

TESIS

**INVESTASI SOSIAL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
MENURUT PERSPEKTIF *SOCIAL RETURN ON INVESTMENT*:
SUATU STRATEGI ANALISIS KONTEN**

***SOCIAL INVESTMENT CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
FROM THE PERSPECTIVE OF SOCIAL RETURN ON INVESTMENT:
A CONTENT ANALYSIS STRATEGY***

**FENNY MIKA
A062212023**



**PROGRAM MAGISTER AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

TESIS

**INVESTASI SOSIAL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
MENURUT PERSPEKTIF *SOCIAL RETURN ON INVESTMENT*:
SUATU STRATEGI ANALISIS KONTEN**

***SOCIAL INVESTMENT CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
FROM THE PERSPECTIVE OF SOCIAL RETURN ON INVESTMENT:
A CONTENT ANALYSIS STRATEGY***

sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Magister

disusun dan diajukan oleh

**FENNY MIKA
A062212023**



kepada

**PROGRAM MAGISTER AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

INVESTASI SOSIAL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MENURUT PERSPEKTIF SOCIAL RETURN ON INVESTMENT SUATU STRATEGI ANALISIS KONTEN

Disusun dan diajukan oleh

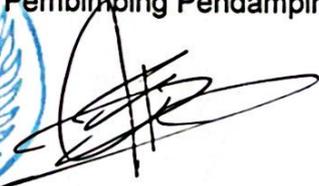
FENNY MIKA
A062212023

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin
Pada tanggal 04 Maret 2024
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



Dr. Ratna Ayu Damayanti, SE., M.Soc., Sc.Ak
NIP. 19670319992032003

Afdal, SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA.
NIP. 198809012015041000

Ketua Program Studi
Magister Akuntansi



Dr. Aini Indrijawati, SE., M.Si., CA.
NIP. 196811251994122002

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir, SE., M.Si.
NIP. 196402051988101001

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Fenny Mika
NIM : A062212023
Jurusan/program studi : Magister Akuntansi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tesis yang berjudul:

INVESTASI SOSIAL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MENURUT PERSPEKTIF SOCIAL RETURN ON INVESTMENT: SUATU STRATEGI ANALISIS KONTEN

Adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan/ditulis/diterbitkan sebelumnya, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam naskah tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, Maret 2023

Yang memhuat pernyataan,


Fenny Mika

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh. Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Tuhan yang Maha Esa karena atas berkat Rahmat-Nyalah, sehingga saya dapat menyelesaikan tesis ini sesuai dengan batas waktu yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan selesainya tesis ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan masukan, maka dari itu saya ucapkan banyak terima kasih kepada kedua Orang Tua saya, yang memberikan berbagai pelajaran hidup, dan saudara/saudari saya yang tidak pernah bosan memberikan nasehat dan menuntun saya saat menentukan pilihan. Serta Ibu Dr. Ratna Ayu Damayanti, SE.,Ak.,M.Soc.,Sc.,CA dan Bapak Afdal, SE.,M.Sc.,Ph.D.,Ak.,CA selaku Dosen Pembimbing Beliau telah banyak memberikan arahan dan saran dalam proses penyusunan Tesis ini. selain itu, Saya juga mengucapkan terima kasih kepada teman saya Enny Yulianti, S.Ak yang telah banyak membantu saya dalam proses penyusunan tesis saya.

ABSTRAK

FENNY MIKA. Investasi Sosial Corporate Social Responsibility Menurut Perspektif Social Return on Investment (SROI): Suatu Strategi Analisis Konten (dibimbing oleh **Ratna Ayu Damayanti** dan **Afdal Madein**).

Penelitian ini bertujuan mendalami investasi sosial dalam kerangka Corporate Social Responsibility (CSR) dengan menggunakan perspektif Social Return on Investment (SROI). Data yang dikumpulkan diproses melalui analisis konten menjadi strategi utama untuk mengungkap pelaksanaan investasi sosial melalui laporan-laporan CSR perusahaan. Penelitian berfokus pada laporan investasi sosial PT Freeport Indonesia (PTFI). Metode penelitian yang digunakan bersifat kualitatif, yaitu menitikberatkan pada pemahaman makna yang terkandung dalam data. Pendekatan analisis konten dengan aspek pragmatik, semantik, dan sarana tanda memberikan wawasan yang mendalam terhadap investasi sosial CSR dari perspektif SROI. PT Freeport Indonesia menunjukkan kesadaran yang mendalam terhadap nilai-nilai keberlanjutan dan pengembangan masyarakat melalui investasi sosialnya dengan menggarisbawahi komitmen, pelestarian, dan pelatihan sebagai pilar strategis. Analisis semantik menyoroti pemilihan kata-kata dan struktur kalimat yang tidak hanya mengomunikasikan makna literal, tetapi juga memengaruhi persepsi audiens. Pendekatan pragmatis tercermin dalam penggunaan bahasa yang selektif untuk membentuk citra positif dan menyoroti manfaat investasi. Pemakaian sarana tanda menunjukkan integrasi PTFI dengan elemen visual, warna, dan simbol pada peta program CSR, menciptakan pendekatan terpadu. Meskipun penilaian SROI pada tujuh program utama tahun 2019 memenuhi standar dengan baik, diperlukan peningkatan verifikasi lingkungan untuk mengklarifikasi dampak nyata dan keberlanjutan. Secara keseluruhan PTFI menunjukkan komitmen yang kuat terhadap pembangunan masyarakat dan keberlanjutan melalui pendekatan holistik serta analisis SROI yang komprehensif.

Kata kunci: investasi sosial, Corporate Social Responsibility, PT Freeport Indonesia, Social Return on Investment, analisis konten.

ABSTRACT

FENNY MIKA. Social Investment, Corporate Social Responsibility in SROI (Social Return on Investment) Perspective: A Content Analysis Strategy (supervised by **Ratna Ayu Damayanti** and **Afdal Madein**)

The research aims to explore the social investment in the framework of the Corporate Social Responsibility (CSR) using the Social Return on Investment (SROI) perspective. The data collected were processed through the content analysis, which was the main strategy to reveal the implementation of the social investment through the company's CSR reports. The research was conducted from November to December 2023 with the focus on the social investment reports of PT Freeport Indonesia (PTFI). The research used the qualitative method, emphasizing on understanding the meaning contained in the data. The content analysis approach with aspects of pragmatics, semantics, and means of signalling provided the deep insight into the CSR Social Investment from the SROI perspective. PTFI demonstrates the deep awareness of the values of sustainability and community development through its social investment, highlighting commitment, preservation, and training as the strategic pillars. The semantic analysis highlights the choice of the words and sentence structures that not only communicate the literal meanings, but also influence the audience's perception. The pragmatic approach is reflected in the selective use of the language to shape the positive image and highlight the benefits of the investment. The use of the signage demonstrates PTFI's integration visual elements colours, and symbols on the CSR program map, creating the integrated approach. While the SROI assessment of the seven key programs in 2019 met the standard wellimproved environmental verification is needed to clarify the real impact and sustainability. Overall, PTFI demonstrates the strong commitment to community development and sustainability through its holistic approach and comprehensive SROI analysis.

Keywords: Social Investment, Corporate Social Responsibility, PT Freeport Indonesia, Social Return on Investment, content analysis.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian	11
1.4.1 Kegunaan Teoritis	11
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	12
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 <i>Corporate Social Responsibility</i>	14
2.1.1 Sejarah Konsep CSR.....	14
2.1.2 Definisi CSR	15
2.1.3 Manfaat dan Fungsi CSR.....	18
2.1.4 Dasar Hukum CSR.....	21
2.1.5 Sistematika Tahapan CSR.....	22
2.1.6 CSR dan Kesejahteraan Masyarakat	23
2.1.7 Isu Seputar CSR	24
2.2 Investasi Sosial	27
2.2.1 Tujuan Investasi Sosial	29
2.2.2 Keuntungan Investasi Sosial	30
2.2.3 Resiko Investasi Sosial	31
2.3 <i>Social Return on Investment (SROI)</i>	31
2.3.1 Manfaat SROI.....	33
2.3.2 Prinsip SROI.....	34
2.3.3 Mekanisme SROI	36
2.4 Analisis Konten.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Rancangan Penelitian	39
3.2 Kehadiran Peneliti	41
3.3 Waktu Penelitian	41
3.4 Sumber Data	42

3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6	Teknik Analisis Data.....	43
3.7	Keabsahan dan Keajekan Penelitian.....	46
BAB IV ANALISIS SEMANTIK: KESESUAIAN CSR DENGAN SROI.....		48
4.1	Program Investasi Sosial Kesehatan.....	49
4.2	Program Investasi Sosial Pendidikan	52
4.3	Program Investasi Sosial Ekonomi.....	55
4.4	Program Investasi Sosial Infrastruktur.....	57
4.5	Program Investasi Sosial Hubungan dengan Masyarakat dan Lembaga Lokal.....	60
4.6	Program Investasi Sosial Budaya.....	63
4.7	Program Investasi Sosial Hak Asasi Manusia (HAM)	66
BAB V ANALISIS PRAGMATICS: KESESUAIAN CSR DENGAN SROI		70
5.1	Program Investasi Sosial Kesehatan.....	70
5.2	Program Investasi Sosial Pendidikan	73
5.3	Program Investasi Sosial Ekonomi.....	76
5.4	Program Investasi Sosial Infrastruktur.....	79
5.	Program Investasi Sosial Hubungan dengan Masyarakat dan Lembaga Lokal.....	81
5.6	Program Investasi Sosial Budaya.....	84
5.7	Program Investasi Sosial HAM	87
BAB VI ANALISIS SARANA TANDA: KESESUAIAN CSR DENGAN SROI... 90		90
6.1	Analisis Sarana Tanda Dalam Program Investasi Sosial.....	90
6.1.1	Program Kesehatan Investasi Sosial.....	93
6.1.2	Program Pendidikan Investasi Sosial	95
6.1.3	Program Ekonomi Investasi Sosial	96
6.2	Refleksi Kesimpulan.....	99
BAB VII PENUTUP		102
7.1	Kesimpulan.....	102
7.2	Keterbatasan Penelitian	104
7.3	Saran	104
DAFTAR PUSTAKA.....		105

