



LAPORAN PERHITUNGAN IKM DAN SROI

PROGRAM GADEPRENEUR

Tahun 2023 - 2025

Disusun oleh:



2025



TUJUAN PERHITUNGAN IKM DAN SROI

1

Mengetahui **permasalahan dan kebutuhan sosial**.

2

Mengetahui **seberapa besar manfaat** atau dampak dari program TJSI PT Pegadaian kepada masyarakat melalui Program Gadepreneur.

3

Guna **mengetahui efektivitas program TJSI** perusahaan sehingga dapat melakukan perbaikan dan peningkatan dampak program kedepannya.

4

Sebagai **data keberhasilan implementasi program** yang tidak hanya dilihat dari jumlah program atau jumlah orang yang terlibat, melainkan dihitung secara finansial berapa dampak sosial dalam hal ini bisa terkait "*social value*" yang diciptakan oleh program tersebut.

5

Menjawab **kebutuhan informasi** yang dibutuhkan oleh pemangku kepentingan dan mitra kerja berdasarkan tren pengukuran.

METODE PENGUMPULAN DATA DAN ANALISIS SROI DAN IKM



Survei



Wawancara mendalam



Observasi Lapangan



Analisis data primer dan sekunder



Telaah literatur berdasarkan dokumen standar, peraturan pemerintah, hasil penelitian, konsensus komunitas dan bukti komparatif yang setara dengan kondisi lokal untuk menghitung nilai uang dari perubahan (dampak) yang dihasilkan.



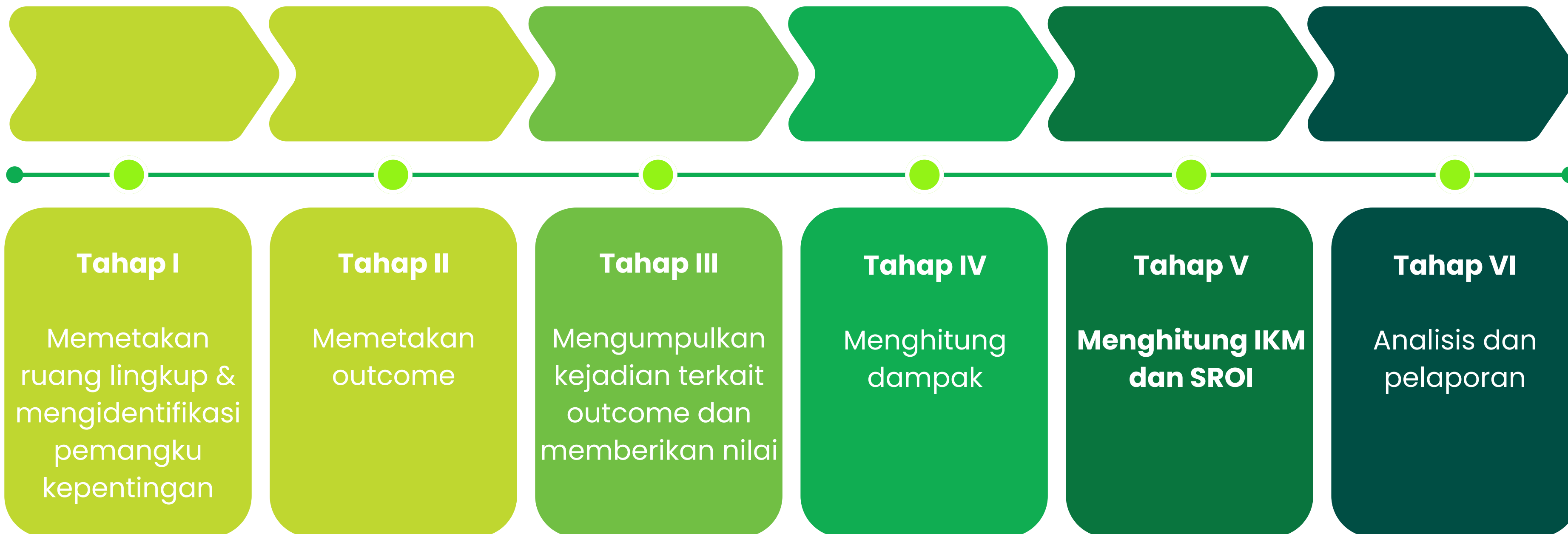
TAHAPAN PENELITIAN SROI DAN IKM



Danantara
Indonesia



Pegadaian



Importance Performance Analysis (IPA)

- Metode IPA dapat digunakan untuk **menganalisis kepuasan masyarakat penerima manfaat program TJSI**.
- Metode ini dapat menjelaskan **hubungan antara tingkat kepentingan program TJSI dengan tingkat kinerja perusahaan** yang menghasilkan **nilai kesesuaian harapan masyarakat penerima manfaat** program tersebut.
- Penentuan tingkat kepentingan program TJSI dengan melakukan pembobotan yaitu dengan memberikan penilaian dengan rentang bobot 1 sampai dengan 4 pada setiap pertanyaan. Adapun penilaian menurut **tingkat kepentingan program TJSI** dapat dilihat pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Sumber: Keputusan MENPAN-RB No. 14 Tahun 2017



Importance Performance Analysis (IPA)

Tabel 1. Penilaian Tingkat Kepentingan Masyarakat Terhadap Program TJSL

Kepentingan Unit Pelayanan	Nilai Persepsi
Tidak Penting	1
Kurang Penting	2
Penting	3
Sangat Penting	4

Tabel 2. Penilaian Tingkat Kinerja Perusahaan Terhadap Program TJSL

Kinerja Unit Pelayanan	Nilai Persepsi
Tidak Puas	1
Kurang Puas	2
Puas	3
Sangat Puas	4

Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) terhadap suatu pelayanan kepada masyarakat dapat ditentukan dengan mengetahui kinerja dari suatu unit pelayanan tersebut. Berikut disajikan nilai persepsi, interval IKM, interval konversi IKM, serta mutu pelayanan. Untuk memudahkan interpretasi terhadap penilaian IKM yaitu antara 25 s.d. 100 maka hasil penilaian tersebut di atas dikonversikan dengan nilai dasar 25, dengan rumus sebagai berikut : **Konversi Nilai IKM = IKM Unit Layanan x 25**

Tabel 3. Interval Pengukuran Kinerja Unit Pelayanan per Indikator

Nilai Persepsi	Nilai Interval Konversi	Nilai Interval IKM	Kepentingan Unit Layanan	Kinerja Unit Layanan	Mutu	Kesimpulan
1	25,00 - < 43,75	1,00 - < 1,75	Tidak Penting	Tidak Puas	D	Tidak Baik
2	43,75 - < 62,50	1,75 - < 2,50	Kurang Penting	Kurang Puas	C	Kurang Baik
3	62,50 - < 81,25	2,50 - < 3,25	Penting	Puas	B	Baik
4	81,25 - 100	3,25 - 4,00	Sangat Penting	Sangat Puas	A	Sangat Baik

Sumber: Keputusan MENPAN-RB No. 14 Tahun 2017

Berikut ini adalah rumus untuk menghitung nilai sekarang:

$$\text{Present Value} = \frac{\text{Impact Value}_{1^{\text{st}} \text{ Year}}}{(1+r)^1} + \frac{\text{Impact Value}_{2^{\text{nd}} \text{ Year}}}{(1+r)^2} + \frac{\text{Impact Value}_{3^{\text{rd}} \text{ Year}}}{(1+r)^3} + \frac{\text{Impact Value}_{4^{\text{th}} \text{ Year}}}{(1+r)^4} + \frac{\text{Impact Value}_{5^{\text{th}} \text{ Year}}}{(1+r)^5}$$

Nilai r (*discount rate*) yang digunakan menyesuaikan dengan suku bunga pada waktu pelaksanaan masing-masing program dengan rujukan suku bunga Bank Indonesia.

$$\text{SROI} = \frac{\text{Total Impact}}{\text{Value of Input}}$$



IKM DAN SROI RATIO HIGHLIGHT



Danantara
Indonesia



Pegadaian

Program Gadepreneur 2023

90,728

Indeks
Kepentingan

88,023

Indeks
Kinerja

16,64

SROI Ratio

Program Gadepreneur 2024

88,149

Indeks
Kepentingan

87,697

Indeks
Kinerja

11,90

SROI Ratio

Program Road to Gadepreneur 2025

Indeks Kepuasan Masyarakat
Road to Gadepreneur bergabung
dengan Gadepreneur 2025 karena
berlangsung ditahun yang sama.

4,89

SROI Ratio

Program Gadepreneur 2025

89,497

Indeks
Kepentingan

92,618

Indeks
Kinerja

5,26

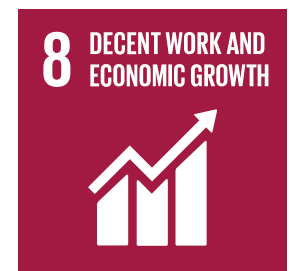
SROI Ratio

Rata-rata SROI Ratio
2023-2025

9,67



Wujud implementasi SDGs point 4 Pendidikan Berkualitas melalui peningkatan pengetahuan peserta UMKM yang didukung dengan berbagai pelatihan dan mentoring.



Wujud implementasi SDGs point 8 Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi terbukti dari peningkatan pendapatan peserta dan terciptanya lapangan kerja baru.



Wujud implementasi SDGs point 9 Industri, Inovasi, dan Infrastruktur melalui dukungan fasilitas pengembangan usaha seperti pengemasan, desain logo, dan sarana pelatihan yang efisien untuk mendorong inovasi UMKM.



Wujud implementasi SDGs point 1 Tanpa Kemiskinan melalui peningkatan pendapatan dan efisiensi biaya yang mendukung keberlanjutan ekonomi pelaku UMKM.



Wujud implementasi SDGs point 10 Berkurangnya Kesenjangan melalui akses pelatihan, pendampingan, dan legalitas usaha yang inklusif bagi seluruh pelaku UMKM, tanpa memandang skala maupun latar belakangnya.



Wujud implementasi SDGs point 5 Kesetaraan Gender terlihat dari peningkatan aktualisasi diri dan pemberdayaan perempuan pelaku UMKM untuk berwirausaha secara mandiri dan berdaya saing.



