL
	Kaos Panitia & peserta	65	unit	82.000	5.330.000	
	<i>Name Tag</i>	45	unit	40.000	1.836.500	
	Plakat RAP	1	unit	345.000	345.000	
	Plakat <i>Sponsorship</i>	30	unit	400.000	12.000.000	
	Biaya kirim plakat	3	kali	100.000	300.000	21.232.100
	<i>Makeup Tools</i> untuk RAP	2	set	294.800	589.600	
	Stempel	1	unit	135.000	135.000	
	Perengkapan <i>big event</i>	1	set	681.000	681.000	
	Biaya transfer	6	kali	2.500	15.000	
3	Konsumsi	Qty	Satuan	Harga Satuan	Jumlah	TOTAL
	Tahap 1 (12 Mei 2023)					
	Tahap 1 (12 Mei 2023)	89	kotak	285.600	25.420.000	25.420.000
	Tahap 3 (28 Mei 2023)					
4	Publikasi Dokumentasi	Qty	Satuan	Harga Satuan	Jumlah	TOTAL
	<i>Design graphic, videografer</i>	1	kali	5.000.000	5.000.000	8.002.500

dan <i>photografer</i>						
<i>Show Management</i>	1	kali	3.000.000		3.000.000	
Biaya transfer	1	kali	2.500		2.500	
5	Charity	Qty	Satuan	Harga Satuan	Jumlah	TOTAL
	Kaos untuk modal kerja	150	pcs	55.000	8.250.000	
	PC design & printing	1	unit	4.672.000	4.672.000	58.685.300
	Alat sablon	1	unit	45.748.300	45.748.300	
6	Jasa	Qty	Satuan	Harga Satuan	Jumlah	TOTAL
	Honor instruktur pendamping sosial media	12	orang	8.525.000	8.525.000	
	MC acara	2	orang	750.000	1.500.000	10.025.000
	Biaya transfer	10	kali	2.500	25.000	
7	Media	Qty	Satuan	Harga Satuan	Jumlah	TOTAL
	Media	1	publish	2.102.500	1.000.000	2.110.000
8	Lain - lain	Qty	Satuan	Harga Satuan	Jumlah	TOTAL
	Bucket bunga mawar	100	tangkai	11.500	1.150.000	
	Biaya cetak proposal	20	set	50.000	1.000.000	2.155.000
TOTAL PENGELUARAN						161.500.000

Dari Tabel 4 di atas dapat dilihat bahwa dalam pelaksanaan program, sumber daya yang diinvestasikan atau *value of input* programnya adalah sebesar Rp161.500.000, yang mencerminkan jumlah uang yang digunakan untuk mendukung program tersebut. Dengan demikian rasio SROI dapat dihitung:

$$\text{Rasio SROI} = \frac{\text{Present Value of Impact}}{\text{Value of Input}} \quad (1)$$

$$\text{Rasio SROI} = \frac{1.158.200.000}{161.500.000} = 7,17$$

Berdasarkan perhitungan rasio tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa setiap Rp1 yang diinvestasikan pada program Daya Sinergi Airlangga ini, akan menghasilkan timbal balik *social* Rp7,17 rupiah. Nilai SROI ini cukup tinggi dan menghasilkan *return* yang cukup tinggi.

Dalam konteks tantangan yang dihadapi oleh anak-anak disabilitas dan pandangan masyarakat terhadap mereka, peran pemberdayaan ekonomi menjadi sangat penting dalam konteks pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Pandangan masyarakat yang menganggap disabilitas sebagai abnormalitas dan anggapan bahwa mereka seharusnya menjadi objek kasihan dapat mengakibatkan ketidaksetaraan dan eksklusi sosial.

Namun, hasil penelitian yang mengindikasikan tingginya nilai *Social Return on Investment (SROI)* dalam program Daya Sinergi Airlangga memberikan bukti nyata bahwa investasi dalam pemberdayaan ekonomi anak-anak disabilitas dapat menghasilkan dampak sosial yang positif dan signifikan. SROI sebesar Rp7,17 untuk setiap Rp1 yang diinvestasikan mencerminkan bahwa program ini efektif dalam mencapai tujuan SDGs. Beberapa implikasi dan manfaat yang bisa disoroti adalah:

