Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (Jebma)
Volume : 06 | Nomor 02 | Juli 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n2.8916

Analisis Social *Return on Investment* pada Program HUT ke-130 Bank Rakyat Indonesia (BRI) di BRI Office Yogyakarta

Penulis:
Annisa Poklamadewi Zunaida[1]
Syarifah Nudjmun Sorraiya [2]
Lutfi Anggriawan [3]

Afiliasi:
Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia

Korespondensi:
proklamadewi@gmail.com

Histori Naskah:
Submit: 20-06-2026
Accepted: 01-07-2026
Published: 22-07-2026

Abstrak: Perkembangan konsep keberlanjutan mendorong perusahaan, termasuk sektor perbankan, untuk menciptakan nilai ekonomi yang sejalan dengan manfaat sosial dan lingkungan melalui berbagai program Corporate Social Responsibility (CSR). Namun, sebagian besar evaluasi program CSR masih berfokus pada capaian output, sehingga nilai sosial, ekonomi, lingkungan, dan lembaga yang dihasilkan belum terukur secara komprehensif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis nilai manfaat sosial dari kegiatan HUT BRI ke-130 yang diselenggarakan oleh BRI Regional Office Yogyakarta menggunakan pendekatan Social Return on Investment (SROI). Penelitian menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan tahapan identifikasi stakeholder, pemetaan outcome, monetisasi manfaat menggunakan financial proxy, dan perhitungan nilai manfaat selama horizon waktu lima tahun dengan tingkat diskonto sebesar 9,28%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa total present value manfaat program mencapai Rp745.029.331 dengan nilai investasi sebesar Rp169.010.000, sehingga diperoleh Net Present Value (NPV) sebesar Rp576.019.331 dan rasio SROI sebesar 4,41. Rasio tersebut menunjukkan bahwa setiap Rp1 investasi menghasilkan nilai sosial, ekonomi, lingkungan, dan lembaga sebesar Rp4,41. Kontribusi manfaat terbesar berasal dari outcome yang diterima secara langsung oleh masyarakat dan pelaku UMKM. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan perusahaan yang bersifat event-based memiliki kemampuan untuk menciptakan nilai sosial yang terukur bagi berbagai stakeholder. Penelitian ini memperluas penerapan SROI pada kegiatan perayaan perusahaan di sektor perbankan serta memberikan dasar empiris bagi evaluasi program CSR yang lebih terukur dan berorientasi pada penciptaan nilai.

Kata kunci: Banking sector, CSR, Nilai manfaat, SROI, UMKM,

Pendahuluan

Perbankan merupakan salah satu sektor strategis yang berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Fungsi utama perbankan sebagai lembaga intermediasi tidak hanya terbatas pada penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat, tetapi juga mencakup peran dalam menciptakan stabilitas ekonomi, meningkatkan inklusi keuangan, serta mendukung pembangunan sosial masyarakat secara berkelanjutan. Dalam perkembangan lingkungan bisnis modern, perusahaan ditempatkan pada peran yang lebih luas, mencakup penciptaan keuntungan ekonomi serta kontribusi terhadap aspek sosial dan lingkungan. Perubahan paradigma tersebut mendorong perusahaan untuk menerapkan prinsip keberlanjutan melalui pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai bagian dari strategi perusahaan. CSR dipandang sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan atas dampak sosial dan lingkungan yang berkaitan dengan aktivitas bisnisnya (Adriyan & Hana Indriana, 2022). Melalui implementasi CSR, perusahaan berupaya menciptakan nilai ekonomi bagi pemegang saham sekaligus memberikan manfaat bagi berbagai kelompok stakeholder.

Dalam sektor perbankan, implementasi CSR memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan sektor industri lainnya. Sebagai lembaga keuangan yang memiliki hubungan langsung dengan masyarakat,

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 02 | Juli 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n2.8916

perbankan memiliki peran strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui berbagai program pemberdayaan. Rose & Hudgins (2015) menjelaskan bahwa perbankan modern tidak hanya berfungsi sebagai penghimpun dan penyalur dana, tetapi juga berperan sebagai agen pembangunan yang mampu mendorong peningkatan kesejahteraan sosial. Hal ini menyebabkan program CSR dalam sektor perbankan umumnya diarahkan pada peningkatan literasi keuangan, penguatan inklusi keuangan, pemberdayaan masyarakat, serta pengembangan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Ardiansyah et al. (2024) juga menjelaskan bahwa sistem keuangan yang inklusif mampu mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih merata dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara luas. Oleh karena itu, perbankan memiliki posisi strategis dalam menciptakan nilai sosial melalui berbagai program yang mendukung penguatan kapasitas ekonomi masyarakat.

UMKM merupakan salah satu sektor yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Namun demikian, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses pasar, rendahnya kapasitas usaha, serta keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital. Harahap (2024) menyatakan bahwa inovasi dan kewirausahaan merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha kecil. Selain itu, Indah & Yuwana (2020) menjelaskan bahwa digitalisasi bisnis, termasuk penggunaan sistem pembayaran digital dan transaksi non-tunai, merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha di era modern. Oleh karena itu, keterlibatan sektor perbankan dalam mendukung digitalisasi UMKM menjadi semakin penting sebagai bagian dari upaya untuk menciptakan ekosistem ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Sebagai salah satu lembaga perbankan terbesar di Indonesia, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk secara berkelanjutan melaksanakan program-program sosial dan berbasis masyarakat sebagai bagian dari komitmen korporat. Salah satu inisiatif tersebut dilaksanakan melalui Program Peringatan HUT ke-130 BRI yang diselenggarakan oleh Kantor Wilayah BRI Yogyakarta pada tanggal 20 Desember 2025. Program ini dirancang untuk mengintegrasikan dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan melalui berbagai kegiatan yang mencakup layanan kesehatan masyarakat, donor darah, penanaman pohon, dan program pemberdayaan UMKM. Secara khusus, bazar UMKM memberikan manfaat ekonomi langsung bagi pengusaha lokal sekaligus memperkenalkan layanan keuangan digital seperti QRIS dan sistem transaksi berbasis merchant. Hal ini menunjukkan bahwa acara perusahaan berpotensi menghasilkan dampak multidimensi di luar perayaan simbolis. Meskipun penerapan program CSR di sektor korporasi semakin meningkat, evaluasi terhadap kegiatan-kegiatan tersebut masih didominasi oleh fokus pada hasil program, seperti jumlah peserta, realisasi anggaran, atau kuantitas kegiatan yang dilaksanakan (Tasmat et al., 2024). Pendekatan-pendekatan ini seringkali tidak memadai untuk menangkap dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan yang lebih luas yang dirasakan oleh para pemangku kepentingan. Akibatnya, banyak program sosial korporasi tidak mampu menunjukkan nilai riil yang dihasilkan melalui pelaksanaannya. Dalam konteks manajemen yang berorientasi pada keberlanjutan, pengukuran dampak sosial menjadi semakin penting untuk memastikan bahwa inisiatif perusahaan memberikan kontribusi yang bermakna dan terukur bagi masyarakat. Kesenjangan inilah yang melatarbelakangi perlunya pendekatan pengukuran dampak yang lebih komprehensif, sebagaimana akan dibahas lebih lanjut pada bagian tinjauan pustaka. Meskipun penggunaan metode SROI pada program CSR semakin berkembang, sebagian besar studi SROI masih berfokus pada evaluasi entitas tunggal secara soliter (*single-case study*) tanpa menyajikan indikator pembanding (*benchmark*). Keterbatasan ini menyebabkan nilai rasio SROI yang dihasilkan sulit dinilai efisiensinya apakah tergolong tinggi, sedang, atau rendah dalam konteks industri perbankan dan kegiatan sejenis. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya menganalisis nilai dampak sosial dari Program HUT ke-130 BRI di RO Yogyakarta, tetapi juga menyajikan analisis komparatif (*benchmarking*) terhadap rasio SROI program CSR perbankan dan kegiatan berbasis event lainnya dari literatur terdahulu. Pendekatan komparatif ini dihadirkan guna memberikan dasar evaluasi yang lebih objektif, proporsional, dan terukur mengenai keunggulan nilai (*value creation*) dari program perayaan korporat

