

LAPORAN KAJIAN PENGHITUNGAN SOCIAL RETURN ON INVESTMENT (SROI) PROGRAM TJSL PT PUSRI PALEMBANG

PROGRAM

RUMAH BUMN SUMSEL 2024



KERJASAMA
PT PUPUK SRIWIDJAJA PALEMBANG
DENGAN
PUSAT STUDI PEMBANGUNAN MASYARAKAT
DAN KAWASAN (PSPMK)
2024

**LAPORAN KAJIAN PENGHITUNGAN
SOCIAL RETURN ON INVESTMENT (SROI)
PROGRAM TJSL PT PUSRI PALEMBANG**

PROGRAM

RUMAH BUMN SUMSEL 2024



**KERJASAMA
PT PUPUK SRIWIDJAJA PALEMBANG
DENGAN
PUSAT STUDI PEMBANGUNAN MASYARAKAT
DAN KAWASAN (PSPMK)
2024**

KATA PENGANTAR

Pertama-tama dan utama marilah kita bersyukur kepada Allah SWT karena atas izinnya Laporan *SROI* Rumah BUMN Sumsel ini dapat diselesaikan. Kegiatan ini merupakan kerjasama antara PT PUSRI PALEMBANG dengan PUSAT STUDI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DAN KAWASAN (PSPMK)

Sudah sepatutnya apabila masyarakat di sekitar wilayah kerja suatu perusahaan mendapat dampak positif dari keberadaan perusahaan tersebut. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk peduli terhadap kehidupan sosial ekonomi masyarakat di sekitar wilayah operasinya. Kepedulian tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk program atau kegiatan yang dapat membantu masyarakat menjadi lebih baik. Program atau kegiatan tersebut dapat berupa perbaikan sarana dan prasarana atau dapat juga berupa pemberdayaan sosial ekonomi masyarakat.

Pada kesempatan ini, kami ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak PT PUSRI Palembang yang telah memberikan kepercayaan kepada kami dalam melaksanakan kajian *SROI* ini. Selanjutnya kami juga mengucapkan terima kasih kepada Rumah BUMN Sumsel serta UMKM Binaan RBS yang telah bekerjasama dengan baik sehingga terwujud tulisan ini.

Semoga tulisan ini bermanfaat bagi kita semua.

Palembang, Desember 2024

PSPMK

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL	1
DAFTAR ISI.....	4
I. PENDAHULUAN	6
1.1. Profil Perusahaan	8
1.2. Profil Rumah BUMN Sumsel	13
II. GAMBARAN UMUM PROGRAM CSR	17
2.1. Implementasi Program Rumah BUMN Sumsel.....	17
2.2. Program Pelatihan Rumah BUMN Sumsel.....	33
2.3. Program Pemasaran Rumah BUMN Sumsel	38
2.4. Program Basecamp Millenial.....	39
2.5. Program Volunteer	40
III. METODOLOGI	42
3.1. Metode Penelitian SROI	42
3.2. Lokasi Penelitian.....	43
3.3. Teknik pengolahan Data	44
3.4. Tujuan	45
3.5. Luaran	46
3.6. Fiksasi Dampak.....	46
IV. CAKUPAN DAN IDENTIFIKASI PEMANGKU KEPENTINGAN	48
4.1. Pemangku Kepentingan	48
4.2. Prioritas pemangku kepentingan.....	52
V. PERHITUNGAN <i>SOCIAL RETURN OF INVESTMENT</i> (SROI)	55
5.1. Perhitungan SROI	55
5.2. Efektivitas Program dalam Menyelesaikan Kebutuhan dan Masalah Sosial.....	136
5.3. Menjawab Kebutuhan Masyarakat.....	140
5.4. Peningkatan Kapasitas Masyarakat	141
V. REKOMENDASI.....	145
VI. PENUTUP	146
DAFTAR PUSTAKA.....	147

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Prestasi Perusahaan Tahun 2024	10
2. Pelatihan UMKM RBS	34
3. Nama Informan	45
4. Identifikasi Stakeholder	48
5. Prioritas Pemangku Kepentingan.....	53
6. Perhitungan SROI	55
7. Perhitungan NPV of Investement	56
8. Alokasi Investasi RBS.....	62
9. Nilai NPV Benefit Program	63
10. Perhitungani NPV Benefit Program.....	76
11. Peta Dampak program	87
12. Peta Anggaran Program tahun 2023.....	103
13. Fiksasi dampak Program	105
14. Valuasi dampak Program	135
15. Faktor, outcome dan Nilai dalam Program.....	137
16. Nilai Present Value Dampak Program.....	139
17. Penciptaan hubungan baru.....	141
18. Asset dan Sumberdaya.....	143

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Profil PT PUSRI Palembang

PT Pupuk Sriwidjaja Palembang (Pusri) adalah perusahaan yang menjadi pelopor dalam memproduksi pupuk urea di Indonesia. Didirikan pada 24 Desember 1959 di Palembang, Sumatera Selatan, perusahaan ini awalnya bernama PT Pupuk Sriwidjaja (Persero). Tujuan utama pendirian Pusri adalah untuk melaksanakan dan menunjang kebijaksanaan dan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional, khususnya di industri pupuk dan kimia lainnya. Selama lebih dari lima dekade, Pusri telah membuktikan dedikasi dan kemampuannya dalam menjalankan peran penting yang diamanahkan oleh pemerintah.

Sebagai salah satu produsen utama pupuk di Indonesia, Pusri tidak hanya fokus pada produksi, tetapi juga menjalankan berbagai kegiatan lain seperti perdagangan, pemberian jasa, dan usaha yang berkaitan dengan industri pupuk. Salah satu tanggung jawab penting Pusri adalah memastikan distribusi dan pemasaran pupuk bersubsidi kepada petani. Tugas ini merupakan bagian dari pelaksanaan Public Service Obligation (PSO), yang bertujuan mendukung program ketahanan pangan nasional dengan memprioritaskan pelayanan public tetap terjangkau dan terjamin melalui ketersediaan pupuk bagi petani di seluruh wilayah Indonesia.

Di luar tugas PSO, Pusri juga melayani kebutuhan pupuk non-subsidi untuk sektor perkebunan, industri, dan ekspor, yang menjadi bagian dari strategi diversifikasi bisnis perusahaan. Terkait dengan penyaluran pupuk Pusri menerapkan prinsip "6 Tepat", yaitu tepat jenis, tepat jumlah, tepat harga, tepat tempat, tepat waktu, dan tepat mutu, sehingga memastikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan dan mendukung efisiensi distribusi.

Penyaluran pupuk PSO oleh Pusri dilakukan sesuai dengan cakupan wilayah pemasarannya, yang meliputi Sumatera Selatan, Jawa Tengah, Daerah Istimewa Yogyakarta, dan Kalimantan Barat. Dalam proses distribusinya, pupuk urea diangkut menggunakan kapal dalam bentuk curah. Setelah tiba di Jawa Tengah, pupuk tersebut baru dikemas dan didistribusikan kepada para petani untuk memastikan kualitas tetap terjaga hingga ke tangan pengguna akhir.

Dalam perjalanannya, Pusri telah melalui berbagai perubahan dalam struktur manajemen dan wewenang yang selaras dengan kebijakan pemerintah. Salah satu perubahan besar terjadi pada 18 April 2012, ketika Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) meresmikan PT Pupuk Indonesia (Persero) sebagai induk perusahaan baru untuk sektor pupuk, menggantikan nama PT Pupuk Sriwidjaja (Persero) sebagai holding sebelumnya.

PT Pupuk Indonesia (Persero) kini menjadi pemegang saham utama Pusri dengan kepemilikan sebesar 99,9998%, sementara kepemilikan terakhir sepenuhnya dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia. Hingga saat ini, Pusri terus beroperasi secara resmi dengan nama PT Pupuk Sriwidjaja Palembang. Meskipun demikian, perusahaan tetap mempertahankan identitas merek dagang dan brand Pusri yang telah dikenal luas sebagai simbol kualitas dan kepercayaan dalam industri pupuk nasional.

1.1.1 Visi, Misi dan Nilai Perusahaan

Pada tahun 2012, PT Pupuk Sriwidjaja Palembang (Pusri) melakukan peninjauan ulang terhadap visi, misi, nilai-nilai, dan budaya perusahaan. Langkah ini diambil sebagai bentuk adaptasi terhadap perubahan posisi perusahaan yang menjadi anak perusahaan dari PT Pupuk Indonesia (Persero) serta penyesuaian terhadap lingkup bisnis perusahaan setelah terjadinya proses spinoff.

Proses review ini bertujuan untuk memastikan bahwa visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan tetap relevan dengan strategi baru dan mampu mendukung peran

Pusri dalam struktur holding perusahaan pupuk nasional. Hasil analisis dan revisi terhadap visi, misi, tata nilai, serta makna budaya perusahaan ini disahkan melalui Surat Keputusan Direksi No. SK/DIR/207/2012 pada tanggal 11 Juni 2012.

1. Visi

- 1) Menjadi Produsen Agrokimia Unggul di Asia

2. Misi

- 1) Menyediakan produk dan layanan yang berkualitas prima, inovatif dan efisien sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
- 2) Menjalankan bisnis dengan menerapkan teknologi terkini yang mengedepankan keselamatan, kesehatan kerja dan lingkungan hidup.
- 3) Menerapkan manajemen risiko dan tata kelola perusahaan yang baik.
- 4) Meningkatkan keunggulan kompetensi SDM melalui nilai AKHLAK.
- 5) Memberikan nilai tambah kepada stakeholders secara berkelanjutan.

3. Nilai Perusahaan

Perilaku seluruh insan PT Pupuk Sriwidjaja Palembang (Pusri) berakar dan muncul dari nilai-nilai perusahaan yang telah ditetapkan. Untuk memastikan keselarasan dan konsistensi dalam standar tata perilaku, Pusri mengacu pada Core Values perusahaan yang diatur dalam Surat Keputusan Direksi No. SK/DIR/391/2020 tanggal 30 November 2020 tentang Visi, Misi, Core Values, dan Kompetensi Inti PT Pupuk Sriwidjaja Palembang. Dalam Surat Keputusan Direksi tersebut, terdapat enam nilai inti atau *Core Values* yang diadopsi dari Nilai-Nilai Utama Sumber Daya Manusia BUMN. Nilai-nilai ini menjadi identitas perusahaan sekaligus perekat budaya kerja yang bertujuan mendukung peningkatan kinerja secara berkelanjutan.

Keenam nilai inti tersebut dirangkum dalam akronim "AKHLAK", yang terdiri dari :

- 1) Amanah
- 2) Kompeten
- 3) Harmonis
- 4) Loyal
- 5) Adaptif
- 6) Kolaboratif

1.1.2. Lokasi PT PUSRI Palembang

PT Pupuk Sriwidjaja Palembang (Pusri) berlokasi di kota Palembang, Sumatera Selatan, sekitar 7 kilometer dari pusat kota, tepat di tepi Sungai Musi, sungai terbesar yang melintasi kota ini. Pemilihan lokasi pabrik di tepi Sungai Musi dilakukan dengan pertimbangan strategis untuk menunjang kebutuhan operasional perusahaan. Berikut adalah alasan utama pemilihan lokasi tersebut:

- 1). Kedekatan dengan sumber daya bahan baku, pabrik terletak dekat dengan wilayah operasi pertambangan dan pengilangan minyak Pertamina, sehingga pasokan gas alam—bahan baku utama—dapat diperoleh dengan mudah dan dalam jumlah yang mencukupi.
- 2). Pemanfaatan Sungai Musi, Sungai Musi menyediakan sumber air yang melimpah dan tidak pernah kering sepanjang tahun, yang digunakan untuk pembuatan *steam* serta kebutuhan utilitas lainnya dalam proses produksi. Selain itu, sungai ini menjadi jalur transportasi strategis untuk pengangkutan hasil produksi ke berbagai wilayah.
- 3). Potensi Perluasan Area, lokasi pabrik berada di daerah yang memungkinkan adanya perluasan area operasional di masa depan, memberikan fleksibilitas bagi perusahaan untuk meningkatkan kapasitas produksi sesuai kebutuhan.

Batas-Batas Area Pabrik PT Pupuk Sriwidjaja Palembang:

- a. Sebelah Utara: Kelurahan Sungai Selayur.
- b. Sebelah Selatan: Sungai Musi.
- c. Sebelah Timur: Kelurahan Sungai Selayur.
- d. Sebelah Barat: Kelurahan 1 Ilir, 3 Ilir, dan Sungai Buah.

Tabel 1. Prestasi Perusahaan Tahun 2024

Penghargaan	Tahun	Pemberian	Penjelasan
Top GRC Awards 2024	2024	Top Business	Penghargaan TOP GRC AWARDS 2024 Kategori: - Top GRC Golden Trohy 2024 - Top GRC Awards 2024 # 5 Stars - The Most Committed GRC Leader 2024 - The High Performing Corporate Secretary on GRC Dari Top Business, di Jakarta 11 September 2024.
SKK Migas Award 2024 Kategori The Best Domestic Gas Buyer	2024	Satuan Kerja Khusus (SKK) Pelaksana Kegiatan Usaha Hulu Minyak dan Gas Bumi	Penghargaan SKK Migas Award 2024 Kategori The Best Domestic Gas Buyer dari SKK Migas pada tanggal 10 September 2024 di Jakarta.
Penghargaan Proklam 2024	2024	Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia	Program Kampung Iklim (Proklam) Tahun 2024 dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan di Jakarta Convention Center, DKI Jakarta (09/08).
TJSL & CSR Awards 2024	2024	BUMN Track	Menerima 3 Penghargaan TJSL / CSR Award 2024: - Penghargaan Platinum Kategori Bidang Pilar Sosial dan Pilar Lingkungan. -

Penghargaan	Tahun	Pemberian	Penjelasan
			Penghargaan Gold Bidang Pilar Ekonomi. - The Most Committed BOD, “Strong Commitment CEO on Social Economic and Governance Programs of CSR dari BUMN Track pada tanggal 30 Juli 2024 DI Jakarta.
Nusantara CSR Award 2024	2024	La Tofi School of Social Responsibility	Meraih Platinum dalam ajang bergengsi Nusantara CSR Award 2024. Diberikan oleh La Tofi School of Social Responsibility sebagai pengakuan atas kontribusi Pusri dalam 2 kategori utama: Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi serta Kehidupan Sehat dan Sejahtera
Asia Responsible Enterprise Awards (AREA) 2024	2024	Enterprise Asia	Menerima Penghargaan Asia Responsible Enterprise Awards (AREA) Tahun 2024 dari Enterprise Asia pada tanggal 28 Juni 2024 di Vietnam
The Indonesian Living Legend Companies	2024	Majalah SWA	Menerima Penghargaan The Indonesian Living Legend Companies dari Majalah SWA pada tanggal 10 Juni 2024 di Jakarta.
Penghargaan Kemendes PDTT RI	2024	Kementerian DPDTT RI	Menerima Penghargaan atas Kontribusi Perusahaan dalam Mendorong Kawasan Transmigrasi Telang Kab. Banyuasin Prov. Sumsel

Penghargaan	Tahun	Pemberian	Penjelasan
			sebagai Kawasan Transmigrasi Berdaya Saing dari Kementerian DPDTT RI pada tanggal 6 Mei 2024 di Makasar.
Indonesia Responsible Care Award Kategori Gold	2024	Responsible Care Indonesia	Menerima Penghargaan Indonesia Responsible Care Award Kategori Gold dari Responsible Care Indonesia pada tanggal 6 MARET 2024 di Jakarta.
Top 100 Worldwide, Gold Award and Technical Achievement Award Kategori Agribisnis	2024	International Annual Report Competition League of American Communication Professionals LACP (LACP) Vision Awards	Menerima Penghargaan Top 100 Worldwide, Gold Award and Technical Achievement Award Kategori Agribisnis dalam ajang International Annual Report Competition League of American Communication Professionals LACP (LACP) Vision Awards pada tanggal 5 Maret 2024
Penghargaan Lighthouse 4.0 Tahun 2024	2024	Kementerian Perindustrian	Menerima Penghargaan Lighthouse 4.0 Tahun 2024 dari Kementerian Perindustrian pada tanggal 21 Februari 2024 di Jakarta.
Indonesia Green Awards (IGA) 2024	2024	The La Tofi School of CSR	Menerima 11 Penghargaan Indonesia Green Awards (IGA) 2024 dari The La Tofi School of CSR pada tanggal 17 Januari 2024 di Jakarta

1.2. Profil Rumah BUMN SUMSEL

Rumah BUMN Sumsel adalah program yang diinisiasi oleh Kementerian BUMN untuk mendukung pertumbuhan ekonomi kerakyatan, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), agar dapat naik kelas dan berkembang secara berkelanjutan. Program ini menawarkan berbagai inisiatif unggulan yang dirancang untuk memberdayakan UMKM melalui empat pilar utama: *go modern, go digital, go online, dan go global*.

Sebagai satu-satunya Rumah BUMN di bawah naungan Pupuk Indonesia Holding Company (PIHC), Rumah BUMN Sumsel berada di bawah binaan langsung PT Pupuk Sriwidjaja Palembang (Pusri). Rumah BUMN ini juga berperan sebagai koordinator utama bagi Rumah BUMN di seluruh wilayah Sumatera Selatan. Hingga saat ini, Rumah BUMN Sumsel telah membina sebanyak 1.023 UMKM, dengan fokus pada transformasi bisnis melalui digitalisasi, modernisasi, dan perluasan pasar, baik secara lokal maupun global.

Rumah BUMN Sumsel resmi terbentuk pada tanggal 24 Desember 2020 oleh Tri Wahyudi selaku Direktur Utama PT PUSRI Palembang, bertepatan dengan peringatan hari ulang tahun PT Pupuk Sriwidjaja Palembang. Sejak didirikan, Rumah BUMN ini telah menjadi pusat pengembangan UMKM di wilayah Sumatera Selatan, dengan tugas dan fungsi Rumah BUMN Sumsel yaitu untuk dukungan bagi pertumbuhan dan kemakmuran UMK dan dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

- 1). Pengembangan UMKM (Mendorong UMKM naik kelas)
- 2). Basecamp Milenials, sebagai wadah/tempat kolaborasi bagi UMKM, Millenials dan Gen Z guna meningkatkan skill dan kapabilitas agar menjadi wirusaha dan generasi unggul
- 3). CO-Working Space, tempat lahirnya ide kreatif berupa konten dan rencana pengembangan yang memiliki dampak besar bagi masyarakat luas.
- 4). Pembinaan UMKM, membina UMKM secara berkelanjutan, mensukseskan program TJSLPusri, Program inkubasi, dan Sentara pengembangan edukasi kewirausahaan.
- 5). Supply Chain BUMN, menjadikan UMKM binaan sebagai supply chain bagi BUMN

Pembina, dan menciptakan ruang usaha bagi binaa demi ekosistem lingkungan rumah BUMN Sumsel.

Rumah BUMN Sumsel juga menyediakan beberapa program pengembangan UMK sebagai berikut: 1). Pelatihan, pemberian wawasan manajemen usaha, keuangan, digitalisasi dan pemanfaatan e-commerce. 2). pendampingan, memperdalam materi pelatihan untuk dapat diaplikasikan pada usaha, memahami segmentasi pasar, sertifikasi usaha dan bankable. 3). Pemasaran, membantu UMKM memasarkan produk melalui beranding, pameran dan galeri RBS. 4) Akses Permodalan, memberikan akses pinjaman dan bantuan pengembangan usaha. Dengan dukungan ini, pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian daerah maupun nasional.

Rumah BUMN Sumsel juga menyediakan alur pembinaan yang komprehensif untuk memastikan UMKM dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan. Proses pembinaan ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang terstruktur, yaitu: 1). Registrasi, UMKM melakukan pendaftaran di portal Rumah BUMN secara mandiri ataupun dibantu oleh fasilitator. UMKM akan mengisi formulir daring terkait data personal untuk membuat Akun Rumah BUMN, selanjutnya bisa digunakan untuk mendaftarkan UMKM miliknya. 2). Verifikasi, Sistem akan melakukan verifikasi dan pengecekan data. 3). Asistensi, UMKM terdaftar akan didampingi untuk pelatihan. 4). Digitalisasi, UMKM akan dibekali berbagai alat dan modul agar proses usahanya terdigitalisasi. 5). Pemasaran, UMKM akan dibantu untuk terdaftar di online marketplace.

1.2.1 Visi dan Misi Rumah BUMN Sumsel

1. Visi

Sebagai pusat pelatihan, pendampingan dan pemberdayaan masyarakat terkhusus UMK agar dapat menjadi sumber devisa daerah serta menjadi salah satu solusi dalam mengatasi masalah ekonomi, sosial, lingkungan dan pendidikan.

2. Misi

- 1) Menjadi fasilitator & mediator bagi pelaku UMK dan pelaku usaha kreatif
- 2) Membentuk dan mendukung lingkungan bisnis bermanfaat di daerah
- 3) Mendukung para pegiat ekonomi dan kegiatan masyarakat menjadi professional, profitable, investable, marketable, sustainable dan impactable.
- 4) Mendukung dan ikut berperan dalam mengembangkan sektor kewirausahaan, kewiraniagaan & pendidikan yang bermanfaat bagi social & lingkungan
- 5) Ikut berperan dalam membentuk, mendidik, membimbing & mendampingi generasi milenial & gen-z untuk ikut menjadi bagian pada proses peningkatan kegiatan dan ekonomi.
- 6) Sebagai pusat informasi kegiatan masyarakat.



Gambar 1. Lokasi Gallery Rumah BUMN Sumsel

2.6. Struktur Organisasi Pengelola Rumah BUMN SUMSEL



Gambar 2. Staff Rumah BUMN Sumsel

BAB II

GAMBARAN UMUM IMPLEMENTASI PROGRAM TJSL RUMAH BUMN SUMSEL PT PUSRI PALEMBANG

PT PUSRI Palembang melalui program TJSL nya telah menunjukkan komitmen dalam memberikan kontribusi perusahaan bagi masyarakat sekitarnya dalam bentuk implementasi program Rumah BUMN Sumsel yang merupakan wadah bagi para pengusaha UMKM yang ada di Sumatera Selatan untuk memperoleh pembinaan dari PT PUSRI Palembang agar mampu naik kelas, mampu go modern and go digital. Program ini di implemetasikan dalam bentuk kegiatan pelatihan, pendampingan, pengurusan legalitas serta berbagai kegiatan yang mendorong kemajuan UMKM peserta Rumah BUMN Sumsel (RBS).