1. Pentingnya Pemberdayaan Ekonomi Anak-Anak Disabilitas: Menekankan pentingnya memberikan akses dan kesempatan yang sama dalam pemberdayaan ekonomi bagi anak-anak disabilitas. Hal ini tidak hanya relevan secara etis tetapi juga strategis dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.
2. Perubahan Pandangan Masyarakat: Keterlibatan anak-anak disabilitas dalam ekonomi bukan hanya tentang memberi mereka kesempatan, tetapi juga tentang mengubah stereotip dan pandangan masyarakat terhadap disabilitas.
3. Kontribusi terhadap SDGs: Penelitian ini menunjukkan bahwa program seperti Daya Sinergi Airlangga memiliki potensi besar dalam mendukung beberapa target SDGs yaitu nomor 1 (pengurangan kemiskinan), nomor 4 (pendidikan berkualitas) dan nomor 10 (pengurangan ketimpangan). Dengan demikian, pemberdayaan ekonomi anak-anak disabilitas adalah bagian penting dari agenda global untuk pembangunan berkelanjutan.
4. Investasi yang Menghasilkan Dampak Besar: SROI yang tinggi menekankan bahwa investasi dalam pemberdayaan ekonomi anak-anak disabilitas tidak hanya bermanfaat bagi kelompok tersebut tetapi juga bagi masyarakat secara keseluruhan. Ini sesuai dengan prinsip-prinsip SDGs yang menekankan pentingnya investasi yang menghasilkan dampak sosial positif.

Pengembangan IPTEK (Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Inovasi) memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas program seperti Daya Sinergi Airlangga ini. Melalui penggunaan teknologi dan inovasi, program ini dapat lebih efisien dalam mencapai hasilnya dan memaksimalkan dampak sosialnya. Pengembangan IPTEK dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam program CSR yang berfokus pada anak-anak disabilitas, seperti contohnya teknologi Bantu (*Assistive Technology*) misalnya alat komunikasi alternatif, kursi roda berkecerdasan buatan, kaki palsu atau aplikasi pendidikan yang disesuaikan dengan kebutuhan anak-anak disabilitas. Penggunaan IPTEK juga dapat membantu dalam mengukur dan melacak dampak program dengan lebih baik, sehingga memungkinkan pemantauan yang lebih akurat terhadap SROI. Seperti digitalisasi proses, pengumpulan data yang tepat waktu dan akurat, analisis data, kolaborasi dan komunikasi, pemantauan *social media*, pengembangan aplikasi atau perangkat lunak khusus dan analisis *cost benefit*.

CSR erat keterkaitannya dengan keberadaan sebuah korporasi di tengah-tengah masyarakat. Bukti yang jelas mengenai adanya hubungan atau kekurangan hubungan tersebut merupakan isu penting bagi manajemen (Selcuk & Kiyamaz, 2017). Maka sudah sepatutnya bila korporasi merasa terpanggil untuk ikut membantu mengatasi masalah social yang ada didalam kehidupan Masyarakat (Ramadhani *et al.*, 2020). Landasan dari praktek bisnis atau aktivitas bisnis adalah membangun relasi dan penciptaan nilai untuk seluruh pemangku kepentingan (Freeman *et al.*, 2017). Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* dianggap sebagai cerminan citra perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya dan menunjukkan komitmen serta perhatian perusahaan terhadap pemangku kepentingan. Tujuan utama CSR adalah mengelola hubungan pemangku kepentingan untuk memastikan bahwa operasi bisnis menghasilkan keuntungan yang signifikan, manfaat jangka panjang bagi mereka, sekaligus meminimalkan dampak negatif yang ditimbulkan dari setiap kegiatan usaha (Niresh & Silva, 2018). *Stakeholder* yang terlibat dalam kegiatan ini memperoleh dampak seperti dalam Tabel 2. Dalam keterlibatan pemangku kepentingan, terdapat dua aspek kunci, yaitu bisnis dan pemangku kepentingan (Mària & Uzoma, 2012). Hubungan yang erat antara kedua aspek ini memiliki potensi untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dan mengurangi potensi konflik. Dalam konteks keterlibatan pemangku kepentingan, kolaborasi antar pemangku kepentingan juga menjadi hal penting untuk mengatasi kelemahan yang mungkin ada pada masing-masing pihak (Khatulistiwa, 2021).

