

***GLINDS ACT – GLOBAL MINDS, LOCAL IMPACT: TRANSFORMING  
EDUCATION & ENTREPRENEURS***

**ANALISIS *SOCIAL RETURN ON INVESTMENT* (SROI) PADA PROGRAM  
ENTREPRENEURSHIP WORKSHOP**

**Arman<sup>1</sup>, Tri Siwi Agustina<sup>2</sup>, Nur Anisa<sup>3</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga<sup>1,2,3</sup>

[arman-2022@feb.unair.ac.id](mailto:arman-2022@feb.unair.ac.id)<sup>1</sup>, [siwi@feb.unair.ac.id](mailto:siwi@feb.unair.ac.id)<sup>2</sup>, [nur.anisa-2022@feb.unair.ac.id](mailto:nur.anisa-2022@feb.unair.ac.id)<sup>3</sup>

**ABSTRACT**

*Social Return on Investment (SROI) is a technique to measure the impact/benefit of a project or program. This study aims to analyze the impact of social investment from the implementation of the program, Entrepreneurship Workshop "Glinds Act - Global Minds, Local Impact: Transforming Education & Entrepreneurs". In this research, the type of data used is primary data. The analysis procedure used is the SROI analysis method using a stakeholder-focused approach, viewed from three aspects: economic, social, and environmental. The results showed that every Rp1 (one rupiah) invested in the Entrepreneurship Workshop "Glinds Act - Global Minds, Local Impact: Transforming Education & Entrepreneurs" will generate a social return of Rp. 38, 52 (thirty - eight point fifty - two rupiah). This ratio is quite high and promises a high return as well.*

**Keywords:** *Social Return on Investment, CSV.*

**ABSTRAK**

SROI (*Social Return on Investment*) adalah suatu teknik untuk mengukur dampak/manfaat dari suatu proyek atau program. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak investasi sosial dari pelaksanaan program, *Entrepreneurship Workshop "Glinds Act – Global Minds, Local Impact: Transforming Education & Entrepreneurs"*. Dalam riset ini tipe data yang digunakan yakni data primer. Tata cara analisis yang digunakan merupakan metode analisis SROI dengan menggunakan pendekatan yang berfokus pada pemangku kepentingan, ditinjau dari tiga aspek: ekonomi, sosial, dan lingkungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap Rp1 (satu rupiah) yang diinvestasikan untuk *Entrepreneurship Workshop "Glinds Act – Global Minds, Local Impact: Transforming Education & Entrepreneurs"* ini akan menghasilkan timbal balik sosial sebesar Rp. 38, 52 (tiga puluh delapan koma lima puluh dua rupiah). Rasio ini terbilang cukup tinggi dan menjanjikan *return* yang tinggi pula.

**Kata Kunci:** *Social Return on Investment, CSV.*

**PENDAHULUAN**

Berwirausaha merupakan salah satu cara seseorang untuk bekerja dan meniti karir untuk kehidupan mereka di masa yang akan datang. Dengan berwirausaha dapat pula membuka lapangan pekerjaan baru untuk orang-orang yang membutuhkan atau sedang mencari sebuah pekerjaan, selain itu dapat membantu tugas pemerintah dalam mengurangi pertumbuhan pengangguran di negeri ini. Fenomena banyaknya pengangguran dan sedikitnya lapangan pekerjaan terkadang dapat memunculkan ide oleh orang-orang tertentu untuk membangun sebuah usaha atau berwirausaha tanpa harus bergantung dengan lapangan pekerjaan yang sudah

tersedia dan berusaha untuk menciptakan lapangan pekerjaan itu sendiri. Untuk itu, *Entrepreneurship* dapat digunakan sebagai salah satu metode bimbingan karir terhadap anak terutama usia remaja. *Entrepreneur* sejak awal dibutuhkan untuk mengembangkan pola pikir agar bisa memulai bisnis dan membuka karir tidak sebagai pekerja atau karyawan.

Untuk membangun pola pikir sebagai *entrepreneur*, Pembekalan ilmu wajib sekolah 12 tahun saja tidak cukup, karena kurikulum yang dipelajari hanya mencakup bidang ilmu pengetahuan sosial, alam, dan kesenian. Selama ini, skema rancangan kurikulum kurang mendukung ilmu dan bakat *entrepreneur*

sehingga berdampak pada kehidupan setelah tahap sekolah menengah. Edukasi dan wadah ajang kreativitas keterampilan *entrepreneur* antar siswa perlu dibuat agar lebih siap dalam menghadapi tantangan setelah lulus sekolah dan mampu berwirausaha.

