

BAB III

OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek yang diteliti pada penelitian ini adalah salah satu perusahaan di Kota Bandung yang dapat dikategorikan sebagai *social enterprise*. Perusahaan tersebut adalah produsen sepatu “Catenzo”, bagian dari Miski Aghnia Corporation, yang beralamat di Jl. Cibaduyut Raya No. 10, Bojongloa Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat. Penelitian dilakukan dari bulan Agustus hingga November 2019.

Ruang lingkup penelitian ini adalah untuk mengukur dampak sosial yang dihasilkan oleh Perusahaan Sepatu “Catenzo” dalam aktivitasnya menjual produk sepatu hasil karya pengrajin lokal yang dimana unit analisisnya adalah manajemen perusahaan dan para pengrajin sepatu mitra Catenzo.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell J. W., 2010). Kemudian Mardalis (1990, p. 26) mengemukakan penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan apa-apa yang saat ini berlaku. Penelitian ini tidak menguji hipotesis dan tidak menggunakan hipotesis, melainkan hanya mendeskripsikan informasi apa adanya sesuai dengan variabel. Ciri metode deskriptif menurut Nasution (2003) adalah memusatkan data pada pemecahan-pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang atau masalah-masalah yang aktual.

Adapun Nawawi & Martini (1996) mengemukakan penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang menggambarkan atau melukiskan objek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Lebih lanjut, menurut Sukmadinata (2011) penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan. Selain itu, Penelitian deskriptif

tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Satu-satunya perlakuan yang diberikan hanyalah penelitian itu sendiri, yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Creswell (2010) mengungkapkan lima strategi atau pendekatan penelitian kualitatif, yaitu: etnografi, *grounded theory*, studi kasus, fenomenologi dan narasi/biografi. Dalam penelitian ini secara spesifik menggunakan pendekatan penelitian studi kasus. Fokus studi kasus adalah spesifikasi kasus dalam suatu kejadian baik itu yang mencakup individu, kelompok budaya ataupun suatu potret kehidupan. Lebih lanjut Creswell (1998) mengemukakan beberapa karakteristik dari suatu studi kasus yaitu: (1) mengidentifikasi “kasus” untuk suatu studi; (2) Kasus tersebut merupakan sebuah “sistem yang terikat” oleh waktu dan tempat; (3) Studi kasus menggunakan berbagai sumber informasi dalam pengumpulan datanya untuk memberikan gambaran secara terinci dan mendalam tentang respons dari suatu peristiwa dan (4) Menggunakan pendekatan studi kasus, peneliti akan “menghabiskan waktu” dalam menggambarkan konteks atau setting untuk suatu kasus.

Dasar pemikiran digunakannya metode ini karena penulis akan melakukan analisa dampak yang dimana akan membutuhkan pengumpulan data terkait dampak sosial yang dihasilkan oleh suatu perusahaan yang menjadi objek studi kasus. Data yang diharapkan adalah kondisi alamiah yang apa adanya. Proses penelitian kualitatif bersifat induktif di mana di dalamnya peneliti menciptakan makna dari data-data lapangan yang dikumpulkan. Data tersebut akan dianalisa, dideskripsikan, dan dihitung menggunakan alat ukur sehingga menghasilkan sebuah nilai dampak sosial. Proses pengumpulan data dan teknis analisis data tidak terpaku pada suatu instrumen karena penelitian ini akan membutuhkan data yang “kaya” dari berbagai perspektif dan juga bersifat terbuka sehingga mendengarkan pendapat-pendapat informan dan subyek penelitian akan menjadi sangat penting.

3.3 Desain Penelitian

Desain Penelitian yaitu garis besar bagi proses pengumpulan data, pengukuran, dan penganalisisan data. Pemilihan desain penelitian dalam suatu penelitian didasarkan pada kondisi penelitian dan kedalaman penelitian, sejauh

mana hal yang akan diteliti dan dibahas dalam penelitian tersebut. Desain penelitian disebut juga rancangan pola dasar atau cetak biru, sebagai gambaran pokok dari tiap perosedur dari awal hingga akhir. Desain penelitian pada penelitian ini adalah deskriptif dengan data primer (Ferdinand, 2014).

