

Analisis dampak Program Pemberdayaan Masyarakat “Kopi Kang!” dengan Menggunakan Social Return on Investment (SROI)

Tia Fitriani¹, Wahyu Eko Widodo², Erick Abriandi³, Dike Farizan Fadhlillah⁴

^{1,2,3,4} PT. Pertamina Patra Niaga Fuel Terminal Bandung Group, Indonesia

Email : tia.fitriani@pertamina.com¹, wahyu.eko@sbm-itb.ac.id², erickabriandi@gmail.com³,
Dikefarizan@gmail.com⁴

Abstrak

PT. Pertamina Fuel Terminal Bandung Group sebagai perusahaan yang menerapkan ISO 26000 dan PROPER telah melakukan kegiatan corporate social responsibility (CSR) terutama dalam aspek community development (comdev) baik di ring 1 maupun ring 2 perusahaan. Salah satu program community development yang telah dijalankan PT. Pertamina Fuel Terminal Bandung Group adalah program “Kopi Kang!”. Program yang berlokasi di desa Cipaganti, Cisarupan, kabupaten Garut ini melakukan budidaya, pengolahan dan pemasaran kopi arabika khas gunung Papandayan. Pada tahun 2021, program fokus pada beberapa kegiatan, diantaranya: sosialisasi dan pembentukan kelompok, pembelian bibit dan penanaman, pembelian peralatan pengolahan yang terdiri dari pulper, huller, roaster, grinder, dan sealer, pelatihan budidaya dan pengolahan, pembuatan kemasan dan pemasaran serta Kerjasama dengan BUMDes atau dinas setempat. Lebih lanjut, sebagai perusahaan yang telah menerapkan konsep Corporate Social Investment/Corporate Social Innovation (CSI), CSR bagi Pertamina Fuel Terminal Bandung Group merupakan sebuah investasi sosial, maka sebagai konsekuensi dari sebuah investasi perlu dilakukan analisis terhadap tingkat pengembalian investasi (ROI) yang dalam hal karena kegiatan fokus pada dampak sosial sehingga metode pengukuran dampak yang digunakan adalah social return on investment (SROI). Pada perhitungan SROI Kopi Kang! dibandingkan antara nilai sekarang (present value) dari keseluruhan dampak dengan nilai dari investasi sosial yang diberikan. Diperhitungkan pula nilai pengurang berupa drop off, attribution, deadweight dan displacement. Berdasarkan hasil perhitungan SROI ratio diperoleh hasil 1,62 yang berarti setiap investasi Rp 1,- memperoleh dampak atau manfaat senilai Rp 1,62,- Sehingga bila ditinjau dari dampak sosial ekonomi program Kopi Kang! memiliki nilai imbal modal yang layak dan bisa dianggap berhasil.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility, Community Development, Kopi Kang!, Pengukuran Dampak, Social Return on Investment.*

Abstract

PT. Pertamina Fuel Terminal Bandung Group as a company that implements ISO 26000 and PROPER has carried out corporate social responsibility (CSR) activities, especially in the aspect of community development both in ring 1 and ring 2 of the company. One of the community development programs that have been carried out by PT. Pertamina Fuel Terminal Bandung Group is the “Kopi Kang!” program. The program, which is located in Cipaganti village, Cisarupan, Garut regency, conducts cultivation, processing and marketing of Arabica coffee typical of Mount Papandayan. In 2021, the program focused on several activities, including: socialization and beneficiary group formation, purchase of seeds and planting, purchase of processing equipment consisting of pulpers, hullers, roasters, grinders,

and sealers, cultivation and processing training, packaging and marketing as well as cooperation with BUMDes or local agencies. Furthermore, as a company that has implemented the Corporate Social Investment/Corporate Social Innovation (CSI) concept, CSR for Pertamina Fuel Terminal Bandung Group is a social investment, so as a consequence of an investment it is necessary to analyze the return on investment (ROI). This is because the activities focus on social impacts, so the impact measurement method used is social return on investment (SROI). On the calculation of Kopi Kang! SROI, it is compared between the present value of the overall impact with the value of the given social investment. The deduction values in the form of dropoff, attribution, deadweight and displacement are also taken into account. Based on the calculation of the SROI ratio, the result is 1.62, which means that every investment of IDR 1,- gets an impact or benefit of IDR 1.62,-. So when viewed from the socio-economic impact of the Kopi Kang! Have a decent return on capital and can be considered successful.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Community Development, Kopi Kang!, Impact Measurement, Social Return on Investment.*