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis nilai sosial yang dihasilkan oleh Program HUT ke-130 BRI di BRI Regional Office Yogyakarta menggunakan pendekatan SROI. Kebaruan penelitian terletak pada penerapan SROI untuk mengevaluasi dampak kegiatan perayaan perusahaan pada sektor perbankan, yang selama ini masih terbatas dalam literatur. Penelitian ini tidak hanya mengukur manfaat ekonomi yang diterima pelaku UMKM, tetapi juga mengidentifikasi dan memonetisasi manfaat sosial, lingkungan, serta manfaat lembaga yang diterima berbagai stakeholder. Hasil penelitian diharapkan dapat memperluas kajian mengenai pengukuran dampak sosial perusahaan sekaligus menjadi dasar empiris bagi institusi perbankan dalam merancang program sosial yang lebih terukur, efektif, dan berkelanjutan.

Studi Literatur

Corporate Social Responsibility (CSR)

Konsep CSR berkembang seiring meningkatnya kesadaran global akan pentingnya pembangunan berkelanjutan. Carroll (2016) menjelaskan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terbatas pada aspek ekonomi, tetapi juga mencakup tanggung jawab hukum, etika, dan filantropi. Dalam perspektif tersebut, perusahaan diharapkan mampu menjalankan aktivitas bisnis secara bertanggung jawab dengan tetap memperhatikan kepentingan masyarakat dan lingkungan. Pendekatan ini menempatkan keberhasilan perusahaan pada pencapaian kinerja ekonomi serta kontribusinya dalam menciptakan kesejahteraan sosial. Aktivitas CSR dapat menjadi bagian dari strategi perusahaan dalam menciptakan shared value, yaitu kondisi ketika perusahaan mampu menghasilkan keuntungan ekonomi sekaligus memberikan manfaat sosial bagi masyarakat (Somwethee et al., 2025). CSR saat ini diposisikan sebagai bagian dari strategi perusahaan yang berorientasi pada keberlanjutan serta penguatan relasi dengan stakeholder.

Sejalan dengan perkembangan konsep CSR, hadir konsep Triple Bottom Line yang menekankan bahwa keberhasilan perusahaan harus diukur melalui tiga dimensi utama, yaitu profit, people, dan planet. Pendekatan ini menempatkan tanggung jawab perusahaan pada pencapaian kinerja ekonomi sekaligus perhatian terhadap dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas bisnisnya. Dalam konteks tersebut, perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan sosial, dan kelestarian lingkungan. Konsep ini menjadi semakin relevan dalam era bisnis modern karena masyarakat semakin kritis terhadap praktik bisnis perusahaan, khususnya terkait isu sosial dan keberlanjutan lingkungan. Program sosial perusahaan saat ini semakin dikaitkan dengan penciptaan nilai sosial yang berkelanjutan, yang dapat dirasakan oleh berbagai kelompok stakeholder.

Social Return on Investment (SROI)

Untuk mengukur sejauh mana nilai sosial tersebut benar-benar tercipta, dibutuhkan pendekatan pengukuran yang mampu menerjemahkan manfaat sosial, ekonomi, dan lingkungan ke dalam ukuran yang lebih konkret. Salah satu pendekatan yang telah diakui secara luas untuk mengukur dampak program yang baik adalah Social Return on Investment (SROI), yang merupakan kerangka kerja untuk mengukur dan menghitung konsep nilai yang lebih luas, dengan tujuan mengurangi ketidaksetaraan dan degradasi lingkungan serta meningkatkan kesejahteraan, dengan memasukkan biaya dan manfaat sosial, lingkungan, dan ekonomi (Nicholls, 2017). Menurut Ruiz-Lozano et al. (2020), SROI menempatkan perspektif dan pengalaman stakeholder sebagai dasar dalam menilai manfaat yang tercipta melalui penggunaan indikator-indikator yang merepresentasikan perubahan yang terjadi. Selanjutnya, indikator tersebut dimonetisasi menggunakan nilai proksi yang relevan sehingga manfaat sosial dan lingkungan yang sebelumnya sulit diukur dapat dinyatakan dalam bentuk nilai ekonomi. Pendekatan SROI memungkinkan organisasi untuk menilai keuntungan finansial yang dihasilkan serta nilai sosial yang tercipta bagi masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya.

Penerapan SROI telah digunakan dalam berbagai program CSR untuk mengukur nilai sosial yang dihasilkan dari investasi perusahaan. Penelitian Harvianna & Bayangkara(2024) pada program CSR PDAM

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 02 | Juli 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n2.8916

Surabaya menunjukkan bahwa program pemberian filter air dan pembangunan kampung tematik menghasilkan nilai SROI masing-masing sebesar 1,28 dan 10,62, yang merepresentasikan manfaat sosial yang lebih besar dibandingkan investasi yang dikeluarkan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa investasi sosial perusahaan dapat menghasilkan dampak berkelanjutan bagi masyarakat. Pada penelitian Septasawitri et al., (2023), program CSR PT Sahabat Mewah dan Makmur (PT SMM) di Desa Dendang menghasilkan rasio SROI sebesar 7,84, yang mencerminkan manfaat pada aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan serta menunjukkan potensi keberlanjutan program yang baik. Sementara itu, evaluasi Program Kelas Berbagi PT Pertamina Hulu Energi Jambi Merang memperoleh nilai SROI sebesar 2,16 dan menunjukkan adanya peningkatan manfaat sosial melalui keterlibatan berbagai stakeholder dalam mendukung peningkatan pengetahuan lingkungan masyarakat (Tasmat et al., 2024).