Penelitian ini dengan mengacu pada metode, prinsip, dan pedoman pengukuran SROI yang diprakarsai oleh organisasi *Social Value United Kingdom*.

3.3.1 Definisi Operasional Variabel

Berkenaan dengan desain penelitian, operasionalisasi variabel adalah penjabaran konsep-konsep yang akan diteliti, sehingga dapat dijadikan pedoman untuk menghindari kesalahpahaman dalam menginterpretasikan permasalahan yang diajukan dalam penelitian. Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini akan diberikan batasan-batasan pengertian yang dimaksud dari variabel yang akan diteliti.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel / Dimensi	Indikator
1	Inputs <i>Inputs</i> adalah sumber daya yang digunakan untuk menjalankan aktivitas (NEF, 2004) atau lebih lanjut sebagai sumber daya keuangan, manusia dan material yang digunakan dalam suatu program atau kebijakan (Rogers, 2014)	
	a. Finansial	Nilai sumber daya berupa uang
	b. Non-Finansial	Nilai sumber daya selain uang
2	Activities <i>Activities</i> yang dimaksud adalah kegiatan dalam perusahaan yang akan diteliti, bisa jadi secara keseluruhan maupun spesifik (Nicholls, Lawlor, Neitzert, & Goodspeed, 2012). Aktivitas yang diteliti dalam perusahaan ini adalah spesifik pada pemberdayaan pengrajin sepatu lokal.	
	a. Sosial-Ekonomi Kegiatan bisnis yang bertujuan pada penciptaan nilai sosial dan ekonomi (Social Enterprise Coalition, 2003).	Memiliki visi dan misi sosial perusahaan Kegiatan bisnis dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan sosial Kegiatan bisnis dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi

b. **Islami**

Kegiatan bisnis yang didasari dan ditujukan pada pengembangan aspek spiritual muslim (Mulyaningsih & Ramadani, 2017). Dimensi ini terbagi ke dalam karakteristik ISE.

<p>1) <i>Falah</i> Seluruh kegiatan dilakukan untuk kemenangan dunia dan akhirat (Adib, Muin, & Armin, 2015).</p>	<p>Kegiatan bisnis dilakukan dalam rangka ibadah kepada Allah SWT Kegiatan bisnis untuk mencari keberkahan dan keridhaan Allah SWT Kegiatan bisnis untuk memenuhi tujuan <i>maqashid sharia</i></p>
<p>2) <i>Khalifah</i> Kegiatan usaha dilakukan sebagai misi dan titipan dari Allah (Adib, Muin, & Armin, 2015).</p>	<p>Memandang bahwa sumber daya di muka bumi hanyalah titipan/milik Allah SWT Memanfaatkan dan memakmurkan sumber daya di muka bumi adalah suatu keharusan</p>
<p>3) <i>Amar ma'ruf nahi munkar</i> Perilaku mengajak pada kebaikan dan mencegah pada keburukan yang diperintahkan Allah (Adib, Muin, & Armin, 2015).</p>	<p>Menerapkan budaya kerja Islami Memperhatikan warga perusahaan agar tetap di jalan keridhaan Allah SWT Memandang bahwa mengingatkan pada kebaikan adalah kewajiban setiap muslim</p>
<p>4) <i>Amanah</i> Suatu bentuk kepercayaan yang diberikan Allah kepada setiap manusia dan manusia wajib bertanggung jawab dengan itu (Kamaruddin & Auzaira, 2018).</p>	<p>Berkomitmen menjaga kepercayaan para <i>stakeholder</i> Memenuhi hak para <i>stakeholder</i> sesuai akad yang telah disepakati Memandang bahwa <i>stakeholder</i> utama adalah Allah SWT</p>
<p>5) <i>Rahmah</i> Sebuah prinsip yang mencerminkan nilai-nilai kemanusiaan dan kepedulian terhadap orang lain (Kamaruddin & Auzaira, 2018).</p>	<p>Mengenal filantropis Islam dan menerapkannya atas nama perusahaan Memperlakukan setiap orang yang masuk ke perusahaan sebagai tamu Allah SWT Penyelesaian masalah dengan berlandaskan <i>iman</i> dan <i>taqwa</i></p>
<p>6) <i>Itqan</i> <i>Itqan</i> memiliki makna profesional dan spesialisasi. <i>Itqan</i> (profesional)</p>	<p>Memahami peran dan tanggung jawab sebuah pekerjaan Bermotivasi tinggi dan berintegritas Produktif dan aktif memberikan solusi</p>

