

Akuntansi Sosial: *Social Return On Investment* (SROI) Sebagai Wujud Instrumen Dalam Menilai Dampak Dan Keberlangsungan Bisnis

Audito Aji Anugrah*

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ma Chung
audito.aji@machung.ac.id

***)Audito Aji Anugrah**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membahas proses *Social Return On Investment* (SROI) sebagai wujud perspektif akuntansi sosial. Penelitian ini memberikan kerangka sudut pandang terkait dengan *Social Return on Investment* (SROI) sebagai salah satu instrumen dalam menilai dampak keberlangsungan bisnis serta mengukur dampak aspek sosial dan lingkungan dari aktifitas bisnis. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan interpretasi. Penelitian dilakukan dengan mengumpulkan artikel penelitian, buku serta media elektronik lain dengan topik terkait Akuntansi Sosial. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Social Return On Investment* (SROI) menjalankan peran akuntansi sosial sebagai penghubung bahasa bisnis untuk mengkomunikasikan kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*) terkait aspek sosial dan lingkungan bisnis perusahaan. SROI memiliki keunggulan dalam membantu menilai dan menjelaskan dinamika dampak perubahan aspek sosial dan lingkungan bisnis yang diwujudkan melalui perhitungan Rasio, *Theory of Change* dan *Story of Change*. Oleh karenanya, perusahaan dapat memberikan legitimasi atas bisnis yang dijalankan melalui penerapan SROI terhadap dampak sosial dan lingkungan.

Kata kunci: Akuntansi Sosial, Dampak Sosial, Social Return on Investment, Sustainability Bussiness, Triple Bottom Line.

Abstract

This research aims to discuss the Social Return on Investment (SROI) process as a form of social accounting perspective. This research provides a framework of viewpoints related to Social Return on Investment (SROI) as an instrument in assessing the impact of business sustainability and measuring the impact of social and environmental aspects of business activities. The research method used is qualitative with an interpretive approach. Research was carried out by collecting research articles, books and other electronic media on topics related to Social Accounting. The results of this research show that Social Return On Investment (SROI) plays the role of social accounting as a business language link to communicate to stakeholders regarding the social and environmental aspects of the company's business. SROI has the advantage of helping assess and explain the dynamics of the impact of changes in social aspects and the business environment which are realized through calculating

Ratios, Theory of Change and Story of Change. Therefore, companies can provide legitimacy to the business they run through implementing SROI on social and environmental impacts.

Keywords: *Social Accounting, Social Impact, Social Return on Investment, Sustainability Bussiness, Triple Bottom Line.*

DOI: <https://doi.org/10.32503/akuntansi.v5i2.5871>

Diterima 2 September 2024; Direvisi 25 September 2024; Disetujui 4 Desember 2024

PENDAHULUAN

Bisnis saat ini tidak hanya berorientasi pada profit saja, tetapi juga mempertimbangkan sosial dan lingkungan sebagai bentuk dari menjaga konsistensi keberlangsungan bisnis. Adapun paradigma tersebut memakai sudut pandang dari Tripple Botton Line yang dikemukakan oleh John Elkington yaitu *People, Planet, Before Profit* (Elkington, 1998). Dengan demikian, harapan bisnis mampu menjaga keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan yang menjadi sangat penting dalam menjaga sebuah keberlangsungan usaha (*sustainability business*). Namun, tentunya penerapan tersebut perlu adanya integrasi antara para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholders*) mengemukakan bahwa entitas bisnis tidak dapat beroperasi demi kepentingannya sendiri, tetapi juga harus memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Sesuai dengan definisinya, *stakeholder* memiliki peran krusial dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini karena mereka memiliki kendali atas sumber daya yang vital bagi keberlanjutan perusahaan. Sehingga, perusahaan perlu memelihara hubungan yang baik dengan para pemangku kepentingan dengan memenuhi harapan dan kebutuhan atas apa yang mereka inginkan, terutama dengan para pemangku kepentingan yang memiliki pengaruh besar terhadap ketersediaan sumber daya yang diperlukan dalam operasional perusahaan, seperti tenaga kerja, pelanggan, dan pemilik (Hörisch *et al.*, 2014).

Untuk dapat menjembatani antar para pemangku kepentingan (*stakeholder*), maka akuntansi digunakan sebagai alat komunikasi yang dapat berfungsi sebagai cara untuk melaporkan tanggung jawab sosial organisasi terhadap sumber daya yang digunakannya. Pengukuran dalam akuntansi sering kali berkaitan dengan nilai, namun dalam konteks organisasi sosial, nilai ini mungkin memiliki arti yang berbeda dibandingkan dengan entitas bisnis (Musmini & Sirajudin, 2016). Menurut Sukoharsono (2010), akuntansi tidak hanya berfungsi untuk menghitung pendapatan bisnis atau organisasi, tetapi juga memiliki peran dalam mendisiplinkan masyarakat. Akuntansi mendorong setiap individu untuk lebih peduli terhadap masalah sosial dan lingkungan sehingga muncul bidang keilmuan, yaitu Akuntansi Sosial.

Menurut Gray, *et al.* (1987), Akuntansi Sosial adalah proses penyampaian dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas ekonomi kepada suatu entitas atau kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat dan masyarakat secara menyeluruh. Akuntansi Sosial melibatkan pencatatan dan pelaporan kontribusi bisnis terhadap masyarakat, termasuk dalam dampak sosial seperti pekerjaan, pelatihan, dan sumbangan ke komunitas serta dalam dampak lingkungan seperti emisi karbon,

penggunaan sumberdaya, dan pengelola limbah. Pengukuran dampak sosial yang kredibel dan valid secara eksternal kini sama pentingnya dengan bukti kesehatan keuangan (Nicholls, 2009).

