

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan bisnis tidak hanya di tantang oleh tanggung jawab terhadap aspek ekonomi (*financial*) saja, tetapi mulai berorientasi pada 3P (*Profit, People, Planet*) atau sinergi tiga elemen yang disebut dengan prinsip TBL (*Triple Bottom Line*) yang terdiri dari ekonomi, sosial, dan lingkungan. Hal ini di dorong dengan adanya konsep pembangunan berkelanjutan yang dipicu akibat adanya kekhawatiran permasalahan global seperti kemiskinan, persoalan lingkungan, kebutuhan pangan, dan ketersediaan sumber daya alam yang semakin terbatas. Konsep pembangunan keberlanjutan dilandasi kegiatan Perserikatan Bangsa – Bangsa (PBB) di Stockholm tahun 1972 yang membahas mengenai bidang lingkungan (Bantacut, 2012).

Di Indonesia pembahasan mengenai Pembangunan Keberlanjutan dibahas dalam amandemen UUD 45 yang ke empat dalam pasal 33 ayat (4) UUD 1945 yang berbunyi “Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi keadilan, keberlanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional”. Berdasarkan uraian tersebut pelaksanaan kegiatan bisnis saat ini menyoroti adanya nilai keberlanjutan.

Manfaat dari kegiatan bisnis dalam konsep pembangunan keberlanjutan melibatkan banyak *stakeholder* sehingga dalam etika bisnis yang baik pelaku bisnis diarahkan untuk mampu memperhatikan kepentingan *stakeholder* dalam kegiatan bisnis. *Stakeholder* dalam sebuah bisnis terdiri dari dua kelompok yaitu internal dan eksternal, dimana internal terdiri dari pemilik usaha, manajer, karyawan sedangkan eksternal terdiri dari investor, konsumen, masyarakat yang bukan konsumen, distributor dan berbagai pihak yang terlibat dalam keberlangsungan kegiatan bisnis. Dengan memperhatikan kepentingan setiap *stakeholder* bertujuan untuk menghindari terjadinya perusakan lingkungan, penipuan, pemecatan karyawan sepihak, dan berbagai hal buruk yang dapat terjadi dalam sebuah kegiatan bisnis. Etika bisnis mendorong pelaku bisnis mampu menciptakan kegiatan bisnis yang terintegrasi dalam menyejahterakan

kepentingan *stakeholder* dengan tetap fokus menghasilkan keuntungan atau profit bagi bisnisnya (Gatut & L Budiono, 2008).

Corporate Sustainability adalah konsep yang membahas mengenai keberlangsungan kegiatan bisnis yang mampu selaras dengan aspek lingkungan sosial, budaya, dan ekonomi secara bersamaan. Kegiatan atau strategi bisnis tidak hanya mengutamakan keuntungan saja namun mampu memenuhi berbagai kepentingan *stakeholder* dalam jangka panjang. Pengelolaan kegiatan bisnis yang mampu mengkolaborasikan setiap kepentingan *stakeholder* dalam menjalankan kegiatan bisnis dapat mendorong keberlanjutan kegiatan bisnis atau sebuah perusahaan. Aspek sustainabel dalam perusahaan memiliki arti perusahaan mampu mempertahankan dan meningkatkan kehidupan yang ada di sekitar lingkungan perusahaan beriringan dengan kemampuan menciptakan laba (Prabawani, 2016).

Regulasi di Indonesia yang mendorong terciptanya *sustainability level* terdapat dalam Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) yang di naungi oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) dengan tujuan meningkatkan kepedulian para pelaku usaha di berbagai industri mengenai pengelolaan lingkungan yang baik serta menjalankan kegiatan bisnis yang selaras dengan 3P (*Profit, Planet, People*). PROPER memberikan evaluasi kinerja industri dalam simbol warna yang mengandung makna tingkatan ketaatan industri dalam menjalankan kegiatan bisnis yang *sustainable*. Warna hitam di tujukan untuk perusahaan yang abai atau tidak melaksanakan pengelolaan lingkungan, warna merah diberikan pada perusahaan yang sudah berusaha melakukan pengelolaan lingkungan tetapi belum memenuhi standar yang ada. Perusahaan yang sudah melakukan pengelolaan dengan baik akan mendapatkan peringkat dengan warna biru. Peringkat warna hijau akan diberikan pada perusahaan yang proaktif dan inovatif sehingga mampu menghasilkan efisiensi energi, menghemat penggunaan air, mengurangi emisi, timbulan limbah B3 dan non-B3, meningkatkan keanekaragaman hayati serta melaksanakan *community development*. Puncak PROPER adalah peringkat Emas yang ditandai dengan capaian perusahaan yang mampu mewujudkan kemandirian masyarakat. Pada tahun 2020, perusahaan harus juga menunjukkan kemampuannya merespon bencana termasuk pandemi Covid-19. Perusahaan yang mampu melakukan pengelolaan lingkungan dan menumbuhkan kemandirian masyarakat akan menstimulus *triple bottom line* yang menjamin terwujudnya *corporate sustainability* atau keberlanjutan usaha

Dalam sektor pertanian industri minyak sawit mampu memberikan kontribusi besar, industri yang sering berkembang di negara tropis ini memiliki sejarah yang panjang di Indonesia. Sejak tahun 1980 kelapa sawit Indonesia meningkat sebesar 300 ribu hektar, sedangkan produksi minyak kelapa sawit (CPO) meningkat dari 700 ribu ton naik menjadi 33,5 juta ton pada tahun 2016. Bagi perekonomian makro industri minyak sawit berperan dalam membangun kedaulatan energi, menghasilkan devisa, penggerak perekonomian nasional, meningkatkan ekonomi kerakyatan dan menyerap tenaga kerja.

Industri ini mampu meningkatkan pembangunan daerah pinggiran/ pelosok menjadi pusat pertumbuhan ekonomi di pedesaan. Peran strategis industri minyak sawit mampu mengurangi kemiskinan, mengatasi pengangguran, meningkatkan pendapatan, stabilitas dan menyehatkan neraca pembayaran, kemandirian energi dan lainnya. Perkembangan industri minyak sawit memiliki peluang besar untuk menyejahterakan kehidupan petani (GAPKI, 2019).



Gambar 1. 1 Peranan sawit dalam neraca perdagangan Indonesia

Sumber : (BPS, 2020)

Tabel 1. 1 Pasokan dan permintaan minyak sawit Indonesia 2019, 2020, dan perkiraan 2021

Uraian (in 1000 ton)	TOTAL 2019	TOTAL 2020	Proyeksi 2021
Stok Awal	4,597	4,596	4,867
Produksi CPO	47,180	47,034	49,000
Produksi CPKO	4,648	4,549	4,932
Import	356	44	
Subtotal Produksi	52,184	51,627	53,932
Konsumsi Lokal	-		
-Produk Pangan	9,860	8,428	8,700
-Industri		-	
Oleokimia	1,056	1,695	1,800
Biodiesel	5,831	7,226	8,004

Subtotal Domestik	16,747	17,349	18,504
Ekspor			
CPO	7,399	7,171	7,500
Olahan CPO	23,736	21,103	24,000
Laurik (PKO dan olahan PKO)	1,918	1,813	1,800
Biodiesel	1,118	31	-
Oleokimia	3,218	3,871	4,200
Subtotal Ekspor	37,389	34,007	37,500
Subtotal domestik dan Ekspor	54,136	51,356	56,004
Stok Akhir	4,596	4,867	2,795

Sumber : (GAPKI), 2021)

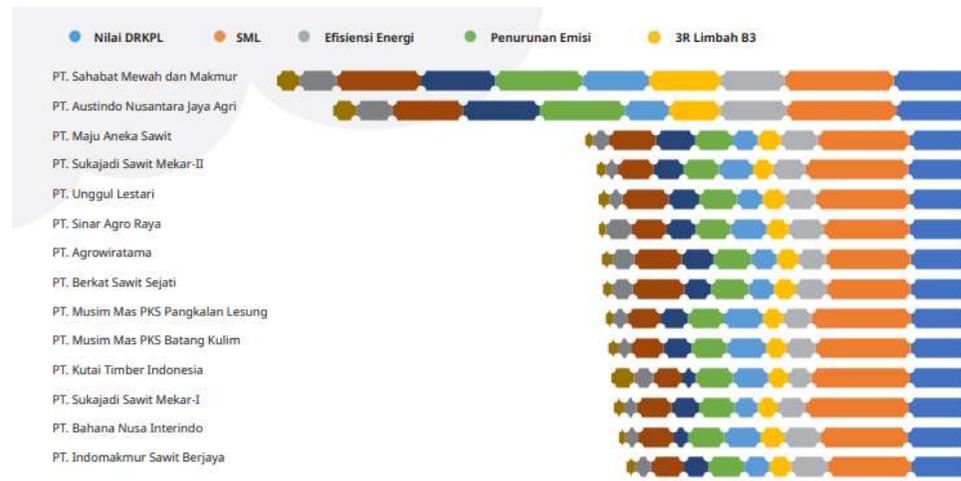
Tahun 2020 memberikan tantangan yang berbeda dari tahun – tahun sebelumnya untuk berbagai industri dan sektor bisnis di Indonesia. Industri minyak sawit memiliki keunggulan di tengah pandemi karena tidak terkena dampak signifikan akibat berbagai regulasi yang muncul untuk menghentikan penyebaran virus Covid – 19. Hal ini bisa terjadi karena perkebunan kelapa sawit dibangun di area yang jauh dari kota yang minim pergerakan dari luar sehingga kegiatan bisnis masih mampu berjalan dengan penerapan protokol kesehatan yang ketat dan baik. Industri ini juga menjadi salah satu penyelamat ekonomi nasional di tengah kesulitan yang dihadapi akibat pandemi karena mampu memberikan kontribusi yang positif. Pada kuartal ketiga tahun 2020 ekspor minyak sawit mampu memberikan sumbangan sebesar USD 15 miliar, hal ini juga di tegaskan oleh Ketua Umum Gabungan Pengusaha Sawit Indonesia (GAPKI) yaitu Joko Supriyono yang memberikan pendapat bahwa di tengah keprihatinan atas kondisi sektor bisnis yang tumbang karena pandemi Covid – 19 masih ada rasa syukur karena industri sawit mampu bertahan dan memberikan kontribusi positif (GAPKI, 2020).

