

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang *Social Return on Investment* (SROI) telah banyak dilakukan yang mencakup berbagai sektor, antara lain sektor lingkungan, pemberdayaan masyarakat, UMKM dan ekonomi lokal, serta sektor pendidikan. Penelitian-penelitian ini menunjukkan bahwa SROI merupakan alat evaluasi yang berperan dalam mengubah dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan ke dalam satuan nilai moneter, sehingga memungkinkan penilaian komprehensif terhadap efektivitas dan keberhasilan suatu program.

Dalam konteks BUMN, Virnandasari dan Mawardi (2024) menganalisis program CSR PT Petrokimia Gresik melalui program Literasi (Lingkungan Peternakan Sapi Terintegrasi). Penelitian ini menggunakan kombinasi metode antara pendekatan kualitatif dan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan analisis SROI. Hasil menunjukkan bahwa rasio SROI berdasarkan pendekatan *present value* menghasilkan rasio angka 3,44, sementara pendekatan *future value* menghasilkan rasio angka 3,87. Angka-angka ini menunjukkan bahwa setiap Rp1 yang diinvestasikan oleh perusahaan memberikan manfaat sosial saat ini sebesar Rp3,44 dan manfaat sosial masa depan sebesar Rp3,87. Rasio yang lebih tinggi dalam perhitungan

masa depan menunjukkan bahwa pendekatan FV mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan yang diproyeksikan di masa depan. Program ini dianggap layak untuk dilanjutkan dan dikembangkan secara berkelanjutan.

Sejalan dengan itu, Ekawati et al. (2025) juga melakukan penelitian pada program CSR GBK Ecofoodcourt yang dijalankan oleh BUMN. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode monetasi dan analisis SROI. Hasilnya menunjukkan rasio SROI sebesar 2,75, yang berarti setiap Rp1 investasi sosial menghasilkan manfaat sebesar Rp2,75. Dampak paling signifikan dirasakan oleh pelaku UMKM sebesar 62,50%, yang tercermin dalam peningkatan pendapatan, efisiensi biaya, dan perluasan peluang kerja. Hasil ini memperkuat bukti bahwa implementasi program CSR yang dilaksanakan oleh BUMN berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan.

Selain itu, Matoati et al. (2023) juga meneliti penerapan metode *Social Return on Investment* (SROI) dalam program CSR PT PLN (Persero) UIP Sumbagsel, salah satu perusahaan BUMN di sektor energi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Hasil analisis menunjukkan rasio SROI sebesar 1,37, artinya setiap Rp 1 yang diinvestasikan menghasilkan nilai pengembalian

sosial sebesar Rp 1,37. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa program CSR berbasis pemberdayaan masyarakat dapat memberikan dampak positif secara ekonomi, sosial, dan lingkungan, sekaligus menjadi dasar evaluasi keberlanjutan program CSR di BUMN.

Penelitian lain dilakukan oleh Viana et al. (2024) terhadap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT PLN Nusantara Power UP Pacitan melalui pemanfaatan limbah *Fly Ash* dan *Bottom Ash* (FABA). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode analisis SROI. Program ini berhasil menghasilkan rasio SROI sebesar 2,42, artinya setiap investasi sosial sebesar Rp1 mampu menghasilkan manfaat sosial senilai Rp2,42 yang menunjukkan bahwa program ini telah menghasilkan dampak sosial yang lebih tinggi dibandingkan dengan investasi sosialnya. Hasil ini menunjukkan bahwa program CSR berbasis pengelolaan limbah tidak hanya memberikan manfaat dalam hal efisiensi biaya, tetapi juga berkontribusi signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja dan penguatan ekonomi lokal.

Di sisi lain, Pertiwi (2023) meneliti program *Rise A Voice Airlangga Got Talent*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis SROI. Hasilnya menunjukkan bahwa rasio SROI mencapai 36,20, artinya setiap Rp1

yang diinvestasikan dalam program *Rise A Voice Airlangga Got Talent* memberikan pengembalian sosial sebesar Rp36,20. Hasil ini mencerminkan manfaat sosial yang tinggi yang diterima oleh masyarakat penerima program. Penelitian ini menegaskan bahwa SROI merupakan alat ukur yang efektif dalam menilai keberhasilan program sosial, terutama dalam hal pemberdayaan komunitas dan peningkatan kesejahteraan.