Tujuan utama akuntansi sosial yaitu memberikan informasi yang lebih transparan dan komprehensif kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*) tentang bagaimana kegiatan organisasi mempengaruhi masyarakat dan lingkungan. Akuntansi sosial sering kali digunakan oleh perusahaan yang ingin menunjukkan tanggung jawab sosial mereka dan berkomitmen pada praktik bisnis yang berkelanjutan. Dalam proses pengukuran tersebut dilakukan menggunakan Pendekatan *Social Impact Assesment* (SIA). *Social Impact Assesment* (SIA) telah berkembang menjadi sebuah industri dalam sepuluh tahun terakhir, dan seiring dengan pertumbuhan pasar investasi sosial, penilaian dampak sosial diperkirakan akan terus berkembang (Pathak & Dattani, 2014) melalui SROI. *Social Return on Investment* (SROI) sebagai salah satu instrumen pengukuran dapat digunakan untuk mengevaluasi nilai sosial dan lingkungan yang dihasilkan oleh suatu proyek, program, atau organisasi. Menurut Scholten (2006), SROI merupakan proses untuk memahami, mengukur, dan melaporkan nilai sosial serta lingkungan yang dihasilkan oleh suatu intervensi, program, kebijakan, atau organisasi. SROI mengukur dampak sosial dalam istilah keuangan, memberikan cara untuk menghitung dan mengomunikasikan nilai dari manfaat sosial yang dihasilkan oleh suatu kegiatan.

Setiap perusahaan bertanggung jawab memberikan dukungan terhadap aspek sosial dan lingkungan melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR). Namun, pada praktiknya seringkali pelaporan CSR perusahaan tidak menggunakan instrumen pengukuran dikarenakan pelaporannya hanya sebatas kualitatif. *Social Return on Investment* (SROI) merupakan pengembangan dari perspektif *Cost Benefit Analysis* (CBA) yang dapat menjadi alternatif untuk menjelaskan informasi kepada para pemangku kepentingan. Dengan demikian, perusahaan semakin sadar akan pentingnya implementasi program CSR sebagai bentuk bagian integral dari strategi bisnis mereka (Wijaya *et al.*, 2021).

Melalui SROI perusahaan dapat memberikan sebuah legitimasi bagi bisnisnya yang memberikan informasi kepada para pemangku kepentingan (*stakeholder*) terkait dampak sosial dan lingkungan yang telah diberikan. Saat ini, instrumen tersebut banyak digunakan oleh berbagai para pemangku kepentingan untuk mengevaluasi dampak sosial yang timbul atas aktivitas bisnisnya. Sehingga berdasarkan pembahasan di atas, maka penelitian ini memberikan pandangan terkait dengan Akuntansi Sosial sebagai wujud keilmuan dalam menjelaskan aspek sosial dan lingkungan serta *Social Return on Investment* (SROI) sebagai instrumen pengukuran yang dapat digunakan dalam menjelaskan dampak sosial dan lingkungan.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Legitimasi

Teori legitimasi berfokus pada bagaimana organisasi atau entitas memperoleh dan mempertahankan penerimaan atau dukungan dari masyarakat atau pemangku kepentingan. Suchman (1995) menyatakan bahwa legitimasi merupakan sesuatu yang dimiliki oleh organisasi untuk mempertahankan eksistensinya dalam konteks sosial yang lebih luas. Organisasi harus memenuhi norma, harapan, atau nilai yang diterima

dalam masyarakat untuk dianggap sah. Ghazali & Chariri (2007) mengungkapkan bahwa dasar dari teori legitimasi adalah kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat yang memanfaatkan sumber daya ekonomi yang ada dalam perusahaan tersebut.

Menurut Dowling & Pfeffer (1975), legitimasi merupakan suatu kondisi atau status yang tercipta ketika sistem nilai suatu entitas sejalan dengan sistem nilai yang lebih luas dalam masyarakat di tempat entitas tersebut beroperasi. Apabila terdapat perbedaan, baik yang jelas maupun yang berpotensi muncul, antara kedua sistem nilai tersebut, legitimasi entitas tersebut akan terancam. Dengan demikian, legitimasi dapat dianggap sebagai suatu keuntungan atau sumber daya yang penting bagi perusahaan untuk bertahan dan berkembang secara berkelanjutan.

Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder*)

Teori pemangku kepentingan (*Stakeholder*) pada dasarnya berpendapat bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, tetapi juga berkewajiban memberikan manfaat kepada para pemangku kepentingannya. Dalam hal ini, pemangku kepentingan mencakup pihak-pihak yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan, seperti pemegang saham, kreditor, pemasok, pelanggan, masyarakat, dan pemerintah. Menurut teori pemangku kepentingan, bisnis harus memberikan keuntungan bagi semua pihak yang berkepentingan, termasuk pemegang saham, kreditor, pelanggan, pemasok, pemerintah, masyarakat, analis, dan kelompok lainnya.

Oleh karena itu, kelangsungan hidup perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan dari stakeholder (Ghozali & Chariri, 2007). Pemangku kepentingan atau stakeholder memegang peranan yang sangat penting dalam keberlanjutan jangka panjang perusahaan. Hal ini dikarenakan pihak-pihak yang berkepentingan memiliki kendali atas sumber daya penting yang mendukung kelangsungan industri. Dengan memenuhi kebutuhan dan harapan pemangku kepentingan, sektor ini diharapkan dapat menjaga hubungan yang baik dengan mereka (Hörisch et al., 2014).

