

**ANALISIS SOCIAL RETURN ON INVESTMENT (SROI) PADA
PROGRAM ENTREPRENEURSHIP WORKSHOP
“GLINDS ACT – GLOBAL MINDS, LOCAL IMPACT:
TRANSFORMING EDUCATION & ENTREPRENEURS”**

Muhammad Zaky Nur Fitra Wardhana¹⁾, Gancar Candra Premananto²⁾

^{1),2)}Universitas Airlangga

Email: zakywardhana1002@gmail.com¹⁾, gancar-c-p@feb.unair.ac.id²⁾

***Abstract:** This program aims to improve the understanding and skills of Vocational High School (SMK) students in the field of entrepreneurship, by overcoming problems such as limited entrepreneurial knowledge, lack of practice opportunities, and access to networks and mentorship. Through a series of activities such as games, seminars, video competitions and product packaging competitions, this workshop aims to encourage creativity, innovation and entrepreneurial motivation among participants. Initial findings show a significant change in students' career aspirations, with 83.64% expressing interest in entrepreneurship after attending the event, up from just 12% previously. The SROI analysis, guided by the principles of stakeholder identification, relevant indicators, data collection and impact assessment, showed promising results. Every IDR 1 invested in this program generates social returns of IDR 26.7, highlighting its effectiveness in driving positive social outcomes. This study emphasizes the importance of ongoing and improved entrepreneurship training, proposing the implementation of a follow-up mentorship program and long-term impact evaluation to ensure continued benefits and future refinement of the initiative.*

Keywords: *Analysis, Entrepreneurship, Social Return on Investment*

Abstrak: Program ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dalam bidang kewirausahaan, dengan mengatasi masalah seperti pengetahuan kewirausahaan yang terbatas, kurangnya kesempatan berlatih, dan akses terhadap jaringan dan mentorship. Melalui serangkaian kegiatan seperti permainan, seminar, kompetisi video, dan kompetisi pengemasan produk, workshop ini bertujuan untuk mendorong kreativitas, inovasi, dan motivasi kewirausahaan di kalangan peserta. Temuan awal menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam aspirasi karier siswa, dengan 83,64% menyatakan minat dalam berwirausaha setelah mengikuti acara tersebut, meningkat dari hanya 12% sebelumnya. Analisis SROI, yang dipandu oleh prinsip-prinsip identifikasi pemangku kepentingan, indikator relevan, pengumpulan data, dan penilaian dampak, menunjukkan hasil yang menjanjikan. Setiap Rp 1 yang diinvestasikan dalam program ini menghasilkan timbal balik sosial sebesar Rp 26,7, menyoroti efektivitasnya dalam mendorong hasil sosial yang positif. Studi ini menekankan pentingnya pelatihan kewirausahaan yang berkelanjutan dan ditingkatkan, dengan mengusulkan pelaksanaan program mentorship lanjutan dan

evaluasi dampak jangka panjang untuk memastikan manfaat yang berkelanjutan dan penyempurnaan inisiatif di masa depan.

Kata Kunci: Analisis, Kewirausahaan, Sosial Return on Investment

PENDAHULUAN

Fenomena tingginya jumlah pengangguran dan minimnya kesempatan kerja kadang-kadang mendorong sebagian orang untuk mempertimbangkan untuk memulai usaha sendiri atau berwirausaha, tanpa harus bergantung pada lapangan pekerjaan yang tersedia, dengan harapan dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru. Berwirausaha merupakan salah satu metode yang dapat diambil seseorang untuk bekerja dan meraih kesuksesan di masa depan. Melalui berwirausaha, seseorang juga dapat membuka peluang kerja bagi mereka yang membutuhkan atau sedang mencari pekerjaan, serta membantu pemerintah dalam mengatasi masalah pengangguran di negara ini. Oleh karena itu, pendidikan kewirausahaan dapat menjadi salah satu pendekatan dalam membimbing karir anak-anak, terutama remaja. Kesiapan seorang entrepreneur sejak dini penting untuk mengembangkan pola pikir yang memungkinkan mereka memulai bisnis dan menciptakan karir mereka sendiri, bukan hanya sebagai pekerja atau karyawan.

Program wajib Kemendikbud yang menerapkan pendidikan selama 12 tahun bertujuan untuk menciptakan individu yang terdidik dan berkualitas. Namun, kurikulum yang saat ini diajarkan masih terfokus pada ilmu pengetahuan sosial, alam, dan kesenian. Kurangnya penekanan pada ilmu dan bakat kewirausahaan dalam rancangan kurikulum saat ini berdampak pada kehidupan setelah menyelesaikan sekolah menengah. Oleh karena itu, perlu dibuat upaya edukasi dan wadah untuk mendorong kreativitas dan keterampilan kewirausahaan antar siswa agar mereka lebih siap menghadapi tantangan setelah lulus sekolah.

Kewirausahaan memiliki potensi untuk mengurangi kemiskinan, mendorong pertumbuhan ekonomi dan mendorong inovasi, selain meningkatkan keberlanjutan sosial dan lingkungan. Sesuai dengan teori modal manusia dan studi empiris sebelumnya, diasumsikan bahwa pendidikan dan pelatihan kewirausahaan secara langsung berkorelasi dengan hasil kewirausahaan yang positif dan pembangunan berkelanjutan.