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Halaman
4.1 Karyawan PTFI	49
4.2 Asrama Taruna Papua	53
4.3 Pelaku Usaha Kakao	55
4.4 Fasilitas Air Bersih	58
4.5 Dialog dengan Masyarakat.....	60
4.6 Promosi Budaya Kamoro.....	63
4.7 Kampanye Prinsip HAM	66
6.1 Peta Program Pengembangan Masyarakat.....	90
6.2 Rincian Program Kesehatan	93
6.3 Diagram Program Pendidikan	95
6.4 Rincian Program UMKM.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Indikator.....	44
4.1 Kesesuaian CSR dan SROI Aspek Semantik Program Kesehatan...	50
4.2 Kesesuaian CSR dan SROI Aspek Semantik Program Pendidikan..	53
4.3 Kesesuaian CSR dan SROI Aspek Semantik Program Ekonomi.....	56
4.4 Kesesuaian CSR dan SROI Aspek Semantik Program Infrastruktur.	59
4.5 Kesesuaian CSR dan SROI Aspek Semantik Program Hubungan dengan Masyarakat dan Lembaga Lokal	61
4.6 Kesesuaian CSR dan SROI Aspek Semantik Program Budaya.....	64
4.7 Kesesuaian CSR dan SROI Aspek Semantik Program HAM.....	67
5.1 Kesesuaian CSR dan SROI Aspek Pragmatics Program Kesehatan	71
5.2 Kesesuaian CSR dan SROI Aspek Pragmatics Program Pendidikan	74
5.3 Kesesuaian CSR dan SROI Aspek Pragmatics Program Ekonomi...	77
5.4 Kesesuaian CSR dan SROI Aspek Pragmatics Program Infrastruktur	80
5.5 Kesesuaian CSR dan SROI Aspek Pragmatics Program Hubungan dengan Masyarakat dan Lembaga Lokal	82
5.6 Kesesuaian CSR dan SROI Aspek Pragmatics Program Budaya.....	85
5.7 Kesesuaian CSR dan SROI Aspek Pragmatics Program HAM.....	88

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Isu perkembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bentuk investasi sosial semakin meningkat. Banyak perusahaan yang menganggap bahwa berinvestasi dalam program CSR dapat memperkuat citra perusahaan, meningkatkan hubungan dengan komunitas, dan bahkan memiliki dampak positif pada kinerja keuangan jangka panjang. Hal ini sejalan dengan kajian Firman *et al.* (2023) bahwa perusahaan melakukan pengungkapan CSR agar mendapatkan pengakuan dari pihak-pihak yang berkepentingan, terutama masyarakat dan dampak positif dari pengakuan ini, seperti peningkatan citra perusahaan, pada akhirnya dapat menghasilkan keuntungan seperti pertumbuhan laba perusahaan. CSR perusahaan selama bertahun-tahun dipahami sebagai kontribusi sukarela kepada masyarakat yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan citra publiknya dan untuk mendapatkan izin sosial untuk beroperasi (Lange dan Wyndham, 2021).

Inisiatif CSR dirancang untuk menciptakan dampak positif yang nyata dalam ranah sosial dan ekologis, dengan fokus pada keberlanjutan, kesejahteraan masyarakat, dan pelestarian lingkungan. Melalui keterlibatan dalam program-program inovatif, termasuk pendidikan, kesehatan, dan advokasi lingkungan, perusahaan berkomitmen untuk memberikan kontribusi yang berkesinambungan pada lapisan sosial yang terdampak dan ekosistem tempat operasional mereka. Tujuan utama CSR mencakup pembentukan citra positif, penguatan hubungan dengan pemangku kepentingan, dan mitigasi risiko sosial serta lingkungan. Hal ini sejalan dengan kajian (Andriani *et al.*, 2022) bahwa Implementasi CSR

menciptakan citra perusahaan yang positif di mata investor dan masyarakat dengan menunjukkan komitmen terhadap kesejahteraan lingkungan dan masyarakat.

Peran CSR dalam ranah bisnis tidak hanya bersifat etis, tetapi juga merupakan strategi krusial yang mampu meningkatkan kinerja serta kelangsungan perusahaan. Beberapa pakar berpendapat bahwa perusahaan yang mengadopsi strategi CSR dapat mengoptimalkan kinerja bisnisnya dalam jangka panjang (Carroll, 1991; Porter dan Kramer, 2006). Implementasi CSR memungkinkan perusahaan berperan sebagai penggerak utama dalam pembangunan berkelanjutan dengan memberikan dampak positif pada masyarakat dan lingkungan. Perusahaan harus tegas dan lugas dalam mengungkapkan informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan, sesuai dengan ketentuan yang dinyatakan oleh Retno dan Priantinah (2012). Sebagai indikator kinerja, pengungkapan CSR menjadi penilaian konkret terhadap kontribusi perusahaan dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, CSR bukan hanya sebuah kewajiban etis, tetapi juga sebuah strategi proaktif yang mampu memperkuat posisi perusahaan dalam menghadapi kompleksitas tantangan global dan meningkatkan kesejahteraan bersama.

Dalam penelitian ini, PT Freeport Indonesia (PTFI) sebagai satu perusahaan yang menjalankan CSR. Meskipun demikian, sejumlah isu signifikan seputar CSR PTFI muncul. Contohnya, Gumelar (2017) mengungkapkan bahwa masyarakat adat Suku Amungme yang bertempat tinggal di sekitar lahan tambang yang dikelola oleh PTFI menuntut agar perusahaan ini mengalokasikan dana tanggung jawab sosial korporasi dalam bentuk bagi hasil yang lebih substansial. Masyarakat ini meyakini bahwa CSR tidak dapat sepenuhnya menggantikan hak-hak mereka atas tanah ulayat di Tambang Grasberg. Temuan ini konsisten dengan

hasil riset Hidayah *et al.* (2019) yang menegaskan bahwa konsep CSR seharusnya mencapai keseimbangan nyata antara pengeluaran untuk pertanggungjawaban sosial dan dampak negatif yang ditimbulkan.

Lebih lanjut, masyarakat setempat juga mengungkapkan kekhawatiran terkait akuntabilitas dalam pengelolaan CSR oleh PTFI. Dimana masyarakat hanya mengetahui jumlah dana yang diberikan oleh perusahaan tanpa kepastian apakah alokasi tersebut sesuai dengan standar satu persen dari pendapatan perusahaan, sebagaimana diharapkan. Laporan media (Alam, 2021) juga menyoroti ketidaktransparanan PTFI dalam mengelola dana CSR. Meskipun perusahaan menegaskan penggunaan minimal satu persen dari keuntungan untuk kesejahteraan masyarakat setempat, kenyataannya, masih banyak warga miskin di Timika, Kabupaten Mimika, Provinsi Papua.

Dalam analisis Gumelar (2017), terungkap bahwa kehadiran PTFI dapat memperdalam kesenjangan sosial. Perusahaan dikecam karena tidak memenuhi komitmennya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Suku Kamoro dan Suku Amugme. Pencemaran limbah tailing juga telah merusak ekosistem sungai dan laut, yang merupakan sumber penghidupan utama bagi masyarakat Suku Kamoro, yang sebagian besar berprofesi sebagai nelayan. Akibatnya, masyarakat terpaksa beralih ke sektor pertanian dan peternakan untuk mencari mata pencarian lain. Aspek dampak ekonomi dan politik juga menjadi sorotan, mengingat bahwa selama 30 tahun kontrak pertambangan pertama, PTFI belum memiliki izin usaha penambangan, dan kontribusi pajak serta retribusi kepada negara baru diberikan setelah dimulainya kontrak kerja kedua.

Secara keseluruhan, fenomena perkembangan CSR sebagai investasi sosial mencerminkan perubahan dalam paradigma bisnis yang lebih berkelanjutan dan bertanggung jawab. Bagaimana pendekatan ini akan berkembang di masa

depan akan tergantung pada bagaimana perusahaan, masyarakat, dan regulator meresponsnya. Kesadaran akan pentingnya tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam dunia bisnis semakin meningkat seiring dengan tumbuhnya kesadaran masyarakat akan isu-isu keberlanjutan. Dalam konteks ini, ketentuan tentang kewajiban sosial dan lingkungan perseroan terbatas dapat dijumpai dalam Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Ketentuanyang dimaksud termuat dalam Pasal 74 (1) yang berbunyi: “perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Undang-undang ini mencerminkan komitmen pemerintah untuk mengarahkan sektor bisnis, khususnya yang bergerak di bidang sumber daya alam, menuju praktik yang berkelanjutan dan bertanggung jawab.