2.1. Implementasi Program Rumah BUMN Sumsel

2.1.1. Program Go Modern

Go Modern mengacu pada proses transformasi UMKM untuk meningkatkan kualitas produk, kemasan, dan manajemen usaha agar lebih sesuai dengan kebutuhan pasar modern. Untuk mencapai hal tersebut Rumah BUMN Sumsel mengadakan program berupa pelatihan, mentoring, pendampingan, kunjungan maupun inkubasi sebagai berikut ini:

- 1) Kegiatan Pelatihan dengan topic Gathering dan Sosialisasi Program Rumah BUMN Sumsel Tahun 2024 pada 5 Januari 2024
- 2) Kegiatan pelatihan dengan topic Webinar “Strategi Mengelola Sumber Daya Manusia Bagi Para Pelaku UMKM” pada 30 Januari 2024
- 3) Kegiatan pelatihan dengan topic Women Talk "Menjadi Womenpreneur yang Kreatif dan Inovatif" pada 23 Maret 2024
- 4) Kegiatan pelatihan dengan topic Seminar Bisnis Bersama IIBF Palembang “Bisnis Jalan Langit, Karena Bisnis Bukan Sekedar Untung Rugi Tapi Juga Surga Neraka” pada 29 Maret 2024

- 5) Kegiatan Pelatihan dengan topic Community Business Talkshow “Peran Komunitas Bisnis dalam Mengembangkan Usaha Bagi Para UMKM” pada 30 maret 2024
- 6) Kegiatan pelatihan dengan topic Talkshow ESG Untuk UMKM "Kontribusi Dalam Keberlanjutan" pada 20 Mei 2024
- 7) Kegiatan pelatihan Ecoprint Botanical Prrint With Natural Dye pada 22 Mei 2024
- 8) Kegiatan pelatihan Sosialisasi Program UMK dan Program Rumah BUMN di Kelurahan Tanah Mas, Kelurahan Air Batu, dan Kelurahan Kenten pada 23-25 Juli 2024
- 9) Kegiatan pelatihan Sosialisasi Naksir UMKM pda 10 Oktober 2024
- 10) Kegiatan Pelatihan Menjahit Pengembangan Produk Kumpe Craft pada 13-15 November 2024
- 11) Kegiatan mentoring terkait Fundamental Bisnis Mang Cacam pada 15 Oktober 2024
- 12) Kegiatan Mentoring terkait Profil Usaha Orchid Bakery pada 22 Oktober 2024
- 13) Kegiatan pendampingan Madu 19 mengenai jalannya usaha yang saat ini sedang dilakukannya pada 14 Januari 2024
- 14) Kegiatan pendampingan Yo Dija terkait branding, laporan keuangan dan segmentasi produk
- 15) Kegiatan pendampingan UMKM Bazar Yayasan Jiwa Mandiri Utama terkait dengan Program Halal Selfdeclare kepada seluruh UMKM yang mengikuti bazar tersebut dalam mendorong legalitas usaha UMKM dan Go Modern pada 21 Februari 2024
- 16) Kegiatan pendampingan Mitra Cookies and Cake terkait dengan pembuatan NIB dan Kunjungan Verifikasi dan Validasi Pengajuan Sertifikasi Halal dalam Program Sertifikasi Halal Selfdeclare kepada mitra dalam mendorong legalitas usaha UMKM dan Go Modern pada 22 Februari 2024

- 17) Kegiatan pendampingan Bubur Ayam Kang Mus terkait Pembuatan NIB dan Kunjungan Verifikasi dan Validasi Pengajuan Sertifikasi Halal dalam Program Sertifikasi Halal Selfdeclare kepada mitra dalam mendorong legalitas usaha UMKM dan Go Modern pada 23 Februari 2024
- 18) Kegiatan Pendampingan Pisang Mozarella MA terkait Pembuatan NIB dan Kunjungan Verifikasi dan Validasi Pengajuan Sertifikasi Halal dalam Program Sertifikasi Halal Selfdeclare kepada mitra dalam mendorong legalitas usaha UMKM dan Go Modern pada 25 Februari 2024
- 19) Kegiatan pendampingan Madu Avihoney terkait Pembuatan NIB dan Kunjungan Verifikasi dan Validasi Pengajuan Sertifikasi Halal dalam Program Sertifikasi Halal Selfdeclare kepada mitra dalam mendorong legalitas usaha UMKM dan Go Modern pada 13 Maret 2024
- 20) Kegiatan pendampingan Mie Celor Indra 16 Ilir terkait Pembuatan NIB dan Kunjungan Verifikasi dan Validasi Pengajuan Sertifikasi Halal dalam Program Sertifikasi Halal Selfdeclare kepada mitra dalam mendorong legalitas usaha UMKM dan Go Modern pada 7 April 2024
- 21) Kegiatan pendampingan Batagor Siomay Ibu Endang terkait Pembuatan NIB dan Kunjungan Verifikasi dan Validasi Pengajuan Sertifikasi Halal dalam Program Sertifikasi Halal Selfdeclare kepada mitra dalam mendorong legalitas usaha UMKM dan Go Modern pada 24 April 2024
- 22) Kegiatan pendampingan Keripik Pisang Sang Bujang terkait Pembuatan NIB dan Kunjungan Verifikasi dan Validasi Pengajuan Sertifikasi Halal dalam Program Sertifikasi Halal Selfdeclare kepada mitra dalam mendorong legalitas usaha UMKM dan Go Modern pada 26 April 2024
- 23) Kegiatan pendampingan DnG Bakery terkait Pembuatan NIB dan Kunjungan Verifikasi dan Validasi Pengajuan Sertifikasi Halal dalam Program Sertifikasi Halal Selfdeclare kepada mitra dalam mendorong legalitas usaha UMKM dan Go Modern pada 7 Mei 2024

- 24) Kegiatan pendampingan Kepada Resto Apung Sesera terkait Sertifikasi Halal pada 12 juni 2024
- 25) Kegiatan pendampingan Bumbu Masak Cap 99 terkait Pembuatan NIB dan Kunjungan Verifikasi dan Validasi Pengajuan Sertifikasi Halal dalam Program Sertifikasi Halal Selfdeclare kepada mitra dalam mendorong legalitas usaha UMKM dan Go Modern pada 14 Juni 2024
- 26) Kegiatan pendampingan untuk Pempek Dapur Bingen terkait Pembuatan HAKI Merek kepada mitra dalam mendorong legalitas usaha UMKM dan menambah nilai brand suatu produk sehingga bisa mencapai Go Modern pada 20 Juni 2024
- 27) Kegiatan pendampingan Palembang Info terkait Pembuatan HAKI Merek kepada mitra dalam mendorong legalitas usaha UMKM yang bergerak dibidang Jasa Edukasi dan Informasi Sosial Media kemudian untuk menambah nilai brand suatu jasa sehingga bisa mencapai Go Modern pada 26 Juni 2024
- 28) Kegiatan pendampingan Dimsum Seribuan terkait pembuatan legalitas usaha seperti NIB, dan Sertifikasi Halal Self Declare, Legalitas Usaha ini bertujuan untuk mendorong UMKM bisa membranding Produknya sehingga mencapai Go Modern pada 8 Juli 2024
- 29) Kegiatan pendampingan Telur Gulung Om Gendut Production terkait pembuatan Legalitas Usaha NIB dan Sertifikasi Halal Self Declare, Legalitas Usaha ini bertujuan untuk mendorong UMKM bisa Naik Kelas menjadi Go Modern pada 10 Juli 2024
- 30) Kegiatan pendampingan Resto Apung Sesera terkait Pendampingan Ketua dan Anggota Koperasi Resto Apung Sesera dalam Pengelolaan Resto seperti Pengelolaan Laporan Penjualan, Laporan Keuangan, dan Juga Laporan Bahan Baku yang tersedia, Pendampingan ini merupakan Program CSV PT Pusri Palembang untuk pengembangan Kelompok Usaha Sesera pada 8 Juli 2024

- 31) Kegiatan pendampingan KGS terkait legalitas usaha yang wajib dimiliki UMKM seperti Halal, NIB dan PIRT. Kegiatan ini bertujuan untuk mendorong UMKM dapat naik kelas ke Go Modern pada 12 Juli 2024
- 32) Kegiatan pendampingan Ayam Geprek Bestie terkait pembuatan legalitas usaha seperti NIB, dan Sertifikasi Halal Self Declare, Legalitas Usaha ini bertujuan untuk mendorong UMKM bisa membranding Produknya sehingga mencapai Go Modern pada 13 Juli 2024
- 33) Kegiatan pendampingan Kanopi.bsp terkait pembuatan Legalitas PT Peseorangan dan Legalitas Nomor Induk Berusaha, Legalitas ini bertujuan untuk menjamin Usaha menjadi SAH secara Hukum yang berlaku, dan bertujuan untuk UMKM bisa bertumbuh menjadi Go Modern pada 15 Juli 2024
- 34) Kegiatan pendampingan Jus Berries terkait Proses Verifikasi dan Validasi pengajuan Sertifikasi Halal Self Declare, Legalitas Sertifikasi Halal untuk bertujuan untuk mendorong UMKM menjadi Naik Kelas sehingga mencapai Go Modern pada 16 Juli 2024
- 35) Kegiatan Pendampingan SMA Negeri Sumsel ke tempat siswa-sswi yang mempunyai produk the kemasan untuk melakukan Proses Verifikasi dan Validasi pengajuan Sertifikasi Halal Self Declare, Legalitas Sertifikasi Halal untuk bertujuan untuk mendorong Siswa-siswi aktif dalam proses Kewirausahaan di Lingkungan Sekolah dan mengembangkan potensi Entrepreneur pada 5 Agustus 2024
- 36) Kegiatan pendampingan Martabak Telor MM terkait Proses Verifikasi dan Validasi pengajuan Sertifikasi Halal Self Declare, Legalitas Sertifikasi Halal untuk bertujuan untuk mendorong UMKM menjadi Naik Kelas sehingga mencapai Go Modern pada 14 September 2024
- 37) Kegiatan kunjungan AISEC Universitas Sriwijaya membahas mengenai programprogram yang sudah dilaksanakannya serta potensi kolaborasi yang dapat dilakukan dengan Rumah BUMN Sumsel pada 22 Oktober 2022

- 38) Kegiatan inkubasi foto produk UMKM dengan topic “foto produk menarik, bikin usaha makin dilirik” pada 24 maret 2024
- 39) Kegiatan inkubasi Branding "Fundamental Branding yang Tepat Bagi UMKM" pada 26 Maret 2024
- 40) Kegiatan inkubasi Webinar Bisnis Mapping UMKM pada tanggal 10 Oktober 2024
- 41) Kegiatan Inkubasi "Dasar Teknik Marketing Mix dan Closing" pada tanggal 30 Oktober 2024
- 42) Kegiatan Inkubasi "Desain Kemasan" pada tanggal 30 Oktober 2024



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan Menjahit Pengembangan Produk Kumpe Craft



Gambar 4. Hasil Pelatihan Menjahit Pengembangan Produk Kumpe Craft



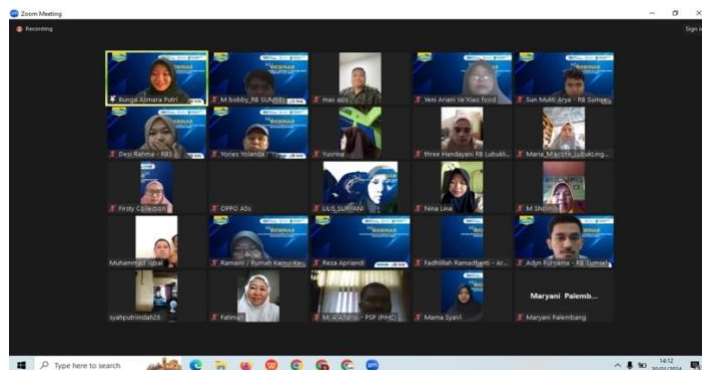
Gambar 5. Kegiatan pendampingan Resto Apung Sesera



Gambar 6. Kegiatan pendampingan Madu 19



Gambar 7. Kegiatan Kunjungan AISEC Universitas Sriwijaya



Gambar 8. Webinar Strategi Mengelola Sumber Daya Manusia Bagi Para Pelaku UMKM

2.1.2. Program Go digital

Go Digital adalah proses memanfaatkan teknologi digital dalam operasional UMKM, seperti penggunaan perangkat lunak untuk pencatatan keuangan, manajemen stok, pemasaran, dan komunikasi. Digitalisasi ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, transparansi, dan daya saing UMKM dalam menghadapi era teknologi. Untuk menghadapi era teknologi tersebut Rumah BUMN Sumsel mengadakan program berupa pelatihan, mentoring, pendampingan, kunjungan, basecamp millennials maupun inkubasi sebagai berikut ini:

- 1) Kegiatan pelatihan Sharing Knowledge Menjadi Operator Media Acara Menggunakan Aplikasi OBS Studio pada 7 Juni 2024
- 2) Kegiatan pelatihan dengan topic Webinar Digital Bisnis “Ngobrol Santai : Peran Kecerdasan Buatan AI dalam Aktivitas Usaha Pelaku UMKM” pada 13 Juni 2024
- 3) Kegiatan pelatihan Peningkatan Literasi Inovasi Keuangan Digital bagi UMKM pada 5 Juli 2024
- 4) Kegiatan pelatihan Webinar Manajemen Keuangan yang tepat bagi pelaku UMKM & Meningkatkan Profit Usaha dengan Strategi Keuangan pada 1 Agustus 2024
- 5) Kegiatan Pelatihan Foto Produk “Bagi Para Pelaku UMKM dengan Menggunakan Perangkat Kamera dan Smartphone” pada 23 Agustus 2024
- 6) Kegiatan pelatihan dengan topic Webinar Digital Marketing "Strategi Membangun Digital Sales Funnel yang Tepat" pada 27 Agustus 2024
- 7) Kegiatan pelatihan dengan Topic Webinar pelatihan Pembuatan Profil Bisnis Bagi Para Pelaku UMKM pada 3 September 2024
- 8) Kegiatan Mentoring Keuangan batch 2 pada 16 Juli 2024
- 9) Mentoring Keuangan berbasis Digital pada 8 Agustus 2024

- 10) Kegiatan pendampingan Deden Fashion terkait pembuatan akun PADI UMKM untuk kebutuhan pameran Kelana Wastra 2024 di Sarinah Jakarta pada 19 April 2024
- 11) Kegiatan kunjungan Dimsum Seribuan terkait Pelatihan Laporan Keuangan dengan Aplikasi dan Pelatihan Foto Produk menuju UMKM Go Digital, Kemudian didalam kunjungannya ini memproses Verifikasi dan Validasi Pengajuan Sertifikasi Halal Self Declare pada 13 Agustus 2024
- 12) Kegiatan kunjungan Pempek Cek Putri terkait Akses Pemasaran seperti mengikuti Pameran baik Lokal maupun Nasional agar bisa mempromosikan produk Pempek Cek Puteri, kemudian harapannya UMKM Binaan Rumah BUMN Sumsel dapat melakukan study banding ke UMKM yang telah sukses pada 22 Agustus 2024
- 13) Kegiatan kunjungan Mahasiswa Politeknik Akamigas Palembang terkait pendampingan yang dilakukan Rumah BUMN Sumsel terhadap Millenials dan Gen Z dalam pengembangan soft skill yang dapat dioptimalkan pada 28 Agustus 2024
- 14) Kegiatan Basecamp Millenials Magang Mahasiswa Politeknik Sriwijaya terkait pembuatan website da compro RBS.
- 15) Kegiatan basecamp Millenials dengan topic Seminar Bisnis Gen Z Preneur Strategi Memulai Bisnis di Era Digital pada 13 November 2024
- 16) Kegiatan Inkubasi Digital "Digitalisasi dan Pemanfaatan Data pada Bisnis UMKM" pada 27 Maret 2024
- 17) Kegiatan Inkubasi "Membuat Laporan Keuangan Bagi UMKM" pada tanggal 28 Maret 2024
- 18) Kegiatan Inkubasi "Menghitung HPP dan Teknik Mengelola Keuangan" pada tanggal 29 Oktober 2024
- 19) Kegiatan Webinar Inkubasi Keuangan Lanjutan Mengenai Materi Inkubasi HPP dan Teknik Pengelolaan Keuangan pada 19 November 2024



Gambar 9. Mentoring Keuangan Batch 2



Gambar 10. Mentoring Keuangan Batch 2



Gambar 11. Seminar Bisnis Gen Z Preneur Strategi Memulai Bisnis di Era Digital



Gambar 12. Kegiatan Basecamp Millenials

2.1.3. Program Go Online

Go Online berarti membantu UMKM untuk memasarkan produk dan jasa mereka melalui platform daring seperti e-commerce, media sosial, dan marketplace. Dengan ini, UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas, mengurangi ketergantungan pada toko fisik, serta memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam mengakses produk mereka. Berikut beberapa implementasi program:

- 1) Kegiatan pelatihan Optimalisasi Penjualan Online Melalui Marketplace Shopee Bagi Pemula pada tanggal 29 Mei 2024
- 2) Kegiatan pelatihan Webinar Tips Pengelolaan Sosial Media Marketing dalam Membangun Brand Usahamu pada 17 Juli 2024
- 3) Kegiatan pelatihan Workshop dan Training TikTokShop dan Tokopedia pada 25 November 2024
- 4) Kegiatan kunjungan Pempek Syamil membahas terkait pengembangan usaha dengan membuka outlet untuk mengoptimalkan pemasaran secara konvensional karena selama ini pempek syamil hanya fokus dalam penjualan secara online dan dari bazar ke bazar pada 13 Februari 2024
- 5) Kegiatan pendampingan Holaunyak handmade terkait foto produk dan pengoptimalan media sosial sebagai media pemasaran pada 15 Februari 2024
- 6) Kegiatan pendampingan Pempek Tenggiri Hana terkait pemasaran khususnya melalui media sosial serta memperluas pasarnya dikancah lokal, nasional bahkan global pada 14 Mei 2024
- 7) Kegiatan pendampingan Gitariska Bag terkait re-branding yang akan dilakukan pada usahanya guna memperkuat positionin pada produknya pada 24 Mei 2024
- 8) Kegiatan kunjungan Kedai Cek'Ni terkait membutuhkan pendampingan akses pemasaran, tips dan trik marketing kemudian membaca peluang perkembangan usaha pada 18 September 2024

- 9) Kegiatan kunjungan Ladari Cake & Cookies terkait membutuhkan pendampingan Foto Produk, Peningkatan Brading di Instagram, Pembuatan Laporan Keuangan, kemudian akses pemasaran yang lebih luas untuk peningkatan omset setiap bulannya pada 14 Oktober
- 10) Kegiatan Kunjungan Pempek Arridho terkait membutuhkan pendampingan peningkatan penjualan di marketplace seperti Shoppe, Tokopedia, Padi UMKM, dan Tiktok Shop. Kemudian dalam kunjungan ini owner Pempek Arridho membutuhkan Pendampingan terhadap teknologi ketahanan produk Pempek agar bisa bertahan lama pada 17 Oktober 2024
- 11) Kegiatan Kunjungan Tiktok Shop dan Tokopedia terkait potensi kolaborasi yang dapat dilakukan antara TikTok Shop dan Rumah BUMN Sumsel khususnya dalam program UMKM Go Online pada 30 Oktober 2024.



Gambar 13. Kegiatan kunjungan Pempek Syamil



Gambar 14. Kegiatan pendampingan Holaunyak handmade

2.1.4. Program Go Global

Go Global adalah langkah mendorong UMKM untuk memasuki pasar global. Proses ini mencakup peningkatan standar produk dan sertifikasi. Tujuannya adalah agar UMKM dapat bersaing di pasar global dengan produk-produk berkualitas yang memenuhi kebutuhan konsumen. Berikut beberapa program yang sudah diimplementasikan oleh Rumah BUMN Sumsel:

- 1) Kegiatan pelatihan Webinar Vol 3. Sosialisasi Legalitas yang Wajib dimiliki UMKM (NIB, HALAL, SPP-IRT) pada 27 Februari 2024
- 2) Kegiatan pelatihan Perizinan Usaha Berbasis Resiko untuk Pelau UMKM & Pentingnya Sertifikasi Halal Menuju Halal Mandatory Oktober 2026 untuk UMKM pada 10 juli 2024
- 3) Kegiatan pelatihan UMKM & Pelatihan Sertifikasi Halal Gratis untuk UMKM Rumah BUMN Pagaram pada 22 Juli 2024
- 4) Kegiatan pelatihan Workshop Halal Lifestyle Untuk Umat pada 23 November 2024
- 5) Kegiatan mentoring Legalitas Usaha pada 25 Juni 2024
- 6) Kegiatan pendampingan Koperasi Sesera mengenai pengurusan legalitas usaha salah satu uni usaha koperasi yaitu Resto Apung Sesera pada 13 Januari 2024
- 7) Kegiatan pendampingan Mama Syavi/Abah Avu terkait dengan tujuan bisnis yang ingin dijalankan mulai dari lgalitas, brand dan goals yang ingin dicapai pada 1 Februari 2024
- 8) Kegiatan pendampingan Dimsum Buatan Mama terkait legalitas usaha sertifikasi halal dan verifikasi lapangan pengajuan halal pada 8 februari 2024
- 9) Kegiatan pendampingan Jasmine Aren membahas terkait pengembangan usaha yang dilakukan mulai persiapan rantai pasok yang terdiri dari persiapan lahan pertanian, sertifikasi dan legalitas, serta persiapan untuk ekspor terkait kebutuhan izin yang perlu dipenuh pada 13 Februari 2024

- 10) Kegiatan Kunjungan Rumah Kain dalam rangka Kunjungan Kerja Komisaris PT Pusri Palembang untuk mendorong dan mendukung UMKM Binaan PT Pusri Palembang agar bisa Go Global pada 17 April 2024
- 11) Kegiatan Kunjungan Pepep Rizky dalam rangka Kunjungan Kerja Komisaris PT Pusri Palembang untuk mendukung dan mendorong Pempek Rizky agar bisa Go Global pada 17 April 2024
- 12) Kegiatan kunjungan Nadina Salim kegiatan ini dilakukan dalam rangka Kunjungan Kerja Komisaris PT Pusri Palembang untuk mendorong dan mendukung UMKM Binaan PT Pusri Palembang agar bisa Go Global pada 17 April 2024
- 13) Kegiatan Basecamp Millenials terkait Pendampingan Legalitas Merek dan Pendampingan Marketing pada 12 Juli 2024
- 14) Kegiatan Bazar Natal Bersama Kementrian BUMN Tahun 2024 yang diikuti oleh UMKM Binaan RBS yaitu Indah Songket dan Souvenir pada 15 Januari 2024
- 15) Kegiatan Pameran Pesona Kriya yang diikuti oleh UMKM Binaan RBS yaitu Sewet Jumputan, Cek Romlah Songket, Kapita Craft, Masayu Collection dan Pempek Syamil pada 26 - 28 Februari 2024
- 16) Kegiatan Pameran Inacraft yang diikuti oleh UMKM Binaan RBS yaitu Cek Romlah Songket dan Sewet Jumputan pada 28 Februari - 03 Maret 2024
- 17) Kegiatan Pameran Pasar Bedug Aqobah yang diikuti oleh UMKM Binaan RBS yaitu Martabak Telor Amir, Oh My Croffle, Siomay Batagor Asyifa, Es Puter Mang Budi, Es Kacang MM, Memoria Kitchen, Undela, Mie Ayam Cik Us Mie Celor Indra, Kebab Adisha dan Tukang Seduh pada 23 Maret 2024
- 18) Kegiatan Pameran Festival Ramadhan Rumah BUMN Sumsel yang diikuti oleh UMKM Binaan RBS yaitu Jus Kurma Etawa (JKA), Master Bakso, Dnan Bakery, DR Burger Production, Bakso Meletup, Kebab Adisha, Bu'Nga pada 26 - 30 Maret 2024

- 19) Kegiatan Pameran Festival Foodies Jilid 6 yang diikuti oleh UMKM Binaan RBS yaitu Tukang Seduh, Pempek Bundarara, Mie Ayam Cik Us dan Orchid Bakery pada 12 - 21 April 2024
- 20) Kegiatan Pameran Kelana Wastra Festival yang diikuti oleh UMKM Binaan RBS yaitu Deden Fashion pada 25 – 28 April 2024
- 21) Kegiatan Pameran Jalan Santai HUT SPPSP yang diikuti oleh UMKM Binaan RBS yaitu Pempek Sarah, Mauly Bakery, Telur Gulung Om Gendut, Cek Ni, Oh My Croffle dan Crepes Dudu by DNA pada 5 Mei 2024
- 22) Kegiatan Pameran Pameran Hut Ke-44 Dewan Kerajinan Nasional 2024 yang diikuti oleh UMKM Binaan RBS Songket Harapan Baru, Patera, Deajeng sewingcraft dan Indah Songket dan Souvenir pada 15 - 18 Mei 2024
- 23) Kegiatan Pameran Pameran Sriwijaya Expo 2024 yang diikuti oleh UMKM Binaan RBS yaitu Tukang Seduh dan Jhonykwe pada 24 - 28 Mei 2024
- 24) Kegiatan Pameran UMKM Palembang Award yang diikuti oleh UMKM Binaan RBS yaitu Pempek Rizky, Kopi Biji dan KC Haris Jaya pada 30 Mei - 1 Juni 2024
- 25) Kegiatan Pameran Palembang Expo 2024 yang diikuti oleh UMKM Binaan RBS yaitu Dapur Bingen dan Kedai Es Durian Cek Ni pada 27 - 30 Juni 2024
- 26) Kegiatan Pameran PaDi UMKM Hybrid Expo & Conference 2024 yang diikuti oleh UMKM Binaan RBS yaitu umah Kain, Masayu Collection, Nadina Salim, Deajeng Sewing Craf dan Indah Songket dan Souvenir pada 11 - 14 Juli 2024
- 27) Kegiatan Pameran Rekor Muri Minum Kopi di Pinggir Sungai Serentak Peserta Terbanyak yang diikuti oleh UMKM Binaan RBS yaitu umah Kain, Masayu Collection, Nadina Salim, Deajeng Sewing Craf dan Indah Songket dan Souvenir pada 13 Juli 2024
- 28) Kegiatan Pameran Forum Kepala Bappeda Kota Se-Indonesia yang diikuti oleh UMKM Binaan RBS yaitu KGS Craf pada 18 Juli 2024
- 29) Kegiatan Pameran Pameran di Forum BPC HIPMI Palembang yang diikuti oleh UMKM Binaan RBS yaitu Nadina Salim, Arumitha Leather, Sewet

Jumputan, KC Haris Jaya, Indah Songket dan Souvenir, Patera, Kerupuk Kemplang Hj. Eva Yunus, Benawa dan Bawang Kamila pada 27 Juli 2024

- 30) Kegiatan Pameran Piala Bergilir Walikota Palembang Event Basket 3x3 Seri 2 Junior Basketball Championship yang diikuti oleh UMKM Binaan RBS yaitu Nadina Salim, Sewet Jumputan, KC Haris Jaya, Kopi Benawa dan Doyan Kitchen pada 10 – 11 Agustus 2024
- 31) Kegiatan Pameran Pupuk Indonesia Quality Inovation 2024 yang diikuti oleh UMKM Binaan RBS yaitu KC Haris Jaya, Masayu Collection, Rumah Kain dan Nadina Salim pada 4 September 2024
- 32) Kegiatan Pameran Puncak Hari UMKM Nasional 2024 yang diikuti oleh UMKM Binaan RBS yaitu onget Cik Us, Jus Berries, JKA dan Sambal Kentang Mustofa Dapur Nenek pada 5 - 8 September 2024
- 33) Kegiatan Pameran Pesta Rakyat Pelantikan Presiden dan Wakil Presiden Indonesia 2024 s.d 2029 yang diikuti oleh UMKM Binaan RBS yaitu Pempek Arridho dan Pempek Tenggiri Hana pada 20 Oktober 2024