Besarnya peran industri kelapa sawit tidak membuat industri ini lepas dari berbagai permasalahan. Adapun permasalahan yang dapat terjadi seperti perkebunan kelapa sawit yang tidak memiliki izin resmi atau melanggar aturan legalitas, permasalahan lingkungan akibat perluasan perkebunan, bahkan ancaman kebakaran hutan yang dapat berdampak pada masyarakat sekitar. Isu lingkungan menjadi tantangan besar bagi industri kelapa sawit karena industri minyak sawit mentah ibarat pisau bermata dua yang dari segi ekonomi dapat memberikan manfaat dan keuntungan yang besar bagi negara, namun di sisi lain ada dampak negatifnya, berdampak pada keanekaragaman hutan termasuk flora dan fauna. Kepala Staf Kepresidenan (KSP) Moeldoko dalam Webinar Strategi Nasional Penguatan Kebijakan Pengelolaan Kelapa

Sawit Berkelanjutan “*Kami memahami bahwa sektor ini berdampak baik bagi perekonomian dan kesejahteraan petani, namun di sisi lain berdampak negatif terhadap pelestarian keanekaragaman hayati hutan*” dikutip dari (Setiawan, 2021).

Berbagai permasalahan tersebut mendorong pembinaan masyarakat baik kepada pemerintah maupun perusahaan agar industri kelapa sawit dapat meningkatkan tata kelola sektor kelapa sawit, oleh karena itu untuk mendukung pembangunan industri kelapa sawit yang berkelanjutan, Pemerintah Indonesia mengeluarkan Instruksi Presiden (INPRES) Nomor 6 Tahun 2019 tentang Rencana Aksi Nasional Perkebunan Kelapa Sawit Berkelanjutan Nasional (RAS KSB) 2019-2024 yang mendorong para pelaku usaha kelapa sawit untuk mampu menciptakan industri kelapa sawit yang berkelanjutan dan ramah lingkungan (RI, 2019). Selain itu, kebijakan terbaru untuk mempercepat pengembangan kelapa sawit berkelanjutan adalah Peraturan Presiden (Perpres) No 44 Tahun 2020 tentang Sistem Sertifikasi Perkebunan Kelapa Sawit Berkelanjutan atau biasa dikenal dengan *Indonesia Sustainable Palm Oil (ISPO)*, melalui peraturan ini semua perusahaan dan perkebunan kelapa sawit harus menyangand status ISPO untuk memastikan praktik produksi yang mengikuti prinsip-prinsip keberlanjutan (RI, 2020).

Dalam mendorong industri minyak sawit yang menelaraskan antara aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Industri kelapa sawit wajib mengikuti program PROPER, untuk menjaga citra dan nama baik perusahaan. Menurut Koesnadi Hardjaseomantri guru besar dalam hukum lingkungan Indonesia, adanya PROPER mendorong perusahaan untuk melakukan pengelolaan lingkungan hidup dan membangun citra yang baik dengan memiliki kinerja pengelolaan lingkungan yang baik (Gelgel & Landra, 2013). Perusahaan perkebunan kelapa sawit yang menerapkan prinsip PROPER maupun *corporate sustainability* yang baik salah satunya adalah PT Sahabat Mewah & Makmur, komitmen PT Sahabat Mewah & Makmur dapat dilihat dari pencapaian yang diraih perusahaan tersebut dalam penilaian PROPER.



Gambar 1. 2 Benchmarking Kelompok Sawit PROPER 2020
Sumber : (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2020)

PT Sahabat Mewah & Makmur menempati posisi pertama dalam *benchmarking* kelompok sawit dan kayu lapis yang terdiri dari penilaian 3R limbah B3, penurunan emisi, efisiensi energi, SML, dan nilai DRKPL sehingga PT Sahabat Mewah & Makmur meraih penghargaan PROPER Emas pada tahun 2020. PT Sahabat Mewah & Makmur atau yang sering disebut PT SMM menjawab tantangan isu lingkungan perkebunan kelapa sawit melalui prestasi yang diraih. Penerapan kebijakan *zero waste* merupakan salah satu cara yang digunakan PT SMM dalam mengatasi limbah yang dihasilkan dari setiap proses produksi minyak sawit. Dengan kebijakan ini PT SMM mampu mengurangi limbah B3 sebanyak 7,56 ton dan melakukan upaya 3R. Dalam menyesuaikan kriteria PROPER di tahun 2020 dalam merespon bencana pandemi Covid – 19 dilakukan Program Support Kawanmu Cuci Tangan (SUKACITA) yang berhasil memberikan laba sebesar Rp7.050.00,- yang kemudian digunakan untuk pembelian wastafel. Program ini diawali dengan adanya ide untuk melakukan penjualan *wastafel protable* sebagai upaya penambahan modal bagi Gugus Tugas Covid – 19 yang disertai dengan pendampingan dan pemberian modal tidak langsung.

Salah satu kriteria penilaian PROPER yang *beyond compliance* atau lebih dari yang dipersyaratkan ialah pemberdayaan masyarakat dengan membangun strategis yang mampu mengembangkan kebutuhan masyarakat dengan mengidentifikasi potensi (modal sosial). Menurut Ketua Dewan Pertimbangan PROPER KLHK Sudharto P.Hadi “*Peringkat emas ditandai dengan capaian perusahaan yang mampu mewujudkan kemandirian masyarakat*” (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2020). Secara umum, *community development* adalah sebuah upaya untuk

mengembangkan potensi masyarakat sehingga dapat membuka kesempatan bagi masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan hidup. *Community Development* memiliki makna sebagai wadah bagi masyarakat untuk bisa belajar mengelola diri sendiri dalam melaksanakan sebuah kegiatan untuk mencapai kesejahteraan (Wibhawa et al., 2015).

Penerapan *Community Development* yang mendorong kemandirian masyarakat setempat selaras dengan konsep kewirausahaan sosial yang melakukan upaya dalam memanfaatkan mental *entrepreneur* masyarakat setempat sehingga menciptakan solusi untuk menyelesaikan permasalahan sosial terutama dalam bidang ekonomi. Konsep ini sudah ada sejak lama seperti yang dilakukan oleh Mohamad Yunus seorang banker dari Bangladesh untuk menyelesaikan permasalahan kemiskinan melalui Grammeen Bank yang berusaha menolong masyarakat miskin yang didominasi oleh kaum ibu – ibu dengan cara membuat kredit mikro tanpa agunan yang berorientasi pada kesadaran kelompok dalam membayar pinjaman yang diberikan. *Social Entrepreneur* adalah sosok *agent of change* yang mampu memanfaatkan peluang yang ada untuk bisa memperbaiki keadaan dan meningkatkan nilai – nilai sosial, melakukan perubahan, memberikan harapan dan mencapai cita – cita bersama (Dwianto, 2018).

Peran *Social Entrepreneur* mampu menciptakan dampak – dampak baik dalam pembangunan ekonomi seperti membuka kesempatan kerja, memberikan daya cipta terhadap nilai – nilai sosial maupun ekonomi, membuat inovasi dan kreasi produk barang maupun jasa yang kemudian dapat digunakan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan (Sari, 2016). Keberhasilan dari *Grammen Bank* mendatangkan konsep pemikiran baru bahwa terjadi pergeseran *social entrepreneurship* yang awalnya dianggap sebagai kegiatan kemasyarakatan yang tidak berorientasi pada laba menjadi kegiatan yang kemudian memperhatikan aspek bisnis dalam pelaksanaannya sehingga menjadi daya tarik di dunia bisnis untuk turut serta dalam kegiatan *social entrepreneurship*. Selain mampu menjadi alternatif dalam memecahkan permasalahan yang ada di sekitar lingkungan perusahaan, ternyata dapat menghasilkan keuntungan finansial yang kemudian mampu memberikan kekuatan atau daya bagi masyarakat sekitar.

Keberhasilan kewirausahaan sosial perlu dilakukan pengukuran untuk mengetahui keberhasilan dari dampak yang dibawa suatu program atau proyek yang mengeluarkan berbagai *cost*, sehingga perlu diketahui program atau proyek tersebut mampu memberikan dampak dan perubahan seberapa besar. Dalam mengukur suatu investasi

yang sudah dikeluarkan diperlukan perhitungan yang mampu mencakup ketiga aspek dalam *triple bottom line* yaitu aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. *Social Return On Investment* (SROI) merupakan metode yang hadir karena adanya perkembangan kewirausahaan sosial yang terus menjadi pembahasan global dimana prinsip akuntabilitas menjadi aspek penting dalam mengukur keberhasilan dan efektivitas suatu program. Untuk mengetahui seberapa besar dampak dari suatu program yang dilakukan oleh suatu organisasi berpengaruh terhadap pemangku kepentingan, 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 (Purwohedi, 2016). Keunggulan metode SROI dibandingkan teknik – teknik pengukur hasil investasi lainnya, metode ini menawarkan prinsip melibatkan pemangku kepentingan dalam perhitungan dampak yang dihasilkan oleh suatu program sehingga akan menghasilkan analisis yang lebih implementatif dan komprehensif menggambarkan hasil yang terjadi dilapangan dengan sebaik – baiknya (Santoso et al., 2018).

Penggunaan metode SROI juga pernah dilakukan untuk mengukur keberhasilan manfaat CSR mikrohydro dalam penelitian (Veronica, 2020) yang dilakukan di Desa Andungbiru karena minimnya infrastruktur listrik yang ada di desa tersebut. Melalui program CSR PT PJB UP Paiton membantu masyarakat untuk mengaktifkan kembali PLTMH (Pembangkit Listrik Tenaga Mikro Hydro). Hasil penelitian ini menemukan rasio SROI 1 :2,29 artinya setiap Rp1,- yang diinvestasikan perusahaan mengembalikan dampak sebesar Rp2.29,-. Selain itu, ada penelitian tentang Program Ekonomi Pengembangan Usaha Lokal Dompot Dhuafa Sumatera Selatan oleh (Oktamia et al., 2019). Temuan dalam penelitian ini menghasilkan rasio 1:1,178 yang berarti program LDB yang dilaksanakan tepat sasaran dan layak karena memberikan nilai dampak tertinggi bagi penerima manfaat utama. Penelitian serupa juga digunakan untuk menghitung nilai SROI pada Program Sentra Industri Bukit Asam (SIBA) Desa Batik Kujur Tanjung Enim. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program berbasis budaya (sejarah) telah menghasilkan nilai ekonomi dan bisnis bagi masyarakat dan menghasilkan nilai sosial berupa SROI sebesar 5,39 artinya setiap Rp1,- yang diinvestasikan oleh PTBA sebagai pelaksana program menghasilkan dampak atau manfaat senilai Rp5.39,- (Santoso, 2020).