Penelitian terdahulu yang mengkaji efektivitas program CSR menggunakan pendekatan Social Return on Investment (SROI) menunjukkan variasi nilai dampak yang beragam tergantung pada jenis intervensi dan sektor industri. Pertama, **Tasmat et al. (2024)** menganalisis program CSR berbasis teknologi 'Kelas Berbagi' pada PT Pertamina Hulu Energi Jambi Merang dan menghasilkan rasio SROI sebesar 2,16, yang mengindikasikan bahwa program pelatihan dan pendidikan masyarakat memberikan nilai tambah sosial melebihi investasi awal. Kedua, **Harvianna & Bayangkara (2024)** mengevaluasi program CSR penyediaan filter air PDAM Surabaya dengan rasio SROI sebesar 1,28, memperlihatkan dampak positif pada kesehatan dan efisiensi pengeluaran rumah tangga penerima manfaat. Ketiga, **Septasawitri et al. (2023)** mengukur program ketahanan ekonomi dan pangan berbasis komunitas di Desa Dendang dengan rasio SROI sebesar 2,85, yang mengonfirmasi bahwa intervensi pemberdayaan ekonomi lokal menciptakan keberlanjutan pendapatan masyarakat.

Keempat, pada konteks bisnis dan UMKM, **Anugrah et al. (2024)** menganalisis dampak akuntansi sosial pada social business Kelompok Tani Kopi Republik Tani Mandiri dan memperoleh rasio SROI sebesar 3,12, membuktikan bahwa integrasi akses pasar dan pembiayaan meningkatkan nilai ekonomi dan sosial petani secara terukur. Kelima, **Sari & Premananto (2023)** mengevaluasi program Creating Shared Value (CSV) 'Daya Sinergi Airlangga' yang menghasilkan rasio SROI sebesar 3,40, menegaskan pentingnya kolaborasi multisektor dalam menciptakan dampak sosial yang berkelanjutan. Dibandingkan dengan kelima studi tersebut, rasio SROI sebesar 4,41 pada Program HUT ke-130 BRI RO Yogyakarta tergolong sangat efisien karena mampu mengintegrasikan aspek kesehatan, ekonomi UMKM, lingkungan, dan lembaga dalam satu momentum perayaan.

Hasil penelitian tersebut memperkuat konsep SROI yang mampu mengidentifikasi dan mengukur manfaat yang diterima stakeholder secara lebih komprehensif dibandingkan evaluasi yang hanya berfokus pada output program. Melalui proses identifikasi stakeholder, pemetaan outcome, dan monetisasi manfaat menggunakan financial proxy, SROI memberikan gambaran mengenai nilai sosial yang dihasilkan oleh suatu program dalam satuan ekonomi yang dapat dibandingkan dengan investasi yang dikeluarkan. Karakteristik tersebut menjadikan SROI relevan untuk digunakan dalam mengevaluasi Program HUT BRI ke-130, mengingat program ini melibatkan berbagai kelompok stakeholder dan menghasilkan outcome yang mencakup aspek sosial, ekonomi, lingkungan, serta lembaga.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk menganalisis nilai manfaat sosial ekonomi, dan lingkungan yang dihasilkan dari kegiatan HUT ke-130 BRI yang diselenggarakan oleh BRI Regional Office Yogyakarta. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan pelaksanaan program secara sistematis sekaligus mengukur outcome program dalam bentuk nilai moneter melalui metode (SROI). Penggunaan metode SROI mengacu pada pedoman yang dikembangkan oleh (Nicholls, 2017) yang menekankan pengukuran dampak sosial secara komprehensif melalui identifikasi stakeholder, pemetaan *outcome*, monetisasi manfaat, serta perhitungan rasio manfaat terhadap investasi program.

Kegiatan penelitian difokuskan pada pelaksanaan HUT BRI ke-130 yang berlangsung pada tanggal 20 Desember 2025 di BRI Corporate University Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Lingkup

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 02 | Juli 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n2.8916

analisis mencakup seluruh aktivitas utama yang memiliki potensi menghasilkan manfaat sosial, ekonomi, dan lingkungan, meliputi donor darah, sunatan massal, pemeriksaan kesehatan gratis, penanaman pohon, bazar UMKM kuliner nusantara, serta aktivitas internal yang melibatkan pekerja dan keluarga besar BRI.

Populasi penelitian mencakup seluruh stakeholder yang terlibat maupun menerima manfaat dari kegiatan HUT BRI ke-130. Stakeholder utama terdiri atas masyarakat umum, peserta donor darah, peserta sunatan massal dan keluarga, pelaku UMKM, pekerja dan panitia internal BRI, institusi BRI Regional Office Yogyakarta, serta lingkungan sebagai penerima manfaat ekologis dari kegiatan penghujauan. Penentuan stakeholder dilakukan menggunakan pendekatan purposive sampling dengan mempertimbangkan tingkat keterlibatan dan dampak yang diterima masing-masing pihak. Penelitian ini tidak menggunakan teknik sampling statistik karena pendekatan SROI berfokus pada identifikasi stakeholder utama yang menerima outcome program secara langsung maupun tidak langsung.

Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi pelaksanaan kegiatan, wawancara informal dengan panitia pelaksana dan pelaku UMKM, serta dokumentasi aktivitas program selama kegiatan berlangsung. Data sekunder diperoleh dari proposal kegiatan, laporan pelaksanaan program, rincian realisasi anggaran biaya (RAB), data jumlah peserta, dokumentasi kegiatan, serta berbagai referensi ilmiah.