Gambar 15. Kegiatan Pameran Inacraft



Gambar 16. Kegiatan Pameran Festival Ramadhan Rumah BUMN Sumsel



Gambar 16. Kegiatan pendampingan Jasmine Aren



Gambar 17. Gambar Kegiatan Pameran Kelana Wastra Festival

2.2. Program Pelatihan Rumah BUMN Sumsel

Rumah BUMN Sumsel juga melaksanakan program pelatihan sebagai bagian dari upaya pemberdayaan UMKM. Program pelatihan ini dirancang untuk memberikan wawasan manajemen usaha, keuangan, digitalisasi dan pemanfaatan e-commerce. Sejak 24 November 2023 hingga 25 November 2024, tercatat sebanyak 924 peserta telah mengikuti program pelatihan ini. Melalui pelatihan tersebut, pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan kompetensi, mengembangkan bisnis mereka secara lebih profesional, dan beradaptasi dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang. Program ini merupakan wujud komitmen Rumah BUMN Sumsel dalam mendukung pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan. Adapun daftar program pelatihan disajikan pada Tabel berikut

Tabel 2. Program Pelatihan UMKM RBS

No.	Tanggal	Nama Kegiatan	Total Peserta
1.	24 November 2023	Pelatihan Keuangan Jangan Remehkan Pengelolaan Keuangan Dasar Usahamu	26
2.	8 Desember 2023	Webinar Nasional Ethnic Your Identity "Peluang Bisnis Fashion dengan Sentuhan Budaya Indonesia"	75
3.	Desember 2023	Sosialisasi Program Rumah BUMN Sumsel Pada Bootcamp MUSI Competition 2023	20
4.	18 Desember 2023	Pelatihan Pembuatan Jumputan Bersama Gen Z	70
5.	28 s.d 30 Desember 2023	Bootcamp "Bangun Bisnismu dengan Digital Marketing"	10
6.	5 Januari 2024	Gathering dan Sosialisasi Program Rumah BUMN Sumsel Tahun 2024	67
7.	30 Januari 2024	Webinar "Strategi Mengelola Sumber Daya Manusia Bagi Para Pelaku UMKM"	59
8.	27 Febuari 2024	Webinar Vol 3. Sosialisasi Legalitas yang Wajib dimiliki UMKM (NIB, HALAL, SPP-IRT)	20
9.	23 Maret 2024	Women Talk "Menjadi Womenpreneur yang Kreatif dan Inovatif"	37
10.	29 Maret 2024	Seminar Bisnis Bersama IIBF Palembang "Bisnis Jalan Langit,	19

No.	Tanggal	Nama Kegiatan	Total Peserta
		Karena Bisnis Bukan Sekedar Untung Rugi, Tapi Juga Surga Neraka	
11.	30 Maret 2024	Community Business Talkshow "Peran Komunitas Bisnis dalam Mengembangkan Usaha Bagi Para UMKM"	45
12.	20 Mei 2024	alkshow ESG Untuk UMKM "Kontribusi Dalam Keberlanjutan"	35
13.	22 Mei 2024	Pelatihan Ecoprint Botanical Print With Natural Dye	5
14.	29 Mei 2024	Optimalisasi Penjualan Online Melalui Marketplace Shopee Bagi Pemula	25
15.	7 Juni 2024	Sharing Knowledge Menjadi Operator Media Acara Menggunakan Aplikasi OBS Studio	11
16.	13 Juni 2024	Webinar Digital Bisnis "Ngobrol Santai : Peran Kecerdasan Buatan AI dalam Aktivitas Usaha Pelaku UMKM"	19
17.	5 Juli 2024	Pelatihan Peningkatan Literasi Inovasi Keuangan Digital bagi UMKM	30
18.	10 Juli 2024	Pelatihan Perizinan Usaha Berbasis Resiko untuk Pelau UMKM & Pentingnya Sertifikasi Halal Menuju Halal Mandatory Oktober 2026 untuk UMKM	17
19.	17 Juli 2024	Webinar Tips Pengelolaan Sosial Media Marketing dalam Membangun Brand Usahamu	22

No.	Tanggal	Nama Kegiatan	Total Peserta
20.	22 Juli 2024	Peluang dan Perkembangan Industri Halal di Indonesia untuk UMKM & Pelatihan Sertifikasi Halal Gratis untuk UMKM Rumah BUMN Pagaralam	11
21.	23-25 Juli 2024	Kelurahan Tanah Mas, Kelurahan Air Batu, dan Kelu Sosialisasi Program UMK dan Program Rumah BUMN di rahan Kelurahan Kenten	119
22.	1 Agustus 2024	Webinar Manajemen Keuangan yang tepat bagi pelaku UMKM & Meningkatkan Profit Usaha dengan Strategi Keuangan	21
23.	23 Agustus 2024	Pelatihan Foto Produk "Bagi Para Pelaku UMKM dengan Menggunakan Perangkat Kamera dan Smartphone"	11
24.	27 Agustus 2024	Webinar Digital Marketing "Strategi Membangun Digital Sales Funnel yang Tepat"	34
25.	3 September 2024	Webinar Pelatihan Pembuatan Profil Bisnis Bagi Para Pelaku UMKM	30
26.	10 Oktober 2024	Sosialisasi Naksir UMKM	32
27.	13 s.d 15 November 2024	Pelatihan Menjahit Pengembangan Produk Kumpe Craft	10
28.	23 November 2024	Workshop Halal Lifestyle Untuk Umat	55
29.	25 November 2024	Workshop dan Training TikTokShop dan Tokopedia	9



Gambar 18. Kegiatan Pelatihan Workshop dan Training TikTokShop dan Tokopedia Rumah BUMN Sumsel

2.3. Program Pendampingan Rumah BUMN SUMSEL

Rumah BUMN Sumsel juga menjalankan program pendampingan yang bertujuan untuk membantu pelaku UMKM mengimplementasikan materi pelatihan secara praktis dalam bisnis mereka. Program ini dirancang untuk memperdalam pengetahuan dan memberikan arahan yang lebih spesifik terkait dengan memahami segmentasi pasar, sertifikat usaha dan bankabel. Tercatat sejak tanggal 1 November 2023 hingga 18 November 2024 terdapat 71 pendampingan dan juga kunjungan. Dengan program ini, Rumah BUMN Sumsel berupaya memberikan solusi yang lebih mendalam dan personal untuk membantu UMKM berkembang, meningkatkan daya saing, dan mencapai keberlanjutan dalam bisnis mereka.



Gambar 19. Kegiatan Kunjungan dan Pendampingan Rumah Apung Sesera

2.3. Program Pemasaran UMKM

Rumah BUMN Sumsel juga menjalankan program pemasaran UMKM yang bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal. Program ini dirancang untuk membantu pelaku UMKM memasarkan produk mereka melalui berbagai strategi dan media, di antaranya:

1) Branding

Membantu UMKM menciptakan identitas merek yang kuat dan menarik, sehingga produk mereka lebih dikenal dan diminati oleh konsumen.

2) Pameran

Memfasilitasi keikutsertaan UMKM dalam pameran-pameran lokal, nasional, maupun internasional untuk memperkenalkan produk mereka kepada pasar yang lebih luas dan beragam.

3) Galeri Rumah BUMN Sumsel (RBS)

Menyediakan ruang pameran permanen bagi UMKM untuk menampilkan dan menjual produk secara langsung kepada konsumen.

Selama periode November 2023 hingga November 2024, Rumah BUMN Sumsel berhasil mencatatkan total pendapatan dari penjualan produk UMKM sebesar Rp1.006.206.750, yang diperoleh melalui:

- Penjualan di Galeri Rumah BUMN Sumsel : Rp133.214.500
- Supply Chain (rantai pasok) : Rp494.585.100
- Pameran : Rp378.407.150



Gambar 20. Kegiatan pameran pada Festival Foodies jilid 6

2.4. Program Basecamp Millenial

Basecamp Milenial Rumah BUMN Sumsel berfungsi sebagai wadah kolaborasi dan pengembangan bagi UMKM, Generasi Milenial, dan Gen Z. Tempat ini dirancang untuk meningkatkan keterampilan, kapabilitas, dan semangat kewirausahaan, sehingga dapat melahirkan generasi unggul yang siap bersaing di berbagai sektor usaha.

Rumah BUMN Sumsel terus berkomitmen mendukung pengembangan UMKM serta meningkatkan kapasitas generasi muda melalui berbagai kegiatan sepanjang tahun 2024. Salah satu kegiatan adalah kunjungan dari murid dan guru SMA Negeri Sumatera Selatan pada 26 Juli 2024, di mana tim fasilitator Rumah BUMN memberikan pendampingan terkait legalitas usaha seperti pengurusan NIB, SPP-IRT, dan Sertifikasi Halal untuk membantu siswa mengikuti lomba inovasi. Selain itu, pada 25 Juli 2024, Rumah BUMN Sumsel mengadakan pelatihan dasar pembuatan kain jumputan untuk Generasi Milenial dan Gen Z, bertujuan menumbuhkan minat dalam melestarikan dan mengembangkan industri kain tradisional.

Pada 25 Oktober 2024, Rumah BUMN Sumsel menyelenggarakan sharing session bertema *"Industri, Pengembangan Wirausaha, dan Networking"* yang bekerja sama dengan BEM AKA Migas Palembang. Acara ini memberikan wawasan kepada mahasiswa tentang pentingnya jejaring dan pengenalan kewirausahaan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Selanjutnya, pada 13 November 2024, Rumah BUMN Sumsel berkolaborasi dengan Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri (UIGM) dalam seminar bertajuk *"Strategi Memulai Bisnis di Era Digital."* Acara ini juga menjadi bagian dari program *Rumah BUMN Sumsel Goes to Campus* dan *Mitra Usahawan Pusri (MUSI) Competition 2024*. Selain seminar, perjanjian kerja sama antara Rumah BUMN Sumsel dan Fakultas Ekonomi UIGM ditandatangani untuk mendukung pengembangan UMKM dan generasi muda dalam kewirausahaan.

Sebagai bagian dari upaya penelitian dan inovasi, pada 29 November 2024, Rumah BUMN Sumsel melakukan sosialisasi program kepada enam mahasiswa Universitas Sriwijaya yang tergabung dalam kelompok penelitian. Kegiatan ini diharapkan dapat menghasilkan solusi atas tantangan yang dihadapi oleh UMKM dan Rumah BUMN Sumsel. Melalui berbagai program pelatihan, pendampingan, dan kolaborasi ini, Rumah BUMN Sumsel tidak hanya mendorong pertumbuhan UMKM tetapi juga memberdayakan generasi muda untuk menjadi wirausahawan yang tangguh dan mampu berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal secara berkelanjutan.



Gambar 21. Kegiatan Seminar Bisnis Gen Z Preneur Strategi Memulai Bisnis di Era Digital

2.5. Program Volunter, Magang dan skirpsi

Rumah BUMN Sumsel juga menyediakan program-program untuk mendukung pengembangan generasi muda melalui kegiatan Volunteer, Magang, dan Skripsi. Program Volunteer melibatkan para pemuda dalam berbagai kegiatan, seperti menjadi relawan dalam acara *Festival Ramadhan Rumah BUMN Sumsel* dan *Fashion Show Workshop Mitra Binaan Wastra* yang bekerja sama dengan para desainer. Kegiatan ini memberikan pengalaman langsung kepada peserta untuk berkontribusi dalam pelaksanaan program sekaligus memperkaya keterampilan dan jejaring mereka.

Selain itu, program magang dan skripsi di Rumah BUMN Sumsel memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk terlibat dalam berbagai proyek nyata yang relevan dengan dunia usaha dan UMKM. Program ini tidak hanya mendukung pengembangan kompetensi akademik tetapi juga memperkuat kesiapan generasi muda untuk berperan aktif dalam dunia profesional dan kewirausahaan. Dengan berbagai program tersebut, Rumah BUMN Sumsel menunjukkan komitmennya dalam membangun kapasitas generasi muda untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional.

BAB III

METODOLOGI

3.1. Metode Penelitian SROI

Penelitian ini dilakukan dengan analisis SROI. Analisis ini memiliki tujuan untuk mengetahui dampak atas nilai sosial, ekonomi, dan lingkungan melalui program. Menurut (Purwohedi, 2016) pendekatan *Social Return on Investment* (SROI) yang mengukur dampak dari suatu investasi dilihat dari aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. SROI digunakan untuk meningkatkan akuntabilitas dari program sosial kemanusiaan yang telah dijalankan. Akuntabilitas menjadi hal yang sangat penting dalam mengukur efektivitas program sosial yang dijalankan.

Social return on investment (SROI) adalah kerangka kerja yang digunakan untuk mengukur dan memperhitungkan nilai yang diciptakan oleh suatu program atau inisiatif, melampaui nilai finansial. SROI mengukur perubahan yang relevan dengan orang atau organisasi yang mengalami atau berkontribusi padanya. Kajian SROI pada dasarnya bercerita tentang bagaimana sebuah program menghasilkan perubahan dengan mengukur outcome sosial, lingkungan dan ekonomi (Prasetyo & Ekawati, 2023).

Investasi sosial seringkali dianggap tidak dapat diukur tingkat keberhasilan atau dampaknya karena pengukuran-pengukuran sosial cenderung bersifat kualitatif. *Social Return on Investment* (SROI) merupakan salah satu alternatif dalam pengukuran valuasi dampak investasi sosial secara lebih kuantitatif sehingga diharapkan dapat memberi gambaran yang lebih jelas dan terukur mengenai dampak investasi sosial (Widhagda & Aditya, 2020).

SROI melibatkan para pemangku kepentingan (stakeholders) dari suatu program/proyek untuk dianalisis untuk mengeksplorasi berbagai dampak yang dirasakan setelah program/proyek tersebut berjalan. Melalui pelibatan pemangku kepentingan ini SROI akan memberikan analisis yang jauh lebih komprehensif dan implementatif dibandingkan alat ukur lainnya (Purwohedi, 2016). Metode

pelaksanaan analisis SROI juga menggunakan konsep Triple Bottom Line. Konsep ini digunakan pengelola perusahaan untuk mengukur dampak sosial, lingkungan dan upaya peningkatan profit. Ketiga elemen tersebut dikelola secara bersama-sama menjadi sebuah konsep terpadu yang diimplementasikan dalam kegiatan CSR perusahaan (Nengah Laba, dkk, 2022).

Rumus Perhitungan

Perhitungan SROI dilakukan dengan cara memonetisasi dampak yang dihasilkan oleh program tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa setiap dampak yang bernilai moneter atau dapat disetarakan dengan nilai moneter akan dihitung menggunakan rumus SROI sehingga menghasilkan nilai SROI yang menggambarkan keberhasilan dari program tersebut, (Septasawitri dkk., 2023). Perhitungan SROI dilakukan dengan menghitung perbandingan *Net Present Value* dari manfaat dengan *Net Present Value* dari investasi. Berikut merupakan Rumus perhitungan:

$$SROI = \frac{\text{NPV of Benefit}}{\text{NPV of Investment}}$$

Keterangan:

NPV of Benefit : Jumlah manfaat yang diterima dari program

NPV of Investment : Jumlah investasi yang diberikan untuk program

Keterangan tambahan: Nilai yang dihasilkan merupakan rasio SROI.

Sebagai contoh, jika nilai SROI menunjukkan angka 5, maka ratio Investasi Sosial dibandingkan SROI menjadi 1:5. Artinya, setiap Rp 1 yang diinvestasikan akan menghasilkan nilai Rp 5 di masyarakat.

3.2. Lokasi Kajian SROI

Kajian SROI ini dilaksanakan pada Novemberr 2024 yang berlokasi di Rumah BUMN Sumsel, Kota Palembang, Sumatera Selatan yang merupakan binaan TJSL PT Pupuk Sriwidjaja (PUSRI) Palembang.

3.3. Teknik Pengambilan Data SROI

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah *mix methods*. *Mix methods* adalah pendekatan penelitian yang menggabungkan antara pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengambilan data dilakukan dengan metode wawancara mendalam bersama narasumber (*in-depth interview*) dan observasi. Data yang dapat diambil dari kajian terdiri dari dua jenis data yaitu sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari narasumber asli oleh peneliti yang berkaitan dengan objek penelitian. Data primer dapat berupa hasil wawancara, kuesioner, atau dokumen resmi yang didapatkan langsung dari narasumber.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang ada sebelumnya. Data ini dapat berupa naskah penelitian terdahulu, dan hasil studi Pustaka seperti referensi berupa jurnal, buku dan website.

Pengambilan sampel yang digunakan penelitian kualitatif menggunakan *Teknik purposive sampling*. teknik ini menentukan terlebih dahulu informan siapa saja yang memiliki informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk menentukan siapa saja yang menerima manfaat yang akan diwawancarai. Dalam penelitian ini, peneliti telah melakukan wawancara kepada semua anggota Kelompok Tani Hortikultura (kentang).

Tabel 3. Nama Informan

No	Nama Informan	Peran	Nama Brand/Merk
1	Fajar NH	Anggota	Tukang Seduh
2	Deny Martindo	Anggota	Kopi Benawa
3	Farhana	Anggota	Pempek Tenggiri Hana
4	Elma	Anggota	House Of Elma
5	Ajeng Tresnawati	Anggota	Deajeng
6	Dessy Permatasari	Anggota	Baperpau
7	Auf Ibnu Abas	Anggota	Jus Kurma Etawa
8	Sri Rahayu	Anggota	Songket Cek Romlah
9	Yulianti	Anggota	Handop Collection
10	Nyanyu Nurjanah	Anggota	Pempek Dapur Bingen
11	Juli Hadi	Anggota	Pempek Syamil
12	Nadina Sukma	Anggota	Nadina Salim
13	Sayyidah Munawarroh	Volunteer	Skrispsi
14	Reynanda Kusuma Devinta	Volunteer	Skrispsi
15	Ramanda Putri Safira	Volunteer	Skrispsi
16	Amelia Yurnita	Volunteer	Thesis
17	Deden	Anggota	Deden Fashion
18	Hazurah	Anggota	Indah Songket
19	Nys. Hj. Zulfa Kartika	Anggota	Kerupuk Hj. Eva Yunus

Sumber: Hasil Survey, 2024

3.4. Tujuan

Tujuan studi SROI adalah mengetahui nilai akuntabilitas dan nilai suatu program yang hasilnya tidak selalu dapat diukur dengan nilai mata uang. Tujuan dari kajian ini untuk memastikan program tersebut layak dijalankan atau tidak, maka dilakukan studi *Social Return on Investment* (SROI) yang berfungsi untuk

mengetahui manfaat program atas sosial, ekonomi, dan lingkungan yang dihasilkan melalui program yang dijalankan. Adapun

3.5. Luaran

Luaran berupa Laporan atau dokumen studi *Social Return on Investment* (SROI) yang memuat manfaat sosial dari perhitungan SROI program Rumah BUMN Sumsel (RBS) binaan PT PUSRI Palembang.

3.6. Fiksasi Dampak

Setelah mendapatkan nilai input, selanjutnya mengidentifikasi proses atau kegiatan yang dilakukan dengan tujuan mengubah input menjadi output. Proses identifikasi ini dapat diketahui produk dan jasa apa saja yang dihasilkan. Produk atau jasa dapat memberikan pengaruh langsung maupun tidak langsung yang disebut dengan *outcome*. Manfaat yang dirasakan diidentifikasi dan dikonversi secara kuantitatif ke dalam mata uang sesuai harga standar yang berlaku.

Proses pembentukan dan akumulasi hasil dalam jangka Panjang akan menghasilkan dampak (*impact*). Dampak dalam SROI harus memperhatikan kemurnian hasil dari suatu program dengan membersihkan dampak dari *impact* yang dihasilkan. Proses penentuan ini bertujuan supaya klaim Perusahaan terhadap manfaat yang dihasilkan tidak terlalu besar atau *over claim*. Oleh karena itu, perhitungan *impact* dilakukan dengan mengurangi nilai *impact* dengan *deadweight*, *attribution*, *displacement*, dan *drop off*.

Unsur yang terkandung di dalam *impact* sebagai berikut:

- a. Deadweight: Perubahan yang pasti akan terjadi tanpa adanya intervensi/kegiatan
- b. Attribution: Perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain
- c. Displacement: Manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program
- d. Drop Off: Pengaruh kegiatan yang menurun seiring waktu (per-tahun)



FGD SROI dengan UMKM Binaan RBS



Pengisian Kuisiner SROI



Indepht Interview

Gambar 22. Kegiatan Pengambilan Data SROI pada Rumah BUMN Sumsel

BAB IV

CAKUPAN DAN IDENTIFIKASI PEMANGKU KEPENTINGAN

4.1. Identifikasi Pemangku Kepentingan (Stakeholder)

Identifikasi *stakeholder* adalah tahap awal dari pemetaan *Social Return on Investment* (SROI) (Nengah Laba, dkk, 2022). *Stakeholder* didefinisikan sebagai pihak yang terlibat dan mengalami perubahan, baik negatif maupun positif, sebagai akibat dari program atau kegiatan yang dianalisis.

Pelaksanaan Program Rumah BUMN Sumsel merupakan salah satu kegiatan TJSL PT PUSRI Palembang yang diarahkan untuk membina dan mengembangkan UMKM di Sumatera Selatan. Kegiatan ini merupakan kolaborasi dengan yang banyakpihak atau stakeholder dalam implementasinya. PT PUSRI Palembang juga bekerjasama dengan PT Gofin Cipta Indonesia sebagai vendor yang melakukan pengelolaan program Rumah BUMN Sumsel (RBS) ini. Hasil identifikasi Stakeholder dapat dilihat pada Tabel berikut ini.

Tabel 4. Identifikasi Stakeholder

No	Pemangku kepentingan	Kategori	Peran
1	PT Pupuk Sriwidjaja (PUSRI) Palembang	Perusahaan	Pemberi program dan penyandang dana
2	Rumah BUMN Sumsel	Lembaga Binaan TJSL PUSRI Palembang	Penerima dampak program
3	Anggota binaan Rumah BUMN Sumsel (UMKM)	UMKM Binaan (1186 UMKM)	Penerima dampak program
3	PT Gofin Cipta Indonesia	Rekanan PT Pusri Palembang	Pihak Ketiga yang ditunjuk PT Pusri Palembang untuk mengelola Rumah BUMN Sumsel

No	Pemangku kepentingan	Kategori	Peran
4	LP3H UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Cabang Sumatera Selatan	Lembaga Pendamping Proses Produk Halal	Sebagai stakeholder dalam pengurusan sertifikasi Halal bagi UMKM Binaan dan memberikan fasilitas Pendampingan P3H Halal kepada fasilitator Rumah BUMN Sumsel
5	Komunitas TDA Palembang	Komunitas/Organisasi	Penerima Dampak Program (Pelatihan) kepada anggota dan dapat memanfaatkan fasilitas co-working space rumah BUMN Sumsel
6	Satu Amal Indonesia	Komunitas/Organisasi	Penerima uang donasi yang sudah dikumpulkan oleh Rumah BUMN Sumsel yang berasal dari UMKM Binaan dan stakeholder lain
7	Relawan Anak Sumatera Selatan	Komunitas/Organisasi	Tempat penyaluran bakat Anak-anak melalui penampilan drama musical di acara Rumah BUMN Sumsel
8	Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Palembang	Komunitas/Organisasi	Penerima manfaat program pendampingan sertifikasi oleh Rumah BUMN Sumsel
9	Rumah Cahaya Indonesia	Komunitas/Organisasi	Penerima manfaat program Rumah BUMN Sumsel melalui co-working space
10	TUKR	Perusahaan	Penerima manfaat pengolahan limbah rumah tangga (minyak jelantah)
11	Universitas Sriwijaya	Akademisi	Penerima manfaat program Rumah BUMN

No	Pemangku kepentingan	Kategori	Peran
			Sumsel melalui pelatihan dan pendampingan
12	Universitas Indo Global Mandiri	Akademisi	Penerima manfaat program Rumah BUMN Sumsel melalui pelatihan dan pendampingan
13	Radio Republik Indonesia	Media Masa	Menyalurkan informasi terkait program Rumah BUMN Sumsel dan PT Pusri Palembang serta sebagai sarana dalam promosi UMKM Binaan
14	Bank Sumsel Syariah	Perbankan	Sebagai mitra perbankan UMKM Binaan dan pembayaran secara digital
15	Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Sumatera Selatan	Lembaga Pemerintah	Sebagai mitra di dalam pemerintahan untuk mensukseskan program pendampingan Rumah BUMN Sumsel
16	AISEC Universitas Sriwijaya	Lembaga Pemerintah	Penerima manfaat program Rumah BUMN Sumsel melalui pelatihan dan pendampingan
17	Nurdini Prihastiti	Owner Damakara	Narasumber Pelatihan
18	Nadina S. Salim	Owner Nadina Salim	Narasumber Pelatihan
19	Abdul Anzisy	Owner Bakso Granat Mas Azis	Narasumber Pelatihan
20	Weny Yulastuti	CEO Rumah BUMN Sumsel	Narasumber Pelatihan
21	Dessy Permata Sari	Owner Baperpao	Narasumber Pelatihan
22	Kang Anan	Dir. Wil. Indonesia Brand Activist Network (IBAN)	Narasumber Pelatihan

No	Pemangku kepentingan	Kategori	Peran
		Sumatera & Kalimantan	
23	Yories Yolanda	CFO Rumah BUMN Sumsel	Narasumber Pelatihan
24	Arif Rahman	Ketua IIBF Palembang	Narasumber Pelatihan
25	Muhammad Mufasih	Ka. Bidang VI Hipmi Palembang	Narasumber Pelatihan
26	Eko Panca Gustiono	Ketua TDA Palembang	Narasumber Pelatihan
27	Ridwan Edo	Founder Palembang Info	Narasumber Pelatihan
28	Tim Dosen Fakultas Ekonomi	Akademisi	Narasumber Pelatihan
29	M. Siddiq	Owner Aditya Jumputan	Narasumber Pelatihan
30	Om Kim	Digital Marketing Expert	Narasumber Pelatihan
31	Reza Apriandi	Owner Boesku Indonesia	Narasumber Pelatihan
32	Kecamatan Talang Kelapa Banyuasin	Lembaga Pemerintah	Penerima manfaat program Rumah BUMN Sumsel melalui pelatihan
33	Rumah BUMN Oku Selatan dan Pagar Alam	Lembaga Binaan Bank BRI	Penerima manfaat program Rumah BUMN Sumsel melalui pelatihan

Sumber: Hasil Survey, 2024

Hasil identifikasi stakeholder pada program Rumah BUMN Sumsel terdapat tiga kelompok stakeholder yang terdampak dalam program CSR ini, yaitu perusahaan dan UMKM dan pihak ketiga yang terkait seperti Volunteer, akademisi, perbankan dan pemerintah. *Stakeholder* yang paling terdampak adalah UMKM sebagai penerima program dan PT Pusri Palembang sebagai pemberi program, serta Rumah BUMN Sumsel sebagai pelaksana Program.

