

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Customer profitability* mengacu pada analisis keuntungan yang dihasilkan oleh setiap pelanggan individual atau segmen pelanggan dalam suatu bisnis. Konsep ini bertujuan untuk memahami kontribusi pelanggan terhadap laba perusahaan dan membantu manajemen dalam pengambilan keputusan terkait strategi pemasaran, alokasi sumber daya, dan upaya retensi pelanggan. Pentingnya menganalisis *customer profitability* berasal dari pemahaman bahwa tidak semua pelanggan sama. Ada perbedaan dalam tingkat pengeluaran, frekuensi pembelian, biaya layanan, dan profitabilitas yang dihasilkan oleh setiap pelanggan. Dengan menganalisis *customer profitability*, perusahaan dapat mengidentifikasi pelanggan yang menghasilkan keuntungan yang tinggi, pelanggan yang berpotensi menghasilkan keuntungan di masa depan, serta pelanggan yang tidak menguntungkan atau bahkan merugikan perusahaan.

Untuk menganalisis *customer profitability* di pasar Indonesia, perusahaan perlu mengumpulkan data yang relevan, seperti pendapatan per pelanggan, biaya pemasaran, biaya layanan pelanggan, dan biaya operasional terkait. Analisis ini dapat dilakukan dengan menggunakan metode seperti analisis margin kontribusi, analisis *churn rate*, atau pendekatan *lifetime value* (nilai seumur hidup) pelanggan. Selain itu untuk mengelompokkan pelanggan dapat menggunakan *customer profitability matrix classification*. *Customer Profitability Matrix Classification* adalah suatu metode analisis yang digunakan untuk

mengklasifikasikan pelanggan berdasarkan profitabilitas mereka. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi pelanggan yang paling menguntungkan dan mengarahkan sumber daya perusahaan dengan lebih efisien.

Pengetahuan mengenai literasi keuangan sangat diperlukan oleh semua kalangan masyarakat sebagai bentuk edukasi dalam pengambilan keputusan keuangan yang lebih baik dan sesuai kebutuhan masing-masing. Literasi ini dilakukan di 14 Rukun Warga (RW) yang berada di Desa Tulungrejo, Kota Batu. Dalam pelaksanaannya Penulis bersama team yang berjumlah 6 orang melakukan literasi dan sosialisasi mengenai tabungan emas selama 5 (lima) bulan. Setiap kelompok Rukun Warga (RW) yang beranggotakan 20 sampai 30 individu akan mengikuti literasi keuangan setiap minggunya dan didapatkan sekitar 10 nasabah baru tabungan emas per minggu. Dalam pelaksanaannya penulis bersama *team* memberikan jasa kepada masyarakat untuk membantu membuka tabungan emas, pada dasarnya jasa memiliki sifat intangible. Dari hasil observasi yang sudah dilakukan Penulis, masyarakat Desa Tulungrejo memiliki minat dalam berinvestasi. Sebelumnya, Desa Tulungrejo pernah bekerjasama dengan PT Pegadaian mengenai pembukaan tabungan emas, kemudian di tahun 2019 PT Pegadaian bersama Desa Tulungrejo menjalin kerjasama untuk nasabah emas melalui agen Pegadaian dan perusahaan memiliki kurang lebih 50 nasabah emas yang terdapat di desa tersebut melewati Bank sampah Desa Tulungrejo yang terhitung sekitar 5% penduduk, kemudian kerjasama antar desa dan perusahaan terhenti dikarenakan pandemi.