Kewirausahaan menjawab SDGS (*The Sustainable Development Goals*) yang artinya tujuan pembangunan berkelanjutan yang ditetapkan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB). SDGs mencakup berbagai isu pembangunan sosial dan ekonomi. SDGs disusun berdasarkan Tujuan Pembangunan Milenium (MDGs), yang telah diupayakan dari tahun 2000 sampai 2015, dan akan memandu pencapaian tujuan global yakni pembangunan berkelanjutan hingga tahun 2030 nanti. Dari 17 tujuan, Pendidikan berkualitas (nomor 4) mengambil peran yang dimana harus menjadi patron bukan hanya dalam hal Pendidikan formal tapi pendidikan yang mengubah pola pikir anak bangsa dan Pendidikan inovatif yang mendorong kreativitas dan daya inovatif anak bangsa. Salah satu targetnya adalah memiliki keterampilan yang relevan, termasuk keterampilan teknik dan kejurusan, untuk pekerjaan, pekerjaan yang layak dan kewirausahaan. Wirausaha juga menjawab goal nomor 8, yaitu Pekerjaan yang Layak dan Pertumbuhan Ekonomi. Goals nomor 8 berusaha meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, kesempatan kerja yang produktif dan menyeluruh serta pekerjaan yang layak untuk semua. Salah satu targetnya adalah penciptaan lapangan kerja layak, kewirausahaan, kreativitas dan inovasi, dan mendorong formalisasi dan pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah, termasuk melalui akses terhadap jasa keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan tercapainya edukasi mengenai kewirausahaan dapat menjawab poin-poin dari *Sustainable Development Goals* (SDGs)

Dengan tujuan mendukung aksi global *The Sustainable Development Goals* (SDGs), maka tercetus Program Kegiatan yang bertema *Focus Group Discussion* dan Kompetisi mengenai *Youth Entrepreneurship* dengan tema “*Glinds Act – Global Minds, Local Impact: Transforming Education & Entrepreneurs*”. Program ini bertujuan untuk memberikan edukasi *entrepreneurship* kepada anak muda dimana bisa menciptakan calon penerus bangsa dengan pola pikir yang inovatif dan kreatif. Usia remaja yang ditargetkan adalah siswa Menengah Kejuruan (SMK) dengan karakter yang siap terjun ke dunia kerja. Para lulusan SMK diharapkan tidak hanya mengandalkan skill atau keterampilan dari yang sudah didapatkan dari sekolah, tetapi memiliki bekal untuk memulai dunia bisnis atau membuat usaha sendiri. Program ini diawali seminar konsep dan dasar wirausaha yang bertujuan untuk memberikan gambaran awal apa saja yang dibutuhkan untuk

memulai dan menjalankan bisnis. Selanjutnya fokus diskusi grup dilanjutkan agar dapat melakukan implementasi dari ilmu seminar yang didapatkan dan dapat meningkatkan tanya jawab dua arah dalam bentuk kelompok kecil dengan pemateri dari siswa Magister Manajemen kelas E2M Angkatan M59. Rangkaian terakhir program ini adalah kompetisi dengan tema *marketing & advertising campaign* dimana masing-masing kelompok yang sudah dibentuk melakukan ajang inovasi dan kreativitas dari produk yang mereka miliki. Kegiatan yang dijelaskan dilakukn sedemikian rupa agar siswa dapat menangkap materi yang diberikan dan mendapatkan gambaran secara langsung dalam menghadapi persoalan-persoalan yang dihadapi dalam menjalankan bisnis

Di Indonesia, masih terdapat beberapa tantangan dalam pendidikan dan kewirausahaan di kalangan siswa SMK. Beberapa di antaranya adalah:

- a) Minimnya pemahaman dan pengetahuan tentang kewirausahaan: Siswa SMK sering kali kurang terpapar dengan pengetahuan tentang kewirausahaan dan peluang usaha yang ada. Ini dapat menghambat potensi mereka dalam mengembangkan ide-ide kreatif dan menjadi wirausahawan yang sukses.
- b) Kurangnya kesempatan berlatih: Siswa SMK sering kali kekurangan kesempatan untuk melatih dan mengasah keterampilan kewirausahaan mereka. Peluang untuk terlibat dalam kegiatan praktis, seperti merancang produk dan mengemasnya secara menarik, masih terbatas.
- c) Kurangnya akses ke jaringan dan mentorship: Siswa SMK sering kesulitan dalam membangun jaringan dan mendapatkan mentorship yang dapat membantu mereka memperluas pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan mereka. Ini dapat menjadi hambatan dalam mengembangkan potensi mereka secara optimal.

Acara "*Glinds Act - Global Minds, Local Impact: Transforming Education & Entrepreneurs*" bertujuan untuk mengatasi masalah-masalah yang dihadapi oleh siswa SMK dalam pendidikan dan kewirausahaan. Dengan menghadirkan rangkaian kegiatan berupa Games, Seminar, Kompetisi Vidio, dan Kompetisi Kemasan Produk, acara ini bertujuan untuk:

Meningkatkan pemahaman dan pengetahuan siswa SMK tentang kewirausahaan dan peluang usaha yang ada. Hal ini akan mendorong siswa untuk berpikir kreatif dan

mengembangkan ide-ide inovatif. Selain itu, Program “*Glinds Act – Global Minds, Local Impact: Transforming Education & Entrepreneurs*” diharapkan dapat mengembangkan bakat kewirausahaan dan mendorong motivasi untuk memulai menjalankan bisnis. Edukasi yang diberikan diharapkan mampu diserap para siswa(i) dalam meningkatkan keterampilan analitis dan pengambilan keputusan dalam strategi bisnis yang menjawab goals SDGs nomor 4 (Pendidikan Berkualitas). Kegiatan ini juga diharapkan menjadi modal awal siswa-siswi untuk menciptakan lapangan pekerjaan yang dimana menjawab poin-poin tujuan Pekerjaan yang Layak dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Kolaborasi dengan siswa(i) SMKN 1 Surabaya merupakan implementasi dari SDGs poin 17 (Kemitraan untuk Mencapai Tujuan) dengan bertujuan mampu terciptanya hubungan dengan kebermanfaatan berkelanjutan dengan modal pengetahuan dan keahliannya.

STUDI PUSTAKA

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Kotler dan Nancy (2005), *Corporate Social Responsibility (CSR)* menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagai sumber daya perusahaan. Sedangkan menurut *World Business Council for Sustainable Development* mengemukakan bahwa CSR merupakan komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis.

(Cahya, 2014) *Corporate Social Responsibility (CSR)* diartikan sebagai kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan dengan mempertimbangkan dampak ekonomi sosial dan lingkungan serta kegiatan usahanya. Dengan melakukan kegiatan CSR, maka organisasi melihat aspek lingkungan dan sosial sebagai peluang agar dapat meningkatkan daya saing serta sebagai dari pengelolaan risiko menuju *sustainability* dari kegiatan usaha.

