

BAB V

HASIL PENGEMBANGAN PROJECT MAGANG

5.1 Realisasi Pelaksanaan

Tabel 7. Realisasi Pelaksanaan Sadari Emas

No	Kegiatan	2022				2023	
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Jun
1	Penyusunan tema kegiatan dan lokasi event						
2	Pembuatan proposal kegiatan dan diajukan kepada Pimpinan Pegadaian Area Malang						
3	Survei lokasi kegiatan di Kota Batu						
4	Mempresentasikan dan mendiskusikan kepada pembimbing lapangan mengenai tema kegiatan dan lokasi yang telah dikunjungi						
5	Pembentukan panitia dan pembagian jobdesc						
6	Pelaksanaan kegiatan literasi di Kantor Desa Tulungrejo						
7	Monitoring Kegiatan Sadari Emas						
8	Survei lokasi kegiatan peresmian di Desa Tulungrejo						
9	Pelaksanaan peresmian Event sadari Emas						
10	Analisis <i>Customer Profitability</i>						

Sumber: Penulis (2023)

5.2 Data Penelitian

5.2.1 Data Pendapatan

Tabel 8. Tabel Data Pendapatan Sadari Emas

RW	Saldo
1	Rp13,596,848
2	Rp500,000
3	Rp11,046,584
4	Rp9,784,000
5	Rp550,000
6	Rp550,000
7	Rp500,000
8	Rp500,000
9	Rp500,000
10	Rp1,700,000
11	Rp550,000
12	Rp600,000
13	Rp2,300,000
14	Rp500,000
15	Rp500,000
16	Rp550,000
17	Rp3,200,000
18	Rp5,500,000
Total	Rp52,927,432

Data pendapatan di dapatkan melalui penginputan oleh penulis Ketika melakukan kegiatan Sadari Emas. Data ini didapat dari akumulasi pendapatan PT Pegadaian dari setiap RW dengan jumlah 18 RW yang ada di Desa Tulungrejo sebagai sampel penelitian. Pendapatan yang diperoleh oleh PT Pegadaian berupa Produk Tabungan Emas dan Cicil Emas.

5.2.2 Data Biaya Pelanggan

Tabel 9. RAB Sadari Emas

RENCANA ANGGARAN BIAYA
SADARI EMAS
 Desa Tulungrejo 2023

NO	URAIAN	RENCANA ANGGARAN BIAYA				Keterangan
		VOL	QTY	HARGA SATUAN	TOTAL HARGA	
	Literasi 1	1	1	Rp 1,512,500	1,512,500	konsumsi, BBM
	Literasi 2	1	1	Rp 196,000	196,000	BBM
Lomba dan Peresmian						
1	Konsumsi	1	34	Rp 20,000	Rp 1,169,000	
Dekor						
	Meja+taplak	1	25	Rp 20,000	Rp 500,000	UMKM (18), Lomba TIPS (18), Juri,
	Kursi+ cover	1	60	Rp 7,500	Rp 450,000	UMKM (36), Lomba TIPS (36)
2	Kursi VIP	1	15	Rp 10,000	Rp 150,000	
	Terop	1	1	Rp 5,000,000	Rp 5,000,000	2x2 meter
	Sound	1	1	Rp 1,500,000	Rp 1,500,000	Sound System
	Panggung	1	1	Rp 500,000	Rp 500,000	4x4 + terop
	Diesel (genset)	1	1	Rp 750,000	Rp 750,000	10 kva
Reward						
- Lomba Inovasi Sampah						
3	Juara 1	1	1	Rp 2,000,000	Rp 2,000,000	Per RW, berdasarkan kegunaan, manfaat, nilai, dan bentuk
	Juara 2	1	1	Rp 1,500,000	Rp 1,500,000	
	Juara 3	1	1	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	
	- Lomba Pembukaan Tabung	1	1	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	Per RW diambil 1 RW terbanyak
Cetak						
4	Backdrop	1	1	Rp 350,000	Rp 235,000	3x4
	Voucher Doorprize	1	1	Rp 289,400	Rp 289,400	540 voucher
Doorprize						
5	Totebag	1	10	Rp 20,000	Rp 200,000	10 doorprize
	Sembako	1	1	Rp 285,025	Rp 285,025	10 doorprize, kertas bungkus (coklat)
6	Instruktur Senam	1	1	Rp 300,000	Rp 300,000	Sewa Pelatih senam
7	Juri	1	1	Rp 500,000	Rp 500,000	Juri Eks Pegadaian(Adi Sandix)
8	Kaos Panitia	1	25	Rp 85,000	Rp 2,125,000	Kaos panitia
10	Pita peresmian	1	1	Rp 45,000	Rp 45,000	pita, gunting
12	Lain-lain	1	1	Rp 500,000	Rp 1,806,300	Kebersihan, ATK, BBM, dll
Total					Rp 23,013,225	