Teori Perubahan (*Theory of Change*)

Teori Perubahan (*Theory of Change*) adalah kerangka kerja atau pendekatan yang digunakan untuk merencanakan, mengevaluasi, dan memahami perubahan sosial yang ingin dicapai oleh suatu program atau intervensi. Teori ini menjelaskan bagaimana dan mengapa suatu kegiatan atau serangkaian kegiatan dapat menghasilkan hasil yang diinginkan. Teori perubahan (*Theory of Change*) merupakan sebuah gagasan teori yang muncul dalam konteks meningkatkan teori evaluasi dan praktik di bidang masyarakat (Stein & Valters, 2012). Dengan kata lain, ToC menggambarkan hubungan antara sumber daya yang digunakan, kegiatan yang dilaksanakan, dan hasil yang diharapkan. ToC juga berfungsi untuk menjelaskan mekanisme perubahan yang mendasari intervensi serta menilai apakah perubahan tersebut dapat dipertanggungjawabkan dan berkelanjutan.

Akuntansi Sosial

Akuntansi Sosial merupakan cabang ilmu akuntansi yang bertujuan untuk mengukur, melaporkan, dan menganalisis dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan

sebuah bisnis. Akuntansi Sosial merupakan salah satu cabang keilmuan akuntansi yang berfokus pada isu-isu sosial yang ada didalam akuntansi yang tidak dijelaskan secara mendetail oleh akuntansi keuangan. Menurut Mook (2013) Akuntansi sosial adalah analisis sistematis mengenai dampak suatu organisasi terhadap komunitas yang berkepentingan atau pemangku kepentingan, dengan masukan pemangku kepentingan sebagai bagian dari data yang dianalisis untuk laporan akuntansi. Akuntansi sosial muncul sebagai respons terhadap kekhawatiran mengenai keterbatasan akuntansi keuangan konvensional. Akuntansi keuangan konvensional hanya menjelaskan dari sudut pandang internal saja dan bersifat anshif keuangan dan tidak menjelaskan terkait dengan aspek sosial dan lingkungan. Akuntansi sosial merupakan proses yang mencakup pemilihan variabel, ukuran, dan prosedur untuk mengevaluasi kinerja sosial dalam perusahaan. Secara sistematis, proses ini memungkinkan perusahaan untuk menghasilkan informasi yang digunakan dalam mengevaluasi kinerja sosial perusahaan serta memberikan informasi kepada kelompok sosial yang berkepentingan, baik didalam internal perusahaan maupun pihak luar eksternal perusahaan (Riahi, 2011).

Social Return on Investment (SROI)

Social Return on Investment (SROI) merupakan sistem kerangka yang mengukur dan memperhitungkan nilai lebih luas yang diciptakan oleh suatu organisasi, proyek, atau program, lebih dari sekadar keuntungan finansial. Hal ini memperhitungkan dampak sosial, lingkungan hidup, dan ekonomi yang dihasilkan dari suatu investasi atau kegiatan, dan menerjemahkan dampak tersebut ke dalam nilai moneter untuk menunjukkan nilai keseluruhannya. Kerangka kerja SROI pertama kali dikembangkan oleh *Roberts Enterprise Development Fund* (REDF) pada tahun 1996, dan sejak itu mengalami revisi bertahap terhadap metodologi aslinya (Emerson & Cabaj, 2000).

Revisi atas SROI telah menghasilkan penggabungan metodologi SROI asli REDF (sebagai alat pengukuran dampak sosial) dengan prinsip-prinsip serta proses yang umum digunakan dalam evaluasi ekonomi dan pengukuran laba atas investasi finansial. Hal ini bertujuan untuk menciptakan kerangka kerja yang dapat menangkap dampak intervensi secara lebih luas, mencakup aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan (Rotheroe & Richards, 2007). Tujuan SROI adalah untuk memberikan pemahaman komprehensif tentang bagaimana suatu intervensi atau investasi memberikan kontribusi kepada masyarakat secara keseluruhan, membantu pemangku kepentingan membuat keputusan berdasarkan nilai sebenarnya yang dihasilkan. Tujuan dari hal ini adalah untuk mengurangi kesenjangan dan kerusakan lingkungan, meningkatkan kesejahteraan melalui pertimbangan biaya dan manfaat sosial, lingkungan, ekonomi (Nicholls *et al*, 2012).

Berdasarkan SROI Networks (2012) dalam mengimplementasikan *Social Return on Investment* (SROI) terdapat beberapa langkah yang harus diijalankan. Adapun tahapannya antara lain sebagai berikut:

1. *Establishing Scope and Identifying Stakeholders* – Menentukan ruang lingkup dan mengidentifikasi pemangku kepentingan
2. *Mapping Outcomes* – Memetakan hasil
3. *Evidencing Outcomes and then Availability* – Membuktikan hasil dan memberinya nilai

4. *Establishing Impact* - Membangun dampak
5. *Calculating the SROI* – Menghitung *Social Return on Investment*
6. *Reporting and Embedding* – Pelaporan dan Penyematan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan interpretatif tinjauan literatur. Data yang digunakan merupakan data sekunder. Data sekunder diperoleh melalui teknik dokumentasi dari berbagai literatur terkait. Penelitian ini dilakukan dalam beberapa tahapan, dimulai dengan pencarian topik, analisis terstruktur, dan penarikan kesimpulan terkait topik tersebut. Pada tahap pertama, penelitian akan difokuskan pada pencarian dan pemilihan data sebanyak mungkin dari artikel, buku, serta berbagai media elektronik lain yang relevan dengan topik penelitian. Tahap kedua melibatkan analisis mendalam terhadap informasi yang diperoleh, mengubahnya dari bentuk umum menjadi informasi spesifik yang dapat menjawab pertanyaan penelitian. Pada tahap ketiga, peneliti akan menarik kesimpulan berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis pada tahap-tahap sebelumnya

HASIL PENELITIAN

Social Return on Investment memiliki keunggulan dibandingkan dengan Pengukuran Dampak Sosial lainnya. Beberapa peneliti telah membandingkan SROI dengan alat pengukuran dampak sosial yang lain seperti *Social Accounting and Auditing* (SAA) dan *Global Reporting Initiative* (GRI). Mereka memberi *highlight* bahwa SROI satu satunya metodologi yang dapat menangkap perubahan melampaui keseluruhan spectrum teori perubahan (*theory of change*) (*input-impact*) dan menyajikan rasio yang termonetise (Zappalà & Lyons, 2009).