Entrepreneurship

Disiplin ilmu kewirausahaan dalam perkembangannya mengalami perkembangan yang cepat di berbagai bidang seperti: industry, perdagangan, pendidikan, kesehatan dan pada bidang lain. Kewirausahaan adalah ilmu yang mempelajari tentang nilai,

kemampuan dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup (usaha). Kewirausahaan merupakan ilmu yang memiliki objek kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda Dalam bidang tertentu seperti perdagangan dan jasa, kewirausahaan dijadikan kompetensi inti guna meningkatkan kemampuan bersaing, perubahan, inovasi, pertumbuhan dan daya tahan usaha, perusahaan. Kewirausahaan dapat digunakan untuk kiat bisnis jangka pendek dan jangka panjang sebagai kiat kehidupan secara umum. (Zimmerer, and Scarborough, 1998)

Peter Drucker berpendapat bahwa entrepreneurship dan inovasi merupakan hal sentral dalam proses kreatif perekonomian. Inovasi adalah suatu proses spesifik dari entrepreneurship, sebagai sebuah cara menciptakan sumber daya baru yang mendayagunakan sumberdaya yang ada untuk menghasilkan kekayaan. Proses kewirausahaan secara tipikal sama dengan proses manajemen strategi (Peter Ducker, 1998).

Definisi lain tentang wirausahawan adalah seseorang yang menciptakan sebuah bisnis baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang dimiliki (Zimmerer & Scarborough, 2004). Beberapa akarakteristik yang melekat pada diri wirusahawan adalah: (Zimmere, and Scarborough, 1998; Kuratko & Hoodgets, 2007)

1. Desire for Responsibility
2. Tolerance for Ambiguity
3. Vision
4. Tolerance for Failure
5. Confidence in their ability to success
6. Desire for Immediate Feedback
7. High Energy Level
8. Future Orientation
9. Skill at Organizing
10. High Commitment
11. Flexibility

Social Return on Investment (SROI)

(Silalahi, 2017), SROI adalah kerangka kerja berdasarkan prinsip akuntansi sosial yang berlaku umum yang dapat digunakan untuk mengelola dan memahami hasil perubahan sosial, ekonomi, dan lingkungan. SROI merupakan pengembangan dari akuntansi sosial dan analisis biaya manfaat. SROI meletakkan nilai moneter pada manfaat sosial dan kemudian membandingkan manfaat yang diterima publik dan swasta terhadap biaya yang dikeluarkan.

Hasil perubahan idealnya ditentukan melalui proses yang melibatkan pemangku kepentingan yang mengalami hasil perubahan itu sendiri. Nantinya, baik hasil negatif (termasuk yang tidak disengaja) dan positif harus disertakan dalam perhitungan. Dalam bentuknya yang paling sederhana, SROI dapat dihitung sebagai berikut

$$\text{SROI} = (\text{Present Value of Impact}) / (\text{Value of Input})$$

SROI merupakan cara pengukuran nilai yang seringkali terabaikan dalam laporan keuangan. Misalnya faktor sosial, ekonomi, dan lingkungan. Cara ini dapat mengidentifikasi seberapa efektif suatu perusahaan melakukan anggaran sosial dan sumber daya lainnya dalam *scope* menciptakan nilai dari suatu masyarakat

Dalam melakukan perhitungan SROI, beberapa tahap yang perlu dilakukan adalah

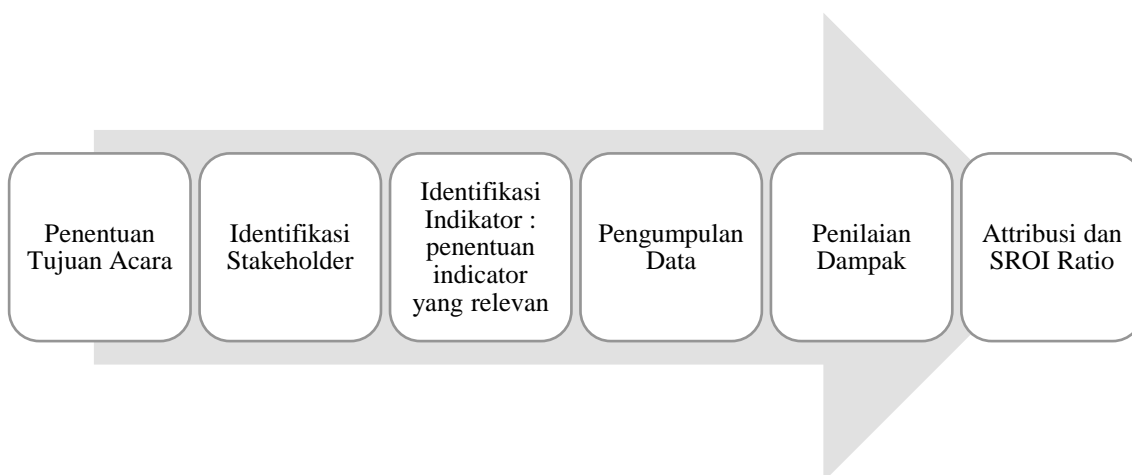
- a. Memetakan *outcome* ke dalam bentuk *impact map*
- b. Mengurangi data yang penting
- c. Membuat ruang lingkup dan pelaku kepentingan
- d. Mengoleksi dan memberi nilai data
- e. Perhitungan SROI
- f. Pelaporan, implementasi dan penanaman nilai
- g. Empat elemen utama yang diperlukan untuk mengukur SROI, yaitu input, output, hasil dan dampak.

Tujuh prinsip SROI adalah melibatkan kepentingan, memahami perubahan, menilai hal yang prioritas, hanya memberikan input yang penting, tanpa klaim berlebihan, transparan, dan selalu periksa ulang.

METODE PENELITIAN

Analisis *Social Return on Investment* (SROI) pada program *Entrepreneurship Workshop “Glinds Act – Global Minds, Local Impact: Transforming Education & Entrepreneurs”*

Pendekatan untuk mengukur dan memperhitungkan nilai sosial dari suatu kegiatan atau proyek. Berikut adalah langkah-langkah dalam membuat laporan SROI untuk kegiatan *Glinds Act – Global Minds, Local Impact: Transforming Education & Entrepreneurs*.