PENDAHULUAN

PT. Pertamina Fuel Terminal Bandung Group merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang penerimaan, penimbunan dan distribusi BBM yang menyuplai 8 kabupaten/kota di Jawa Barat. Sebagai perusahaan yang menerapkan ISO 26000 dan PROPER, PT. Pertamina Fuel Terminal Bandung Group telah melakukan kegiatan corporate social responsibility (CSR) terutama dalam aspek community development (comdev) baik di ring 1 maupun ring 2 perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu bagian dari Corporate Responsibility sehingga diminta atau tidak dan ada aturan atau tidak terkait dengan pelaksanaan CSR, pihak perusahaan akan tetap melakukan kegiatan CSR kepada masyarakat local (Budiarti, 2018). Dari segi definisi, CSR sangatlah beragam dan tergantung kepada lembaga yang mengeluarkan definisi tersebut (George, 2013). Sebagai contoh, Pemerintah Inggris mendefinisikan CSR sebagai berikut :

"The voluntary actions that business can take, over and above compliance with minimum requirements, to address both its own competitive interest and interests of wider society" (www.crs.gov.uk, 2019)

Sedangkan, World Business Council and Sustainability Development (WBCSD), memberikan pengertian tanggung jawab sosial perusahaan sebagai berikut:

"The continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large" (WBCSD, 1999, Business Association)

Merujuk pada pengertian-pengertian ini dapat disimpulkan bahwa CSR memiliki fungsi atau peran strategis bagi perusahaan khususnya sebagai bagian dari manajemen risiko yang merupakan salah satu bagian terpenting dalam strategi perusahaan (Handini & Sukei, 2019).

US International Cooperation Administration mendeskripsikan Community Development itu sebagai :

"a process of social action in which the people of a community organize themselves for planning action; define their common and individual needs and problems; make group and individual plans with a maximum of reliance upon community resources; and supplement the resources when necessary with service and material from government and non-government agencies outside the community". (The Community Development Guidelines of the International Cooperation Administration, Community Development Review, 1996)"

Arthur Dunham, seorang ahli dalam pemberdayaan masyarakat membedakan "Community Development" dengan "Community Organization" :

“Community development is concerned with economic life, roads, buildings, and education, as well as health and welfare, in the narrower sense. On the other hand, community welfare organizations are concerned with adjustment of social welfare needs and resources in cities, states, and nations as in rural villages.”

Jadi community development lebih berkonotasi dengan pembangunan masyarakat desa atau sub-urban sedangkan community organization identik dengan pembangunan masyarakat kota (Athoillah, 2019).

Salah satu program community development yang telah dijalankan PT. Pertamina Fuel Terminal Bandung Group adalah program “Kopi Kang!”. Program yang berlokasi di desa Cipaganti, Cisarupan, kabupaten Garut ini melakukan budidaya, pengolahan dan pemasaran kopi arabika khas gunung Papandayan. Program ini berawal ketika pada tahun 2019 PT. Pertamina Fuel Terminal Bandung Group melakukan program keanekaragaman hayati (KEHATI) di kaki gunung Papandayan, yaitu konservasi Kukang. Program ini setelah melalui evaluasi tahun pertama, ternyata membutuhkan dukungan dari program lain yang bersifat pemberdayaan ekonomi dan memiliki potensi untuk mandiri dan berkelanjutan. Pemetaan potensi kemudian menunjukkan adanya potensi perkebunan kopi, khususnya kopi Arabika yang cocok dengan ketinggian. Dengan ketinggian desa Cipaganti pada 1.500-1.600 mdpl dengan suhu yang sejuk berkisar 20oC sangat sesuai untuk pertumbuhan kopi Arabika. Tanah yang khas dekat dengan gunung api Papandayan pun membuat citarasa kopi arabika di desa Cipaganti memiliki karakter tersendiri.