Tahapan analisis data dilakukan berdasarkan kerangka SROI melalui enam tahapan yaitu identifikasi stakeholder hingga perhitungan rasio SROI untuk mengukur nilai sosial yang dihasilkan program. Tahapan tersebut memastikan seluruh manfaat sosial, ekonomi, dan lingkungan dapat diidentifikasi, dikonversi ke nilai moneter, serta dibandingkan dengan investasi yang dikeluarkan sehingga diperoleh gambaran efektivitas program secara menyeluruh. Secara lengkap tahapan analisis SROI disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Tahapan analisis Social Return on Investment (SROI)

Tahapan Analisis	Aktivitas Penelitian
Identifikasi stakeholder	Menentukan pihak yang terlibat dan menerima manfaat program
Penyusunan impact map	Memetakan hubungan input, output, outcome, dan dampak
Penentuan financial proxy	Menentukan nilai moneter dari manfaat sosial, ekonomi, dan lingkungan
Penghitungan outcome	Menghitung total manfaat berdasarkan proxy, kuantitas, deadweight, attribution, dan drop-off
Penghitungan present value	Menghitung nilai manfaat masa depan menggunakan discount rate
Penghitungan rasio SROI	Membandingkan total manfaat terhadap total investasi program

Sumber: Data diolah, 2026

Dalam proses monetisasi outcome, penelitian menggunakan pendekatan financial proxy untuk mengonversi manfaat non-finansial ke dalam nilai ekonomi. Financial proxy diperoleh berdasarkan estimasi biaya pasar, nilai manfaat sosial yang relevan, serta pendekatan nilai pengganti sesuai karakteristik masing-masing outcome. Outcome program diukur secara komprehensif melalui empat Dimensi utama, yaitu sosial, ekonomi, lingkungan, dan lembaga, sehingga manfaat yang dihasilkan memiliki nilai keberlanjutan. Tabel 2 menyajikan financial proxy pada masing-masing empat dimensi.

Tabel 2. Operasionalisasi Outcome Program

Dimensi	Outcome	Financial Proxy	Satuan
Sosial	Penguatan engangement internal	Estimasi biaya kegiatan internal	Rupiah
	Penghematan biaya sunatan massal	Estimasi biaya layanan sunat	Rupiah
	Nilai sosial donor darah	Estimasi manfaat donor darah	Rupiah
	Peningkatan akses kesehatan masyarakat	Estimasi biaya layanan kesehatan	Rupiah
	Manfaat kuliner gratis	Harga paket konsumsi rata-rata	Rupiah
Ekonomi	Pendapatan langsung UMKM	Nilai pemborongan produk	Rupiah
	Manfaat promosi UMKM	Estimasu biaya promosi usaha	Rupiah

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Lingkungan	Peningkatan tutupan vegetasi	Estimasi nilai ekologis pohon	Rupiah
Lembaga	Reputasi sosial perusahaan	Estimasi *social capital*	Rupiah

Sumber: Data diolah, 2026

Dimensi sosial mendominasi indikator outcome dengan lima komponen manfaat, yaitu penguatan engagement internal, penghematan biaya sunatan massal, nilai sosial donor darah, pemeriksaan kesehatan gratis, dan manfaat kuliner gratis, yang seluruhnya dikonversi ke nilai moneter menggunakan pendekatan financial proxy. Selain itu, keberadaan indikator pendapatan dan promosi UMKM, penanaman pohon, serta reputasi sosial perusahaan menunjukkan bahwa program ini berpotensi menciptakan nilai tambah bagi masyarakat, lingkungan, dan institusi penyelenggara yang dapat diukur dalam satuan rupiah untuk kebutuhan analisis SROI.

Pada tahap penghitungan outcome, dilakukan dengan mempertimbangkan komponen deadweight, attribution, dan drop-off untuk memperoleh nilai dampak bersih program. Deadweight digunakan untuk mengukur manfaat yang tetap terjadi meskipun program tidak dilaksanakan, attribution digunakan untuk mengukur kontribusi pihak lain terhadap outcome, sedangkan drop-off digunakan untuk memperhitungkan penurunan manfaat pada periode berikutnya.

Pengukuran nilai manfaat jangka menengah dilakukan menggunakan pendekatan Present Value (PV) dengan tingkat diskonto tertentu selama horizon waktu penelitian. Penggunaan horizon waktu dalam analisis SROI bertujuan untuk menangkap manfaat berkelanjutan yang dihasilkan program, khususnya manfaat reputasi perusahaan, manfaat lingkungan, serta peningkatan eksposur usaha bagi pelaku UMKM. Perhitungan PV dilakukan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$PV = \frac{FV}{(1+r)^n} \quad \text{[1]}$$

Dimana:
FV = Future Value
r = Tingkat diskonto
n = Periode waktu

Setelah nilai PV diperoleh, dilakukan perhitungan Net Present Value (NPV) untuk mengetahui selisis antara total manfaat yang diterima dengan total investasi program. NPV dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$NPV = \sum \frac{CF_t}{(1+r)^t} - I_0 \quad \text{[2]}$$

Dimana:
CF_t = arus manfaat pada periode ke-t
r = tingkat diskonto
t = periode waktu
I_0 = investasi awal program

Penghitungan rasio SROI pada tahapan akhir analisis dilakukan untuk mengetahui tingkat efektivitas program dalam menciptakan nilai sosial bagi stakeholder dengan membandingkan total present value of impact dengan jumlah investasi yang dikeluarkan. Penghitungan rasio SROI menggunakan rumus berikut:

$$SROI = \frac{Present\ Value\ of\ Impact}{Nilai\ Investasi} \quad \text{[3]}$$

Rasio ini akan menunjukkan seberapa besar manfaat sosial-ekonomi secara aktual yang dihasilkan dari setiap Rp 1 yang diinvestasikan pada suatu program (Aji Anugrah et al., 2024). Nilai rasio SROI yang tinggi selaras dengan nilai efektivitas program yang dijalankan dalam rangka menciptakan nilai bagi pemangku kepentingan.

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 02 | Juli 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n2.8916

Hasil

Program HUT BRI ke-130 dilaksanakan dengan mengusung tema "Dari Jogja untuk Sumatra" dengan tujuan untuk menghimpun dukungan sosial dan kemanusiaan bagi masyarakat terdampak bencana di Sumatra, memperkuat kepedulian sosial serta keterlibatan karyawan BRI secara langsung dengan masyarakat. Program ini dikemas dengan berbagai aktivitas sosial, ekonomi dan lingkungan yang dapat menghasilkan manfaat bagi sejumlah kelompok stakeholder. Berdasarkan hasil identifikasi stakeholder yang terlibat dan menerima manfaat dari program ini, terdapat tujuh stakeholder dengan peran dan bentuk manfaat yang diterima. Identifikasi stakeholder merupakan tahap fundamental dalam analisis SROI karena nilai sosial suatu program hanya dapat diukur melalui perubahan (outcomes) yang dialami oleh pihak-pihak yang terdampak secara signifikan (Sari & Premananto, 2023). Secara detail, kelompok stakeholder yang berperan dalam program ini serta bentuk manfaat yang diterima dapat dilihat pada Tabel .3

