



Program Edukasi Manajemen Bisnis, QRIS, Pencegahan *Phishing* QRIS, dan Peluang Menjadi Agen BRILink bagi Pemilik Warkop dan UMKM

Handoko

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Indonesia

*Penulis Korespondensi: handoko1806@gmail.com

Abstract. *Corporate Shared Value (CSV) has emerged as a strategic approach to creating both economic and social value for society. One implementation of this approach is the Business Management Education, QRIS Security Awareness, QRIS Phishing Prevention, and BRILink Agent Opportunity Program for coffee shop owners and Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). This study aims to measure the social value generated by the program using the Social Return on Investment (SROI) framework. A quantitative descriptive approach was employed through stakeholder identification, Theory of Change development, input-output-outcome-impact analysis, financial proxy determination, and adjustments for deadweight, attribution, and drop-off. Data were collected from program documentation, financial records, direct observation, and stakeholder benefit identification. The findings indicate that a total investment of IDR 4,970,200 generated a Present Value of Benefits of IDR 29,463,805, resulting in an SROI ratio of 5.93:1. This indicates that every IDR 1 invested produced approximately IDR 5.93 in social and economic value. The program contributed to improved business management knowledge, safer QRIS usage, greater awareness of phishing prevention, increased understanding of BRILink business opportunities, enhanced institutional reputation, and strengthened local economic activity. The results demonstrate that integrating CSV with the SROI framework provides empirical evidence of the effectiveness of community empowerment initiatives and offers a replicable model for promoting financial inclusion and sustainable MSME development.*

Keywords: *Corporate Shared Value; Financial Inclusion; MSMEs; QRIS; Social ROI.*

Abstrak. Implementasi *Corporate Shared Value* (CSV) menjadi salah satu pendekatan strategis dalam menciptakan nilai ekonomi sekaligus memberikan dampak sosial yang berkelanjutan bagi masyarakat. Salah satu bentuk implementasi CSV dilakukan melalui Program Edukasi Manajemen Bisnis, *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), Pencegahan *Phishing* QRIS, dan Peluang Menjadi Agen BRILink bagi pemilik warung kopi dan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian ini bertujuan menganalisis nilai sosial yang dihasilkan dari program tersebut menggunakan metode *Social Return on Investment* (SROI). Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan tahapan identifikasi pemangku kepentingan (*stakeholder*), penyusunan *Theory of Change*, analisis *input-output-outcome-impact*, penentuan *financial proxy*, serta penyesuaian melalui *deadweight*, *attribution*, dan *drop-off*. Data diperoleh dari dokumen pelaksanaan kegiatan, rekapitulasi biaya program, observasi, serta hasil identifikasi manfaat yang diterima oleh setiap pemangku kepentingan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa total investasi program sebesar Rp4.970.200 menghasilkan *Present Value of Benefit* sebesar Rp29.463.805, sehingga diperoleh rasio SROI sebesar 5,93 : 1. Temuan tersebut menunjukkan bahwa setiap investasi sebesar Rp1,00 mampu menghasilkan nilai sosial dan ekonomi sebesar Rp5,93. Dampak yang dihasilkan meliputi peningkatan literasi manajemen bisnis, peningkatan pemahaman penggunaan QRIS yang aman, peningkatan kesadaran terhadap pencegahan *phishing*, peningkatan peluang usaha melalui Agen BRILink, serta penguatan reputasi penyelenggara dan aktivitas ekonomi lokal. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa pendekatan CSV yang diukur menggunakan metode SROI mampu memberikan bukti empiris mengenai efektivitas program pemberdayaan masyarakat. Oleh karena itu, model program ini layak direplikasi sebagai strategi peningkatan inklusi keuangan dan pengembangan UMKM yang berkelanjutan.

Kata Kunci: *Corporate Shared Value; Inklusi Keuangan; QRIS; Social ROI; UMKM.*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, penciptaan lapangan kerja, dan pemerataan kesejahteraan masyarakat. Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi pola bisnis UMKM, khususnya dalam aspek transaksi pembayaran, pemasaran, dan pengelolaan usaha. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah implementasi *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai standar pembayaran digital nasional yang mampu meningkatkan efisiensi transaksi, mempercepat proses pembayaran, serta memperluas akses layanan keuangan bagi masyarakat. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa implementasi QRIS memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan volume transaksi, efisiensi operasional, dan daya saing UMKM di Indonesia.

Di sisi lain, meningkatnya penggunaan transaksi digital juga diikuti oleh berbagai tantangan, antara lain rendahnya literasi digital pelaku UMKM, keterbatasan kemampuan manajerial, serta meningkatnya risiko kejahatan siber seperti *phishing*, manipulasi kode QR, dan penyalahgunaan identitas digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui program edukasi yang terstruktur dan berkelanjutan. Oleh karena itu, upaya pemberdayaan UMKM perlu diarahkan tidak hanya pada peningkatan akses teknologi, tetapi juga pada penguatan kompetensi manajemen bisnis, literasi keuangan digital, dan kesadaran terhadap keamanan transaksi elektronik.