Pada tahun 2021, program fokus pada beberapa kegiatan, diantaranya : sosialisasi dan pembentukan kelompok, pembelian bibit dan penanaman, pembelian peralatan pengolahan yang terdiri dari pulper, huller, roaster, grinder, dan sealer, pelatihan budidaya dan pengolahan, pembuatan kemasan dan pemasaran serta Kerjasama dengan BUMDes atau dinas setempat. Lebih lanjut, sebagai perusahaan yang telah menerapkan konsep Corporate Social Investment/Corporate Social Innovation (CSI), CSR bagi Pertamina Fuel Terminal Bandung Group merupakan sebuah investasi sosial, maka sebagai konsekuensi dari sebuah investasi perlu dilakukan analisis terhadap tingkat pengembalian investasi (ROI) yang dalam hal karena kegiatan fokus pada dampak sosial sehingga metode yang digunakan adalah social return on investment (SROI) (Wahyuni, 2015).

Sebagaimana sebuah investasi, program CSR khususnya community development juga memiliki dampak yang bisa diukur secara matematis. Akan tetapi ukuran yang biasa digunakan untuk menilai tingkat pengembalian dari investasi yaitu return on investment (ROI) tidaklah cukup untuk menilai program CSR karena ROI hanya menilai aspek ekonomi dan mengesampingkan dampak lainnya dalam bidang sosial, lingkungan, pendidikan dan kesehatan. Maka para ahli merumuskan sebuah ukuran yang kemudian dinamakan dengan social return on investment (SROI).

SROI telah dikembangkan sedemikian rupa sehingga mampu mengukur berbagai dampak dari program CSR dan mengkonversinya dalam bentuk satuan finansial agar bisa dibandingkan dengan investasi/dana yang dikeluarkan dalam program CSR. Menurut The New Economic Foundation (NEF) :

“SROI translates social and environmental outcomes into tangible monetary values, helping organizations and investors to see a fuller picture of the benefits that flow from their investment of time, money and other resources.”

Menurut definisi ini investasi yang dimaksud tidak hanya dalam bentuk finansial, akan tetapi juga waktu dan sumber daya lain.

METODE

Data yang dipergunakan untuk analisis SROI pada program Kopi Kang! merupakan data sekunder yang berasal dari rencana strategis, rencana kerja, laporan evaluasi dan indeks kepuasan masyarakat (IKM) CSR PT. Pertamina Fuel Terminal Bandung Group, selain itu juga data primer melalui wawancara kepada penerima manfaat dan pelaksana program.

Data tersebut kemudian dikelompokkan dan ditabulasi. Untuk data yang memiliki nilai kuantifikasi rupiah tetap dan jelas, langsung di input sebagai nilai finansial; namun untuk beberapa komponen yang masih dalam perkiraan baik karena kurangnya pencatatan maupun karena obyek yang dihitung tidak secara pasti dapat dinilai (seperti nilai manfaat dari bertambahnya pengetahuan, perubahan mindset, dan benefit yang berbentuk jasa), maka dilakukan perhitungan sesuai dengan konteks program yang ada (Santoso, Ismanto, Mumajad, & Mulyono, 2019).

Proyeksi nilai diupayakan sedekat mungkin dan wajar, dengan memberikan asumsi-asumsi dan pemisalan terhadap hal-hal yang sejenis atau menggunakan ukuran serta standar harga yang berlaku di masyarakat sesuai dengan konteks program. Selanjutnya, data tersebut dianalisis untuk mendapatkan perhitungan nilai dampak, nilai keuangan dampak tersebut sampai memperoleh nilai present value, kemudian dilanjutkan dengan penghitungan nilai rasio SROI (Budiarti, 2018).

Data yang diperoleh kemudian diolah sampai dengan perhitungan SROI sebagai berikut:

$\text{Present Value} = \text{Future Value} \times [1 \div 1 + r^n]$

$\text{NPV} = \text{Present value of benefits} - [\text{Value of investments}]$
 $\text{SROI} = [\text{Present value of benefits}] \div [\text{Value of investments}]$.