Husinsyah et al. (2023) melakukan penelitian pada perusahaan pertambangan batu bara di Kalimantan Selatan, dengan fokus pada program reklamasi lahan pascatambang yang diintegrasikan dengan program pemberdayaan masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan dukungan data kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan rasio SROI sebesar 2,29, artinya setiap investasi sebesar Rp1 mampu memberikan manfaat sosial, ekonomi, dan lingkungan senilai Rp2,29. Penelitian ini menekankan pentingnya menerapkan SROI sebagai metode untuk menilai efektivitas investasi sosial di sektor pertambangan, sekaligus menunjukkan bahwa program reklamasi tidak hanya berkontribusi pada perbaikan lingkungan tetapi juga memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Stakeholder

Teori stakeholder pertama kali diperkenalkan oleh Freeman (1984), yang mendefinisikan bahwa *stakeholder* sebagai kelompok atau individu yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. *Stakeholder* juga didefinisikan sebagai kelompok individu yang menanggung risiko tertentu atas investasi yang mereka lakukan di suatu perusahaan, baik dalam bentuk modal, sumber daya manusia, maupun keuangan (Zain, 2021).

Teori ini menjadi landasan bagi perusahaan untuk tidak hanya fokus pada kepentingan internal, tetapi juga memperhatikan kepentingan masyarakat luas yang memiliki kepentingan dalam transparansi dan cara perusahaan menjalankan operasi bisnisnya (Freeman, 1984). Pendekatan tersebut menantang pandangan tradisional yang menganggap perusahaan hanya berfokus pada kepentingan pemegang saham, dan menekankan bahwa kesuksesan jangka panjang suatu perusahaan sangat bergantung pada pengelolaan hubungan dengan berbagai pihak, seperti karyawan, konsumen, pemerintah, masyarakat, dan lingkungan (Donaldson & Preston, 1995).

Freeman dan McVea (2001) menambahkan bahwa manajemen *stakeholder* adalah proses strategis yang bertujuan untuk menyeimbangkan kepentingan yang beragam dari *stakeholder*, sehingga keputusan bisnis tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga mempertimbangkan dimensi sosial dan etika. Teori *stakeholder* memiliki hubungan yang erat dengan konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam mendukung keberlanjutan perusahaan. Perusahaan harus membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dengan para *stakeholder*, terutama *stakeholder* yang memiliki kontribusi besar terhadap perkembangan bisnis perusahaan (Damakayadi & Pesqueux, 2005).

2.2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki keterkaitan yang erat dengan konsep pembangunan berkelanjutan. Dalam implementasinya, keputusan bisnis yang diambil oleh perusahaan tidak hanya didasarkan pada pertimbangan finansial, tetapi juga harus memperhitungkan aspek sosial dan lingkungan yang berpotensi memberikan dampak, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Virnandasari & Mawardi, 2024).

CSR tidak hanya berperan dalam membangun citra positif perusahaan, tetapi juga berfungsi sebagai sarana penerapan etika bisnis yang mendorong terciptanya kemakmuran bersama sekaligus mendukung keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang (Prihatini, 2011). Sejalan dengan itu, pelaksanaan CSR dianggap sebagai salah satu komponen penting yang mendukung keberhasilan suatu perusahaan (Irawan & Muarifah, 2020).

Selain itu, CSR bertujuan untuk memperkuat kelangsungan bisnis melalui keterlibatan aktif dengan *stakeholder* di tingkat lokal, nasional, dan global. Hal tersebut diwujudkan melalui berbagai program pemberdayaan masyarakat serta kemampuan perusahaan dalam beradaptasi terhadap dinamika sosial dan mendukung *Sustainable Development Goals* (SDGs) (Labetubun et al., 2022). Peran CSR semakin penting karena kesuksesan sebuah perusahaan tidak hanya diukur dari jumlah keuntungan yang dihasilkan, tetapi juga dari kontribusinya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta menjaga kelestarian lingkungan.

2.2.3 Sustainable Development Goals (SDGs)

Sustainable Development Goals (SDGs) adalah agenda pembangunan global yang disepakati oleh negara-

negara anggota Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) pada tahun 2015 sebagai kelanjutan dan penyempurnaan dari *Millennium Development Goals* (MDGs). Agenda ini mencakup 17 tujuan dan 169 target yang dirancang untuk mengakhiri kemiskinan, kelestarian lingkungan, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan hingga tahun 2030 (United Nations General Assembly, 2015). SDGs menekankan pentingnya menjaga keseimbangan antara tiga pilar utama pembangunan, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Pencapaian tujuan-tujuan tersebut memerlukan kerja sama lintas sektor yang melibatkan pemerintah, masyarakat sipil, lembaga internasional, dan sektor swasta. Sektor swasta memiliki peran penting melalui penerapan praktik bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan sebagai bentuk kontribusi dalam pencapaian target pembangunan global (Allen et al., 2018). Selain menjadi pedoman bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan pembangunan, SDGs juga menjadi acuan bagi perusahaan dalam mengembangkan program yang mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan.