Penerapan *community development* yang dilakukan PT SMM tentunya dirancang untuk menjawab kebutuhan masyarakat sekitar, salah satunya adalah program

ketahanan ekonomi dan pangan rumah tangga yang dirancang sebagai upaya mitigasi dampak pandemi Covid-19 bagi masyarakat yang kesulitan secara finansial. Terlepas dari kesulitan yang menghadang di tahun 2020 tim di SMM mampu bertindak cepat dalam menganalisis dan memahami keadaan dengan menerapkan skema penurunan pengeluaran rumah tangga masyarakat sekitar hingga Rp200.000,- per bulan. Bersama dengan dibentuknya Komunitas Selatan Puake yang kemudian menjadi *pilot project* dalam Program Ketahanan Ekonomi dan Rumah Tangga yang terdiri dari dua kegiatan di bidang pertanian yaitu pemanfaatan perkarangan rumah untuk penanaman sayur – sayuran dan di bidang perikanan melakukan kegiatan budidaya lele. Pelaksanaan *pilot project* ini dilakukan untuk bisa memahami dan menganalisis kelayakan dari program tersebut sebelum diterapkan kepada masyarakat sekitar. Setelah pelaksanaan *pilot project* menunjukkan hasil yang positif program ini ditawarkan ke berbagai desa yang ada di Kecamatan Dendang. Desa Dendang adalah desa yang bersedia untuk menjadi lokasi replikasi Program Ketahanan Ekonomi dan Pangan Rumah Tangga yang kemudian melahirkan kelompok – kelompok masyarakat yaitu kelompok miana dan kelompok mina jaya. Kesulitan di tengah pandemi menjadi tantangan yang menunjukkan bahwa tim SMM tidak kehilangan semangat dalam menghadapi kesulitan bahkan melalui program tersebut membawa PT SMM meraih penghargaan PROPER Emas di tahun 2020 dan mencetak rekor sebagai perusahaan perkebunan kepala sawit pertama di Indonesia yang mendapatkan PROPER Emas (Group, 2021).

Pelaksanaan program memiliki tujuan agar program atau kegiatan yang dilaksanakan berhasil memperbaiki atau meningkatkan kondisi penerima manfaat. Untuk memastikan tercapainya tujuan tersebut diperlukan mekanisme monitoring dan evaluasi. Selama ini evaluasi program didasarkan pada ukuran – ukuran kuantitatif yang berfokus pada aspek ekonomi, sedangkan pelaksanaan program *community development* memiliki pengaruh pada aspek sosial, lingkungan, dan ekonomi secara bersamaan. Untuk mengukur hal tersebut diperlukan *instrument* pengukuran dampak yang mampu mengidentifikasi pengaruh program secara menyeluruh sehingga evaluasi yang dilakukan dapat menghasilkan rencana lanjutan yang strategik dan holistik.

Social Return On Investment (SROI) menjadi salah satu pengukuran dampak yang berguna untuk mengevaluasi pelaksanaan secara komprehensif. Identifikasi dampak pada aspek sosial, ekonomi, lingkungan, *stakeholder* hingga penilaian ekuivalensi dampak dengan satuan moneter menjadi keunggulan analisis SROI, sehingga SROI dapat menghasilkan informasi pihak – pihak yang menerima manfaat

serta bentuk manfaat yang dirasakan. Berbekal informasi ini perusahaan dapat mengetahui tingkat ketepatan sasaran program pada sisi penerima manfaat maupun bentuk manfaat yang direncanakan.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis memilih untuk melakukan penelitian dalam mengukur dampak sosial menggunakan SROI untuk mengetahui pengembalian investasi sosial yang dilakukan oleh PT SMM dalam melaksanakan program *community development* pada Program Ketahanan Ekonomi dan Pangan Rumah Tangga. Pemilihan topik tersebut berdasarkan pentingnya kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar terutama masyarakat yang hidup di sekitar perusahaan, dengan adanya perhitungan SROI dapat melihat pengembalian investasi sosial yang didapatkan oleh perusahaan dalam menjalankan *community development* sehingga perusahaan selain menjalankan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat juga mampu menghasilkan keuntungan dari pelaksanaan *community development*.

1.2 Perumusan Masalah

Dalam menerapkan pengelolaan lingkungan yang baik untuk menunjang pembangun keberlanjutan perusahaan perlu melaksanakan *corporate sustainability* sebagai bentuk implementasi dari CSR (*Corporate Sosial Responsibility*). Dalam menjaga citra baik perusahaan wajib mengikuti PROPER yang salah satu kriteria penilaiannya yaitu *community development*. *Community Development* dapat dijadikan salah satu upaya perusahaan dalam menjawab kebutuhan masyarakat sekitar yang menjadi bentuk komitmen perusahaan dalam menjalankan pengelolaan lingkungan yang baik.

Dengan menggunakan metode SROI (*Social Return On Investment*) perusahaan dapat mengetahui kembalian investasi yang didapatkan dalam menjalankan *community development* sebagai bentuk tanggung jawab terhadap masyarakat serta kemampuan menghasilkan keuntungan dengan menjalankan program sosial. Berdasarkan uraian diatas dan latar belakang maka pertanyaan pada penelitian ini :

1. Bagaimana pelaksanaan program Ketahanan Ekonomi dan Pangan Rumah Tangga di Desa Dendang ?
2. Berapakah nilai SROI program Ketahanan Ekonomi dan Pangan Rumah Tangga di Desa Dendang ?

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini ialah :

1. Mendeskripsikan pelaksanaan program Ketahanan Ekonomi dan Pangan Rumah Tangga di Desa Dendang.
2. Menghitung dan mendapatkan nilai *Social Return On Investment* (SROI) dari program Ketahanan Ekonomi dan Pangan Rumah Tangga di Desa Dendang.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Untuk Peneliti

1. Pelaksanaan riset, akan membuka lebih lebar wawasan dan pengetahuan peneliti dalam menghitung kembalian bisnis yang dilakukan perusahaan menggunakan metode SROI terhadap pelaksanaan *community development*, terutama kegiatan bisnis yang bergerak dibidang perkebunan kelapa sawit.
2. Sebagai wadah belajar dan penerapan ilmu yang sudah didapatkan dari bangku perkuliahan.

1.4.2 Untuk PT Sahabat Mewah & Makmur

1. PT Sahabat Mewah & Makmur dapat mengetahui nilai SROI dari program Ketahanan Ekonomi dan Pangan Rumah Tangga di Desa Dendang.
2. Mengetahui seberapa besar dampak yang diberikan program dilihat dari aspek ekonomi, sosial dan lingkungan terhadap masyarakat dan sekitarnya.
3. Dapat digunakan sebagai bahan monitoring dan evaluasi terhadap program Ketahanan Ekonomi dan Pangan Rumah Tangga di Desa Dendang.

1.4.3 Untuk Pihak Lain

1. Bagi akademisi, temuan penelitian ini akan menambah referensi dan menjadi bahan acuan untuk pihak yang akan melakukan riset dengan topik bahasan yang sama.
2. Bagi pihak perusahaan yang bergerak di bidang yang sama dapat menjadi contoh atau panutan dalam menjalankan kegiatan bisnis yang sejalan dengan prinsip 3P (*Profit, Planet, People*).
3. Bagi masyarakat terutama masyarakat yang ada disekitar perusahaan, hasil penelitian ini akan menjadi bahan bacaan untuk mengetahui seberapa besar hasil

atau dampak yang sudah diberikan dari suatu program atau berbagai sumber daya yang diinvestasikan oleh perusahaan sehingga masyarakat bisa mengetahui secara nyata dan terukur keberhasilan dari program tersebut dan mampu meningkatkan hal tersebut untuk meningkatkan kesejahteraan.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Etika Bisnis

a) Definisi dan Konsep Etika

Etika adalah ilmu yang mempelajari mengenai moralitas. Etika adalah bagian dari ilmu filsafat yang mendalami apakah suatu tindakan itu baik dan benar. Pembahasan dalam ilmu ini adalah tentang tanggungjawab moral yang berkaitan dengan hal benar dan hal salah, atau etika adalah keyakinan mengenai apa yang dianggap baik dan buruk. Dilihat dari sisi etimologi, etika berasal dari bahasa Yunani yaitu dari kata *ethos* yang maknanya adalah sikap, kebiasaan, adat, akhlak, cara berpikir, perasaan dan watak kesusilaan. Etika juga dapat diartikan sebagai prinsip norma dan standar yang menjadi pedoman individu maupun kelompok dalam menilai hal benar dan salah. Bagi lingkup kegiatan bisnis atau perusahaan perlu memiliki standar etika yang merupakan komitmen baik etika bisnis maupun etika kerja karyawan yang disusun untuk menjadi pedoman dalam menentukan tindakan sesuai dengan nilai dan budaya (Hamdani, 2016).

- Teori Utilitarianisme

Dalam teori ini mengatakan bahwa suatu kegiatan bisnis yang dilakukan secara baik bisa memberikan manfaat kepada sebagian besar konsumen atau masyarakat. Teori utilitarianisme sebagai teori etika kegunaan tindakan ekonomi, sesuai sekali dengan prinsip – prinsip ekonomis. Dalam teori ini menjelaskan *cost benefit analysis* yang dipakai dalam konteks ekonomi artinya manfaat yang dimaksud dalam teori utilitarianisme bisa dihitung sama seperti ketika menghitung untung dan rugi atau kredit dan debit dalam konteks bisnis. Teori etika utilitarianisme mengatakan bahwa hal baik akan menghasilkan hal yang menguntungkan dan bermanfaat sebaliknya hal jahat atau tidak baik akan mendatangkan kerugian. Teori ini mengungkapkan bahwa suatu tindakan baik akan mampu memberikan manfaat bukan kepada satu atau dua masyarakat saja

melainkan masyarakat besar jika suatu perbuatan memberikan dampak besar seperti memajukan kemakmuran, kesejahteraan, dan kebahagiaan masyarakat maka perbuatan tersebut tergolong baik namun apabila sebaliknya justru dampak yang dihasilkan merugikan maka akan dinilai buruk. Hasil dari suatu perbuatan atau konsekuensi menjadi hal penting untuk menilai baik buruknya suatu tindakan dalam teori ini (Bertens, 2014).