Pada perhitungan ini, nilai interest rate (r) untuk menghitung present value menggunakan suku bunga yang merujuk pada angka suku bunga acuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia pada tahun 2021 dengan rata-rata nilai suku bunga 4,5% (www.bi.go.id, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam studi penilaian dampak, tahapan kegiatan yang harus dilakukan, meliputi: (1). identifikasi cakupan program; (2). identifikasi pemangku kepentingan (stakeholder) kunci; (3). memahami teori perubahan yang dijalankan; identifikasi input, proses dan outcome; pemberian nilai dan penghitungan SROI (Wijaya, Susanto, Rozaki, & Nurhidayati, 2021).

Batasan Cakupan Program

Secara program, Kopi Kang! memiliki rencana strategis yang disusun untuk 5 tahun dalam mencapai tujuan dan kemandirian program. Saat ini program baru berjalan selama 1 tahun sejak awal tahun 2021 sehingga cakupan yang dinilai adalah 1 tahun tersebut dengan kegiatan sebagai berikut :

- a. Pembentukan Kelompok Petani Kopi
- b. Pemberian Bibit Kopi
- c. Bantuan Peralatan Pasca Panen Dan Produksi
- d. Sosialisasi Petani Kopi
- e. Pembuatan Kemasan Kopi
- f. Perluasan Pasar Kopi Kang!
- g. Kerjasama Dengan Stakeholder

Dalam 1 tahun, investasi dari program CSR yang telah diberikan untuk program Kopi Kang! senilai Rp. 125.000.000.

Pemangku Kepentingan (Stakeholder)

Para pemangku kepentingan yang terlibat serta memperoleh dampak dari program Kopi Kang! adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Dampak yang Diperoleh Pemangku Kepentingan Program Kopi Kang!

| No | Pemangku Kepentingan | Peran dalam Program | Dampak yang Diperoleh |
|----|--------------------------------|---|--|
| 1 | Petani kopi desa Cipaganti | Sebagai objek utama dalam program | Peningkatan pengetahuan serta keterampilan Bertani kopi Dampak ekonomi dari penjualan biji kopi |
| 2 | Kelompok pengolah kopi kang! | Penerima manfaat langsung dari program kopi kang! | Peningkatan pengetahuan serta keterampilan mengolah kopi Peningkatan awareness pasar melalui liputan media Dampak ekonomi dari penjualan kopi olahan dan kemasan |
| 3 | Pemerintah desa Cipaganti | Pemerintah desa dimana program kopi kang! berlokasi | Penyerapan tenaga kerja yang ada di desa Bagi hasil dengan BUMDes Kelestarian lingkungan melalui penanaman pohon kopi dan restorasi kukang |
| 4 | Yayasan Muka Geni | Lembaga formal untuk penyaluran laba usaha untuk restorasi Kukang | Bagi hasil untuk operasional restorasi kukang |
| 5 | PT. Pertamina FT Bandung Group | Sebagai donatur utama kegiatan CSR Kopi Kang! | Reputasi perusahaan Penghematan anggaran melalui partisipasi (voluntarism) masyarakat dalam program |

Penerima manfaat dari data ini dapat bersifat langsung maupun tidak langsung, kemudian untuk dapat menghitung SROI dampak-dampak ini harus mengalami pendekatan monetisasi sebagai tercantum pada tabel berikut:

Tabel 2 Pendekatan Perhitungan Dampak dan Monetisasi Program Kopi Kang!