Sebagai salah satu lembaga keuangan terbesar di Indonesia, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. menerapkan pendekatan *Creating Shared Value* (CSV) dalam berbagai program pemberdayaan masyarakat. Pendekatan CSV menempatkan penyelesaian permasalahan sosial sebagai bagian dari strategi bisnis sehingga perusahaan tidak hanya menciptakan keuntungan ekonomi, tetapi juga menghasilkan nilai sosial yang berkelanjutan bagi masyarakat. Implementasi konsep CSV pada berbagai program BRI terbukti mampu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM, memperluas akses terhadap layanan keuangan, serta memperkuat keberlanjutan usaha masyarakat.

Salah satu implementasi pendekatan tersebut adalah Program Edukasi Manajemen Bisnis, QRIS, Pencegahan *Phishing* QRIS, dan Peluang Menjadi Agen BRILink bagi pemilik warung kopi dan pelaku UMKM. Program ini dirancang untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam mengelola usaha, memanfaatkan sistem pembayaran digital secara aman, serta mengenalkan

peluang usaha melalui jaringan Agen BRILink. Selain memberikan manfaat langsung kepada peserta, program ini juga mendukung peningkatan inklusi keuangan, perluasan ekosistem pembayaran digital, dan penguatan hubungan antara dunia usaha, perguruan tinggi, dan masyarakat.

Evaluasi keberhasilan program pemberdayaan masyarakat selama ini umumnya masih berfokus pada indikator keluaran (*output*), seperti jumlah peserta, jumlah pelatihan, atau tingkat kepuasan peserta. Pendekatan tersebut belum sepenuhnya mampu menggambarkan besarnya manfaat sosial dan ekonomi yang benar-benar dihasilkan setelah program selesai dilaksanakan. Oleh karena itu, diperlukan metode evaluasi yang mampu mengukur dampak secara lebih komprehensif dengan mempertimbangkan manfaat yang diterima oleh seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*).

Salah satu metode yang berkembang dan banyak digunakan dalam evaluasi program sosial adalah *Social Return on Investment* (SROI). Pendekatan SROI mengonversi manfaat sosial, ekonomi, dan lingkungan ke dalam nilai moneter sehingga memungkinkan perbandingan antara investasi yang dikeluarkan dengan manfaat yang dihasilkan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pendekatan SROI mampu memberikan gambaran yang lebih objektif mengenai efektivitas program pemberdayaan masyarakat maupun implementasi CSV.

Meskipun penelitian mengenai implementasi QRIS, digitalisasi UMKM, maupun program CSV telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian masih berfokus pada pengaruh terhadap kinerja usaha, tingkat adopsi teknologi, atau implementasi program secara kualitatif. Penelitian yang mengukur dampak sosial dan ekonomi program edukasi QRIS dan BRILink menggunakan pendekatan SROI masih relatif terbatas, khususnya pada sektor usaha mikro seperti warung kopi dan UMKM. Kesenjangan penelitian (*research gap*) ini menunjukkan perlunya kajian yang mampu mengukur nilai sosial yang dihasilkan secara kuantitatif sehingga efektivitas investasi sosial perusahaan dapat dibuktikan secara empiris.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis nilai sosial yang dihasilkan dari Program Edukasi Manajemen Bisnis, QRIS, Pencegahan *Phishing* QRIS, dan Peluang Menjadi Agen BRILink menggunakan metode *Social Return on Investment* (SROI). Analisis dilakukan melalui identifikasi pemangku kepentingan, penyusunan *Theory of Change*, analisis *input-output-outcome-impact*, penentuan *financial proxy*, serta penyesuaian menggunakan *deadweight*, *attribution*, dan *dro-off*. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi teoretis

terhadap pengembangan kajian *Creating Shared Value* dan SROI, sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi BRI, perguruan tinggi, pemerintah, dan organisasi lainnya dalam merancang program pemberdayaan UMKM yang efektif, terukur, dan berkelanjutan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Konsep CSV (*Corporate Shared Value*)

Konsep *Creating Shared Value* (CSV) diperkenalkan oleh Porter dan Kramer sebagai pendekatan strategis yang mengaitkan penciptaan nilai ekonomi dengan penyelesaian masalah sosial. Berbeda dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang lebih fokus pada kegiatan filantropi, CSV menjadikan isu sosial sebagai komponen kunci dalam strategi bisnis perusahaan. Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat meningkatkan daya saing sambil memberikan manfaat nyata bagi masyarakat melalui inovasi produk, peningkatan produktivitas dalam rantai nilai, dan pengembangan kluster ekonomi lokal.

Seiring berjalannya waktu, penerapan CSV semakin meluas di sektor perbankan sebagai bagian dari strategi keberlanjutan (*sustainability strategy*). Melalui program pemberdayaan UMKM, peningkatan literasi keuangan, digitalisasi transaksi, dan perluasan akses layanan keuangan, lembaga keuangan dapat menciptakan dampak ekonomi sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa implementasi CSV berkontribusi pada peningkatan reputasi perusahaan, loyalitas pemangku kepentingan, serta keberlanjutan bisnis jangka panjang.

Konsep SROI (*Social Return on Investment*)

Social Return on Investment (SROI) adalah metode evaluasi untuk mengukur nilai sosial, ekonomi, dan lingkungan yang dihasilkan oleh suatu program dibandingkan dengan investasi yang dilakukan. Metode ini dikembangkan untuk melengkapi pengukuran keberhasilan program yang sebelumnya lebih berfokus pada indikator keluaran (*output*) tanpa memperhatikan perubahan nyata yang dialami masyarakat.