Data *cost to serve* Sadari Emas diperoleh melalui rancangan anggaran biaya (RAB) yang dibuat oleh penulis bersama PIC dari PT Pegadaian. Tujuan dibuatnya RAB ini adalah untuk mengetahui perhitungan rencana dan realisasi dari biaya yang dibutuhkan untuk menyelenggarakan Kegiatan Sadari Emas.

5.3 Hasil Analisis Deskriptif

Tabel 10. Tabel Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Revenue	18	13096848	500000	13596848	2940412.89	4192005.321	1757290861 0327.637
Cost to serve	18	.0	1278512.5	1278512.5	1278512.50 0	.0000	.000
Laba	18	13096848.0	-778512.5	12318335.5	1661900.38 9	4192005.320 9	1757290861 0327.637
Valid (listwise)	N 18						

Berdasarkan Tabel 10 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pendapatan (revenue)

Pendapatan PT Pegadaian dari Kegiatan Sadari Emas memiliki jumlah sebanyak 18 data (N) yaitu sebanyak 18 RW yang mengikuti lomba. Dengan rentang (range) sebanyak 13.096.848 merupakan jumlah perbedaan dari nilai *maximum* dan *minimum*. Nilai *minimum* yaitu 500.000, dan nilai *maximum* yaitu 13.596.848. Dengan rata-rata (mean) pendapatan sebesar 2.940.412,89. Kemudian nilai standart deviasi (Std. Deviation) sebesar 4.192.005,321 yang merupakan nilai persebaran data. Serta varian (variance) sebesar 17.572.908.610.327,637. Dengan standart deviasi dan varian yang lebih besar dibanding nilai rata-rata maka disimpulkan bahwa data sangat bervariasi.

2. Biaya Pelanggan (cost to serve)

Pendapatan PT Pegadaian dari Kegiatan Sadari Emas memiliki jumlah sebanyak 18 data (N) yaitu sebanyak 18 RW yang mengikuti lomba. Dengan rentang (range) merupakan jumlah perbedaan dari nilai *maximum* dan *minimum* sebanyak 0 dikarenakan nilai *maximum* dan *minimum* sama. Nilai *minimum* dan nilai *maximum* dan rata-rata (mean) yaitu 1.278.512,5. Kemudian nilai standart deviasi (Std. Deviation) serta varian (variance) sebesar 0, dikarenakan seluruh data biaya pelanggan sama .

3. Laba (profit)

Pendapatan PT Pegadaian dari Kegiatan Sadari Emas memiliki jumlah sebanyak 18 data (N) yaitu sebanyak 18 RW yang mengikuti lomba. Dengan

rentang (range) sebanyak 13.096.848 merupakan jumlah perbedaan dari nilai *maximum* dan *minimum*. Nilai *minimum* yaitu -778.512,5, dan nilai *maximum* yaitu 12.318.335,5. Dengan rata-rata (mean) pendapatan sebesar 1.661.900,39. Kemudian nilai standart deviasi (Std. Deviation) sebesar 4.192.005,321 yang merupakan nilai persebaran data. Serta varian (variance) sebesar 17.572.908.610.327,637. Dengan standart deviasi dan varian yang lebih besar dibanding nilai rata-rata maka disimpulkan bahwa data sangat bervariasi.