Kewirausahaan memiliki potensi untuk mengurangi kemiskinan, mendorong pertumbuhan ekonomi dan mendorong inovasi, selain meningkatkan keberlanjutan sosial dan lingkungan. Sesuai dengan teori modal manusia dan studi empiris sebelumnya, diasumsikan bahwa pendidikan dan pelatihan kewirausahaan secara langsung berkorelasi dengan hasil kewirausahaan yang positif dan pembangunan berkelanjutan. Kewirausahaan menjawab SDGS (*The Sustainable Development Goals*) yang artinya tujuan pembangunan berkelanjutan yang ditetapkan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB). SDGs mencakup berbagai isu pembangunan sosial dan ekonomi. SDGs disusun berdasarkan Tujuan Pembangunan Milenium (MDGs), yang telah diupayakan dari tahun 2000 sampai 2015, dan akan memandu pencapaian tujuan global yakni pembangunan berkelanjutan hingga tahun 2030 nanti. Dari 17 tujuan, Pendidikan berkualitas (nomor 4) mengambil peran yang dimana harus menjadi patron bukan hanya dalam hal Pendidikan formal tapi pendidikan yang mengubah pola pikir anak bangsa dan Pendidikan inovatif yang mendorong kreativitas dan daya inovatif.

anak bangsa Salah satu targetnya adalah memiliki keterampilan yang relevan, termasuk keterampilan teknik dan kejurusan, untuk pekerjaan yang layak dan kewirausahaan. Wirausaha juga menjawab goal nomor 8, yaitu Pekerjaan yang Layak dan Pertumbuhan Ekonomi. Goals nomor 8 berusaha

meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, kesempatan kerja yang produktif dan menyeluruh serta pekerjaan yang layak untuk semua. Salah satu targetnya adalah penciptaan lapangan kerja layak, kewirausahaan, kreativitas dan inovasi, dan mendorong formalisasi dan pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah, termasuk melalui akses terhadap jasa keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan tercapainya edukasi mengenai kewirausahaan dapat menjawab poin-poin dari *Sustainable Development Goals* (SDGs). (Usman et al., 2022)

Dengan tujuan mendukung aksi global *The Sustainable Development Goals* (SDGs), maka teretus Program Kegiatan yang bertema *Focus Group Discussion* dan Kompetisi mengenai *Youth Entrepreneurship* dengan tema “*Glinds Act – Global Minds, Local Impact: Transforming Education & Entrepreneurs*”. Program ini bertujuan untuk memberikan edukasi *entrepreneurship* kepada anak muda dimana bisa menciptakan calon penerus bangsa dengan pola pikir yang inovatif dan kreatif. Usia remaja yang ditargetkan adalah siswa Menengah Kejuruan (SMK) dengan karakter yang siap terjun ke dunia kerja. Para lulusan SMK diharapkan tidak hanya mengandalkan skill atau keterampilan dari yang sudah didapatkan dari sekolah, tetapi memiliki bekal untuk memulai dunia bisnis atau membuat usaha sendiri. Program ini diawali seminar konsep dan dasar wirausaha yang bertujuan untuk memberikan gambaran awal apa saja yang dibutuhkan untuk memulai dan menjalankan bisnis. Selanjutnya fokus diskusi grup dilanjutkan agar dapat melakukan implementasi dari ilmu seminar yang didapatkan dan dapat meningkatkan tanya jawab dua arah dalam bentuk kelompok kecil dengan

pemateri dari siswa Magister Manajemen kelas E2M Angkatan M59. Rangkaian terakhir program ini adalah kompetisi dengan tema *marketing & advertising campaign* dimana masing-masing kelompok yang sudah dibentuk melakukan ajang inovasi dan kreativitas dari produk yang mereka miliki. Kegiatan yang dijelaskan dilakukan sedemikian rupa agar siswa dapat menangkap materi yang diberikan dan mendapatkan gambaran secara langsung dalam menghadapi persoalan-persoalan yang dihadapi dalam menjalankan bisnis. Untuk mengetahui seberapa besar dampak yang dihasilkan program *entrepreneur Workshop* ini dapat dihitung dengan menggunakan metode *Social Return on Investment (SROI)* sehingga dapat diketahui seberapa dampak yang dihasilkan program dari investasi yang dikeluarkan perusahaan untuk program tersebut. SROI memiliki standar keberhasilan hasil perhitungan yang didapat hasil melebihi angka satu untuk masuk ke kategori berhasil. (Septasawitri et al., 2023)

Program “*Glinds Act – Global Minds, Local Impact: Transforming Education & Entrepreneurs*” diharapkan dapat mengembangkan bakat kewirausahaan dan mendorong motivasi untuk memulai menjalankan bisnis. Edukasi yang diberikan diharapkan mampu diserap para siswa(i) dalam meningkatkan keterampilan analitis dan pengambilan keputusan dalam strategi bisnis yang menjawab goals SDGs nomor 4 (Pendidikan Berkualitas). Kegiatan ini juga diharapkan menjadi modal awal siswa- siswi untuk menciptakan lapangan pekerjaan yang dimana menjawab poin-poin tujuan Pekerjaan yang Layak dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Kolaborasi dengan siswa(i) SMKN 1 Surabaya merupakan implementasi dari SDGs poin 17 (Kemitraan untuk

Mencapai Tujuan) dengan bertujuan mampu terciptanya hubungan dengan kebermanfaatn berkelanjutan dengan modal pengetahuan dan keahlian.