	memiliki arti suatu pekerjaan yang dilaksanakan secara penuh (<i>full-time</i>) (Rahardjo, 2003).						
3	<p>Outcomes/Dampak Hasil atau perubahan yang mungkin dicapai atau telah tercapai dalam jangka pendek, menengah, dan panjang dari keluaran aktivitas (Rogers, 2014). <i>Outcomes</i> yang dimaksud berupa dampak positif dari <i>socio-economic value</i> yang dirasakan oleh <i>stakeholder</i>/penerima dampak (Alter, 2007).</p> <table border="1"> <tr> <td>a. Kesejahteraan ekonomi Dampak yang diharapkan tercapai dan dirasakan oleh <i>stakeholder</i> dari segi ekonomi (material)</td> <td>Kemampuan memenuhi kebutuhan primer bagi diri sendiri/keluarga Kemampuan memberikan pendidikan formal pada anak Kemampuan belanja kebutuhan sekunder/tersier</td> </tr> <tr> <td>b. Kesejahteraan sosial Dampak yang diharapkan tercapai dan dirasakan oleh <i>stakeholder</i> dari segi sosial (mental dan spiritual)</td> <td>Memberikan rasa aman, nyaman, dan tenang Memberikan perubahan positif pada pandangan hidup Memberikan perubahan positif pada kesehatan mental dan spiritual</td> </tr> <tr> <td>c. Pengembangan potensi manusia Dampak yang diharapkan tercapai dan dirasakan oleh <i>stakeholder</i> dari segi pengembangan potensi (keterampilan)</td> <td>Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengrajin dalam produksi sepatu Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengrajin dalam mengelola usaha</td> </tr> </table>	a. Kesejahteraan ekonomi Dampak yang diharapkan tercapai dan dirasakan oleh <i>stakeholder</i> dari segi ekonomi (material)	Kemampuan memenuhi kebutuhan primer bagi diri sendiri/keluarga Kemampuan memberikan pendidikan formal pada anak Kemampuan belanja kebutuhan sekunder/tersier	b. Kesejahteraan sosial Dampak yang diharapkan tercapai dan dirasakan oleh <i>stakeholder</i> dari segi sosial (mental dan spiritual)	Memberikan rasa aman, nyaman, dan tenang Memberikan perubahan positif pada pandangan hidup Memberikan perubahan positif pada kesehatan mental dan spiritual	c. Pengembangan potensi manusia Dampak yang diharapkan tercapai dan dirasakan oleh <i>stakeholder</i> dari segi pengembangan potensi (keterampilan)	Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengrajin dalam produksi sepatu Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengrajin dalam mengelola usaha
a. Kesejahteraan ekonomi Dampak yang diharapkan tercapai dan dirasakan oleh <i>stakeholder</i> dari segi ekonomi (material)	Kemampuan memenuhi kebutuhan primer bagi diri sendiri/keluarga Kemampuan memberikan pendidikan formal pada anak Kemampuan belanja kebutuhan sekunder/tersier						
b. Kesejahteraan sosial Dampak yang diharapkan tercapai dan dirasakan oleh <i>stakeholder</i> dari segi sosial (mental dan spiritual)	Memberikan rasa aman, nyaman, dan tenang Memberikan perubahan positif pada pandangan hidup Memberikan perubahan positif pada kesehatan mental dan spiritual						
c. Pengembangan potensi manusia Dampak yang diharapkan tercapai dan dirasakan oleh <i>stakeholder</i> dari segi pengembangan potensi (keterampilan)	Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengrajin dalam produksi sepatu Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengrajin dalam mengelola usaha						