5.4 Hasil Analisis *Customer Profitability*

Tabel 11. Tabel Analisis *Customer Profitability*

RW	Saldo	Cost	Laba	Jumlah akun
1	Rp13,596,848	Rp 1,278,512.5	Rp12,318,335.5	33
2	Rp500,000	Rp 1,278,512.5	-Rp778,512.5	10
3	Rp11,046,584	Rp 1,278,512.5	Rp9,768,071.5	31
4	Rp9,784,000	Rp 1,278,512.5	Rp8,505,487.5	11
5	Rp550,000	Rp 1,278,512.5	-Rp728,512.5	12
6	Rp550,000	Rp 1,278,512.5	-Rp728,512.5	12
7	Rp500,000	Rp 1,278,512.5	-Rp778,512.5	10
8	Rp500,000	Rp 1,278,512.5	-Rp778,512.5	10
9	Rp500,000	Rp 1,278,512.5	-Rp778,512.5	10
10	Rp1,700,000	Rp 1,278,512.5	Rp421,487.5	19
11	Rp550,000	Rp 1,278,512.5	-Rp728,512.5	12
12	Rp600,000	Rp 1,278,512.5	-Rp678,512.5	14
13	Rp2,300,000	Rp 1,278,512.5	Rp1,021,487.5	20
14	Rp500,000	Rp 1,278,512.5	-Rp778,512.5	10
15	Rp500,000	Rp 1,278,512.5	-Rp778,512.5	10
16	Rp550,000	Rp 1,278,512.5	-Rp728,512.5	12
17	Rp3,200,000	Rp 1,278,512.5	Rp1,921,487.5	14
18	Rp5,500,000	Rp 1,278,512.5	Rp4,221,487.5	20
Total	Rp52,927,432	Rp23,013,225	Rp29,914,207	270
Rata-rata	Rp2,940,413	Rp1,278,513	Rp1,661,900	15

Dari Tabel 11 dapat disimpulkan bahwa ada beberapa kelompok berdasarkan laba, sedangkan untuk biaya pelanggan tidak dapat dibagi karena semua data sama. Penulis membaginya pada jumlah per akun setiap RW sehingga hasil dari laba, biaya, dan pendapatan menjadi per pelanggan.

Tabel 12. Tabel Analisis Customer Profitability per Pelanggan

RW	Saldo	Cost	Laba
1	Rp 412,026	Rp 38,743	Rp 373,283
2	Rp 50,000	Rp 127,851	-Rp 77,851
3	Rp 356,341	Rp 41,242	Rp 315,099
4	Rp 889,455	Rp 116,228	Rp 773,226
5	Rp 45,833	Rp 106,543	-Rp 60,709
6	Rp 45,833	Rp 106,543	-Rp 60,709
7	Rp 50,000	Rp 127,851	-Rp 77,851
8	Rp 50,000	Rp 127,851	-Rp 77,851
9	Rp 50,000	Rp 127,851	-Rp 77,851
10	Rp 89,474	Rp 67,290	Rp 22,184
11	Rp 45,833	Rp 106,543	-Rp 60,709
12	Rp 42,857	Rp 91,322	-Rp 48,465
13	Rp 115,000	Rp 63,926	Rp 51,074
14	Rp 50,000	Rp 127,851	-Rp 77,851
15	Rp 50,000	Rp 127,851	-Rp 77,851
16	Rp 45,833	Rp 106,543	-Rp 60,709
17	Rp 228,571	Rp 91,322	Rp 137,249
18	Rp 275,000	Rp 63,926	Rp 211,074
Rata-Rata	Rp 160,670	Rp 98,182	Rp 62,488