Hal ini sejalan dengan pendapat Marsha (2021) bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab kepada para *stakeholder* serta berbagai aspek pada industri yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Tiap perusahaan wajib menciptakan ikatan yang baik dengan masyarakat sekitarnya. Seperti halnya membangun dan meningkatkan ikatan yang baik dengan masyarakat melalui program CSR. Oleh karena itu, pelaksanaan CSR seharusnya diartikan sebagai bentuk investasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan, dan seperti investasi lainnya, seharusnya dapat diukur dan diharapkan memberikan hasil positif. Beberapa perusahaan belum mengetahui peran penting program CSR. Namun, kesadaran akan pentingnya program tersebut sering muncul ketika aktivitas perusahaan menimbulkan konflik dengan masyarakat setempat, seperti yang dikemukakan oleh Kambuaya *et al.* (2019).

Perusahaan menerapkan CSR sebagai saluran kegiatan filantropi untuk memberi manfaat bagi masyarakat melalui pendirian berbagai sarana dan

prasarana (Mzembe dan Downs, 2014; Abuya dan Odongo, 2020; Zainuddin *et al.*, 2020). Sebagai contoh, gerakan “Hirak” (protes masyarakat) di kawasan pertambangan semakin intensif pasca peristiwa Arab Spring pada Tahun 2011 dan meluasnya demonstrasi gerakan 20 Februari di Maroko. Inisiatif CSR dimulai oleh sebuah perusahaan pertambangan milik negara di wilayah pertambangan yang tertinggal jauh dalam hal pembangunan daerah di berbagai bidang. Semakin banyak perusahaan menerapkan aktivitas yang melibatkan masyarakat, semakin besar pula perdamaian sosial yang mereka bina (Mahahad dan Bounar, 2020).

CSR memiliki dampak positif yang signifikan terhadap investasi sosial. Salah satu dampak positif yaitu peningkatan keterlibatan karyawan. Penelitian Rupp *et al.* (2018) mengungkap perusahaan yang menjalankan program CSR yang kuat memiliki karyawan yang lebih bangga dan berkomitmen pada perusahaan, yang pada gilirannya dapat berdampak positif pada produktivitas dan retensi karyawan. Namun, hal ini berbeda dengan hasil penelitian Khuong *et al.* (2022) bahwa pelaporan CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap efisiensi investasi perusahaan dan bahwa pelaporan CSR mempengaruhi IE dalam skenario *over investment*.

Sejumlah alasan yang membuat investasi sosial menjadi perbincangan menarik. Di samping pembahasan sebelumnya, perusahaan kerap terlibat dalam beragam program investasi sosial. Beberapa di antaranya termasuk, Proyek komunitas (*community project*), Kesempatan kerja (*job opportunity*), Pelatihan dan pendidikan (*training and education*), Kesehatan dan sanitasi (*health and sanitation*), Lingkungan hidup (*environmental*). Program investasi sosial dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, seperti meningkatkan kualitas hidup, meningkatkan kapasitas dan kemandirian masyarakat, serta meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola sumber daya alam secara

berkelanjutan. Selain itu, program investasi sosial juga dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, seperti mendapatkan *social license to operate*, menjadi bagian dari manajemen risiko sosial dan lingkungan, menciptakan keunggulan yang kompetitif, meningkatkan reputasi perusahaan, dan menaati dan menjalankan regulasi yang berlaku. Dengan demikian, investasi sosial bukan hanya tentang memberikan, tetapi juga merupakan strategi yang cerdas bagi perusahaan dalam menciptakan dampak positif yang berkelanjutan.

Kesinambungan operasi perusahaan dalam lingkungan masyarakatnya sangat bergantung pada dukungan masyarakat (Kolopaking *et al.*, 2021). Di industri pertambangan, terutama di negara-negara berkembang, salah satu tantangan utama adalah kurangnya regulasi yang jelas terkait dengan desain program pengembangan masyarakat atau agenda nasional yang mendukungnya. Kondisi ini memberikan industri keleluasaan yang besar untuk merancang program yang mungkin lebih menguntungkan perusahaan daripada masyarakat lokal. Selain itu, para pemangku kepentingan juga memiliki harapan bahwa program pengembangan masyarakat akan segera tercermin dalam pengembangan proyek nyata. Ketika proyek-proyek ini tidak terwujud atau tidak sesuai dengan jadwal yang dijanjikan, hal ini seringkali mengecewakan masyarakat (Damanik *et al.*, 2022).

Penelitian ini dimulai dengan menggali isu-isu yang telah disebutkan di atas. Meskipun PTFI memiliki peran yang signifikan dalam sektor industri ekonomi, perusahaan ini juga dihadapkan pada berbagai permasalahan. Namun, prestasi perusahaan ini dapat dilihat melalui implementasi program CSR yang dirancang untuk menjawab kebutuhan masyarakat di sekitarnya. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Parhusip *et al.* (2022), yang membahas tentang Implementasi Investasi Sosial di Sektor Industri Pertambangan oleh PTFI, terdapat komitmen

yang kuat untuk memberikan manfaat bagi masyarakat di sekitar wilayah operasionalnya. Komitmen ini diwujudkan melalui berbagai kegiatan investasi sosial yang dilakukan bersama mitra-mitra lokal. Investasi sosial ini menjadi bagian dari komitmen berkelanjutan untuk memastikan bahwa aktivitas operasional perusahaan dapat beriringan dengan kemajuan masyarakat di sekitar wilayah operasionalnya. Program investasi sosial yang diimplementasikan oleh PTFI mencakup pengembangan kesehatan, pendidikan, ekonomi, usaha mikro dan kecil, serta dana bergulir, serta penguatan hubungan dengan masyarakat dan lembaga lokal, termasuk dukungan terhadap budaya setempat. Program-program ini dilaksanakan dengan tujuan untuk memperbaiki dan meningkatkan kondisi ekonomi masyarakat yang menjadi penerima manfaat.

Pada penelitian ini, metode SROI digunakan. Dengan penerapan SROI, perusahaan dapat secara lebih akurat menilai nilai dampak positif yang dihasilkan oleh program CSR, terutama dalam konteks manfaat yang diberikan kepada masyarakat, serta mengukur efektivitas investasi sosial yang telah dilakukan. Metode SROI berfungsi sebagai alat penting dalam penyusunan laporan sosial (*social report*) dengan tujuan mengukur nilai finansial dari dampak yang dihasilkan oleh program-program tersebut. Melalui pendekatan SROI, perusahaan dapat memperoleh informasi mengenai pencapaian nilai finansial dari program-program yang diterapkan, baik yang berimbas secara langsung atau tidak langsung pada penerima manfaat.

Penelitian yang dilakukan oleh Marsha dan Matoati (2020) mengungkap bahwa perusahaan mencapai SROI positif telah berhasil menciptakan dampak sosial yang bermanfaat bagi para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Investasi yang dilakukan oleh perusahaan dalam program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) menjadi investasi yang layak untuk dipertahankan dan

ditingkatkan, karena program-program tersebut telah menghasilkan berbagai dampak positif. Dampak-dampak tersebut meliputi peningkatan reputasi perusahaan, dukungan terhadap ekonomi keluarga, peningkatan kesehatan, pengurangan pencemaran lingkungan, serta peningkatan kesempatan kerja. Menurut laporan yang dikeluarkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan pada tahun 2019, banyak pelajaran berharga bisa diperoleh dari praktik-praktik yang menunjukkan bahwa evolusi dunia bisnis tidak hanya berfokus pada mencari keuntungan finansial semata, tetapi juga berperan aktif dalam melestarikan lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat telah menjadi norma terbaik dalam implementasi CSR.

Program-program CSR kepada masyarakat yang berkesinambungan membuat program tersebut menjadi sebuah investasi sosial yang akan mengurangi gejala sosial. Tidak hanya itu, investasi sosial juga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sambil memberikan manfaat bagi perusahaan. Meskipun demikian, hasil penelitian yang dilakukan Khuong *et al.* (2022) menunjukkan bahwa pelaporan CSR memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap efisiensi investasi. Temuan ini berbeda dengan studi yang dilakukan oleh Santoso *et al.* (2018), yang menunjukkan bahwa penilaian dampak investasi sosial dari program pengembangan posdaya Baramulyo, jika dilihat dari aspek sosial ekonomi, dapat dianggap layak dan berhasil. Investasi sosial yang dilakukan perusahaan menunjukkan itikad baik untuk peduli kepada masyarakat dan bersifat saling menguntungkan. Hasil penelitian Septasawitri *et al.* (2023) menunjukkan bahwa hasil perhitungan SROI dalam penerapan program ini berpengaruh positif terhadap program ketahanan dari aspek ekonomi, social, dan lingkungan keberlanjutan yang baik dan layak untuk diteruskan.

Penelitian ini dapat mengisi celah ini dengan mengembangkan pendekatan yang lebih sistematis untuk mengidentifikasi, mengukur, dan mengartikan dampak sosial yang terukur melalui analisis SROI. Seiring dengan pergeseran paradigma sosial dan ekonomi, diperlukan penelitian yang lebih mendalam tentang bagaimana analisis SROI dapat digunakan sebagai alat untuk memandu perusahaan dalam mengalokasikan sumber daya secara efektif untuk investasi sosial dan CSR. Teknik analisis konten digunakan untuk mengidentifikasi aspek-aspek investasi sosial yang dapat diukur dalam perspektif SROI. Hal ini sesuai dengan pandangan Holsti (1969) yang menyatakan bahwa metode ini adalah suatu teknik yang digunakan untuk mencapai kesimpulan dengan mengidentifikasi berbagai karakteristik khusus suatu pesan secara sistematis, objektif, dan umum.