## STUDI PUSTAKA

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

*Creating Shared Value (CSV)* adalah sebuah konsep yang mengharuskan perusahaan memainkan peran ganda yaitu menciptakan nilai ekonomi (*economic value*), dan nilai sosial (*social value*) secara bersama-sama (*shared*), tanpa ada salah satu yang diutamakan atau dikesampingkan. Terkait dengan CSV, konsep ini tidak mencerminkan suatu tanggung jawab sosial dari perusahaan, karena dalam prakteknya konsep ini tidak menyisahkan sebagian keuntungan perusahaan agar didistribusikan kepada masyarakat, akan tetapi memasukkannya pada bisnis inti perusahaan. Konsekuensi dari hal ini adalah, perusahaan tidak memiliki alokasi dana khusus untuk pelaksanaan tanggung jawab sosialnya, tapi hal itu telah terintegrasi dengan bisnis inti perusahaan. Dengan kata lain, CSV berarti menciptakan peluang dan nilai baru. Bukannya didorong oleh faktor eksternal, tapi perusahaan termotivasi dari faktor internal untuk mengejar penciptaan nilai bersama guna mendapatkan manfaat ekonomi (Sari et al., 2020).

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

SROI (*Social Return on Investment*) adalah suatu teknik untuk mengukur dampak/ manfaat dari suatu proyek atau program. Teknik analisis investasi yang ada saat ini, masih kesulitan dalam mengukur seberapa besar manfaat yang dapat dihasilkan. Di sisi lain, efektivitas suatu proyek sejauh ini hanya dilihat dari sisi output fisik yang dihasilkan seperti spesifikasi teknis yang ada, tanpa melihat lebih jauh

manfaat apa yang benar-benar dapat dirasakan oleh para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Dalam metodologi ini, hasil perubahan idealnya ditentukan melalui proses yang melibatkan pemangku kepentingan yang mengalami hasil perubahan itu sendiri. Nantinya, baik hasil negative (termasuk yang tidak disengaja) dan positif harus disertakan dalam perhitungan. (Premanto & Watulingas, 2023)

SROI dengan menggunakan pendekatan yang berfokus pada pemangku kepentingan akan mengidentifikasi, menilai, dan menghitung total manfaat yang dihasilkan oleh suatu proyek atau program, ditinjau dari tiga aspek: ekonomi, sosial, dan lingkungan. hingga, pada akhirnya para pemangku kepentingan memiliki informasi yang lebih komprehensif tentang seberapa besar *value-for-money* dari setiap rupiah yang telah diinvestasikan (Veronica, 2020). Rasio SROI dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$\text{SROI Ratio} = \frac{\text{Present Value of Impact}}{\text{Value of input}}$$

Tujuh prinsip dari SROI yang penting untuk diketahui antara lain: melibatkan pemangku kepentingan, memahami apa yang berubah, menilai hal yang menjadi prioritas, hanya berikan input yang penting, jangan klaim berlebih, transparan, dan selalu periksa ulang hasil.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dipakai pada riset ini merupakan jenis penelitian kualitatif (Hardani, 2020) dengan memakai pendekatan deskriptif kualitatif. Tujuannya untuk memahami suatu peristiwa atau aktivitas yang dialami oleh subjek kajian yang mana dalam kajian ini aktivitas yang dimaksud ialah *Focus group discussion* dengan subjek anak muda usia remaja pada

Siswa-siwi menengah kejuruan (SMK). Tipe penelitian adalah deskriptif kualitatif karena penelitian ini akan menjelaskan secara deskriptif mengenai hasil pengembalian investasi sosial dari implementasi program *Entrepreneurship Workshop*. Perhitungan SROI dilakukan dengan cara memonetisasi dampak yang dihasilkan oleh program tersebut. Artinya, setiap dampak yang bernilai moneter atau dapat disetarakan dengan nilai moneter akan dihitung menggunakan rumus SROI sehingga menghasilkan nilai SROI yang menggambarkan keberhasilan dari program tersebut. SROI menawarkan konsep pemikiran yang mengukur nilai dari suatu dampak yang diciptakan dari sejumlah sumber daya yang diinvestasikan atau suatu program yang dilakukan dengan melihat dari tiga sisi yaitu sosial, lingkungan, dan ekonomi (Purwoheddi, 2016).

## HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

### 1. Analisis Analisis *Social Return on Investment (SROI)* pada program *Entrepreneurship Workshop “Glinds Act – Global Minds, Local Impact: Transforming Education & Entrepreneurs”*.

Pelaksanaan *Entrepreneurship Workshop “Glinds Act – Global Minds, Local Impact: Transforming Education & Entrepreneurs”*.

Pelaksanaan *Entrepreneurship Workshop “Glinds Act – Global Minds, Local Impact: Transforming Education & Entrepreneurs”* telah berjalan dengan baik dan lancar pada:

Hari, tanggal : Kamis, 25 Mei 2023

Jam : 08.00 WIB – selesai

Lokasi : SMK Negeri 1 Surabaya

Peserta : 155 siswa-siswi

SMK N 1 Surabaya  
Susunan acara :

1. Acara pembukaan dari Panitia Kelas E2M tahun 2022-2023
2. Sambutan oleh Ketua Panitia Pelaksana, Bapak Muh. Ridwan.
3. Sambutan oleh pihak sekolah SMK N 1 Surabaya diwakili oleh Ibu Siswatingrum, S.Psi
4. Sambutan oleh Ketua Departemen Manajemen FEB Universitas Airlangga), Bapak Dr. Gancar C. Premananto, SE.,M.Si diwakili oleh Dr. Tri Siwi Agustina, S.E., M.Si
5. Pemaparan materi oleh narasumber 1, Reza Aulia Akbar, S.T., M.T., MBA tentang materi Let's Creating Startup! Entrepreneurship Embracing.
6. Diskusi dan tanya jawab
7. Focus Group Discussion mengenai Brand Positioning dengan pemandu dari Siswa(i) Magister Management Universitas Airlangga Kelas E2M
8. Kompetisi Video dengan tema "Marketing & Advertising Campaign" yang diikuti oleh peserta SMKN 1 Surabaya
9. Pemberian Award Kompetisi "Marketing & Advertising Campaign"
10. Penutupan dan foto bersama

**Daftar Pemberitaan Kegiatan Entrepreneurship Workshop "Glinds Act – Global Minds, Local Impact: Transforming Education & Entrepreneurs No Media Penerbitan (Surat Media Online).**

NO	Media	Penerbitan (Surat Media Online)
1	ParamediaTM	<a href="https://paramediatm.com/index.php/2023/05/26/hadapi-tantangan-lulusan-smk-yang-semakin-kompetitif-mahasiswa-magister-management-memberikan-pembelajaran-terkait-entrepreneurship/">https://paramediatm.com/index.php/2023/05/26/hadapi-tantangan-lulusan-smk-yang-semakin-kompetitif-mahasiswa-magister-management-memberikan-pembelajaran-terkait-entrepreneurship/</a>
2	SDGs Center UNAIR	<a href="https://sdgscenter.unair.ac.id/menurunnya-peminat-kerja-pasca-smk-mm-unair-meningkatkan-pemahaman-anak-smk-tentang-kewirausahaan/">https://sdgscenter.unair.ac.id/menurunnya-peminat-kerja-pasca-smk-mm-unair-meningkatkan-pemahaman-anak-smk-tentang-kewirausahaan/</a>
3	TV One News	<a href="https://www.tvonenews.com/daerah/jatim/125316-bantu-siapkan-lulusan-siap-kerja-mahasiswa-magister-manajemen-unair-gelar-workshop-entrepreneur/">https://www.tvonenews.com/daerah/jatim/125316-bantu-siapkan-lulusan-siap-kerja-mahasiswa-magister-manajemen-unair-gelar-workshop-entrepreneur/</a>
4	Jurnal Post	<a href="https://jurnalpost.com/magister-manajemen-unair-bawa-semangat-kewirausahaan-anak-muda-di-smkn-1-surabaya-lewat-glinds-action-entrepreneurship-workshop/50401/">https://jurnalpost.com/magister-manajemen-unair-bawa-semangat-kewirausahaan-anak-muda-di-smkn-1-surabaya-lewat-glinds-action-entrepreneurship-workshop/50401/</a>