*Research gap* yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini antara lain :

1. Konteks dan variasi program CSV. Penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi berbagai konteks dan jenis program CSV yang berfokus pada anak disabilitas, apa yang membuat program-program tersebut sangat sukses? apakah ada pola tertentu dalam desain program atau dukungan sumber daya yang dapat digeneralisasi ke program-program serupa? bagaimana program-program ini berinteraksi dengan lingkungan lokal yang berbeda?
2. Keberlanjutan program. Penelitian bisa mencari tahu tentang tingkat keberlanjutan program CSV yang sukses dengan SROI tinggi. Seberapa lama program-program ini dapat mempertahankan hasil yang positif, dan apa faktor-faktor yang memengaruhi keberlanjutan mereka?
3. Partisipasi anak-anak disabilitas dalam pelaksanaan program. Penelitian dapat mengeksplorasi sejauh mana program-program CSV melibatkan anak-anak disabilitas dalam perencanaan dan desain mereka. Partisipasi ini dapat memengaruhi keberhasilan jangka panjang program dan memastikan bahwa kebutuhan dan preferensi anak-anak disabilitas diperhitungkan.
4. Pengukuran dampak sosial yang lebih mendalam. Meskipun SROI adalah indikator penting, penelitian lebih lanjut dapat mencari cara untuk mengukur dampak sosial secara lebih mendalam dan komprehensif. Ini termasuk pengukuran dampak yang lebih kualitatif, seperti perubahan dalam kualitas hidup anak-anak disabilitas dan keluarganya, serta perubahan dalam persepsi masyarakat terhadap disabilitas.

Dengan demikian, program seperti Daya Sinergi Airlangga bukan hanya menjawab tantangan yang dihadapi anak-anak disabilitas, tetapi juga berperan dalam mewujudkan visi SDGs untuk menciptakan dunia yang lebih adil, inklusif, dan berkelanjutan.

## Simpulan

Berdasarkan perhitungan SROI di atas maka implementasi CSV di rumah anak prestasi dapat memberikan manfaat yang signifikan dalam mencapai berbagai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Misalnya, melalui upaya yang terfokus pada pendidikan inklusif, keterlibatan komunitas lokal, dan pengembangan keterampilan anak-anak disabilitas, dapat berkontribusi pada pencapaian SDG nomor 4 (Pendidikan Berkualitas) dan nomor 10 (Pengurangan Ketimpangan)

Ada empat komponen kunci yang dibutuhkan dalam pengukuran SROI, yaitu input, output, hasil, dan dampak (Premananto & Watulingas, 2023). Input yang didalamnya dipengaruhi oleh kolaborasi dan keterlibatan berbagai pemangku kepentingan seperti pemerintah, organisasi non-pemerintah, komunitas lokal, dan keluarga

anak-anak disabilitas sangat penting dalam membangun nilai bersama di rumah tersebut. Terlihat berbeda ketika proses ini dipandang dari perspektif seorang mahasiswa dalam bidang ekonomi dan bisnis. Dimana dalam prosesnya harus mematuhi prinsip integritas dan perilaku etis dalam *Good Corporate Governance* dan proses pelaporan keuangan juga harus mematuhi prinsip hak-hak pemegang saham dan perlakuan yang adil serta keterbukaan dan transparansi (Khairiansyah & Mutmainah, 2012). Penting untuk memperhatikan aspek keberlanjutan jangka panjang. Ini melibatkan integrasi prinsip-prinsip ekonomi, sosial, dan lingkungan yang berkelanjutan dalam setiap kegiatan dan keputusan yang diambil.

Penelitian ini memiliki implikasi dan manfaat yang penting dalam konteks pemberdayaan ekonomi anak-anak disabilitas serta pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), yaitu Pentingnya Pemberdayaan Ekonomi Anak-Anak Disabilitas, Perubahan Pandangan Masyarakat, Kontribusi terhadap SDGs, dan Investasi yang Menghasilkan Return Tinggi. Manfaat penelitian ini memiliki dampak positif yang signifikan pada perekonomian, instansi, pemerintah, dan masyarakat, antara lain:

1. Perekonomian: Peningkatan produktivitas dan peningkatan daya beli anak disabilitas
2. Instansi dan Organisasi: Peningkatan reputasi bagi organisasi yang terlibat dan pengembangan model bisnis berkelanjutan untuk mengembangkan program serupa yang menghasilkan return yang tinggi.
3. Pemerintah: Pengurangan beban sosial dalam hal bantuan dan dukungan dan pencapaian SDGs.
4. Masyarakat: Inklusi sosial dan peningkatan kualitas hidup anak-anak disabilitas dan keluarganya serta menciptakan masyarakat yang lebih inklusif dan adil.