- Teori Deontologi

Jika teori sebelumnya berfokus pada manfaat yang dihasilkan, dalam teori deontologi justru tidak memperhatikan moralitas dari sisi konsekuensi perbuatan. “*deontologi*” berasal dari bahasa Yunani *deon* yang artinya kewajiban. Konsep teori ini menjawab pertanyaan dengan cara berikut “mengapa perbuatan ini baik dan mengapa perbuatan ini ditolak atau dianggap buruk” *deontology* menjawab sebagai berikut “karena perbuatan pertama menjadi kewajiban kita dan karena perbuatan kedua dilarang” artinya pedoman dalam menilai baik buruknya suatu tindakan adalah kewajiban. Kewajiban dalam teori deontologi adalah hal yang tidak bisa ditawar. Perbuatan tidak bisa menjadi baik karena hasilnya baik dalam teori *deontologi* menekankan suatu perbuatan tidak pernah dihalalkan karena tujuannya, misalnya dalam kehidupan kita tidak diperbolehkan melakukan sesuatu yang jahat walaupun untuk suatu tujuan yang baik. Contohnya berdusta atau mencuri untuk membantu orang lain yang dianggap sebagai sesuatu yang baik (Bertens, 2014).

b) Etika Bisnis

Etika Bisnis adalah serangkaian nilai – nilai moral yang di anut individu atau kelompok didasari oleh keyakinan tentang apa yang benar atau salah. Menurut Chrysanti Hasibuan Sedyono dalam sebuah seminar etika bisnis (2008) etika bisnis adalah apa yang benar atau salah di masyarakat dalam konteks bisnis dan terkait dengan apa yang benar dan salah pada perilaku orang yang bekerja di organisasi bisnis (P.Hadi, 2020)

- *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang berkaitan dengan masyarakat dan lingkungan hidup. Pelaksanaan CSR

adalah perwujudan dari etika bisnis. CSR membantu implementasi amanat konstitusi yaitu mewujudkan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa, dimana tugas ini bukan hanya tugas negara namun juga bagian dari tugas institusi bisnis melalui pelaksanaan CSR. CSR menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggungjawab terhadap *shareholders* tetapi juga *stakeholders*. Bisnis yang berkelanjutan dicapai tidak hanya melalui pertumbuhan dan laba, tetapi juga selaras dengan kesejahteraan masyarakat, kelestarian lingkungan, dan kualitas hidup.

Menurut Bank Dunia Group, CSR adalah “*the commitment of business to behave ethically and contribute to sustainable economic development by working with all relevant stakeholders to improve their business, the sustainable development agenda and the society at large*”

Lord Holme and Richard Watts (2014) dikutip dari (Hadi, 2009) menggambarkan bahwa CSR adalah komitmen berkelanjutan dari entitas bisnis untuk berperilaku etis dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi sekaligus meningkatkan kualitas hidup dari tenaga kerja, keluarganya, masyarakat lokal dan masyarakat secara luas.

Cakupan CSR merupakan kewajiban kepada karyawan, konsumen, pemasok, dan masyarakat dalam arti luas. Dikutip dari buku (P.Hadi, 2020) Aggraval (2014) berpendapat CSR wajib dilakukan perusahaan untuk mengambil aksi – aksi nyata dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat lebih dari kepentingan perusahaan. CSR dapat menciptakan citra positif dalam masyarakat dengan memproduksi produk – produk sehat dan ramah lingkungan dan menciptakan kesejahteraan masyarakat. CSR adalah bagian yang tak terpisahkan dalam bisnis dan apabila dikelola dengan tepat akan memberikan keuntungan dalam jangka panjang. CSR merupakan wadah perusahaan untuk berhubungan baik dengan masyarakat karena selain untuk memberikan citra positif hal ini baik untuk menjamin keberlanjutan perusahaan karena perusahaan mendapatkan ijin sosial dari masyarakat yang secara eksplisit merefleksikan harapan masyarakat.

1.5.2 Stakeholders Theory

Pada tahun 1993 *Standford Research Institute* (SRI) mendefinisikan istilah *stakeholder* sebagai kelompok atau individu yang memiliki kemampuan mempengaruhi atau pun dapat dipengaruhi oleh proses pencapaian tujuan organisasi. Pendapat ini menyatakan bahwa sebuah perusahaan ataupun kegiatan bisnis tidak hanya bertanggung jawab pada aspek ekonomi seperti pelaporan keuangan, namun selain memenuhi kepentingan pribadi perusahaan harus mampu memberikan manfaat bagi stakeholdersnya. Maka dari itu saat ini terjadi pergeseran terhadap orientasi perusahaan yang tidak hanya fokus pada aspek ekonomi namun fokus pada aspek sosial terhadap *stakeholders*. Makin kuat kekuatan *stakeholder*, makin besar kemampuan perusahaan dalam beradaptasi dengan lingkungan. Stakeholder perusahaan terdiri dari : *shareholders, investors, customers, suppliers, government, natural government dan local communities*, selain itu (Galbreath, 2006) membaginya kedalam dua kelompok yaitu *internal primay stakeholders* dan *external primary stakeholders*. Dalam penelitian tersebut membuktikan bawah tidak semua kelompok *stakeholders* utama berpengaruh positif terhadap kinerja. *Corporate governance* mendorong pengelolaan perusahaan untuk mencapai *profit* dan *sustainability* secara seimbang. Pencapaian keuntungan tersebut merupakan wujud pemenuhan pemegang saham (*shareholders*) dan tidak dapat dipisahkan dari usaha mencapai *sustainability* yang merupakan wujud pemenuhan keinginan kepentingan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) (Hamdani, 2016).

1.5.3 Kewirausahaan Sosial (*Social Entrepreneurship*)

a) Gregory Dees

Dalam mengartikan kewirausahaan sosial, Gregory Dees (2001) menjelaskan kewirausahaan sosial memiliki banyak perbedaan dengan kewirausahaan bisnis dalam berbagai aspek (Prayogo, 2016). Kewirasusahaan sosial memiliki tujuan menjadikan dunia lebih baik melalui gerakan yang didasari oleh semangat menolong orang lain. Tolak ukur keberhasilan sebuah kewirausahaan sosial tidak di lihat dari seberapa besar jumlah keuntungan yang dihasilkan tetapi dengan melihat tingkat kegiatan ekonomi mampu menghasilkan nilai – nilai sosial. Menurut Gregory Dees, kewirausahaan sosial

adalah kombinasi dari antusiasme dalam kegiatan sosial yang dikombinasikan dengan tekad, inovasi, dan disiplin, hampir sama dengan apa yang berkembang di dunia bisnis. Kewirausahaan sosial tidak hanya untuk mencari keuntungan, tetapi juga bagaimana menggabungkan kegiatan mencari keuntungan dengan kegiatan yang bertujuan sosial (Muryanti, 2020) .

Pelaku kewirausahaan sosial didefinisikan oleh Gregory Dees (2001) sebagai orang yang memainkan peran agen perubahan dalam bidang sosial dengan tujuan sebagai berikut :

- a. Mengadopsi misi untuk menciptakan dan mempertahankan nilai sosial (bukan hanya nilai pribadi),
- b. Menyadari dan tanpa henti mengejar peluang baru untuk melayani misi itu,
- c. Terlibat dalam proses inovasi, adaptasi dan sedang belajar,
- d. Bertindak berani tanpa dibatasi oleh sumber daya yang ada saat ini, dan
- e. Menunjukkan akuntabilitas yang tinggi kepada konstituen yang dilayani dan untuk hasil yang dibuat (Mair et al., 2006)

b) Paul C. Light Paul

Menurut (Light, 2006) wirausahawan sosial adalah individu, kelompok, jaringan, organisasi, atau aliansi organisasi yang mencari keberlanjutan, skala besar berubah melalui ide-ide untuk mengatasi masalah sosial yang signifikan berdasarkan apa atau bagaimana pola pemecahan dari suatu entitas. C. Light mengasumsikan bahwa *social entrepreneurship* terbentuk dari empat komponen besar yaitu wirausaha, ide/gagasan, peluang, dan organisasi.

1. Keterampilan Wirausaha

Menurut Light, wirausaha merupakan faktor utama dalam terjadinya aktivitas kewirausahaan sosial. Wirausaha di gambarkan sebagai orang yang berpegang teguh pada visi memiliki talenta, kreativitas, dan dorongan kewirausahaan individu. Berdasarkan contoh keterampilan sosial yang sukses bergantung pada keterampilan seperti mengaktifkan publik, meningkatkan modal, menegosiasikan hasil, dan mengelola transisi sulit yang terlibat dalam organisasi. Keterampilan seperti ini sulit di definisikan dan di ajarkan, apabila keterampilan ini dapat di ajarkan

setidaknya contoh keberhasilan kewirausahaan sosial tidak akan sangat langka di masa depan.

2. Ide/gagasan

Inilah komponen kedua yang membentuk *social entrepreneurship*. Ide, sebagai dasar pembeda gerakan *social entrepreneurship* dan *business entrepreneurship*. Secara umum, pembeda antara kedua jenis *entrepreneurship* tersebut adalah bahwa *social entrepreneurship* dimulai dari ide/gagasan untuk mengurangi/mengatasi masalah, sementara pada *business entrepreneurship*, idea atau gagasan awalnya adalah untuk menghasilkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Contoh kewirausahaan sosial yang efektif misalnya Yayasan Bill & Melinda Gates yang menggabungkan ide, pasar, peneliti dan institusi untuk mengatasi masalah global yang sudah berlangsung lama seperti malaria. Pola pikir ide atau gagasan dalam kewirausahaan sosial dimana solusi menemukan sumber daya atau sebaliknya.

3. Peluang

Kunci sebuah kesuksesan wirausaha sosial tidak hanya ada pada ide tetapi juga bagaimana memberdayakan sumber daya sehingga mampu menghasilkan praktik terbaik yang mengarah pada kesuksesan. Para pelaku kewirausahaan sosial tidak hanya di dorong oleh rasa empati dan persepsi tentang kebutuhan sosial. Ketika orang lain melihat masalah, wirausaha sosial melihat peluang, mereka memiliki visi untuk melakukan perbaikan dan berbagai usaha untuk mencapai hal tersebut. Mereka mampu melihat peluang yang belum tentu dapat dilihat oleh orang awam dengan jiwa wirausaha sehingga mereka tidak hanya sekedar melihat sesuatu yang kurang namun melihat kesempatan untuk menjadikan sesuatu lebih baik.

4. Organisasi

Organisasi adalah aspek keempat dari *social entrepreneurship*. Ide – ide yang sukses membutuhkan campuran kemampuan atau bakat yang jarang ditemukan hanya dalam satu orang. Peran organisasi dan sumber

daya menjadi hal penting untuk kerwirausahaan sosial. Gerakan perubahan membutuhkan kemampuan seperti kepemimpinan, manajemen, pemasaran, desain organisasi, dan keuangan.