Jika dibandingkan dengan alat evaluasi ekonomi tradisional menggunakan *Cost Effectiveness Analysis* (CEA), *Cost Utility Analysis* (CUA) dan *Cost Benefit Analysis* (CBA) bahwa SROI digambarkan sebagai perluasan dari *Cost Benefit Analysis* (CBA) untuk mencakup aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan yang lebih luas (Arvidson *et al*, 2010). Sehingga pengukuran yang dilakukan merupakan pengukuran komprehensif. SROI mampu mengkonversi dampak sosial menjadi nilai ekonomi yang diukur. Sehingga dapat memberikan solusi bagi para pemangku kepentingan untuk lebih memahami dan membandingkan berbagai dampak sosial dengan cara yang terstruktur dan detail (Millar & Hall, 2013).

Item	<i>Cost Utility Analysis</i> (CUA)	<i>Cost Effectiveness Analysis</i> (CEA)	<i>Cost Benefit Analysis</i> (CBA)	<i>Social Return on Investment</i> (SROI)
Tujuan	Untuk membandingkan biaya dan dampak dari berbagai alternatif didalam konteks yang sama	Untuk membandingkan biaya dan dampak dari berbagai alternatif didalam konteks yang sama	Untuk menentukan apakah suatu intervensi layak untuk diinvestasikan.	Untuk menentukan apakah suatu intervensi layak untuk diinvestasikan.

Nilai Moneter	Nilai Moneter	Nilai Moneter	Nilai Moneter	Nilai Moneter
Analisis hasil Keluaran	<i>Incremental Cost-Effectiveness Ratio (ICER)</i>	<i>Incremental Cost-Effectiveness Ratio (ICER)</i>	<i>Benefit-Cost Ratio (BCR)</i> <i>Economic Internal Rate of Return (EIRR)</i> <i>Net Present Value (NPV)</i> <i>Break-even point (BEP)</i>	<i>Social Return on Investment Ratio (SROI)</i> <i>Net Present Value (NPV)</i> <i>Payback Period</i>
Keterlibatan Para Pemangku Kepentingan	Tidak	Tidak	Tidak	Iya
Teori Perubahan (Theory of Change)	Tidak	Tidak	Tidak	Iya
Interpretasi hasil	Intervensi dengan hasil ratio <i>cost-effectiveness</i> tinggi lebih baik	Intervensi dengan hasil ratio <i>cost-effectiveness</i> tinggi lebih baik	Hasil <i>Benefit-Cost Ratio (BCR)</i> > 1 adalah investasi yang bermanfaat	Hasil SROI Ratio > 1 adalah investasi yang bermanfaat
Fokus Relevansi	Menetapkan prioritas dan mengalokasikan sumberdaya	Menetapkan prioritas dan mengalokasikan sumberdaya	Menetapkan prioritas dan mengalokasikan sumberdaya	Menetapkan prioritas Mengalokasikan sumberdaya Membangun hubungan pemangku kepentingan Rerangka Akuntabilitas dan Alat Manajemen

Sumber Data: Diolah dari Arvidson, *et al* (2010)

Fokus SROI adalah mengungkapkan manfaat sosial dalam bentuk nilai moneter. Untuk mencapai tujuan ini, mereka sering menggunakan proksi untuk mengukur perubahan sosial yang positif. Namun, hal ini juga dapat menimbulkan dampak negatif. Proksi finansial ini bertujuan untuk mengungkapkan eksternalitas positif dari berbagai aktivitas dalam bentuk moneter. Proksi dampak dapat terkait dengan manfaat bagi individu (Arvidson *et al*, 2013)

The report claims that SROI is “more than just a number” and is “a story of change, on which to base decisions, that includes case studies and qualitative information [...] (SROI Networks, 2011)

Dengan pernyataan dari *SROI Networks* maka dapat disimpulkan bahwa SROI tidak hanya mengukur dampak finansial tetapi juga dampak sosial dan lingkungan. Sehingga dapat mengukur secara komprehensif. Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa SROI dapat memberikan bukti konkrit tentang dampak sosial yang dihasilkan. Sehingga melalui instrumen SROI dapat menyajikan data sebagai bahan untuk membuat keputusan terkait dengan strategi bisnis, investasi dan program sosial yang dijalankan oleh perusahaan.

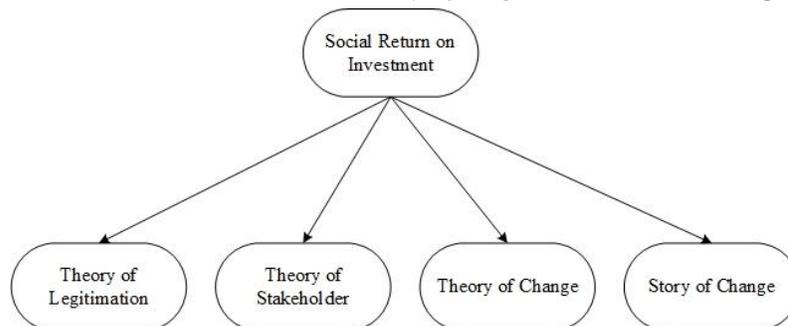
Instrumen SROI tidak hanya berfokus memberikan dampak jangka pendek akan tetapi juga membantu perusahaan untuk dapat melihat dan memberikan dampak jangka panjang dari aktivitas mereka. Hal tersebut penting, agar perusahaan dapat memastikan keberlanjutan dan relevansi dari program yang dijalankan. Sehingga akan berdampak kepada perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya secara efisien dan memastikan upaya perusahaan dalam memberikan hasil yang maksimal.