PROGRAM GADEPRENEUR 2023

PT PEGADAIAN

RUANG LINGKUP & METODE



Metode pengukuran ini memanfaatkan **Social Return on Investment (SROI) tipe evaluatif** dan **Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM)** untuk mengevaluasi dampak selama **periode 1 tahun** pada tahun 2023



Pengambilan data internal dilakukan di **Peserta Gadepreneur Tahun 2023**. Penelitian ini melibatkan **191 responden**, terdiri dari internal perusahaan, peserta gadepreneur, young entrepreneur academy (YEA) selaku pelaksana program, fasilitator dan narasumber program.



Pengambilan data dilaksanakan pada tanggal **22 Agustus - 10 September 2025**.

IKM

**INDEKS KEPUASAN
MASYARAKAT**

Program Gadepreneur Tahun 2023

PT Pegadaian



Indikator	Rata-Rata Kinerja	Rata-Rata Kepentingan	<i>ServQuality</i>	Tingkat Kesesuaian	Kesimpulan
Kesesuaian bantuan program dengan kebutuhan	3,449	3,620	0,171	93,95	Sangat Baik
Kemudahan prosedur pengajuan program bantuan	3,561	3,492	-0,070	90,86	Sangat Baik
Sosialisasi program TJSL	3,765	3,733	-,0,032	97,80	Sangat Baik
Kebutuhan keberadaan kegiatan TJSL yang dilakukan kepada masyarakat	3,529	3,733	0,203	96,84	Sangat Baik
Keterlibatan pemerintah setempat dan tokoh masyarakat	3,636	3,329	0,310	86,79	Sangat Baik
Rata-Rata	3,588	3,581	-0,076	93,10	Sangat Baik

IKM – ASPEK PELAKSANAAN

Indikator	Rata-Rata Kinerja	Rata-Rata Kepentingan	<i>ServQuality</i>	Tingkat Kesesuaian	Kesimpulan
Kejelasan mekanisme/prosedur pelaksanaan program TJSL	3,406	3,599	0,193	93,38	Sangat Baik
Kejelasan jenis program TJSL	3,636	3,711	0,075	96,41	Sangat Baik
Ketepatan jadwal pelaksanaan program TJSL	3,465	3,540	0,075	91,96	Sangat Baik
Kejelasan/keterbukaan informasi tentang anggaran/pembiayaan program TJSL	3,390	3,428	0,316	89,86	Sangat Baik
Kesesuaian antara perencanaan program dengan pelaksanaan program TJSL	3,385	3,594	0,209	93,22	Sangat Baik

IKM – ASPEK PELAKSANAAN

Indikator	Rata-Rata Kinerja	Rata-Rata Kepentingan	<i>ServQuality</i>	Tingkat Kesesuaian	Kesimpulan
Pendampingan yang intensif dalam pelaksanaan program TJSL	3,476	3,813	0,337	98,79	Sangat Baik
Kompetensi trainer atau pendamping program	3,481	3,834	0,353	99,33	Sangat Baik
Keberadaan sistem penanganan aduan, saran dan kritik terkait program	3,545	3,599	0,053	93,51	Sangat Baik
Pemberian sarana prasarana pendukung program	3,636	3,727	0,091	96,81	Sangat Baik
Rata-rata	3,491	3,649	0,158	94,72	Sangat Baik



IKM - ASPEK MONEV, DAMPAK, KEBERLANJUTAN



Danantara
Indonesia



Pegadaian

Indikator	Rata-Rata Kinerja	Rata-Rata Kepentingan	<i>ServQuality</i>	Tingkat Kesesuaian	Kesimpulan
Pemantauan dan evaluasi pelaksanaan program TJSI secara berkala	3,615	3,631	0,016	94,39	Sangat Baik
Indikator	Rata-Rata Kinerja	Rata-Rata Kepentingan	<i>ServQuality</i>	Tingkat Kesesuaian	Kesimpulan
Dampak program TJSI untuk masyarakat	3,401	3,513	0,112	91,23	Sangat Baik
Indikator	Rata-Rata Kinerja	Rata-Rata Kepentingan	<i>ServQuality</i>	Tingkat Kesesuaian	Kesimpulan
Kebertahanan manfaat dari program TJSI	3,476	3,802	0,326	98,52	Sangat Baik

Berdasarkan perhitungan,
maka nilai indeks
kepentingan sebesar

3,629

Nilai IKM Kepentingan setelah dikonversi =
Nilai Indeks x Nilai Penimbang =
3,629 x 25 = 90,72

Mutu Kepentingan termasuk
Kategori A

Tingkat Kepentingan adalah
Sangat Penting

Berdasarkan perhitungan,
maka nilai indeks
kepuasan sebesar

3,521

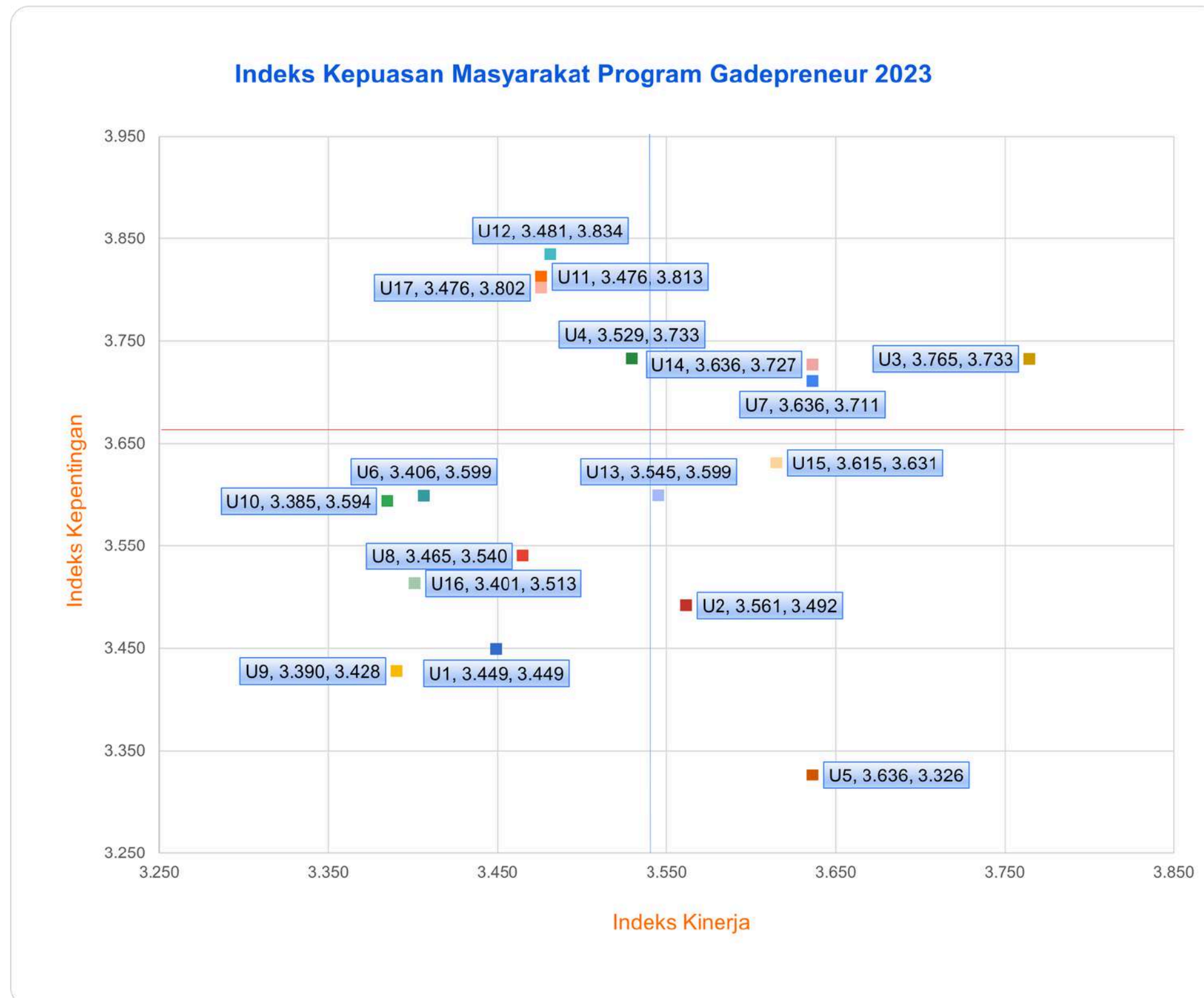
Nilai IKM Kinerja setelah dikonversi = Nilai
Indeks x Nilai Penimbang =
 $3,521 \times 25 = \mathbf{88,023}$

Mutu Kepentingan termasuk
Kategori A

Tingkat Kepuasan adalah
Sangat Puas

Prioritas secara umum adalah mempertahankan dan
meningkatkan kualitas pelayanan

IKM - DIAGRAM CARTESIUS PROGRAM



SROI

*Social return on
investment*

Program Gadepreneur Tahun 2023

PT Pegadaian



MENETAPKAN RUANG LINGKUP DAN IDENTIFIKASI STAKEHOLDER

Stakeholders yang relevan menurut penelitian adalah sebagai berikut:

Responden	Populasi	Sampel	Metode Pelibatan
PT Pegadaian	1 instansi	1 orang	<ul style="list-style-type: none">• Survei• Wawancara mendalam
YEA (Young Entrepreneur Academy)	1 instansi	2 orang	<ul style="list-style-type: none">• Wawancara mendalam
UMKM Peserta	346 orang	185 orang	<ul style="list-style-type: none">• Wawancara mendalam
Mentor Pelatihan	5 orang	1 orang	<ul style="list-style-type: none">• Wawancara mendalam
Fasilitator	4 orang	2 orang	<ul style="list-style-type: none">• Wawancara mendalam
TOTAL	353 Orang	191 Orang	