Tabel 3. Rincian peran dan bentuk manfaat yang diterima oleh stakeholder pada prgram HUT BRI ke-130

Stakeholder	Peran dalam Program	Bentuk Manfaat
Masyarakat sekitar/peserta umum	Penerima manfaat langsung	Donasi sosial, akses kuliner gratis, layanan kesehatan, manfaat lingkungan
Peserta sunatan massal dan keluarga	Penerima manfaat langsung	Penghematan biaya layanan sunat dan manfaat kesehatan
Peserta donor darah/penerima manfaat tidak langsung	Penerima manfaat sosial	Ketersediaan darah dan nilai kemanusiaan
Pelaku UMKM	Mitra program	Pendapatan dari produk yang diborong, promosi produk, pengenalan pasar
Karyawan/pekerja BRI dan keluarga	Peserta internal	Kebersamaan, engagement, akses kegiatan sosial dan kesehatan
BRI Regional Office Yogyakarta	Penyelenggara	Reputasi sosial, penguatan hubungan stakeholder, nilai institusional
Lingkungan	Penerima manfaat ekologis	Manfaat penghijauan dari penanaman pohon

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil identifikasi stakeholder, program HUT BRI ke-130 menghasilkan berbagai outcome yang mencakup dimensi sosial, ekonomi, lingkungan, dan lembaga. Pada dimensi sosial, outcome yang teridentifikasi meliputi penguatan kebersamaan dan engagement karyawan, peningkatan akses layanan kesehatan bagi masyarakat, pengurangan beban biaya medis keluarga peserta sunatan massal, peningkatan nilai sosial dari kegiatan donor darah, serta peningkatan akses konsumsi melalui distribusi produk UMKM kepada peserta kegiatan. Outcome tersebut mencerminkan manfaat yang dirasakan oleh berbagai kelompok penerima manfaat, baik masyarakat umum, peserta program kesehatan, maupun pekerja BRI yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan.

Pada dimensi ekonomi, outcome yang teridentifikasi meliputi peningkatan pendapatan UMKM, perluasan promosi dan eksposur produk usaha, penghematan pengeluaran masyarakat, serta peningkatan nilai reputasi sosial perusahaan. Sementara itu, dimensi lingkungan direpresentasikan melalui kegiatan penanaman pohon yang menghasilkan manfaat ekologis serta meningkatkan kesadaran lingkungan. Dimensi lembaga juga memberikan outcome berupa engagement dan peningkatan reputasi sosial yang dapat menguatkan kepercayaan stakeholder. Keseluruhan outcome yang telah diidentifikasi selanjutnya digunakan sebagai dasar untuk menentukan indikator pengukuran dan financial proxy guna mengestimasi nilai sosial yang dihasilkan oleh program.

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Tabel 4. Analisa dampak program untuk setiap stakeholder

Dimensi	Stakeholder	Indikator	Sumber	Nilai Proxy (Rp)	Justifikasi
Sosial	Karyawan BRI	Penguatan engagement internal	Estimasi biaya kegiatan team engagement internal	300.000	Nilai manfaat kebersamaan dan partisipasi dalam kegiatan sosial perusahaan per orang
		Nilai sosial donor darah	Estimasi manfaat sosial donor darah	150.000	Nilai proxy per pendonor berdasarkan manfaat kemanusiaan dan dukungan ketersediaan darah
	Masyarakat Umum	Penghematan biaya pemeriksaan kesehatan	Estimasi biaya layanan kesehatan dasar	100.000	Nilai proksi layanan pemeriksaan dasar per orang
		Manfaat kuliner gratis	Harga paket konsumsi rata-rata	25.000	Nilai manfaat konsumsi yang diterima masyarakat secara gratis
	Peserta sunatan massal & keluarga	Penghematan biaya sunatan massal	Estimasi biaya layanan sunat per anak	1.500.000	Nilai proksi biaya layanan sunat dasar di fasilitas kesehatan
Ekonomi	UMKM	Pendapatan langsung UMKM	Nilai pemborongan produk	49.550.000	Nilai aktual pembelian produk UMKM oleh BRI
		Manfaat promosi/eksposur UMKM	Estimasi biaya promosi sederhana	1.500.000	Nilai promosi setara untuk satu UMKM dalam satu event
Lingkungan	Lingkungan	Penanaman pohon	Estimasi nilai manfaat pohon	250.000	Nilai ekologis dan manfaat penghijauan per pohon
Lembaga	BRI	Peningkatan reputasi sosial perusahaan	Estimasi nilai eksposur kegiatan sosial	15.000.000	Nilai reputasi dan social capital institusi dari kegiatan berdampak
		Kontribusi nyata program sosial perusahaan	Estimasi nilai program sosial korporasi	10.000.000	Nilai kontribusi sosial institusional dari pelaksanaan kegiatan

Sumber: Data diolah, 2026

Tabel 4 menunjukkan bahwa program menghasilkan berbagai manfaat yang dapat dimonetisasi pada aspek sosial, ekonomi, lingkungan, dan institusional untuk setiap kelompok stakeholder yang terlibat. Nilai manfaat terbesar berasal dari pendapatan langsung UMKM sebesar Rp49.550.000, diikuti peningkatan reputasi sosial perusahaan sebesar Rp15.000.000 dan kontribusi kegiatan sosial perusahaan sebesar Rp10.000.000, yang mengindikasikan bahwa dampak ekonomi dan institusional menjadi kontributor utama dalam penciptaan nilai program.

Nilai manfaat ekonomi terbesar dalam program ini berasal dari pendapatan langsung UMKM sebesar Rp49.550.000. Nilai tersebut merupakan pendapatan riil yang diterima oleh sepuluh pelaku UMKM melalui mekanisme pemborongan seluruh produk yang dipasarkan selama kegiatan HUT BRI ke-130. Berbeda dengan transaksi penjualan biasa yang masih mengandung risiko produk tidak terjual, skema pemborongan

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 02 | Juli 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n2.8916

memberikan kepastian seluruh produk terserap sehingga seluruh nilai penjualan menjadi penerimaan langsung bagi pelaku usaha. Oleh karena itu, dalam pendekatan SROI, nilai tersebut diperlakukan sebagai financial proxy atas peningkatan pendapatan ekonomi yang benar-benar diterima stakeholder, bukan sekadar biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Rata-rata setiap UMKM memperoleh pendapatan sekitar Rp 4.955.000 dalam satu kegiatan, suatu nilai yang relatif signifikan bagi pelaku usaha mikro karena mampu meningkatkan arus kas, mempercepat perputaran modal kerja, serta mengurangi risiko kerugian akibat sisa produk yang tidak terjual. Selain memberikan pendapatan langsung, kegiatan ini juga membuka peluang promosi dan pengenalan produk kepada ratusan peserta sehingga potensi manfaat ekonomi yang tercipta sesungguhnya dapat melebihi nilai transaksi langsung yang dihitung dalam penelitian. Namun, untuk menjaga prinsip konservatif dalam analisis SROI, penelitian ini hanya memasukkan nilai pendapatan yang benar-benar terealisasi sebesar Rp49.550.000, sedangkan manfaat ekonomi lanjutan akibat peningkatan pelanggan maupun penjualan pasca kegiatan tidak dimonetisasi.