PEMBAHASAN

SROI sebagai Wujud Instrumen Akuntansi Sosial dan Pendekatan Teoritis Keberlanjutan Bisnis

Akuntansi sosial muncul dari kritik terhadap keterbatasan akuntansi keuangan, terutama terkait dengan jangkauan item yang diperhitungkan, yang umumnya terbatas pada item dengan nilai numerik yang ditentukan (non-monetisasi). Akuntansi keuangan tradisional cenderung hanya fokus pada pemegang saham (*shareholders*) dan penyedia pembiayaan lainnya, sementara mengabaikan pemangku kepentingan lainnya seperti karyawan, pengguna atau konsumen layanan, masyarakat, pemerintah, relawan, dan anggota organisasi (Richmond *et al.*, 2003).

Social Return on Investment (SROI) sebagai salah satu instrumen dalam Akuntansi Sosial memberikan sudut pandang dari berbagai perspektif atas aktivitas kepada aspek sosial dan lingkungan. SROI dirancang untuk membantu memahami, mengelola, dan laporan tentang nilai sosial dan ekonomi yang dihasilkan oleh suatu organisasi. (REDF, 2021). Instrumen SROI dapat menjadi pen jembatan dalam menjelaskan beberapa Teori dalam konteks keberlanjutan (*sustainability*) antara lain *Theory of Change* (Teori Perubahan), *Story of Change* (Cerita Perubahan), *Theory of Stakeholder* (Teori Stakeholder) dan *Theory of Legitimation* (Teori Legitimasi).



Gambar 1. SROI sebagai Wujud Instrumen dalam Menjelaskan Fenomena Teori

Hubungan SROI dan Teori Legitimasi (*Theory of Legitimation*)

Teori Legitimasi (*Theory of Legitimation*) merupakan teori pertama kali dikemukakan oleh Dowling & Pfeffer (1975) dengan menyatakan demikian

“The concept of legitimacy is important in analyzing the relationships between organizations and their environments. Legitimacy provides a linkage between the organizational and societal level of analysis” (Dowling & Pfeffer, 1975).

Teori legitimasi merupakan konsep yang kini menjadi perhatian bagi perusahaan untuk menciptakan hubungan antara perusahaan dengan lingkungannya. Melalui legitimasi perusahaan dapat memberikan analisis hubungan antara perusahaan dan masyarakat. Tujuan adanya legitimasi yaitu menjaga dukungan publik, meningkatkan reputasi, dan membangun kepercayaan yang diperlukan untuk kelangsungan jangka panjang.

“Legitimacy can be assessed by an examination of the values and norms prevalent in a society” (Downling & Pffefer, 1975)

Perspektif Teori Legitimasi memberikan gambaran bahwa perusahaan beroperasi sesuai dengan norma, nilai dan harapan dari masyarakat dalam mempertahankan legitimasi sosial. Legitimasi tersebut penting, agar dapat mendukung keberlangsungan bisnis dan memperkuat hubungan dengan para pemangku kepentingan lainnya. SROI sebagai salah satu alat yang digunakan dalam mengukur dampak sosial dan lingkungan memainkan peran dalam proses legitimasi atas capaian dari perusahaan.

“SROI facilitating strategic discussions and helping you understand and maximise the social value an activity creates” (Nicholls et al, 2012).

Hubungan antara SROI dan Teori Legitimasi terletak pada bagaimana sebuah perusahaan atau organisasi berupaya dalam mendapatkan, memelihara dan memperkuat legitimasi sosial kepada para pemangku kepentingan SROI sebagai sebuah instrumen dapat membantu mengkomunikasikan nilai sosial yang dihasilkan dari aktivitas bisnis perusahaan. Sehingga perusahaan dapat mengkomunikasikan kontribusi positif kepada masyarakat. Dengan menunjukkan dampak positif melalui instrumeb SROI, perusahaan dapat memperkuat legitimasi sosial mereka, membuktikan bahwa mereka memenuhi harapan dan nilai-nilai yang dipegang oleh masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya.

Hubungan SROI dan Teori Pemangku Kepentingan (*Theory of Stakeholder*)

Perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional bisnisnya tentunya berelasi dengan berbagai pemangku kepentingan. Hal tersebut diungkapkan oleh Freeman pada tahun (1984) yang mana mendefinisikan bahwa pemangku kepentingan didefinisikan sebagai organisasi, kelompok, atau individu yang dapat mempengaruhi tujuan suatu organisasi. Secara spesifik Freeman mendetailkan (2010):

“The stakeholders concept was originally defined as “those groups without whose support the organizations would cease to exist. The list of stakeholders originally included shareowners, employees, customers, suppliers, lenders and society” (Freeman, 2010).

Dalam konteks pada teori pemangku kepentingan (*stakeholders*) menunjukkan bahwa entitas perusahaan bukan merupakan sebuah entitas yang memiliki orientasi beroperasi untuk kepentingannya saja. Namun juga memberikan manfaat kepada para pemangku kepentingan yang terlibat. Melalui Instrumen SROI, perusahaan dapat lebih mudah untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi berbagai pemangku kepentingan (*stakeholders*). SROI membantu perusahaan memahami dan memenuhi kebutuhan serta harapan berbagai pemangku kepentingan dengan mengevaluasi dampak sosial dari kegiatan para pemangku kepentingan.

“The SROI framework is based on important principles such as stakeholder engagement, which encourages organisations to communicate with those affected by their work and those who are funding it”. (Nicholls et al, 2012)

Teori pemangku kepentingan (*stakeholders*) berfokus pada bagaimana cara memahami dan memenuhi kebutuhan serta harapan berbagai pihak yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan. Perspektif teori ini menekankan bahwa keberhasilan organisasi tidak hanya diukur pada sudut pandang keuntungan finansial, namun juga bagaimana perusahaan dapat berinteraksi dan mempengaruhi para pemangku kepentingan. Sehingga SROI merupakan alat konkret untuk memenuhi prinsip-prinsip teori *stakeholder* dalam mengelola dan melaporkan dampak organisasi terhadap pemangku kepentingan.