Studi ini menyediakan dasar yang kuat bagi praktisi, pengambil 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 pada rumah anak prestasi ini dapat menjadi model yang berpotensi untuk mencapai SDGs secara holistik.

## Referensi

- Anggreni, A., Irwan, M., Sunita, J., & Suhdi, H. (2022). Life skills education through non-formal education for people with physical disabilities. *SPEKTRUM: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah (PLS)*, 10(2), 235. <https://doi.org/10.24036/spektrumpls.v10i2.116728>
- Bell, E. B. A. H. B. (2019). *Business Research Methods, 5th Edition*. England: Oxford University Press.
- Freeman, R. E., Dmytriiev, S., & Strand, R. G. (2017). *Managing for Stakeholders in the Digital Age. Corporate Social Responsibility: Strategy, Communication, Governance*. England: Cambridge University Press, 136–153.
- Hariadi, M. I. (2023). Analisis Perhitungan Social Return on Investment (SROI) Pada Program “Mengenal UMKM” di UMKM GTT Kediri. *Management Business Innovation Conference*.
- Khairiansyah, & Mutmainah, S. (2012). Pengaruh ekspektasi corporate social responsibility terhadap dukungan corporate social responsibility. *Diponegoro Journal of Accounting*.
- Khatulistiwa, 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.
- Kim, D. J., & Ji, Y. S. (2020). The evaluation model on an application of SROI for sustainable social enterprises. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(1). <https://doi.org/10.3390/joitmc6010007>
- Mària sj, J. F., & Uzoma, B. I. (2012). CSR stakeholder engagement and Nigerian tobacco manufacturing sub-sector. *African Journal of Economic and Management Studies*, 3(1), 42–63. <https://doi.org/10.1108/20400701211197276>
- Meutia, I. (2021). *Menata Pengungkapan CSR Pada Bank Islam*. Jawa Tengah: Citra Pustaka Indonesia.
- 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>
- Moir, L. (2001). What do we mean by corporate social responsibility?. *Corporate Governance*, 1(2).
- Muktiwibowo, A., & Prayogi, A. (2022). Peran pekerja sosial masyarakat dalam memberikan pelayanan rehabilitasi sosial kepada anak penyandang disabilitas berbasis masyarakat. *Peksos: Jurnal Ilmiah Pekerjaan Sosial*, 21.

- 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. <https://doi.org/10.5430/afr.v7n2p65>
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value how to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth. *Harvard Business Review*, 89(1-2), 62-77.
- Premananto, G. C., & Watulingas, C. M. E. (2023). Analisis Social Return on Investment (SROI) pada program “sabi bisa” dengan tema together grow stronger di UPT RSBD Pasuruan. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(3), 1756. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i3.2130>
- Ramadhani, P. E., Saputri, A. E., & Raharjo, S. T. (2020). CSR dan penyandang disabilitas. *Prosiding Penelitian & Pengabdian kepada Masyarakat*, 7(1). 144-148.
- Selcuk, E. A., & Kiyamaz, H. (2017). Corporate social responsibility and firm performance: Evidence from an emerging market. *Accounting and Finance Research*, 6(4), 42.
- Silalahi, D. C. G., Santoso, H., & Suliantoro, H. (2018). Analisis social return on investment pada kewirausahaan sosial: Studi kasus di Upreneur Aiesec Undip. *Industrial Engineering Online Journal*, 7(2).
- Solafa Batterjee, B., Al Hamid, H., & Ali, A. (n.d.). *A Report Highlight the Impact of the Doroob Scholarship for Gifted Students in Saudi Arabia in 2017 and 2018 Doroob Scholarship Program in Saudi Arabia*.
- Sudirman, F. A., Upe, A., Herman, L. O., & Susilawaty, F. T. (2021). Corporate Social Responsibility (CSR) Contribution to Achieve Sustainable Development Goals (SDGs) in Southeast Sulawesi, *Proceedings of the 11th Annual Internasional Conference on Industrial Engineering and Operations Managements Singapore*. 3409-3416.
- Usman, A., Kadir, A., & Firdaus. (2022). Partisipasi sosial masyarakat pada program kota sehat di Kota Bima. *Jurnal Professional*, 9(2).
- Velasquez, M. G. (2014). *Business ethics: concepts and cases*. United Kingdom: Pearson Education.
- 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>