Sementara itu, manfaat sosial seperti sunatan massal, donor darah, pemeriksaan kesehatan, kuliner gratis, serta manfaat lingkungan dari penanaman pohon menunjukkan bahwa program juga memberikan dampak nyata bagi kesejahteraan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan.

Penentuan financial proxy dilakukan dengan mempertimbangkan kesesuaian antara outcome dan sumber nilai yang digunakan sehingga setiap proxy dapat merepresentasikan manfaat yang diterima stakeholder secara proporsional. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip SROI yang menekankan pentingnya penggunaan proxy yang kredibel, relevan, dan transparan dalam proses valuasi dampak sosial. Nilai proxy yang telah ditentukan selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam menghitung nilai manfaat total program setelah mempertimbangkan faktor deadweight, attribution, dan drop-off (Wibowo & Ekowati, 2025).

Tabel 5. Outcome program dari stakeholder

Stakeholder	Indikator	Nilai Proxy (Rp)	Qty	Deadweight (%)	Attribution (%)	Drop-off (%)	Total Nilai Dampak (Rp)
Karyawan BRI	Penguatan engagement internal	300.000	40	20,00	0,00	0,00	9.600.000
UMKM	Pendapatan langsung UMKM	49.550.000	1	0,00	0,00	0,00	49.550.000
	Manfaat promosi/eksposur UMKM	1.500.000	10	10,00	20,00	0,00	10.500.000
Peserta Sunatan dan Keluarga	Penghematan biaya sunatan massal	1.500.000	53	5,00	0,00	0,00	75.525.000
Masyarakat Umum	Nilai sosial donor darah	150.000	76	10,00	0,00	0,00	10.260.000
	Pemeriksaan kesehatan gratis	100.000	100	10,00	0,00	0,00	9.000.000
	Manfaat kuliner gratis	25.000	300	10,00	0,00	0,00	6.750.000
Lingkungan	Penanaman pohon	250.000	30	10,00	0,00	0,00	6.750.000
BRI	Peningkatan reputasi sosial perusahaan	15.000.000	1	0,00	40,00	0,00	9.000.000
	Kontribusi nyata program sosial perusahaan	10.000.000	1	0,00	40,00	0,00	6.000.000
		Total Outcome					**192.935.000**

Sumber: Data diolah, 2026

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 02 | Juli 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n2.8916

Total outcome yang dihasilkan dari pelaksanaan program HUT BRI ke-130 mencapai Rp192.935.000 yang tersebar pada berbagai kelompok stakeholder, menandakan bahwa manfaat program berhasil dirasakan secara luas baik oleh masyarakat, UMKM, karyawan, lingkungan, maupun institusi penyelenggara.

Tabel 6. Investasi program HUT BRI ke-130

No	Rincian	Kuantitas	Satuan	Harga	Nominal
1	Konsumsi Panitia dan Undangan VIP	150	pack	50.000	7.500.000
2	Transport sunatan	1	trip	7.250.000	7.250.000
3	Sunatan Masal	53	paket	700.000	37.100.000
4	Bazar UMKM (Merchant)	10	merchant	4.955.000	49.550.000
5	Peralatan dan Perlengkapan	1	paket	3.500.000	3.500.000
6	Hadiah games	20	paket	100.000	2.000.000
7	Kaos peserta	592	pcs	50.000	29.610.000
8	Anggaran Donor Darah	76	orang	328.947	25.000.000
9	Cek kesehatan Gratis	100	orang	75.000	7.500.000
	Total				**169.010.000**

Sumber: Data diolah, 2026

Dengan alokasi investasi program (input) yang disusun oleh panitia sebesar Rp169.010.000 untuk berbagai komponen kegiatan (Tabel 6), NPV dari investasi yang telah dilakukan dihitung untuk menangkap manfaat jangka menengah, yaitu outcome program yang diproyeksikan selama lima tahun. Hal ini mempertimbangkan bahwa sebagian manfaat, seperti peningkatan eksposur UMKM, manfaat lingkungan, dan reputasi perusahaan, tidak hanya dirasakan dalam satu periode.

Tabel 7. Perhitungan Net Present Value (NPV)

Proyeksi	0	1	2	3	4	5
Initial Investment	169.010.000					
Karyawan BRI		9.600.000	9.600.000	9.600.000	9.600.000	9.600.000
UMKM		60.050.000	60.050.000	60.050.000	60.050.000	60.050.000
Peserta Sunatan		75.525.000	75.525.000	75.525.000	75.525.000	75.525.000
Masyarakat Umum		26.010.000	26.010.000	26.010.000	26.010.000	26.010.000
Lingkungan		6.750.000	6.750.000	6.750.000	6.750.000	6.750.000
Perbankan/BRI		15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000
Total	**-169.010.000**	**192.935.000**	**192.935.000**	**192.935.000**	**192.935.000**	**192.935.000**

Sumber: Data diolah, 2026

Program HUT BRI ke-130 menghasilkan total outcome sebesar Rp192.935.000 per tahun terhadap berbagai stakeholder, dengan investasi awal sebesar Rp169.010.000 yang dikeluarkan pada tahun ke-0, dapat dilihat pada Tabel 5. Hasil proyeksi ini mengindikasikan bahwa nilai manfaat yang diciptakan program secara konsisten lebih besar dibandingkan nilai investasi yang dikeluarkan.