THEORY OF CHANGE

Stakeholders	How Many In Group	Changes	Inputs Description	Output	Outcomes
Who do we have an effect on?		What do you think will change for them?	What do they invest?	Summary of activity in numbers	How would you describe the change?
PT Pegadaian	1 Instansi	Peningkatan brand image perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Waktu 2. Tenaga 3. Biaya 	1. Publikasi media online/offline selama satu tahun	Peningkatan <i>brand awareness</i> perusahaan
YEA (Young Entrepreneur Academy)	1 Instansi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan Pendapatan YEA 2. Terciptanya Lapangan Kerja 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Waktu 2. Tenaga 	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan perencanaan hingga implementasi program sebanyak 1x kegiatan • Menyediakan SDM lokal sebagai patinia sebanyak 5 orang 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya Peningkatan Pendapatan YEA • Terciptanya Lapangan Kerja

THEORY OF CHANGE

Stakeholders	How Many In Group	Changes	Inputs Description	Output	Outcomes
Who do we have an effect on?		What do you think will change for them?	What do they invest?	Summary of activity in numbers	How would you describe the change?
UMKM Peserta	346 Orang	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan Pengetahuan Peserta UMKM • Penghematan Biaya Pengadaan Sarana Penunjang Pelatihan • Penghematan Biaya Transportasi Pelatihan • Penghematan Biaya Pembelian Buku • Penghematan Biaya Mentoring/Pendampingan • Penghematan Biaya Pembelian Modul Starting Pelatihan • Penghematan Biaya Pembelian Modul Profiting Pelatihan • Penghematan Biaya Pembelian Modul Systemizing Pelatihan • Peningkatan Pendapatan • Terciptanya Lapangan Kerja • Penghematan Biaya Pembelian Kemasan 	1. Waktu 2. Tenaga	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pelatihan bagi UMKM sebanyak 10x • Melakukan mentoring/pendampingan sebanyak 1 kali program • Menyediakan modul pelatihan sebanyak 3 modul • Menyediakan buku penunjang usaha sebanyak 1 buah • Menyediakan sarana penunjang pelatihan sebanyak 1x • Memberikan biaya pengganti transportasi bagi peserta sebanyak 1x • Memberikan kemasan penunjang usaha sebanyak 1x 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya Peningkatan Pengetahuan Peserta UMKM • Adanya Penghematan Biaya Pengadaan Sarana Penunjang Pelatihan • Adanya Penghematan Biaya Transportasi Pelatihan • Adanya Penghematan Biaya Pembelian Buku • Adanya Penghematan Biaya Mentoring/Pendampingan • Adanya Penghematan Biaya Pembelian Modul Starting Pelatihan • Adanya Penghematan Biaya Pembelian Modul Profiting Pelatihan • Adanya Penghematan Biaya Pembelian Modul Systemizing Pelatihan • Adanya Peningkatan Pendapatan • Adanya Terciptanya Lapangan Kerja • Adanya Penghematan Biaya Pembelian Kemasan

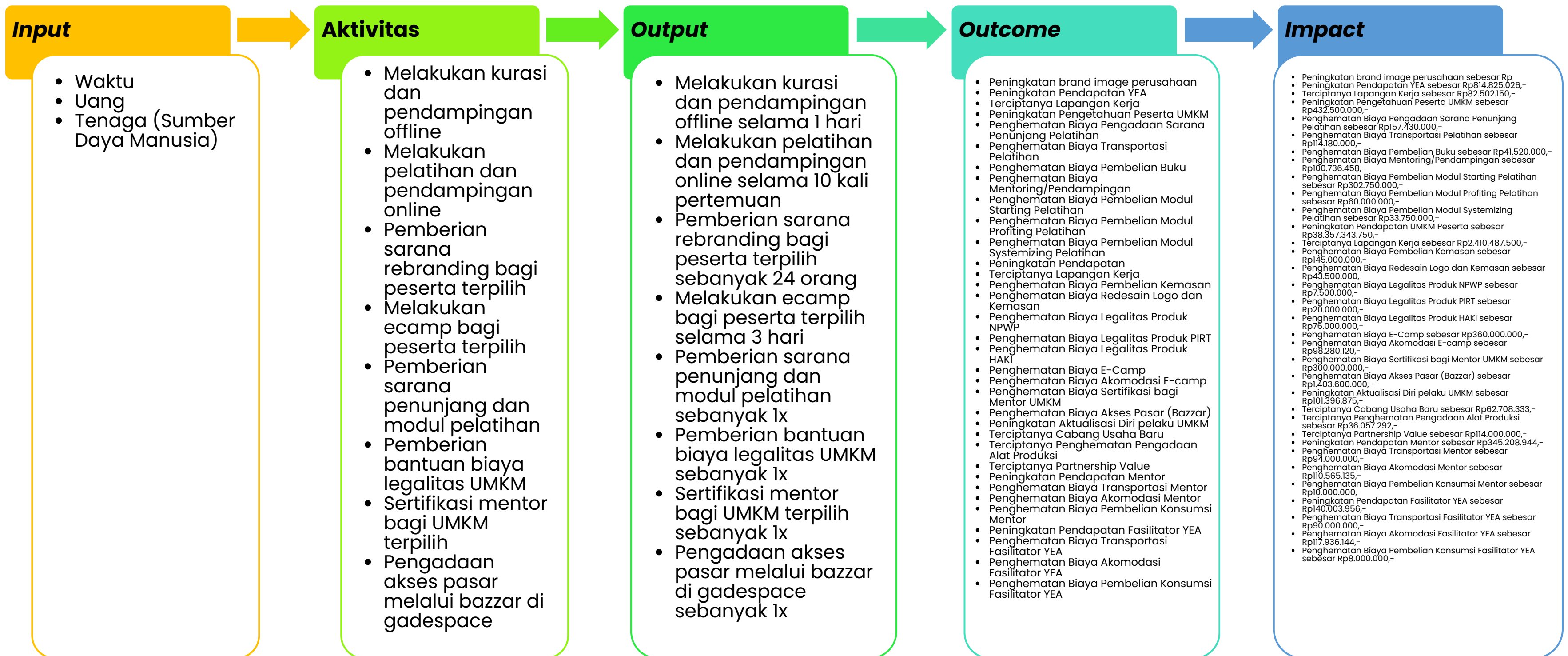
THEORY OF CHANGE

Stakeholders	How Many In Group	Changes	Inputs Description	Output	Outcomes
Who do we have an effect on?		What do you think will change for them?	What do they invest?	Summary of activity in numbers	How would you describe the change?
UMKM Peserta	346 Orang	<ul style="list-style-type: none"> • Penghematan Biaya Redesain Logo dan Kemasan • Penghematan Biaya Legalitas Produk NPWP • Penghematan Biaya Legalitas Produk PIRT • Penghematan Biaya Legalitas Produk HAKI • Penghematan Biaya E-Camp • Penghematan Biaya Akomodasi E-camp • Penghematan Biaya Sertifikasi bagi Mentor UMKM • Penghematan Biaya Akses Pasar (Bazaar) • Peningkatan Aktualisasi Diri pelaku UMKM • Terciptanya Cabang Usaha Baru • Terciptanya Penghematan Pengadaan Alat Produksi • Terciptanya Partnership Value 	1. Waktu 2. Tenaga	<ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan jasa pembuatan redesain logo dan kemasan sebanyak 1x • Menyediakan jasa legalitas produk UMKM (NPWP, PIRT, HAKI) sebanyak 1x • Melaksanakan kegiatan ecamp sebanyak 1x • Menyediakan akomodasi ecamp sebanyak 1x kegiatan • Menyediakan sertifikasi mentor bagi UMKM sebanyak 1x 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya Penghematan Biaya Redesain Logo dan Kemasan • Adanya Penghematan Biaya Legalitas Produk NPWP • Adanya Penghematan Biaya Legalitas Produk PIRT • Adanya Penghematan Biaya Legalitas Produk HAKI • Adanya Penghematan Biaya E-Camp • Adanya Penghematan Biaya Akomodasi E-camp • Adanya Penghematan Biaya Sertifikasi bagi Mentor UMKM • Adanya Penghematan Biaya Akses Pasar (Bazaar) • Adanya Peningkatan Aktualisasi Diri pelaku UMKM • Terciptanya Cabang Usaha Baru • Terciptanya Penghematan Pengadaan Alat Produksi • Adanya Terciptanya Partnership Value

THEORY OF CHANGE

Stakeholders	How Many In Group	Changes	Inputs Description	Output	Outcomes
Who do we have an effect on?		What do you think will change for them?	What do they invest?	Summary of activity in numbers	How would you describe the change?
Mentor	5 Orang	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan Pendapatan Mentor • Penghematan Biaya Transportasi Mentor • Penghematan Biaya Akomodasi Mentor • Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Mentor 	1. Waktu 2. Tenaga	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan penyampaian materi sebanyak 3x kegiatan • Memberikan biaya pengganti transportasi mentor sebanyak 1x kegiatan • Menyediakan sarana akomodasi mentor sebanyak 1x kegiatan • Menyediakan konsumsi mentor sebanyak 1x kegiatan 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya Peningkatan Pendapatan Mentor • Adanya Penghematan Biaya Transportasi Mentor • Adanya Penghematan Biaya Akomodasi Mentor • Adanya Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Mentor
Fasilitator	4 Orang	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan Pendapatan Fasilitator YEA • Penghematan Biaya Transportasi Fasilitator YEA • Penghematan Biaya Akomodasi Fasilitator YEA • Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Fasilitator YEA 	1. Waktu 2. Tenaga	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pendampingan peserta sebanyak 1 kali kegiatan • Memberikan transportasi bagi fasilitator sebanyak 1 kali kegiatan • Menyediakan akomodasi fasilitator sebanyak 1 kali kegiatan • Menyediakan konsumsi bagi fasilitator sebanyak 1 kali kegiatan 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya Peningkatan Pendapatan Fasilitator YEA • Adanya Penghematan Biaya Transportasi Fasilitator YEA • Adanya Penghematan Biaya Akomodasi Fasilitator YEA • Adanya Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Fasilitator YEA