Tahapan penting dalam analisis SROI meliputi: (1) Identifikasi pemangku kepentingan (*stakeholder*); (2) Penyusunan *Theory of Change*; (3) Identifikasi *input*, *output*, *outcome*, dan *impact*; (4) Penentuan *financial proxy*; (5) Penyesuaian menggunakan *deadweight*, *attribution*, dan *drop-off*; (6) Perhitungan *Present Value of Benefit*; serta (7) Perhitungan rasio SROI.

Secara matematis, rasio SROI dirumuskan sebagai berikut:

$$[SROI = \frac{\text{Present Value of Benefit}}{\text{Total Value of Input}}] \quad \dots (i)$$

Rasio SROI yang lebih besar dari satu (>1) menunjukkan manfaat sosial yang dihasilkan lebih besar dibandingkan investasi yang dikeluarkan. Penelitian terkini menunjukkan bahwa SROI menjadi salah satu metode populer dalam evaluasi program pembangunan, pemberdayaan masyarakat, dan investasi sosial karena kemampuannya mengukur manfaat yang sulit dinilai secara finansial sebelumnya.

Digitalisasi UMKM melalui QRIS

Transformasi digital mendorong pergeseran sistem pembayaran menuju transaksi non-tunai di Indonesia. Bank Indonesia telah mengembangkan standar nasional pembayaran berbasis kode QR bernama *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), yang dapat digunakan oleh semua penyelenggara jasa pembayaran.

Implementasi QRIS menawarkan sejumlah manfaat bagi UMKM antara lain: (a) Meningkatkan efisiensi transaksi; (b) Mempercepat proses pembayaran; (c) Memperluas akses pelanggan; (d) Mempermudah pencatatan transaksi; serta (e) Mendukung inklusi keuangan.

Perkembangan QRIS di Indonesia menunjukkan pertumbuhan pesat baik dari segi jumlah pengguna maupun *merchant*-nya, dengan mayoritas berasal dari sektor UMKM.

Namun demikian, digitalisasi pembayaran juga membawa risiko terkait kejahatan siber seperti *phishing*, manipulasi kode QR, dan penyalahgunaan identitas digital. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital menjadi aspek penting untuk mendukung keberhasilan implementasi QRIS di kalangan UMKM.

Agen BRILink dan Inklusi Keuangan

Agen BRILink merupakan bentuk implementasi *branchless banking* oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., bertujuan untuk memperluas akses layanan keuangan kepada masyarakat tanpa harus pergi ke kantor cabang.

Keberadaan Agen BRILink memberikan berbagai keuntungan seperti: (a) Meningkatkan akses layanan keuangan; (b) Memperluas inklusi keuangan; (c) Menciptakan peluang usaha baru; (d) Meningkatkan pendapatan agen; serta (e) Efisiensi distribusi layanan perbankan.

Bagi pelaku UMKM, Agen BRILink tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi tetapi juga membuka peluang diversifikasi sumber pendapatan melalui layanan berbasis komisi (*fee based income*).

Literasi Keuangan Digital

Literasi keuangan digital merujuk pada kemampuan individu untuk memahami serta menggunakan layanan keuangan berbasis teknologi dengan aman dan bertanggung jawab. Tingkat literasi yang tinggi berdampak positif terhadap kemampuan masyarakat dalam memilih produk keuangan serta mengelola risiko saat melakukan transaksi digital dan memanfaatkan teknologi pembayaran secara optimal.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa literasi digital berkorelasi positif dengan tingkat adopsi teknologi keuangan (*financial technology*) serta peningkatan inklusi keuangan. Edukasi mengenai keamanan transaksi digital termasuk pencegahan terhadap tindakan penipuan seperti *phishing*, menjadi hal krusial dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap sistem pembayaran digital.

Penelitian Terdahulu

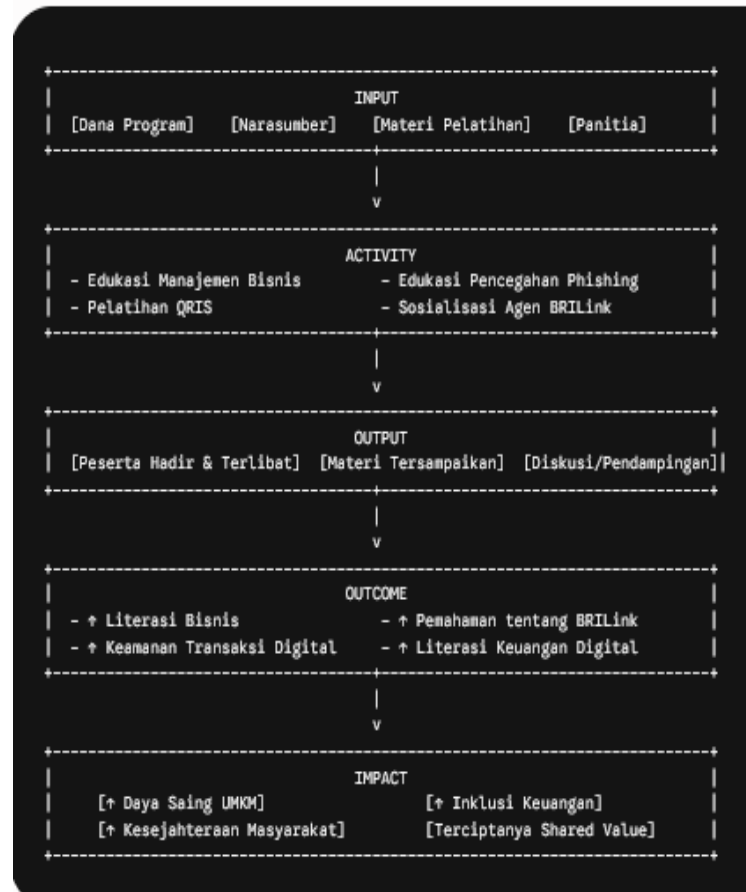
Penelitian terkait CSV, digitalisasi UMKM, dan SROI telah dilakukan dengan berbagai fokus berbeda-beda. Studi mengenai implementasi QRIS menunjukkan bahwa penggunaan metode pembayaran digital mampu meningkatkan efisiensi operasional serta memperluas pasar bagi UMKM.