Pelaksanaan Program “*Glinds Act – Global Minds, Local Impact: Transforming Education & Entrepreneurs*” telah berjalan dengan baik dan lancar pada:

Hari, tanggal : Kamis, 25 Mei 2023
Jam : 13.00 WIB – selesai
Lokasi : SMKN 1 Surabaya
Peserta : 155 peserta
Acara :

| Rundown Acara | | |
|------------------|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Pra-Acara | | |
| 07:00 – 08:00 | Persiapan Acara | Agenda ini meliputi semua tim untuk memastikan kesiapan acara, kedatangan personal, dan kebutuhan pelengkap. |

| | | |
|------------------|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 08:00 – 09:00 | Kedatangan Peserta | Moment mobilisasi peserta untuk merapat ke area acara dan duduk di kursi yang telah di sediakan |
| Acara | | |
| 09:00 – 09:20 | Opening | Pemaparan oleh pihak Universitas Airlangga, dan pihak SMKN 1 Surabaya |
| 09:20 – 09:30 | Ice Breaking | Pengondisian peserta acara |
| 09:30 – 10:30 | Pemaparan Materi | Pemaparan materi Entrepreneurship oleh Pemateri |
| 10:30 – 11:00 | Quizziz | Interactive games untuk meningkatkan flow acara dan semangat peserta |
| 11:00 – 11:30 | FGD | Pembagian kelompok dengan mentor (Semua peserta kelas E2M sebagai mentor) |
| 11:30 – 13:30 | Product Development and Vidio Competition | Memberikan guide, property, dan games interaktif untuk peserta |
| 13:30 – 14:00 | Award | Pembagian hadiah untuk pemenang kompetisi |
| 14:00 – 14:10 | Closing | Penutupan oleh Panitia dan Pihak Universitas Airlangga |

Pemberitaan Di Media:

| No | Media | Penerbitan (Surat Media Online) |
|----|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | ParamadiaTM | https://paramediamtm.com/index.php/2023/05/26/hadapi-tantangan-lulusan-smk-yang-semakin-kompetitif-mahasiswa-magister-management-memberikan-pembelajaran-terkait-enterpreneurship/ |

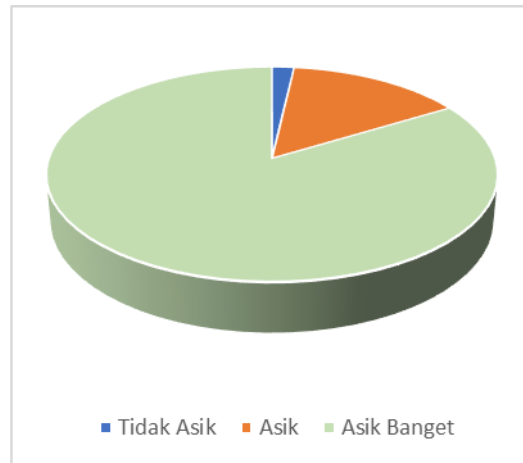
| | | |
|----|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2 | SDGs Center UNAIR | https://sdgscenter.unair.ac.id/menurunnya-peminat-kerja-pasca-smk-mm-unair-meningkatkan-pemahaman-anak-smk-tentang-kewirausahaan/ |
| 3 | TV One News | https://www.tvonenews.com/daerah/jatim/125316-bantu-siapkan-lulusan-siap-kerja-mahasiswa-magister-manajemen-unair-gelar-workshop-entrepreneur |
| 4 | Jurnal Post | https://jurnalpost.com/magister-manajemen-unair-bawa-semangat-kewirausahaan-anak-muda-di-smkn-1-surabaya-lewat-glinds-action-entrepreneurship-workshop/50401/ |
| 5 | Wartatasik | https://www.wartatasik.com/seminar-kewirausahaan-magister-manajemen-unair-sukses-menginspirasi-siswa-smkn-1-surabaya-untuk-menjadi-young-entrepreneur/ |
| 6 | Post Timur | https://www.posttimur.com/2023/05/26/menurunnya-peminat-kerja-pasca-smk-mahasiswa-manajemen-universitas-airlangga-meningkatkan-pemahaman-anak-smk-tentang-entepreneurship-dan-kewirausahaan/ |
| 7 | Ecenesia | https://acenesia.com/menurunnya-peminat-kerja-pasca-smk-mm-unair-meningkatkan-pemahaman-anak-smk-tentang-entepreneurship-dan-kewirausahaan/ |
| 8 | Jurnalis Indonesia | https://www.jurnalisindonesia.id/read/117636/Tips-dan-Wawasan-untuk-Memulai-dan-Meniti-Kesuksesan-Bisnis-dari-Workshop-Kewirausahaan-FEB-UNAIR |
| 9 | Apahabar | https://apahabar.com/post/asah-jiwa-wirausaha-siswa-smkn-1-surabaya-unair-gelar-workshop-entrepreneurship-li753st8?preview=true |
| 10 | Unair News | https://unair.ac.id/lokakarya-magister-manajemen-unair-berikan-edukasi-kewirausahaan/ |