Sumber: Diolah oleh penulis

3.3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Soeratno dan Arsyad (2008) dalam penentuan jumlah sampel sebenarnya tidak ada aturan yang tegas berapa jumlah sampel yang harus diambil dari populasi yang tersedia. Tidak ada juga batasan yang pasti dan jelas apa yang dimaksud dengan sampel yang besar dan sampel yang kecil. Namun demikian, mutu suatu penelitian tidak semata-mata ditentukan oleh besarnya sampel, akan tetapi oleh kokohnya dasar-dasar teorinya, oleh rancangan penelitiannya, serta mutu pelaksanaan dan pengolahannya. Penentuan jumlah sampel yang dipilih antara lain tergantung pada biaya yang tersedia, fasilitas yang ada, waktu yang tersedia,

populasi yang ada atau bersedia untuk dijadikan sampel, serta tujuan penelitian (apakah menguji teori atau untuk mengambil generalisasi).

Populasi dalam penelitian ini adalah para pengrajin sepatu yang melakukan kemitraan dengan MACo. GROUP khususnya dalam produksi sepatu Catenzo. Populasi pengrajin sepatu tersebut berjumlah 121 orang yang disebut sebagai *supplier* alas kaki dengan berbagai kapasitas produksi kecil hingga besar. Penelitian ini merupakan sebuah studi kasus sehingga populasi penelitian telah ditentukan pada batasan-batasan tertentu, yaitu hanya pada pengrajin sepatu mitra yang memproduksi merek “Catenzo”. Perlu diketahui bahwa dalam satu perusahaan MACo. GROUP tersebut memiliki tiga merek sepatu, dan penulis memilih spesifik hanya pada merek Catenzo. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan *convenience sampling* di mana sampel penelitian dipilih dari mereka yang bersedia dijadikan sampel dan mereka yang memiliki tempat produksi paling dekat dan mudah dijangkau oleh penulis.

Dengan jumlah populasi sebanyak 121 orang, penulis mengambil jumlah sampel sebanyak 25 orang. Jumlah sampel tersebut diambil karena terdapatnya beberapa keterbatasan yaitu dari segi tenaga, dana, waktu dan minimnya subyek penelitian yang bersedia untuk diteliti. Hal ini sesuai dengan pendapat Arikunto (2008, p. 116) dengan populasi yang berjumlah lebih dari 100 dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih. Adapun penentuan jumlah sampel ini mempertimbangkan adanya saturasi data, dimana peneliti tidak lagi melanjutkan pengumpulan data di saat data tersebut sudah mulai menemukan titik jenuh atau dengan kata lain tidak lagi menemukan suatu informasi yang baru (Creswell J. W., 2015). Oleh karena itu, dengan jumlah sampel 25 orang ini sudah bisa mewakili populasi. Penentuan jumlah sampel dengan pertimbangan saturasi data ini pun didukung oleh panduan resmi metode *Social Return on Investment* (Nicholls, Lawlor, Neitzert, & Goodspeed, 2012, p. 26).

“At this initial stage you do not have to worry about getting a large sample that is statistically representative. You can stop doing new research when you no longer ‘hear’ new things and so can reasonably expect to have heard the main points. This approach is commonly used in social research and is called ‘saturation’.”

Adapun penulis memerlukan informan kunci mengenai internal perusahaan dan untuk memahami sistem kemitraan dengan pengrajin. Penulis mewawancarai 3 orang dari manajemen perusahaan yang masing-masing dari Divisi Sumber Daya Manusia, Divisi Produksi, dan Divisi Operasional.