Dari Tabel 12 dapat disimpulkan seperti berikut bentuk kelompok menurut *customer profitability margin classification*:

Tabel 13. Hasil Analisis *Customer Profitability Margin Classification*

<i>Classification</i>	RW	Jumlah
<i>Passive</i>	1, 3, 17, 18	4
<i>Aggressive</i>	2, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 14, 15, 16	10
<i>Carriage</i>	4	1
<i>Bargain Basement</i>	10, 12, 13	3

Berdasarkan Tabel 13 maka kelompok pelanggan *passive* yaitu RW 1, 3, 17, dan 18. Kelompok pelanggan ini merupakan kelompok pelanggan yang menghasilkan laba yang besar untuk perusahaan dan akun yang terdaftar sedikit sehingga perusahaan hanya mengeluarkan biaya yang sedikit untuk melayani jenis pelanggan *passive*. Jenis pelanggan ini adalah jenis pelanggan yang paling menguntungkan perusahaan.

Kelompok pelanggan *carriage* yaitu RW 4. Kelompok pelanggan ini merupakan kelompok pelanggan ini menghasilkan laba yang besar untuk perusahaan namun jumlah akun yang terdaftar banyak sehingga perusahaan juga harus mengeluarkan biaya yang besar untuk melayani jenis pelanggan *carriage*.

Kelompok pelanggan *bargain basement* yaitu RW 10, 12, dan 13. Kelompok pelanggan ini memiliki hubungan yang merugikan atau tidak menghasilkan laba bagi perusahaan. Namun kelompok ini memiliki sedikit jumlah akun yang

terdaftar sehingga perusahaan tidak mengeluarkan banyak biaya untuk melayani jenis pelanggan *bargain basement*.

Kelompok pelanggan *aggressive* yaitu RW 2, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 14, 15, dan 16. Kelompok pelanggan ini memiliki hubungan yang tidak menghasilkan laba bagi perusahaan atau bahkan merugikan perusahaan. Dan memiliki akun terdaftar dalam jumlah banyak sehingga perusahaan juga mengeluarkan biaya yang besar untuk melayani jenis pelanggan *aggressive*.

5.5 Hasil Analisis Margin Kontribusi

Tabel 14. Tabel Margin Kontribusi

RW	Harga jual per unit 1	Biaya variabel per unit 2	Margin Kontribusi per Unit	Volume penjualan (unit)	Campuran penjualan (unit)	Margin Kontribusi
1	Rp412,026	Rp38,743	Rp373,283	33	12%	Rp12,318,336
2	Rp50,000	Rp127,851	-Rp77,851	10	4%	-Rp778,513
3	Rp356,341	Rp41,242	Rp315,099	31	11%	Rp9,768,072
4	Rp889,455	Rp116,228	Rp773,226	11	4%	Rp8,505,488
5	Rp45,833	Rp106,543	-Rp60,709	12	4%	-Rp728,513
6	Rp45,833	Rp106,543	-Rp60,709	12	4%	-Rp728,513
7	Rp50,000	Rp127,851	-Rp77,851	10	4%	-Rp778,513
8	Rp50,000	Rp127,851	-Rp77,851	10	4%	-Rp778,513
9	Rp50,000	Rp127,851	-Rp77,851	10	4%	-Rp778,513
10	Rp89,474	Rp67,290	Rp22,184	19	7%	Rp421,488
11	Rp45,833	Rp106,543	-Rp60,709	12	4%	-Rp728,513
12	Rp42,857	Rp91,322	-Rp48,465	14	5%	-Rp678,513
13	Rp115,000	Rp63,926	Rp51,074	20	7%	Rp1,021,488
14	Rp50,000	Rp127,851	-Rp77,851	10	4%	-Rp778,513
15	Rp50,000	Rp127,851	-Rp77,851	10	4%	-Rp778,513
16	Rp45,833	Rp106,543	-Rp60,709	12	4%	-Rp728,513
17	Rp228,571	Rp91,322	Rp137,249	14	5%	Rp1,921,488
18	Rp275,000	Rp63,926	Rp211,074	20	7%	Rp4,221,488
jumlah	Rp2,892,057	Rp1,767,278	Rp1,124,779	270	100%	Rp29,914,207
rata-rata	Rp160,670	Rp98,182	Rp62,488	15	-	Rp1,661,900