Para stakeholder yang terlibat dalam program Rumah BUMN Sumsel ini tentunya telah memberikan peran masing-masing selama periode implementasi program. Tingkat keberhasilan program dengan adanya peran stakeholder sangat berpengaruh bagi efektifitas program ini. Rumah BUMN Sumsel dengan berbagai kegiatannya selalu melibatkan banyak stakeholder, sehingga perhitungan SROI pada program RBS ini akan banyak sekali mengalami intervensi pihak lainnya.

4.2. Prioritas Pemangku Kepentingan

Untuk mencapai keberhasilan program CSR tersebut, strategi *Community Relations* dikelompokkan dalam delapan strategi, yaitu mengidentifikasi masyarakat, melakukan *engagement* masyarakat, melakukan kerjasama dengan konsultan sesuai kebutuhan, memberikan pendidikan dan pelatihan kepada masyarakat, melibatkan masyarakat dalam perencanaan dan implementasi program CSR, melakukan pendampingan rutin dan pengelolaan isu masyarakat, memberikan program dukungan masyarakat, dan memberikan apresiasi atau penghargaan kepada masyarakat (Hanzyah & Madura, 2022). Berdasarkan data identifikasi pemangku kepentingan yang ada di atas, dapat ditelaah secara lebih detail mengenai pemangku kepentingan yang terlibat dalam program “Rumah BUMN Sumsel (RBS) binaan PT PUSRI Palembang, sebagai berikut ini.

Tabel 5. Prioritas Pemangku Kepentingan

No	Pemangku kepentingan	Alasan dilibatkan	Output
1	PT Pupuk Sriwidjaja (PUSRI) Palembang	Pemberi program dan penyandang dana	- Support Pendanaan kegiatan - Memiliki Binaan TJSL Program RUMah BUMN Sumsel
2	Rumah BUMN Sumsel	Lembaga Binaan TJSL PUSRI Palembang	- Menjadi wadah atau Lembaga pelaksana program Rumah BUMN Sumsel
3	UMKM Binaan RBS	Dilibatkan karena penerima manfaat program secara langsung	- Mendapat berbagai implementasi program TJSL dari Rumah BUMN Sumsel

Sumber: Hasil Survey, 2024

Prioritas stakeholder dalam program Rumah BUMN Sumsel ini di peroleh 3 prioritas pemangku kepentingan yaitu PT PUSRI Palembang, Rumah BUMN Sumsel serta para UMKM yang menjadi binaan rumah BUMN Sumsel (RBS) itu sendiri. Ketiga stakeholder ini adalah pihak yang paling terlibat dalam program Rumah BUMN Sumsel, sehingga sangat berperan penting dalam menjalankan setiap kegiatan RBS. Keterhubungan antara ketiga stakeholder ini sangat erat (Stakeholder Engagement) yang menjadi satu kesatuan peran untuk memberikan dampak sosial yang tinggi dalam program RBS.

4.2.1. PT PUSRI Palembang

PT PUSRI Palembang merupakan stakeholder utama dalam kegiatan Rumah BUMN Sumsel yang diberikan pada UMKM di Sumatera Selatan. Sebagai pemberi program PT PUSRI Palembang merupakan pemangku kepentingan prioritas atau *Key Stakeholder* dalam program Rumah BUMN SUMSEL ini. Peran PT PUSRI Palembang adalah sebagai penyandang dana serta perencana program

RBS yang akan dilaksanakan oleh Rumah BUMN Sumsel itu sendiri. PT PUSRI berperan sebagai pengawas dan user dari pihak ketiga Rumah BUMN Sumsel dalam hal ini PT Gofin Cipta Indonesia.

4.2.2. Rumah BUMN Sumsel (RBS)

Rumah BUMN Sumsel merupakan Lembaga bentukan PT PUSRI Palembang untuk mewadahi para UMKM binaan TJSL PT PUSRI Palembang. Rumah BUMN Sumsel sebagai penyelenggara berbagai kegiatan bagi UMKM binaan PT PUSRI Palembang, yang dalam implementasinya menggunakan vendor atau kontraktor yaitu PT Gofin Cipta Indonesia yang mengelola kegiatan RBS di tingkat implementasinya. Rumah BUMN Sumsel merupakan rumah bagi sekitar 800 UMKM yang tergabung dalam program RBS ini sendiri, RBS melakukan manajemen bagi UMKM dalam pemerian berbagai program TJSL PT PUSRI Palembang bagi para UMKM binaannya.

4.2.3. UMKM Binaan Rumah BUMN Sumsel (RBS)

Penerima manfaat dari Program Rumah BUMN Sumsel (RBS) ini adalah semua UMKM yang telah menjadi anggota RBS, setelah di kurasi dan layak menjadi anggota RBS, maka UMKM tersebut akan menjadi binaan Rumah BUMN Sumsel yang akan memperoleh berbagai kegiatan pembinaan UMKM dalam implementasi program Rumah BUMN Sumsel. Peran dari UMKM binaan RBS menjadi sangat penting dalam implementasi program RBS, karena keaktifan anggota menjadi kunci keberhasilan program RBS. Sejauh ini program RBS sudah diterima dan dimanfaatkan dengan baik oleh para UMKM Binaan sehingga memberikan dampak atau benefit sosial yang cukup tinggi bagi para UMKM binaan TJSL PT PUSRI Palembang.

BAB V

PERHITUNGAN *SOCIAL RETURN ON INVESTMENT* (SROI)

5.1. Perhitungan SROI

Keberhasilan suatu perusahaan untuk mewujudkan keberhasilan usaha yang berkelanjutan tidak hanya dilihat dari segi keuntungan bisnis, namun juga harus memperhatikan *The Triple Bottom Line*. Investasi yang dilakukan perusahaan tidak hanya dari investasi fisik namun juga sosial dan lingkungan, yang diwujudkan dengan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) (Matoati dkk., 2023).

Rasio SROI merupakan rasio pembandingan antara nilai setiap rupiah investasi yang dikeluarkan pemberi bantuan TJSL dengan nilai dampak yang didapatkan dari investasi program TJSL tersebut (Laba *et al.*, 2022).

Tabel 6. Perhitungan SROI Program Rumah BUMN Tahun 2024

Deskripsi	SROI Tahun 2024
NPV of Benefit	Rp. 1.907.135.112
NPV of Investment	Rp. 490.006.016
SROI	3,89

Sumber : Hasil Analisis, 2024

Hasil perhitungan SROI untuk program Rumah BUMN Sumsel menunjukkan Ratio 1: 3.89 yang artinya bahwa investasi yang diberikan PT PUSRI Palembang sebesar RP.1 dalam implementasi program Rumah BUMN Sumsel ini akan menghasilkan nilai dampak sosial sebesar Rp. 3.89. Hasil perhitungan SROI ini menunjukkan bahwa program Rumah BUMN layak untuk terus dikembangkan sebagai salah satu program TJSL PT PUSRI Palembang yang menguntungkan dalam memberikan benefit atau dampak sosial bagi pesertanya.

Tabel 7. NPV Of Investment

No	Jenis Investasi	NPV of Investment (Rp)
	Fix Cost	
1	Listrik	19.137.500
2	Air	4.288.824
3	Gaji Karyawan (THP)	328.870.000
4	Biaya Operasional (ATK, Galon, Keamanan , Kebersihan, dll)	13.286.440
5	Wifi / Internet	4.673.942
	Variable Cost	
6	Peralatan dan Perlengkapan Pendukung	26.450.000
7	Perbaikan	975.000
	Total Fix dan Variable cost	397. 681.706
	Pelatihan Tahun 2023	
8	Pelatihan Keuangan Jangan Remehkan Pengelolaan Keuangan Dasar Usahamu (26 Peserta)	815.000
9	Webinar Nasional Ethnic Your Identity "Peluang Bisnis Fashion dengan Sentuhan Budaya Indonesia" (75 Peserta)	1.045.000
10	Sosialisasi Program Rumah BUMN Sumsel Pada Bootcamp MUSI Competition 2023 (20 Peserta)	0
11	Pelatihan Pembuatan Jumputan Bersama Gen Z (70 Peserta)	0
12	Bootcamp "Bangun Bisnisimu dengan Digital Marketing" (10 peserta)	0
	Total Pelatihan Tahun 2023	1.860.000
	Kegiatan Tahun 2024	
13	Gathering dan Sosialisasi Program Rumah BUMN Sumsel Tahun 2024 (67 peserta)	0
14	Webinar "Strategi Mengelola Sumber Daya Manusia Bagi Para Pelaku UMKM" (59 peserta)	643.000
15	Webinar Vol 3. Sosialisasi Legalitas yang Wajib dimiliki UMKM (NIB, HALAL, SPP-IRT) (20 Peserta)	1.143.000

No	Jenis Investasi	NPV of Investment (Rp)
16	Women Talk "Menjadi Womenpreneur yang Kreatif dan Inovatif" (37 peserta)	1.857.000
17	Seminar Bisnis Bersama IIBF Palembang "Bisnis Jalan Langit, Karena Bisnis Bukan Sekedar Untung Rugi, Tapi Juga Surga Neraka"(19 Peserta)	506.000
18	Community Business Talkshow "Peran Komunitas Bisnis dalam Mengembangkan Usaha Bagi Para UMKM" (45 peserta)	506.000
19	Talkshow ESG Untuk UMKM "Kontribusi Dalam Keberlanjutan" (35 peserta)	20.000.000
20	Pelatihan Ecoprint Botanical Print With Natural Dye (5 peserta)	600.000
21	Optimalisasi Penjualan Online Melalui Marketplace Shopee Bagi Pemula (25 peserta)	765.000
22	Sharing Knowledge Menjadi Operator Media Acara Menggunakan Aplikasi OBS Studio (11 peserta)	0
23	Webinar Digital Bisnis "Ngobrol Santai : Peran Kecerdasan buatan AI dalam Aktivitas Usaha Pelaku UMKM" (19 Peserta)	865.000
24	Pelatihan Peningkatan Literasi Inovasi Keuangan Digital bagi UMKM (30 peserta)	1.350.000
25	Pelatihan Perizinan Usaha Berbasis Resiko untuk Pelau UMKM & Pentingnya Sertifikasi Halal Menuju Halal Mandatory Oktober 2024 untuk UMKM (17 peserta)	0
26	Webinar Tips Pengelolaan Sosial Media Marketing dalam Membangun Brand Usahamu (22 peserta)	0
27	Peluang dan Perkembangan Industri Halal di Indonesia untuk UMKM & Pelatihan Sertifikasi Halal Gratis untuk UMKM Rumah BUMN Pagaram (11 peserta)	0
28	Sosialisasi Program UMK dan Program Rumah BUMN di Kelurahan Tanah Mas, Kelurahan Air Batu, dan Kelurahan Kelurahan Kenten (119 peserta)	0

No	Jenis Investasi	NPV of Investment (Rp)
29	Webinar Manajemen Keuangan yang tepat bagi pelaku UMKM dan Meningkatkan Profit Usaha dengan Strategi Keuangan (21 peserta)	0
30	Pelatihan Foto Produk "Bagi Para Pelaku UMKM dengan Menggunakan Perangkat Kamera dan Smartphone" (11 peserta)	750.000
31	Webinar Digital Marketing "Strategi Membangun Digital Sales Funnel yang Tepat" (34 peserta)	1.665.000
32	Webinar Pelatihan Pembuatan Profil Bisnis Bagi Para Pelaku UMKM (30 peserta)	1.202.000
33	Sosialisasi Naksir UMKM (30 peserta)	0
34	Pelatihan Menjahit Pengembangan Produk Kumpe Craft (10 peserta)	7.466.000
35	Workshop Halal Lifestyle Untuk Umat	0
36	Workshop dan Training TikTokShop dan Tokopedia	0
	Total Pelatihan 2024	39.318.000
	Mentoring	
37	Mentoring Legalitas Usaha (3 peserta)	0
38	Mentoring Keuangan batch 2 (3 peserta)	0
39	Mentoring Keuangan berbasis Digital (6 peserta)	0
40	Mentoring terkait Fundamental Bisnis Mang Cacam (1 peserta)	0
41	Mentoring terkait Profil Usaha Orchid Bakery (1 peserta)	0
	Total mentoring 2024	0
	Pengurusan Legalitas	
42	Pendaftaran sertifikat Halal (33 Peserta)	0
43	Pendaftaran NIB (35 peserta)	0
44	Pendaftaran HAKI Merk (4 peserta)	0
45	Pendaftaran SPP-IRT (6 Peserta)	0
46	Pendaftaran PT Perseorangan (3 Org)	0
	Total pengurusan Legalitas	0

No	Jenis Investasi	NPV of Investment (Rp)
	<i>Program Basecamp Mellenials</i>	
47	Festival Ramadhan Rumah BUMN Sumsel (11 Peserta)	650.000
48	Festival Ramadhan Rumah BUMN Sumsel (7 peserta)	0
49	Festival Ramadhan Rumah BUMN Sumsel dan Rumah BUMN Sumsel dan kegiatan Operasional Rumah BUMN Sumsel (2 peserta)	0
50	Sosialisasi Program Rumah BUMN Sumsel kepada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Palembang (100 peserta)	0
51	Fashion Show Workshop Mitra Binaan Wastra bersama Designer (3 peserta)	0
52	Pembuatan Website dan Compro RBS (2 peserta)	0
53	Pendampingan Legalitas Merek dan Pendampingan Marketing (1 peserta)	0
54	Pendampingan Legalitas Usaha seperti NIB, SPP-IRT dan Sertifikasi Halal untuk keperluan siswa SMA Negeri Sumatera Selatan untuk mengikuti Lomba Inovasi Kewirausahaan ditingkat Nasional (3 Peserta)	0
55	Pelatihan dasar pembuatan kain wastra (25 peserta)	3.820.000
56	Sharing session dengan tema "Industri, Pengembangan Wirausaha dan Networking" Cara Mahasiswa Berkontribusi dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Lokal (30 Peserta)	0
57	Seminar Bisnis : Gen Z Preneuer Strategi Memulai Bisnis di Era Digital. Rumah BUMN Sumsel Goes to Campus serta sebagai roadshow dari Mitra Usahawan Pusri (MUSI) Competition 2024.	0
58	Sosialisasi Program Rumah BUMN Sumsel dan Naksir UMKM kepada kelompok penelitian Rumah BUMN Sumsel	0
	<i>Total Basecamp Millenial</i>	4.470.000

No	Jenis Investasi	NPV of Investment (Rp)
	Penelitian Rumah BUMN	
59	Thesis Pendidikan S2 (Master) (1 org)	0
60	Skripsi Pendidikan S1 (Sarjana) (6 org)	0
	Total Penelitian	0
	Program Inkubasi	
61	Inkubasi Foto Produk UMKM Topic "Foto Produk Menarik, Bikin Usaha Makin Dilirik (6 peserta)	0
62	Inkubasi Branding: "Fundamental Branding yang Tepat Bagi UMKM" (14 Org)	0
63	Inkubasi Digital "Digitalisasi dan Pemanfaatan Data pada Bisnis UMKM"	0
64	Inkubasi "Membuat Laporan Keuangan Bagi UMKM" (32 org)	506.000
65	Inkubasi Webinar Bisnis Mapping UMKM (12 org)	0
66	Inkubasi "Menghitung HPP dan Teknik Mengelola Keuangan" (12 Org)	0
67	Inkubasi "Legalitas Usaha Yang Wajib dimiliki UMKM" (4 Org)	4.450.000
68	Inkubasi "Dasar Teknik Marketing Mix dan Closing" (12 Org)	0
69	Inkubasi "Desain Kemasan" (8 Org)	0
70	Webinar Inkubasi Keuangan Lanjutan Mengenai Materi Inkubasi HPP dan Teknik Pengelolaan Keuangan (14 org)	0
	Total Program Inkubasi	4.956.000
	Pameran	
71	Bazar Lomba Syarofal Anam Kampung Sehati HUT PUSRI ke-64 Tahun (3 peserta)	0
72	Bazar Final MUSI Competition 2023 (14 peserta)	985.000
73	Bazar UMKM Binaan Rumah BUMN Sumsel di Pusri Fun Fest (14 peserta)	200.000
74	Fashion Show Gelar Produk UMKM PUSRI (A Blend of Culture With Style) (5 peserta)	10.000.000
76	Bazar Natal Bersama Kementerian BUMN Tahun 2023 (1 peserta)	334.700

No	Jenis Investasi	NPV of Investment (Rp)
77	Pameran Marketing Festival dan Outlook (13 Peserta)	528.500
78	Pesona Kriya (5 peserta)	0
79	Inacraft - Cek Romlah Songket dan Sewet Jumputan (1 peserta)	0
80	Pasar Bedug Aqobah (12 Peserta)	0
81	Festival Ramadhan Rumah BUMN Sumsel (10 Peserta)	26.044.610
82	Festival Foodies Jilid 6 (4 peserta)	450.000
83	Kelana Wastra Festival (1 peserta)	600.000
84	Jalan Santai HUT SPPSP (6 peserta)	0
85	Pameran Hut Ke-44 Dewan Kerajinan Nasional 2024 (4 peserta)	209.500
86	Sriwijaya Expo 2024 (2 peserta)	0
87	UMKM Palembang Award (3 peserta)	0
88	Palembang Expo 2024 (2 peserta)	0
89	PaDi UMKM Hybrid Expo & Conference 2024 (5 Peserta)	0
90	Rekor Muri Minum Kopi di Pinggir Sungai Serentak Peserta Terbanyak (1 Peserta)	0
91	Forum Kepala Bappeda Kota Se-Indonesia (KGS Craft -1 peserta)	0
92	Pameran di Forum BPC HIPMI Palembang (10 Peserta)	0
93	"Piala Bergilir Walikota Palembang Event Basket 3x3 Seri 2 Junior Basketball Championship" (5 pesetta)	0
94	Pupuk Indonesia Quality Inovation 2024 (4 org)	0
95	Puncak Hari UMKM Nasional 2024 (5 peserta)	0
96	Karya Nyata Festival V ol.11 Palembang (62 peserta)	2.068.000
97	Pesta Rakyat Pelantikan Presiden dan Wakil Presiden Indonesia 2024 s.d 2029 (2 peserta)	0
	Total Pameran	41.420.310
98	Publikasi kegiatan RBS pada media massa yang menimbulkan citra positif perusahaan (28 Publikasi)	300.000
	Total NPV of Investment	490.006.016

Sumber : Hasil Analisis, 2024

Hasil perhitungan biaya investasi pada kegiatan Rumah BUMN Sumsel periode November 2023 hingga November 2024 menunjukkan bahwa total investasi yang diberikan RBS pada UMKM binaan sebesar Rp. 490.006.016. Nilai investasi ini merupakan keseluruhan biaya yang digunakan oleh RBS dalam implementasi program ke UMKM binaannya.

Tabel 8. Alokasi Investasi RBS

No	Alokasi Dana Invetasi RBS	Jumlah (Rp)	Persentase (%)
1	Total Fix dan Variable cost	397. 681.706	81,15
2	Total Pelatihan Tahun 2023	1.860.000	0,37
3	Total Pelatihan 2024	39.318.000	8,02
4	Total mentoring 2024	0	0
5	Total pengurusan Legalitas	0	0
6	Total Basecamp Millenial	4.470.000	0,9
7	Total Penelitian	0	0
8	Total Program Inkubasi	4.956.000	0,10
9	Total Pameran	41.420.310	8,45
	Total NPV of Investment	490.006.016	100,00

Data perhitungan nilai investasi Rumah BUMN Sumsel menunjukkan bahwa alokasi dana terbesar pada program RBS adalah pada fix dan variable cost di sekretariat Rumah BUMN itu sendiri yaitu sebesar 81,15%. Sedangkan nilai investasi untuk kegiatan RBS relatif kecil bahkan di beberapa kegiatan tidak mengeluarkan dana sama sekali.

Alokasi dana Kegiatan yang paling besar dalam implementasi program bagi UMKM adalah kegiatan pameran dan pelatihan, namun biaya ini relatif kecil jika dibandingkan dengan alokasi investasi pada biaya fix dan variable cost di RBS seperti gaji karyawan RBS dan lainnya.

Tabel 9. Perhitungan NPV Benefit

No	Kegiatan	Volume	Harga (Rp)	Nilai NPV (Rp)
	Variable Cost			
1	Biaya sewa Lokasi Gallery Rumah BUMN Sumsel	15 Bulan	45.000.000 (www.propertykku.com)	675.000.000
2	Biaya Sewa ruang Pertemuan Kegiatan RBS	15 Bulan	1.750.000 (www.propertykku.com)	26.250.000
	Total Fix dan Variable cost			701.250.000
	Pelatihan Tahun 2023			
3	Biaya Pelatihan Keuangan Jangan Remehkan Pengelolaan Keuangan Dasar Usahamu (26 Peserta)	26 Peserta	1.500.000 https://univ.mekari.com/courses/laporan-keuangan-umkm	4.914.000
4	Blaya Pelatihan Pembuatan Jemputan Bersama Gen Z (70 Peserta)	70 Peserta	3.500.000/paket (https://id.scribd.com/document/498764115/NYUMBO-pricelist-workshop-batik-colet-2020)	3.500.000
5	Terbentuknya Dokumen pembukuan keuangan UMKM (20 Peserta)	20 Peserta	2.500.000/peserta https://butuhakuntan.com/harga-jasa-pembuatan-laporan-keuangan	50.000.000
6	Biaya Ketrampilan Bisnis Fashion dengan Budaya Indonesia	75 Peserta	3.500.000/paket (https://id.scribd.com/document/498764115/NYUMBO-pricelist-workshop-batik-colet-2020)	3.500.000
7	Peningkatan pengetahuan Bisnis dengan Digital Marketing	10 Peserta	16.000.000/Training https://sasanadigital.com/materi-dan-biaya-pelatihan-digital-marketing	16.000.000
	Total Pelatihan Tahun 2023			77.914.000

No	Kegiatan	Volume	Harga (Rp)	Nilai NPV (Rp)
	Kegiatan Tahun 2024			
8	Gathering dan Sosialisasi Program Rumah BUMN Sumsel Tahun 2024 (67 peserta)	67 Peserta	98.151.000/Paket https://padiumkm.id/product/gathering-package	98.151.000
9	Biaya Pelatihan manajemen Sumberdaya Manusia Bagi UMKM	59 Peserta	3.500.000/org https://borobudurtraining.com/pelatihan-ketenagakerjaan/39-ketenagakerjaan/665-pelatihan-manajemen-sdm.html	206.500.000
10	Terbentuknya Komunitas Bisnis dalam Mengembangkan Usaha Bagi Para UMKM	45 Peserta	1.200.000/Org https://te-society.com/artikel/biaya-bergabung-komunitas-bisnis-di-indonesia/	54.000.000
11	Biaya Pelatihan Ecoprint Botanical Print With Natural Dye (5 peserta)	5 Peserta	1.050.000/Org https://pengrajinecoprintt.emanggung.blogspot.com/p/pelatihan-ecoprint.html	5.250.000
12	Pelatihan ketrampilan Operator Media Acara Menggunakan Aplikasi OBS Studio (11 peserta)	11 Peserta	1.215.000/Org https://www.mmtc.ac.id/index.php/menu/Menu/index/1147/DIKLAT	13.365.000
13	Ketrampilan Keuangan digital UMKM	30 Peserta	650.000/Org https://sakubiacademy.com/	19.500.000
14	Pelatihan menggunakan media sosial dalam marketing produk	22 Peserta	5.000.000/Group https://valueconsulttrainin.g.com/	5.000.000
15	Penghematan Jasa Foto Produk UMKM	11 Peserta	19.500/foto x 10 Foto= 195.000/Org https://lightboxindonesia.co.id/harga-jasa-foto-produk-terbaru/	2.145.000