Dalam analisis konten yang menggambarkan Investasi Sosial CSR dari perspektif SROI, penggunaan analisis konten memiliki tiga kerangka kerja sebagai pedoman penggunaannya sebagaimana yang diajukan (Krippendorff, 1980), Penelitian yang menggunakan analisis konten dengan pendekatan analisis pragmatics, semantik, dan sarana tanda memberikan wawasan mendalam tentang Investasi Sosial CSR dari perspektif SROI. Pendekatan pragmatics memungkinkan peneliti untuk memahami konten dengan fokus pada tujuan komunikatif dan dampaknya, sedangkan analisis semantik membantu menggali makna dan konsep yang terkandung dalam teks. Selain itu, penerapan sarana tanda memungkinkan identifikasi elemen-elemen simbolis dan representatif yang dapat memberikan wawasan lebih lanjut tentang narasi dan pesan yang terkandung dalam konten terkait CSR. Dengan menggabungkan ketiga pendekatan ini, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang holistik dan mendalam tentang Investasi Sosial CSR dengan menggali aspek pragmatics,

semantik, dan sarana tanda dari berbagai konten terkait. Peneliti menganalisis data dengan pikiran terbuka untuk mengidentifikasi subjek yang bermakna (Bengtsson, 2016).

Pada penelitian ini, data diambil dari PTFI, sebagai salah satu industri pertambangan yang secara aktif dan berkesinambungan melaksanakan program CSR di lingkungan terdekatnya. Oleh karena permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Investasi Sosial CSR menurut Perspektif SROI sebagai Strategi Analisis Konten.

1.2 Fokus Penelitian

Pelaksanaan CSR oleh perusahaan tidak hanya dianggap sebagai kewajiban semata. Beberapa perusahaan melihat pelaksanaan CSR sebagai suatu kebutuhan yang menggambarkan perhatian yang perusahaan berikan kepada para pemangku kepentingan (*stakeholder*), terutama dalam upaya membangun dan menjaga hubungan yang baik antara perusahaan dan masyarakat di sekitarnya.

Untuk mencapai kesejahteraan masyarakat, perusahaan tidak hanya dapat mengandalkan perbaikan melalui pembiayaan sosial, tetapi juga perlu melakukan investasi dalam pengembangan sumber daya manusia dan menciptakan peluang yang lebih luas bagi setiap individu dalam masyarakat. Sebagai salah satu alat dalam pelaporan sosial, metode SROI digunakan untuk mengukur nilai finansial dari dampak program. Metode ini membantu dalam menilai pencapaian nilai finansial dari program yang dilaksanakan, baik yang berdampak langsung maupun tidak langsung pada penerima manfaat.

Penelitian ini akan menghitung berbagai jenis program investasi sosial yang tergolong sebagai pelaksanaan CSR perusahaan. Investasi sosial CSR

akan didasarkan pada perspektif SROI dan data tersebut diolah menggunakan analisis konten sebagai strategi untuk mengungkap investasi sosial pelaksanaan CSR perusahaan melalui laporan-laporan CSR. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana investasi sosial CSR menurut perspektif SROI ditinjau dari analisis konten?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah untuk memahami investasi sosial CSR dengan menggunakan pendekatan SROI melalui analisis konten.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis bagi akademisi dan lembaga-lembaga terkait.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pemahaman tentang pentingnya CSR dan investasi sosial dalam bisnis yang berkelanjutan. Dengan menggunakan SROI, penelitian ini mengevaluasi efektivitas program-program CSR dalam menciptakan dampak sosial yang signifikan, tanpa melibatkan perhitungan angka atau nilai numerik. Analisis konten, seperti semantik, pragmatics, dan sarana tanda, digunakan untuk memahami makna konteks, sesuai dengan prinsip-prinsip SROI. Dengan demikian, penelitian ini tetap mengikuti panduan prinsip SROI dalam pendekatan kualitatifnya untuk memahami dan mengevaluasi dampak program CSR dan investasi sosial.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam menganalisis pelaksanaan CSR khususnya terkait investasi sosial dengan menggunakan perspektif SROI.
2. Diharapkan dapat menjadi evaluasi bagi perusahaan-perusahaan dalam pelaksanaan CSR khususnya investasi sosial menggunakan kaidah SROI.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dirancang untuk memfasilitasi pemahaman dan pemeriksaan penelitian ini. Dalam usulan penelitian tesis ini, sistematika penulisan terdiri dari lima bab utama, yang secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian dari usulan penelitian yang melengkapi komponen-komponen seperti latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini merinci referensi yang menjadi dasar pembahasan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini mencakup pengembangan metodologi penelitian, termasuk rancangan penelitian, kehadiran peneliti dan informan, waktu penelitian, pengumpulan data, teknik analisis data serta keabsahan dan keajekan penelitian.

BAB IV HASIL ANALISIS SEMANTIK: KESESUAIAN CSR DENGAN SROI

Bab ini mencakup hasil penelitian dan pembahasan mengenai keseluruhan program menggunakan analisis semantik.

**BAB V ANALISIS PRAGMATICS DAN SARANA TANDA KESESUAIAN
CSR DENGAN SROI**

Bab ini mencakup isi dari pembahasan mengenai keseluruhan program menggunakan analisis pragmatics dan sarana tanda.

BAB VI ANALISIS KONTEN ATAS KESESUAIAN CSR DENGAN SROI

Bab ini mencakup hasil analisis konten atas kesesuaian investasi sosial CSR dengan SROI.

BAB VII PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan riset lanjutan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Corporate Social Responsibility*

2.1.1 Sejarah Konsep CSR

CSR pada negara-negara maju, kini telah mulai diimplementasikan di Indonesia melalui berbagai regulasi, termasuk Undang-Undang No 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. CSR mencerminkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan lingkungannya sekaligus memperhatikan kapasitas perusahaan itu sendiri. Konsepsi CSR diperkenalkan pertama kali oleh Bowen pada tahun 1953 melalui karyanya yang membahas tentang tanggung jawab sosial dari para pengusaha (Untung, 2014).

CSR dalam dunia bisnis merupakan kelanjutan dari upaya pemberian sumbangan (*charity*) sebagai manifestasi kepedulian manusia terhadap sesama (*philanthropy*). Pada tahun 1963, peneliti di Stanford Research Institute memperkenalkan konsep pemangku kepentingan. Munculnya konsep ini karena diakui bahwa ada berbagai pihak selain pemegang saham yang memiliki potensi untuk mencapai sasaran organisasi. Hal ini merubah paradigma perusahaan dari fokus semata-mata pada keuntungan ekonomi, seperti maksimalisasi laba, menjadi tanggung jawab terhadap beragam pemangku kepentingan yang lebih luas (George, 2013).

Dalam George (2013) perkembangan konsep CSR periode 1980-an memiliki komponen-komponen sebagai berikut:

1. *Economic responsibilities*, tanggung jawab ekonomi adalah tanggung jawab utama dari perusahaan dalam hal sosial ekonomi, karena organisasi bisnis

terlibat dalam kegiatan ekonomi yang menyediakan bantuan untuk masyarakat dengan tujuan mendapatkan laba.

2. *Legal responsibilities*, masyarakat mengharapkan bisnis harus dioperasikan dengan mematuhi aturan dan regulasi yang telah ditetapkan oleh masyarakat melalui lembaga legislatif.
3. *Ethical responsibilities*, masyarakat mengharapkan perusahaan mengelola bisnis dengan prinsip etika. Etika bisnis mencerminkan keputusan moral yang diambil oleh individu atau entitas bisnis, yang pada dasarnya sebagai pertimbangan pada nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat.
4. *Discretionary responsibilities*, masyarakat berharap bahwa adanya perusahaan akan memberikan keuntungan bagi mereka. Dalam konteks ini, perusahaan berkeinginan untuk dianggap sebagai warga negara yang bertanggung jawab, kontribusi mereka terhadap masyarakat akan berdampak pada reputasi perusahaan.

2.1.2 Definisi CSR

Perkembangan suatu negara sebagai tanggung jawab antara pemerintah, masyarakat, dan dunia usaha untuk meningkatkan kesejahteraan sosial dan kualitas hidup. Pemerintah bertugas mengelola kebijakan publik dan menyediakan sarana serta prasarana yang diperlukan. Masyarakat berperan aktif dalam mengambil bagian dalam proses pembangunan dan menjaga kestabilan sosial. Sementara itu, dunia usaha memiliki peran penting dalam memacu pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dengan mempertimbangkan dampak terhadap masyarakat dan lingkungan hidup. Saat ini, komunitas bisnis tidak hanya memfokuskan pada kinerja keuangan semata, melainkan juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan, dikenal sebagai konsep triple bottom line.

Perusahaan juga mengambil peran dalam meningkatkan kesejahteraan warga negara di sekitarnya (Gunawan, 2014).