MEMETAKAN OUTCOMES



MONETISASI OUTCOMES

Stakeholders	Outcomes	Indocator	Sources	Financial Proxy
Who do we have an effect on? Who has an effect on us?	<i>How would you describe the change?</i>	How would you measure it?	Where did you get the information from?	What proxy would you use to value the change?
PT Pegadaian	Peningkatan <i>brand image</i> perusahaan	Jumlah publikasi media	<ul style="list-style-type: none"> Data internal perusahaan <i>In Depth Interview</i> 	<i>PR Value</i>
YEA (Young Entrepreneur Academy)	Peningkatan Pendapatan YEA	Selisih keuntungan pertahun sesudah dan sebelum program	<ul style="list-style-type: none"> Laporan program Wawancara mendalam 	Keuntungan kelompok
	Terciptanya Lapangan Kerja	Biaya yang diterima pekerja dari gaji selama bekerja		Pendapatan individu



MONETISASI OUTCOMES

Stakeholders	Outcomes	Indocator	Sources	Financial Proxy
Who do we have an effect on? Who has an effect on us?	<i>How would you describe the change?</i>	How would you measure it?	Where did you get the information from?	What proxy would you use to value the change?
UMKM Peserta	Peningkatan Pengetahuan Peserta UMKM	Biaya yang dikeluarkan untuk mengikuti pelatihan sejenis	<ul style="list-style-type: none"> Laporan program Wawancara mendalam 	Biaya pelatihan sejenis
	Penghematan Biaya Pengadaan Sarana Penunjang Pelatihan	Biaya yang dikeluarkan untuk pembelian sarana penunjang pelatihan secara mandiri		Harga sarana penunjang
	Penghematan Biaya Transportasi Pelatihan	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya transportasi secara mandiri		Biaya transportasi peserta
	Penghematan Biaya Pembelian Buku	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pembelian buku		Harga buku
	Penghematan Biaya Mentoring/Pendampingan	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya mengikuti mentoring pendampingan secara mandiri		Biaya mentoring sejenis
	Penghematan Biaya Pembelian Modul Starting Pelatihan	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pembelian modul mandiri		Harga modul
	Penghematan Biaya Pembelian Modul Profiting Pelatihan	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pembelian modul mandiri		Harga modul
	Penghematan Biaya Pembelian Modul Systemizing Pelatihan	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pembelian modul mandiri		Harga modul

MONETISASI OUTCOMES

Stakeholders	Outcomes	Indocator	Sources	Financial Proxy
Who do we have an effect on? Who has an effect on us?	<i>How would you describe the change?</i>	How would you measure it?	Where did you get the information from?	What proxy would you use to value the change?
UMKM Peserta	Peningkatan Pendapatan UMKM	Selisih pendapatan sebelum dan setelah program	<ul style="list-style-type: none"> Laporan program Wawancara mendalam 	Selisih pendapatan
	Terciptanya Lapangan Kerja	Biaya yang diterima pekerja baru dari gaji setelah adanya program		Gaji perbulan
	Penghematan Biaya Pembelian Kemasan	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pembelian kemasan secara mandiri		Biaya pembelian kemasan
	Penghematan Biaya Redesain Logo dan Kemasan	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya redesain logo dan kemasan		Biaya redesain serupa
	Penghematan Biaya Legalitas Produk NPWP	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pendaftaran legalitas produk secara mandiri		Harga pendaftaran legalitas usaha
	Penghematan Biaya Legalitas Produk PIRT	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pendaftaran legalitas produk secara mandiri		Harga pendaftaran legalitas usaha
	Penghematan Biaya Legalitas Produk HAKI	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pendaftaran legalitas produk secara mandiri		Harga pendaftaran legalitas usaha
	Penghematan Biaya E-Camp	Biaya yang dikeluarkan untuk mengikuti ecamp mandiri		Harga ecamp mandiri

MONETISASI OUTCOMES

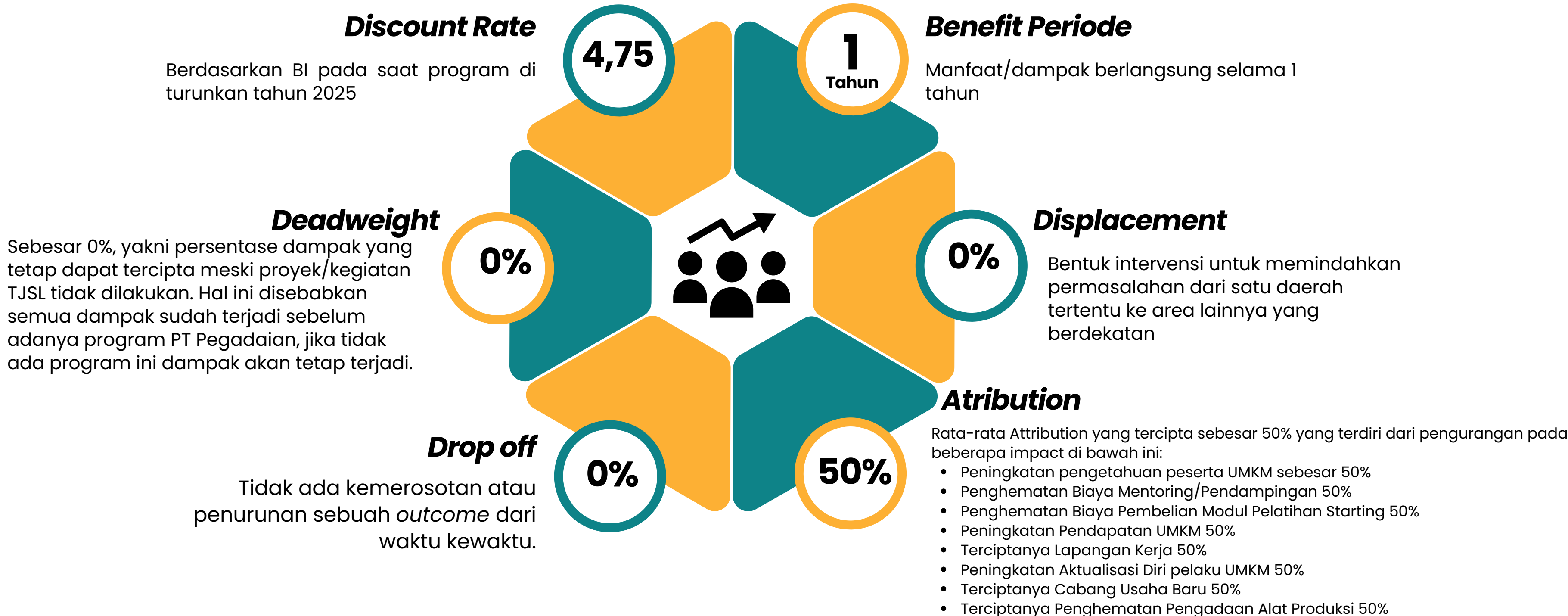
Stakeholders	Outcomes	Indocator	Sources	Financial Proxy
Who do we have an effect on? Who has an effect on us?	<i>How would you describe the change?</i>	How would you measure it?	Where did you get the information from?	What proxy would you use to value the change?
UMKM Peserta	Penghematan Biaya Akomodasi E-camp	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pembayaran akomodasi secara mandiri	<ul style="list-style-type: none"> Laporan program Wawancara mendalam 	Harga akomodasi untuk ecamp
	Penghematan Biaya Sertifikasi bagi Mentor UMKM	Biaya sertifikasi serupa		Harga sertifikasi serupa
	Penghematan Biaya Akses Pasar (Bazaar)	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya penyewaan stand secara mandiri		Harga stand serupa
	Peningkatan Aktualisasi Diri pelaku UMKM	Biaya yang diterima dari adanya aktualisasi diri		Insentif menjadi narasumber
	Terciptanya Cabang Usaha Baru	Biaya yang dikeluarkan untuk pembukaan cabang baru		Biaya pengadaan cabang baru
	Terciptanya Penghematan Pengadaan Alat Produksi	Biaya yang dikeluarkan untuk pengadaan alat produksi		Biaya pengadaan alat produksi
	Terciptanya Partnership Value	Biaya yang diterima dari adanya partnership sesama UMKM		Keuntungan hasil partnership



MONETISASI OUTCOMES

Stakeholders	Outcomes	Indocator	Sources	Financial Proxy
Who do we have an effect on? Who has an effect on us?	<i>How would you describe the change?</i>	How would you measure it?	Where did you get the information from?	What proxy would you use to value the change?
Mentor	Peningkatan Pendapatan Mentor	Selisih pendapatan sebelum dan setelah adanya program	<ul style="list-style-type: none"> Laporan program Wawancara mendalam 	Pendapatan individu
	Penghematan Biaya Transportasi Mentor	Biaya yang dikeluarkan untuk transportasi mentor jika secara mandiri		Biaya transportasi
	Penghematan Biaya Akomodasi Mentor	Biaya yang dikeluarkan untuk akomodasi mentor jika secara mandiri		Biaya akomodasi
	Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Mentor	Biaya yang dikeluarkan untuk konsumsi mentor jika secara mandiri		Biaya konsumsi
Fasilitator	Peningkatan Pendapatan Fasilitator YEA	Selisih pendapatan sebelum dan sesudah program	<ul style="list-style-type: none"> Laporan program Wawancara mendalam 	Pendapatan individu
	Penghematan Biaya Transportasi Fasilitator YEA	Biaya yang dikeluarkan fasilitator untuk biaya transportasi secara mandiri		Biaya transportasi
	Penghematan Biaya Akomodasi Fasilitator YEA	Biaya yang dikeluarkan fasilitator untuk biaya akomodasi secara mandiri		Biaya akomodasi
	Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Fasilitator YEA	Biaya yang dikeluarkan fasilitator untuk biaya konsumsi secara mandiri		Biaya konsumsi

MENGHITUNG DAMPAK



PERHITUNGAN NILAI SROI

DAMPAK YANG DICIPTAKAN

Perhitungan Biaya Investasi	Impact (Rp)	Persentase Impact (%)
PT. Pegadaian		
1. Peningkatan <i>brand image</i> terhadap perusahaan	0	0%
YEA (Young Entrepreneur Academy)		
1. Peningkatan Pendapatan YEA	814,825,026	1.75%
2. Terciptanya Lapangan Kerja	82,502,150	0.18%
UMKM Peserta		
1. Peningkatan Pengetahuan Peserta UMKM	432,500,000	0.93%
2. Penghematan Biaya Pengadaan Sarana Penunjang Pelatihan	157,430,000	0.34%
3. Penghematan Biaya Transportasi Pelatihan	114,180,000	0.25%
4. Penghematan Biaya Pembelian Buku	41,520,000	0.09%
5. Penghematan Biaya Mentoring/Pendampingan	100,736,458	0.22%