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

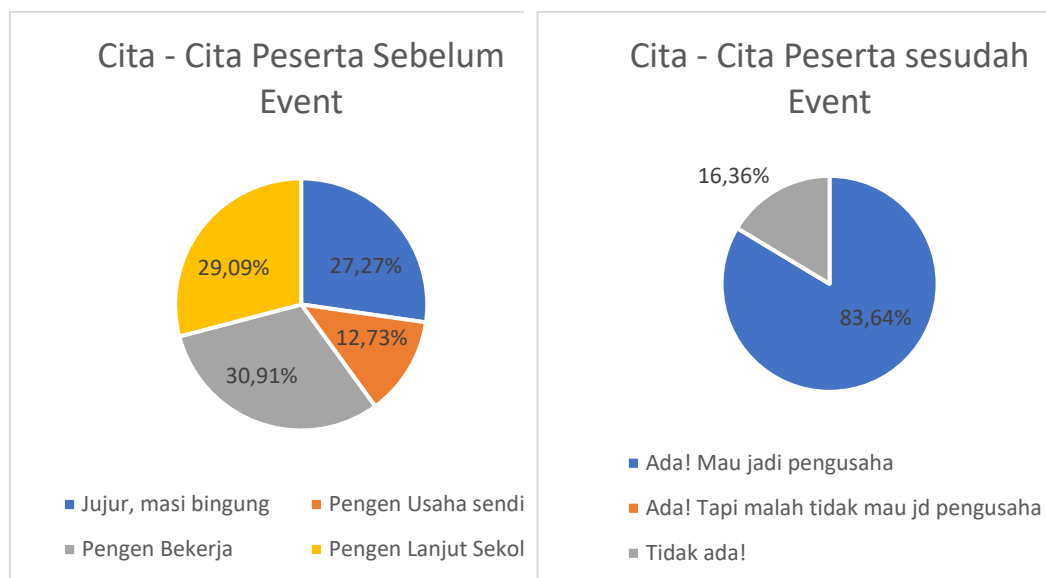
Evaluasi Keberjalanan Acara

Total populasi : 155 Orang

Total responden : 55 Responden



Distribusi aspirasi peserta sebelum dan sesudah event



Respon dan tanggapan peserta memperoleh 98% feedback positif terhadap keberjalanan acara mulai dari konsep, konten, pengisi acara, mentor, dan capaian dari setiap agenda. Ulasan acara dapat diamati pada bagian Lampiran.

Analisis Social Return on Investment (SROI)

Tahap pertama dalam perhitungan Social Return on Investment (SROI) adalah melakukan identifikasi siapa saja stekholder (pemangku kepentingan) dan melakukan pementaan peran dan dampak dari masing-masing stakeholder dalam program kegiatan Program *Entrepreneurship Workshop “Glinds Act – Global Minds, Local Impact: Transforming Education & Entrepreneurs”*. Berikut *stakeholder* yang terlibat, antara lain:

| No | Stakeholder | Peran | Dampak |
|----|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Panitia Pelaksana / Penggerak Program | Sebagai konseptor, penggerak, dan pelaksana program | Mendapatkan pembelajaran mengenai kepemimpinan, kemampuan koordinasi, dan pengalaman dalam penyelenggaraan acara berbasis sukarela. |
| 2 | Prodi Magister Manajemen, Universitas Airlangga | Sebagai institusi yang menaungi terselenggaranya program. | Mendapatkan value positif dari publikasi kegiatan yang bermanfaat untuk target acara dan masyarakat secara umum. |
| 3 | Peserta SMKN 1 Surabaya | Sebagai peserta dan pelaku dalam workshop yang dilakukan | Mendapatkan pembelajaran dan pencerahan dalam membantu pengambilan keputusan pasca sekolah di SMK |
| 4 | Guru SMKN 1 Surabaya | Sebagai institusi yang menaungi peserta | Mendapatkan dampak positif dari acara untuk meningkatkan kualitas calon alumni. |
| 5 | Pemateri Seminar | Sebagai pengisi acara dan pembawa materi | Mendapatkan exposure lebih dalam penyampaian materi, finansial fee, dan kesempatan untuk memperkenalkan bidang usaha yang sedang di geluti sebagai wujud dari program pemasaran. |
| 6 | Sponsor | Sebagai pendukung untuk terselenggaranya acara | Mendapatkan exposure positif dari peserta acara sebagai wujud dari program pemasaran. |
| 7 | Media Partner | Sebagai mediator yang menyampaikan berita secara publik. | Mendapatkan konten berbobot untuk meningkatkan traffic pada website Media Partner. |

Setelah melakukan identifikasi *stakeholder* yang terlibat program ini, serta melakukan pemetaan peran dan dampak dari program, tahap selanjutnya adalah menggambarkan dampak program untuk setiap pemangku kepentingan serta pendekatan perhitungan dan pendekatan monetisasi, yang ditunjukkan melalui tabel berikut:

| No | Dampak | Proxy | Perhitungan Monetisasi | Dasar Rasionil |
|--------------------------------------------|---------------------|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Panitia Pelaksana/Penggerak Program | | | | |
| 1 | Edukasi CSR dan CSV | Biaya training dan sertifikasi | Rp 3.500.000/orang https://arcartaconsultant.com/training/training-corporate-social-responsibility/ | Melakukan program “GLINDS ACT – GLOBAL MINDS, LOCAL IMPACT: TRANSFORMING EDUCATION & ENTREPRENEURS” sebagai bagian dari training dan implementasi CSV |
| 2 | Event Organizing | Biaya training EO | Rp 3.500.000/orang https://www.indo-asia.com/pelatihan-event-organizer/ | Melakukan kegiatan ini memerlukan kemampuan untuk mengolah dan mengonsep suatu acara. |
| 3 | Project management | Training Project Manager | Rp 2.500.000/orang https://borobudurtraining.com/pelatihan-project-management.html | Planning acara ini merupakan project yang perlu di manage, menggunakan teori Project Management untuk memastikan capaian yang jelas dalam setiap agenda |
| 4 | Problem Solving | Training Problem Solving | Rp 2.000.000/orang https://arcartaconsultant.com/training/training-problem-solving-decision-making/ | Proses konsep dan kesiapan acara menghadapi banyak masalah yang bersifat spontan dan memerlukan kemampuan penyelesaian solusi. |
| 5 | Time management | Training Time Management | Rp 1.000.000/orang https://www.trainingcenter.co.id/time-management- | Persiapan acara dengan keterbatasan waktu memerlukan pengasahan |