CSR sebagai komitmen berkesinambungan dari sektor bisnis untuk berperilaku adil dan memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi di komunitas setempat maupun warga secara umum (Untung, 2014). Menurut WBCSD, CSR sebagai komitmen dari perusahaan dalam mengadopsi etika perilaku dan kontribusi pada pembangunan ekonomi mendatang. Komitmen ini juga mencakup peningkatan kualitas hidup karyawan beserta keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat secara keseluruhan (Effendi, 2009).

Menurut Wibosono (2007), CSR adalah komitmen berkelanjutan dari dunia usaha dalam berperilaku adil dan meningkatkan kontribusi pada perkembangan ekonomi komunitas setempat maupun masyarakat secara keseluruhan, seiring dengan kemajuan kualitas hidup para pekerja.

Pandangan yang lebih komprehensif mengenai CSR dikemukakan oleh Prince of Wales International Business Forum. Lima pilar pelaksanaan CSR meliputi: pertama, membangun sumber daya manusia yang handal baik internal maupun eksternal, termasuk dukungan dari masyarakat. Perusahaan diharapkan untuk memberdayakan masyarakat, biasanya melalui pembangunan komunitas. Kedua, memperkuat perekonomian untuk memberdayakan ekonomi komunitas. Ketiga, menilai kohesi sosial, yang berarti perusahaan berupaya menjaga harmoni. Keempat, mendorong tata kelola yang baik dalam menjalankan perusahaan. Dan kelima, melindungi lingkungan dengan memastikan keberlanjutan dan kelestarian lingkungan (Prasiska, 2017).

CSR sebagai konsep atau tindakan yang diadopsi sebuah perusahaan (sesuai dengan kapasitasnya) sebagai wujud kepatuhan pada lingkungan sekitar. Contoh bentuk tanggung jawab ini sangat bervariasi, mulai dari mengadakan

kegiatan dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat dan memperbaiki lingkungan, memberikan beasiswa kepada anak-anak yang kurang mampu, memberikan dana untuk pemeliharaan fasilitas umum. CSR mencerminkan strategi perusahaan yang memperhatikan kewajiban para pemangku kepentingan. Fenomena CSR muncul seiring dengan kesadaran bahwa keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang lebih penting daripada sekadar mendapatkan keuntungan (Rachman *et al.*, 2011).

Menurut lingkaran studi CSR di Indonesia, konsep ini merujuk pada komitmen sungguh-sungguh dari perusahaan untuk mengurangi dampak negatif dan mengoptimalkan dampak positif dari operasinya terhadap semua pihak yang terlibat dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, dengan tujuan mencapai pembangunan berkelanjutan. Ini menyiratkan pentingnya bagi perusahaan untuk benar-benar berupaya memberikan manfaat dari keberadaannya bagi manusia saat ini, dengan mengurangi efek buruk yang mungkin terjadi di masa depan. (Rachman *et al.*, 2011).

CSR didefinisikan sebagai langkah perusahaan untuk meningkatkan reputasinya di mata masyarakat melalui beragam program amal, baik yang dilakukan di luar maupun di dalam organisasi. Ini mencerminkan komitmen perusahaan terhadap masyarakat dan pemerintah sebagai akibat dari perkembangan bisnis yang mungkin mempengaruhi keseimbangan lingkungan dan sosial di lokasi operasi perusahaan. Pelaksanaan dan penerapan CSR bergantung pada filosofi perusahaan di daerah atau wilayah tertentu (Said, 2018). Kewajiban perusahaan dapat terbagi dalam tiga kategori, yakni kewajiban terhadap pemegang saham, kewajiban sosial perusahaan, dan kewajiban terhadap keberlanjutan lingkungan hidup (Yusuf, 2017).

Menurut Santoso (2016) CSR adalah komitmen kesinambungan perusahaan untuk berperilaku secara moral dan turut serta dalam pengembangan ekonomi sambil terus meningkatkan kualitas karyawan dan masyarakat sekitar perusahaan. Selain itu, menurut Yusuf (2017) berbagai dimensi yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam menjalankan aktivitas CSR, sebagaimana telah dipaparkan oleh para ahli. Dalam konteks ini, perusahaan berharap dianggap sebagai warga negara yang baik (*good citizen*) di mana kontribusinya kepada masyarakat akan memengaruhi reputasi perusahaan. Oleh karena itu, aktivitas yang merupakan manifestasi dari tanggung jawab diskresioner sering disebut sebagai kewarganegaraan korporat (*corporate citizenship*) (George, 2013).

2.1.3 Manfaat dan Fungsi CSR

Menurut Effendi (2009) penerapan CSR memberikan berbagai manfaat bagi perusahaan, yaitu:

- a. Membantu pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan, sambil membentuk citra positif di mata masyarakat umum.
- b. Membuka akses lebih mudah terhadap modal.
- c. Memungkinkan perusahaan untuk mempertahankan tenaga kerja berkualitas.
- d. Meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan kritis dan mempermudah pengelolaan risiko.

Pada masa kini, CSR dianggap sebagai bentuk investasi jangka panjang bagi perusahaan. Ketertarikan para pemegang saham untuk menyuntikkan modal ke perusahaan yang mengamalkan CSR jauh lebih tinggi daripada yang tidak melakukannya. CSR memiliki manfaat atau fungsi bagi perusahaan, yaitu.

1. *Social licence to operate* (izin sosial untuk beroperasi)

Bagi perusahaan, masyarakat sebagai salah satu aspek yang dapat mendorong atau justru menghambat operasinya.

2. Mereduksi risiko bisnis perusahaan

Melalui CSR, hubungan antara perusahaan dan para pihak terlibat dapat diperkuat.

3. Melebarkan akses sumber daya

Manajemen CSR yang efektif akan menjadi keutamaan kompetitif bagi perusahaan, yang pada akhirnya akan mempermudah perolehan sumber daya yang diperlukan.

4. Melebarkan akses menuju market

Semua investasi dan pengeluaran program CSR sebenarnya merupakan peluang bagi perusahaan untuk memperluas pangsa pasar.

5. Mereduksi data

Program CSR juga dapat mengurangi biaya operasional perusahaan, seperti ketika menerapkan program CSR yang berfokus pada lingkungan dengan menerapkan konsep daur ulang di perusahaan. Hal ini dapat mengurangi limbah perusahaan dan mengoptimalkan biaya produksi.

6. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*

Melalui pelaksanaan program CSR, komunikasi dengan para pemangku kepentingan dapat menjadi lebih sering dan kuat, sehingga hal ini akan meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan terhadap perusahaan.

7. Memperbaiki hubungan dengan regulator

Perusahaan yang mengimplementasikan CSR umumnya ikut membantu mengurangi beban pemerintah sebagai badan pengatur.

8. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan

Karyawan yang bekerja di perusahaan dengan reputasi baik dan memberikan kontribusi besar kepada para stakeholder, masyarakat, dan lingkungan akan merasa bangga.

9. Peluang mendapatkan penghargaan

Perusahaan yang berkontribusi terhadap masyarakat dan lingkungan melalui program CSR berpotensi mendapatkan pengakuan atau penghargaan.

Alasan lain pentingnya suatu perusahaan melakukan kegiatan CSR

(Gunawan, 2014):

1. Untuk menjalankan kegiatan produksi secara berkelanjutan, perusahaan membutuhkan lingkungan yang kondusif.
2. Terjadi perpindahan kepemilikan dalam dunia usaha, dari milik pribadi menjadi milik publik. Tugas dunia bisnis bukan hanya terbatas pada pencarian laba, melainkan juga melibatkan peran sebagai lembaga yang memegang tanggung jawab sosial.
3. CSR telah menjadi suatu keharusan standar bisnis yang harus dipatuhi sebagaimana standar ISO. Dengan demikian kebutuhan dalam dunia usaha semakin terang akan urgensi melaksanakan program CSR untuk kelangsungan perusahaan.
4. Kesadaran akan perlunya menerapkan CSR telah menjadi fenomena global seiring dengan meningkatnya kepedulian masyarakat dunia terhadap produk-produk yang bersahabat dengan lingkungan dan produksi yang memperhatikan prinsip-prinsip sosial serta HAM.
5. Lembaga keuangan di Eropa menerapkan kebijakan yang memberikan pinjaman hanya diberikan hanya pada perusahaan yang telah berhasil menerapkan CSR dengan efektif.

6. Tren global lain dalam penerapan CSR di pasar modal yaitu penggunaan indeks yang mencakup kategori saham dari perusahaan yang telah melaksanakan CSR.

2.1.4 Dasar Hukum CSR

Investasi di Indonesia sangat bergantung pada eksploitasi sumber daya alam yang tersedia di negara ini. Selain itu, pertimbangan utama bagi investor, baik dari dalam maupun luar negeri, adalah kualitas sumber daya manusia yang tersedia untuk mendukung investasi perusahaan. Untuk memastikan kelangsungan lingkungan dan keamanan dalam proses investasi, pemerintah telah menerapkan kewajiban bagi para investor untuk memperhatikan dampak lingkungan dan kesejahteraan sosial masyarakat di sekitar lokasi perusahaan. Sehingga, investor diharapkan bertanggung jawab dalam menjaga lingkungan dan meningkatkan taraf hidup masyarakat setempat di tempat perusahaan beroperasi (Untung, 2014).