| No | Dampak | Pendekatan Perhitungan | Pendekatan Monetisasi | Sumber Informasi |
|-------------------------------------|---|---|--|--|
| A Petani kopi desa Cipaganti | | | | |
| 1 | Peningkatan pengetahuan serta keterampilan Bertani kopi | Menghitung penghematan biaya jika melakukan pelatihan pertanian kopi secara mandiri | Penghematan biaya yang dikeluarkan setiap orang setara dengan biaya belajar 3 kali (perjalanan dan akomodasi) ke Balai Latihan Kerja (BLK) | Website BLK, Dokumen evaluasi program, wawancara |
| 2 | Dampak ekonomi dari penjualan biji kopi dan bibit | Menghitung pendapatan petani kopi | Harga biji dan bibit kopi setara dengan harga pasaran saat ini (2020) | Pengepul, e-commerce, |

| | | dari penjualan biji kopi dan bibit | | dokumen evaluasi |
|---|--|--|---|--|
| B Kelompok pengolah kopi kang! | | | | |
| 1 | Peningkatan pengetahuan serta keterampilan mengolah kopi | Menghitung penghematan biaya jika melakukan pelatihan pengolahan secara mandiri | Penghematan biaya yang dikeluarkan orang tua ABK setara dengan biaya kursus keterampilan kopi selama 3 bulan | Dokumen evaluasi, website BLK, wawancara, kuesioner |
| 2 | Peningkatan <i>awareness</i> pasar melalui liputan media | Menghitung penghematan biaya yang dikeluarkan jika harus beriklan melalui media | Penghematan biaya untuk peningkatan <i>awareness</i> pasa setara dengan biaya iklan pada media yang meliput dengan durasi yang sama | Dokumen evaluasi, wawancara |
| 3 | Dampak ekonomi dari penjualan kopi olahan dan kemasan | Menghitung pendapatan kelompok kopi kang! dari penjualan olahan kopi | Harga olahan kopi arabika setara dengan harga pasaran saat ini (2020) | Pengepul, e-commerce, dokumen evaluasi |
| C Pemerintah desa Cipaganti | | | | |
| 1 | Penyerapan tenaga kerja yang ada di desa | Menghitung penghematan biaya yang seharusnya dikeluarkan pemerintah untuk menyediakan lapangan kerja bagi 15 orang | Nilai penghematan setara dengan biaya pendirian BUMDes yang mampu menyerap tenaga kerja dengan jumlah yang sama | Dokumen evaluasi, wawancara, FGD |
| 2 | Bagi hasil dengan BUMDes | Menghitung secara langsung bagi hasil yang diberikan kelompok Kopi Kang! Kepada BUMDes | Nilai nominal dari persentase bagi hasil dari laba bersih usaha | Dokumen evaluasi |
| 3 | Kelestarian lingkungan melalui penanaman pohon kopi dan restorasi kukang | Menghitung penghematan biaya penghijauan dan restorasi kukang yang seharusnya dikeluarkan pemerintah desa kepada desanya | Nilai penghematan setara dengan biaya yang dikeluarkan untuk penghijauan lahan dengan luas yang sama | Dokumen evaluasi, wawancara |
| D Yayasan muka geni | | | | |
| 1 | Bagi hasil untuk operasional restorasi kukang | Menghitung secara langsung bagi hasil yang diberikan kelompok Kopi Kang! Kepada Yayasan muka geni | Nilai nominal dari persentase bagi hasil dari laba bersih usaha | Dokumen evaluasi |
| E PT. Pertamina FT Bandung Group | | | | |
| 1 | Reputasi perusahaan | Menghitung nilai peningkatan reputasi PT. Pertamina TBBM Bandung Group dari program Kopi Kang! | Nilai peningkatan reputasi perusahaan setara dengan biaya yang dikeluarkan untuk divisi marketing | Dokumen evaluasi, dokumen social mapping, wawancara, FGD |

| | | communication dengan dampak serupa | |
|---|--|---|--|
| 2 | Penghematan anggaran melalui partisipasi (<i>voluntarism</i>) masyarakat dalam program | Menghitung nilai partisipasi pihak eksternal (masyarakat) dalam program CSR | Nilai partisipasi masyarakat setara dengan nilai aset dan sumberdaya yang mereka berikan secara sukarela Dokumen evaluasi, dokumen social mapping, wawancara, FGD |

Kejadian Dampak

Berdasarkan pendekatan perhitungan nilai dan pendekatan monetisasi dari data-data yang diperoleh dari data sekunder, wawancara dan FGD dibuat perhitungan perhitungan jumlah kejadian dampak sebagai berikut:

Tabel 3 Perhitungan Jumlah Kejadian Dampak (*Evidence*)

| No | Dampak | Perhitungan Kejadian Dampak |
|---------------------------------------|--|---|
| A Petani kopi desa Cipaganti | | |
| 1 | Peningkatan pengetahuan serta keterampilan Bertani kopi | Terdapat 15 anggota dimana jika dilakukan pelatihan keterampilan di BLK pertanian Lembang akan memakan biaya Rp 500.000/orang/pelatihan. Pelatihan dilakukan sebanyak 3 kali sehingga nilai peningkatan pengetahuan dan keterampilan ABK adalah : $15 \text{ orang} \times 3 \text{ kali} \times \text{Rp } 500.000 = \text{Rp } 22.500.000$ |
| 2 | Dampak ekonomi dari penjualan biji kopi dan bibit | Harga biji kopi (bean) arabika Java Preanger adalah Rp 100.000/kg sedangkan bibit kopi arabika Java Preanger adalah Rp 15.000,-. Pada tahun 2020 telah terjual sebanyak 5 kuintal biji kopi dan 250 bibit kopi. Maka dampak ekonomi dari usaha ini adalah $(500 \times \text{Rp } 500.000) + (250 \times \text{Rp } 15.000) = \text{Rp } 253.750.000$ |
| B Kelompok pengolah kopi kang! | | |
| 1 | Peningkatan pengetahuan serta keterampilan mengolah kopi | Terdapat 15 anggota yang jika harus mengikuti pelatihan kopi secara formal memerlukan biaya Rp 1.000.000 per orang per bulan sedangkan pelatihan memerlukan waktu 3 bulan, sehingga nilai penghematan biaya yang dikeluarkan oleh orang tua ABK adalah $(15 \text{ orang} \times 3 \text{ bulan} \times \text{Rp } 1.000.000) = \text{Rp } 45.000.000$ |
| 2 | Peningkatan awareness pasar melalui liputan media | Terdapat 3 media yang telah meliput dan memerlukan biaya Rp 20.000.000 untuk iklan di media yang sama sehingga nilai peningkatan awareness pasar adalah $3 \times \text{Rp } 20.000.000 = \text{Rp } 60.000.000$ |
| 3 | Dampak ekonomi dari penjualan kopi olahan dan kemasan | Pada tahun 2020 telah terjual 50 kg biji kopi olahan (roasted) dan 215 pcs kopi bubuk kemasan 250 gr. Harga biji kopi roasted adalah Rp 140.000,- per kg dan harga kopi bubuk kemasan adalah Rp 80.000,- per pcs. Maka nilai Dampak ekonominya adalah $(50 \text{ kg} \times \text{Rp } 140.000) + (215 \times \text{Rp } 80.000) = \text{Rp } 24.200.000$ |
| C Pemerintah desa Cipaganti | | |
| 1 | Penyerapan tenaga kerja yang ada di desa | Pembuatan BUMDes untuk menyerap tenaga kerja sebanyak 15 orang terdiri dari pendirian bangunan senilai Rp 100.000.000, legalitas senilai Rp 10.000.000 dan pengadaan peralatan sejumlah 6 alat dengan harga rata-rata Rp 15.000.000 sehingga nilai penyerapan tenaga kerja adalah $(\text{Rp } 100.000.000 + 10.000.000 + (6 \times \text{Rp } 15.000)) = \text{Rp } 200.000.000$ |
| 2 | Bagi hasil dengan BUMDes | Laba bersih pada tahun 2020 adalah Rp 15.000.000, sedangkan bagi hasil dengan BUMDes adalah 5%, maka nilai nominal bagi hasil |