Berdasarkan Tabel 14 maka dapat terlihat margin kontribusi per unit dan per rupiah setiap RW pada produk emas PT Pegadaian berdasarkan rincian biaya, pendapatan, dan laba. Dengan rata-rata margin kontribusi per unit keseluruhan dengan selisih antara harga jual produk dan biaya per unit yaitu Rp 62.488. Serta rata-rata margin kontribusi per rupiah keseluruhan dengan selisih antara laba dan biaya per unit yaitu Rp 1.661.900.

5.6 Hasil Analisis *Activity Based Costing*

5.6.1 *Cost Driver*

Cost driver adalah faktor atau variabel yang secara signifikan mempengaruhi jumlah biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan dalam menjalankan operasinya. *Cost driver* dapat bervariasi tergantung pada jenis bisnis dan industri tertentu. Pengidentifikasian dan pemahaman terhadap *cost driver* penting untuk mengelola dan mengendalikan biaya operasional. *Cost driver* dalam Kegiatan Sadari Emas adalah jumlah RW. Dimana ini mempengaruhi pengeluaran perusahaan terkait beberapa biaya yaitu jumlah meja, jumlah kursi, biaya konsumsi, biaya untuk percetakan *voucher doorprize*, dll. Ini mempengaruhi jumlah biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan kegiatan tersebut, bila ada beberapa RW yang bertambah atau berkurang maka biaya yang dikeluarkan juga akan ikut bergerak.

Pengelolaan *cost driver* penting untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mengidentifikasi area di mana biaya dapat dikurangi atau dikendalikan. Dengan memahami *cost driver* yang paling berpengaruh, perusahaan dapat

mengambil tindakan yang tepat untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya dan mengurangi biaya operasional

5.6.2 Cost Object

Cost object merupakan fokus dari analisis biaya, di mana biaya dikaitkan dengan objek tersebut untuk mengukur profitabilitas, efisiensi, dan pengaruh biaya terhadap objek tersebut. *Cost object* atau objek biaya adalah segala sesuatu yang diidentifikasi sebagai penyebab timbulnya biaya dalam suatu organisasi atau perusahaan. *Cost object* bisa berupa produk, layanan, proyek, departemen, pelanggan, atau segala elemen yang membutuhkan alokasi biaya untuk tujuan analisis dan pengendalian. Tujuan dari mengidentifikasi *cost object* adalah untuk mengukur dan mengalokasikan biaya yang terkait dengan objek tersebut. Dengan mengetahui biaya yang terkait dengan *cost object*, perusahaan dapat menganalisis kinerja dan efisiensi objek tersebut, mengambil keputusan berdasarkan informasi tersebut, serta memahami bagaimana biaya dikaitkan dengan hasil yang dihasilkan. *Cost object* dalam Kegiatan Sadari Emas adalah *department* atau beberapa karyawan yang ditugaskan khusus untuk menjadi PIC kegiatan Sadari Emas yang akan berkelanjutan. Selain itu yaitu investasi produk emas, dimana berupa Tabungan Emas dan Cicil Emas, yang merupakan jasa dan produk menimbulkan biaya.

Dengan mengidentifikasi *cost object* dan mengalokasikan biaya yang terkait, perusahaan dapat memperoleh informasi yang berharga untuk pengambilan keputusan, perencanaan anggaran, pengendalian biaya, dan meningkatkan efisiensi operasional.