Perusahaan dapat berkontribusi melalui berbagai inisiatif, seperti program pemberdayaan masyarakat,

pelestarian lingkungan, dan inovasi sosial. SDGs juga berfungsi sebagai kerangka strategis yang memandu kolaborasi antara berbagai pihak untuk mewujudkan pembangunan yang inklusif, adil, dan berkelanjutan (Allen et al., 2018). Program CSR yang menjadi fokus penelitian ini secara langsung berkontribusi pada *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya SDGs 12 Konsumsi dan Produksi yang bertanggung jawab. Pelaksanaan program ini berkontribusi pada peningkatan efisiensi dalam pengelolaan sumber daya, pengurangan limbah, dan penerapan praktik produksi dan konsumsi yang berkelanjutan, yang sejalan dengan agenda pembangunan berkelanjutan global yang ditetapkan hingga tahun 2030.

2.2.4 Social Return on Investment (SROI)

Social Return on Investment (SROI) adalah metode yang digunakan untuk mengukur dampak sosial dari suatu program atau kegiatan. Berbeda dengan pendekatan yang hanya berfokus pada aspek keuangan, SROI tidak hanya membahas nilai moneter, tetapi juga mencakup pengukuran yang lebih luas yang mencakup nilai sosial, ekonomi, dan lingkungan. Keunggulan strategis SROI terletak pada kemampuannya untuk memberikan gambaran komprehensif dibandingkan dengan alat pengukuran investasi

konvensional yang hanya berfokus pada perhitungan keuangan.

SROI melibatkan *stakeholder* dalam proses analisis untuk mengeksplorasi berbagai dampak yang timbul setelah program dilakukan. Melalui keterlibatan ini, SROI dapat menyajikan hasil analisis yang lebih komprehensif dan implementatif (Purwohedi, 2016). SROI berfungsi sebagai kerangka kerja untuk mengukur tingkat pengembalian dari aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

SROI tidak hanya sebagai alat perencanaan strategis, tetapi juga sebagai sarana untuk mengkomunikasikan dampak dari investasi. Selain itu, SROI dapat memfasilitasi pengambilan keputusan strategis dan membantu memahami dan memaksimalkan nilai sosial yang dihasilkan dari implementasi program (Nicholls et al., 2012). SROI juga berperan penting dalam menggambarkan tingkat efisiensi investasi dengan membandingkan manfaat yang diperoleh dengan sumber daya yang telah dikeluarkan.

Perbandingan ini menjadi dasar evaluasi dalam menilai berbagai alternatif program yang sedang dilaksanakan. Untuk mencapai tujuan ini, SROI mengubah nilai sosial yang dihasilkan oleh suatu intervensi menjadi nilai moneter dengan mempertimbangkan keseluruhan dimensi nilai yang

diciptakan. Metode ini melampaui pendekatan penilaian ekonomi yang hanya menekankan aspek moneter langsung dan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang kontribusi program terhadap penciptaan nilai sosial dan pembangunan berkelanjutan (Gargani, 2017).

Penerapan metode SROI yang dikombinasikan dengan pendekatan *Present Value* (PV) dan *Future Value* (FV) dapat memperkuat ketepatan analisis dalam mengukur nilai sosial yang dihasilkan oleh suatu program. *Present Value* (PV) adalah nilai saat ini dari arus kas yang akan diterima di masa depan, yang dihitung dengan mendiskontokan arus kas tersebut menggunakan tingkat bunga tertentu.

Melalui perhitungan PV, individu atau perusahaan dapat memahami nilai uang di masa depan dalam bentuk nilai saat ini, sehingga dapat membantu proses pengambilan keputusan terkait investasi, pengelolaan pinjaman, dan perencanaan keuangan lainnya (Putri et al., 2024). Pendekatan ini membantu untuk menilai kelayakan proyek investasi dan menentukan jumlah investasi yang perlu dialokasikan saat ini untuk mencapai tujuan finansial di masa depan (Oktavia et al., 2023).

Sementara itu, *Future Value* (FV) adalah nilai masa depan dari sejumlah uang yang diinvestasikan saat ini dengan tingkat pengembalian tertentu yang akan diperoleh di masa depan. Konsep ini sangat berguna dalam memprediksi pertumbuhan investasi dengan mempertimbangkan efek bunga atau tingkat pengembalian selama periode waktu tertentu (Hull, 2023). Brealey et al. (2011) menyatakan bahwa FV merupakan unsur fundamental dari teori nilai waktu uang dan memainkan peran penting dalam perencanaan keuangan yang efektif.