No	Kegiatan	Volume	Harga (Rp)	Nilai NPV (Rp)
16	Peningkatan pengetahuan Bisnis dengan Digital Marketing “Strategi Membangun Digital Sales Funnel yang Tepat”	34 Peserta	16.000.000/Training https://sasanadigital.com/materi-dan-biaya-pelatihan-digital-marketing	16.000.000
17	Biaya Pembuatan Profil Bisnis UMKM	30 Peserta	80.000/UMKM (https://kreatifyu.com/)	2.400.000
18	Biaya Pelatihan Menjahit Pengembangan Produk Kumpe Craft (10 peserta)	10 Peserta	1.250.000 https://www.lpkkartika.net/program-1/kursus-menjahit	12.500.000
19	Penganekaragaman Produk baru KUMPE Craft	10 Peserta	20.000/produk https://suryamalang.tribunnews.com	200.000
20	Terbentuknya Toko Online bagi UMKM	10 Peserta	Gratis	0
Total Kegiatan Tahun 2024				435.011.000
	Mentoring			
21	Mentoring Legalitas Usaha (3 peserta)	3 Peserta	160.000/ UMKM https://www.sribu.com/id/business-consultant	480.000
22	Mentoring Keuangan berbasis Digital (6 peserta)	6 Peserta	300.000 https://www.julo.co.id/blog/bootcamp-digital-marketing	1.800.000
23	Mentoring terkait Fundamental Bisnis Mang Cacam (1 peserta)	1 Peserta	99.000 https://kelas.work/classes/menguasai-fundamental-sebagai-seorang-business-analyst	99.000
Total Mentoring				2.379.000

No	Kegiatan	Volume	Harga (Rp)	Nilai NPV (Rp)
	<i>Pengurusan Legalitas</i>			
24	Pendaftaran sertifikat Halal (33 Peserta)	33 Peserta	300.000 https://kemenag.go.id/per-s-rilis/catat-ini-tarif-layanan-permohonan-sertifikasi-halal-pju73j	9.900.000
25	Pendaftaran NIB (35 peserta)	35 Peserta	500.000 https://blog.ruangoffice.com/penjelasan-detail-mengenai-biaya-nib-perorangan	17.500.000
26	Pendaftaran HAKI Merk (4 peserta)	4 Peserta	2.799.000 https://easylegal.id/jasa-pendaftaran-merek	11.196.000
27	Pendaftaran SPP-IRT (6 Peserta)	6 Peserta	50.000 https://sippn.menpan.go.id/pelayanan-publik/8037762/dinas-koperasi-usaha-kecil-menengah/pengurusan-sertifikat-p-irt-halal-dan-merk	300.000
28	Pendaftaran PT Perseorangan (3 Org)	3 Org	50.000 https://ntb.kemenkum.go.id/component/content/article/perseroan-perorangan-kemudahan-mendirikan-pt-pribadi	150.000
	<i>Total pengurusan Legalitas</i>			39.046.000
	<i>Program Basecamp Mellenials</i>			
29	Jasa Event organizer Festival Ramadhan	20 Peserta	1.170.000/Kegiatan https://bela.gratisongkir.id/store-664dd50da5243/jasa-paket-event-organizer	2.340.000

No	Kegiatan	Volume	Harga (Rp)	Nilai NPV (Rp)
30	Biaya mengikuti Fashion Show Workshop Mitra Binaan Wastra bersama Designer (3 peserta)	3 Peserta	50.000 https://www.instagram.com/infobandaaceh/	150.000
31	Blaya Pembuatan Website dan Compro RBS (2 peserta)	2 Peserta	1.499.000 https://iasadesain.co.id/jasa-desain-company-profile	2.998.000
32	Blaya Legalitas Merek dan Pendampingan Marketing (1 peserta)	1 Peserta	1.000.000 https://www.dgip.go.id/menu-utama/merek/biaya	1.000.000
33	Blaya Pendampingan Legalitas Usaha seperti NIB, SPP-IRT dan Sertifikasi Halal untuk keperluan siswa SMA Negeri Sumatera Selatan untuk mengikuti Lomba Inovasi Kewirausahaan ditingkan Nasional (3 Peserta)	3 Peserta	650.000 Gabungan Biaya	1.950.000
34	Pelatihan dasar pembuatan kain wastra (25 peserta)	25 Peserta	TIM RBS https://www.instagram.com/rumahbumn.sumsel/p/C9t_cfhyAs8/	3.820.000
35	Harga jual kain wastra hasil dari pelatihan	25 Buah	175.000/Buah (Shopee.com)	4.375.000
36	Biaya mengikuti Seminar Bisnis : Gen Z Preneuer Strategi Memulai Bisnis di Era Digital.	30 Peserta	165.000 https://ngampooz.com/events/seminar-kewirausahaan-1	4.950.000
Total Basecamp Millenial				21.583.000
Penelitian Rumah BUMN				
37	Biaya Thesis Pendidikan S2 (Master) (1 org)	1 Orang	10.000.000 Data Mahasiswa	10.000.000

No	Kegiatan	Volume	Harga (Rp)	Nilai NPV (Rp)
38	Biaya Skripsi Pendidikan S1 (Sarjana) (6 org)	6 Orang	5.000.000 Data Mahasiswa	30.000.000
Total Penelitian				40.000.000
	Program Inkubasi			
39	Biaya Foto Produk UMKM Topic "Foto Produk Menarik, Bikin Usaha Makin Dilirik (6 peserta)	6 Peserta	20.000/Foto https://lightboxindonesia.co.id/harga-jasa-foto-produk-terbaru/	120.000
40	Biaya pembuatan Branding: "Fundamental Branding yang Tepat Bagi UMKM" (14 Org)	14 Orang	8.000.000/Paket https://www.beecreative.web.id/daftar-harga/corporate-brand-identity/promo-paket-branding-rebranding/	112.000.000
41	Biaya Jasa Membuat Laporan Keuangan Bagi UMKM" (32 UMKM)	32 UMKM	2.500.000/Org https://butuhakuntan.com/harga-jasa-pembuatan-laporan-keuangan	80.000.000
42	Pengetahuan Bisnis Mapping UMKM (12 org)	12 Org	3.500.000/Org https://mktraining.co.id/productivity/training-business-process-mapping/	42.000.000
43	Biaya pelatihan "Menghitung HPP dan Teknik Mengelola Keuangan" (12 Org)	12 Org	1.500.000/Org https://univ.mekari.com/courses/laporan-keuangan-umkm	18.000.000
44	Biaya "Legalitas Usaha Yang Wajib dimiliki UMKM" (4 Org)	4 Org	1.000.000/Org https://portal.ahu.go.id/id/detail/75-berita-lainnya/1560-biaya-notaris-untuk-pendirian-pt-cuma-rp-1-juta	4.000.000

No	Kegiatan	Volume	Harga (Rp)	Nilai NPV (Rp)
45	Biaya Pelatihan "Dasar Teknik Marketing Mix dan Closing" (12 Org)	12 Org	4.650.000/Group https://valueconsulttrainin g.com/salesmarketing-training/marketing-strategy-competitive/	4.650.000
46	Inkubasi "Desain Kemasan" (8 Org)	8 Org	100.000/Org https://www.sribu.com/id/packaging-design	800.000
47	Webinar Inkubasi Keuangan Lanjutan Mengenai Materi Inkubasi HPP dan Teknik Pengelolaan Keuangan (14 org)	14 Org	1.500.000/Org https://univ.mekari.com/courses/laporan-keuangan-umkm	21.000.000
	Total Program Inkubasi			282.570.000
	Pameran			
48	Bazar Lomba Syarofal Anam Kampung Sehati HUT PUSRI ke-64 Tahun (3 peserta)	3 Peserta	334.700/peserta Biaya Bazar RBS	1.004.100
49	Omset penjualan Bazar Lomba Syarofal Anam Kampung Sehati HUT PUSRI ke-64 Tahun (3 peserta)	3 Peserta	2.080.000/Group Data RBS 2024	2.080.000
50	Bazar Final MUSI Competition 2023 (14 peserta)	14 Peserta	985.000/Group Biaya Bazar RBS	985.000
51	Omset penjualan Bazar Final MUSI Competition 2023 (14 peserta)	14 Peserta	25.175.000 Data RBS 2024	25.175.000
52	Bazar UMKM Binaan Rumah BUMN Sumsel di Pusri Fun Fest (14 peserta)	14 Peserta	200.000/Group Biaya RBS	200.000
53	Omset penjualan Bazar UMKM Binaan Rumah BUMN Sumsel di Pusri Fun Fest	14 Peserta	43.600.000 Data RBS 2024	43.600.000

No	Kegiatan	Volume	Harga (Rp)	Nilai NPV (Rp)
	(14 peserta)			
54	Fashion Show Gelar Produk UMKM PUSRI (A Blend of Culture With Style) (5 peserta)	5 Peserta	2.000.000/Peserta Biaya RBS	10.000.000
55	Omset Penjualan Fashion Show Gelar Produk UMKM PUSRI (A Blend of Culture With Style) (5 peserta)	5 Peserta	0 Data RBS	0
56	Bazar Natal Bersama Kementerian BUMN Tahun 2023 (1 peserta)	1 Peserta	334.700/peserta Biaya RBS	334.700
57	Omset penjualan Bazar Natal Bersama Kementerian BUMN Tahun 2023 (1 peserta)	1 Peserta	6.800.000/peserta Data RBS 2024	6.800.000
58	Pameran Marketing Festival dan Outlook (13 Peserta)	13 Peserta	528.500/Group Biaya RBS	528.500
59	Omset Penjualan Pameran Marketing Festival dan Outlook (13 Peserta)	13 Peserta	488.000/group Data RBS 2024	488.000
60	Pesona Kriya (5 peserta)	5 Peserta	350.000/Peserta Biaya RBS	1.750.000
61	Omset Penjualan Pameran Pesona Kriya (5 peserta)	5 Peserta	29.089.000/Group Data RBS 2024	29.089.000
62	Inacraft - Cek Romlah Songket dan Sewet Jumputan (1 peserta)	2 Peserta	350.000/Peserta Biaya RBS	700.000

No	Kegiatan	Volume	Harga (Rp)	Nilai NPV (Rp)
63	Omset Penjualan Inacraft - Cek Romlah Songket dan Sewet Jumputan (1 peserta)	2 Peserta	53.590.000/Group Data RBS 2024	53.590.000
64	Pasar Bedug Aqobah (12 Peserta)	12 Peserta	75.000/Peserta Data RBS	900.000
65	Omset Penjualan Pasar Bedug Aqobah (12 Peserta)	12 Peserta	11.073.000/Group Data RBS 2024	11.073.000
66	Festival Ramadhan Rumah BUMN Sumsel (10 Peserta)	10 Peserta	26.044.610/Group Data RBS 2024	26.044.610
67	Omset Penjualan Festival Ramadhan Rumah BUMN Sumsel (10 Peserta)	10 Peserta	15.949.000/group Dara RBS 2024	15.949.000
68	Festival Foodies Jilid 6 (4 peserta)	4 Peserta	450.000/Group Data RBS 2024	450.000
69	Omset Penjualan Festival Foodies Jilid 6 (4 peserta)	4 Peserta	32.910.000/group Data RBS 2024	32.910.000
70	Kelana Wastra Festival (1 peserta)	1 Peserta	600.000/Group Dara RBS 2024	600.000
71	Omset Penjualan Kelana Wastra Festival (1 peserta)	1 Peserta	5.692.650/group Data RBS 2024	5.692.650
72	Jalan Santai HUT SPPSP (6 peserta)	6 Peserta	350.000/Peserta	2.100.000
73	Omset Penjualan Jalan Santai HUT SPPSP (6 peserta)	6 Peserta	11.384.000/group Data RBS 2024	11.384.000
74	Pameran Hut Ke-44 Dewan Kerajinan Nasional 2024 (4 peserta)	4 Peserta	209.500/Group Data RBS 2024	209.500

No	Kegiatan	Volume	Harga (Rp)	Nilai NPV (Rp)
75	Omset Penjualan Pameran Hut Ke-44 Dewan Kerajinan Nasional 2024 (4 peserta)	4 Peserta	18.240.000/group Data RBS 2024	18.240.000
76	Sriwijaya Expo 2024 (2 peserta)	2 Peserta	350.000/Peserta	700.000
77	Omset Penjualan Sriwijaya Expo 2024 (2 peserta)	2 Peserta	4.855.000/group Data RBS 2024	4.855.000
78	UMKM Palembang Award (3 peserta)	3 Peserta	350.000/Peserta	1.050.000
79	Omset Penjualan UMKM Palembang Award (3 peserta)	3 Peserta	3.537 Data RBS 2024.000	3.537.000
80	Palembang Expo 2024 (2 peserta)	2 Peserta	350.000/Peserta	700.000
81	Omset Penjualan Palembang Expo 2024 (2 peserta)	2 Peserta	13.570.000 Data RBS 2024	13.570.000
82	PaDi UMKM Hybrid Expo & Conference 2024 (5 Peserta)	5 Peserta	350.000/Peserta	1.750.000
83	Omset Penjualan PaDi UMKM Hybrid Expo & Conference 2024 (5 Peserta)	5 Peserta	3.560.000/group Data RBS 2024	3.560.000
84	Rekor Muri Minum Kopi di Pinggir Sungai Serentak Peserta Terbanyak (1 Peserta)	1 Peserta	350.000/Peserta	350.000
85	Omset penjualan pada acara Rekor Muri Minum Kopi di Pinggir Sungai Serentak Peserta Terbanyak (1 Peserta)	1 Peserta	2.665.000/group Data RBS 2024	2.665.000
86	Forum Kepala Bappeda Kota Se-Indonesia (KGS Craft -1 peserta)	1 Peserta	350.000/Peserta	350.000
87	Omset penjualan acara Forum Kepala Bappeda Kota Se-Indonesia (KGS Craft -1 peserta)	1 Peserta	29.000/group Data RBS 2024	29.000

No	Kegiatan	Volume	Harga (Rp)	Nilai NPV (Rp)
88	Pameran di Forum BPC HIPMI Palembang (10 Peserta)	10 Peserta	350.000/Peserta	3.500.000
89	Omset Penjualan Pameran di Forum BPC HIPMI Palembang (10 Peserta)	10 Peserta	1.660.000/group Data RBS 2024	1.660.000
90	"Piala Bergilir Walikota Palembang Event Basket 3x3 Seri 2 Junior Basketball Championship" (5 peserta)	5 Peserta	350.000/Peserta	1.750.000
91	Omset Penjualan "Piala Bergilir Walikota Palembang Event Basket 3x3 Seri 2 Junior Basketball Championship" (5 peserta)	5 Peserta	29.000/group Data RBS 2024	29.000
92	Pupuk Indonesia Quality Inovation 2024 (4 org)	4 Peserta	350.000/Peserta	1.400.000
93	Omset Penjualan Pupuk Indonesia Quality Inovation 2024 (4 org)	4 Peserta	650.000/group Data RBS 2024	650.000
94	Puncak Hari UMKM Nasional 2024 (5 peserta)	5 Peserta	350.000/Peserta	1.750.000
95	Omset Penjualan Puncak Hari UMKM Nasional 2024 (5 peserta)	5 Peserta	16.812.000/group Data RBS 2024	16.812.000
96	Karya Nyata Festival V ol.11 Palembang	62 peserta	2.068.000 Data RBS 2024	2.068.000
97	Omset Penjualan Karya Nyata Festival V ol.11 Palembang	62 peserta	72.729.500/group Data RBS 2024	72.729.500
98	Pesta Rakyat Pelantikan Presiden dan Wakil Presiden Indonesia 2024 s.d 2029	2 peserta	350.000/Peserta	700.000

No	Kegiatan	Volume	Harga (Rp)	Nilai NPV (Rp)
99	Omset Penjualan Pesta Rakyat Pelantikan Presiden dan Wakil Presiden Indonesia 2024 s.d 2029	2 peserta	2.240.000/Group Data RBS 2024	2.240.000
	Total Pameran			440.281.560
	Dampak Sosial lainnya			
100	Terbentuknya Modal Sosial sesama UMKM anggota RBS (20% dari 800 UMKM RBS)	160 UMKM	7.500.000/Komunitas Hasil FGD SROI RBS	7.500.000
101	Sharing knowledge sesama anggota RBS aktif (20% dari 800 UMKM RBS)	160 UMKM	99.000 https://kelas.work/classes/menguasai-fundamental-sebagai-seorang-business-analys	15.840.000
102	Terbentuknya komunitas UMKM binaan RBS saling support bisnis (20% dari 800 UMKM RBS)	160 UMKM	7.500.000/Komunitas Hasil FGD SROI RBS	7.500.000
103	CSR dari pelaku UMKM (Tukang Seduh)	1 UMKM	35.0000.000 Hasil FGD SROI RBS	35.000.000
104	Exposure promosi dari kegiatan RBS seperti, MUSI competition	160 UMKM	150.000/UMKM Hasil FGD SROI RBS	24.000.000
105	Peningkatan akses jaringan/network Internasional dari pameran di Luar Negeri	3 UMKM	10.000.000/UMKM https://azka.web.indotrading.com/product/acara-pameran-expo-dalam-dan-luar-negeri	30.000.000
107	Terbentuknya komunitas Volunter RBS dari Basecamp Millenials (11 peserta)	11 Peserta	7.500.000/Komunitas Hasil FGD SROI RBS	7.500.000
108	Peningkatan pengetahuan dan ketrampilan volunteer dalam Event organizer (11 peserta)	11 Peserta	99.000 https://kelas.work/classes/menguasai-fundamental-sebagai-seorang-business-analys	1.089.000

No	Kegiatan	Volume	Harga (Rp)	Nilai NPV (Rp)
109	Publikasi kegiatan RBS pada media massa yang menimbulkan citra positif perusahaan (28 Publikasi)	28 publikasi	150.000/publikasi Data RBS	4.200.000
Total Dampak Sosial lainnya				132.629.000
Total NPV Benefit				2.190.663.560
Pajak 5%				109.533.178
Nilai NPV Benefit				2.081.130.382

Nilai NPV benefit dari investasi yang telah dilakukan oleh RBS pada kurin waktu implementasi program dari November 2023-November 2024 menghasilkan nilai benefit sebesar Rp.2.081.130.382. Nilai ini cukup besar sehingga SROI yang dihasilkan sebesar 3,89 dimana nilai benefit menghasilkan 3,89 kali dari investasi yang dilakukan.

Untuk mengurangi overclaim perusahaan terhadap nilai benefit yang dihasilkan maka dilakukan pengurangan terhadap nilai benefit tersebut sesuai dengan kondisi real saat ini. Pengurangan dilakukan dengan mempertimbangkan kondisi kegiatan pada nilai sekarang yaitu NPV, sehingga dikurang unsur yang terkandung dalam impact yang diterima. Unsur yang terkandung di dalam *impact* sebagai berikut:

- a. Deadweight: Perubahan yang pasti akan terjadi tanpa adanya intervensi/kegiatan
- b. Attribution: Perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain
- c. Displacement: Manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program
- d. Drop Off: Pengaruh kegiatan yang menurun seiring waktu (per-tahun)

Tabel 10. Nilai NPV Benefit Program Rumah BUMN Sumsel 2024

No	Kegiatan	Nilai NPV (Rp)	Dead Weight	Atribution	Displacement	Drop Off	Nilai (Rp)
	Variable Cost						
1	Biaya sewa Lokasi Gallery Rumah BUMN Sumsel	675.000.000				10%	607.500.000
2	Biaya Sewa ruang Pertemuan Kegiatan RBS	26.250.000				20%	21.000.000
	Total Fix dan Variable cost	701.250.000					628.500.000
	Pelatihan Tahun 2023						
3	Biaya Pelatihan Keuangan Jangan Remehkan Pengelolaan Keuangan Dasar Usahamu (26 Peserta)	4.914.000					4.914.000
4	Biaya Pelatihan Pembuatan Jumputan Bersama Gen Z (70 Peserta)	3.500.000					3.500.000
5	Terbentuknya Dokumen pembukuan keuangan UMKM (20 Peserta)	50.000.000		5%			47.500.000
6	Biaya Ketrampilan Bisnis Fashion dengan Budaya Indonesia	3.500.000					3.500.000
7	Peningkatan pengetahuan Bisnis dengan Digital Marketing	16.000.000					16.000.000
	Total Pelatihan Tahun 2023	77.914.000					70.500.000
	Kegiatan Tahun 2024						
8	Gathering dan Sosialisasi Program Rumah BUMN Sumsel Tahun 2024 (67 peserta)	98.151.000					98.151.000
9	Biaya Pelatihan manajemen Sumberdaya Manusia Bagi UMKM	206.500.000				10%	185.850.000

No	Kegiatan	Nilai NPV (Rp)	Dead Weight	Attribution	Displacement	Drop Off	Nilai (Rp)
10	Terbentuknya Komunitas Bisnis dalam Mengembangkan Usaha Bagi Para UMKM	54.000.000	20%				43.200.000
11	Biaya Pelatihan Ecoprint Botanical Print With Natural Dye (5 peserta)	5.250.000		5%			4.987.500
12	Pelatihan ketrampilan Operator Media Acara Menggunakan Aplikasi OBS Studio (11 peserta)	13.365.000		10%			12.028.500
13	Ketrampilan Keuangan digital UMKM	19.500.000		5%			18.525.000
14	Pelatihan menggunakan media sosial dalam marketing produk	5.000.000					5.000.000
15	Penghematan Jasa Foto Produk UMKM	2.145.000					2.145.000
16	Peningkatan pengetahuan Bisnis dengan Digital Marketing “Strategi Membangun Digital Sales Funnel yang Tepat”	16.000.000					16.000.000
17	Biaya Pembuatan Profil Bisnis UMKM	2.400.000					2.400.000
18	Biaya Pelatihan Menjahit Pengembangan Produk Kumpe Craft (10 peserta)	12.500.000					12.500.000
19	Penganekaragaman Produk baru KUMPE Craft	200.000					200.000
20	Terbentuknya Toko Online bagi UMKM	0					0
	Total Kegiatan Tahun 2024	435.011.000					400.987.000

No	Kegiatan	Nilai NPV (Rp)	Dead Weight	Attribution	Displacement	Drop Off	Nilai (Rp)
	Mentoring						
21	Mentoring Legalitas Usaha (3 peserta)	480.000					480.000
22	Mentoring Keuangan berbasis Digital (6 peserta)	1.800.000					1.800.000
23	Mentoring terkait Fundamental Bisnis Mang Cacam (1 peserta)	99.000					99.000
	Total Mentoring	2.379.000					2.379.000
	Pengurusan Legalitas						
24	Pendaftaran sertifikat Halal (33 Peserta)	9.900.000					9.900.000
25	Pendaftaran NIB (35 peserta)	17.500.000					17.500.000
26	Pendaftaran HAKI Merk (4 peserta)	11.196.000					11.196.000
27	Pendaftaran SPP-IRT (6 Peserta)	300.000					300.000
28	Pendaftaran PT Perseorangan (3 Org)	150.000					150.000
	Total pengurusan Legalitas	39.046.000					39.046.000
	Program Basecamp Mellenials						
29	Jasa Event organizer Festival Ramadhan	2.340.000					2.340.000
30	Biaya mengikuti Fashion Show Workshop Mitra Binaan Wastra bersama Designer (3 peserta)	150.000					150.000
31	Blaya Pembuatan Website dan Compro RBS (2 peserta)	2.998.000					2.998.000
32	Blaya Legalitas Merek dan Pendampingan Marketing (1 peserta)	1.000.000					1.000.000

No	Kegiatan	Nilai NPV (Rp)	Dead Weight	Attribution	Displacement	Drop Off	Nilai (Rp)
33	Blaya Pendampingan Legalitas Usaha seperti NIB, SPP-IRT dan Sertifikasi Halal untuk keperluan siswa SMA Negeri Sumatera Selatan untuk mengikuti Lomba Inovasi Kewirausahaan ditingkan Nasional (3 Peserta)	1.950.000					1.950.000
34	Pelatihan dasar pembuatan kain wastra (25 peserta)	3.820.000					3.820.000
35	Harga jual kain wastra hasil dari pelatihan	4.375.000					4.375.000
36	Biaya mengikuti Seminar Bisnis : Gen Z Preneuer Strategi Memulai Bisnis di Era Digital.	4.950.000					4.950.000
Total Basecamp Millenial		21.583.000					21.583.000
Penelitian Rumah BUMN							
37	Biaya Thesis Pendidikan S2 (Master) (1 org)	10.000.000	20%				8.000.000
38	Biaya Skripsi Pendidikan S1 (Sarjana) (6 org)	30.000.000	20%				24.000.000
Total Penelitian		40.000.000					32.000.000
Program Inkubasi							
39	Biaya Foto Produk UMKM Topic "Foto Produk Menarik, Bikin Usaha Makin Dilirik (6 peserta)	120.000					120.000
40	Biaya pembuatan Branding: "Fundamental Branding yang Tepat Bagi UMKM" (14 Org)	112.000.000					112.000.000

No	Kegiatan	Nilai NPV (Rp)	Dead Weight	Attribution	Displacement	Drop Off	Nilai (Rp)
41	Biaya Jasa Membuat Laporan Keuangan Bagi UMKM" (32 UMKM)	80.000.000					80.000.000
42	Pengetahuan Bisnis Mapping UMKM (12 org)	42.000.000					42.000.000
43	Biaya pelatihan "Menghitung HPP dan Teknik Mengelola Keuangan" (12 Org)	18.000.000					18.000.000
44	Biaya "Legalitas Usaha Yang Wajib dimiliki UMKM" (4 Org)	4.000.000					4.000.000
45	Biaya Pelatihan "Dasar Teknik Marketing Mix dan Closing" (12 Org)	4.650.000					4.650.000
46	Inkubasi "Desain Kemasan" (8 Org)	800.000					800.000
47	Webinar Inkubasi Keuangan Lanjutan Mengenai Materi Inkubasi HPP dan Teknik Pengelolaan Keuangan (14 org)	21.000.000					21.000.000
	Total Program Inkubasi	282.570.000					282.570.000
	Pameran						
48	Bazar Lomba Syarofal Anam Kampung Sehati HUT PUSRI ke-64 Tahun (3 peserta)	1.004.100					1.004.100
49	Omset penjualan Bazar Lomba Syarofal Anam Kampung Sehati HUT PUSRI ke-64 Tahun (3 peserta)	2.080.000					2.080.000