5	Wartatik	<a href="https://www.wartatik.com/seminar-kewirausahaan-magister-manajemen-unair-sukses-menginspirasi-siswa-smkn-1-surabaya-untuk-menjadi-young-entrepreneur/">https://www.wartatik.com/seminar-kewirausahaan-magister-manajemen-unair-sukses-menginspirasi-siswa-smkn-1-surabaya-untuk-menjadi-young-entrepreneur/</a>
6	Post Timur	<a href="https://www.posttimur.com/2023/05/26/menurunnya-peminat-kerja-pasca-smk-mahasiswa-manajemen-universitas-airlangga-meningkatkan-pemahaman-anak-smk-tentang-entrepreneurship-dan-kewirausahaan/">https://www.posttimur.com/2023/05/26/menurunnya-peminat-kerja-pasca-smk-mahasiswa-manajemen-universitas-airlangga-meningkatkan-pemahaman-anak-smk-tentang-entrepreneurship-dan-kewirausahaan/</a>
7	Ecnesia	<a href="https://acnesia.com/menurunnya-peminat-kerja-pasca-smk-mm-unair-meningkatkan-pemahaman-anak-smk-tentang-entrepreneurship-dan-kewirausahaan/">https://acnesia.com/menurunnya-peminat-kerja-pasca-smk-mm-unair-meningkatkan-pemahaman-anak-smk-tentang-entrepreneurship-dan-kewirausahaan/</a>
8	Jurnal Indonesia	<a href="https://www.jurnalindonesia.id/read/117636/Tips-dan-Wawasan-untuk-Memulai-dan-Memiti-Kesuksesan-Bisnis-dari-Workshop-Kewirausahaan-FEB-UNAIR">https://www.jurnalindonesia.id/read/117636/Tips-dan-Wawasan-untuk-Memulai-dan-Memiti-Kesuksesan-Bisnis-dari-Workshop-Kewirausahaan-FEB-UNAIR</a>
9	Apahabar	<a href="https://apahabar.com/post/asah-jawa-wirausaha-siswa-smkn-1-surabaya-unair-gelar-workshop-entrepreneurship-li753st8?preview=true">https://apahabar.com/post/asah-jawa-wirausaha-siswa-smkn-1-surabaya-unair-gelar-workshop-entrepreneurship-li753st8?preview=true</a>
10	Unair News	<a href="https://unair.ac.id/lokakarya-magister-manajemen-unair-berikan-edukasi-kewirausahaan/">https://unair.ac.id/lokakarya-magister-manajemen-unair-berikan-edukasi-kewirausahaan/</a>

**2. Analisis Social Return on Investment**

Tahapan pertama dalam penghitungan *Social Return on Investment* (SROI) adalah mengidentifikasi siapa saja pemangku kepentingan, memetakan peranannya sebagai apa dan dampak yang diperoleh dari *Entrepreneurship Workshop "Glinds Act – Global Minds, Local Impact: Transforming Education & Entrepreneurs"*. Berikut *stakeholders* yang terkait dengan program ini, di antaranya:

No	Stakeholders	Peran	Dampak
1	Panitia Pelaksana/Penggerak Program	Sebagai pembuat konsep, penggerak, dan pelaksana program	Penerima manfaat utama: mendapat ilmu dan pengalaman melalui gerakan yang bermanfaat bagi pelaku bisnis
2	Prodi Manajemen Universitas Airlangga Surabaya	Magister yang menaungi program ini	Penerima manfaat utama: meningkatkan branding program studi sekaligus universitas
3	Peserta SMK N 1 Surabaya	Sebagai peserta pada acara workshop	Penerima manfaat utama: Dapat meningkatkan pemahaman tentang konsep bisnis dan pengembangan keterampilan wirausaha
4	Guru SMK N 1 Surabaya	Sebagai pembimbing siswa-SMK N 1 Surabaya	Penerima manfaat: Dapat menjadi pendidik yang lebih efektif dalam mengajar keterampilan wirausaha kepada siswa-siswi mereka dan mempersiapkan mereka untuk menghadapi dunia kerja yang kompetitif.
5	Pemateri Seminar	Sebagai pemateri dengan topik "Let's Create Startup: Entrepreneurship Embracing"	Penerima manfaat: Dapat meningkatkan reputasi dan otoritas serta membangun "Let's Create Startup: Entrepreneurship Embracing" sehingga dapat membawa manfaat dalam pertukaran ide, kolaborasi, dan peluang bisnis kedepannya.
6	Sponsor	Sebagai pemberi dana barang	Penerima manfaat: Mendapat eksistensi perusahaan/individu

	terselenggaranya program ini	sebagai bentuk dukungan terhadap program ini. Logo perusahaan juga terpampang di berbagai atribut acara (backdrop, spanduk, flyer), sehingga masuk dalam pemberitaan media massa dan disebutkan oleh MC di sela-sela acara
7	Media partner	Penerima manfaat: Media juga mendapat wadah promosi dengan memberitakan program ini, karena antusiasme masyarakat terhadap acara ini sangat baik. Selain itu, media partner juga mendapat wadah promosi karena logonya ditempel di berbagai atribut di program ini (seperti backdrop, spanduk, flyer) dan disebutkan pula oleh MC di sela-sela acara
8	HIMA MM Unair 2023	Menaungi kegiatan Focus Group Discussion & Youth Competition Entrepreneurship
9	Masyarakat	Penerima manfaat: Kurang memperoleh manfaat secara langsung: masyarakat hanya mendapatkan informasi jika membaca berita bahwa ada kegiatan ini.