PERHITUNGAN NILAI SROI

DAMPAK YANG DICIPTAKAN

Perhitungan Biaya Investasi	Impact (Rp)	Persentase Impact (%)
UMKM Peserta		
6. Penghematan Biaya Pembelian Modul Starting Pelatihan	302,750,000	0.65%
7. Penghematan Biaya Pembelian Modul Profiting Pelatihan	60,000,000	0.13%
8. Penghematan Biaya Pembelian Modul Systemizing Pelatihan	33,750,000	0.07%
9. Peningkatan Pendapatan	38,357,343,750	82.33%
10. Terciptanya Lapangan Kerja	2,410,487,500	5.17%
11. Penghematan Biaya Pembelian Kemasan	145,000,000	0.31%
12. Penghematan Biaya Redesain Logo dan Kemasan	43,500,000	0.09%
13. Penghematan Biaya Legalitas Produk NPWP	7,500,000	0.02%
14. Penghematan Biaya Legalitas Produk PIRT	20,000,000	0.04%
15. Penghematan Biaya Legalitas Produk HAKI	76,000,000	0.16%
16. Penghematan Biaya E-Camp	360,000,000	0.77%
17. Penghematan Biaya Akomodasi E-camp	98,280,120	0.21%
18. Penghematan Biaya Sertifikasi bagi Mentor UMKM	300,000,000	0.64%
19. Penghematan Biaya Akses Pasar (Bazaar)	1,403,600,000	3.01%
20. Peningkatan Aktualisasi Diri pelaku UMKM	101,396,875	0.22%
21. Terciptanya Cabang Usaha Baru	62,708,333	0.13%
22. Terciptanya Penghematan Pengadaan Alat Produksi	36,057,292	0.08%
23. Terciptanya Partnership Value	114,000,000	0.24%

PERHITUNGAN NILAI SROI

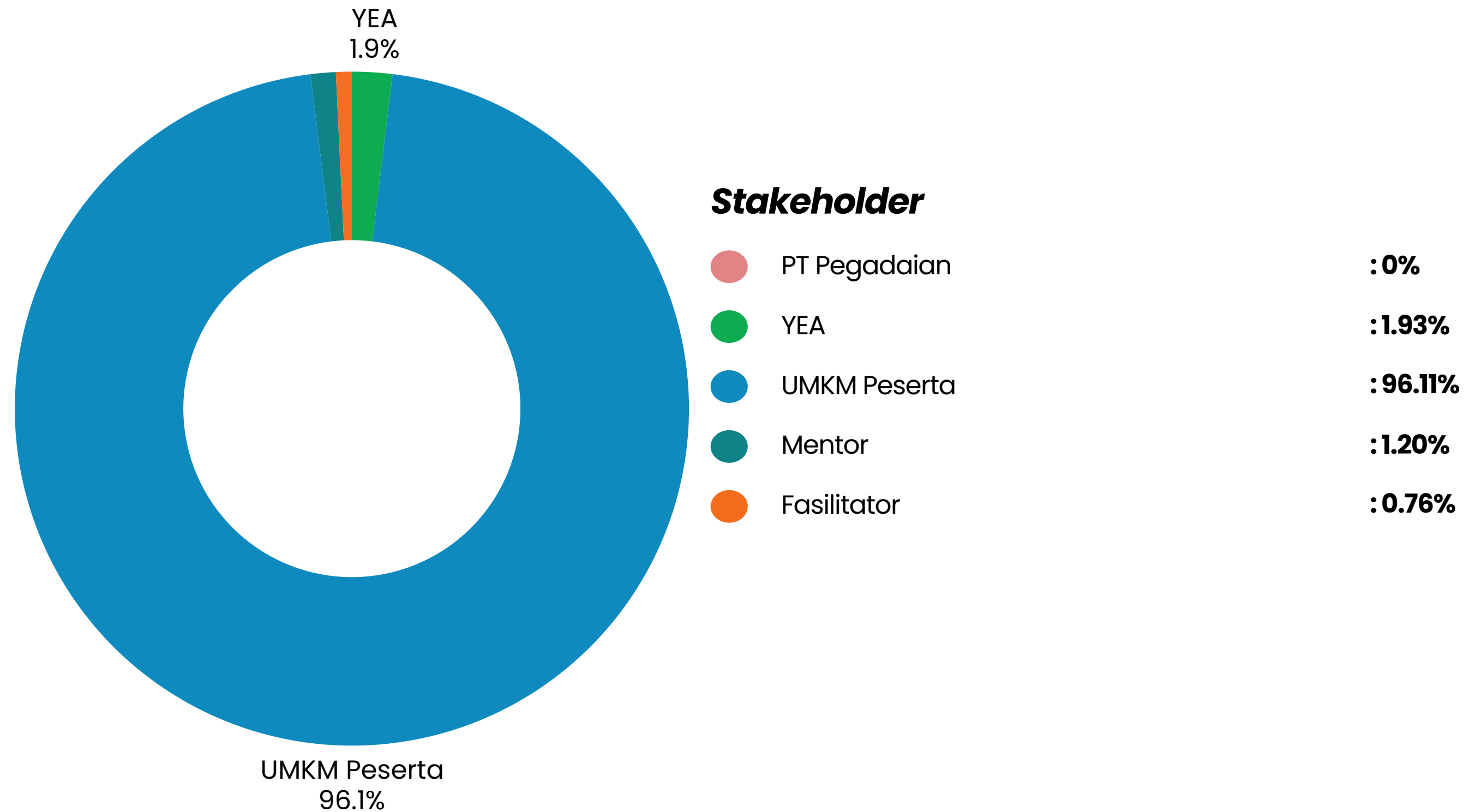
DAMPAK YANG DICIPTAKAN

Perhitungan Biaya Investasi	Impact (Rp)	Persentase Impact (%)
Mentor		
1.Peningkatan Pendapatan Mentor	345,208,944	0.74%
2.Penghematan Biaya Transportasi Mentor	94,000,000	0.20%
3.Penghematan Biaya Akomodasi Mentor	110,565,135	0.24%
4.Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Mentor	10,000,000	0.02%
Fasilitator		
1.Peningkatan Pendapatan Fasilitator YEA	140,003,956	0.30%
2.Penghematan Biaya Transportasi Fasilitator YEA	90,400,000	0.19%
3.Penghematan Biaya Akomodasi Fasilitator YEA	117,936,144	0.25%
4.Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Fasilitator YEA	8,000,000	0.02%
TOTAL	46,592,181,683	100%

PERHITUNGAN NILAI SROI

Perhitungan Biaya Investasi	Tahun 2023 (Rp 2,800,086,000)
<i>Disc. Value</i>	4.75%
PVIF Suku Bunga Rata-rata BI	1.0475
<i>Total PV Impact</i>	44,479,409,722
PV Investasi	2,673,113,126.49
SROI Rasio	1:16.64

GRAFIK PERSENTASE STAKEHOLDER TERDAMPAK



(SIMPULAN

- PT Pegadaian memberikan bantuan Program Gadepreneur dengan nilai investasi yang dikeluarkan **Rp 2,800,086,000** di tahun 2023, adapun aktivitas yang dilakukan berupa pelatihan dan pendampingan program mulai dari online hingga offline.
- Secara garis besar, nilai SROI menunjukkan Social Value di tahun 2023 untuk Program Gadepreneur yang dilakukan oleh PT Pegadaian memiliki nilai **1 : 16.64** Yang artinya setiap Rp 1 yang diinvestasikan perusahaan, memberikan dampak sebesar **Rp 16,64** di tahun 2023.
- Dampak terbesar dirasakan oleh UMKM Peserta sebesar **96,11%** kemudian YEA sebesar 1,93% dan Mentor 1,20% terakhir ada pada Fasilitator sebesar 0,76%.



PROGRAM GADEPRENEUR 2024

PT PEGADAIAN

RUANG LINGKUP & METODE



Metode pengukuran ini memanfaatkan **Social Return on Investment (SROI) tipe evaluatif** dan **Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM)** untuk mengevaluasi dampak selama **periode 1 tahun** pada tahun 2024



Pengambilan data internal dilakukan di **Peserta Gadepreneur Tahun 2024**. Penelitian ini melibatkan **194 responden**, terdiri dari internal perusahaan, peserta gadepreneur, young entrepreneur academy (YEA) selaku pelaksana program, fasilitator dan narasumber program.



Pengambilan data dilaksanakan pada tanggal **22 Agustus - 10 September 2025**.