Tabel 3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Subyek Penelitian	Populasi	Sampel
Pengrajin Sepatu	121 orang	25 orang

3.3.3 Instrumentasi dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif ini, penulis harus berusaha mengandalkan sebanyak mungkin pandangan partisipan tentang situasi yang tengah diteliti dan pada umumnya tidak menggunakan instrumentasi yang bersifat tertutup. Untuk mendukung penelitian maka penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan cara:

1. Wawancara

Wawancara dipakai sebagai cara pengumpul data utama yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur dan tidak terstruktur, di mana pertanyaan yang akan digunakan dalam pengambilan data sudah disusun, namun dengan tidak menutup kemungkinan adanya informasi-informasi yang didapatkan diluar panduan wawancara terstruktur. Hal ini karena memang dalam penelitian kualitatif, semakin terbuka pertanyaan maka akan semakin baik.

2. Kuisisioner

Kuisisioner dalam penelitian ini tidak digunakan sebagai alat uji keabsahan data. Jawaban kuisisioner digunakan untuk lebih memahami dan melengkapi hasil wawancara. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner hampir sama dengan yang ditanyakan pada wawancara.

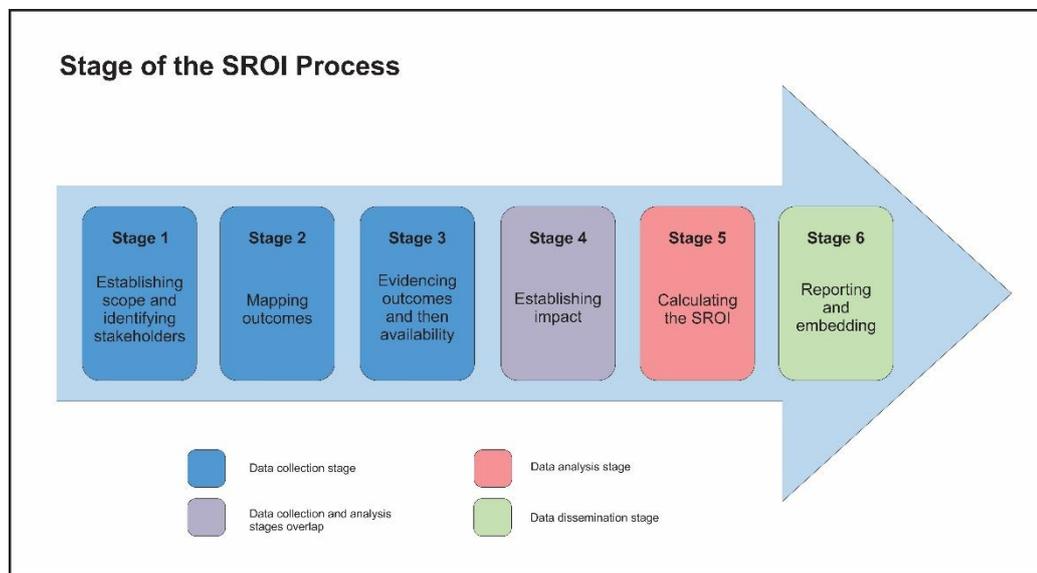
3. Studi Literatur

Studi literatur adalah mencari referensi teori yang relevan dengan kasus atau permasalahan yang ditemukan. Referensi utama dalam penelitian ini yaitu panduan resmi dari SROI Network (Social Value) United Kingdom yang berjudul “*A Guide to Social Return on Investment*”, dan buku yang ditulis

oleh Unggul Purwohedhi yang berjudul “*Social Return on Investment (SROI): Sebuah teknik untuk mengukur manfaat/dampak dari sebuah program atau proyek*”. Kemudian dalam penelitian ini dibutuhkan banyaknya referensi dalam menentukan besaran *financial proxy* untuk memberi nilai pada suatu dampak yang telah ditetapkan, nilai ini didapatkan juga dari jurnal-jurnal penelitian sebelumnya.

3.3.4 Teknik Analisis Data

Keseluruh tahapan yang harus dilalui dalam penelitian ini mengacu pada 6 (enam) fase tahapan metode studi analisis SROI dalam pedoman yang dikeluarkan oleh organisasi SROI Network UK (sekarang menjadi Social Value UK). Hal ini diperlukan agar penelitian lebih terarah, sistematis dan memudahkan dalam menganalisis permasalahan.