Sumber: Data diolah oleh peneliti.

Setelah mengidentifikasi pemangku kepentingan (*stakeholders*), memetakan peran, serta dampak dari program ini, tahap selanjutnya yaitu menggambarkan dampak program untuk setiap pemangku kepentingan serta pendekatan perhitungan dan pendekatan monetisasi. Hal ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

NO	Dampak	Proxy	Perhitungan Monetasi	Dasar Rasionil
<b>Panitia Pelaksana/Penggerak Program</b>				
1	Edukasi CSV	Biaya mengikuti pelatihan dan sertifikasi CSV	Rp 3.500.000	per orang Melakukan Workshop Manajemen Digitalisasi untuk Agrikultural merupakan bentuk pengimplementasian CSV
2	Teknik negosiasi	Biaya mengikuti kelas teknik	Rp 750.000	Panitia pelaksana membutuhkan

	negosiasi ( <i>effective negotiation skill</i> )	teknik negosiasi, khususnya saat menjalin kerjasama dengan pihak pemberi sponsor, media partner, dan pihak-pihak lain yang terlibat demi keberlangsungan program ini		
3	Kepemimpinan	Biaya mengikuti pelatihan kepemimpinan ( <i>training leadership</i> )	Rp 1.000.000	program ini mengajarkan bagaimana caranya memimpin dan mengatur serta bersinergi antar panitia pelaksana demi mencapai tujuan bersama
4	Kemampuan berpikir kreatif dan inovatif	Biaya mengikuti pelatihan <i>creative &amp; innovative thinking</i>	Rp 750.000	program ini melatih panitia pelaksana untuk dapat mengkonsep dan merencanakan susunan acara dengan menggunakan teknik berpikir kreatif dan merangsang munculnya ide-ide kreatif dalam menuangkan ide dan gagasan untuk terselenggaranya program ini
<b>Prodi Magister Manajemen Universitas Airlangga</b>				
5	Promosi dan Publikasi	Biaya promosi dan publikasi	Rp 200.000	Kegiatan workshop ini diliput oleh berbagai media lokal, baik cetak maupun online. Kesemua liputan tersebut menyebutkan identitas prodi magister manajemen
		Paramedia TM	Rp 200.000	
		SDGs Center Unair	Rp 200.000	
		TV News	one Rp 200.000	
		Jurnal Post	Rp 200.000	
		Wartatasik	Rp 200.000	

	Post Timur	Rp	universitas
		200.000	airlangga
	Ecenesia	Rp	sebagai
		200.000	penyelenggara
	Jurnalis	Rp	acara
	Indonesia	200.000	
	Unair News	Rp	
		200.000	
6	Dokumentasi	Biaya jasa foto dan video	Kegiatan workshop ini didokumentasikan dalam bentuk foto dan video
		Rp 1.000.000	
7	Menambah minat/peluang orang masuk prodi MM Unair	Biaya masuk program studi Magister Manajemen Unair 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.
		Rp 23.585.000	
<b>Peserta Workshop</b>			
8	Pelatihan manajemen bisnis	Biaya mengikuti pelatihan manajemen Bisnis	Dengan mengikuti pelatihan pemanfaatan manajemen bisnis, para peserta akan mendapat pemahaman dan inspirasi untuk melakukan manajemen bisnis yang baik dalam berwirausaha.
		Rp 1.000.000	
9	Keterampilan tentang Enterpreneurship	Biaya mengikuti Enterpreneurship	Dengan mengikuti pelatihan pemanfaatan manajemen bisnis, para peserta akan mendapat pemahaman dan inspirasi untuk melakukan manajemen bisnis yang baik dalam berwirausaha.
		Rp 1.000.000	
10	Souvenir	Biaya souvenir berupa botol minum (tumbler), goodie bag	Seluruh peserta mendapatkan goodie bag
		Rp 100.000	