1.5.4 *Corporate Sustainability*

Corporate sustainability dapat diinterpretasikan sebagai mengadopsi strategi bisnis dan kegiatan yang memenuhi kebutuhan perusahaan dan *stakeholder* sekaligus melindungi, mempertahankan dan meningkatkan sumber daya manusia dan alam yang akan dibutuhkan dimasa yang akan datang. Literatur tentang *sustainability* menekankan pada perlunya pemikiran yang sistematis untuk memelihara sumber daya alam, menghilangkan kemiskinan, promosi kesetaraan, dan mengurangi pertumbuhan populasi serta meningkatkan kualitas hidup.

Mengutip dari (Supriyadi, 2013) terdapat empat aspek dari sustainabilitas yang dibutuhkan untuk dikenali dan dianalisis yakni :

1. Pengaruh sosial (*Sosial influence*), yang didefinisikan sebagai ukuran mengenai dampak yang masyarakat lakukan terhadap perusahaan dalam istilah kontrak sosial dan pengaruh *stakeholder*.
2. Dampak lingkungan (*Environmental impact*), yang didefinisikan sebagai efek dari tindakan perusahaan terhadap lingkungan geofisikal.
3. Budaya organisasi (*organization culture*), yang didefinisikan sebagai hubungan antara perusahaan dan *stakeholder* internalnya, khususnya pegawai, dan semua aspek mengenai hubungan tersebut.
4. Keuangan (*finance*), yang didefinisikan sebagai pengembalian yang memadai pada tingkat resiko yang diambil.

Dalam (Supriyadi, 2013) terdapat pernyataan menurut Faupel & Schwach (2011), mengutip Figge & Hahn menyatakan “*The objective of a sustainability measure is to asses the contribution of an entity (e.g., company) to sustainability comprising all three dimension : environmental, social and economic*” (Tujuan pengukuran sustainability adalah untuk menilai kontribusi sebuah entitas (yakni perusahaan) terhadap sustainabilitas yang melibatkan tiga dimensi yakni lingkungan, sosial dan ekonomi). Salah satu pendekatan yang paling sering digunakan untuk mengukur *corporate sustainability* adalah pendekatan *triple bottom line*. Pendekatan tersebut melibatkan tiga dimensi yakni:

1. *Environmental* (lingkungan); mengukur dampak pada sumber daya seperti udara, air, emisi limbah.
2. *Social* (sosial); berhubungan dengan *corporate governance*, motivasi, insentif, keamanan dan kesehatan, pengembangan sumber daya manusia, hak asasi manusia dan perilaku etis.
3. *Economic* (ekonomi); mengacu pada pengukuran pemeliharaan atau peningkatan keberhasilan perusahaan sebagai contoh, teknologi dan inovasi, kolaborasi, manajemen pengetahuan, pembelian, proses dan pelaporan *sustainability* sebagai aturan.

1.5.5 *Community Development*

Perusahaan akan lebih sustainabel ketika mampu memberikan solusi untuk permasalahan yang ada di lingkungan sekitarnya baik dari segi sosial dan ekonomi. Menurut Pitchford dan Henderson, pengembangan komunitas (*community development*) didefinisikan sebagai upaya membantu kelompok masyarakat sehingga mereka memiliki suara dan pengaruh dalam isu – isu yang menyangkut kehidupan pribadi mereka sehingga apa yang menjadi kepentingan mereka lebih terakomodir (Veriasa & Waite, 2014). Pengembangan masyarakat adalah upaya mengembangkan sebuah kondisi masyarakat secara berkelanjutan dengan asas saling menghargai dan adanya keadilan sosial. Selain itu terdapat komitmen dalam memberdayakan masyarakat lapis bawah sehingga mereka memiliki berbagai pilihan untuk masa depan kehidupan mereka sehingga anggota masyarakat mampu mengerjakan sesuatu dengan memberikan sarana yang diperlukan dan memberdayakan masyarakat (Zubaedi, 2013) Program *Community Development* memiliki tiga karakter utama yaitu :

1. Berbasis Masyarakat (*community base*) atau masyarakat sebagai pelaku utama
2. Berbasis sumber daya setempat
3. Berkelanjutan (*sustainable*) program bergerak sebagai awal pembangunan yang berkelanjutan.

Dua sasaran yang ingin dicapai yaitu: sasaran kapasitas masyarakat dan sasaran kesejahteraan. Sasaran pertama yaitu kapasitas masyarakat dapat dicapai melalui upaya pemberdayaan (*empowerment*) agar anggota masyarakat dapat ikut dalam proses produksi atau institusi penunjang dalam proses produksi, kesetaraan (*equity*) dengan

tidak membedakan status dan keahlian, keamanan (*security*), keberlanjutan (*sustainability*) dan kerjasama (*cooperation*), kesemuanya berjalan secara simultan.

Dalam paradigma pembangunan berkelanjutan dimana diartikan sebagai pembangunan yang memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengurangi kemampuan generasi masa depan untuk memenuhinya, mempunyai 3 pilar utama (pertumbuhan ekonomi, pengentasan kemiskinan & keberlanjutan) yang bersumber dari dua gagasan penting yaitu :

1. Gagasan kebutuhan, khususnya kebutuhan esensial kaum miskin sedunia, yang harus diberi prioritas utama.
2. Gagasan keterbatasan yang bersumber pada kondisi teknologi dan organisasi sosial masyarakat terhadap kemampuan lingkungan untuk memenuhi kebutuhan masa kini dan hari depan. Jadi dalam paradigma ini tujuan pembangunan ekonomi dan sosial harus diupayakan dengan keberlanjutannya yang artinya tidak harus memenuhi kebutuhan saat ini tanpa memperdulikan kebutuhan masa yang akan datang, akan tetapi mengusahakan agar keberlanjutan pemenuhan kebutuhan tersebut pada masa selanjutnya pada generasi kemudian.

Berkaitan dengan hal tersebut diatas, industri tidak lagi dituntut untuk hanya mewujudkan citranya melalui kampanye yang baik namun juga harus mampu menunjukkan akuntabilitasnya kepada kepentingan publik. Perusahaan yang dapat bertanggungjawab akan memperhatikan *corporate social responsibility* semaksimal mungkin, yang didukung oleh *good corporate governance*. Disinilah menjadi penting untuk kemudian membicarakan program *community development* sebagai wujud *social responsibility* perusahaan.

1.5.6 *Social Return On Investment*

Menurut SROI Network, SROI adalah “kerangka kerja berdasarkan prinsip akuntansi sosial yang berlaku umum (SGAAP: *Social generally accepted accounting principles*) yang dapat digunakan untuk membantu mengelola dan memahami hasil perubahan (*outcome*) sosial, ekonomi, dan lingkungan. SROI dikembangkan dari akuntansi sosial dan analisis biaya manfaat (*cost benefit analysis*). SROI meletakkan nilai moneter pada manfaat sosial dan kemudian membandingkan manfaat yang diterima publik dan swasta terhadap biaya yang dikeluarkan (The SROI Network, 2012)

Metode SROI mengukur dampak yang telah diciptakan yang terdiri dari tiga aspek yaitu sosial, lingkungan, dan ekonomi. Dampak yang dihasilkan akan melibatkan pemangku kepentingan karena adanya suatu aktivitas yang dilakukan oleh organisasi yang telah meninvestasikan sejumlah sumber dayanya untuk aktivitas tersebut. Maka dari itu metode SROI dapat digunakan untuk mengukur keseluruhan dampak yang di hasilkan dari aktivitas yang dibuat oleh perusahaan atau organisasi. SROI menurut (Lawlor et al., 2008) didefinisikan sebagai “ *A framework for measuring and accounting for this much broader concept of value; it seeks to reduce inequality and environmental degradation and improve wellbeing by incorporating social, environmental and economic costs and benefit*”

Esensi dari pengukuran SROI tidak terbatas hanya mengukur seberapa besar nilai atau dampak yang dihasilkan namun juga dapat digunakan dalam mengukur *individual program / project*. Perkembangan SROI semakin diakui banyak peneliti urgensi penerapannya. Misalnya pada sektor publik SROI sebagai upaya untuk meningkatkan kapabilitas pemerintah untuk memberikan dampak terhadap program yang di jalankan. SROI juga mampu membantu dalam mengambil keputusan publik melalui pertimbangan pengukuran dampak. Berdasarkan hal tersebut pengukuran SROI dapat membantu pengalokasian anggaran yang lebih efisien berdasarkan program yang mampu memberikan dampak yang lebih terhadap pemangku kepentingan, sedangkan di sektor privat SROI dapat meningkatkan legitimasi dari program sosial yang dilakukan perusahaan dalam menjalankan *corporate social responsibility*, sehingga akuntabilitas dan efektivitas kegiatan dapat terukur keberhasilannya dan dampak yang dihasilkan (Zubaedi, 2013)

1.5.7 Metode Perhitungan SROI

Prinsip dan tahap *Social Return on Investment* (SROI). Prinsip-prinsipnya antara lain : (The SROI Network, 2012)

a. *Involve stakeholders*

Pelibatan pemangku kepentingan adalah salah satu alat ukur yang menjadi keunggulan metode SROI. Pemangku kepentingan adalah individu atau kelompok orang ataupun organisasi yang telah atau sedang mengalami perubahan dari suatu program. Melalui pelibatan pemangku kepentingan, peneliti akan mengetahui gambaran sesungguhnya dari total benefit yang diterima oleh pemangku

kepentingan. Dalam metode SROI pemangku kepentingan akan dilibatkan mengidentifikasi : apa yang telah berubah ? perubahan apa yang paling penting ? dan berapa nilai dari perubahan yang ada ?.

b. Understand what change

Suatu program atau pembangunan fisik yang ditujukan kepada masyarakat bertujuan memberikan perubahan yang positif, dengan adanya perubahan positif diharapkan masyarakat dapat meningkatkan kualitas hidup mereka. Namun ada masanya perubahan positif juga diiringi sejumlah perubahan negatif atau pengorbanan yang harus dilakukan masyarakat yang dapat mengurangi efektivitas dari program yang dijalankan. Maka dari itu, prinsip memahami atau menyadari apa perubahan yang terjadi setelah program menjadi sangat penting karena tidak semua perubahan dapat dirasakan dalam jangka pendek.

c. Value the things that matter

Dalam prinsip ini pemangku kepentingan akan dilibatkan untuk dapat melihat secara objektif seberapa besar perubahan yang dirasakan dari suatu aktivitas atau program. Setelah dampak dapat diidentifikasi selanjutnya peneliti akan menitikberatkan bagaimana mengukur dampak tersebut dengan satuan moneter yang diiringi adanya bukti konkret yang menjadi keabsahan bahwa perubahan memang benar terjadi, hal ini yang kemudian dinamakan indikator.

d. Only include what is material

Prinsip ini membahas materiil dalam dua hal yaitu :

1. Perubahan yang dirasakan signifikan, artinya jika dibandingkan dengan kondisi sebelumnya. Penerima manfaat merasakan perubahan yang lebih baik.
2. Dampak dirasakan oleh sebagian besar penerima manfaat. Artinya mayoritas penerima manfaat memang merasakan perubahan atau dampak.