| | | | | |
|----|--------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | mengelola-waktu-secara-efektif | kemampuan untuk memanage waktu. |
| 6 | Kecerdasan Emosi | Training Emotional Intellegence | Rp 1.000.000/orang https://training-grc.com/pelatihan-emotional-intelligence-personal-skills/ | Masalah yang dihadapi dalam persiapan acara dan realisasi memerlukan kecerdasan emosional. |
| 7 | Kepemimpinan | Training Kepemimpinan | Rp 3.500.000/orang https://www.dalecarnegie.id | Memanager team, FGD, dan kolega untuk memastikan realisasi acara berjalan dengan lancar memerlukan kemampuan kepemimpinan. |
| 8 | Teknik Negosiasi dan Lobbying skills | Training Lobbying Skills | Rp 1.500.000/orang https://www.informasi-training.com/lobbying-negotiation-skill-for-manager | Pengasahan kemampuan negosiasi untuk keperluan realisasi acara sangat terasah pada saat panitia mempersiapkan acara ini. |
| 9 | Budgeting | Training Budgeting | Rp 1.000.000/orang https://training-grc.com/budgeting-planning-and-cost-control/ | Kemampuan untuk memanager budget dengan resource dan planing acara yang ada menjadi hal yang sangat penting dalam memastikan kesuksesan acara. |
| 10 | Konveksi | Training konveksi | Rp 400.000/orang https://bebasjamkerja.com/course/membangun-bisnis-konveksi-sebagai-pembuat-pakaian | Memperoleh wawasan terkait design process, dan konveksi. |
| 11 | Relasi | Peningkatan relasi melalui event | Rp 150.000/orang | Memperoleh relasi lebih luas pada saat persiapan dan realisasi acara. |
| 12 | Public Speaking | Training Public Speaking | Rp 3.500.000/orang https://www.program-nextlevel.com/apst | Mentor (semua anggota kelas) memerlukan kemampuan public speaking dalam |

| | | | | |
|--------------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | penyampaian materi dan pesan untuk memastikan peserta mendapatkan keberterimaan yang baik. |
| 13 | FGD Skill | Training FGD | Rp 3.000.000/orang https://borobudurtraining.com/pelatihan-focus-group-discussion.html | Mengasah kemampuan FGD dalam membuat topic menjadi menarik dan membuat diskusi interaktif. |
| Prodi Magister Manajemen, Universitas Airlangga | | | | |
| 14 | Promosi dan publikasi | Biaya promosi dan publikasi | Media online Rp 2.000.000 / Media Youtube Rp 500.000/Channel | Program Public Movement Glinds Action dan disiarkan lebih dari 20 media, baik nasional berupa online, Channel youtube dan social media yang mana kesemuanya menggunakan identitas Magister Manajemen Unair sebagai penyelenggara |
| 15 | Dokumentasi | Biaya dokumentasi acara | Rp 5.000.000/Event | Acara kemarin didokumentasikan dalam bentuk foto dan video. |
| 16 | Menambah peluang orang masuk MM Unair | Biaya masuk mahasiswa baru | Rp 15.000.000 Kelas Reguler | Program ini menambah minat pendaftaran mahasiswa MM Unair karena dengan acara ini membuktikan bahwa kurikulum MM Unair bukan hanya di dalam kelas, tetapi juga praktik langsung. |
| Peserta SMKN 1 Surabaya | | | | |
| 17 | Seminar Entrepreneurship | Biaya ikut seminar | Rp 150.000/orang | Dengan adanya seminar ini, peserta mendapatkan |

| | | | | |
|-----------------------------|--------------------------|-------------------------------------|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | enterpreneurship | | eksposur terhadap Entrepreneurship secara langsung oleh praktisi. |
| 18 | FGD Skill | Biaya training FGD | Rp 500.000/orang | Dengan adanya FGD pada rangkaian acara, peserta belajar mengenai metode baru dalam proses transfer ilmu. |
| 19 | Vidio Editing | Training Vidio Editing | Rp 500.000/orang | Peserta belajar mengasah kemampuan untuk membuat konsep vidio, dan mengaplikasikanya dalam sebuah kompetisi sebagai bentuk evaluasi proses. |
| 20 | Presentasi | Training Presentasi | Rp 500.000/orang | Peserta belajar memaparkan penjelasan vidio secara konseptual. |
| 21 | Souvenir | Biaya Souvenir | Rp 50.000/orang | Peserta mendapatkan souvenir berupa voucher dan hadiah menarik dengan value tertentu. |
| 22 | Konsumsi | Biaya konsumsi | Rp 10.000/orang | Peserta menerima konsumsi untuk acara ini. |
| 23 | Product Packaging | Training Product Packaging | Rp 150.000/orang | Peserta menerima exposure packaging menarik untuk konteks produk development. |
| 24 | Hadiah tunai | Hadiah pemenang | Rp 2.250.000 | Peserta yang juara menerima hadiah tunai. |
| Guru SMKN 1 Surabaya | | | | |
| 25 | Edukasi Entrepreneurship | Biaya ikut seminar entrepreneurship | Rp 500.000/orang | Memberikan edukasi kepada guru tentang dunia |

| | | | | |
|----------------------|---------------------------|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | entrepreneurship di era terbaru teknologi. |
| 26 | Publikasi sekolah | Publikasi sekolah sebagai penyelenggara acara | Media online Rp 2.000.000 / Media Youtube Rp 500.000/Channel | Mencantumkan nama SMK Negeri 1 dalam setiap publikasi yang dilakukan |
| Pemateri | | | | |
| 27 | Potensi customer baru | Pengguna baru untuk platform yang dijual | Rp 50.000/Pengguna baru | Potensi mendapatkan customer baru pada saat sesi pemateri. |
| 28 | Media untuk advertisement | Sebagai media advertisement perkenalan | Rp 5.000.000 | Menjadi wadah untuk pemateri menyampaikan keunggulan produk dan manfaatnya. |
| Sponsor | | | | |
| 29 | Promosi dan Publikasi | Biaya mensponsori yang dapat menampilkan logo perusahaan | Rp 10.000.000/sponsor | Dengan turut memberikan sponsor, pihak sponsor akan mendapatkan space untuk mencantumkan logo dalam acara yang selain berdampak untuk peningkatan brand awareness melalui program, juga turut mendapatkan eksposur melalui media online dan sosial media. |
| Media Partner | | | | |
| 30 | Promosi dan Publikasi | Biaya media partner | Rp 1.000.000/media | Program ini memberikan free untuk media partner meliputi acara ini. |