Di sisi lain, studi tentang SROI menunjukkan bahwa pendekatan ini dapat mengukur manfaat sosial secara menyeluruh dibandingkan evaluasi berbasis keluaran saja (*output*). Namun demikian, banyak penelitian sebelumnya masih terfokus pada sektor kesehatan dan pendidikan serta organisasi nirlaba; sedangkan penerapan SROI dalam konteks *Corporate Shared Value* di sektor perbankan khususnya terkait edukasi manajemen bisnis bersama QRIS serta upaya pencegahan penipuan masih terbatas.

Kesenjangan penelitian tersebut menjadi latar belakang dilaksanakannya studi ini; kebaruan penelitian terletak pada pengukuran nilai sosial program CSV di sektor perbankan menggunakan metode SROI dengan pengintegrasian aspek literasi manajemen bisnis serta keamanan transaksi digital dalam kerangka evaluatif tunggal.

Kerangka Konseptual Penelitian

Studi ini menerapkan kerangka konseptual menggambarkan hubungan antara investasi program (*input*), pelaksanaan kegiatan (*activity*), hasil langsung (*output*), perubahan peserta menerima (*outcome*), hingga dampak jangka panjang (*impact*).



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian.

Cara Membaca Model Diagram: (1) Hulu (*Input & Activity*): Menguraikan investasi yang dilakukan serta aktivitas yang dilaksanakan dalam proses manajemen program; (2) Jembatan (*Output*): Menggambarkan hasil langsung atau bukti nyata bahwa aktivitas tersebut telah dilaksanakan; dan (3) Hilir (*Outcome & Impact*): Menjelaskan perubahan perilaku pada UMKM dalam jangka pendek (*Outcome*) dan dampak jangka panjang yang dihasilkan bagi masyarakat serta bank atau perusahaan (*Impact*).

Kerangka konseptual tersebut menjadi landasan untuk menyusun *Theory of Change* serta analisis SROI guna menilai nilai sosial hasil Program Edukasi Manajemen Bisnis bersama QRIS serta pencegahan penipuan melalui platform ini beserta peluang menjadi Agen BRILink bagi UMKM.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode *Social Return on Investment* (SROI) untuk mengukur nilai sosial yang dihasilkan dari Program Edukasi Manajemen Bisnis, *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), Pencegahan *Phishing* QRIS, dan Peluang Menjadi Agen BRILink bagi pemilik warung kopi dan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pendekatan SROI dipilih karena mampu mengukur manfaat sosial, ekonomi, dan kelembagaan yang tidak tercermin dalam indikator keuangan konvensional melalui proses monetisasi manfaat (*financial proxy*). Selain menghasilkan rasio nilai sosial terhadap investasi, metode ini juga memberikan informasi mengenai perubahan yang dialami oleh setiap pemangku kepentingan (*stakeholders*). Penelitian SROI modern menempatkan keterlibatan *stakeholders* dan *Theory of Change* sebagai fondasi utama dalam proses evaluasi dampak.

Penelitian bersifat evaluatif (*evaluative SROI*) karena dilakukan setelah program selesai dilaksanakan sehingga pengukuran didasarkan pada manfaat yang benar-benar dihasilkan dari kegiatan, bukan hanya proyeksi manfaat. Pendekatan evaluatif dinilai lebih tepat untuk menilai efektivitas investasi sosial dibandingkan pendekatan prediktif (*forecast SROI*).

Penelitian dilaksanakan pada Program Edukasi Manajemen Bisnis, QRIS, Pencegahan *Phishing* QRIS, dan Peluang Menjadi Agen BRILink yang diselenggarakan di Warkop KOPI JOGLO, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur.

Objek penelitian adalah dampak sosial yang dihasilkan oleh program terhadap seluruh pemangku kepentingan yang terlibat, baik penerima manfaat langsung maupun tidak langsung. Dalam penelitian SROI, unit analisis bukan populasi statistik, melainkan *stakeholders* yang mengalami perubahan sebagai akibat dari pelaksanaan program.