Dalam analisis SROI harus mempertimbangkan unsur materialitas suatu dampak karena pada akhirnya hanya dampak material saja yang akan diikutsertakan dalam perhitungan nilai SROI.

e. Do not over claim

Prinsip ini mengingatkan untuk hanya melaporkan nilai atau dampak yang diciptakan dari suatu program atau aktivitas saja. Apabila dampak yang dirasakan merupakan akibat dari adanya aktivitas atau kontribusi pihak selain program yang di evaluasi, maka peneliti hanya menghitung seberapa besar kontribusi program yang di evaluasi terhadap perubahan atau dampak.

f. Be transparent

Transparansi adalah unsur penting dalam metode SROI, karena salah satu prinsip dari SROI adalah melibatkan pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan. Komunikasi yang baik dengan pemangku kepentingan harus terjalin untuk mengkonfirmasi ulang bahwa setiap keputusan yang diambil sudah tepat. Transparansi dalam SROI dapat dilakukan dengan menuliskan setiap alasan dari keputusan yang diambil terkait dengan :

1. Pemangku kepentingan (*stakeholders*) dan komunikasi yang dilakukan dengan mereka
2. Dampak (*outcomes*)
3. Indikator dan *benchmark* nilai dampak
4. Sumber dan metode pengambilan data
5. Skenario alternatif yang diambil

g. Verify the result

Setiap hasil yang diperoleh harus dapat diverifikasi kebenarannya berdasarkan data – data pendukung yang dimiliki. Proses verifikasi harus dilakukan pada setiap tahap sebelum melanjutkan ketahap berikutnya untuk menghindari kesalahan di saat perhitungan rasio SROI. Proses verifikasi ini dapat dilakukan dengan melibatkan pemangku kepentingan sebagai sumber data maupun menggunakan protokol SROI sebagai standar kualitas implementasi SROI.

Tahap-tahap SROI yaitu

a. Establishing scope and indentifying key stakeholders

1. Menentukan ruang lingkup

Ruang lingkup ialah mencakup seluruh informasi yang diperlukan terkait dengan program/proyek yang akan dianalisis. Ruang lingkup akan memberikan suatu gambaran utuh tentang karakteristik program/proyek kepada pengguna laporan SROI.

2. Mengidentifikasi para pemangku kepentingan

Salah satu langkah awal yang harus dilakukan adalah menentukan siapa pemangku kepentingan yang akan dilibatkan dalam analisis SROI. Pemangku kepentingan adalah orang ataupun organisasi yang merasakan perubahan, baik positif maupun negatif sebagai akibat dari program/proyek yang sedang dianalisis lebih jauh tentang manfaat apa saja yang dirasakan.

b. Mapping outcomes

Setelah menentukan ruang lingkup, langkah selanjutnya adalah melakukan pemetaan dari seluruh manfaat yang telah dirasakan. Untuk melakukan hal tersebut, analisis SROI harus memahami terlebih dahulu rantai perubahan yang terjadi.

c. Evidencing outcomes and giving them a value

Menetapkan *outcome* adalah menemukan bukti bahwa suatu *outcome* (dampak) memang benar – benar terjadi dan dirasakan oleh penerima manfaat. Bukti tersebut dalam analisis SROI disebut dengan indikator. Indikator adalah sesuatu keadaan atau fakta di lapangan yang dapat dijadikan dasar bagi pengguna SROI bahwa perubahan itu memang benar adanya.

d. Establishing impacts

Tahap keempat implementasi SROI adalah meyakinkan bahwa nilai yang telah ditetapkan atas suatu dampak (*outcome*) tidak terlalu tinggi dan benar – benar mencerminkan nilai sesungguhnya. Prinsip ini terkait dengan prinsip konservatisme dalam akuntansi, yaitu prinsip kehati-hatian dalam menyajikan data keuangan. Tahap keempat ini merupakan implementasi dari prinsip kelima SROI yaitu *do-not overclaim*, tahap ini memastikan bahwa nilai yang ditetapkan atas suatu dampak tidak terlalu tinggi dan menggambarkan nilai yang sesungguhnya. Dalam tahap ini nilai suatu dampak yang sudah melalui tahap *financial proxy* akan melalui empat bentuk filter yang menghasilkan nilai disesuaikan. Adapun empat bentuk filter tersebut adalah :

a. Deadweight

Deadweight adalah seberapa besar suatu dampak akan terjadi begitu saja tanpa perlu adanya suatu program/proyek. Maksudnya apakah dampak yang sudah ditetapkan nilainya tetap dapat terjadi ditengah masyarakat tanpa kontribusi dari program yang dijalankan.

b. Attribution

Dalam konsep *attribution* mengidentifikasi adanya keterlibatan dari pihak lain selain program yang dijalankan dalam menghasilkan dampak. Hal ini menunjukkan bahwa program bukan satu – satunya pihak yang berkontribusi pada penciptaan dampak.

c. Displacement

Konsep ini mengidentifikasi apakah ada dampak positif lain yang tergantikan setelah adanya program atau proyek yang dijalankan. *Displacement* juga dapat berarti adanya dampak negatif yang timbul atau kontribusi lebih yang harus

dilakukan atau dikeluarkan oleh penerima manfaat untuk bisa menghasilkan dampak dari program yang dijalankan.

d. *Drop-Off*

Drop – off berkaitan dengan presentase penurunan nilai dampak setiap tahun. Konsep ini mengidentifikasi apakah ada penurunan nilai dampak dari suatu program atau proyek yang dijalankan saat memasuki tahun kedua atau tahun selanjutnya. Untuk nilai *drop-off* tidak akan dimasukkan kedalam penyesuaian nilai karena akan diperhitungkan pada saat menghitung total nilai benefit per tahun untuk setiap dampak.

e. *Calculating the SROI*

Perhitungan SROI secara sederhana dapat dilakukan menggunakan *impact map spreadsheet* (peta dampak). Beberapa tahapan perhitungan yaitu :

1. Menghitung total nilai input suatu fasilitas di suatu lokasi
2. Menghitung *adjusted value*, yaitu nilai setiap manfaat dikurangi *filter* untuk setiap dampak
3. Menghitung total *value* setiap *outcome* dengan presentase *drop-off* selama jangka waktu tertentu.
4. Dengan menggunakan data total value setiap tahun, dapat dihitung *net present value* (dengan menggunakan rumus NPV)

f. *Reporting, using and embedding*

Dalam tahap ini analisis SROI kemudian harus dapat memastikan bahwa semua tahapan yang telah dilakukan dikomunikasikan dengan baik kepada *stakeholders* yang terkait. Termasuk didalamnya justifikasi yang digunakan dalam suatu pengambilan keputusan (Purwohedi, 2016).

Secara sederhana, SROI akan menghasilkan sebuah rasio yang dihitung dengan menggunakan persamaan di bawah ini

$$\text{SROI} = \frac{\text{Net Present Value of Benefits}}{\text{Net Present Value of Investment}}$$

Menurut (Purwohedi, 2016) *Net Present Value of Benefits* merujuk pada total *outcome* dari ketiga aspek: sosial, ekonomi dan lingkungan yang dihasilkan oleh adanya suatu program. *Net Present Value of Investment* merujuk kepada keseluruhan input yang telah dikeluarkan untuk menjalankan suatu program. Input yang dimaksud di sini

bukan hanya investasi dalam bentuk uang namun juga waktu dan barang yang telah dikeluarkan selama proses program tersebut berlangsung.

1.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangat penting sebagai dasar pijakan dalam rangka penyusunan skripsi. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang memiliki tema serupa dan menjadi acuan penulis dalam menyusun penelitian ini, diantaranya yaitu

1. (Oktamia et al., 2019) dengan judul “*Social Return on Investment* pada Program Ekonomi *Local Business Development* Dompok Dhuafa Sumatera Selatan”. Penemuan dari penelitian ini menghasilkan rasio 1;1,178 yang artinya setiap Rp1,- dana zakat yang disalurkan dapat menghasilkan pengembalian investasi senilai Rp1.178,-. Dari hasil akhir ini menunjukkan bahwa program LBD yang dilakukan layak dilanjutkan karena nilai investasi yang didapat masih mencapai angka satu. Program ini dinilai sudah tepat sasaran karena menjadi dampak nilai tertinggi bagi Penerima Manfaat (PM) utama. Namun kinerja program belum menghasilkan nilai atau dampak yang signifikan sehingga masih perlu dilakukan evaluasi dan perbaikan terhadap program LBD. Program ini memiliki potensi menjadi program yang berkelanjutan jika terus dikembangkan dan di inovasikan berdasarkan saran dan evaluasi dari perhitungan SROI.
2. Dalam penelitian (Khairunnisa et al., 2019) dalam mengukur dampak ekonomi, social, dan lingkungan dari Program Domba Nasional (Prodombas) di Pesantren Al-Ittifaq yang diinvestasikan oleh PT Sarana Jabar Ventura dan Medco Foundation. Dari hasil SROI mendapatkan hasil rasion 1;1,05, program yang berjalan selama 16 bulan ini mendapatkan dana investasi Rp140.000.000,- yang dialirkan pada tahun 2017 telah menghasilkan Rp147.000.000,- sehingga investasi layak dipertahankan sesuai dengan (Simms, 2018) menerangkan bahwa investasi pada suatu aktivitas sosial layak untuk dipertahankan atau dilanjutkan bila rasio SROI menunjukkan hasil lebih dari 1 : 1, pada program ini hasil *outcomes* lebih besar daripada investasi dalam kurun waktu 16 bulan.
3. (Santoso, 2020) dengan judul “*Social Return On Investment (SROI) Program “Sentra Industri Bukit Asam” (SIBA) Batik Kujur Village Tanjung Enim.* Pendekatan pelaksanaan program CSR yang berbasis pada aspek budaya (sejarah)

untuk menghasilkan aspek ekonomi menghasilkan rasio SROI sebesar 1 : 5,39 diluar aspek- aspek kualitatif yang memiliki potensi dampak sosial yang belum dapat di monetisasi. Rasio SROI ini menunjukkan bahwa setiap Rp1,- yang diinvestasikan oleh PT. Bukit Asam Tbk menghasilkan dampak sosial sebesar Rp5.39,-. Beberapa poin penting yang dihasilkan dari program tersebut ialah adanya pembentukan kelompok pengrajin SIBA Batik Kujur yang meningkatkan kapasitas masyarakat, munculnya kerelaan anggota kelompok melepaskan pekerjaan mereka sebelumnya, adanya perubahan sikap yang positif, adanya rasa bangga karena memiliki produk khas daerah sendiri, adanya tambahan penghasilan yang meningkatkan taraf hidup masyarakat, terbentuknya perilaku menabung dan masyarakat merasa senang karena merasa lebih produktif dibandingkan kegiatan sebelum adanya program yang hanya melakukan aktivitas rumah tangga.

