

## **BAB VI**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Simpulan**

Kegiatan yang dilakukan oleh Penulis saat proyek berjalan di Desa Tulungrejo Kota Batu dapat membantu menyelesaikan permasalahan yang ada di perusahaan. Proyek dilaksanakan di team squad emas selama lima bulan, yaitu terhitung pada 1 September 2022 sampai 28 Januari 2023. Proyek yang terlaksana di PT Pegadaian Area Malang, merupakan solusi dari permasalahan yang ditemukan. Dalam tahap identifikasi permasalahan di perusahaan, ditemukan masalah bahwa rendahnya investasi emas yang ada di desa dan juga citra perusahaan di mata masyarakat yang masih dikenal hanya produk gadainya saja dan perusahaan ingin meningkatkan literasi masyarakat terhadap pentingnya berinvestasi emas kemudian masyarakat dapat menggunakan produk perusahaan. Dengan permasalahan tersebut, dirancang strategi event berupa literasi di sebuah desa yang terpilih untuk mempromosikan produk dari PT Pegadaian kepada masyarakat desa. Proyek yang berjalan di Desa Tulungrejo Kota Batu berjalan lancar dengan hasil telah terlaksananya 14 kegiatan literasi di 14 Rukun Warga selama 12 minggu, kemudian perusahaan juga mendapatkan 140 nasabah baru. Semua KPI yang telah ditentukan tercapai dengan baik sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Kegiatan ini juga diapresiasi langsung oleh perusahaan karena proyek Sadari Emas merupakan proyek event pertama yang diselenggarakan oleh mahasiswa magang. Selain itu perusahaan berhasil memperkenalkan produk-produk PT Pegadaian yang lain, sehingga masyarakat memiliki persepsi baru

mengenai PT Pegadaian yaitu produk tabungan emas dengan nominal menabung minimal Rp 10.000,00.

*Customer profitability* berdasarkan Kegiatan Sadari Emas, kelompok pelanggan yang paling banyak merupakan kelompok pelanggan *aggressive* dengan jumlah 10 RW yaitu RW 2, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 14, 15, dan 16. Dimana jenis pelanggan ini merupakan pelanggan yang tidak terlalu menguntungkan perusahaan dan sangat membebankan perusahaan terkait biaya yang dikeluarkan perusahaan. Sedangkan kelompok pelanggan *passive* sebanyak 4 RW yaitu RW 1, 3, 17, dan 18, kelompok pelanggan *bargain basement* sebanyak 3 RW yaitu RW 10, 12, dan 13, kelompok pelanggan *carriage* sebanyak 1 RW yaitu RW 4. Rata-rata margin kontribusi per unit yaitu Rp 62.488 dan rata-rata margin kontribusi per rupiah adalah Rp 1.661.900. *Cost driver* pada kegiatan ini adalah jumlah RW yang mempengaruhi biaya variabel yaitu jumlah meja, jumlah kursi, biaya konsumsi, biaya untuk percetakan *voucher doorprize*, dll. *Cost object* pada kegiatan ini adalah *department* atau beberapa karyawan yang ditugaskan khusus untuk menjadi PIC kegiatan Sadari Emas yang akan berkelanjutan serta Tabungan Emas dan Cicil Emas, yang merupakan jasa dan produk menimbulkan biaya.

## **6.2 Saran dan Tindak Lanjut**

Dengan menggunakan metode ini, diketahui bahwa terdapat pelanggan yang sebenarnya merugikan perusahaan. Dengan metode pelaporan yang lama, perusahaan hanya dapat membandingkan kontribusi revenue yang diberikan pelanggan. Padahal pada kenyataannya, terdapat beberapa pelanggan yang membutuhkan *cost to serve* yang besar. Pada akhirnya kontribusi keuntungan

yang diberikan pelanggan tersebut menjadi kecil atau bahkan merugikan perusahaan. Menurut penulis, kelangsungan hidup perusahaan dapat dipertahankan, maka pimpinan perusahaan perlu dengan cermat dan teliti mempelajari situasi dan kondisi yang sedang terjadi sesuai dengan perhitungan kontribusi margin sehingga dapat menjadi acuan bagi PT Pegadaian kedepannya.

*Customer targeting* kedepannya pada Sadari Emas sendiri yaitu RW yang memiliki potensial dan tepat untuk dipertahankan adalah RW 1, 3, 10, 13, 18, karena menghasilkan persentase penjualan yang sangat menguntungkan untuk perusahaan yaitu diatas 6%. Dengan mempertahankan kelima RW tersebut maka secara tidak langsung perusahaan memperkuat hubungan dengan konsumen yang potensial baik berdasarkan laba maupun banyaknya akun yang menguntungkan PT Pegadaian. Serta untuk *customer targeting*, dapat diambil pada masyarakat yang membutuhkan investasi seperti emas, baik mereka yang mampu menabung secara rutin ataupun memilih untuk berkomitmen pada produk cicilan emas, karena dengan adanya peluang ini maka perusahaan dapat mengamil persentase kemungkinan untuk mendorong masyarakat lain yang ada pada RW yang sama untuk menggunakan atau membeli produk PT Pegadaian. Selain itu untuk RW yang lain merupakan RW yang cukup merugikan bagi perusahaan bila terus melanjutkan strategi seperti yang telah dilakukan sebelumnya.