Sumber: Banke-Thomas, Madaj, Broek, & Den (2015)

Gambar 3.1 Tahapan Metode SROI

1. Menentukan Ruang Lingkup dan Mengidentifikasi Para Pemangku Kepentingan (*Establishing Scope and Identifying Key Stakeholders*)

a. Menentukan Ruang Lingkup

Ruang lingkup (*scope*) mencakup seluruh informasi yang diperlukan yang terkait dengan program/aktivitas yang akan dianalisis. Ruang lingkup akan

memberikan suatu gambaran utuh tentang karakteristik program/aktivitas kepada pengguna laporan SROI.

b. Mengidentifikasi Para Pemangku Kepentingan (*stakeholder*)

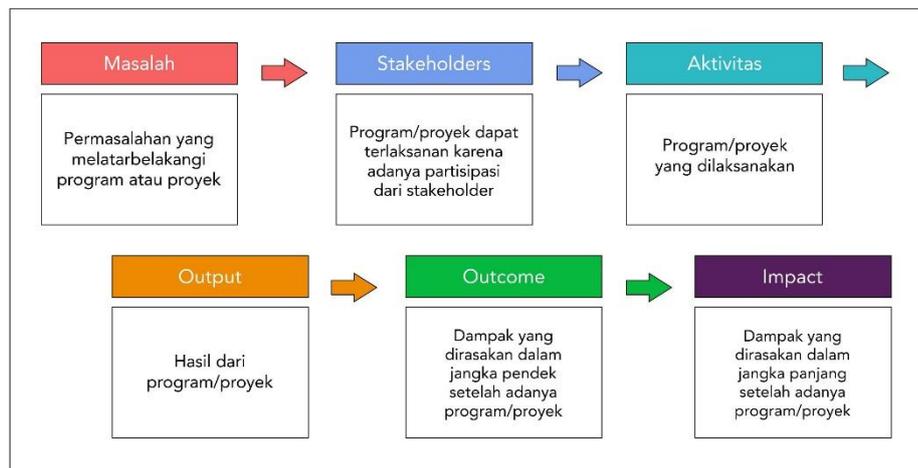
Salah satu langkah awal yaitu menentukan siapa pemangku kepentingan yang akan dilibatkan dalam analisis SROI. Pemangku kepentingan adalah orang (atau sekelompok orang) ataupun organisasi yang merasakan perubahan, baik positif maupun negatif sebagai akibat dari program/aktivitas yang sedang dianalisis.

2. Memetakan Dampak (*Mapping Outcomes*)

Setelah menentukan ruang lingkup, langkah selanjutnya adalah melakukan pemetaan dari seluruh manfaat yang telah dirasakan. Tahap kedua ini akan terkait dengan bagaimana menggambarkan rantai perubahan yang terjadi, yang berujung pada adanya beberapa manfaat yang dapat dirasakan.

a. Mulai pada Peta Dampak

Analisis SROI harus memahami terlebih dahulu rantai perubahan yang terjadi (*theory of change*).



Gambar 3.2 Memetakan Dampak dengan Teori Perubahan

b. Input dan Pemberian Nilai Input

Terminologi input dalam SROI memiliki pengertian yang lebih luas dari sekedar uang yang diinvestasikan. Input dalam SROI terdiri dari tiga jenis yaitu uang, waktu, dan barang. Ketiga hal tersebut harus diperhitungkan

sebagai nilai investasi. Setelah input diidentifikasi, berikan nilai pada setiap input tersebut.

c. Mengklarifikasi Output

Output menunjukkan sebuah dampak yang segera/langsung dapat terlihat atau dirasakan dari adanya sebuah program/aktivitas. Analisis SROI harus menentukan secara jelas *output* yang akan dianalisis. Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai metode seperti observasi, telaah pustaka, interview, maupun diskusi dengan para *stakeholder*.

d. Menggambarkan Outcome/Manfaat

Dalam hal ini analisis SROI harus memperhatikan hal-hal berikut: (a) harus dapat mendengar dengan seksama setiap pendapat penerima manfaat tentang perubahan apa yang telah dirasakan; (b) harus mampu melihat dengan perspektif yang lebih luas dan jauh ke depan tentang berbagai dampak yang mungkin ditimbulkan oleh suatu aktivitas; (c) harus dapat benar-benar mengerti tentang perubahan-perubahan yang terjadi dan bagaimana satu perubahan akan berdampak pada perubahan lainnya; (d) harus memilih perubahan-perubahan yang paling material dan signifikan, dengan kata lain hanya perubahan yang paling banyak dirasakan oleh penerima manfaat.