11	Voucher	Biaya Gift	Rp 10.000.000	Seluruh peserta mendapatkan voucher
<b>Narasumber</b>				
13	Promosi dan Publikasi	Biaya promosi dan publikasi	Rp 10.000.000	Nama, komunitas dan perusahaan narasumber dicantumkan dalam setiap atribut kegiatan ini.
14	Plakat	Biaya plakat	Rp 200.000	Pemateri mendapat plakat
<b>Cakra Production</b>				
15	Promosi dan Publikasi	Biaya promosi dan Publikasi	Rp 10.000.000	Mendapat <i>exposure</i> , dan bisa diundang ke tempat-tempat lain untuk memberikan desain panggung lighting, dan sebagainya.
16	Plakat		Rp 200.000	Cakra Production mendapat plakat
<b>Sponsor</b>				
17	Promosi dan publikasi	Biaya promosi dan publikasi	Rp 10.000.000	Dengan turut serta memberikan dukungan kepada program ini, baik berupa dukungan finansial maupun produk, logo pihak sponsor terpampang di berbagai atribut acara seperti backdrop, spanduk, dan flyer, sehingga pihak sponsor punmendapat <i>exposure</i> dan juga disebutkan namanya di sela-sela acara
<b>Media Partner</b>				
18	Promosi dan publikasi	Biaya media partner dengan program lain	Rp 200.000	Per media Tidak ada biaya yang dikeluarkan untuk mempromosikan kegiatan ini
HIMA MM Unair 2023 dan masyarakat				

19	Promosi dan Publikasi	Promosi dan Publikasi	Rp 2.500.000	kegiatan ini di promosikan dterbitkan oleh media online yang mana semuanya menggunakan identitas HIMA MM UNAIR 2023
20	Mendapatkan wawasan baru dan edukasi tentang kewirausahaan	Biaya Focus Group Discussion & Competition Youth Entrepreneurship	Rp 1.000.000	Kegiatan ini mengundang narasumber untuk memaparkan materi tentang bagaimana cara berwirausaha

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Dari hasil monetisasi di atas, dapat diperoleh outcome yang dihasilkan dari program *Entrepreneurship Workshop “Glinds Act – Global Minds, Local Impact: Transforming Education & Entrepreneurs”* sebagaimana dapat dilihat dalam tabel berikut:

No	Dampak	Jumlah	Perhitungan Monetisasi	Jumlah
1	Edukasi CSV	31 orang	Rp 3.500.000	Per orang Rp. 108.500.000
2	Teknik Negosiasi	31 orang	Rp 750.000	Per orang
3	Kepemimpinan	31 orang	Rp 1.000.000	Per orang
4	Kemampuan berfikir kreatif dan inovatif	31 orang	Rp.750.000	Per orang
<b>Prodi Magister Manajemen Universitas Airlangga</b>				
5	Promosi dan Publikasi	Biaya Promosi dan Publikasi		Rp 1.800.000
		ParamadiaTM	Rp 200.000	
		SDGs Center UNAIR	Rp 200.000	
		TV One News	Rp 200.000	
		Jurnal Post	Rp 200.000	
		Wartatasik	Rp 200.000	
		Post Timur	Rp 200.000	
		Eccnesia	Rp 200.000	
Unair News	Rp 200.000			
6	Dokumentasi	Biaya jasa foto dan video acara	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
7	Menambah minat/peluang orang masuk prodi MM unair	Biaya masuk program studi Magister Manajemen Unair kelas regular	23.585.000	Per orang, kelas regular Rp 117.925.000
<b>Peserta Workshop</b>				
8	Pelatihan Manajemen Bisnis	155 orang	Rp 1.000.000	per orang Rp 155.000.000
9	Keterampilan tentang Entrepreneurship	155 orang	Rp 1.000.000	per orang Rp 155.000.000
10	Souvenir	155 orang	Rp 100.000	per orang Rp 15.500.000
11	Voucher	155 orang	Rp 10.000.000	Total voucher Rp 10.000.000
12	Konsumsi	155 orang	Rp 100.000	per orang Rp 15.500.000
<b>Narasumber</b>				
13	Promosi dan Publikasi		Rp 10.000.000	Rp 10.000.000
14	Plakat		Rp 200.000	Rp 200.000
<b>Cakra Production</b>				
15	Promosi dan Publikasi		Rp10.000.000	Rp 10.000.000
16	Plakat		Rp 200.000	Rp 200.000
<b>Sponsor</b>				

17	Promosi dan publikasi		Rp 10.000.000		Rp 10.000.000
<b>Media Partner</b>					
18	Promosi dan publikasi	9 media	Rp 200.000	Per media	Rp 300.000
<b>HIMA MM Unair 2023 &amp; Masyarakat</b>					
19	Promosi dan Publikasi	3 orang	Rp 2.500.000	Per orang	Rp 7.500.000
20	Mendapatkan wawasan baru dan edukasi tentang kewirausahaan	3 orang	Rp 1.000.000	Per orang	Rp 3.000.000
<b>TOTAL</b>					<b>Rp 701.625.000</b>