Dalam event yang bertajuk “Desa Sadari Emas” terdapat sejumlah acara seperti peresmian desa, berbagai macam bazar produk UMKM desa, kegiatan kompetisi Tulungrejo Inovasi Peduli Sampah, lomba tabungan emas, dan juga lelang emas. Menurut Openstreetmap.id, Desa Tulungrejo terletak di ujung utara Kota Batu dengan luas wilayah 807,019 Ha (80,701 Km<sup>2</sup>) pada ketinggian 1300 m di bawah permukaan laut. Desa Tulungrejo terbagi atas 5 Dusun, 17 Rukun Warga (RW) dan 80 Rukun Tetangga (RT). Jumlah penduduk di Desa Tulungrejo mencapai 8800 jiwa dengan jumlah KK yang tercatat sebanyak 2374 KK, Desa Tulungrejo merupakan desa dengan tanah yang sangat subur dengan sebagian besar masyarakatnya memiliki mata pencaharian sebagai petani sayur-mayur dan buah apel. Dengan ini, Penulis membahas lebih lanjut mengenai *customer profitability* yang dilaksanakan di PT Pegadaian Area Malang dalam mengetahui profitabilitas dan efisiensi biaya yang dikeluarkan PT Pegadaian terhadap Sadari Emas di Desa Tulungrejo, Kota Batu. Maka melalui proyek ini, Penulis membuat analisis *customer profitability*, *cost driver*, *cost object*, dan pengelompokan pelanggan untuk membantu PT Pegadaian mengetahui profitabilitas dan biaya yang digunakan. Oleh karena itu proyek ini berjudul “Customer Profitability Pada Event Sadari Emas PT Pegadaian Area Malang Di Desa Tulungrejo Kota Batu”.

## **1.2 Tujuan Proyek**

Tujuan dari dilaksanakannya proyek ini adalah untuk meningkatkan literasi masyarakat desa mengenai investasi emas di PT Pegadaian Area Malang. Hal ini dikarenakan PT Pegadaian Area Malang ingin menyadarkan masyarakat desa pentingnya berinvestasi emas dan memperluas segmentasi dan kerjasama terutama

untuk masyarakat desa. Masyarakat desa pada umumnya masih belum merasakan pentingnya berinvestasi emas, dengan adanya proyek ini penulis melakukan literasi kepada desa secara berkelanjutan kemudian Desa Tulungrejo bisa menjadi contoh untuk desa lainnya sebagai desa sadar akan investasi emas, sehingga produk emas PT Pegadaian mengalami peningkatan penjualan. Selain itu tujuan dari proyek ini adalah untuk mengetahui *customer profitability* dengan mengetahui jenis pelanggan, *cost driver*, *cost object*, dan efisiensi biaya yang dikeluarkan pada jenis-jenis pelanggan.

### **1.3 Implikasi Hasil Penelitian dari Proyek**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Implikasi dari hasil penelitian yang bisa didapatkan yaitu sebagai berikut:

#### **1. Kontribusi praktis**

Diharapkan penelitian bisa dijadikan pertimbangan manajemen PT Pegadaian dalam mengetahui dan menghitung profitabilitas dari pelanggan untuk dapat membantu dalam merumuskan keputusan strategis mengenai pemberian layanan, promosi, dan strategi pricing.

#### **2. Kontribusi teori**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *customer cost-to-serve* berdasarkan *activity-based costing* dapat diaplikasikan oleh perusahaan untuk menganalisis biaya dari semua faktor yang digunakan untuk melayani *customer*. *Customer profitability analysis* digunakan perusahaan agar dapat memperoleh, mempertahankan, memaksimalkan hubungan dengan customer yang

menguntungkan dengan tujuan untuk menciptakan customer value, sehingga customer puas, dapat meningkatkan laba bagi entitas dalam rangka mendapatkan *comparative advantage* (keunggulan bersaing), dan memperhatikan kualitas produk agar bisa memberikan kepuasan bagi *customer*.

#### **1.4 Lingkup Proyek**

Proyek ini dilaksanakan di Desa Tulungrejo yang terletak di Kecamatan Bumiaji Kota Batu Bersama dengan PT Pegadaian Area Malang. Fokus proyek ini adalah membuat event mulai dari perencanaan sampai dengan evaluasi kegiatan. Pelaksanaan Literasi di 14 Rukun Warga (RW). Selama melakukan proyek, Penulis merencanakan 14 literasi disetiap Rukun Warga (RW). Dalam literasi tersebut Penulis menjelaskan mengenai berbagai produk pegadaian, terutama produk tabungan emas dan cicil emas. Dalam perencanaannya dibutuhkan waktu 30 menit sampai 1 jam untuk membuat kesepakatan bersama calon nasabah. Selain literasi tabungan emas, Penulis juga melakukan progress report mengenai perlombaan Tulungrejo Inovasi Peduli Sampah dan lomba tabungan emas yang diikuti setiap Rukun Warga (RW). Setelah semua kegiatan yang telah direncanakan direalisasikan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan mulai dari literasi sampai dengan *event* peresmian desa. Selanjutnya penulis melakukan analisis terkait *customer profitability* pada kegiatan yang telah dilaksanakan.