Menurut Narisyah (2018), keberadaan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 akan memperkuat peraturan sebelumnya, bertujuan untuk menarik lebih banyak investasi asing. Namun, hal ini tentu akan terjadi asalkan terdapat kejelasan hukum dan jaminan keamanan serta kenyamanan bagi modal yang diinvestasikan.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007, CSR merupakan aspek baru yang diatur dalam ketentuan Undang-Undang Perseroan Terbatas. UUD ini mewajibkan perseroan untuk mempertanggungjawabkan tanggung jawab sosialnya terhadap lingkungan dan kondisi masyarakat di sekitar lokasi usaha perseroan. Sebagaimana diatur dalam pasal 74, yaitu:

1. Perusahaan yang beroperasi pada sektor yang terkait dengan sumber daya alam memiliki wewenang untuk menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
2. Kewajiban perseroan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dijelaskan dalam ayat 1, dianggarkan dan dimasukkan sebagai bagian dari biaya operasional perseroan. Hal ini dilakukan dengan memperhatikan prinsip kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana diatur dalam ayat 1 akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai kewajiban sosial dan lingkungan diatur melalui Peraturan Pemerintah.

Pasal 15 UU. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal menyebutkan setiap penanam modal berkewajiban:

1. Menerapkan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang berkualitas.
2. Memenuhi kewajiban sosial perusahaan.
3. Menyusun laporan mengenai kegiatan penanaman modal dan mengirimkannya kepada badan koordinasi penanaman modal.
4. Menghargai tradisi budaya masyarakat di sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal.

2.1.5 Sistematika Tahapan CSR

Proses yang harus dilalui dalam menjalankan CSR secara terencana dan kompleks dengan analisis kebutuhan masyarakat (need assessment) di sekitarnya. Langkah pertama adalah mengidentifikasi masalah atau permasalahan yang ada di masyarakat dan lingkungan sekitar. selanjutnya, diperlukan penyusunan solusi terbaik yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Perusahaan tidak wajib melakukan ini sendiri, tetapi dapat mengambil manfaat dari sumber daya eksternal, seperti berkolaborasi dengan perusahaan atau lembaga lain untuk melakukan riset dasar atau studi awal. Selanjutnya, penting untuk merencanakan tindakan yang mencakup alokasi dana, jadwal pelaksanaan, kriteria evaluasi, dan menunjuk tenaga kerja yang bertanggung jawab dalam pelaksanaannya.

Dalam konteks ini, perusahaan dapat mengorganisir program-program ini ke dalam kegiatan berjangka waktu pendek, menengah, dan panjang. Hal ini bertujuan untuk memungkinkan masyarakat mencapai tingkat kemandirian yang lebih mendalam. Sementara itu, pengawasan program juga dijalankan melalui survei dan kunjungan lapangan secara berkala. Hasil evaluasi dikumpulkan dan dilaporkan secara teratur untuk menjadi landasan dalam menyusun strategi atau mengembangkan program selanjutnya. Selain itu, penting untuk melakukan audit sosial secara obyektif terhadap pelaksanaan program guna memastikan bahwa program mencapai tujuan yang ditetapkan dan memberikan manfaat yang dirasakan oleh masyarakat sebagaimana yang diinginkan (Ambadar, 2008).

2.1.6 CSR dan Kesejahteraan Masyarakat

CSR memiliki dua aspek, yakni perspektif perusahaan dan masyarakat sekitar. Suksesnya program CSR akan membentuk relasi yang harmonis antara perusahaan dan masyarakat. Melibatkan masyarakat dalam rantai pasokan dengan memandang perusahaan sebagai kemitraan strategis dan sumber daya manusia dapat meningkatkan ketahanan dan efisiensi bisnis. Perusahaan yang menerapkan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat akan menerima apresiasi yang positif dari konsumen, pemegang saham, dan masyarakat secara keseluruhan. Dampak positifnya tidak hanya terbatas pada peningkatan laba, tetapi juga pada peningkatan nilai perusahaan. Sebaliknya, perusahaan yang

mengabaikan aspek lingkungan dapat mendapat persepsi negatif dari masyarakat. Dunia usaha juga diharapkan untuk turut serta dalam meningkatkan penciptaan nilai (*value creation*), seperti yang dijelaskan dalam konsep *triple bottom line* yang diperkenalkan oleh John Elkington (Ghani, 2016).

Istilah *Triple Bottom Line* diperkenalkan oleh John Elkington pada tahun 1997 melalui bukunya yang berjudul "*Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*." Elkington menyatakan bahwa untuk menjaga keberlanjutan, perusahaan harus memperhatikan tiga komponen utama, yaitu *Profit* (Keuntungan), *People* (Masyarakat), dan *Planet* (Lingkungan). Selain berfokus pada aspek finansial, perusahaan juga harus mempertimbangkan kesejahteraan masyarakat dan berkontribusi aktif dalam melestarikan lingkungan. Dalam konsep ini, tanggung jawab perusahaan tidak terbatas pada mencapai keuntungan ekonomi saja (*single bottom line*), melainkan juga meliputi dimensi sosial dan lingkungan. Laporan dari perusahaan yang menerapkan konsep *Triple Bottom Line* tidak hanya mencakup informasi keuangan, tetapi juga meliputi upaya-upaya dalam memperhatikan aspek sosial dan menjaga kelestarian lingkungan (Effendi, 2009).

2.1.7 Isu Seputar CSR

CSR pada prinsipnya merupakan strategi untuk mengintegrasikan masalah-masalah sosial dan lingkungan ke dalam operasional perusahaan, lalu mengkomunikasikannya kepada para pemangku kepentingan. Sehingga, CSR dianggap sebagai paradigma baru untuk meningkatkan daya saing dalam mencapai keberlanjutan bisnis.

Menurut Usman (2010) bahwa beberapa bidang yang biasanya berada di bawah payung CSR adalah:

1. Masalah lingkungan hidup.

2. HAM.
3. Perbedaan.
4. Kewarganegaraan.
5. Kepentingan *stakeholder s*
6. Pembangunan berkelanjutan.
7. Jaminan kerja.
8. Standar usaha.
9. Pasar.
10. Bantuan bencana kemanusiaan.
11. Perkembangan ekonomi dan badan usaha.
12. Kepemimpinan dan pendidikan.
13. Perlindungan kesehatan.
14. Interaksi dan keterlibatan perusahaan dengan masyarakat.

Tujuh isu sentral yang menjadi bahasan dari sertifikasi CSR di masa depan ini (Kartini, 2009), yakni:

1. Isu kelola organisasi

Pengambilan keputusan harus dilakukan dengan proses yang transparan, etis, akuntabel, dengan mempertimbangkan perspektif jangka panjang dan dampaknya terhadap pemangku kepentingan yang terlibat. Selain itu, pendelegasian kekuasaan harus dilakukan dengan tujuan yang sama, mandat yang jelas, dan dengan desentralisasi untuk menghindari keputusan yang bersifat otoriter.

2. Isu HAM

- a. Mengutamakan non diskriminasi dan memperhatikan kelompok rentan.
- b. Meminimalkan kompleksitas.
- c. Menjamin hak-hak sipil dan politik.

- d. Menegakkan hak-hak ekonomi, sosial, dan budaya.
 - e. Menjamin hak-hak dasar pekerja.
3. Isu praktek ketenagakerjaan.
- a. Peluang kerja dan hubungan kerja.
 - b. Kondisi kerja dan perlindungan sosial.
 - c. Komunikasi dengan berbagai pihak terkait.
 - d. Kesehatan dan keselamatan kerja.
 - e. Pengembangan sumber daya manusia.
4. Isu lingkungan.
- a. Upaya pencegahan polusi.
 - b. Penggunaan dan penyesuaian terhadap perubahan iklim.
 - c. Pengurangan risiko dan penyesuaian terhadap perubahan iklim.
 - d. Pelestarian dan restorasi lingkungan.
5. Isu praktek operasi yang adil
- a. Pemberantasan korupsi.
 - b. Partisipasi politik yang bertanggung jawab.
 - c. Persaingan yang sehat dan adil.
 - d. Advokasi tanggung jawab sosial dalam rantai pasokan.
 - e. Pengakuan hak kepemilikan properti.
6. Isu konsumen
- a. Penerapan pemasaran, informasi, dan kontrak yang adil.
 - b. Perlindungan kesehatan dan keselamatan konsumen.
 - c. Konsumsi yang berkelanjutan dan bertanggung jawab.
 - d. Perlindungan data dan privasi konsumen.
 - e. Pendidikan dan peningkatan kesadaran.

7. Isu pembangunan sosial dan ekonomi masyarakat
 - a. Partisipasi masyarakat.
 - b. Penciptaan lapangan pekerjaan.
 - c. Inovasi teknologi.
 - d. Kemakmuran dan pemerataan pendapatan.
 - e. Investasi berkelanjutan dan bertanggung jawab.
 - f. Pendidikan dan kebudayaan.
 - g. Kesejahteraan.
 - h. Peningkatan kapasitas dan keterampilan.

2.2 Investasi Sosial

Paradigma investasi sosial menegaskan bahwa perubahan paling signifikan terjadi dalam investasi sosial jangka panjang. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengalihkan alokasi sumber daya dari proyek-proyek jangka pendek yang memberikan sedikit manfaat bagi masyarakat dan terbukti tidak memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan selain citra baik yang bersifat sementara (Jalal dan Kurniawan, 2013). Seperti halnya investasi pada umumnya, hasil dari investasi sosial juga hanya dapat terlihat dalam jangka panjang. Namun, berbeda dengan investasi finansial yang mungkin mendapat keuntungan dari fluktuasi harga, investasi sosial akan lebih bermanfaat jika dapat mengurangi gejolak sosial.