SROI menyediakan cara untuk mengukur dampak yang dihasilkan oleh aktivitas organisasi dari sudut pandang sosial dan lingkungan, bukan hanya finansial saja, sehingga memperjelas kontribusi organisasi terhadap para pemangku kepentingan dan membantu perusahaan untuk lebih transparan dalam menunjukkan kepada pemangku kepentingan bagaimana kontribusi positif perusahaan. Perusahaan dapat menyampaikan hasil dan manfaat yang diperoleh dari kegiatan mereka dengan cara yang terukur dan dapat dipahami oleh para pemangku kepentingan. Hal ini meningkatkan akuntabilitas dan memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan. Dengan memahami dan menunjukkan dampak positif melalui SROI, perusahaan dapat meningkatkan dukungan, kepercayaan, dan loyalitas dari berbagai pihak yang terlibat.

Hubungan SROI dan Teori Perubahan (*Theory of Change*)

Teori Perubahan merupakan sebuah teori yang muncul untuk menangkap sebuah perubahan atas adanya proses intervensi. Teori ini menjelaskan sebuah proses di mana perubahan terjadi pada individu, kelompok, dan komunitas (Funnell & Rogers, 2011). Teori Perubahan (*Theory of Change*) adalah konsep teoretis yang muncul dalam upaya memperbaiki teori evaluasi serta praktik di bidang masyarakat (Stein & Valters, 2012). Teori ini menyediakan kerangka konseptual untuk merencanakan dan memahami bagaimana perubahan akan terjadi.

Teori ini dapat dipandang sebagai metode untuk menggambarkan rangkaian bukti yang menjelaskan tahapan serta hubungan antara tujuan jangka panjang, aktivitas, dan dampak program. Untuk menggunakan model ini menggunakan model Logika (*Logic Model*). Menurut Silalahi *et al* (2018), *Logic Model* terdiri dari lima komponen antara lain yaitu masukan (*input*), aktivitas (*intervensi*), keluaran (*output*), manfaat (*outcome*), dampak (*impact*). SROI juga menggunakan perhitungan Teori Perubahan sebagai salah satu kerangka untuk menjelaskan nilai moneter. SROI dapat memanfaatkan informasi dari Teori Perubahan untuk menilai seberapa efektif suatu intervensi dalam mencapai hasil yang diinginkan. SROI mengukur dan menilai seberapa baik perubahan terwujud dari nilai sosial yang dihasilkan.

“The problem is that for many organisations the strategic objective served by the SROI analysis is resource allocation, and so there is an inevitability (acknowledged by the SROI network as well) that SROI ratios will be used in a comparative context, even though the recommendation is that any comparison should only be based on the full analysis entailed by the framework– engaging stakeholders, understanding what should be measured and constructing a theory of change” (SROI Networks, 2012)

SROI menggunakan informasi dari Teori Perubahan (*Theory of Changes*) untuk mengukur seberapa efektif intervensi tersebut dalam mencapai hasil yang diinginkan melalui pemetaan dampak dan proses. Instrumen tersebut mengevaluasi dampak sosial dari program dengan menilai hasil yang diperoleh berdasarkan asumsi dan langkah-langkah yang diuraikan dalam Teori Perubahan. Dengan membandingkan hasil yang diharapkan dengan hasil aktual, SROI dapat menilai seberapa besar nilai sosial yang dihasilkan oleh program atau inisiatif sehingga memiliki keterhubungan antara keluaran (*output*) dan hasil (*outcomes*).

“The SROI framework is built on a theory of change model and a commitment to valuing and monetizing outcomes”. (Davies *et al.*, 2019).

Teori Perubahan membantu dalam merancang indikator dan metode evaluasi yang diperlukan untuk menilai apakah hasil yang diharapkan tercapai. Hal tersebut merupakan dasar untuk evaluasi yang lebih mendalam. SROI mengandalkan indikator dan informasi dari Teori Perubahan untuk mengevaluasi dampak dan menghitung pengembalian sosial atas investasi. Instrumen tersebut mengukur nilai sosial yang dihasilkan dengan cara yang terstruktur dan dapat diukur, berdasarkan informasi yang disediakan. Teori Perubahan menyediakan narasi yang menjelaskan bagaimana dan mengapa perubahan akan terjadi, serta bagaimana program akan mencapai hasil yang diinginkan. SROI menyajikan data kuantitatif dan kualitatif tentang dampak sosial yang dihasilkan. Ini meningkatkan transparansi dan akuntabilitas kepada pemangku kepentingan.

Hubungan SROI dan Kisah Perubahan (*Story of Change*)

Kisah perubahan (*Story of Change*) merupakan sebuah proses dalam membantu perusahaan dapat menjelaskan aktivitas yang mereka lakukan dan memberikan fokus

informasi yang diinginkan. Menurut Edmonds (2018), *Story of Change* bertujuan untuk menggambarkan bagaimana suatu proyek atau program berhasil membawa perubahan dalam kehidupan para penerima manfaat. Sehingga dapat membantu menjelaskan bagaimana hasil yang diharapkan dicapai melalui langkah-langkah dan asumsi tertentu. Kisah Perubahan mengaitkan hasil yang diukur dengan proses yang telah dilakukan, sehingga hasil pengukuran dapat dipahami dalam konteks bagaimana dan mengapa dampak tersebut terjadi.