Dari hasil monetisasi di atas, dapat diperoleh *outcome* yang akan didapatkan dari Program *Entrepreneurship Workshop “Glinds Act – Global Minds, Local Impact: Transforming Education & Entrepreneurs”* adalah:

| No | Dampak | Jumlah | Perhitungan Monetisasi | Total |
|-------------------------------------|---------------------|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| Panitia Pelaksana/Penggerak Program | | | | |
| 1 | Edukasi CSR dan CSV | 31 | Rp 3.500.000/orang https://arcartaconsultant.com/training/training-corporate-social-responsibility/ | Rp 108.500.000 |
| 2 | Event Organizing | 31 | Rp 500.000/orang https://www.indo-asia.com/pelatihan-event-organizer/ | Rp 15.500.000 |
| 3 | Project management | 31 | Rp 2.500.000/orang https://borobudurtraining.com/pelatihan-project-management.html | Rp 77.500.000 |
| 4 | Problem Solving | 31 | Rp 2.000.000/orang https://arcartaconsultant.com/training/training-problem-solving-decision-making/ | Rp 62.000.000 |
| 5 | Time management | 31 | Rp 1.000.000/orang https://www.trainingcenter.co.id/time-management-mengelola-waktu-secara-efektif | Rp 31.000.000 |
| 6 | Kecerdasan Emosi | 31 | Rp 1.000.000/orang https://training-grc.com/pelatihan-emotional-intelligence-personal-skills/ | Rp 31.000.000 |
| 7 | Kepemimpinan | 31 | Rp 1.500.000/orang https://www.dalecarnegie.id | Rp 46.500.000 |

| | | | | |
|-------------------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 8 | Teknik Negosiasi dan Lobbying skills | 31 | Rp 500.000/orang https://www.informasi-training.com/lobbying-negotiation-skill-for-manager | Rp 15.500.000 |
| 9 | Budgeting | 31 | Rp 500.000/orang https://training-grc.com/budgeting-planning-and-cost-control/ | Rp 15.500.000 |
| 10 | Konveksi | 31 | Rp 400.000/orang https://bebasjamkerja.com/course/membangun-bisnis-konveksi-sebagai-pembuat-pakaian | Rp 12.400.000 |
| 11 | Relasi | 31 | Rp 150.000/orang | Rp 4.650.000 |
| 12 | Public Speaking | 31 | Rp 1.500.000/orang https://www.program-nextlevel.com/apst | Rp 46.500.000 |
| 13 | FGD Skill | 31 | Rp 1.000.000/orang https://borobudurtraining.com/pelatihan-focus-group-discussion.html | Rp 31.000.000 |
| Prodi Magister Manajemen, Universitas Airlangga | | | | |
| 14 | Promosi dan publikasi | 19 Media Online 1 Youtube 2 Akun instagram | Media online Rp 2.000.000 / Media Youtube Rp 500.000/Channel Instagram Rp 500.000/Akun | Rp 39.500.000 |
| 15 | Dokumentasi | 1 | Rp 5.000.000/Event | Rp 5.000.000 |

| | | | | |
|--------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|----------------|
| 16 | Menambah peluang orang masuk MM Unair | 155 | Rp 15.000.000 Kelas Reguler (5% konversi) | Rp 105.000.000 |
| Peserta SMKN 1 Surabaya | | | | |
| 17 | Seminar Enterpreneurship | 155 | Rp 150.000/orang | Rp 23.250.000 |
| 18 | FGD Skill | 155 | Rp 250.000/orang | Rp 39.250.000 |
| 19 | Vidio Editing | 155 | Rp 250.000/orang | Rp 39.250.000 |
| 20 | Presentasi | 155 | Rp 250.000/orang | Rp 39.250.000 |
| 21 | Souvenir | 155 | Rp 50.000/orang | Rp 7.750.000 |
| 22 | Konsumsi | 155 | Rp 10.000/orang | Rp 1.550.000 |
| 23 | Product Packaging | 155 | Rp 150.000/orang | Rp 23.250.000 |
| 24 | Hadiah tunai | 1 | Rp 2.250.000 | Rp 2.250.000 |
| Guru dan SMKN 1 Surabaya | | | | |
| 25 | Edukasi Enterpreneurship | 5 | Rp 500.000/orang | Rp 2.500.000 |
| 26 | Publikasi sekolah | 19 Media Online 1 Youtube 2 Akun instagram | Media online Rp 2.000.000 / Media Youtube Rp 500.000/Channel | Rp 39.500.000 |
| Pemateri | | | | |
| 27 | Potensi customer baru | 155 | Rp 50.000/Pengguna baru | Rp 7.750.000 |

| | | | | |
|---------------|---------------------------|----|---------------------------------------------|----------------|
| 28 | Media untuk advertisement | 19 | Rp 2.000.000/Media (Yang menyebut pematery) | Rp 38.000.000 |
| Sponsor | | | | |
| 29 | Promosi dan Publikasi | 3 | Rp 10.000.000/sponsor | Rp 30.000.000 |
| Media Partner | | | | |
| 30 | Promosi dan Publikasi | 19 | Rp 1.000.000/media | Rp 19.000.000 |
| Total | | | | Rp 959.600.000 |

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa *outcome* atau *Present Value of Impact* sebesar Rp 959.600.000. Sedangkan *Value of Input* atau pengeluaran untuk program ini sebesar:

| Sie Acara | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------|-----------|
| Venue | Gratis Sponsorship | | 9,000,000 |
| Kaos Acara | 31 biji | 82,258 | 2,550,000 |
| Hadiah games | 1 set | 2,250,000 | 2,250,000 |
| Pembicara | 40 menit | 500,000 | 5,000,000 |
| MC | 1 acara | 2,000,000 | 2,000,000 |
| Relawan bersih-bersih | 5 orang | 118,000 | 590,000 |
| Sie Sponsor & Humas | | | |
| Proposal | 5 file | 43,500 | 217,500 |
| Plakat | 3 biji | 120,000 | 360,000 |
| Publikasi dan Dokumentasi | 5 orang | 90,500 | 452,500 |

| | | | |
|------------------------------------------------|--------------------|-----------|------------|
| Port | 2 set | 35,000 | 70,000 |
| Sekretariat | | | |
| Peralatan Kantor | 1 set | 36,000 | 36,000 |
| Sie Konsumsi | | | |
| Makanan peserta | 230 peserta | 8,500 | 1,955,000 |
| Nasi Kotak (Tamu, Guru sekolah, dan Pembicara) | 20 orang | 15,000 | 300,000 |
| Air mineral kemasan gelas | 6 dus | 50,000 | 300,000 |
| Air mineral kemasan botol | 1 dus | 100,000 | 100,000 |
| Sie Perlengkapan | | | |
| sound system 6000 watt | 1 set | 1,996,117 | 1,996,117 |
| Parled+Fresnel Led+Moving beam | Gratis Sponsorship | | 3,500,000 |
| backdrop 3.66 M x 2.44 M | Gratis Sponsorship | | 2,232,600 |
| backdrop 4.88 M x 2.44 M | Gratis Sponsorship | | 2,976,800 |
| Biaya Lain-Lain | | | |
| Biaya lain-lain (biaya admin) | - | - | 33,000 |
| Total Pengeluaran | | | 35,919,517 |