IKM

**INDEKS KEPUASAN
MASYARAKAT**

Program Gadepreneur Tahun 2024

PT Pegadaian



IKM – ASPEK PERENCANAAN

Indikator	Rata-Rata Kinerja	Rata-Rata Kepentingan	<i>ServQuality</i>	Tingkat Kesesuaian	Kesimpulan
Kesesuaian bantuan program dengan kebutuhan	3,487	3,556	0,070	92,390	Sangat Baik
Kemudahan prosedur pengajuan program bantuan	3,551	3,476	-0,075	90,449	Sangat Baik
Sosialisasi program TJSL	3,749	3,433	-0,316	89,578	Sangat Baik
Kebutuhan keberadaan kegiatan TJSL yang dilakukan kepada masyarakat	3,535	3,615	0,080	93,909	Sangat Baik
Keterlibatan pemerintah setempat dan tokoh masyarakat	3,444	3,353	-0,091	87,267	Sangat Baik
Rata-Rata	3,553	3,487	-0,066	90,719	Sangat Baik

IKM – ASPEK PELAKSANAAN

Indikator	Rata-Rata Kinerja	Rata-Rata Kepentingan	<i>ServQuality</i>	Tingkat Kesesuaian	Kesimpulan
Kejelasan mekanisme/prosedur pelaksanaan program TJSL	3,401	3,508	0,107	91,102	Sangat Baik
Kejelasan jenis program TJSL	3,652	3,540	-0,112	92,155	Sangat Baik
Ketepatan jadwal pelaksanaan program TJSL	3,476	3,444	-0,032	89,572	Sangat Baik
Kejelasan/keterbukaan informasi tentang anggaran/pembiayaan program TJSL	3,316	3,412	0,096	88,610	Sangat Baik
Kesesuaian antara perencanaan program dengan pelaksanaan program TJSL	3,444	3,561	0,118	92,481	Sangat Baik

IKM – ASPEK PELAKSANAAN

Indikator	Rata-Rata Kinerja	Rata-Rata Kepentingan	<i>ServQuality</i>	Tingkat Kesesuaian	Kesimpulan
Pendampingan yang intensif dalam pelaksanaan program TJSL	3,545	3,679	0,134	95,524	Sangat Baik
Kompetensi trainer atau pendamping program	3,465	3,695	-0,211	95,845	Sangat Baik
Keberadaan sistem penanganan aduan, saran dan kritik terkait program	3,524	3,481	-0,043	90,556	Sangat Baik
Pemberian sarana prasarana pendukung program	3,599	3,513	-0,037	91,385	Sangat Baik
Rata-rata	3,491	3,547	0,056	92,172	Sangat Baik



IKM - ASPEK MONEV, DAMPAK, KEBERLANJUTAN

Indikator	Rata-Rata Kinerja	Rata-Rata Kepentingan	<i>ServQuality</i>	Tingkat Kesesuaian	Kesimpulan
Pemantauan dan evaluasi pelaksanaan program TJSL secara berkala	3,551	3,513	-0,037	91,385	Sangat Baik
Indikator	Rata-Rata Kinerja	Rata-Rata Kepentingan	<i>ServQuality</i>	Tingkat Kesesuaian	Kesimpulan
Dampak program TJSL untuk masyarakat	3,353	3,412	0,059	88,647	Sangat Baik
Indikator	Rata-Rata Kinerja	Rata-Rata Kepentingan	<i>ServQuality</i>	Tingkat Kesesuaian	Kesimpulan
Keberlanjutan manfaat dari program TJSL	3,543	3,658	0,115	94,987	Sangat Baik

Berdasarkan perhitungan,
maka nilai indeks
kepentingan sebesar

3,526

Nilai IKM Kepentingan setelah dikonversi =
Nilai Indeks x Nilai Penimbang =
 $3,526 \times 25 = 88,149$

Mutu Kepentingan termasuk
Kategori A

Tingkat Kepentingan adalah
Sangat Penting

Berdasarkan perhitungan,
maka nilai indeks
kepuasan sebesar

3,508

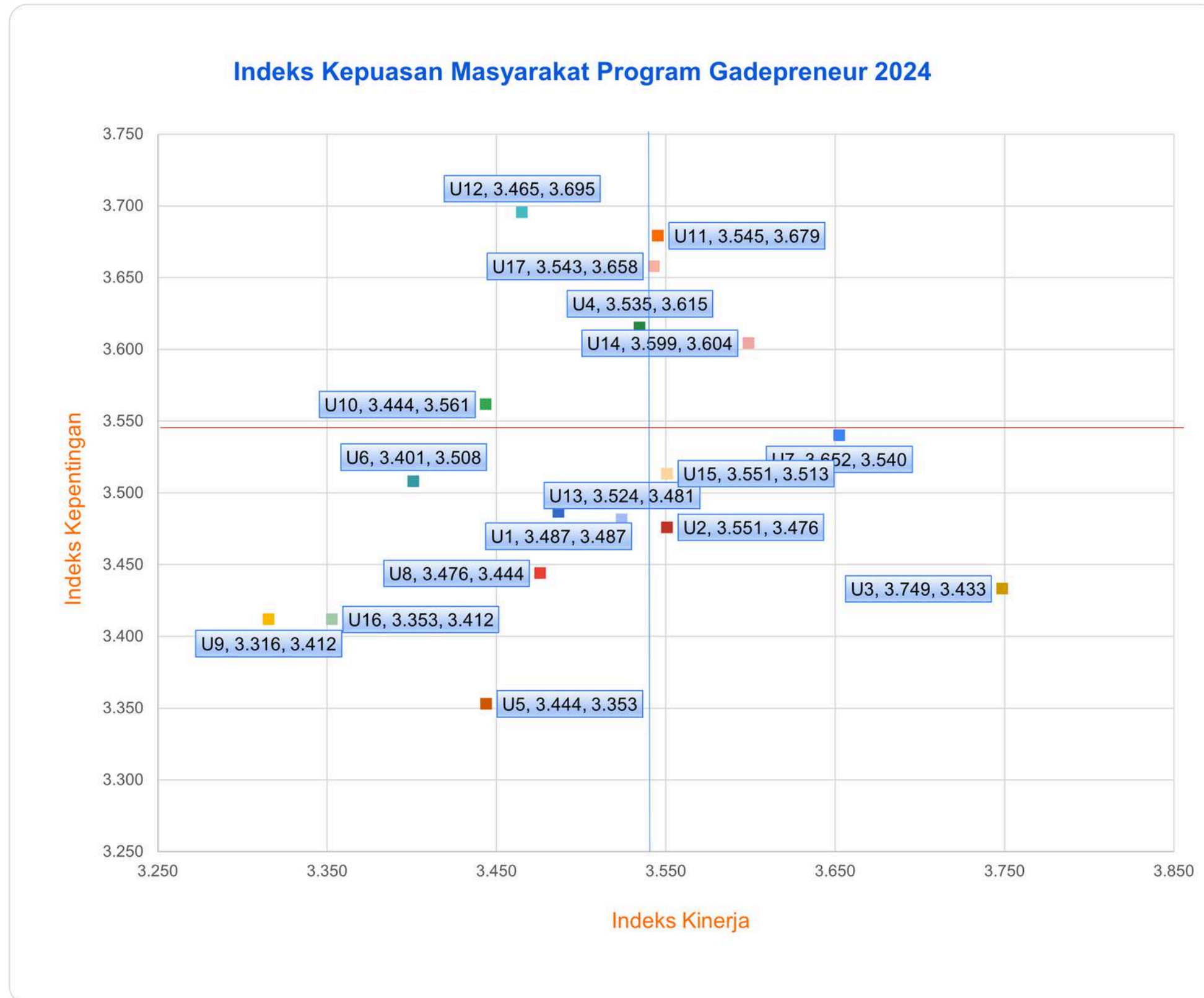
Nilai IKM Kinerja setelah dikonversi = Nilai
Indeks x Nilai Penimbang =
 $3,508 \times 25 = \mathbf{87,697}$

Mutu Kepentingan termasuk
Kategori A

Tingkat Kepuasan adalah
Sangat Puas

Prioritas secara umum adalah mempertahankan dan
meningkatkan kualitas pelayanan

IKM - DIAGRAM CARTESIUS PROGRAM



SROI

*Social return on
investment*

Program Gadepreneur Tahun 2024

PT Pegadaian



MENETAPKAN RUANG LINGKUP DAN IDENTIFIKASI STAKEHOLDER

Stakeholders yang relevan menurut penelitian adalah sebagai berikut:

Responden	Populasi	Sampel	Metode Pelibatan
PT Pegadaian	1 instansi	1 Orang	<ul style="list-style-type: none">• Survei• Wawancara mendalam
YEA (Young Entrepreneur Academy)	1 instansi	1 Orang	<ul style="list-style-type: none">• Wawancara mendalam
UMKM Peserta	341 Orang	189 Orang	<ul style="list-style-type: none">• Wawancara mendalam
Mentor	5 orang	1 Orang	<ul style="list-style-type: none">• Wawancara mendalam
Fasilitator	4 Orang	2 Orang	<ul style="list-style-type: none">• Wawancara mendalam
TOTAL	353 Orang	194 Orang	

THEORY OF CHANGE

Stakeholders	How Many In Group	Changes	Inputs Description	Output	Outcomes
Who do we have an effect on?		What do you think will change for them?	What do they invest?	Summary of activity in numbers	How would you describe the change?
PT Pegadaian	1 Instansi	Peningkatan brand image perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Waktu 2. Tenaga 3. Biaya 	1. Publikasi media online/offline selama satu tahun	Peningkatan <i>brand awareness</i> perusahaan
YEA (Young Entrepreneur Academy)	1 Instansi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan Pendapatan YEA 2. Terciptanya Lapangan Kerja 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Waktu 2. Tenaga 	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan perencanaan hingga implementasi program sebanyak 1x kegiatan • Menyediakan SDM lokal sebagai patinia sebanyak 5 orang 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya Peningkatan Pendapatan YEA • Terciptanya Lapangan Kerja

THEORY OF CHANGE

Stakeholders	How Many In Group	Changes	Inputs Description	Output	Outcomes
Who do we have an effect on?		What do you think will change for them?	What do they invest?	Summary of activity in numbers	How would you describe the change?
UMKM Peserta	341 Orang	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan Pengetahuan Peserta UMKM • Penghematan Biaya Pengadaan Sarana Penunjang Pelatihan • Penghematan Biaya Transportasi Pelatihan • Penghematan Biaya Pembelian Buku • Penghematan Biaya Mentoring/Pendampingan • Penghematan Biaya Pembelian Modul Starting Pelatihan • Penghematan Biaya Pembelian Modul Profiting Pelatihan • Penghematan Biaya Pembelian Modul Systemizing Pelatihan • Peningkatan Pendapatan • Terciptanya Lapangan Kerja • Penghematan Biaya Pembelian Kemasan 	1. Waktu 2. Tenaga	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pelatihan bagi UMKM sebanyak 10x • Melakukan mentoring/pendampingan sebanyak 1 kali program • Menyediakan modul pelatihan sebanyak 3 modul • Menyediakan buku peninjang usaha sebanyak 1 buah • Menyediakan sarana penunjang pelatihan sebanyak 1x • Memberikan biaya pengganti transportasi bagi peserta sebanyak 1x • Memberikan kemasan penunjang usaha sebanyak 1x 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya Peningkatan Pengetahuan Peserta UMKM • Adanya Penghematan Biaya Pengadaan Sarana Penunjang Pelatihan • Adanya Penghematan Biaya Transportasi Pelatihan • Adanya Penghematan Biaya Pembelian Buku • Adanya Penghematan Biaya Mentoring/Pendampingan • Adanya Penghematan Biaya Pembelian Modul Starting Pelatihan • Adanya Penghematan Biaya Pembelian Modul Profiting Pelatihan • Adanya Penghematan Biaya Pembelian Modul Systemizing Pelatihan • Adanya Peningkatan Pendapatan • Adanya Terciptanya Lapangan Kerja • Adanya Penghematan Biaya Pembelian Kemasan