No	Kegiatan	Nilai NPV (Rp)	Dead Weight	Atribution	Displacement	Drop Off	Nilai (Rp)
50	Bazar Final MUSI Competition 2023 (14 peserta)	985.000					985.000
51	Omset penjualan Bazar Final MUSI Competition 2023 (14 peserta)	25.175.000					25.175.000
52	Bazar UMKM Binaan Rumah BUMN Sumsel di Pusri Fun Fest (14 peserta)	200.000					200.000
53	Omset penjualan Bazar UMKM Binaan Rumah BUMN Sumsel di Pusri Fun Fest (14 peserta)	43.600.000					43.600.000
54	Fashi7bg qawson Show Gelar Produk UMKM PUSRI (A Blend of Culture With Style) (5 peserta)	10.000.000					10.000.000
55	Omset Penjualan Fashion Show Gelar Produk UMKM PUSRI (A Blend of Culture With Style) (5 peserta)	0					0
56	Bazar Natal Bersama Kementerian BUMN Tahun 2023 (1 peserta)	334.700					334.700
57	Omset penjualan Bazar Natal Bersama Kementerian BUMN Tahun 2023 (1 peserta)	6.800.000					6.800.000
58	Pameran Marketing Festival dan Outlook (13 Peserta)	528.500					528.500

No	Kegiatan	Nilai NPV (Rp)	Dead Weight	Attribution	Displacement	Drop Off	Nilai (Rp)
59	Omset Penjualan Pameran Marketing Festival dan Outlook (13 Peserta)	488.000					488.000
60	Pesona Kriya (5 peserta)	1.750.000					1.750.000
61	Omset Penjualan Pameran Pesona Kriya (5 peserta)	29.089.000					29.089.000
62	Inacraft - Cek Romlah Songket dan Sewet Jumputan (1 peserta)	700.000					700.000
63	Omset Penjualan Inacraft - Cek Romlah Songket dan Sewet Jumputan (1 peserta)	53.590.000					53.590.000
64	Pasar Bedug Aqobah (12 Peserta)	900.000					900.000
65	Omset Penjualan Pasar Bedug Aqobah (12 Peserta)	11.073.000					11.073.000
66	Festival Ramadhan Rumah BUMN Sumsel (10 Peserta)	26.044.610					26.044.610
67	Omset Penjualan Festival Ramadhan Rumah BUMN Sumsel (10 Peserta)	15.949.000					15.949.000
68	Festival Foodies Jilid 6 (4 peserta)	450.000					450.000
69	Omset Penjualan Festival Foodies Jilid 6 (4 peserta)	32.910.000					32.910.000

No	Kegiatan	Nilai NPV (Rp)	Dead Weight	Atribution	Displacement	Drop Off	Nilai (Rp)
70	Kelana Wastra Festival (1 peserta)	600.000					600.000
71	Omset Penjualan Kelana Wastra Festival (1 peserta)	5.692.650		10%			5.123.385
72	Jalan Santai HUT SPPSP (6 peserta)	2.100.000					2.100.000
73	Omset Penjualan Jalan Santai HUT SPPSP (6 peserta)	11.384.000		10%			10.245.600
74	Pameran Hut Ke-44 Dewan Kerajinan Nasional 2024 (4 peserta)	209.500					209.500
75	Omset Penjualan Pameran Hut Ke-44 Dewan Kerajinan Nasional 2024 (4 peserta)	18.240.000		10%			16.416.000
76	Sriwijaya Expo 2024 (2 peserta)	700.000					700.000
77	Omset Penjualan Sriwijaya Expo 2024 (2 peserta)	4.855.000		10%			4.369.500
78	UMKM Palembang Award (3 peserta)	1.050.000					1.050.000
79	Omset Penjualan UMKM Palembang Award (3 peserta)	3.537.000		10%			3.183.300
80	Palembang Expo 2024 (2 peserta)	700.000					700.000
81	Omset Penjualan Palembang Expo 2024 (2 peserta)	13.570.000		10%			12.213.000
82	PaDi UMKM Hybrid Expo & Conference 2024 (5 Peserta)	1.750.000					1.750.000
83	Omset Penjualan PaDi UMKM Hybrid Expo & Conference 2024 (5 Peserta)	3.560.000		10%			3.204.000

No	Kegiatan	Nilai NPV (Rp)	Dead Weight	Atribution	Displacement	Drop Off	Nilai (Rp)
84	Rekor Muri Minum Kopi di Pinggir Sungai Serentak Peserta Terbanyak (1 Peserta)	350.000					350.000
85	Omset penjualan pada acara Rekor Muri Minum Kopi di Pinggir Sungai Serentak Peserta Terbanyak (1 Peserta)	2.665.000		10%			2.398.500
86	Forum Kepala Bappeda Kota Se-Indonesia (KGS Craft -1 peserta)	350.000					350.000
87	Omset penjualan acara Forum Kepala Bappeda Kota Se-Indonesia (KGS Craft -1 peserta)	29.000					29.000
88	Pameran di Forum BPC HIPMI Palembang (10 Peserta)	3.500.000					3.500.000
89	Omset Penjualan Pameran di Forum BPC HIPMI Palembang (10 Peserta)	1.660.000					1.660.000
90	"Piala Bergilir Walikota Palembang Event Basket 3x3 Seri 2 Junior Basketball Championship" (5 peserta)	1.750.000					1.750.000
91	Omset Penjualan "Piala Bergilir Walikota Palembang Event Basket 3x3 Seri 2 Junior Basketball Championship" (5 peserta)	29.000					29.000
92	Pupuk Indonesia Quality Inovation 2024 (4 org)	1.400.000					1.400.000
93	Omset Penjualan Pupuk Indonesia Quality Inovation 2024	650.000					650.000

No	Kegiatan	Nilai NPV (Rp)	Dead Weight	Atribution	Displacement	Drop Off	Nilai (Rp)
	(4 org)						
94	Puncak Hari UMKM Nasional 2024 (5 peserta)	1.750.000					1.750.000
95	Omset Penjualan Puncak Hari UMKM Nasional 2024 (5 peserta)	16.812.000		10%			15.871.400
96	Karya Nyata Festival V ol.11 Palembang (62 peserta)	2.068.000					2.068.000
97	Omset Penjualan Karya Nyata Festival V ol.11 Palembang (62 peserta)	72.729.500		10%			65.456.550
98	Pesta Rakyat Pelantikan Presiden dan Wakil Presiden Indonesia 2024 s.d 2029 (2 peserta)	700.000					630.000
99	Omset Penjualan Pesta Rakyat Pelantikan Presiden dan Wakil Presiden Indonesia 2024 s.d 2029 (2 peserta)	2.240.000		10%			2.016.000
	Total Pameran	440.281.560					425.394.645
	Dampak Sosial lainnya						
100	Terbentuknya Modal Sosial sesama UMKM anggota RBS (20% dari 800 UMKM RBS)	7.500.000	20%				6.000.000
101	Sharing knowledge sesama anggota RBS aktif (20% dari 800 UMKM RBS)	15.840.000	20%				12.672.000
102	Terbentuknya komunitas UMKM binaan RBS saling support bisnis (20% dari 800 UMKM RBS)	7.500.000	10%				6.750.000

No	Kegiatan	Nilai NPV (Rp)	Dead Weight	Attribution	Displacement	Drop Off	Nilai (Rp)
103	CSR dari pelaku UMKM (Tukang Seduh)	35.000.000	30%				28.000.000
104	Exposure promosi dari kegiatan RBS seperti, MUSI competition	24.000.000				30%	16.800.000
105	Peningkatan akses jaringan/ network Internasional dari pameran di Luar Negeri	30.000.000		20%			24.000.000
107	Terbentuknya komunitas Volunter RBS dari Basecamp Millenials (11 peserta)	7.500.000		30%			5.250.000
108	Peningkatan pengetahuan dan ketrampilan volunteer dalam Event organizer (11 peserta)	1.089.000					1.089.000
109	Publikasi kegiatan RBS pada media massa yang menimbulkan citra positif perusahaan (28 Publikasi)	4.200.000				5%	3.990.000
	Total Dampak Sosial lainnya	132.629.000					104.551.000
	Total NPV Benefit	2.190.663.560					2.007.510.645
	Pajak 5 %	109.533.178					100.375.532
	Nilai NPV Benefit	2.081.130.382					1.907.135.112

5.1.1. Peta Dampak

Peta Dampak dalam perhitungan SROI digunakan untuk melihat benefit apa saja yang dihasilkan dari program RBS yang sudah dijalankan. Nilai benefit yang diperoleh adalah nilai dampak sosial yang telah di monetasi dalam Rupiah sehingga mampu memberikan NPV benefit dalam perhitungan SROI ini. Nilai Dampak merupakan nilai dampak sosial yang di kuantifikasi berdasarkan kalkulator SROI.

Tabel 11. Peta Dampak Program

Stake holder	Jumlah	Changes	Input Description	Input Value (Rp)	Output	Out comes	Impact (Rp)
Rumah BUMN Sumsel	1 Gallery	Penambahan Asset	Bangunan	675.000.000	Biaya sewa Lokasi Gallery Rumah BUMN Sumsel	Tersedianya gallery Rumah BUMN Sumsel	607.500.000
Rumah BUMN Sumsel	1 Ruang	Penambahan Asset	Bangunan	26.250.000	Biaya Sewa ruang Pertemuan Kegiatan RBS	Tersedianya ruang pertemuan untuk kegiatan RBS	21.000.000
Total Fix dan Variable Cost				701.250.000			628.500.000
Rumah BUMN Sumsel	26 Peserta	Capacity Buliding	Dana	4.914.000	Biaya Pelatihan Keuangan Jangan Remehkan Pengelolaan Keuangan Dasar Usahamu	Pengetahuan Keuangan UMKM binaan RBS	4.914.000
Rumah BUMN Sumsel	70 Peserta	Capacity Building	Dana	3.500.000	Biaya Pelatihan Pembuatan Jumputan Bersama Gen	Pengetahuan pembuatan jumputan	3.500.000

Stake holder	Jumlah	Changes	Input Descrip tion	Input Value (Rp)	Output	Out comes	Impact (Rp)
Rumah BUMN Sumsel	20 Peserta	Capacity Buliding	Dana	50.000.000	Terbentuk nya Dokumen pembukuan keuangan UMKM	Adanya dokumen pem bukuan UMKM Binan RNS	47.500.000
Rumah BUMN Sumsel	75 Peserta	Capacity Buliding	Dana	3.500.000	Biaya Ketrampilan Bisnis Fashion dengan Budaya Indonesia	Pening katan ketrampil an Bisnis Fashion	3.500.000
Rumah BUMN Sumsel	10 Peserta	Capacity Buliding	Dana	16.000.000	Biaya Pelatihan Bisnis dengan Digital Marketing	Peningkata n pengeta huan Bisnis dengan Digital Marketing	16.000.000
Total Pelatihan Tahun 2023				77.914.000			70.500.000
PT PUSRI Palembang	67 peserta	Capacity Buliding	Informa si	98.151.000	Gathering dan Sosialisasi Program Rumah BUMN Sumsel Tahun 2024	Pemahama nan program RBS pada binaan	98.151.000
PT PUSRI Palembang	6 Peserta	Capacity Buliding	Dana	206.500.000	Biaya Pelatihan manajemen Sumberdaya Manusia Bagi UMKM	Pening katan skill manaje men SDM	185.850.0000
PT PUSRI Palembang	1 Klp	Capacity Buliding	Skill	54.000.000	Komunitas Bisnis dalam Mengembang kan Usaha Bagi Para UMKM	Terbentukn ya Komunitas Bisnis dalam Mengemba ng kan Usaha Bagi Para UMKM	43.200.000

Stake holder	Jumlah	Changes	Input Description	Input Value (Rp)	Output	Out comes	Impact (Rp)
PT PUSRI Palembang	5 Peserta		Dana	5.250.000	Biaya Pelatihan Ecoprint Botanical Print With Natural Dye	Peningkatan skill pembuatan Ecoprint	4.987.500
Rumah BUMN Sumsel	11 Peserta	Capacity Buliding	Skill	13.365.000	Pelatihan ketrampilan Operator Media Acara Menggunakan Aplikasi OBS Studio	Peningkatan skill operator media acara	12.028.500
Rumah BUMN Sumsel	30 Peserta	Capacity Buliding	Skill	19.500.000	Ketrampilan Keuangan digital UMKM	Peningkatan skill keuangan digital UMKM	18.525.000
Rumah BUMN Sumsel	22 Peseta	Capacity Buliding	Skill	5.000.000	Pelatihan menggunakan media sosial dalam marketing produk	Peningkatan skill Media Sosial dalam marketing produk	5.000.000
UMKM Binaan RBS	11 Peserta	Economic Empowerment	Dana	2.145.000	Penghematan Jasa Foto Produk UMKM	Foto produk UMKM yang terstandar	2.145.000
Rumah BUMN Sumsel	34 Peserta	Capacity Buliding	Skill	16.000.000	Peningkatan pengetahuan Bisnis dengan Digital Marketing "Strategi Membangun Digital Sales Funnel yang Tepat"	Peningkatan skill bisnis digital	16.000.000

Stake holder	Jumlah	Changes	Input Descrip tion	Input Value (Rp)	Output	Out comes	Impact (Rp)
UMKM Binaan RBS	30 Peserta	Economic Empowerment	Dana	2.400.000	Biaya Pembuatan Profil Bisnis UMKM	Profil Bisnis UMKM	2.400.000
PT PUSRI Palembang	10 Peserta	Economic Empowerment	Dana	12.500.000	Biaya Pelatihan Menjahit Pengembangan Produk Kumpe Craft	Peningkatan skill menjahit Produk KUMPE Craft	12.500.000
PT PUSRI Palembang	10 Peserta	Economic Empowerment	Skill	200.000	Penganekaragaman Produk baru KUMPE Craft	Adanya penganekaragaman produk KUMPE	200.000
Rumah BUMN Sumsel	10 Peserta	Economic Empowerment	Skill	0	Pembuatan Toko Online bagi UMKM	Terbentuknya Toko Online bagi UMKM	0
Total Kegiatan Tahun 2024				435.011.000			400.987.000
Rumah BUMN Sumsel	3 peserta	Capacity Buliding	Skill	480.000	Mentoring Legalitas Usaha	Adanya Legalistas usaha	480.000
Rumah BUMN Sumsel	6 peserta	Capacity Buliding	Skill	1.800.000	Mentoring Keuangan berbasis Digital	Adanya pembuatan keuangan digiyal	1.800.000
Rumah BUMN Sumsel	1 peserta	Capacity Buliding	Skill	99.000	Mentoring terkait Fundamental Bisnis Mang Cacam	Peningkatan skill fundamental bisnis	99.000
Total Mentoring				2.379.000			2.379.000
Rumah BUMN Sumsel	33 Peserta	Capacity Buliding	Skill	9.900.000	Pendaftaran sertifikat Halal	Sertifikat Halal Produk	9.900.000

Stake holder	Jumlah	Changes	Input Description	Input Value (Rp)	Output	Out comes	Impact (Rp)
Rumah BUMN Sumsel	35 peserta	Capacity Buliding	Skill	17.500.000	Pendaftaran NIB	NIB Perusahaan / UMKM	17.500.000
Rumah BUMN Sumsel	4 peserta	Capacity Buliding	Skill	11.196.000	Pendaftaran HAKI Merk	HAKI brand	11.196.000
Rumah BUMN Sumsel	6 Peserta	Capacity Buliding	Skill	300.000	Pendaftaran SPP-IRT	SPP-IRT Produk	300.000
Rumah BUMN Sumsel	3 Org	Capacity Buliding	Skill	150.000	Pendaftaran PT Perseorangan	PT Perseorangan/badan hukum UMKM	150.000
Total Pengurusan Legalitas				39.046.000			39.046.000
UMKM Binaan RBS	20 Peserta	Capacity Buliding	SDM	2.340.000	Jasa Event organizer Festival Ramadhan	Terselenggaraanya event Festival Ramadhan	2.340.000
PT PUSRI Palembang	3 Peserta	Economic Empowerment	Dana	150.000	Biaya mengikuti Fashion Show Workshop Mitra Binaan Wastra bersama Designer	Keikutsertaan fashion show Mitra binaan	150.000
PT PUSRI Palembang	2 Peserta	Economic Empowerment	Dana	2.998.000	Blaya Pembuatan Website dan Compro RBS	Website dan Compro Website	2.998.000
Rumah BUMN Sumsel	1 Pesertta	Economic Empowerment	Dana	1.000.000	Biaya Legalitas Merek dan Pendampingan Marketing	Legalitas Merek	1.000.000

Stake holder	Jumlah	Changes	Input Description	Input Value (Rp)	Output	Out comes	Impact (Rp)
Rumah BUMN Sumsel	3 Peserta	Economic Empowerment	Dana	1.950.000	Blaya Pendampingan Legalitas Usaha seperti NIB, SPP-IRT dan Sertifikasi Halal untuk keperluan siswa SMA Negeri Sumatera Selatan untuk mengikuti Lomba Inovasi Kewirausahaan ditingkan Nasional	Legalitas Usaha	1.950.000
Rumah BUMN Sumsel	25 Peserta	Capacity Buliding	Skill	3.820.000	Pelatihan dasar pembuatan kain wastra	Peningkatan Skill Pembuatan Kain Wastra	3.820.000
UMKM Binaan RBS	25 Buah	Economic Empowerment	Dana	4.375.000	Harga jual kain wastra hasil dari pelatihan	Omset penjualan kain wastra	4.375.000
UMKM Binaan RBS	30 Peserta	Economic Empowerment	Dana	4.950.000	Biaya mengikuti Seminar Bisnis : Gen Z Preneuer Strategi Memulai Bisnis di Era Digital.	Peningkatan skill bisnis Gen Z	4.950.000
	Total Basecamp Millenial			21.583.000			21.583.000
Maha siswa	1 org	Capacity Buliding	Dana	10.000.000	Biaya Thesis Pendidikan S2 (Master)	Thesis S2	8.000.000

Stake holder	Jumlah	Changes	Input Descrip tion	Input Value (Rp)	Output	Out comes	Impact (Rp)
Maha siswa	6 org	Capacity Buliding	Dana	30.000.000	Biaya Skripsi Pendidikan S1 (Sarjana)	Skripsi Pendidikan S1 (Sarjana)	24.000.000
Total Penelitian				40.000.000			32.000.000
UMKM Binaan RBS	6 peserta	Economic Empowerment	Dana	120.000	Biaya Foto Produk UMKM Topic "Foto Produk Menarik, Bikin Usaha Makin Dilirik	Foto Produk UMKM	120.000
Rumah BUMN Sumsel	14 Org	Economic Empowerment	Dana	112.000.000	Biaya pembuatan Branding: "Fundamental Branding yang Tepat Bagi UMKM"	Branding UMKM	112.000.000
Rumah BUMN Sumsel	32 UMKM	Economic Empowerment	Skill	80.000.000	Biaya Jasa Membuat Laporan Keuangan Bagi UMKM"	Laporan Keuangan UMKM	80.000.000
Rumah BUMN Sumsel	12 org	Capacity Buliding	Skill	42.000.000	Pengetahuan Bisnis Mapping UMKM	Bisnis Mapping UMKM	42.000.000
Rumah BUMN Sumsel	12 Org	Capacity Buliding	Skill	18.000.000	Biaya pelatihan "Menghitung HPP dan Teknik Mengelola Keuangan"	Hasil perhitungan HPP UMKM	18.000.000
PT PUSRI Palembang	4 Org	Capacity Buliding	Dana	4.000.000	Biaya "Legalitas Usaha Yang Wajib dimiliki UMKM"	Legalitas Usaha	4.000.000
Rumah BUMN Sumsel	12 Org	Economic Empowerment	Dana	4.650.000	Biaya Pelatihan "Dasar Teknik Marketing Mix dan Closing"	Peningkatan Skill Marketing	4.650.000

Stake holder	Jumlah	Changes	Input Descrip tion	Input Value (Rp)	Output	Out comes	Impact (Rp)
Rumah BUMN Sumsel	8 Org	Capacity Buliding	Skill	800.000	Inkubasi "Desain Kemasan"	Desain kemasan	800.000
Rumah BUMN Sumsel	14 Org	Capacity Buliding	Skill	21.000.000	Webinar Inkubasi Keuangan Lanjutan Mengenai Materi Inkubasi HPP dan Teknik Pengelolaan Keuangan (14 org)	Hasil perhitungan HPP	21.000.000
Total Program Inkubasi				282.570.000			282.570.000
PT PUSRI Palembang	3 peserta	Economic Empowerment	Dana	1.004.100	Bazar Lomba Syarofal Anam Kampung Sehati HUT PUSRI ke-64 Tahun	Lomba Syarofal Anam Kampung Sehati	1.004.100
PT PUSRI Palembang	3 peserta	Economic Empowerment	Dana	2.080.000	Omset penjualan Bazar Lomba Syarofal Anam Kampung Sehati HUT PUSRI ke-64 Tahun	Keuntungan penjualan Bazaar	2.080.000
PT PUSRI Palembang	14 peserta	Economic Empowerment	Dana	985.000	Bazar Final MUSI Competition 2023	Event MUSI Competition 2023	985.000
PT PUSRI Palembang	14 peserta	Economic Empowerment	Dana	25.175.000	Omset penjualan Bazar Final MUSI Competition 2023	Keuntungan penjualan	25.175.000
PT PUSRI Palembang	14 peserta	Economic Empowerment	Dana	200.000	Bazar UMKM Binaan Rumah BUMN Sumsel	Event UMKM	200.000

Stake holder	Jumlah	Changes	Input Description	Input Value (Rp)	Output	Out comes	Impact (Rp)
					di Pusri Fun Fest		
UMKM Binaan RBS	14 peserta	Economic Empowerment	Dana	43.600.000	Omset penjualan Bazar UMKM Binaan Rumah BUMN Sumsel di Pusri Fun Fest	Keuntungan penjualan	43.600.000
PT PUSRI Palembang	5 peserta	Economic Empowerment	Dana	10.000.000	Fashi7bg qawszon Show Gelar Produk UMKM PUSRI (A Blend of Culture With Style)	Event UMKM	10.000.000
UMKM Binaan RBS	5 peserta	Economic Empowerment	Dana	0	Omset Penjualan Fashion Show Gelar Produk UMKM PUSRI (A Blend of Culture With Style)	Keuntungan penjualan	0
PT PUSRI Palembang	1 peserta	Economic Empowerment	Dana	334.700	Bazar Natal Bersama Kementerian BUMN Tahun 2023	Event UMKM	334.700
UMKM Binaan RBS	1 peserta	Economic Empowerment	Dana	6.800.000	Omset penjualan Bazar Natal Bersama Kementerian BUMN Tahun 2023	Keuntungan penjualan	6.800.000
PT PUSRI Palembang	13 Peserta	Economic Empowerment	Dana	528.500	Pameran Marketing	Event UMKM	528.500

Stake holder	Jumlah	Changes	Input Description	Input Value (Rp)	Output	Out comes	Impact (Rp)
bang					Festival dan Outlook		
UMKM Binaan RBS	13 Peserta	Economic Empowerment	Dana	488.000	Omset Penjualan Pameran Marketing Festival dan Outlook	Keuntungan penjualan	488.000
PT PUSRI Palembang	5 peserta	Economic Empowerment	Dana	1.750.000	Pesona Kriya	Event UMKM	1.750.000
UMKM Binaan RBS	5 peserta	Economic Empowerment	Dana	29.089.000	Omset Penjualan Pameran Pesona Kriya	Keuntungan penjualan	29.089.000
PT PUSRI Palembang	1 peserta	Economic Empowerment	Dana	700.000	Inacraft - Cek Romlah Songket dan Sewet Jumputan	Event UMKM	700.000
UMKM Binaan RBS	1 peserta	Economic Empowerment	Dana	53.590.000	Omset Penjualan Inacraft - Cek Romlah Songket dan Sewet Jumputan	Keuntungan penjualan	53.590.000
PT PUSRI Palembang	12 Peserta)	Economic Empowerment	Dana	900.000	Pasar Bedug Aqobah	Keuntungan penjualan	900.000
UMKM Binaan RBS	12 Peserta	Economic Empowerment	Dana	11.073.000	Omset Penjualan Pasar Bedug Aqobah	Keuntungan penjualan	11.073.000
PT PUSRI Palembang	10 Peserta	Economic Empowerment	Dana	26.044.610	Festival Ramadhan Rumah BUMN Sumsel	Event UMKM	26.044.610