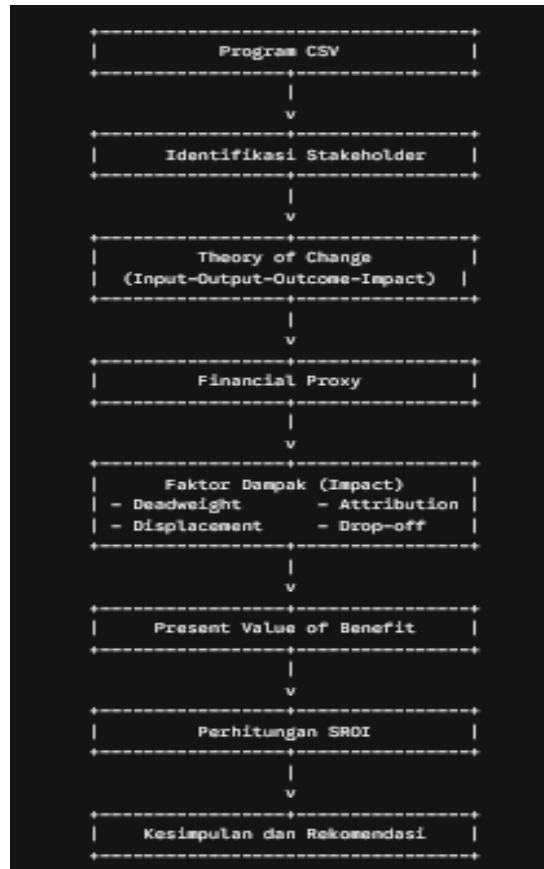
Stakeholders yang dianalisis meliputi: (1) Pemilik warung kopi dan pelaku UMKM sebagai penerima manfaat utama; (2) PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. sebagai penyelenggara program; (3) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga sebagai mitra akademik; (4) Panitia pelaksana kegiatan; (5) Agen BRILink; serta (6) Penyedia barang dan jasa lokal.

Identifikasi *stakeholders* dilakukan berdasarkan prinsip materialitas, yaitu hanya pihak-pihak yang mengalami perubahan signifikan akibat pelaksanaan program yang dimasukkan dalam analisis SROI.

Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, studi dokumentasi, dan studi literatur. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Social Return on Investment* (SROI).

Kerangka Analisis Penelitian

Alur analisis penelitian disusun sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka Analisis Penelitian.

Narasi Penjelasan Alur Analisis

Untuk melengkapi diagram di atas, berikut adalah draf penjelasan ilmiah dari setiap tahapan analisis: (1) Program CSV: Tahap awal dimulai dengan memetakan program *Creating Shared Value* (CSV) yang dijalankan perusahaan sebagai objek penelitian utama (dalam hal ini, program pelatihan manajemen, QRIS, *phishing*, dan BRILink); (2) Identifikasi *Stakeholder*: Menentukan pihak-pihak yang memberikan kontribusi (*input*) atau yang menerima dampak/manfaat langsung maupun tidak langsung dari program tersebut; (3) *Theory of Change*: Menyusun peta dampak logis yang menghubungkan antara sumber daya yang digunakan (*Input*), aktivitas yang dilakukan, hasil langsung (*Output*), perubahan perilaku jangka pendek (*Outcome*), hingga dampak makro (*Impact*); (4) *Financial Proxy*: Mengubah dampak-dampak kualitatif yang dirasakan oleh *stakeholder* (seperti peningkatan literasi bisnis atau keamanan transaksi) menjadi nilai moneter/uang menggunakan indikator pengganti yang relevan; (5) *Deadweight*: Menghitung

persentase dampak yang akan tetap terjadi meskipun program pelatihan atau sosialisasi ini tidak pernah dilaksanakan; (6) *Attribution*: Menghitung sejauh mana dampak atau perubahan positif tersebut dikontribusikan oleh pihak atau program lain di luar program CSV ini; (7) *Drop-off*: Mengestimasi penurunan nilai manfaat atau dampak seiring berjalannya waktu (pada tahun-tahun berikutnya); (8) *Present Value of Benefit*: Menghitung nilai kini dari total manfaat bersih yang telah disesuaikan dengan nilai waktu uang (*discount rate*) setelah dikurangi komponen *deadweight*, *attribution*, dan *drop-off*; (9) Perhitungan SROI: Membandingkan total nilai manfaat saat ini (*Present Value*) dengan total investasi (*Input*) untuk menghasilkan rasio SROI (misal, 1 : 2,5 yang berarti setiap Rp1 investasi menghasilkan dampak sosial Rp2,5); dan (10) Kesimpulan dan Rekomendasi: Menarik kesimpulan dari rasio yang didapatkan serta memberikan rekomendasi strategis bagi perusahaan untuk keberlanjutan program CSV ke depan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Gambaran Umum Pelaksanaan Program

Program *Corporate Shared Value* (CSV) berupa Edukasi Manajemen Bisnis, QRIS, Pencegahan *Phishing* QRIS, dan Peluang Menjadi Agen BRILink dilaksanakan sebagai bentuk sinergi antara PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. dengan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga. Program ini ditujukan kepada pemilik warung kopi dan pelaku UMKM sebagai upaya meningkatkan kapasitas usaha, memperluas inklusi keuangan, serta mendukung transformasi digital melalui penggunaan QRIS dan layanan BRILink.

Kegiatan dilaksanakan di Warkop KOPI JOGLO, Kabupaten Sidoarjo, dengan metode penyampaian berupa seminar, diskusi interaktif, simulasi penggunaan QRIS, edukasi keamanan transaksi digital, dan sosialisasi peluang usaha sebagai Agen BRILink. Seluruh rangkaian kegiatan berlangsung sesuai rencana dan memperoleh partisipasi aktif dari peserta. Berdasarkan hasil observasi selama pelaksanaan kegiatan, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap materi yang disampaikan, terutama mengenai keamanan transaksi digital dan peluang pengembangan usaha melalui layanan BRILink.