4. Penelitian terhadap program CSR untuk mengukur keberhasilan manfaat menggunakan SROI juga dilakukan dalam penelitian (Veronica, 2020) CSR mikrohydro dilakukan di Desa Andungbiru karena minimnya infrastruktur listrik yang ada di desa tersebut. Melalui program CSR PT PJB UP Paiton membantu masyarakat untuk mengaktifkan kembali PLTMH (Pembangkit Listrik Tenaga Mikro Hydro). Hasil penelitian ini menemukan rasio SROI 1 : 2,29 artinya setiap Rp1,- yang diinvestasikan perusahaan mengembalikan dampak sebesar Rp2.29,-. Dengan adanya program ini memberikan dampak berupa peningkatan pendapatan kepada masyarakat dengan tersedianya listrik yang memadai. Dari segi sosial program ini membuka lapangan pekerjaan bagi warga sekitar sedangkan dari segi lingkungan penggunaan PLTMH lebih ramah lingkungan karena memanfaatkan energi alam sehingga terhindar dari pencemaran dan polusi udara.

1.7 Definisi Operasional dan Konseptual

1.7.1 Definisi Konsep

Definisi konsep dimuat dengan maksud memberikan pengertian guna menjadi batasan dalam peneliti untuk membahas dan memecahkan masalah.

- *Community development* adalah kegiatan yang dilakukan secara sistematis, terencana, dan diarahkan untuk meningkatkan kualitas masyarakat dari segi sosial, ekonomi dan kualitas kehidupan yang lebih baik dibandingkan dengan kegiatan pembangunan sebelumnya dan

kegiatan ini dilakukan secara terpadu dan keberlanjutan. *Community development* merupakan komitmen dalam memberdayakan masyarakat sehingga mereka memiliki daya atau kemampuan untuk meningkatkan kesejahteraan dalam hidup (Zubaedi, 2013).

- *Social Return On Investment (SROI)* merupakan suatu kerangka untuk mengukur dan akuntansi untuk suatu konsep nilai yang lebih luas, berusaha untuk mengurangi ketimpangan, degradasi lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan dengan memasukkan nilai sosial, lingkungan, biaya ekonomi dan manfaat. SROI digunakan sebagai alat untuk perencanaan strategis dan peningkatan pengkomunikasian dari investasi sosial (Purwohedi, 2016)

1.7.2 Definisi Operasional

Definisi operasional bertujuan untuk mengidentifikasi kriteria yang dapat diteliti agar memudahkan dalam proses penelitian serta terdapat batasan yang jelas dalam pengukuran.

Tabel 1. 2 Kriteria Community Development

	Kriteria
<i>Community Development</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Melibatkan masyarakat - Memanfaatkan potensi yang ada dalam masyarakat - Bersifat jangka panjang dan memiliki potensi besar kedepannya

Sumber : (Zubaedi, 2013)

Tabel 1. 3 Indikator Aspek SROI

No	Ekonomi	Sosial	Lingkungan
1	Peningkatan pendapatan setelah adanya program	Peningkatan kepercayaan diri	Ramah lingkungan
2	Adanya penghematan konsumsi rumah tangga	Peningkatan pengetahuan dan skill	Terhindar dari polusi
3	Jumlah anggota kelompok yang terlibat	Terbuka nya lapangan pekerjaan	Menciptakan lingkungan hijau dan asri
4	Harga yang lebih murah dari harga pasaran	Adanya aktivitas masyarakat yang berkembang dan terjalin hubungan antar masyarakat	

(Purwohedi, 2016)

I.8 Metode Penelitian

1.8.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai pada riset termasuk kedalam jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, tujuan dari penelitian ini untuk mendalami dan memahami suatu peristiwa yang terjadi atau aktivitas yang dialami oleh subjek kajian. Aktivitas yang dimaksud dalam penelitian ini ialah implementasi program ketahanan ekonomi dan pangan rumah tangga yang dilaksanakan oleh PT Sahabat Mewah & Makmur. Untuk mengkaji dan menganalisis lebih dalam manfaat dari program ini digunakan metode *Social Return On Investment* (SROI).

Dalam penyajiannya, penulis memilih tipe penelitian deskriptif atau deskriptif kualitatif karena ingin menggambarkan secara deskriptif mengenai hasil pengembalian investasi sosial dari implementasi program ketahanan ekonomi dan pangan rumah tangga yang dilakukan oleh PT Sahabat Mewah & Makmur sebagai bentuk komitmen dalam membangun kegiatan bisnis berkelanjutan di industri perkebunan kelapa sawit, sekaligus sebagai bentuk tanggung jawab dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitar.

1.8.2 Situs Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Sahabat Mewah & Makmur yang bertempat di Ds. Dendang, Kec. Dendang Kab. Belitung Timur.

1.8.3 Subjek Penelitian

Subjek Penelitian pada penelitian ini terdiri dari empat orang yang di wawancarai secara mendalam yaitu :

1. Koordinator *community environment development* PT Sahabat Mewah & Makmur Bapak Brian
2. Ketua komunitas selatan puaque Bapak M.Asros
3. Ketua kelompok miana Ibu Hartati
4. Ketua kelompok mina jaya Bapak Yusup

Serta dilakukan *focus group discussion* bersama kelompok miana yang dihadiri oleh ketua kelompok, wakil ketua kelompok, bendahara serta tujuh anggota kelompok miana lainnya.

1.8.4 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu kata-kata dan tindakan, dan sumber data tertulis. Kedua jenis tersebut diperoleh peneliti melalui wawancara dan studi pustaka.

1.8.4.1 Kata kata dan Tindakan

Data ini dapat diperoleh dari wawancara. Penulis akan menuliskan dalam catatan kecil berupa jawaban dari pertanyaan ketika wawancara kemudian diolah dan ditulis ulang untuk menjadikan sebuah informasi yang dapat dipahami oleh pembaca.

1.8.4.2 Sumber data tertulis

Sumber data tertulis dapat ditemukan dari sumber seperti buku, artikel ilmiah, arsip atau dokumen penting, dokumen pribadi serta dokumen resmi. Data ini berupa data tambahan yang berfungsi untuk menguatkan data penelitian.

1.8.4.3 Foto

Foto berfungsi untuk mengkaji aspek – aspek subjektif dan menganalisis secara induktif, sehingga foto dapat menjadi sumber data yang berharga dan banyak digunakan dalam penelitian. Dua macam bentuk foto yang digunakan dalam penelitian kualitatif ialah foto yang didapat dari orang lain dan foto yang dihasilkan oleh peneliti sendiri.

1.8.5 Sumber Data

Data merupakan keterangan yang menggambarkan permasalahan atau hasil dari pengamatan terhadap populasi atau sampel. Syarat data bersifat objektif dan mampu menggambarkan seluruh permasalahan sampel (*representative*) dan tepat waktu (Hardani, 2020)

1.8.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya dengan melakukan pengukuran, observasi, wawancara dan lain – lain. Informasi data primer didapatkan langsung dari tangan pertama.

Dalam penelitian ini, data primer didapatkan dengan melakukan wawancara secara langsung kepada koordinator *community environment & development* PT Sahabat Mewah & Makmur serta masyarakat yang tergabung dalam komunitas pengembangan masyarakat dengan syarat memenuhi kriteria. Kriteria tersebut merupakan orang – orang tertentu yang dinilai menguasai persoalan yang hendak di teliti, mempunyai keahlian dan berwawasan cukup. Kriteria narasumber penelitian ini antara lain yaitu :

1. Mengetahui dan memahami secara dalam penerapan program ketahanan ekonomi dan pangan rumah tangga di PT Sahabat Mewah & Makmur.
2. Terlibat secara langsung dalam kegiatan program ketahanan ekonomi dan pangan rumah tangga PT Sahabat Mewah & Makmur.

1.8.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari orang lain dapat berupa laporan, profil, buku pedoman atau pustaka. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs web, internet dan seterusnya.

Data sekunder dalam penelitian ini berupa laporan – laporan yang dipublikasikan PT Sahabat Mewah & Makmur dan berita – berita yang terkait PT Sahabat Mewah & Makmur di media.

1.8.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik mengumpulkan data ialah beberapa cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data. Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data umumnya menggunakan metode observasi, dokumentasi dan wawancara (Subadi, 2006). Pengumpulan data merupakan langkah strategis dalam penelitian yang memiliki tujuan mendapatkan data. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti sedangkan sumber sekunder tidak langsung memberikan data pada peneliti. Selanjutnya jika dilihat dari teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara interview (wawancara), observasi (pengamatan), dan dokumentasi.

1.8.5.1 Wawancara

Wawancara dapat diartikan sebagai teknik pengambilan data dengan melakukan tanya jawab kepada narasumber dengan pertanyaan yang sesuai

dengan tujuan serta rumusan masalah penelitian. Teknik wawancara digunakan karena peneliti dapat menggali tindak apa saja yang kasat mata (diketahui subjek penelitian) maupun hal-hal tersembunyi dalam subjek penelitian *explicit knowledge* maupun *tacit knowledge* serta mencakup hal-hal yang bersifat lintas-waktu baik itu yang berhubungan dengan masa lalu, masa sekarang maupun masa yang akan datang. Ada beberapa jenis wawancara antara lain :

1. Wawancara tak terstruktur, adalah wawancara yang daftar pertanyaannya tidak dibatasi sehingga saat wawancara pertanyaan baru bisa dikembangkan berdasarkan hasil jawaban narasumber.
2. Wawancara secara terbuka, adalah wawancara dengan maksud untuk mengkonfirmasi apakah data yang sudah didapatkan dan disimpulkan sudah sesuai dengan yang dimaksud oleh narasumber dan yang terjadi dilapangan untuk menghindari konflik dari pengumpulan data.
3. Wawancara yang menempatkan informan sebagai teman sebaya, adalah peneliti menyesuaikan diri dengan siapa yang sedang diwawancarai seperti dari bahasa dan gestur digunakan sehingga narasumber dapat memahami dengan mudah pertanyaan yang disampaikan peneliti dan merasa nyaman dengan wawancara yang dilakukan.