| | | |
|---|---|---|
| | | dengan BUMDes adalah $5\% \times \text{Rp } 15.000.000 = \text{Rp } 750.000$ |
| 3 | Kelestarian lingkungan melalui penanaman pohon kopi dan restorasi kukang | Lahan yang hingga saat ini telah ditanami kopi adalah 400 m ² dimana membutuhkan biaya total Rp 250.000 per meter perseginya untuk penghijauan, maka nilai kelestarian lingkungan melalui penanaman pohon kopi adalah $400 \times \text{Rp } 250.000,- = \text{Rp } 125.000.000$ |
| D Yayasan Muka Geni | | |
| 1 | Bagi hasil untuk operasional restorasi kukang | Laba bersih pada tahun 2020 adalah Rp 15.000.000, sedangkan bagi hasil dengan Yayasan Muka Geni adalah 10%, maka nilai nominal bagi hasil dengan Yayasan Muka Geni adalah $10\% \times \text{Rp } 15.000.000 = \text{Rp } 1.500.000$ |
| E PT. Pertamina TBBM Bandung Group | | |
| 1 | Reputasi perusahaan | Pengembangan reputasi perusahaan selama 1 tahun melalui marketing communication dengan dampak yang sama ditaksir membutuhkan biaya senilai Rp 50.000.000 |
| 2 | Penghematan anggaran melalui partisipasi (voluntarism) masyarakat dalam program | Penghematan anggaran senilai asset adalah 400 m ² tanah dengan harga Rp 300.000 per meter persegi, sehingga nilai penghematan anggaran CSR adalah $(400 \text{ m}^2 \times \text{Rp } 300.000) = \text{Rp } 120.000.000$ |

Pemberian Nilai dan Perhitungan SROI

Proses pemberian nilai dan penghitungan SROI merupakan suatu metoda yang dapat digunakan untuk mengukur pengembalian investasi dari aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan (Lingane & Olsen, 2004). Tabel berikut ini adalah hasil perhitungan nilai dari dampak-dampak pada program Kopi Kang!, yaitu:

Tabel 4 Perhitungan Nilai Dampak Program

| Uraian | Tahun 2021 | Total |
|--|--------------------|--------------------|
| A. Input | Rp | Rp |
| Sosialisasi dan pembentukan kelompok | 15.000.000 | 15.000.000 |
| Pemberian bibit & penanaman | 10.000.000 | 10.000.000 |
| Pengadaan peralatan | 45.000.000 | 45.000.000 |
| Pelatihan budidaya | 6.000.000 | 6.000.000 |
| Pelatihan pengolahan dan pengemasan | 19.000.000 | 19.000.000 |
| Pemasaran | 20.000.000 | 20.000.000 |
| Kerjasama stakeholder | 10.000.000 | 10.000.000 |
| TOTAL A | 125.000.000 | 125.000.000 |
| B. Outcome | | |
| Petani kopi desa Cipaganti | | |
| Peningkatan pengetahuan serta keterampilan Bertani kopi | 22.500.000 | 22.500.000 |
| Dampak ekonomi dari penjualan biji kopi dan bibit | 253.750.000 | 253.750.000 |
| Kelompok pengolah kopi kang! | | |
| Peningkatan pengetahuan serta keterampilan mengolah kopi | 45.000.000 | 45.000.000 |
| Peningkatan awareness pasar melalui liputan media | 60.000.000 | 60.000.000 |
| Dampak ekonomi dari penjualan kopi olahan dan kemasan | 24.200.000 | 24.200.000 |
| Pemerintah desa Cipaganti | | |
| Penyerapan tenaga kerja yang ada di desa | 200.000.000 | 200.000.000 |
| Bagi hasil dengan BUMDes | 750.000 | 750.000 |
| Kelestarian lingkungan melalui penanaman pohon kopi dan restorasi kukang | 125.000.000 | 125.000.000 |

| | | |
|---|--------------------|--------------------|
| PT. Pertamina FT Bandung Group | | |
| Reputasi perusahaan | 50.000.000 | 50.000.000 |
| Penghematan anggaran melalui partisipasi (voluntarism) masyarakat dalam program | 120.000.000 | 120.000.000 |
| TOTAL B | 900.450.000 | 900.450.000 |
| Deadweight | 0 | 0 |
| | 900.450.000 | 900.450.000 |
| Attribution | 60% | 60% |
| | 360.180.000 | 360.180.000 |
| DropOff | 5% | 5% |
| | 342.171.000 | 342.171.000 |
| Displacement | 0 | 0 |
| | 342.171.000 | 342.171.000 |
| Total Outcome Per Tahun Setelah Diskon | 342.171.000 | 342.171.000 |
| Present Value (r = 4,5%) | 327.436.364 | 327.436.364 |
| NPV | 202.436.364 | 202.436.364 |
| SROI Ratio | 1,62 | 1,62 |