Program ini tidak hanya berorientasi pada peningkatan pengetahuan peserta, tetapi juga dirancang untuk menghasilkan perubahan perilaku yang berkelanjutan melalui peningkatan literasi keuangan digital, kemampuan pengelolaan usaha, dan pemanfaatan layanan keuangan formal.

Analisis Stakeholder

Dalam pendekatan SROI, *stakeholder* merupakan pihak yang mengalami perubahan akibat pelaksanaan program. Hasil identifikasi menunjukkan terdapat enam kelompok *stakeholder* utama sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. *Stakeholder* Program CSV.

<i>Stakeholder</i>	<i>Peran</i>	<i>Outcome</i>
Pemilik Warung Kopi	Penerima manfaat utama	Peningkatan literasi bisnis
Pelaku UMKM	Peserta pelatihan	Peningkatan keamanan transaksi QRIS
PT Bank Rakyat Indonesia	Penyelenggara	Peningkatan <i>awareness</i> layanan QRIS dan BRILink
Universitas Airlangga	Mitra akademik	Penguatan pengabdian masyarakat
Panitia	Pelaksana kegiatan	Peningkatan kompetensi organisasi
Penyedia Lokal	Penyedia barang dan jasa	Peningkatan aktivitas ekonomi lokal

Hasil identifikasi menunjukkan bahwa pemilik warung kopi dan pelaku UMKM merupakan *stakeholder* yang menerima manfaat terbesar karena mengalami peningkatan kapasitas dalam aspek manajemen usaha, keamanan transaksi digital, dan akses terhadap layanan keuangan.

Analisis Theory of Change

Theory of Change digunakan untuk menggambarkan hubungan sebab-akibat antara investasi program dengan perubahan yang dihasilkan.

Input: (a) Dana program; (b) Narasumber; (c) Modul pelatihan; (d) Panitia; serta (e) Sarana pelatihan.

Activity: (a) Edukasi Manajemen Bisnis; (b) Pelatihan QRIS; (c) Edukasi Pencegahan Phishing; serta (d) Sosialisasi Agen BRILink.

Output: (a) Peserta mengikuti pelatihan; (b) Materi tersampaikan; serta (c) Diskusi dan konsultasi

Outcome: (a) Literasi bisnis meningkat; (b) Pemahaman QRIS meningkat; (c) Risiko phishing menurun; serta (d) Pemahaman BRILink meningkat.

Impact: (a) Peningkatan daya saing UMKM; (b) Inklusi keuangan meningkat; serta (c) Peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Theory of Change menunjukkan bahwa manfaat program tidak berhenti pada peningkatan pengetahuan, tetapi berpotensi menghasilkan perubahan perilaku dan dampak ekonomi jangka panjang.

Analisis Input-Output-Outcome-Impact

Tabel 2. *Input-Output-Outcome-Impact.*

Komponen	Hasil
Input	Dana Rp4.970.200, narasumber, panitia, materi pelatihan
Output	Pelaksanaan edukasi dan sosialisasi
Outcome	Literasi bisnis meningkat, keamanan QRIS meningkat, peluang usaha BRILink meningkat
Impact	Peningkatan produktivitas UMKM dan inklusi keuangan

Analisis menunjukkan bahwa setiap komponen saling berkaitan dan menjadi dasar dalam proses monetisasi manfaat menggunakan metode SROI.

Analisis Financial Proxy

Financial proxy digunakan untuk mengubah manfaat non-finansial menjadi nilai moneter.

Tabel 3. Financial Proxy.

Outcome	Financial Proxy	Justifikasi
Literasi bisnis	Biaya pelatihan UMKM	Setara pelatihan bisnis
Keamanan QRIS	Pelatihan keamanan digital	Nilai mitigasi risiko
Pemahaman BRILink	Konsultasi usaha	Biaya pendampingan
Penurunan phishing	Cost avoidance	Potensi kerugian yang dapat dihindari
Reputasi BRI	Nilai publikasi	Eksposur positif
Aktivitas ekonomi lokal	Nilai transaksi lokal	Pengeluaran selama kegiatan

Financial proxy dipilih berdasarkan pendekatan *replacement cost*, *market value*, dan *cost avoidance* sehingga manfaat sosial dapat dikonversi menjadi nilai ekonomi yang dapat diukur.

Perhitungan Social Return on Investment

Total investasi program adalah:

$$\text{Value of Input} = \text{Rp4.970.200}$$

Sedangkan total manfaat sosial setelah dilakukan penyesuaian melalui *deadweight*, *attribution*, dan *drop-off* adalah:

$$\text{Present Value of Benefit} = \text{Rp29.463.805}$$

Perhitungan SROI dilakukan menggunakan persamaan:

$$SROI = \frac{\text{Present Value of Benefit}}{\text{Total Value of Input}} \quad \dots (ii)$$

$$SROI = \frac{Rp29.463.805}{Rp4.970.200} = 5,93$$

Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap investasi sebesar Rp1,00 menghasilkan manfaat sosial sebesar Rp5,93.

Analisis Sensitivitas

Untuk mengetahui kestabilan hasil, dilakukan tiga skenario analisis.