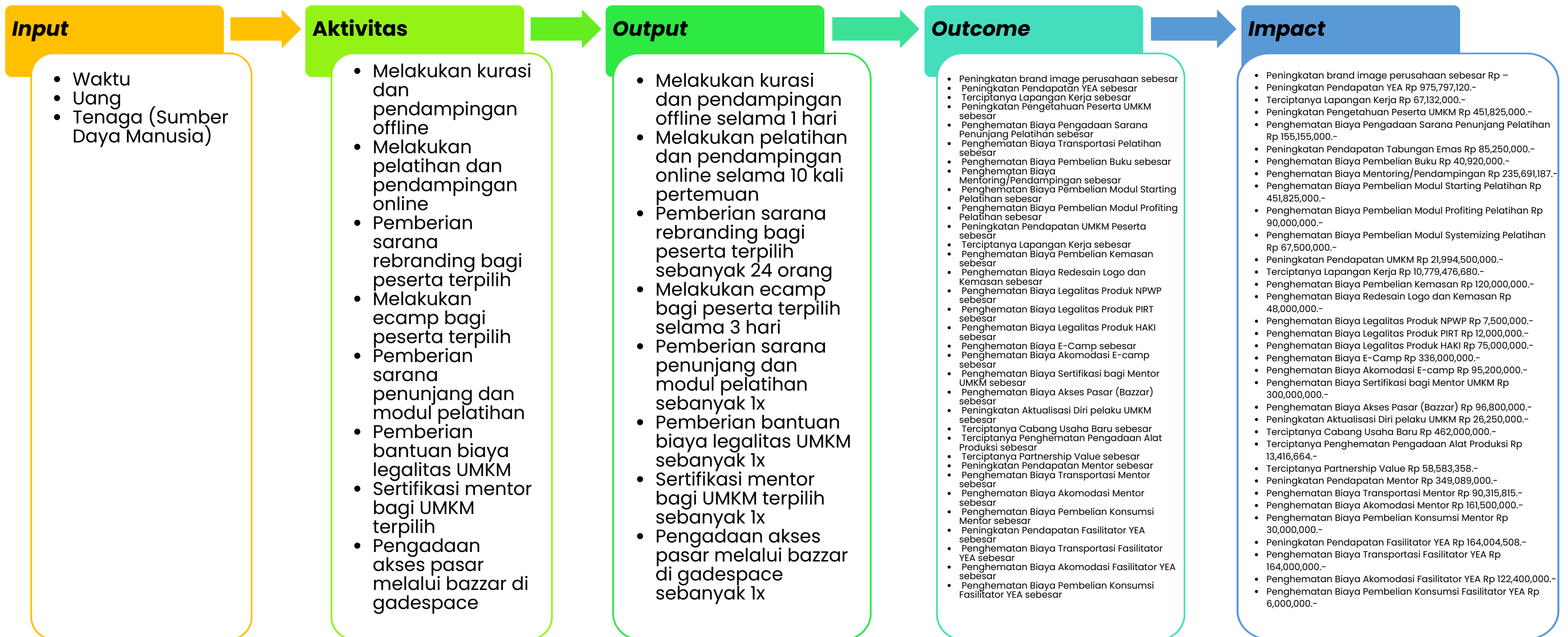
THEORY OF CHANGE

Stakeholders	How Many In Group	Changes	Inputs Description	Output	Outcomes
Who do we have an effect on?		What do you think will change for them?	What do they invest?	Summary of activity in numbers	How would you describe the change?
UMKM Peserta	341 Orang	<ul style="list-style-type: none"> • Penghematan Biaya Redesain Logo dan Kemasan • Penghematan Biaya Legalitas Produk NPWP • Penghematan Biaya Legalitas Produk PIRT • Penghematan Biaya Legalitas Produk HAKI • Penghematan Biaya E-Camp • Penghematan Biaya Akomodasi E-camp • Penghematan Biaya Sertifikasi bagi Mentor UMKM • Penghematan Biaya Akses Pasar (Bazaar) • Peningkatan Aktualisasi Diri pelaku UMKM • Terciptanya Cabang Usaha Baru • Terciptanya Penghematan Pengadaan Alat Produksi • Terciptanya Partnership Value 	1. Waktu 2. Tenaga	<ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan jasa pembuatan redesain logo dan kemasan sebanyak 1x • Menyediakan jasa legalitas produk UMKM (NPWP, PIRT, HAKI) sebanyak 1x • Melaksanakan kegiatan ecamp sebanyak 1x • Menyediakan akomodasi ecamp sebanyak 1x kegiatan • Menyediakan sertifikasi mentor bagi UMKM sebanyak 1x 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya Penghematan Biaya Redesain Logo dan Kemasan • Adanya Penghematan Biaya Legalitas Produk NPWP • Adanya Penghematan Biaya Legalitas Produk PIRT • Adanya Penghematan Biaya Legalitas Produk HAKI • Adanya Penghematan Biaya E-Camp • Adanya Penghematan Biaya Akomodasi E-camp • Adanya Penghematan Biaya Sertifikasi bagi Mentor UMKM • Adanya Penghematan Biaya Akses Pasar (Bazaar) • Adanya Peningkatan Aktualisasi Diri pelaku UMKM • Terciptanya Cabang Usaha Baru • Terciptanya Penghematan Pengadaan Alat Produksi • Adanya Terciptanya Partnership Value

THEORY OF CHANGE

Stakeholders	How Many In Group	Changes	Inputs Description	Output	Outcomes
Who do we have an effect on?		What do you think will change for them?	What do they invest?	Summary of activity in numbers	How would you describe the change?
Mentor	5 Orang	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan Pendapatan Mentor • Penghematan Biaya Transportasi Mentor • Penghematan Biaya Akomodasi Mentor • Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Mentor 	1. Waktu 2. Tenaga	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan penyampaian materi sebanyak 3x kegiatan • Memberikan biaya pengganti transportasi mentor sebanyak 1x kegiatan • Menyediakan sarana akomodasi mentor sebanyak 1x kegiatan • Menyediakan konsumsi mentor sebanyak 1x kegiatan 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya Peningkatan Pendapatan Mentor • Adanya Penghematan Biaya Transportasi Mentor • Adanya Penghematan Biaya Akomodasi Mentor • Adanya Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Mentor
Fasilitator	4 Orang	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan Pendapatan Fasilitator YEA • Penghematan Biaya Transportasi Fasilitator YEA • Penghematan Biaya Akomodasi Fasilitator YEA • Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Fasilitator YEA 	1. Waktu 2. Tenaga	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pendampingan peserta sebanyak 1 kali kegiatan • Memberikan transportasi bagi fasilitator sebanyak 1 kali kegiatan • Menyediakan akomodasi fasilitator sebanyak 1 kali kegiatan • Menyediakan konsumsi bagi fasilitator sebanyak 1 kali kegiatan 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya Peningkatan Pendapatan Fasilitator YEA • Adanya Penghematan Biaya Transportasi Fasilitator YEA • Adanya Penghematan Biaya Akomodasi Fasilitator YEA • Adanya Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Fasilitator YEA

MEMETAKAN OUTCOMES



MONETISASI OUTCOMES

Stakeholders	Outcomes	Indocator	Sources	Financial Proxy
Who do we have an effect on? Who has an effect on us?	<i>How would you describe the change?</i>	How would you measure it?	Where did you get the information from?	What proxy would you use to value the change?
PT Pegadaian	Peningkatan <i>brand image</i> perusahaan	Jumlah publikasi media	<ul style="list-style-type: none"> Data internal perusahaan <i>In Depth Interview</i> 	<i>PR Value</i>
YEA (Young Entrepreneur Academy)	Peningkatan Pendapatan YEA	Selisih keuntungan pertahun sesudah dan sebelum program	<ul style="list-style-type: none"> Laporan program Wawancara mendalam 	Keuntungan kelompok
	Terciptanya Lapangan Kerja	Biaya yang diterima pekerja dari gaji selama bekerja		Pendapatan individu



MONETISASI OUTCOMES

Stakeholders	Outcomes	Indocator	Sources	Financial Proxy
Who do we have an effect on? Who has an effect on us?	<i>How would you describe the change?</i>	How would you measure it?	Where did you get the information from?	What proxy would you use to value the change?
UMKM Peserta	Peningkatan Pengetahuan Peserta UMKM	Biaya yang dikeluarkan untuk mengikuti pelatihan sejenis	<ul style="list-style-type: none"> Laporan program Wawancara mendalam 	Biaya pelatihan sejenis
	Penghematan Biaya Pengadaan Sarana Penunjang Pelatihan	Biaya yang dikeluarkan untuk pembelian sarana penunjang pelatihan secara mandiri		Harga sarana penunjang
	Penghematan Biaya Transportasi Pelatihan	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya transportasi secara mandiri		Biaya transportasi peserta
	Penghematan Biaya Pembelian Buku	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pembelian buku		Harga buku
	Penghematan Biaya Mentoring/Pendampingan	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya mengikuti mentoring pendampingan secara mandiri		Biaya mentoring sejenis
	Penghematan Biaya Pembelian Modul Starting Pelatihan	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pembelian modul mandiri		Harga modul
	Penghematan Biaya Pembelian Modul Profiting Pelatihan	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pembelian modul mandiri		Harga modul
	Penghematan Biaya Pembelian Modul Systemizing Pelatihan	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pembelian modul mandiri		Harga modul