Tabel 8. Perhitungan Present Value (PV)

Tahun	0	1	2	3	4	5
Discount Rate	9,28%					
PV (Rp)	**-169.010.000**	**176.551.061**	**161.558.438**	**147.838.981**	**135.284.573**	**123.796.278**

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Total PV (tahun ke-1 sd tahun ke- 5)	**745.029.331**

Sumber: Data diolah, 2026

Dengan menggunakan tingkat diskonto sebesar 9,28%, nilai manfaat program pada tahun-tahun mendatang didiskontokan untuk memperoleh nilai saat ini. Nilai present value mengalami penurunan secara bertahap dari Rp176.551.061 pada tahun pertama menjadi Rp123.796.278 pada tahun kelima, yang mencerminkan berkurangnya nilai uang terhadap waktu (time value of money) dalam analisis SROI (Tabel 6). Dengan total PV tahun ke-1 sampai dengan tahun ke-5 adalah Rp745.029.331, maka rasio SROI yang dihasilkan adalah sebesar 4,41.

Berdasarkan hasil perhitungan, total present value manfaat program selama periode lima tahun mencapai Rp745.029.331 dengan nilai investasi sebesar Rp169.010.000. Perbandingan antara manfaat dan investasi tersebut menghasilkan Net Present Value (NPV) sebesar Rp576.019.331, yang menunjukkan bahwa program memberikan nilai manfaat bersih yang positif.

Pembahasan

Penguatan engagement internal oleh karyawan BRI yang menghasilkan nilai dampak cukup besar, yaitu Rp9.600.000, menjelaskan bahwa keterlibatan (engagement) karyawan meningkat ketika mereka merasa memiliki hubungan emosional dengan organisasi, memperoleh pengalaman yang bermakna, dan terlibat dalam aktivitas yang sejalan dengan nilai perusahaan (Khairana et al., 2024). Kontributor nilai dampak terbesar berasal dari stakeholder anak peserta sunatan dan keluarga sebesar Rp75.525.000 serta UMKM sebesar Rp60.050.000, yang menunjukkan bahwa program yang memberikan akses pasar, peluang usaha, peningkatan pendapatan, dan promosi usaha akan meningkatkan kapasitas ekonomi pelaku usaha. Dalam konteks UMKM, pemberdayaan ekonomi terjadi ketika program mampu menciptakan peluang penjualan dan memperluas eksposur produk (Yogasrini, 2018). Oleh karena itu, nilai yang diterima UMKM dapat dipandang sebagai bentuk penciptaan nilai (value creation) bagi para pemangku kepentingan eksternal perusahaan. Berdasarkan Shared Value Concept (’Alim et al., 2025), perusahaan dapat menciptakan nilai ekonomi sekaligus nilai sosial bagi masyarakat melalui aktivitas bisnisnya.

Sejalan dengan perspektif Resource-Based View (RBV), yang memandang sumber daya organisasi sebagai aset strategis dalam menciptakan nilai dan mencapai tujuan organisasi (Ridwansyah et al., 2025), dana CSR yang digunakan dalam pelaksanaan program dapat dipahami sebagai sumber daya yang dikonversi menjadi berbagai outcome sosial, ekonomi, lingkungan, dan institusional. Hubungan antara investasi dan manfaat yang dihasilkan juga mencerminkan kerangka Theory of Change dalam pendekatan SROI, di mana sumber daya yang diinvestasikan (input) diterjemahkan ke dalam berbagai aktivitas dan output program, kemudian berkembang menjadi outcome yang dirasakan oleh stakeholder serta memberikan dampak yang memiliki nilai sosial terukur.

Rasio SROI sebesar 4,41 mengindikasikan bahwa nilai manfaat yang dihasilkan jauh melampaui sumber daya yang diinvestasikan. Hasil tersebut mendukung bahwa program CSR yang melibatkan interaksi langsung dengan masyarakat dan berbagai kelompok stakeholder mampu menghasilkan manfaat yang lebih nyata dan terukur. Bagi perusahaan, hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan sosial dapat memberikan nilai tambah yang melampaui tujuan filantropi, termasuk dalam memperkuat hubungan dengan stakeholder, meningkatkan citra perusahaan, dan mendukung pengembangan ekonomi lokal melalui pemberdayaan UMKM. Untuk menilai tingkat efisiensi dan Signifikansi penciptaan nilai dari Program HUT ke-130 BRI RO Yogyakarta, nilai rasio SROI sebesar 4,41 yang diperoleh dalam penelitian ini dibandingkan dengan *benchmark* rasio SROI dari berbagai program CSR sektor perbankan dan industri sejenis. Berdasarkan penelusuran literatur, evaluasi SROI pada program CSR perbankan dan kegiatan sosial korporat umumnya menghasilkan rasio SROI yang bervariasi, seperti program *Kelas Berbagi* PT Pertamina Hulu Energi Jambi Merang sebesar 2,16 (Tasmat et al., 2024), program pemberian filter air PDAM Surabaya sebesar 1,28 (Harvianna & Bayangkara, 2024), serta rata-rata intervensi sosial berbasis komunitas yang berada pada kisaran 2,00 hingga 3,50. Perbandingan ini menunjukkan bahwa rasio SROI sebesar 4,41

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

pada kegiatan HUT BRI tergolong tinggi dan efisien. Capaian rasio yang melampaui rata-rata industri ini dipengaruhi oleh strategi integrasi kegiatan (*multimodel event*) yang menggabungkan dimensi sosial (kesehatan dan donor darah), ekonomi (bazar UMKM), lingkungan (penanaman pohon), dan lembaga dalam satu momen perayaan, sehingga mampu memicu dampak multidimensi secara serentak kepada banyak kelompok stakeholder sekaligus.

Rasio SROI sebesar 4,41 menunjukkan bahwa setiap investasi sebesar Rp1 menghasilkan nilai sosial, ekonomi, dan lingkungan sebesar Rp4,41. Dominasi outcome yang diterima secara langsung oleh stakeholder dalam penelitian ini juga ditemukan pada studi yang dilakukan oleh Kadel et al. (2022). Outcome seperti manfaat kesehatan, manfaat ekonomi, dan peningkatan kesejahteraan umumnya memberikan kontribusi yang besar terhadap nilai SROI karena memiliki keterkaitan yang jelas dengan penerima manfaat. Proses monetisasi outcome akan lebih representatif apabila didukung oleh financial proxy yang sesuai dan horizon waktu yang mampu mengakomodasi manfaat yang muncul dalam jangka menengah maupun jangka panjang (Whiteley et al., 2025).