Skenario	Rasio SROI
Optimistis	6,48
Moderat	5,93
Konservatif	4,85

Pada seluruh skenario, rasio SROI tetap lebih besar dari satu. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat sosial program tetap lebih tinggi dibandingkan investasi yang dikeluarkan meskipun menggunakan asumsi yang lebih konservatif.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan *Corporate Shared Value* yang diterapkan melalui edukasi manajemen bisnis, QRIS, pencegahan *phishing*, dan BRILink mampu menghasilkan manfaat sosial yang signifikan bagi pelaku UMKM. Peningkatan literasi bisnis dan literasi keuangan digital menjadi *outcome* utama yang memberikan kontribusi terbesar terhadap nilai sosial program.

Temuan ini mendukung penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa digitalisasi pembayaran melalui QRIS dapat meningkatkan efisiensi operasional UMKM, memperluas akses pasar, dan mendorong inklusi keuangan. Selain itu, pendekatan SROI memberikan gambaran yang lebih komprehensif dibandingkan evaluasi berbasis *output* karena memperhitungkan manfaat yang diterima oleh seluruh *stakeholder*.

Nilai SROI sebesar 5,93 : 1 menunjukkan bahwa program tidak hanya memberikan manfaat bagi peserta, tetapi juga menghasilkan nilai strategis bagi BRI melalui peningkatan *awareness* layanan QRIS dan BRILink serta penguatan implementasi *Corporate Shared Value*. Hasil ini mengindikasikan bahwa investasi sosial yang dilakukan memiliki tingkat efektivitas yang tinggi dan layak untuk direplikasi pada komunitas UMKM lainnya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan mengukur nilai sosial yang dihasilkan dari Program Edukasi Manajemen Bisnis, *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), Pencegahan *Phishing* QRIS, dan Peluang Menjadi Agen BRILink yang merupakan implementasi *Corporate Shared Value* (CSV) PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. bagi pemilik warung kopi dan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pengukuran dilakukan menggunakan metode *Social Return on Investment* (SROI) melalui tahapan identifikasi *stakeholder*, penyusunan *Theory of Change*, analisis *input-output-outcome-impact*, penentuan *financial proxy*, serta penyesuaian menggunakan *deadweight*, *attribution*, dan *drop-off*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi manajemen bisnis, pemahaman penggunaan QRIS yang aman, peningkatan kesadaran terhadap risiko *phishing*, serta peningkatan pengetahuan mengenai peluang usaha sebagai Agen BRILink. Selain memberikan manfaat langsung kepada peserta, program juga menghasilkan manfaat tidak langsung berupa peningkatan reputasi penyelenggara, penguatan kolaborasi antara dunia perbankan dan perguruan tinggi, serta peningkatan aktivitas ekonomi lokal.

Berdasarkan hasil analisis, total investasi program sebesar Rp4.970.200 menghasilkan *Present Value of Benefit* sebesar Rp29.463.805, sehingga diperoleh rasio SROI sebesar 5,93 : 1. Rasio tersebut menunjukkan bahwa setiap investasi sebesar Rp1,00 mampu menghasilkan nilai sosial dan ekonomi sebesar Rp5,93. Nilai ini mengindikasikan bahwa program memiliki efektivitas investasi sosial yang tinggi dan mampu menciptakan manfaat yang jauh melebihi biaya yang dikeluarkan.

Secara teoritis, penelitian ini memperkuat penerapan konsep *Corporate Shared Value* sebagai strategi yang mampu mengintegrasikan penciptaan nilai ekonomi dengan penciptaan nilai sosial melalui program pemberdayaan masyarakat. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa metode *Social Return on Investment* dapat digunakan sebagai pendekatan yang komprehensif untuk mengevaluasi dampak program karena tidak hanya mengukur keluaran (*output*), tetapi juga perubahan (*outcome*) dan dampak (*impact*) yang diterima oleh para pemangku kepentingan.

Secara praktis, hasil penelitian memberikan implikasi bahwa pendekatan CSV yang dipadukan dengan pengukuran SROI dapat menjadi dasar bagi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. dalam mengevaluasi efektivitas program tanggung jawab sosial perusahaan yang berorientasi pada pemberdayaan UMKM. Model program ini juga memiliki potensi untuk direplikasi pada komunitas usaha lainnya sebagai bagian dari strategi peningkatan inklusi keuangan, transformasi digital, dan pengembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Implikasi Praktis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Program Edukasi Manajemen Bisnis, *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), Pencegahan *Phishing* QRIS, dan Peluang Menjadi Agen BRILink memberikan manfaat sosial dan ekonomi yang signifikan bagi pelaku UMKM. Nilai *Social Return on Investment* (SROI) sebesar 5,93 : 1 menunjukkan bahwa setiap investasi sebesar Rp1,00 mampu menghasilkan nilai sosial sebesar Rp5,93. Temuan ini memberikan beberapa implikasi praktis bagi berbagai pemangku kepentingan.

Implikasi bagi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

Hasil penelitian membuktikan bahwa pendekatan *Corporate Shared Value* (CSV) mampu menciptakan manfaat yang terukur bagi masyarakat sekaligus mendukung pencapaian tujuan bisnis perusahaan. Program edukasi yang mengintegrasikan manajemen bisnis, literasi keuangan digital, keamanan transaksi QRIS, dan peluang usaha melalui Agen BRILink tidak hanya meningkatkan kapasitas pelaku UMKM, tetapi juga memperkuat ekosistem layanan keuangan digital BRI.