“Stories of change are similar to case studies. However, they are always focused on change. Stories of change usually attempt to show how a project or programme has contributed to change within the lives of its targeted beneficiaries, or to other forms of change such as policy or organisational change” (INTRAC, 2024)

Metode ini menangkap kisah-kisah nyata tentang perubahan yang dialami dan mendokumentasikan dinamika pengetahuan dari para penerima manfaat program, dengan menempatkan mereka sebagai elemen penting dalam pelaksanaan program. Selain itu, Cerita Perubahan juga menggambarkan sinergi antara implementor program dan pemangku kepentingan. Pendekatan ini adalah sebuah cara yang menarik dalam melibatkan pemangku kepentingan dan audiens eksternal dalam memahami kemajuan atau perubahan yang benar terjadi melalui sebuah cerita, dengan menekankan perspektif serta pengalaman langsung dari pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan tersebut.

“Stories of change are a tool to communicate progress and the value of a research project in an accessible way” (NWO, 2017).

Social Return on Investment (SROI) merupakan salah satu instrumen yang digunakan untuk mengkomunikasikan dan memahami dampak dari suatu program atau inisiatif. Selain menghasilkan Angka dari perhitungan Rasio nilai moneter, *Social Return on Investment* (SROI), juga menjelaskan konteks naratif dari hasil rasio yang telah dihitung. Konteks naratif dalam *Social Return on Investment* (SROI) ini memuat kisah perubahan. Kisah Perubahan (*Story of Change*) memberikan konteks naratif yang mendalam untuk hasil yang diukur oleh SROI, sementara SROI memberikan bukti terukur yang mendukung cerita tentang perubahan yang disajikan.

Kisah Perubahan (*Story of Change*) memberikan narasi kualitatif tentang bagaimana suatu intervensi diharapkan membawa perubahan yang mencakup cerita tentang bagaimana proses dan hasil yang diinginkan terjadi, serta bagaimana hasil tersebut mempengaruhi pemangku kepentingan. SROI mengukur dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan dari intervensi dengan menggunakan data kuantitatif dan kualitatif. Kisah Perubahan sering kali digunakan dalam laporan SROI untuk memberikan konteks yang lebih mendalam dan narasi tentang bagaimana dan mengapa dampak tersebut dapat terjadi.

SROI sebagai Instrumen menjaga Keberlangsungan Bisnis

Social Return on Investment (SROI) dapat berfungsi sebagai instrumen penting dalam menjaga keberlangsungan bisnis dengan cara mengukur dan mengkomunikasikan nilai sosial yang dihasilkan oleh perusahaan. SROI merupakan perbandingan antara nilai sosial yang dimonetisasi dari sebuah intervensi dengan input finansial yang digunakan untuk menghasilkan nilai sosial tersebut (Scelles *et al*, 2024). Sehingga melalui instrumen ini perusahaan dapat melakukan pengukuran dampak sosial dan lingkungan melalui proses identifikasi dan memastikan kegiatan aktivitasnya sesuai dengan tujuan keberlangsungan bisnis.

Perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya tentu ingin aktivitas bisnisnya berkelanjutan. Dengan menggunakan SROI, perusahaan dapat menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial yang dibangun. Hal tersebut, membantu meningkatkan reputasi perusahaan dan membangun kepercayaan dengan pemangku kepentingan seperti pelanggan, investor, dan komunitas lokal, yang pada gilirannya mendukung kelangsungan bisnis. Dalam konteks keterkaitan dengan pemangku kepentingan (*stakeholders*), SROI dapat menyelaraskan dengan harapan pemangku kepentingan. Instrumen ini membantu perusahaan untuk lebih memahami dan memenuhi kebutuhan serta harapan pemangku kepentingan. Dengan aktif mengevaluasi dan meningkatkan dampak sosial mereka, perusahaan dapat menjalin hubungan yang lebih solid dan berkelanjutan dengan para pemangku kepentingan.

Pengambilan keputusan yang berbasis data menjadi peran penting bagi perusahaan. Instrumen SROI, memberikan data yang nantinya dapat digunakan sebagai rujukan oleh pihak perusahaan dalam mengambil sebuah keputusan yang lebih baik terkait strategi bisnis dan investasi sosial mereka. Dengan mendasarkan keputusan pada analisis dampak, perusahaan dapat memastikan bahwa mereka menginvestasikan sumber daya pada kegiatan yang memberikan nilai sosial tinggi, sekaligus mendukung keberlanjutan bisnis.

Dengan secara proaktif mengelola dan mengukur dampak sosial mereka, perusahaan kedepannya dapat memastikan bahwa mereka tidak hanya fokus pada keuntungan jangka pendek saja namun juga pada pertumbuhan jangka panjang yang berkelanjutan. SROI membantu perusahaan untuk menilai apakah strategi mereka berkontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan yang merupakan faktor penting untuk keberlangsungan jangka panjang. Secara keseluruhan, SROI tidak hanya membantu perusahaan dalam mengukur dampak sosial mereka tetapi juga memberikan panduan strategis untuk memastikan bahwa bisnis tetap relevan, bertanggung jawab, dan berkelanjutan dalam jangka panjang

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan pada penelitian ini menunjukkan bahwa Akuntansi Sosial (*Social Accounting*) merupakan bidang ilmu yang memiliki kontribusi dalam menjembatani sebuah bisnis yang tidak hanya berbicara mengenai sisi aspek ekonomi (*profit*) saja, namun juga berbicara mengenai sisi sosial dan lingkungan. Melalui Instrumen *Social Return on Investment* (SROI), perusahaan dapat memberikan gambaran dan mengkomunikasikan hasil aktivitas sosial dan lingkungan terhadap para pemangku kepentingan (*stakeholders*) dan tentunya perusahaan dapat memberikan legitimasi atas

bisnisnya bahwa dari aktivitas bisnisnya memiliki dampak sosial dan lingkungan. Hal tersebut dijelaskan melalui *Theory of Change* dan *Story of Change*.