3. Membuktikan Adanya Dampak dan Memberinya Nilai (*Evidencing Outcomes and Giving Them a Value*)

a. Indikator

Setelah menetapkan *outcome* yang akan dianalisis, selanjutnya menemukan bukti bahwa suatu *outcome* memang benar-benar terjadi dan dirasakan oleh penerima manfaat, bukti tersebut yang disebut indikator. Indikator adalah sesuatu keadaan atau fakta di lapangan yang dapat dijadikan dasar bagi pengguna SROI bahwa perubahan itu memang benar adanya.

b. Ukuran Keuangan (*Financial Proxy*)

Tahapan ini merupakan salah satu tahapan yang paling krusial dalam implementasi SROI karena nilai nominal dari suatu *outcome* merupakan salah satu kelebihan SROI yang tidak dimiliki alat analisis lain, namun di

sisi lain juga merupakan suatu tantangan tersendiri. Setiap *outcome* akan memiliki *financial proxy* yang akan digunakan untuk menghitung total *outcome* dari suatu program/aktivitas. Terdapat beberapa pendekatan yang dapat digunakan, diantaranya yaitu: (a) transaksi kas (*cash transaction*); (b) alokasi sumber daya (*resource allocation*); (c) preferensi yang diketahui (*revealed preference*); (d) preferensi yang dikemukakan (*stated preference*).

c. Jangka Waktu

Jangka waktu yang dimaksud ini adalah seberapa lama kira-kira penerima manfaat dari suatu program/aktivitas akan merasakan dampak dari program/aktivitas tersebut. Dengan kata lain, seberapa lama penerima manfaat akan dapat merasakan berbagai perubahan positif secara signifikan.

4. Menetapkan Dampak (*Establishing Impact*)

Tahap keempat ini terkait dengan prinsip kelima SROI yaitu do not overclaim. Tahap ini pada dasarnya ingin meyakinkan bahwa nilai yang telah ditetapkan atas suatu dampak (*outcome*) tidak terlalu tinggi dan benar-benar mencerminkan nilai sesungguhnya. Nilai suatu dampak yang telah ditentukan besaran nominalnya harus melalui empat bentuk filter yang akan menghasilkan nilai yang disesuaikan (*adjusted value*) sebagai proxy nilai nominal yang akan digunakan.

a. *Deadweight*

Deadweight artinya seberapa besar suatu dampak akan terjadi begitu saja tanpa perlu adanya suatu program/aktivitas.

Tabel 3.3 Kategori Persentase *Deadweight*

Kategori	Persentase <i>Deadweight</i> (%)
1) Dampak tidak akan ada tanpa program/aktivitas	0
2) Dampak tetap akan ada sebagian kecil meskipun tanpa program/aktivitas	25
3) Dampak tetap akan ada sebagian meskipun tanpa program/aktivitas	50
4) Dampak tetap akan ada sebagian besarnya meskipun tanpa program/aktivitas	75
5) Dampak tetap akan ada meskipun tanpa program/aktivitas	100

Sumber: Purwohedhi (2016)

b. *Attribution*

Attribution menunjukkan bahwa fasilitas tersebut bukan satu-satunya yang berkontribusi pada penciptaan dampak. Yang berkontribusi pada dampak, dapat bersumber dari pihak lain, program lain, fasilitas lain yang dirasakan oleh penerima manfaat.