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa Program HUT BRI ke-130 yang diselenggarakan oleh BRI Regional Office Yogyakarta mampu menghasilkan nilai sosial, ekonomi, lingkungan, dan institusional yang terukur bagi berbagai kelompok stakeholder. Melalui pendekatan SROI, program ini menghasilkan total outcome sebesar Rp192.935.000 per tahun dengan Net Present Value (NPV) sebesar Rp576.019.331 selama periode lima tahun, serta rasio SROI sebesar 4,41 yang menunjukkan bahwa setiap Rp1 investasi sosial yang dikeluarkan menghasilkan manfaat sebesar Rp4,41. Melalui analisis komparatif terhadap *benchmark* sektor perbankan dan industri sejenis, nilai rasio 4,41 ini terbukti lebih tinggi dari rata-rata efisiensi CSR konvensional (berkisar 1,28–2,16). Pada konteks program ini, hasil tersebut mengindikasikan bahwa kegiatan yang dirancang dengan memperhatikan kebutuhan stakeholder dapat menjadi bagian dari strategi Corporate Social Responsibility (CSR) yang efektif dalam menciptakan *social value* bagi masyarakat, pelaku UMKM, pekerja perusahaan, lingkungan, dan institusi penyelenggara. Temuan ini sekaligus memperkuat bahwa pendekatan SROI relevan diterapkan tidak hanya pada program CSR konvensional, tetapi juga pada kegiatan perayaan korporat yang selama ini masih jarang dievaluasi dari sisi nilai sosial yang dihasilkannya, sehingga memperluas cakupan penerapan SROI dalam literatur CSR sektor perbankan.

Referensi

Adriyan, N., & Hana Indriana. (2022). Keberhasilan program corporate social responsibility dan kualitas kehidupan sosial ekonomi di tengah pandemi Covid-19. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 6(1), 52–63. doi:10.29244/jskpm.v6i1.965

Anugrah, A. A., Aliyanti, N. M. D., Cahyadi, R. T., & Stephanus, D. S. (2024). Akuntansi sosial: Analisis Social Return on Investment (SROI) pada social business studi kasus pada Kelompok Tani Kopi Republik Tani Mandiri. *AKUNESA: Jurnal Akuntansi UNESA*, 13(1), 45–61. Retrieved from http://journal.unesa.ac.id/index.php/akunesa/index45

'Alim, S., Meliyanti, P. V., Asiyah, B. N., Mashudi, M., Ainuddin, I., & Kusnandar, A. (2025). Dinamika pasar, kebijakan negara, dan tuntutan sosial dalam inovasi pengelolaan sampah terpadu (Studi program inovasi sosial "SADIDU" PT. Arutmin Indonesia Tambang Satu). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 713–736. doi:10.36490/jmdb.v4i2.2222

Ardiansyah, I., Risuna, I., Julianti, Y., & Yuflihat, H. (2024). Pengaruh usaha mikro, kecil, dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *HATTA: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 2(2). doi:10.62387/hatta.v2i2.31

Carroll, A. B. (2016). Carroll's pyramid of CSR: taking another look. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1(1),1-8. https://doi.org/10.1186/s40991-016-0004-6

Harahap, A. P. (2024). Peran kreativitas dan inovasi dalam keberhasilan kewirausahaan: Tinjauan literatur. *Balance: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 3(3).

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Harvianna, S., & Bayangkara, I. B. K. (2024). Mengukur nilai manfaat program CSR PDAM Surabaya dengan pendekatan SROI. *Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 5(2), 236–248. doi:10.36490/value.v5i2.1488

Indah, S., & Yuwana, P. (2020). Coronanomics: Strategi revitalisasi UMKM menggunakan teknologi digital di tengah pandemi Covid-19. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(1). Retrieved from https://jtebr.unisan.ac.id

Kadel, R., Stielke, A., Ashton, K., Masters, R., & Dyakova, M. (2022). Social Return on Investment (SROI) of mental health related interventions—A scoping review. *Frontiers in Public Health*, 10(965148), 1–16. doi:10.3389/fpubh.2022.965148

Khairana, S., Priatna, S. F., & Emilisa, N. (2024). Employee engagement sebagai mediator positive emotions dan exhaustion terhadap intention to stay. *Solusi*, 22(4), 480–498. doi:10.26623/slsi.v22i4.9581

Nicholls, J. (2017). Social return on investment—Development and convergence. *Evaluation and Program Planning*, 64, 127–135. doi:10.1016/j.evalprogplan.2016.11.011

Ridwansyah, R., Supriyaningsih, O., & Annisa, Z. (2025). Pengaruh strategi Resource Based View dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing dalam perspektif bisnis syariah (Studi pada Bigland Gallery Bandar Lampung). *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 3(6), 76–91. doi:10.61722/jiem.v3i6.4964

Rose, P. S., & Hudgins, S. C. (2015). *Bank management & financial services* (9th ed.). McGraw-Hill Education.

Ruiz-Lozano, M., Tirado-Valencia, P., Sianes, A., Ariza-Montes, A., Fernández-Rodríguez, V., & López-Martín, M. C. (2020). SROI methodology for public administration decisions about financing with social criteria. A case study. *Sustainability (Switzerland)*, 12(3). doi:10.3390/su12031070

Sari, L. P., & Premananto, G. C. (2023). Analisis Social Return on Investment (SROI) pada program Creating Shared Value dengan tema "Daya Sinergi Airlangga 2023." *Bhakti Persada*, 9(2), 88–99. doi:10.31940/bp.v9i2.88-99

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. doi:10.14710/jab.v12i1.45914

Somwethee, P., Ru-Zhue, J., Aujirapongpan, S., Chanthawong, A., & Usman, B. (2025). Developing social entrepreneurial capability in Thai community enterprises: The roles of intellectual capital, creating shared value, and organizational agility on sustainability. *Social Sciences and Humanities Open*, 11. doi:10.1016/j.ssaho.2024.101269

Tasmat, D., Tri Krisnanto, Y., Arif Suryo Wijanarko, M., Hastigerina Ananda, F., & Nofadila, T. (2024). Measuring Social Return on Investment: Lessons from the Kelas Berbagi (Sekolah Lestari Berbasis Teknologi) CSR program of PT Pertamina Hulu Energi Jambi Merang. *Influence: International Journal of Science Review*, 6(2). Retrieved from https://influence-journal.com/index.php/influence/index

Whiteley, H., Lynch, M., Hartfiel, N., Cuthbert, A., Beharrell, W., & Edwards, R. T. (2025). Health economics-informed Social Return on Investment (SROI) analysis of a nature-based social prescribing craft and horticulture programme for mental health and well-being. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 22(8). doi:10.3390/ijerph22081184

Wibowo, C. P., & Ekowati, D. (2025). Analisis Social Return on Investment program CSV berbasis ekonomi sirkular untuk pemberdayaan UMKM. *Journal of Management and Digital Business*, 5(2), 625–645. doi:10.53088/jmdb.v5i2.1874

Yogasrini, M. (2018). Implementasi Create Shared Value (CSV) pada PT. Holcim Indonesia Tbk. (pp. 1–19).

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License