Dengan demikian, rasio SROI dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Rasio SROI} = \frac{(\text{Present Value of Impact})}{(\text{Value of Input})}$$

$$\text{Rasio SROI} = \frac{\text{Rp } 959.600.000}{\text{Rp } 35.919.517}$$

Rasio SROI = 26.7

Berdasarkan perhitungan rasio tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa setiap Rp 1 yang diinvestasikan pada program *Entrepreneurship Workshop “Glinds Act – Global Minds, Local Impact: Transforming Education & Entrepreneurs”* akan menghasilkan timbal balik sosial sebesar Rp 26.7. Angka rasio ini terbilang cukup tinggi dan menjanjikan return yang tinggi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- a. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa acara pelatihan kewirausahaan ini telah berhasil mengubah pandangan dan minat peserta pelajar SMK terhadap pilihan karier mereka. Peningkatan signifikan dalam persentase peserta yang ingin menjadi entrepreneur setelah acara ini menunjukkan dampak positif dari program pelatihan kewirausahaan tersebut. Diharapkan bahwa peserta akan mampu mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang mereka peroleh selama acara ini dalam menjalankan usaha mereka sendiri di masa depan.
- b. Berdasarkan perhitungan rasio tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa setiap Rp 1 yang diinvestasikan pada program *Entrepreneurship Workshop “Glinds Act – Global Minds, Local Impact: Transforming Education & Entrepreneurs”* akan menghasilkan timbal balik sosial sebesar Rp 26.7. Angka rasio ini terbilang cukup tinggi dan menjanjikan return yang tinggi.

Saran

- a. Melanjutkan dan mengembangkan program pelatihan kewirausahaan: Mengingat dampak positif yang signifikan dari program ini dalam mengubah pandangan dan minat peserta pelajar SMK terhadap pilihan karier mereka, disarankan untuk terus melanjutkan dan mengembangkan program pelatihan kewirausahaan serupa di masa depan. Hal ini dapat memberikan kesempatan kepada lebih banyak peserta untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha mereka sendiri.

- b. Meningkatkan aplikasi pengetahuan dan keterampilan: Penting untuk memberikan dukungan dan bimbingan kepada peserta setelah acara pelatihan selesai. Dengan cara ini, peserta akan lebih mungkin untuk mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang mereka peroleh selama acara ini dalam menjalankan usaha mereka di masa depan. Dapat dipertimbangkan untuk menyediakan mentor atau program tindak lanjut yang dapat membantu peserta dalam mengembangkan ide bisnis dan melangkah maju.
- c. Mengevaluasi dampak jangka panjang: Selain melihat dampak langsung setelah acara pelatihan, penting juga untuk melakukan evaluasi dampak jangka panjang dari program ini. Melacak kemajuan peserta dalam memulai dan mengembangkan usaha mereka sendiri serta dampak yang dihasilkan dalam komunitas dapat memberikan informasi berharga tentang efektivitas program dan mengidentifikasi area yang dapat ditingkatkan.
- d. Melakukan penarikan feedback oleh para stakeholder agar Analisa SROI yang dilakukan lebih objektif
- e. Mengukur dan melaporkan hasil SROI secara rutin: Agar dapat mengikuti dampak dan efektivitas program, disarankan untuk terus mengukur dan melaporkan hasil SROI secara rutin. Ini akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang nilai sosial yang dihasilkan oleh investasi program dan dapat digunakan sebagai alat untuk memperoleh dukungan dan dana tambahan di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahya, B.T., (2014). Transormasi Konsep Corporate Social Responsibility (CSR). Iqtishadia
- Drucker, Peter F. 1998. The New Management Paradigm. Forbes.
- Kotler, P. & Nancy, L. (2005). Corporate Social Responsibility: Doing thee Most Good for Your Company & Your Cause. New Jersey: Jhn Wiley and Sons, Inc.
- Silalahi, Donnie C.G., Santoso., H., Suliantoro, H. (2017). Analisis Social Return on Investment pada Kewirausahaan Social: Studi Kasus di Upreneur AIESEC UNDIP. Semarang UNDIP

- Irwan, Mahfuzi, Aisyah Anggreni, Jihan Sunita, dan Herman Suhdi. "Life Skills Education Through Non-Formal Education For People With Physical Disabilities." *SPEKTRUM: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah (PLS)* 10, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.24036/spektrumpls.v10i2.116728>.
- Jaya, Hendra. *Keterampilan Vokasional Bagi Anak Berkebutuhan Khusus Perawatan dan Perbaikan Alat Elektronika*. Fakultas MIPA Universitas Negeri Makassar, 2017.
- Nurhadi dkk. "Kajian Inovasi Sosial Program Unggulan CSR PT Adaro Indonesia 'Istana Kalulut.'" *Prosiding Seminar Nasional Lingkungan Lahan Basah* 7, no. 1 (2022).
- Setianingsih, Eka, dan Ikha Listyarini. "Implementasi Pelaksanaan Pendidikan Inklusi di SD Bina Harapan Semarang." *Taman Cendekia: Jurnal Pendidikan Ke-SD-an* 3, no. 1 (2019). <https://doi.org/10.30738/tc.v3i1.2980>.
- Siregar, Juli Sapitri, dan Adik Wibowo. "Upaya Pengurangan Risiko Bencana Pada Kelompok Rentan." *Jurnal Dialog dan Penanggulangan Bencana* 10, no. 1 (2019).