Oleh karena itu, metode *Social Return on Investment* (SROI) dapat dijadikan sebagai salah satu indikator utama dalam mengevaluasi efektivitas program CSV. Penggunaan SROI memungkinkan perusahaan mengukur manfaat sosial secara kuantitatif sehingga keputusan mengenai pengembangan, replikasi, maupun alokasi anggaran program dapat dilakukan secara lebih objektif dan berbasis bukti (*evidence-based decision making*).

Implikasi bagi Pelaku UMKM

Program edukasi memberikan kontribusi terhadap peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola usaha, memahami penggunaan QRIS secara aman, serta mengenali risiko transaksi digital seperti *phishing*. Selain itu, informasi mengenai peluang menjadi Agen BRILink membuka alternatif sumber pendapatan baru melalui layanan *branchless banking*. Dengan meningkatnya kompetensi tersebut, pelaku UMKM memiliki peluang yang lebih besar

untuk meningkatkan daya saing usaha, memperluas akses pasar, serta memperkuat ketahanan usaha dalam menghadapi transformasi digital.

Implikasi bagi Perguruan Tinggi

Kolaborasi antara perguruan tinggi dan sektor perbankan menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat menghasilkan dampak yang terukur apabila dirancang berdasarkan kebutuhan masyarakat dan dievaluasi menggunakan metode yang sistematis. Penerapan metode SROI memberikan peluang bagi perguruan tinggi untuk mengembangkan model evaluasi pengabdian masyarakat yang tidak hanya berorientasi pada jumlah kegiatan, tetapi juga pada nilai sosial yang dihasilkan.

Implikasi bagi Pemerintah dan Regulator

Hasil penelitian mendukung kebijakan pemerintah dan Bank Indonesia dalam memperluas inklusi keuangan serta meningkatkan adopsi pembayaran digital melalui QRIS. Program edukasi yang dikombinasikan dengan peningkatan literasi keuangan digital dapat menjadi salah satu strategi untuk mempercepat transformasi digital UMKM sekaligus meminimalkan risiko kejahatan siber. Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah, perbankan, perguruan tinggi, dan komunitas usaha perlu terus diperkuat agar dampak program dapat menjangkau lebih banyak pelaku UMKM.

SARAN

Terdapat beberapa saran terkait penelitian selanjutnya, yaitu: (1) PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. disarankan untuk memperluas implementasi program CSV pada komunitas UMKM di berbagai daerah dengan mempertahankan pendekatan edukasi yang terintegrasi antara manajemen bisnis, literasi keuangan digital, dan keamanan transaksi elektronik; (2) Program lanjutan perlu dilengkapi dengan kegiatan pendampingan pascapelatihan (*post-training mentoring*) sehingga perubahan perilaku peserta dapat dipantau dan dampak jangka panjang program dapat diukur secara lebih akurat; (3) Pengukuran dampak sosial pada penelitian berikutnya disarankan menggunakan data longitudinal dengan periode pemantauan minimal 6–12 bulan setelah pelaksanaan program, sehingga estimasi *outcome*, *deadweight*, *attribution*, dan *drop-off* didasarkan pada perubahan yang benar-benar terjadi; serta (4) Penelitian selanjutnya dapat membandingkan nilai SROI dari berbagai program CSV di sektor perbankan atau pada jenis UMKM yang berbeda untuk memperoleh model pemberdayaan yang lebih efektif dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, F. (2025). Evaluating Social Return on Investment (SROI) in a Corporate Social Responsibility Program for Riverside SMEs in Post-Pandemic Indonesia. *Journal of Innovation and Sustainable Business Development*.
- Bank Indonesia. (2022). *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025*. Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2024). *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS): Statistik dan Implementasi QRIS*. Bank Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Indonesia 2024*. Badan Pusat Statistik.
- Ekawati, R., Prasetyo, A. D., & Suesilowati. (2025). Social Return on Investment (SROI) Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) BUMN Tahun 2024. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(2).
- International Organization for Standardization. (2018). *ISO 26000: Guidance on Social Responsibility*. ISO.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2024). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Tahun 2024*. Kementerian Koperasi dan UKM.
- Krlev, G., Münscher, R., & Mülbert, K. (2013). *Social Return on Investment (SROI): State-of-the-Art and Perspectives – A Meta-Analysis of Practice in Social Return on Investment Studies Published 2002–2012*. Centre for Social Investment, University of Heidelberg.
- Maheswari, A. H. S. (2023). *Analysis and Improving the Implementation of Corporate Shared Value of PT Bank Rakyat Indonesia Tbk from “Pengusaha Muda BRILiaN” Program* (Master's thesis, Institut Teknologi Bandung).
- Millar, R., & Hall, K. (2013). Social Return on Investment (SROI) and performance measurement. *Public Management Review*, 15(6), 923–941.
- Nicholls, J., Lawlor, E., Neitzert, E., & Goodspeed, T. (2012). *A Guide to Social Return on Investment*. The Cabinet Office & Social Value UK.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). *OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2023*. OECD Publishing.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1–2), 62–77.
- Pratono, A. H., Suyanto, Marciano, D., & Zurbrügg, C. (2017). Social return on investment for community-based enterprise. *The Hong Kong Journal of Social Work*, 51(1–2), 93–114.
- PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. (2024). *Laporan Tahunan 2024*. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.
- PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. (2024). *Laporan Keberlanjutan 2024*. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.
- Social Value International. (2021). *Social Value Principles*. Social Value International.

Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Sage Publications.