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

Tabel di atas menunjukkan bahwa *outcome* atau *present value of impact* adalah sebesar Rp. 701.625.000,00 (tujuh ratus satu juta enam ratus dua puluh lima ribu rupiah). Sedangkan *value of input* atau pengeluaran untuk program ini dapat dirinci sebagai berikut:

### PENGELUARAN

<b>Sie Acara</b>			
Kaos Acara	31 biji	82,258	2,550,000
Hadiah games	1 set	2,250,000	2,250,000
Pembicara	40 menit	500,000	5,000,000
MC	1 acara	2,000,000	2,000,000
Relawan bersih-bersih	5 orang	118,000	590,000
<b>Sie Sponsor &amp; Humas</b>			
Proposal	5 file	43,500	217,500
Plakat	3 biji	120,000	360,000
Publikasi dan dokumentasi	5 orang	90,500	452,500
Port	2 set	35,000	70,000
<b>Sekretariat</b>			
Peralatan kantor	1 set	36,000	36,000
<b>Sie konsumsi</b>			
Makanan peserta	230 peserta	8,500	1,955,000
Nasi Kotak (Tamu, Guru sekolah, dan Pembicara)	20 orang	15,000	300,000
Air mineral kemasan gelas	6 dus	50,000	300,000
Air mineral kemasan botol	1 dus	100,000	100,000
<b>Sie Perlengkapan</b>			
Paket sound system 6000 watt+	1 set	1,996,117	1,996,117
Parled+Fresnel			
Led+Moving beam+backdrop			
<b>Biaya lain-lain</b>			
Biaya lain-lain	-	-	33,000
<b>Total pengeluaran</b>			<b>18,210,117</b>

Dengan demikian, rasio SROI dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{SROI Ratio} &= \frac{\text{Present Value of Impact}}{\text{Value of input}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 701.625.000}{\text{Rp } 18.210.117} = 38,5294
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan rasio SROI di atas, dapat disimpulkan bahwa setiap Rp1 (satu rupiah) yang diinvestasikan untuk *Entrepreneurship*

*Workshop “Glinds Act – Global Minds, Local Impact: Transforming Education & Entrepreneurs”* ini akan menghasilkan timbal balik sosial sebesar Rp. 38, 52 (tiga puluh delapan koma lima puluh dua rupiah). Rasio ini terbilang cukup tinggi dan menjanjikan *return* yang tinggi pula.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan Program *Entrepreneurship Workshop* Dapat disimpulkan bahwa setiap Rp1 (satu rupiah) yang diinvestasikan untuk *Entrepreneurship Workshop “Glinds Act – Global Minds, Local Impact: Transforming Education & Entrepreneurs”* ini akan menghasilkan timbal balik sosial sebesar Rp. 38, 52 (tiga puluh delapan koma lima puluh dua rupiah). Rasio ini terbilang cukup tinggi dan menjanjikan *return* yang tinggi pula.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Hardani, S. P. M. S. dk. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu
- Premanto, G. C., & Watulingas, C. M. E. (2023). *Analisis Social Return On Investment ( Sroi ) Pada Program “ Sabi Bisa ” Den Gan Tema Together Grow Stronger Di Upt RsbD Pasuruan Gancar Candra Premananto Universitas Airlangga Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Magister Manajemen Calvin Mercy Eben*. 17(1), 1756–1768.
- Purwohedi, U. (2016). *Social Return on Investment ( SROI ) : Sebuah Teknik untuk Mengukur Manfaat/Dampak dari Sebuah Program atau Proyek*. Yogyakarta: PT Leutika Nouvalitera.
- Sari, F. I., Mediaty, & Said, D. (2020). *Corporate Socialresponsibility Vscreating Shared Value Melalui Kajian Perspektif Islam: Pendekatan Kritis Jürgen Habermas*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, VI(1), 1-16.
- Septasawitri, D., Prabawani, B., & Nugraha, H. S. (2023). *Analisis Social Return On Investment (SROI) dalam Penerapan Program Ketahanan Ekonomi dan Pangan Rumah Tangga Desa Dendang*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1), 43–53. <https://doi.org/10.14710/jab.v12i1.45914>
- Usman, A., Kadir, A., & Firdaus, F. (2022). *Partisipasi Sosial Masyarakat Pada Program Kota Sehat Di Kota Bima*. *Professional: Jurnal Komunikasi ...*, 9(2), 519–526. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/view/3437%0Ahttps://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/download/3437/2743>
- Veronica. (2020). *Analisis Sroi (Social Return On Investment) Dalam Mengukur Keberhasilan Program Csr Mikrohydro Oleh Pt. Pjb Up Paiton Di Desa Andung biru, Kabupaten Probolinggo*. *Jurnal Ilmiah Politik, Kebijakan, & Sosial (Publicio)*, 2(2).