Nilai peran pihak lain dalam perubahan (attribution) ditentukan dengan asumsi bahwa peran pihak lain khususnya masyarakat pemilik tanah sangat besar, yang berkontribusi sebanyak 60% (dibandingkan dengan peran Pertamina FT Bandung Group) terhadap dampak-dampak yang terjadi. Sedangkan deadweight diasumsikan nilainya nol. Nilai deadweight nol karena dari parameter-parameter dampak yang ada, kesemuanya memiliki nilai yang tidak akan terjadi tanpa adanya investasi yang dilakukan oleh Pertamina FT Bandung Group. Sedangkan nilai 5% pada drop off karena karakteristik dari parameter-parameter dampak tersebut tidak semua cenderung terus diproduksi dan meningkat nilainya namun ada penurunan nilai, yaitu pada peralatan. Sedangkan nilai displacement juga dianggap nol karena tidak ada dampak yang tergantikan setelah adanya program.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan SROI ratio diperoleh hasil 1,62 yang berarti setiap investasi Rp 1,- memperoleh dampak atau manfaat senilai Rp 1,62. Sehingga bila ditinjau dari dampak sosial ekonomi program Kopi Kang! memiliki nilai imbal modal yang layak dan bisa dianggap berhasil.

DAFTAR PUSTAKA

- Athoillah, Akh. (2019). *Konstruksi etos kerja santri: studi etos kerja santri dalam pengembangan bisnis modern di Koperasi Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- George, Rickhy. (2013). Implementasi Corporate Social Responsibility di PT. Pembangkit Jawa Bali Unit Pembangkit Gresik. *Journal Unair Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 1(1).
- Handini, M. M., & Sukes, Sukes. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat desa dalam Pengembangan UMKM di wilayah pesisir*. SCOPINDO Media Pustaka Press.
- Santoso, Meilanny Budiarti, Ismanto, Slamet Usman, Mumajad, Idim, & Mulyono, Hendri. (2019). PENGUKURAN DAMPAK INVESTASI SOSIAL PELAKSANAAN CSR MENGGUNAKAN METODE SOCIAL RETURN ON INVESTMENT (SROI). *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(2), 153–167.
- Wahyuni, Nur. (2015). *Analisis Economic Value Added pada Perusahaan Jakarta Islamic Index yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. UIN Alauddin Makassar.
- Wijaya, Oki, Susanto, Deni Aditya, Rozaki, Zuhud, & Nurhidayati, Ayu Pratiwi. (2021). Dampak Investasi Sosial Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Pengembangan Agribisnis Jamur dengan Pendekatan Social Return On Investment (SROI). *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan*

- Agribisnis*, 5(4), 1270–1279.
- Eilis Lawlor, et al, 2008, "Measuring value: a guide to social return on investment (SROI)", The New Economic Foundation.
- Olsen, S., Lingane, A., 2004, "Guidelines for Social Return On Investment", California Management Review, Vol. 46, No. 3, Spring 2004
- PT Pertamina (Persero) TBBM Bandung Group. 2018. Laporan Social Mapping di Wilayah Pengembangan Masyarakat PT Pertamina (Persero) TBBM Bandung Group. Bandung. PT Pertamina (Persero) TBBMBandung Group 2018
- Santoso, Meilanny Budiarti dkk, 2018, "Assesment of the Impact of CSR Implementation Social Investment Using Social Return on Investment (SROI) Methods", Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan, Vol. 3, No. 2, 2018
- Widodo, Wahyu Eko dkk, 2019," Analisis Social Return On Investment (SROI) Pada Program Pemberdayaan Masyarakat DREAMABLE", Bandung: ICDC Indonesia.