Saran dan rekomendasi dalam penelitian ini kedepannya perlu dieksplorasi lebih jauh dan detail terkait paradigma Akuntansi Sosial serta dapat memberikan paradigma lebih lanjut mengenai *Social Return on Investment* terhadap beberapa perspektif teori keberlanjutan sebagai instrumen yang dapat digunakan. Selain itu, perlu implementasi praktik menganalisis menggunakan instrumen SROI seperti salah satunya melakukan kajian proses evaluasi dalam CSR perusahaan serta mengukur keefektifannya secara teknis. Sehingga dapat melakukan kajian lebih detail mengenai kekurangan dan kelebihan jika dihadapkan dengan berbagai dinamika model project dan kajian sosial dan lingkungan terhadap aktivitas bisnis yang dilakukan oleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arvidson, M., Lyon, F., McKay, S., & Moro, D. (2010). The ambitions and challenges of SROI. *Third Sector Research Centre Working Paper*, 49, 1-22.
- Arvidson, M., Lyon, F., McKay, S., & Moro, D. (2013). Valuing the social? The nature and controversies of measuring social return on investment (SROI). *Voluntary sector review*, 4(1), 3-18.
- Davies, L. E., Taylor, P., Ramchandani, G., & Christy, E. (2021). Measuring the social return on investment of community sport and leisure facilities. *Managing sport and leisure*, 26(1-2), 93-115.
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. *Pacific sociological review*, 18(1), 122-136.
- Elkington, J. (1998). Partnerships from cannibals with forks: The triple bottom line of 21st-century business. *Environmental quality management*, 8(1), 37-51.
- Emerson, J., & Cabaj, M. (2000). Social return on investment.
- Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge university press.
- Funnell, S. C., & Rogers, P. J. (2011). *Purposeful program theory: Effective use of theories of change and logic models* (Vol. 31). John Wiley & Sons.
- Ghozali, I., & Chariri, A. (2007). Teori Akuntansi (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas diponegoro.
- Gray, R., Owen, D., & Maunders, K. (1987). Corporate social reporting: Accounting and accountability. (*No Title*).
- Hall, M., & Millo, Y. (2018). Choosing an accounting method to explain public policy: Social return on investment and UK non-profit sector policy. *European Accounting Review*, 27(2), 339-361.
- Hörisch, J., Freeman, R. E., & Schaltegger, S. (2014). Applying stakeholder theory in sustainability management: Links, similarities, dissimilarities, and a conceptual framework. *Organization & environment*, 27(4), 328-346.
- INTRAC. (2017). <https://www.intrac.org/wpcms/wp-content/uploads/2017/01/Case-studies-and-stories-of-change.pdf>. (Diakses pada tanggal 31 Agustus 2024)
- Millar, R., & Hall, K. (2013). Social return on investment (SROI) and performance measurement: The opportunities and barriers for social enterprises in health and social care. *Public Management Review*, 15(6), 923-941.

- Mook, L. (2013). *I Social Accounting for the Social Economy* (p. 1). University of Toronto Press.
- Mook, L., Maiorano, J., Ryan, S., Armstrong, A., & Quarter, J. (2015). Turning social return on investment on its head: The stakeholder impact statement. *Nonprofit Management and Leadership*, 26(2), 229-246.
- Musmini, L. S., & Sirajudin, S. (2016). Makna akuntansi sosial dan sustainabilitas sekaa suka duka. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 7(2), 156-170.
- Nicholls, J., Lawlor, E., Neitzert, E., & Goodspeed, T. (2012). A guide to social return on investment.
- Nicholls, A. (2009). 'We do good things, don't we?': 'Blended Value Accounting' in social entrepreneurship. *Accounting, organizations and society*, 34(6-7), 755-769.
- NWO. (2024). <https://www.nwo.nl/sites/nwo/files/documents/Stories%20of%20Change%20-%20guidelines.pdf> (diakses pada 31 Agustus 2024)
- Scholten, P. (2006). Social return on investment: A guide to SROI analysis. Lenthe Publ..
- Suchman, M. C. (1995). "Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches." *Academy of Management Review*, 20(3), 571-610
- Sukoharsono, E. G. (2010). Metamorfosis Akuntansi Sosial dan Lingkungan: Mengkonstruksi Akuntansi Sustainabilitas Berdimensi Spiritualitas. *Pidato Pengukuhan Guru Besar FE Univ. Brawijaya*.
- Pathak, P., & Dattani, P. (2014). Social return on investment: three technical challenges. *Social Enterprise Journal*, 10(2), 91-104.
- Rotheroe, N., & Richards, A. (2007). Social return on investment and social enterprise: transparent accountability for sustainable development. *Social Enterprise Journal*, 3(1), 31-48.
- Scelles, N., Inoue, Y., Perkin, S. J., & Valenti, M. (2024). Social impact assessment of corporate social responsibility initiatives: evaluating the social return on investment of an inclusion offer. *Journal of Business Ethics*, 1-17.
- Silalahi, D. C. G., Santoso, H., & Suliantoro, H. (2018). Analisis social return on investment pada kewirausahaan sosial: studi kasus di Upreneur AIESEC Undip. *Industrial Engineering Online Journal*, 7(2).
- SROI Networks. (2011). Seven principles of SROI. *available at: www.sroi-uk.org/what-is-sroi* (diakses pada 29 Agustus 2024).
- SROI Network (2012), "A guide to social return on investment (updated)", available at: www.thesroinetwork.org/publications/cat_view/29-the-sroi-guide/223-the-guide-in-english-2012-edition (diakses pada 29 Agustus 2024).
- Stein, D., & Valters, C. (2012). Understanding 'theory of change' in international development: A review of existing knowledge.
- Wijaya, Oki, et al. "Dampak Investasi Sosial Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Pengembangan Agribisnis Jamur dengan Pendekatan Social Return on Investment (SROI)." *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis* 5.4 (2021): 1270-1279.
- Zappalà, G., & Lyons, M. (2009). Recent approaches to measuring social impact in the Third sector: An overview.