Stake holder	Jumlah	Changes	Input Descrip tion	Input Value (Rp)	Output	Out comes	Impact (Rp)
UMKM Binaan RBS	10 Peserta	Economic Empower ment	Dana	15.949.000	Omset Penjualan Festival Ramadhan Rumah BUMN Sumsel	Keuntu ngan penjualan	15.949.000
PT PUSRI Palembang	4 peserta	Economic Empower ment	Dana	450.000	Festival Foodies Jilid 6	Event UMKM	450.000
UMKM Binaan RBS	4 peserta	Economic Empower ment	Dana	32.910.000	Omset Penjualan Festival Foodies Jilid 6	Keuntu ngan penjualan	32.910.000
PT PUSRI Palembang	1 peserta	Economic Empower ment	Dana	600.000	Kelana Wastra Festival	Event UMKM	600.000
UMKM Binaan RBS	1 peserta	Economic Empower ment	Dana	5.692.650	Omset Penjualan Kelana Wastra Festival	Keuntu ngan penjualan	5.123.385
PT PUSRI Palembang	6 peserta	Economic Empower ment	Dana	2.100.000	Jalan Santai HUT SPPSP	Event UMKM	2.100.000
UMKM Binaan RBS	6 peserta	Economic Empower ment	Dana	11.384.000	Omset Penjualan Jalan Santai HUT SPPSP	Keuntu ngan penjualan	10.245.600
PT PUSRI Palembang	4 peserta	Economic Empower ment	Dana	209.500	Pameran Hut Ke-44 Dewan Kerajinan Nasional 2024	Event UMKM	209.500
UMKM Binaan RBS	4 peserta	Economic Empower ment	Dana	18.240.000	Omset Penjualan Pameran Hut Ke-44 Dewan Kerajinan Nasional 2024	Keuntu ngan penjualan	16.416.000

Stake holder	Jumlah	Changes	Input Descrip tion	Input Value (Rp)	Output	Out comes	Impact (Rp)
PT PUSRI Palembang	2 peserta	Economic Empower ment	Dana	700.000	Sriwijaya Expo 2024	Event UMKM	700.000
UMKM Binaan RBS	2 peserta	Economic Empower ment	Dana	4.855.000	Omset Penjualan Sriwijaya Expo 2024	Keuntu ngan penjualan	4.369.500
PT PUSRI Palembang	3 peserta	Economic Empower ment	Dana	1.050.000	UMKM Palembang Award	Event UMKM	1.050.000
UMKM Binaan RBS	3 peserta	Economic Empower ment	Dana	3.537.000	Omset Penjualan UMKM Palembang Award	Keuntu ngan penjualan	3.183.300
PT PUSRI Palembang	2 peserta	Economic Empower ment	Dana	700.000	Palembang Expo 2024	Event UMKM	700.000
UMKM Binaan RBS	2 peserta	Economic Empower ment	Dana	13.570.000	Omset Penjualan Palembang Expo 2024	Keuntu ngan penjualan	12.213.000
PT PUSRI Palembang	5 Peserta	Economic Empower ment	Dana	1.750.000	PaDi UMKM Hybrid Expo & Conference 2024	Event UMKM	1.750.000
UMKM Binaan RBS	5 Peserta	Economic Empower ment	Dana	3.560.000	Omset Penjualan PaDi UMKM Hybrid Expo & Conference 2024	Keuntu ngan penjualan	3.204.000
PT PUSRI Palembang	1 Peserta	Economic Empower ment	Dana	350.000	Rekor Muri Minum Kopi di Pinggir Sungai Serentak Peserta Terbanyak	Event UMKM	350.000

Stake holder	Jumlah	Changes	Input Description	Input Value (Rp)	Output	Out comes	Impact (Rp)
UMKM Binaan RBS	1 Peserta	Economic Empowerment	Dana	2.665.000	Omset penjualan pada acara Rekor Muri Minum Kopi di Pinggir Sungai Serentak Peserta Terbanyak	Keuntungan penjualan	2.398.500
PT PUSRI Palembang	1 peserta)	Economic Empowerment	Dana	350.000	Forum Kepala Bappeda Kota Se-Indonesia (KGS Craft -	Event UMKM	350.000
UMKM Binaan RBS	1 peserta	Economic Empowerment	Dana	29.000	Omset penjualan acara Forum Kepala Bappeda Kota Se-Indonesia (KGS Craft)	Keuntungan penjualan	29.000
PT PUSRI Palembang	10 Peserta	Economic Empowerment	Dana	3.500.000	Pameran di Forum BPC HIPMI Palembang	Event UMKM	3.500.000
UMKM Binaan RBS	10 Peserta	Economic Empowerment	Dana	1.660.000	Omset Penjualan Pameran di Forum BPC HIPMI Palembang	Keuntungan penjualan	1.660.000
PT PUSRI Palembang	5 peserta)	Economic Empowerment	Dana	1.750.000	"Piala Bergilir Walikota Palembang Event Basket 3x3 Seri 2 Junior Basketball Championship	Event UMKM	1.750.000
UMKM Binaan RBS	5 peserta	Economic Empowerment	Dana	29.000	Omset Penjualan "Piala Bergilir	Keuntungan penjualan	29.000

Stake holder	Jumlah	Changes	Input Description	Input Value (Rp)	Output	Out comes	Impact (Rp)
					Walikota Palembang Event Basket 3x3 Seri 2 Junior Basketball Championship		
PT PUSRI Palembang	4 Org	Economic Empowerment	Dana	1.400.000	Pupuk Indonesia Quality Inovation 2024	Event UMKM	1.400.000
UMKM Binaan RBS	4 Org	Economic Empowerment	Dana	650.000	Omset Penjualan Pupuk Indonesia Quality Inovation 2024	Keuntungan penjualan	650.000
PT PUSRI Palembang	5 Peserta	Economic Empowerment	Dana	1.750.000	Puncak Hari UMKM Nasional 2024	Event UMKM	1.750.000
UMKM Binaan RBS	5 Peserta	Economic Empowerment	Dana	16.812.000	Omset Penjualan Puncak Hari UMKM Nasional 2024	Keuntungan penjualan	15.871.400
PT PUSRI Palembang	62 peserta	Economic Empowerment	Dana	2.068.000	Karya Nyata Festival V ol.11 Palembang	Event UMKM	2.068.000
UMKM Binaan RBS	62 peserta	Economic Empowerment	Dana	72.729.500	Omset Penjualan Karya Nyata Festival V ol.11 Palembang	Keuntungan penjualan	65.456.550
PT PUSRI Palembang	2 peserta	Economic Empowerment	Dana	700.000	Pesta Rakyat Pelantikan Presiden dan Wakil Presiden Indonesia 2024 s.d 2029	Event UMKM	630.000

Stake holder	Jumlah	Changes	Input Descrip tion	Input Value (Rp)	Output	Out comes	Impact (Rp)
UMKM Binaan RBS	2 peserta	Economic Empowerment	Dana	2.240.000	Omset Penjualan Pesta Rakyat Pelantikan Presiden dan Wakil Presiden Indonesia 2024 s.d 2029	Keuntungan penjualan	2.016.000
Total Pameran				440.281.560			425.394.645
UMKM Binaan RBS	160 UMKM	Capacity Buliding	Skill	7.500.000	Terbentuknya Modal Sosial sesama UMKM anggota RBS (20% dari 800 UMKM RBS)	Modal Sosial sesama UMKM anggota RBS	6.000.000
UMKM Binaan RBS	160 UMKM	Capacity Buliding	Skill	15.840.000	Sharing knowledge sesama anggota RBS aktif (20% dari 800 UMKM RBS)	Transfer Knowledge UMKM binaan	12.672.000
UMKM Binaan RBS	160 UMKM	Capacity Buliding	Skill	7.500.000	Terbentuknya komunitas UMKM binaan RBS saling support bisnis (20% dari 800 UMKM RBS)	komunitas UMKM binaan RBS	6.750.000
UMKM Binaan RBS	1 UMKM	Economic Empowerment	Dana	35.000.000	CSR dari pelaku UMKM (Tukang Seduh)	Hasil binaan CSR dari UMKM	28.000.000
UMKM Binaan RBS	160 UMKM	Economic Empowerment	Dana	24.000.000	Exposure promosi dari kegiatan RBS seperti, MUSI competition	Peningkatan Omset penjualan UMKM	16.800.000

Stake holder	Jumlah	Changes	Input Description	Input Value (Rp)	Output	Out comes	Impact (Rp)
UMKM Binaan RBS	3 UMKM	Capacity Buliding	Skill	30.000.000	Peningkatan akses jaringan/ network Internasional dari pameran di Luar Negeri	jaringan/ network Internasional	24.000.000
UMKM Binaan RBS	11 Peserta	Capacity Buliding	Skill	7.500.000	Terbentuknya komunitas Volunter RBS dari Basecamp Millenials	komunitas Volunter RBS	5.250.000
UMKM Binaan RBS	11 Peserta	Capacity Buliding	Skill	1.089.000	Peningkatan pengetahuan dan ketrampilan volunter dalam Event organizer	ketrampilan volunter dalam Event organizer	1.089.000
PT PUSRI Palembang Bangw	28 Publikasi	Capacity Buliding	Infor masi	4.200.000	Publikasi kegiatan RBS pada media massa yang menimbulkan citra positif perusahaan	Promosi kegiatan RBS dan citra positif PT PUSRI Palembang	3.990.000
	Total Dampak Sosial lainnya			132.629.000			104.551.000
	Total NPV Benefit			2.190.663.560			2.007.510.645
	Pajak 5 %			109.533.178			100.375.532
	Nilai NPV Benefit			2.081.130.382			1.907.135.112

5.1.2. Peta Anggaran

Peta anggaran yang telah diberikan selama periode pelaksanaan program Rumah BUMN Sumsel binaan CSR PT PUSRI Palembang, dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 12. Peta Anggaran Program Rumah BUMN Sumsel

Program	Input (Rp)	Changes	Output	Outcome
Program Rumah BUMN Sumsel	397. 681.706	Penambahan Asset	Total Fix dan Variable cost	Adanya penghasilan dari Asset Rumah BUMN
	1.860.000	Capacity Building	Total Pelatihan Tahun 2023	Adanya peningkatan skill UMKM anggota RBS
	39.318.000	Capacity Building	Total Pelatihan 2024	Adanya peningkatan skill UMKM anggota RBS
	0	Capacity Building	Total mentoring 2024	Adanya peningkatan skill UMKM anggota RBS
	0	Capacity Building	Total pengurusan Legalitas	Adanya Legalitas Usaha UMKM
	4.470.000	Capacity Building	Total Basecamp Millenial	Adanya peningkatan skill UMKM anggota RBS
	0	Capacity Building	Total Penelitian	Adanya Hasil penelitian berupa skripsi dan Thesis mahasiswa
	4.956.000	Capacity Building	Total Program Inkubasi	Adanya peningkatan skill UMKM anggota RBS
	41.420.310	Economic Empowerment	Total Pameran	Adaya peningkatan OMset penjualan UMKM
Total NPV Investment	490.006.016			

Pada Tabel Peta Anggaran terlihat bahwa dari hasil investasi berupa anggran yang di berikan oleh PT PUSRI Palembang untuk kegiatan RBS maka terlihat bahwa alokasi dana telah dilakukan oleh RBS untuk melakukan berbagai kegiatan bagi UMKM Binaan RBS meliputi biaya operasional RBS, pelatihan,

pameran. Mentoring, pengurusan legalitas, basecamp millennials, inkubasi bisnis dan penelitian. Hasil alokasi anggaran ini menunjukkan telah terjadi perubahan dari kegiatan yang di implementasikan kepada UMKM binaan tersebut.

Perubahan yang terjadi sebagai dampak sosial program RBS berupa penambahan asset, capacity building dan economic empowerment. Pada Tabel terlihat perubahan yang terjadi lebih banyak pada Capacity Building, karena Sebagian besar alokasi anggaran dipergunakan untuk kegiatan peningkatan Capacity Building, sehingga alokasi anggaran untuk Economic empowerment hanya Sebagian saja yaitu saat melakukan pameran. Alokasi anggaran terbesar adalah untuk penambahan asset berupa fix dan variable cost yang digunakan untuk biaya operasional RBS itu sendiri.

Hasil peta anggaran menunjukkan perlu adanya peningkatan alokasi anggaran ke aktifitas yang mampu memberikan *economic empowerment* lebih banyak pada UMKM Binaan, meskipun secara umum *capacity building* yang dilakukan telah banyak memberikan peningkatan bagi UMKM itu sendiri. Alokasi anggaran bagi biaya operasional sebaiknya berimbang dengan alokasi *economic empowerment* sehingga mampu memberikan dampak signifikan yang dirasakan langsung oleh UMKM binaan.

5.1.3. Fiksasi Dampak

Fiksasi dampak bertujuan memetakan faktor apa saja yang mengurangi nilai manfaat dari luaran (*outcome*) suatu program, untuk mengurangi *over claim* terhadap nilai benefit yang dihasilkan bagi perusahaan, sehingga nilai SROI yang dihasilkan lebih relevan. Faktor pengurang berupa Deadweight, attribution, displacement dan drop off.

Berikut faktor pengurang nilai manfaat Program Rumah BUMN Sumsel binaan TJSL PT PUSRI Palembang.

Tabel 13. Fiksasi Dampak Program Rumah BUMN Sumsel

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
Fix dan Variable Cost							
PT PUSRI Palembang	Biaya Asset	Biaya sewa Lokasi Gallery Rumah BUMN Sumsel	Tersedianya gallery Rumah BUMN Sumsel	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	10 % Drop Off karena ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Asset	Biaya Sewa ruang Pertemuan Kegiatan RBS	Tersedianya ruang pertemuan untuk kegiatan RBS	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	20% Drop Off karena ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Pelatihan Tahun 2023							
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Pelatihan	Biaya Pelatihan Keuangan Jangan Remehkan Pengelolaan Keuangan Dasar Usahamu	Pengetahuan Keuangan UMKM binaan RBS	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Pelatihan Pembuatan Jumputan	Biaya Pelatihan Pembuatan Jumputan Bersama Gen	Pengetahuan pembuatan jumputan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Dokumen pembukuan keuangan UMKM	Terbentuk nya Dokumen pembukuan keuangan UMKM	Adanya dokumen pembukuan UMKM Binan RNS	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	5% Attribution karena ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Ketrampilan Bisnis Fashion	Biaya Ketrampilan Bisnis Fashion dengan Budaya Indonesia	Peningkatan ketrampilan Bisnis Fashion	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Pelatihan	Biaya Pelatihan Bisnis dengan Digital Marketing	Peningkatan pengeta	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
			huan Bisnis dengan Digital Marketing	terjadi dengan intervensi dari perusahaan	didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	mengorbankan orang lain di luar program	menurun sepanjang tahun
Pelatihan Tahun 2024							
PT PUSRI Palembang	Biaya Pendampingan	Gathering dan Sosialisasi Program Rumah BUMN Sumsel Tahun 2024	Pemahaman program RBS pada binaan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pelatihan	Biaya Pelatihan manajemen Sumberdaya Manusia Bagi UMKM	Peningkatan skill manajemen SDM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	10% aDrop Off karena ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pendampingan	Komunitas Bisnis dalam Mengembangkan Usaha Bagi Para UMKM	Terbentuknya Komunitas Bisnis dalam Mengembangkan Usaha Bagi Para UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
PT PUSRI Palembang	Biaya Pelatihan	Biaya Pelatihan Ecoprint Botanical Print With Natural Dye	Peningkatan skill pembuatan Ecoprint	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	5% Attribution karena ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Pendampingan	Pelatihan ketrampilan Operator Media Acara Menggunakan Aplikasi OBS Studio	Peningkatan skill operator media acara	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	10% Attribution karena ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Pendampingan	Ketrampilan Keuangan digital UMKM	Peningkatan skill keuangan digital UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	5% Attribution karena ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Pendampingan	Pelatihan menggunakan media sosial dalam marketing produk	Peningkatan skill	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
			Media Sosial dalam marketing produk	terjadi dengan intervensi dari perusahaan	didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	mengorbankan orang lain di luar program	menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pendampingan	Penghematan Jasa Foto Produk UMKM	Foto produk UMKM yang terstandar	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Pelatihan	Peningkatan pengetahuan Bisnis dengan Digital Marketing "Strategi Membangun Digital Sales Funnel yang Tepat"	Peningkatan skill bisnis digital	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pendampingan	Biaya Pembuatan Profil Bisnis UMKM	Profil Bisnis UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
PT PUSRI Palembang	Biaya Pelatihan	Biaya Pelatihan Menjahit Pengembangan Produk Kumpe Craft	Peningkatan skill menjahit Produk KUMPE Craft	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pendampingan	Penganeekaragaman Produk baru KUMPE Craft	Adanya penganeekaragaman produk KUMPE	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Pendampingan	Pembuatan Toko Online bagi UMKM	Terbentuknya Toko Online bagi UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Mentoring							
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Pendampingan	Mentoring Legalitas Usaha	Adanya Legalistas usaha	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
				terjadi dengan intervensi dari perusahaan	didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	mengorbankan orang lain di luar program	menurun sepanjang tahun
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Pendampingan	Mentoring Keuangan berbasis Digital	Adanya pembukuan keuangan digital	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Pendampingan	Mentoring terkait Fundamental Bisnis Mang Cacam	Peningkatan skill fundamental bisnis	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Pengurusan Legalitas							
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Pendampingan	Pendaftaran sertifikat Halal	Sertifikat Halal Produk	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Pendampingan	Pendaftaran NIB	NIB Perusahaan/UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Pendampingan	Pendaftaran HAKI Merk	HAKI brand	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Pendampingan	Pendaftaran SPP-IRT	SPP-IRT Produk	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Pendampingan	Pendaftaran PT Perseorangan	PT Perseorangan / badan hukum UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
				intervensi dari perusahaan	adanya intervensi pihak lain	orang lain di luar program	
Basecamp Millenial							
UMKM Binaan RBS	Biaya Pendampingan	Jasa Event organizer Festival Ramadhan	Terselenggaranya event Festival Ramadhan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pendampingan	Biaya mengikuti Fashion Show Workshop Mitra Binaan Wastra bersama Designer	Keikutsertaan fashion show Mitra binaan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pendampingan	Biaya Pembuatan Website dan Compro RBS	Website dan Compro Website	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Pendampingan	Biaya Legalitas Merek dan Pendampingan	Legalitas Merek	Tidak ada Deadweight karena	Tidak ada Attribution karena tidak ada	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
		Marketing		perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Pendampingan	Biaya Pendampingan Legalitas Usaha seperti NIB, SPP-IRT dan Sertifikasi Halal untuk keperluan siswa SMA Negeri Sumatera Selatan untuk mengikuti Lomba Inovasi Kewirausahaan ditingkatkan Nasional	Legalitas Usaha	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Pelatihan	Pelatihan dasar pembuatan kain wastra	Peningkatan Skill Pembuatan Kain Wastra	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pelatihan	Harga jual kain wastra hasil dari pelatihan	Omset penjualan kain wastra	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
				terjadi dengan intervensi dari perusahaan	didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	mengorbankan orang lain di luar program	menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pelatihan	Biaya mengikuti Seminar Bisnis : Gen Z Preneuer Strategi Memulai Bisnis di Era Digital.	Peningkatan skill bisnis Gen Z	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Penelitian							
Mahasiswa	Biaya Penelitian	Biaya Thesis Pendidikan S2 (Master)	Thesis S2	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Mahasiswa	Biaya penelitian	Biaya Skripsi Pendidikan S1 (Sarjana)	Skripsi Pendidikan S1 (Sarjana)	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
Inkubasi Bisnis							
UMKM Binaan RBS	Biaya Pemasaran	Biaya Foto Produk UMKM Topic "Foto Produk Menarik, Bikin Usaha Makin Dilirik	Foto Produk UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Pemasaran	Biaya pembuatan Branding: "Fundamental Branding yang Tepat Bagi UMKM"	Branding UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Rumah BUMN Sumsel	Biaya pemasaran	Biaya Jasa Membuat Laporan Keuangan Bagi UMKM"	Laporan Keuangan UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Pemasaran	Pengetahuan Bisnis Mapping UMKM	Bisnis Mapping UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
				intervensi dari perusahaan	adanya intervensi pihak lain	orang lain di luar program	menurun sepanjang tahun
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Pemasaran	Biaya pelatihan "Menghitung HPP dan Teknik Mengelola Keuangan"	Hasil perhitungan HPP UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Biaya "Legalitas Usaha Yang Wajib dimiliki UMKM"	Legalitas Usaha	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Pemasaran	Biaya Pelatihan "Dasar Teknik Marketing Mix dan Closing"	Peningkatan Skill Marketing	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Pemasaran	Inkubasi "Desain Kemasan"	Desain kemasan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
				terjadi dengan intervensi dari perusahaan	didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	mengorbankan orang lain di luar program	menurun sepanjang tahun
Rumah BUMN Sumsel	Biaya Pemasaran	Webinar Inkubasi Keuangan Lanjutan Mengenai Materi Inkubasi HPP dan Teknik Pengelolaan Keuangan (14 org)	Hasil perhitungan HPP	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Pameran							
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Bazar Lomba Syarofal Anam Kampung Sehati HUT PUSRI ke-64 Tahun	Lomba Syarofal Anam Kampung Sehati	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Omset penjualan Bazar Lomba Syarofal Anam Kampung Sehati HUT PUSRI ke-64 Tahun	Keuntungan penjualan Bazaar	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Bazar Final MUSI Competition 2023	Event MUSI Competition 2023	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Omset penjualan Bazar Final MUSI Competition 2023	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Bazar UMKM Binaan Rumah BUMN Sumsel di Pusri Fun Fest	Event UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pemasaran	Omset penjualan Bazar UMKM Binaan Rumah BUMN Sumsel di Pusri Fun Fest	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
				intervensi dari perusahaan	adanya intervensi pihak lain	orang lain di luar program	
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Fashi7bg qawszon Show Gelar Produk UMKM PUSRI (A Blend of Culture With Style)	Event UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pemasaran	Omset Penjualan Fashion Show Gelar Produk UMKM PUSRI (A Blend of Culture With Style)	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Bazar Natal Bersama Kementerian BUMN Tahun 2023	Event UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pemasaran	Omset penjualan Bazar Natal Bersama	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
		Kementerian BUMN Tahun 2023		terjadi dengan intervensi dari perusahaan	didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	mengorbankan orang lain di luar program	menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Pameran Marketing Festival dan Outlook	Event UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pemasaran	Omset Penjualan Pameran Marketing Festival dan Outlook	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Pesona Kriya	Event UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pemasaran	Omset Penjualan Pameran Pesona Kriya	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena	Tidak ada Attribution karena tidak ada	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
				perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Inacraft - Cek Romlah Songket dan Sewet Jumputan	Event UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pemasaran	Omset Penjualan Inacraft - Cek Romlah Songket dan Sewet Jumputan	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Pasar Bedug Aqobah	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
UMKM Binaan RBS	Biaya Pemasaran	Omset Penjualan Pasar Bedug Aqobah	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Festival Ramadhan Rumah BUMN Sumsel	Event UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pemasaran	Omset Penjualan Festival Ramadhan Rumah BUMN Sumsel	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Festival Foodies Jilid 6	Event UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
				intervensi dari perusahaan	adanya intervensi pihak lain	orang lain di luar program	
UMKM Binaan RBS	Biaya Pemasaran	Omset Penjualan Festival Foodies Jilid 6	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Kelana Wastra Festival	Event UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pemasaran	Omset Penjualan Kelana Wastra Festival	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	10% ada Attribution karena ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Jalan Santai HUT SPPSP	Event UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
				terjadi dengan intervensi dari perusahaan	didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	mengorbankan orang lain di luar program	menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pemasaran	Omset Penjualan Jalan Santai HUT SPPSP	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	10% ada Attribution karena ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Pameran Hut Ke-44 Dewan Kerajinan Nasional 2024	Event UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pemasaran	Omset Penjualan Pameran Hut Ke-44 Dewan Kerajinan Nasional 2024	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	10% ada Attribution karena ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Sriwijaya Expo 2024	Event UMKM	Tidak ada Deadweight karena	Tidak ada Attribution karena tidak ada	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
				perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pemasaran	Omset Penjualan Sriwijaya Expo 2024	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	10% ada Attribution karena ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	UMKM Palembang Award	Event UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pemasaran	Omset Penjualan UMKM Palembang Award	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	10% ada Attribution karena ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Palembang Expo 2024	Event UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pemasaran	Omset Penjualan Palembang Expo 2024	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	10% ada Attribution karena ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	PaDi UMKM Hybrid Expo & Conference 2024	Event UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pemasaran	Omset Penjualan PaDi UMKM Hybrid Expo & Conference 2024	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan	10% ada Attribution karena ada perubahan yang didapatkan dari	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
				intervensi dari perusahaan	adanya intervensi pihak lain	orang lain di luar program	
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Rekor Muri Minum Kopi di Pinggir Sungai Serentak Peserta Terbanyak	Event UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pemasaran	Omset penjualan pada acara Rekor Muri Minum Kopi di Pinggir Sungai Serentak Peserta Terbanyak	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	10% ada Attribution karena ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Forum Kepala Bappeda Kota Se-Indonesia (KGS Craft -	Event UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pemasaran	Omset penjualan acara Forum Kepala	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena	Tidak ada Attribution karena tidak ada	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
		Bappeda Kota Se-Indonesia (KGS Craft)		perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Pameran di Forum BPC HIPMI Palembang	Event UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pemasaran	Omset Penjualan Pameran di Forum BPC HIPMI Palembang	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	"Piala Bergilir Walikota Palembang Event Basket 3x3 Seri 2 Junior Basketball Championship	Event UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
UMKM Binaan RBS	Biaya Pemasaran	Omset Penjualan "Piala Bergilir Walikota Palembang Event Basket 3x3 Seri 2 Junior Basketball Championship	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Pupuk Indonesia Quality Inovation 2024	Event UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pemasaran	Omset Penjualan Pupuk Indonesia Quality Inovation 2024	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Puncak Hari UMKM Nasional 2024	Event UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan	10% ada Attribution karena ada perubahan yang didapatkan dari	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
				intervensi dari perusahaan	adanya intervensi pihak lain	orang lain di luar program	menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pemasaran	Omset Penjualan Puncak Hari UMKM Nasional 2024	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Karya Nyata Festival V ol.11 Palembang	Event UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	10% ada Attribution karena ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pemasaran	Omset Penjualan Karya Nyata Festival V ol.11 Palembang	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pemasaran	Pesta Rakyat Pelantikan Presiden dan Wakil Presiden	Event UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
		Indonesia 2024 s.d 2029		terjadi dengan intervensi dari perusahaan	didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	mengorbankan orang lain di luar program	menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pemasaran	Omset Penjualan Pesta Rakyat Pelantikan Presiden dan Wakil Presiden Indonesia 2024 s.d 2029	Keuntungan penjualan	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	10%10% ada Attribution karena ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
Dampak Sosial lainnya							
UMKM Binaan RBS	Biaya Pendampingan	Terbentuknya Modal Sosial sesama UMKM anggota RBS (20% dari 800 UMKM RBS)	Modal Sosial sesama UMKM anggota RBS	20% ada Deadweight karena perubahan ini tidak terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pendampingan	Sharing knowledge sesama anggota RBS aktif (20% dari 800 UMKM RBS)	Transfer Knowledge UMKM binaan	20% ada Deadweight karena perubahan ini tidak terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
UMKM Binaan RBS	Biaya Pendampingan	Terbentuknya komunitas UMKM binaan RBS saling support bisnis (20% dari 800 UMKM RBS)	komunitas UMKM binaan RBS	10% ada Deadweight karena perubahan ini tidak terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pendampingan	CSR dari pelaku UMKM (Tukang Seduh)	Hasil binaan CSR dari UMKM	30% ada Deadweight karena perubahan ini tidak terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pendampingan	Exposure promosi dari kegiatan RBS seperti, MUSI competition	Peningkatan Omset penjualan UMKM	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	30% ada Drop Off karena ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pendampingan	Peningkatan akses jaringan/ network Internasional dari	jaringan/ network Internasional	Tidak ada Deadweight karena	20% ada Attribution karena ada	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh

Stakeholder	Program	Output (Kegiatan)	Luaran (Manfaat)	Deadweight	Atribution	Displacement	Drop Off
		pameran di Luar Negeri		perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pendampingan	Terbentuknya komunitas Volunter RBS dari Basecamp Millenials	komunitas Volunter RBS	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	30% ada Attribution karena ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
UMKM Binaan RBS	Biaya Pendampingan	Peningkatan pengetahuan dan ketrampilan volunteer dalam Event organizer	ketrampilan volunteer dalam Event organizer	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	5% ada Drop Off karena ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun
PT PUSRI Palembang	Biaya Pendampingan	Publikasi kegiatan RBS pada media massa yang menimbulkan citra positif perusahaan	Promosi kegiatan RBS dan citra positif PT PUSRI Palembang	Tidak ada Deadweight karena perubahan ini terjadi dengan intervensi dari perusahaan	Tidak ada Attribution karena tidak ada perubahan yang didapatkan dari adanya intervensi pihak lain	Tidak ada displacement karena tidak ada manfaat yang diperoleh mengorbankan orang lain di luar program	Tidak ada Drop Off karena tidak ada pengaruh kegiatan yang menurun sepanjang tahun

5.1.4. Valuasi Dampak *Stakeholder*

Valuasi dampak bertujuan untuk memetakan manfaat yang diterima oleh *stakeholder* atau pemangku kepentingan dari program yang telah berjalan. Pemetaan manfaat yang diterima oleh para *stakeholder* akan ditampilkan dalam bentuk data yang telah dikuantifikasikan. Valuasi dampak program Rumah BUMN Sumsel Binaan TJSL PT PUSRI Palembang, dapat di lihat pada Tabel berikut ini.

Tabel 14. Valuasi Dampak dari Program

No	Stakeholder	Input	Valuasi Dampak	Porsi
		NPV Investment	NPV Impact	
1	PT PUSRI Palembang	Rp. 439.102.016	Rp. 1.907.135.112	23,02%
2	Rumah BUMN Sumsel	Rp. 83.592.000	Rp. 1.907.135.112	4,38%
3	UMKM Binaan RBS	Rp.4.470.000	Rp. 1.907.135.112	0,23%

Sumber : Hasil Analisis, 2024

Hasil valuasi dampak stakeholder menunjukkan bahwa nilai dampak yang diperoleh dari program RBS ini cukup tinggi sehingga hasil valuasi dampak stakeholder yang diperoleh tidak begitu besar yang artinya nilai benefit yang dihasilkan dalam program ini cukup tinggi dan berdampak sosial sangat baik bagi penerima program.

Hasil valuasi per stakeholder terlihat bahwa PT PUSRI Palembang sebagai pemberi program memperoleh nilai valuasi sebesar 23,02%, dimana kontribusi nilai investasi PT PUSRI Palembang jika dibandingkan benefit yang diperoleh hanya sebesar 23,02%, sehingga program RBS ini tentunya telah mampu memberikan hasil yang signifikan bagi dampak sosial nya. Nilai valuasi untuk RBS adalah sebesar 4,38% dimana sumbangsih RBS dalam investasi program tergolong kecil dengan dampak yang besar. Selanjutnya bagi para UMKM sendiri nilai investasi yang dikeluarkan juga relative kecil atau bahkan hamper tidak ada yaitu 0,23% saja, dengan dampak sosial yang sangat tinggi bagi para UMKM binaan RBS.

5.2. Efektivitas Program dalam Menyelesaikan Kebutuhan dan Masalah Sosial

5.2.1. Nilai Investasi Program

SROI adalah pengukuran dampak sosial, lingkungan dan ekonomi yang dilakukan dengan cara mengkuantifikasikan berbagai perubahan yang terjadi di masyarakat. SROI dapat dilakukan sebelum dan sesudah program CSR dijalankan Program CSR adalah sebuah strategi bisnis (Lulewicz-Sas & Godlewska, 2015), sehingga keberhasilan strategi dapat diukur dengan mengkaji besaran dampak sosial dan ekonomi yang diterima oleh masyarakat khususnya penerima manfaat program (Harahap, 2023).

Program Rumah BUMN SUMSEL yang diberikan oleh TJSL PT PUSRI Palembang ini diharapkan mampu memberikan dampak sosial berupa kesejahteraan ekonomi, kesejahteraan sosial dan kelestarian lingkungan, untuk itu maka dilakukan penilaian efektivitas program dalam menjawab kebutuhan masyarakat dari Program Rumah BUMN Sumsel ini. Outcome yang diperoleh sebagai dampak sosial atau benefit dari investasi yang telah dilakukan RBS diharapkan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut.

Hasil pengukuran nilai benefit akan diuraikan dan bentuk Faktor, Outcome dan Nilai dalam Program yang diharapkan mampu memberikan gambaran besaran benefit program dari hasil kuantifikasi dampak sosial yang dihasilkan, sehingga memperoleh nilai SROI. Efektivitas program akan menunjukkan seberapa banyak kegoatan yang telah mampu menjawab kebutuhan masyarakat dalam hal ini UMKM binaan RBS.

Tabel 15. Faktor, Outcome dan Nilai dalam Program

Faktor	Outcome	Parameter	Nilai Benefit (Rp)	Refferensi
Kesejahteraan Ekonomi	Penghasilan dari Asset Rumah BUMN	Nilai sewa bangunan dan gallery RBS serta ruang pertemuan RBS	701.250.000	45.000.000 www.propertykku.com 1.750.000 www.propertykku.com
	Pameran	Hasil penjualan pameran yang ikuti UMKM	440.281.560	Data RBS 2024
	Inkubasi Bisnis	Jumlah bisnis yang di inkubasi	282.570.000	20.000/Foto https://lightboxindonesia.co.id/harga-jasa-foto-produk-terbaru/ 8.000.000/Paket https://www.beecreative.web.id/daftar-harga/corporate-brand-identity/promo-paket-branding-rebranding/ 2.500.000/Org https://butuhakuntan.com/harga-jasa-pembuatan-laporan-keuangan
Kesejahteraan Sosial	Pelatihan Tahun 2023	Jumlah pelatihan yang dilakukan di Nov-Des 2023	77.914.000	1.500.000 https://univ.mekari.com/courses/laporan-keuangan-umkm 3.500.000/paket (https://id.scribd.com/document/498764115/NYUMBO-pricelist-workshop-batik-colet-2020) 2.500.000/peserta https://butuhakuntan.com/harga-jasa-pembuatan-laporan-keuangan
	Pelatihan 2024	Jumlah pelatihan yang dilakukan di Jan-Nov 2024	435.011.000	16.000.000/Training https://sasanadigital.com/materi-dan-biaya-pelatihan-digital-marketing 80.000/UMKM (https://kreatifyu.com/) 1.250.000 https://www.lpkkartika.net/program-1/kursus-menjahit

Faktor	Outcome	Parameter	Nilai Benefit (Rp)	Refferensi
Kesejahteraan Sosial	Mentoring 2024	Jumlah Kegiatan mentoring yang dilakukan RBS	2.379.000	160.000/ UMKM https://www.sribu.com/id/business-consultant 300.000 https://www.julo.co.id/blog/bootcamp-digital-marketing 99.000 https://kelas.work/classes/menguasai-fundamental-sebagai-seorang-business-analyst
	Penelitian	Skripsi dan thesis yang dihasilkan	32.000.000	10.000.000 Data Mahasiswa 5.000.000 Data Mahasiswa
Kelestarian Lingkungan	Dampak Sosial lainnya	Jumlah Dampak sosial yang muncul	132.629.000	Hasil FGD SROI RBS 10.000.000/UMKM https://azka.web.indotrading.com/product/acara-pameran-expo-dalam-dan-luar-negeri
	Basecamp Millenial	Jumlah Kegiatan volunteer yang dilakukan	4.470.000	1.170.000/Kegiatan https://bela.gratisongkir.id/store-664dd50da5243/jasa-paket-event-organizer 50.000 https://www.instagram.com/infobandaaceh/ 1.499.000 https://iasadesain.co.id/jasa-desain-company-profile 1.000.000 https://www.dgip.go.id/menu-utama/merek/biaya

Dari data pada Tabel terlihat bahwa semua komponen kegiatan yang di implementasikan RBS telah mampu memenuhi faktor kebutuhan ekonomi, sosial dan lingkungan bagi penerima program yaitu UMKM binaan RBS. Secara garis besar alokasi input, output dan outcome serta parameternya memenuhi faktor-faktor tersebut. Faktor terbanyak yang dilakukan dalam program RBS ini berupa kesejahteraan sosial, hal ini dikarenakan kegiatan RBS lebih banyak berupa capacity building yaitu pelatihan dan mentoring program.

5.2.2. Nilai NPV Dampak Program Rumah BUMN Sumsel

Penentuan nilai masing-masing outcome yang diperoleh masyarakat, kemudian perhitungan *Present Value* adalah dengan mengkalikannya dengan frekuensi outcome yang didapatkan.

Tabel 16. Nilai Present Value Dampak Program

Faktor	Outcome	Parameter	Total (Rp)
Kesejahteraan Ekonomi	Penghasilan dari Asset Rumah BUMN	Nilai sewa bangunan dan gallery RBS serta ruang pertemuan RBS	701.250.000
	Pameran	Hasil penjualan pameran yang ikuti UMKM	440.281.560
	Inkubasi Bisnis	Jumlah bisnis yang di inkubasi	282.570.000
Kesejahteraan Sosial	Pelatihan Tahun 2023	Jumlah pelatihan yang dilakukan di Nov-Des 2023	77.914.000
	Pelatihan 2024	Jumlah pelatihan yang dilakukan di Jan-Nov 2024	435.011.000
	Mentoring 2024	Jumlah Kegiatan mentoring yang dilakukan RBS	2.379.000
	Penelitian	Skripsi dan thesis yang dihasilkan	32.000.000
Kelestarian Lingkungan	Dampak Sosial lainnya	Jumlah Dampak sosial yang muncul	132.629.000
	Basecamp Millenial	Jumlah Kegiatan volunteer yang dilakukan	4.470.000

5.3. Menjawab Kebutuhan Masyarakat

Community Empowerment atau *Development* merupakan bentuk CSR yang bersifat jangka panjang dan mengupayakan keberlanjutan program CSR dengan membangun kemandirian masyarakat menjadi berdaya agar dapat mengangkat potensi lokal serta menjawab permasalahan sosial masyarakat secara lebih efisien. CSR bersifat *Community Development* dapat dilakukan dengan melalui pendampingan kepada masyarakat dalam beberapa kegiatan (Rinaldy dkk., 2023)

Keberhasilan atau kegagalan program ini sangat ditentukan oleh pelaksana program, karena sebuah program dapat dikatakan baik bukan hanya dilihat dari bentuk program yang dikeluarkan, tetapi apakah program itu sudah mampu menjawab sesuai kebutuhan yang diperlukan. Pelaksana program yang baik dan mampu mengakomodir sasaran yang ada dalam hal ini masyarakat untuk dapat menjawab kebutuhan dan mewujudkan hasil yang ingin dicapai (Yulianti, 2018). Rincian nilai benefit yang diperoleh dari implementasi program Rumah BUMN Sumsel yang menjawab kebutuhan masyarakat, antara lain:

A. Menjawab kebutuhan ekonomi

- Penghasilan dari Asset Rumah BUMN Sumsel
- Pameran bagi UMKM Binaan RBS
- Inkubasi Bisnis bagi UMKM Binaan RBS

B. Menjawab Kebutuhan Sosial

- Pelatihan UMKM Tahun 2023
- Pelatihan UMKM Tahun 2024
- Mentoring Bisnis UMKM Binaan RBS
- Penelitian pada RBS

C. Kelestarian Lingkungan

- Dampak sosial lain yang dihasilkan dari Program RBS
- Basecamp milenial volunteer RBS

5.4. Peningkatan Kapasitas Masyarakat

5.4.1. Penciptaan Peran dan Hubungan Baru

Hasil kajian SROI Rumah BUMN Sumsel menunjukkan bahwa terjadi penciptaan peran baru sebagai dampak adanya program Rumah BUMN SUMsel binaan TJSL PT PUSRI Palembang. Penciptaan peran dan hubungan baru merupakan salah satu indikator efektifitas program yang layang untuk terus dikembangkan. Hubungan baru merupakan salah satu komponen penting dari dampak sosial suatu program TJSL, dimana kemitraan antara stakeholder mampu menciptakan benefit yang luas bagi penetima program, khususnya para UMKM yang tentunya harus mampu menjalin kemitraan dengan berbagai stakeholder dalam pengembangan usahanya.

Tabel 17. Penciptaan Hubungan Baru sebagai Dampak Program

No	Fungsi	Outcome	Satuan	Nilai Satuan	Nilai (Rp)
1	Terbentuknya Modal Sosial sesama UMKM anggota RBS (20% dari 800 UMKM RBS)	Modal Sosial sesama UMKM anggota RBS	160 UMKM	7.500.000/ Komunitas	7.500.000
2	Sharing knowledge sesama anggota RBS aktif (20% dari 800 UMKM RBS)	Transfer Knowledge UMKM binaan	160 UMKM	99.000 https://kelas.work/classes/menguasai-fundamental-sebagai-seorang-business-analys	15.840.000
3	Terbentuknya komunitas UMKM binaan RBS saling support bisnis (20% dari 800 UMKM RBS)	komunitas UMKM binaan RBS	160 UMKM	7.500.000/ Komunitas	7.500.000

No	Fungsi	Outcome	Satuan	Nilai Satuan	Nilai (Rp)
4	CSR dari pelaku UMKM (Tukang Seduh)	Hasil binaan CSR dari UMKM	1 UMKM	35.000.000 Hasil FGD SROI RBS	35.000.000
5	Exposure promosi dari kegiatan RBS seperti, MUSI competition	Peningkatan Omset penjualan UMKM	160 UMKM	150.000/UMKM Hasil FGD SROI RBS	24.000.000
6	Peningkatan akses jaringan/network Internasional dari pameran di Luar Negeri	jaringan/network Internasional	3 UMKM	10.000.000/UMKM https://azka.web.indotrading.com/product/acara-pameran-expo-dalam-dan-luar-negeri	30.000.000
7	Terbentuknya komunitas Volunter RBS dari Basecamp Millenials	komunitas Volunter RBS	11 Peserta	7.500.000/ Komunitas Hasil FGD SROI RBS	7.500.000
8	Peningkatan pengetahuan dan ketrampilan volunteer dalam Event organizer	ketrampilan volunteer dalam Event organizer	11 Peserta	99.000 https://kelas.work/classes/menguasai-fundamental-sebagai-seorang-business-analys	1.089.000
9	Publikasi kegiatan RBS pada media massa yang menimbulkan citra positif perusahaan	Promosi kegiatan RBS dan citra positif PT PUSRI Palembang	28 publikasi	150.000/ publikasi Data RBS	4.200.000

5.4.2. Pengembangan Aset dan/atau Kemampuan menggunakan Aset dan Sumberdaya dengan Lebih Baik

Hasil kajian SROI terhadap kegiatan RBS menemukan identifikasi asset apa saja yang terbentuk sebagai dampak sosial dari program RBS. Asset ini terbentuk sebagai dampak dari adanya kegiatan atau program RBS yang diberikan pada UMKM Binaan RBS. Penambahan asset ini merupakan benefit dari dampak sosial yang diukur dari perhitungan SROI RBS. Asset dan sumberdaya yang terbentuk dalam program RBS dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 18. Asset dan sumberdaya

No	Fungsi	Outcome	Nilai Satuan	Satuan (Rp)	Total (Rp)
1	Biaya sewa Lokasi Gallery Rumah BUMN Sumsel	Tersedianya gallery Rumah BUMN Sumsel	15 Bulan	45.000.000 (www.propertyku.com)	675.000.000
2	Biaya Sewa ruang Pertemuan Kegiatan RBS	Tersedianya ruang pertemuan untuk kegiatan RBS	15 Bulan	1.750.000 (www.propertyku.com)	26.250.000
3	Terbentuknya komunitas UMKM binaan RBS saling support bisnis (20% dari 800 UMKM RBS)	komunitas UMKM binaan RBS	160 UMKM	7.500.000/ Komunitas Komunitas Hasil FGD SROI RBS	7.500.000
4	Terbentuknya komunitas Volunter RBS dari Basecamp Millenials	komunitas Volunter RBS	11 Peserta	7.500.000/ Komunitas Hasil FGD SROI RBS	7.500.000

BAB V

REKOMENDASI

Rekomendasi program yang dapat diberikan dari hasil kajian perhitungan SROI Program Rumah BUMN binaan TJSL PT PUSRI Palembang adalah :

1. Perlu adanya pengembangan kegiatan kearah *economic empowerment* yang seimbang dengan *capacity building*, sehingga jenis kegiatan tidak di dominasi dengan pelatihan, pendampingan, mentoring yang Sebagian besar mendominasi kegiatan RBS periode Nov 2023-Nov 2024.
2. Kegiatan *economic empowerment* yang dapat dilakukan berupa penambahan Asset bagi UMKM Binaan yang mampu menciptakan *income generating* bagi UMKM binaan RBS.
3. Perlu adanya pengembangan kegiatan kearah kelestarian lingkungan, saat ini belum ada fokus kegiatan pada pelestarian lingkungan kepada alam sekitar seperti penanganan bencana, pengelolaan limbah UMKM dan *recycle* produk UMKM.
4. Perlu ada pengurangan proposri fix dan variable cost yang mendominasi nilai investasi program, sehingga lebih banyak alokasi bagi pnerima program atau seimbang antara alokasi dana untuk pengeloaan RBS dengan yang tersalurkan ke penerima program dalam hal ini UMKM binaan RBS.
5. Pemberian biaya promosi berupa publikasi pada media massa dan media sosial dapat dipertimbangkan untuk dialokasikan bagi setiap UMKM binaan RBS untuk peningkatan omset UMKM, dari hasil FGD dampak publikasi sangat besar dirasakan oleh UMKM Binaan RBS.

BAB VI

PENUTUP

Program Rumah BUMN Sumsel (RBS) merupakan salah satu kegiatan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) PT PUSRI Palembang yang diberikan untuk melakukan pembinaan serta pengembangan para UMKM yang ada di Propinsi Sumatera Selatan. Program ini merupakan bentuk komitmen PT PUSRI Palembang dalam memberikan kontribusi bagi masyarakat. Pemberian program Rumah BUMN telah dilakukan secara berkelanjutan dan mampu memberikan nilai dampak sosial yang cukup baik, dimana hasil perhitungan SROI memperoleh ratio 1:3,89, yang artinya investasi sebesar Rp.1 yang dilakukan oleh PT PUSRI Palembang dalam program RBS ini mampu memberikan pengembalian dampak sosial program sebesar Rp, 3,89.

Keberhasilan ini tentunya tidak terlepas dari peran stakeholder dalam mendukung setiap implementasi kegiatan yang telah di rencanakan. Pada peta anggaran terlihat bahwa alokasi anggaran masih memerlukan pemerataan, khususnya pada komponen *economic empowerment*, dimana Sebagian besar alokasi anggaran saat ini masih digunakan untuk biaya operasional RBS sendiri. Kegiatan yang dilakukan lebih banyak kepada *Capacity building* berupa pelatihan, pendampingan serta mentoring yang saat ini cukup efektif memberikan dampak sosial bagi penerima program, namun peningkatan asset dan sumber daya potensial bagi UMKM tentunya masih perlu ditingkatkan untuk memberikan *income generating* bagi UMKM binaan RBS dan memebntuk citra positif perusahaan.

Secara umum kegiatan RBS yang dilaksanakan oleh PT PUSRI Palembang telah mampu memberikan nilai Dampak Sosial yang cukup baik, sehingga program RBS ini layak dan efektif untuk dilanjutkan nserta di kembangkan menuju kemandirian program. UMKM yang go digital, go modern dan naik kelas tentunya menjadi indicator keberhasilan program RUmah BUMN Sumsel.

DAFTAR PUSTAKA

- Andaiyani, S., Hidayat, A., Adnan, N., & Saleh, S. (t.t.). *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*.
- Asmita, B., Andayani, D. R., & Maesarach, R. M. (t.t.). *Penilaian Dampak Investasi Sosial Program Baznas Microfinance Desa Menggunakan Metode Social Return On Investment (SROI)*.
- Hanzyah, R., & Madura, U. T. (2022). *PERAN PROGRAM CSR PHE-WMO TERHADAP KESEJARTERAAN PENDIDIK DAN MASYARAKT BANGKALAN*. 1(2).
- Harahap, R. N. (2023). ANALISIS DAMPAK SOSIAL DAN EKONOMI PADA PROGRAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT BERBASIS SUMBER DAYA. *Jurnal Akuntansi*.
- Laba, I. N., Putra, K. D. C., & Reganata, I. G. P. (T.T.). *Analisis SROI Program CSR PT. PLN UIP JBTB Pada Kelompok Tenun Tebu Salah Ringdikit Buleleng*.
- Matoati, R., Praningrum, P., Puspita, P., & Rosyadi, I. (2023). The Analisis Social Return on Investment (SROI) UMKM Kripik Jamur Tiram Desa Talang Kering melalui Program Tanggung Jawab Sosial (TJSL) PT. PLN Sumbagsel. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 14(1), 89–98.
<https://doi.org/10.29244/jmo.v14i1.43706>
- Prasetyo, A. D., & Ekawati, R. (t.t.). *Analisis Pengukuran SROI pada Program Perpustakaan Digital TJSL PLN UID Sumut*.
- Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Wijaya, O., Susanto, D., Rozaki, Z., & Nurhidayati, A. (2021). 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), 1270–1279. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.04.28>
- Purwohedi, U. (2016). Social Return on Investment (SROI): Sebuah Teknik untuk Mengukur Manfaat dari Sebuah Program. Dalam *Leutika prio* (Nomor 1, hlm. 12–13).
- Rinaldy, M. R. P., Dewangga Cipta Mahendra, & Shoiful Amri. (2023). Evaluasi Program Pemberdayaan Masyarakat: Studi Kasus Kampung Kuliner Pujasera Energi PT Pertamina Patra Niaga Regional Jawa Bagian Tengah Depot Pengisian Pesawat Udara Ahmad Yani. *Jurnal Audiens*, 4(3), 425–439. <https://doi.org/10.18196/jas.v4i3.118>
- Septasawitri, D., Prabawani, B., & Susanta, H. (2023). Analisis Social Return on Investment (SROI) dalam Penerapan Program Ketahanan Ekonomi dan Pangan Rumah Tangga Desa Dendang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1), 43–53.

- Universitas Lampung, & Yulianti, D. (2018). implementasi Program kemitraan dalam corporate social responsibility (csr) melalui pemberdayaan masyarakat untuk mewujudkan pembangunan kesejahteraan. *SOSIOLOGI: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial dan Budaya*, 20(1), 11–21.
<https://doi.org/10.23960/sosiologi.v20i1.14>
- Widhagda, O. M. F., & Aditya, R. (t.t.). *Social Return on Investment (SROI): Konsep dan Praktik Valuasi Dampak Investasi Sosial*.