Secara garis besar, pendekatan investasi sosial adalah perwujudan CSR strategis dalam bidang pengembangan masyarakat. Oleh karena itu, ada kepentingan untuk memberikan manfaat bagi perusahaan serta pemangku kepentingan, khususnya penerima manfaat; serta fokus terhadap kelompok-kelompok rentan di dalam masyarakat. Hal ini kemudian mensyaratkan pencarian apa yang dinamakan oleh IFC sebagai “community investment area”,

di mana kepentingan perusahaan, aset dan kebutuhan masyarakat serta prioritas pembangunan pemerintah dicari titik temu. Penggunaan istilah investasi sosial serta pendekatan pencarian titik temu tersebut sangat menonjol di dokumen IFC, namun semangatnya jelas terbaca di berbagai standar lainnya, seperti ISO 26000. Sangat jelas dalam pernyataan-pernyataan para pembicara bahwa perkawinan antara konsep CSR strategis dan pengembangan masyarakat memang membawa paradigma baru yang menjanjikan semakin kokohnya pengembangan masyarakat oleh perusahaan.

Secara formal, tidak ada standar penamaan resmi terkait dengan investasi sosial. Namun, dalam praktiknya, terdapat tiga istilah yang umum digunakan oleh perusahaan, yaitu investasi dalam masyarakat (community investment), investasi sosial (social investment), dan filantropi (philanthropy) (KPMG International, 2014). Investasi sosial adalah bentuk investasi yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau perusahaan dengan tujuan berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat, tanpa memiliki niatan langsung untuk memperoleh keuntungan finansial.

Beberapa pengertian mengenai investasi sosial oleh KPMG International (2014) meliputi:

1. Investasi dapat berbentuk sumbangan uang tunai, pemberian produk, partisipasi karyawan sebagai relawan, dan dukungan dalam bentuk sponsor (sponsorship).
2. Investasi ini merupakan kontribusi langsung dari perusahaan kepada mitra non-profit.
3. Investasi ini dilakukan secara sukarela dan mencakup program-program yang diwajibkan oleh pemerintah.
4. Investasi ini berfokus pada tingkat lokal dan terhubung erat dengan aktivitas

operasional perusahaan, bertujuan untuk memperkuat hubungan dengan masyarakat setempat yang terpengaruh oleh operasional perusahaan.

5. Investasi ini bersifat global atau lintas negara dan ditujukan untuk mendapatkan manfaat di beberapa negara sekaligus.

Jalal dan Kurniawan (2013) menggambarkan pergeseran paradigma dalam berpikir tentang investasi sosial. Pertama, pergeseran dari pemikiran menghabiskan uang menjadi mengembangkan sumber daya. Di lapangan, sebagian besar perusahaan masih menganggap upaya pengembangan dan pemberdayaan masyarakat melalui program tanggung jawab sosial perusahaan sebagai pusat biaya (*cost center*). investasi sosial juga menekankan pada manfaat yang akan diperoleh oleh perusahaan dan investor, bukan hanya keuntungan bagi penerima manfaat, yaitu masyarakat. Jenis aktivitas yang masuk ke dalam kategori investasi sosial:

1. Proyek komunitas (*community project*).
2. Kesempatan kerja untuk masyarakat lokal (*local employment*).
3. Pengembangan bisnis lokal (*local business development*).

2.2.1 Tujuan Investasi Sosial

Menurut Siskawati & Zahara (2020), tujuan investasi sosial sebagai berikut.

1. Meningkatkan Kesejahteraan Sosial melalui Permodalan Masyarakat:
 - a. Fokus pada meningkatkan kesejahteraan sosial dengan memperkuat permodalan masyarakat.
 - b. Tujuan utama adalah meningkatkan manfaat sosial, seperti peningkatan bisnis masyarakat, partisipasi dalam pembangunan ekonomi, dan penyerapan tenaga kerja di sektor produktif.

2. Keberhasilan Investasi Sosial Berdasarkan Kinerja Manfaat Sosial:
 - a. Menekankan bahwa investasi sosial harus menghasilkan manfaat sosial yang signifikan.
 - b. Manfaat sosial tersebut mencakup peningkatan stabilitas ekonomi melalui peningkatan bisnis masyarakat, partisipasi yang lebih aktif dalam pembangunan ekonomi, dan peningkatan kesempatan kerja di sektor produktif.
3. Hubungan Antara Manfaat Sosial dan Manfaat Finansial:
 - a. Menyatakan bahwa peningkatan manfaat finansial akan terjadi seiring dengan peningkatan manfaat sosial yang baik.
 - b. Meskipun manfaat sosial menjadi fokus utama pada tahap awal investasi sosial, investor masih mengharapkan pengembalian finansial dalam jangka panjang.

2.2.2 Keuntungan Investasi Sosial

Saat perusahaan menjalankan berbagai aktivitasnya, efek dan manfaat dari investasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan tercermin dalam hasil yang positif dan dirasakan oleh perusahaan secara kualitatif. Ini termasuk kenyamanan dalam berinteraksi dengan pemangku kepentingan, hubungan yang lebih baik dan sejalan dengan mereka, peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar, serta terciptanya keserasian dan kerjasama di antara pemangku kepentingan. Keuntungan-keuntungan sosial seperti ini dapat memberikan dorongan untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pelaksanaan inti bisnis perusahaan, sehingga produktivitas perusahaan dapat meningkat untuk meraih keuntungan finansial (*Santoso, et al.,2020*)

2.2.3 Resiko Investasi Sosial

1. Resiko Finansial

Investasi sosial tidak selalu menghasilkan keuntungan finansial yang sebanding dengan investasi konvensional. Ada kemungkinan perusahaan tidak mendapatkan pengembalian investasi yang diharapkan.

2. Tantangan Mengukur Dampak

Mengukur dampak sosial dari investasi bisa sulit. Tidak semua dampak dapat diukur dengan angka, dan ini bisa menjadi kendala dalam mengevaluasi efektivitas investasi.

3. Perubahan Kebijakan

Perubahan dalam kebijakan pemerintah atau regulasi sosial dapat memengaruhi proyek investasi sosial. Perusahaan harus siap menghadapi perubahan tersebut.

4. Tanggung Jawab Terhadap Stakeholder

Investor sosial sering kali memiliki tanggung jawab terhadap berbagai stakeholder, termasuk masyarakat, yang dapat memerlukan komitmen jangka panjang.

Investasi sosial dapat memberikan banyak keuntungan, baik dalam hal dampak sosial positif maupun reputasi perusahaan. Namun, risiko juga perlu dipertimbangkan dengan cermat. Bagi perusahaan yang berkomitmen untuk menciptakan perubahan positif dalam masyarakat, investasi sosial dapat menjadi pilihan yang baik.

2.3 *Social Return on Investment (SROI)*

SROI merupakan struktur kerja berdasarkan Prinsip Akuntansi Sosial yang berlaku umum (*Social Generally Accepted Accounting Principles*) yang dapat

digunakan untuk membantu mengelola dan memahami hasil dari perubahan sosial, ekonomi, dan lingkungan (Silalahi *et al.*, 2018). SROI sebagai suatu kerangka kerja yang digunakan untuk menilai efek yang timbul dari program yang dilaksanakan untuk kepentingan masyarakat dengan mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Tujuannya adalah untuk mengevaluasi sejauh mana program atau proyek efektif dalam mengurangi ketidaksetaraan, memperbaiki lingkungan, dan meningkatkan kesejahteraan sosial dengan menggunakan metode pengukuran rasio SROI.

Pada sektor swasta, teknik SROI digunakan untuk menilai dan memantau program CSR. Melalui pengukuran ini, perusahaan dapat dengan lebih mudah menilai sejauh mana program CSR perusahaan sejalan dengan visi dan misi perusahaan serta berdampak nyata bagi masyarakat. Pengukuran SROI juga dapat membantu dalam mengalokasikan dana dengan lebih efisien berdasarkan program-program yang memberikan dampak lebih signifikan bagi para pemangku kepentingan. Di sektor swasta, SROI dapat meningkatkan legitimasi dari program-program sosial yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam melaksanakan CSR, sehingga akuntabilitas dan efektivitas kegiatan dapat diukur dengan lebih tepat dan implikasi yang dihasilkan dapat dievaluasi (Zubaedi, 2013).

SROI pertama kali dikonseptualisasikan oleh organisasi nirlaba bernama REDF (*Robert Enterprise Development Fund*) di Amerika Serikat dengan tujuan untuk mengungkap akuntabilitas dari program sosial kemanusiaan yang perusahaan kelola. Model ini muncul seiring dengan berkembangnya pesat dari Social Enterprise. SROI telah diadopsi oleh beberapa negara di Eropa, Amerika Utara, dan Australia. Di Asia, terutama di Indonesia, SROI masih dianggap sebagai ide yang relatif baru (Purwohedi, 2016).

Konsep SROI bukanlah sesuatu yang baru; ia pertama kali dirintis di Amerika pada awal tahun 1990 dan kemudian dikembangkan di Inggris pada tahun 2008. Para ahli di Inggris Nicholls *et al.* (2009) mengemukakan tujuh prinsip SROI yang dapat dijadikan dasar dalam membangun kerangka kerjanya, yaitu: (1) melibatkan para pemangku kepentingan, (2) memahami perubahan yang terjadi, (3) menilai hal-hal yang memiliki nilai penting, (4) hanya menyertakan data yang jelas dan relevan, (5) menghindari klaim berlebihan, (6) menjaga transparansi, dan (7) melakukan verifikasi terhadap hasilnya.