Wawancara dilakukan secara mendalam oleh peneliti kepada subjek penelitian dengan alasan karena penelitian ingin memperoleh realitas senyatanya, sehingga peneliti harus mendapatkan data langsung dari subjek penelitian agar mendapatkan data yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Hasil wawancara dilanjutkan kedalam proses transkripsi, dan pemahaman agar ada kejelasan antara bahasa non formal dengan bahasa literatur sehingga menghasilkan bahasa ilmiah yang tepat (Subadi, 2006).

1.8.5.2 Metode Observasi dan Dokumentasi

Dikutip dari (Subadi, 2006) menurut Gordon, “dasar-dasar pembatasan secara luas diterima oleh ilmuan itu sendiri adalah kesaksian empirik, sebuah pernyataan adalah ilmiah jika diuji oleh observasi dan eksperimen”. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data yang mampu memberikan gambaran tentang situasi setempat yang menjadi konteks pembahasan penelitian. *Social setting* diperoleh dengan melakukan observasi dan dokumentasi yaitu melihat

data lapangan dan mendengar informasi dari informan, serta cerita masyarakat setempat, keterkaitan metode ini dengan permasalahan ialah untuk mendapatkan data pelengkap dan mencocokkan beberapa informasi dengan data yang ada di lapangan. Berdasarkan literatur menurut Sukmadinata menyatakan bahwa observasi adalah teknik mengumpulkan data dengan jalan melakukan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung (Hardani, 2020)

1.8.5.3 *Focus Group Discussion*

Teknik pengumpulan data *focus group discussion* adalah teknik pengumpulan data melalui diskusi kelompok yang pada penelitian ini dilakukan bersama kelompok miana pada saat pertemuan rutin kelompok yaitu pada hari sabtu setiap minggu. FGD yang dilakukan dihadiri oleh ketua kelompok miana, wakil ketua, bendahara beserta tujuh orang dari anggota kelompok miana lainnya. Dalam diskusi ini dilakukan pertanyaan terkait dampak dan perubahan apa saja yang dirasakan para anggota dengan adanya program ini dan mendengarkan pendapat dari para anggota dari manfaat program ini.

1.8.7 Analisis Interpretasi Data

Menurut Milles dalam (Subadi, 2006) terdapat dua hal penting dalam analisis data yaitu; Pertama, penelitian kualitatif menghasilkan analisis data berbentuk kata – kata yang didapatkan dari beraneka macam metode (observasi, wawancara, pengamatan) yang kemudian di proses dan disusun ke dalam teks yang diperlukan. Sebelum siap digunakan (melalui proses pencatatan, pengetikan, penyuntingan atau ahli tulis) tetap berbentuk kata – kata. Kedua, analisis data dalam penelitian kualitatif terdiri dari tiga alur yang berjalan secara beriringan yaitu; (1) reduksi data (2) penyajian data (3) penarikan kesimpulan/verifikasi.

1. Reduksi Data

Proses pemilihan, pemusatan perhatian pada menyederhanakan, mengabstrakkan, serta mentransformasi data “kasar yang muncul dari catatan – catatan tertulis di lapangan (Subadi, 2006). Kegiatan reduksi data berlangsung selama pengumpulan data berlangsung dan terjadi secara terus menerus. Pada saat tahap pengumpulan data dilakukan, terjadilah reduksi data dengan cara membuat ringkasan, mengkode,

menelusur tema, membuat gugus – gugus, dan membuat catatan kaki. Mengutip pendapat Riyanto dalam (Hardani, 2020) mengatakan bahwa reduksi data harus dirampingkan, dipilah mana yang penting, kemudian disederhanakan dan diabstraksi. Dengan begitu dalam reduksi terdapat proses *living in* dan *living out*, artinya data yang terpilih akan *living in* dan yang terbuang (tidak terpakai) *living out*.

2. Penyajian Data (*Display Data*)

Sekumpulan informasi yang sudah didapatkan dari lapangan disusun yang kemudian membentuk sebuah kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan (Hardani, 2020). Penyajian data di susun dalam bentuk teks naratif. Tujuan dari adanya tahap penyajian data adalah agar data hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan mudah dibaca dan dipahami. Dalam menyajikan data pada penelitian kualitatif, biasanya digunakan uraian singkat, flowchart, bagan, maupun teks naratif. Melakukan *display data* akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, kemudian merencanakan langkah selanjutnya setelah mampu memahami. Walaupun dalam prakteknya tidak semudah apa yang didapatkan di lapangan karena fenomena sosial bersifat kompleks dan dinamis, sehingga apa yang ditemukan pada saat memasuki lapangan dan setelah berlangsung dalam jangka waktu tertentu akan mengalami perkembangan data. Menurut Milles dan Huberman ada 9 (Sembilan model dalam penyajian data yaitu; (1) model mendeskripsikan data penelitian berbentuk organigram, peta geografis, dan lainnya, (2) model *check list matrix* untuk memantau komponen atau dimensi penelitian, (3) model dalam mendeskripsikan perkembangan antar waktu, (4) model matrix tata peran yang mendeskripsikan pendapat, kemampuan, sikap atau lainnya berbagai peranan, (5) model konsep terklaster untuk meringkaskan berbagai hasil penelitian dari berbagai ahli yang memiliki fokus berbeda, (6) matrix tentang efek atau pengaruh yang mengubah fungsi kolom-kolomnya untuk mendeskripsikan perubahan sebelum dan sesudah penyuluhan, (7) matrix dinamika lokasi yang melihat dinamika sosial di suatu lokasi, (8) Menyusun daftar kejadian secara kronologis atau di klasterkan, (9) jaringan klasual dari sejumlah kejadian yang ditelitinya.

3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/verification*)

Tahap terakhir dalam teori Miles adalah tahap penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan yang dilakukan penulis masih dapat berubah apabila ditemukan hal-hal lain dalam pengambilan data. Dalam proses keberjalanan penarikan kesimpulan harus dilakukan verifikasi secara menyeluruh baik proses pengambilan data maupun data tersebut. Oleh karena itu, diakhir akan memunculkan kesimpulan yang valid dan dapat diuji kebenarannya serta dipertanggung jawabkan. Pada penelitian kualitatif memungkinkan rumusan masalah yang ditetapkan diawal dapat dijawab oleh kesimpulan, namun mungkin saja sebaliknya mengingat rumusan masalah bersifat sementara. Simpulan intisari dari hasil temuan penelitian yang mendeskripsikan pendapat- pendapat akhir berdasarkan metode berpikir induktif atau deduktif. Pembuatan kesimpulan harus relevan dengan fokus penelitian, tujuan penelitian dan temuan penelitian yang sudah dilakukan interpretasi dan pembahasan. Dengan demikian simpulan dapat menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan di awal, namun masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan akan berkembang seiring dengan keberjalanan penelitian.

Dalam mencapai kesimpulan, setelah proses analisis data dilanjutkan dengan mencari hubungan antara apa yang dilakukan (*what*), bagaimana melakukan (*how*), mengapa dilakukan seperti itu (*why*) dan bagaimana hasilnya (*how is the effect*). Dalam (Hardani, 2020), Miles dan Huberman memperkenalkan dua model dalam mencapai simpulan adalah :

1. Model Alir, dengan menjadikan pengaturan waktu, penyusunan proposal, pengumpulan data dan analisis data dan pasca pengumpulan data sebagai perhatian peneliti. Dalam model ini peneliti akan melakukan ketiga kegiatan analisis mulai dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan secara bersamaan.
2. Model Interaktif, dilakukan dengan memperhatikan hasil data yang dikumpulkan kemudian berlanjut kepada proses reduksi dan penyajian data serta pada proses penarikan dan verifikasi data.

1.8.8 Kualitas Data

Pada penelitian kualitatif, kualitas data dapat diketahui dengan melangsungkan uji keabsahan data guna untuk menghindari kesalahan. Adanya pengujian keabsahan data juga digunakan untuk memperoleh hasil penelitian yang *valid*. Sebuah data dari penelitian kualitatif dapat dikatakan *valid* apabila tidak ada perbedaan antara yang terjadi di lapangan dengan apa yang dituliskan dalam sebuah penelitian. Teknik pemeriksaan keabsahan data dilakukan dengan berbagai uji sesuai saran Lincoln dan Guba dalam (Subadi, 2006), antara lain:

1.8.7.1 Uji Kredibilitas (*Credibility*)

Uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan:

1. Triangulasi

Tujuan melangsungkan pengujian kredibilitas penelitian adalah teknik dengan cara pengecekan data yang diperoleh dari berbagai sumber dengan waktu dan situasi yang berbeda. Menurut jenis triangulasi terbagi menjadi 3 cara, yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu

a. Triangulasi Sumber dilaksanakan melalui pengecekan hasil data yang diperoleh dari beberapa sumber guna menguji kredibilitas data. Kesimpulan hasil dari analisis data yang dilakukan peneliti kemudian dilakukan *chross check* dan perbandingan dari sumber data lainnya. Dalam penelitian ini sumber data untuk melakukan perbandingan dengan melihat data yang diberikan oleh PT Sahabat Mewah & Makmur dengan data yang didapatkan dari komunitas maupun kelompok masyarakat.

b. Triangulasi Teknik dilaksanakan melalui pengecekan kebenaran data dari berbagai sumber yang sama namun dengan teknik pengambilan yang berbeda. Triangulasi teknik bertujuan untuk menguji konsistensi dari hasil data yang diperoleh. Bila ditemukan hasil yang berbeda, maka peneliti dapat melakukan diskusi dengan sumber data untuk menentukan kepastian dan kesepakatan. Dalam penelitian ini teknik pengambilan data digunakan wawancara secara mendalam dan juga *focus group discussion*.

c. Triangulasi Waktu dilaksanakan melalui pengambilan data dengan berbagai teknik namun dalam kurun waktu ataupun keadaan yang berbeda. Triangulasi waktu bertujuan untuk mengetahui konsistensi data mengingat waktu sering mempengaruhi keabsahan data. Dalam penelitian ini teknik ini digunakan dengan cara melakukan penelitian selama kurun waktu satu setengah bulan terhitung sejak pertengahan Desember hingga akhir Januari.

2. *Member Check*

Salah satu cara untuk meningkatkan kaulitas data dalam penelitian kualitatif adalah dengan melibatkan participant (subjek) untuk mereview hasil penelitian, data/informasi dan interpretasi yang dibuat oleh peneliti. Jika subjek setuju dengan apa yang dilaporkan oleh peneliti maka kesimpulan hasil penelitian dapat dikatakan *credible*. (Hardani, 2020)