Tabel 3.4 Kategori Persentase *Attribution*

Kategori	Persentase <i>Attribution</i> (%)
1) Dampak tercipta semata-mata karena program/aktivitas yang diteliti dan bukan karena program atau pihak lain.	0
2) Dampak tercipta karena adanya kontribusi yang sedikit dari program atau pihak lain.	25
3) Dampak tercipta karena adanya kontribusi dari program atau pihak lain.	50
4) Dampak tercipta karena adanya kontribusi yang signifikan dari program atau pihak lain.	75
5) Dampak tercipta hanya karena program atau pihak lain.	100

Sumber: Purwohedhi (2016)

c. *Displacement*

Displacement pada dasarnya menjawab pertanyaan apakah ada kegiatan positif lain yang justru tergantikan setelah adanya program/aktivitas yang sedang diteliti.

Tabel 3.5 Kategori Persentase *Displacement*

Kategori	Persentase <i>Displacement</i> (%)
1) Dampak tidak menggantikan dampak lain	0
2) Dampak menggantikan dampak lain sedikit saja	25
3) Dampak menggantikan dampak lain sebagian	50
4) Dampak menggantikan dampak lain secara signifikan	75
5) Dampak menggantikan dampak lain	100

Sumber: Purwohedhi (2016)

d. *Drop-off*

Drop-off akan mengetahui bagaimana suatu dampak akan tetap dirasakan dalam jumlah yang sama atau lebih sedikit setelah tahun ke-2 program/aktivitas yang sedang diteliti berjalan. Persentase *drop-off* menunjukkan besarnya persentase penurunan nilai dampak setiap tahun.

Tabel 3.6 Kategori Persentase *Drop-off*

Kategori	Persentase <i>Displacement (%)</i>
1) Dampak akan dirasakan selama waktu yang ditentukan	0
2) Dampak akan menurun sebesar 25% pertahun mulai dari tahun ke-2	25
3) Dampak akan menurun sebesar 50% pertahun mulai dari tahun ke-2	50
4) Dampak akan menurun sebesar 75% pertahun mulai dari tahun ke-2	75
5) Dampak tidak akan dirasakan ketika program/aktivitas selesai dikerjakan	100

Sumber: Purwohedhi (2016)

5. Menghitung Rasio SROI (*Calculating the SROI*)

Perhitungan SROI secara sederhana dapat dilakukan menggunakan *impact map spreadsheet* (peta dampak). Data pada peta dampak tersebut dianalisis untuk mendapatkan perhitungan nilai dampak, kemudian nilai keuangan (*financial proxy*) dampak tersebut dihitung sampai memperoleh nilai *present value* yang dilanjutkan dengan menghitung nilai rasio SROI, sebagai berikut:

$$SROI \text{ Ratio} = \frac{\text{Present Value of Benefits}}{\text{Value of Input}}$$

Hasil dari perhitungan rasio SROI tersebut dapat menunjukkan kesimpulan mengenai apakah suatu investasi pada sebuah aktivitas bisnis sosial layak atau tidak untuk dipertahankan keberlangsungan hidupnya. Aktivitas bisnis tersebut dapat disebut layak bila setiap satu satuan mata uang yang diinvestasikan pada aktivitas menghasilkan nilai sosial (*social value*) senilai satu satuan mata uang tersebut. Atau dengan kata lain, rasio SROI menunjukkan resultan lebih dari 1:1, dimana nilai angka benefit harus lebih besar dari nilai angka investasi.

6. Pelaporan, Penggunaan dan Penerapan (*Reporting, Using and Embedding*)

Dalam tahap ini, analisis SROI harus memastikan bahwa semua tahapan yang telah dilakukan telah dikomunikasikan dengan baik dengan *stakeholders* yang terkait. Kemudian, analisis SROI harus dapat memastikan pula bahwa hasil dari perhitungan benar-benar dapat dimanfaatkan oleh penggunanya. Jika rasio SROI

yang dihasilkan sangat rendah maka ada proses perbaikan yang dilakukan. Perbaikan berkelanjutan inilah yang akan menjadi manfaat dari sebuah program/aktivitas dapat benar-benar dirasakan bagi masyarakat secara berkesinambungan (*sustainable development*).