2.3.1 Manfaat SROI

Menurut Purwohedhi (2016), ada sembilan manfaat dari penggunaan SROI, yaitu:

1. SROI dapat digunakan untuk membuat keputusan di dalam perusahaan
2. SROI membantu perusahaan dalam menggunakan sumber daya dengan lebih efektif dan efisien.
3. SROI menciptakan komunikasi yang jelas antara semua pihak yang terlibat.
4. SROI membantu dalam memperbaiki dan memantau kinerja perusahaan secara berkelanjutan.
5. SROI memungkinkan untuk menganalisis dampak secara lebih terukur.
Keenam,
6. SROI meningkatkan efektivitas penyediaan layanan.
7. SROI membantu perusahaan dalam mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan.
8. SROI membantu dalam menciptakan akuntabilitas terhadap pemangku kepentingan.

9. SROI membantu meningkatkan integritas, kredibilitas, dan kegunaan informasi yang dihasilkan.

2.3.2 Prinsip SROI

Menurut Cohen & Robbins (2012) pendekatan SROI berbasis prinsip yang terdiri dari tujuh prinsip nilai, yaitu:

1. Melibatkan pemangku kepentingan secara aktif

Prinsip ini menekankan pentingnya keterlibatan dan partisipasi aktif dari semua pemangku kepentingan terkait suatu proyek atau inisiatif. Sebagai contoh, dalam dalam proyek pembangunan sekolah di suatu desa, pemangku kepentingan seperti warga desa, dewan guru, pemerintah setempat, dan organisasi non-pemerintah dilibatkan dalam proses perencanaan dan pengambilan keputusan

2. Memahami perubahan yang terjadi

Prinsip ini menuntut pemahaman yang mendalam terhadap perubahan sosial atau ekonomi yang dihasilkan oleh suatu program atau proyek. Sebagai contoh, sebuah program pelatihan keterampilan pekerjaan dapat memahami perubahan dengan memonitor tingkat pengangguran sebelum dan setelah program dilakukan, serta melihat peningkatan pendapatan peserta.

3. Menghargai hal-hal yang bersifat penting

Prinsip ini mendorong untuk mengidentifikasi dan memberikan nilai pada aspek-aspek yang dianggap penting oleh pemangku kepentingan. Sebagai contoh, dalam proyek pengembangan ekowisata, menghargai keberlanjutan lingkungan dan pemberdayaan komunitas lokal sebagai aspek penting, selain pendapatan ekonomi.

4. Menyertakan hanya hal-hal yang memang penting

Prinsip ini mengajarkan untuk menyertakan hanya elemen atau indikator yang benar-benar relevan dan penting untuk mengukur dampak sosial dan ekonomi. Sebagai contoh, Dalam evaluasi program kesehatan, hanya menyertakan data tentang peningkatan akses pelayanan kesehatan dan penurunan angka penyakit yang relevan untuk tujuan program.

5. Menghindari klaim yang berlebihan

Prinsip ini menekankan pentingnya memberikan informasi dan data yang realistis dan dapat diverifikasi, tanpa memberikan klaim yang terlalu optimis. Sebagai contoh, Jika menjual pupuk organik dan menyatakan bahwa produk Anda "menggandakan hasil panen dalam seminggu," itu mungkin merupakan klaim berlebihan. Sebaliknya, bisa dikatakan bahwa produk ini "berkontribusi pada peningkatan hasil panen dengan pemakaian yang konsisten.

6. Menjaga transparansi yang pasti

Prinsip ini mendorong untuk memberikan informasi secara jelas dan terbuka kepada semua pihak terkait. Sebagai contoh, mengelola dana amal untuk membantu anak-anak yang kurang mampu, dengan memastikan untuk memberikan informasi transparan tentang berapa banyak dana yang diterima, cara dana tersebut digunakan, dan dampak positifnya yang telah dicapai dalam laporan tahunan

7. Melakukan verifikasi lingkungan terhadap hasil secara teratur

Prinsip ini mengharuskan evaluasi dan verifikasi secara berkala terhadap dampak dan hasil yang telah dicapai oleh suatu inisiatif. Sebagai contoh, jika sebuah sekolah mengklaim bahwa program bantuan belajar telah meningkatkan nilai siswa secara signifikan, verifikasi lingkungan dapat dilakukan melalui pemeriksaan hasil ujian independen atau survei

pendapat orang tua dan siswa secara berkala untuk memastikan kebenaran klaim tersebut.

Para pemangku kepentingan diharapkan mematuhi ketat tujuh prinsip ini. Keterlibatan semua pihak dalam memperhatikan prinsip-prinsip ini adalah landasan dari pengembangan manfaat SROI untuk dampak positif jangka panjang.

2.3.3 Mekanisme SROI

Menurut (Purwohedi, 2016), SROI memiliki enam tahapan implementasi yaitu:

1. Menentukan ruang lingkup dan mengidentifikasi pemangku kepentingan (stakeholders). Identifikasi atau analisis pemangku kepentingan menawarkan kemungkinan untuk mengidentifikasi kelompok kepentingan sosial yang menjadi tanggung jawab organisasi (Meutia, 2021)
2. Menetapkan dampak yang meliputi input dan pemberian nilai input, mengklarifikasi output dan menentukan manfaat
3. Membuktikan adanya dampak dan memberinya nilai yang meliputi penentuan indikator, penentuan ukuran keuangan dan jangka waktu
4. Menetapkan dampak
5. Menghitung rasio SROI
6. Pelaporan, penggunaan dan penerapan

2.4 Analisis Konten

Pada Penelitian ini menggunakan analisis konten (*content analysis*) sebagai metode penelitian. Metode analisa ini cukup populer untuk menganalisa bahan-bahan tertulis. Keterampilan analisis yang baik dan kritik diri sendiri merupakan hal penting dalam melakukan analisa konten kualitatif ini. Analisis konten merupakan penelitian yang melakukan pembahasan secara mendalam

terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa. Teknik analisis konten dilakukan melalui simbol coding, yaitu mencatat lambang atau pesan secara sistematis, kemudian dilakukan interpretasi atas hasilnya. Analisis konten dapat juga diartikan sebagai metode yang meliputi semua analisis mengenai isi teks, tetapi di sisi lain analisis konten juga digunakan untuk mendeskripsikan pendekatan analisis yang khusus.

Menurut Krippendorff (2004), metode analisis konten adalah suatu teknik untuk mengambil kesimpulan dengan mengidentifikasi berbagai karakteristik khusus suatu pesan secara objektif, sistematis, dan generalis. Objektif dalam hal ini berarti menurut aturan atau prosedur yang apabila dilaksanakan oleh peneliti lain dapat menghasilkan kesimpulan yang serupa. Selain itu, peneliti juga mengadopsi komponen analisa konten menurut (Krippendorff, 1980) sebagai berikut.

1. Analisis Isi Pragmatics (*Pragmatics Content Analysis*), yakni prosedur memahami teks dengan mengklasifikasikan tanda menurut sebab atau akibatnya yang mungkin timbul. (Misalnya, penghitungan berapa kali suatu kata ditulis atau diucapkan, yang dapat mengakibatkan munculnya sikap suka atau tidak suka terhadap sebuah rezim pemerintahan).
2. Analisis Isi Semantik (*Semantic Content Analysis*), yakni prosedur yang mengklasifikasikan tanda menurut maknanya. (Misalnya, menghitung berapa kali kata demokrasi dijadikan sebagai rujukan sebagai salah satu pilihan sistem politik yang dianut oleh sebagian besar masyarakat dunia). Atau, misalnya yang lain, berapa kali kata Indonesia disebut oleh Obama sebagai rujukan contoh negara dengan keragaman suku, budaya dan agama, yang mampu mempersatukan semuanya dalam bingkai negara kesatuan. Secara

rinci, Jenis mengembangkan Analisis Isi Semantik menjadi tiga macam kategori sebagai berikut:

- a. Analisis Penunjukan (*Designation Analysis*), yakni menghitung frekuensi berapa sering objek tertentu (orang, benda, kelompok, konsep) dirujuk. Analisis model ini juga biasa disebut sebagai Analisis Isi Pokok Bahasan (Subject-Matter Content Analysis).
 - b. Analisis Pensifatan (*Attribution Analysis*), yakni menghitung frekuensi berapa sering karakterisasi objek tertentu dirujuk atau disebut. (Misalnya, karakterisasi tentang bahaya penggunaan obat terlarang bagi kehidupan)
 - c. Analisis Pernyataan (*Assertion Analysis*), yakni analisis teks dengan menghitung seberapa sering objek tertentu dilabel atau diberi karakter secara khusus. (Misalnya, berapa sering Iran disebut oleh Amerika sebagai negara yang menantang himbauan masyarakat internasional dalam hal pembangunan proyek nuklir).
3. Analisis Sarana Tanda (*Sign-Vehicle Analysis*), yakni prosedur memahami teks dengan cara menghitung frekuensi berapa kali, misalnya, kata negara Indonesia muncul dalam sambutan Obama tatkala berkunjung ke Indonesia.