MONETISASI OUTCOMES

Stakeholders	Outcomes	Indocator	Sources	Financial Proxy
Who do we have an effect on? Who has an effect on us?	<i>How would you describe the change?</i>	How would you measure it?	Where did you get the information from?	What proxy would you use to value the change?
UMKM Peserta	Peningkatan Pendapatan UMKM	Selisih pendapatan sebelum dan setelah program	<ul style="list-style-type: none"> Laporan program Wawancara mendalam 	Selisih pendapatan
	Terciptanya Lapangan Kerja	Biaya yang diterima pekerja baru dari gaji setelah adanya program		Gaji perbulan
	Penghematan Biaya Pembelian Kemasan	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pembelian kemasan secara mandiri		Biaya pembelian kemasan
	Penghematan Biaya Redesain Logo dan Kemasan	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya redesain logo dan kemasan		Biaya redesain serupa
	Penghematan Biaya Legalitas Produk NPWP	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pendaftaran legalitas produk secara mandiri		Harga pendaftaran legalitas usaha
	Penghematan Biaya Legalitas Produk PIRT	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pendaftaran legalitas produk secara mandiri		Harga pendaftaran legalitas usaha
	Penghematan Biaya Legalitas Produk HAKI	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pendaftaran legalitas produk secara mandiri		Harga pendaftaran legalitas usaha
	Penghematan Biaya E-Camp	Biaya yang dikeluarkan untuk mengikuti ecamp mandiri		Harga ecamp mandiri

MONETISASI OUTCOMES

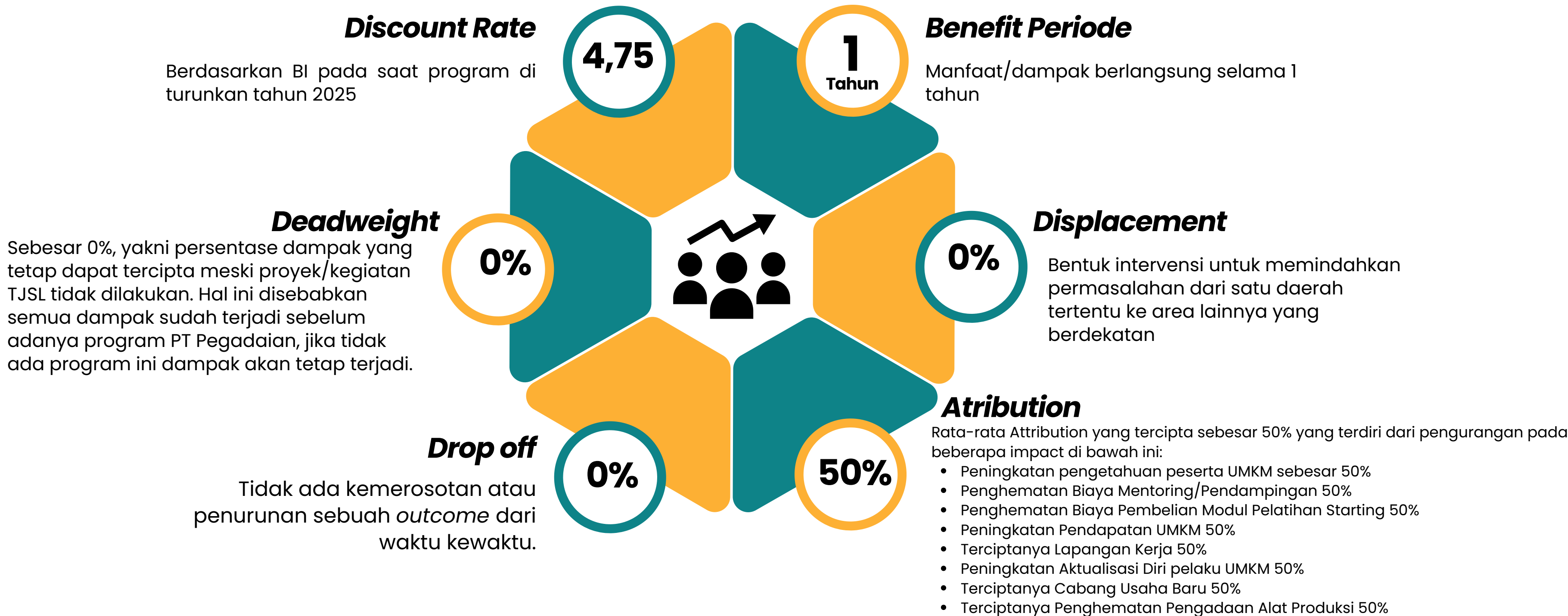
Stakeholders	Outcomes	Indocator	Sources	Financial Proxy
Who do we have an effect on? Who has an effect on us?	<i>How would you describe the change?</i>	How would you measure it?	Where did you get the information from?	What proxy would you use to value the change?
UMKM Peserta	Penghematan Biaya Akomodasi E-camp	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pembayaran akomodasi secara mandiri	<ul style="list-style-type: none"> Laporan program Wawancara mendalam 	Harga akomodasi untuk ecamp
	Penghematan Biaya Sertifikasi bagi Mentor UMKM	Biaya sertifikasi serupa		Harga sertifikasi serupa
	Penghematan Biaya Akses Pasar (Bazaar)	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya penyewaan stand secara mandiri		Harga stand serupa
	Peningkatan Aktualisasi Diri pelaku UMKM	Biaya yang diterima dari adanya aktualisasi diri		Insentif menjadi narasumber
	Terciptanya Cabang Usaha Baru	Biaya yang dikeluarkan untuk pembukaan cabang baru		Biaya pengadaan cabang baru
	Terciptanya Penghematan Pengadaan Alat Produksi	Biaya yang dikeluarkan untuk pengadaan alat produksi		Biaya pengadaan alat produksi
	Terciptanya Partnership Value	Biaya yang diterima dari adanya partnership sesama UMKM		Keuntungan hasil partnership



MONETISASI OUTCOMES

Stakeholders	Outcomes	Indocator	Sources	Financial Proxy
Who do we have an effect on? Who has an effect on us?	<i>How would you describe the change?</i>	How would you measure it?	Where did you get the information from?	What proxy would you use to value the change?
Mentor	Peningkatan Pendapatan Mentor	Selisih pendapatan sebelum dan setelah adanya program	<ul style="list-style-type: none"> Laporan program Wawancara mendalam 	Pendapatan individu
	Penghematan Biaya Transportasi Mentor	Biaya yang dikeluarkan untuk transportasi mentor jika secara mandiri		Biaya transportasi
	Penghematan Biaya Akomodasi Mentor	Biaya yang dikeluarkan untuk akomodasi mentor jika secara mandiri		Biaya akomodasi
	Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Mentor	Biaya yang dikeluarkan untuk konsumsi mentor jika secara mandiri		Biaya konsumsi
Fasilitator	Peningkatan Pendapatan Fasilitator YEA	Selisih pendapatan sebelum dan sesudah program	<ul style="list-style-type: none"> Laporan program Wawancara mendalam 	Pendapatan individu
	Penghematan Biaya Transportasi Fasilitator YEA	Biaya yang dikeluarkan fasilitator untuk biaya transportasi secara mandiri		Biaya transportasi
	Penghematan Biaya Akomodasi Fasilitator YEA	Biaya yang dikeluarkan fasilitator untuk biaya akomodasi secara mandiri		Biaya akomodasi
	Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Fasilitator YEA	Biaya yang dikeluarkan fasilitator untuk biaya konsumsi secara mandiri		Biaya konsumsi

MENGHITUNG DAMPAK



PERHITUNGAN NILAI SROI

DAMPAK YANG DICIPTAKAN

Perhitungan Biaya Investasi	Impact (Rp)	Persentase Impact (%)
PT. Pegadaian		
1. Peningkatan <i>brand image</i> terhadap perusahaan	0	0%
YEA (Young Entrepreneur Academy)		
1. Peningkatan Pendapatan YEA	975,797,120	2.56%
2. Terciptanya Lapangan Kerja	67,132,000	0.18%
UMKM Peserta		
1. Peningkatan Pengetahuan Peserta UMKM	451,825,000	1.18%
2. Penghematan Biaya Pengadaan Sarana Penunjang Pelatihan	155,155,000	0.41%
3. Penghematan Biaya Transportasi Pelatihan	85,250,000	0.22%
4. Penghematan Biaya Pembelian Buku	40,920,000	0.11%
5. Penghematan Biaya Mentoring/Pendampingan	235,691,187	0.62%

PERHITUNGAN NILAI SROI

DAMPAK YANG DICIPTAKAN

Perhitungan Biaya Investasi	Impact (Rp)	Persentase Impact (%)
UMKM Peserta		
6. Penghematan Biaya Pembelian Modul Starting Pelatihan	451,825,000	1.18%
7. Penghematan Biaya Pembelian Modul Profiting Pelatihan	90,000,000	0.24%
8. Penghematan Biaya Pembelian Modul Systemizing Pelatihan	67,500,000	0.18%
9. Peningkatan Pendapatan	21,994,500,000	57.68%
10. Terciptanya Lapangan Kerja	10,779,476,680	28.27%
11. Penghematan Biaya Pembelian Kemasan	120,000,000	0.31%
12. Penghematan Biaya Redesain Logo dan Kemasan	48,000,000	0.13%
13. Penghematan Biaya Legalitas Produk NPWP	7,500,000	0.02%
14. Penghematan Biaya Legalitas Produk PIRT	12,000,000	0.03%
15. Penghematan Biaya Legalitas Produk HAKI	75,000,000	0.20%
16. Penghematan Biaya E-Camp	336,000,000	0.88%
17. Penghematan Biaya Akomodasi E-camp	95,200,000	0.25%
18. Penghematan Biaya Sertifikasi bagi Mentor UMKM	300,000,000	0.79%
19. Penghematan Biaya Akses Pasar (Bazaar)	96,800,000	0.25%
20. Peningkatan Aktualisasi Diri pelaku UMKM	26,250,000	0.07%
21. Terciptanya Cabang Usaha Baru	462,000,000	1.21%
22. Terciptanya Penghematan Pengadaan Alat Produksi	13,416,664	0.04%
23. Terciptanya Partnership Value	58,583,358	0.15%

PERHITUNGAN NILAI SROI

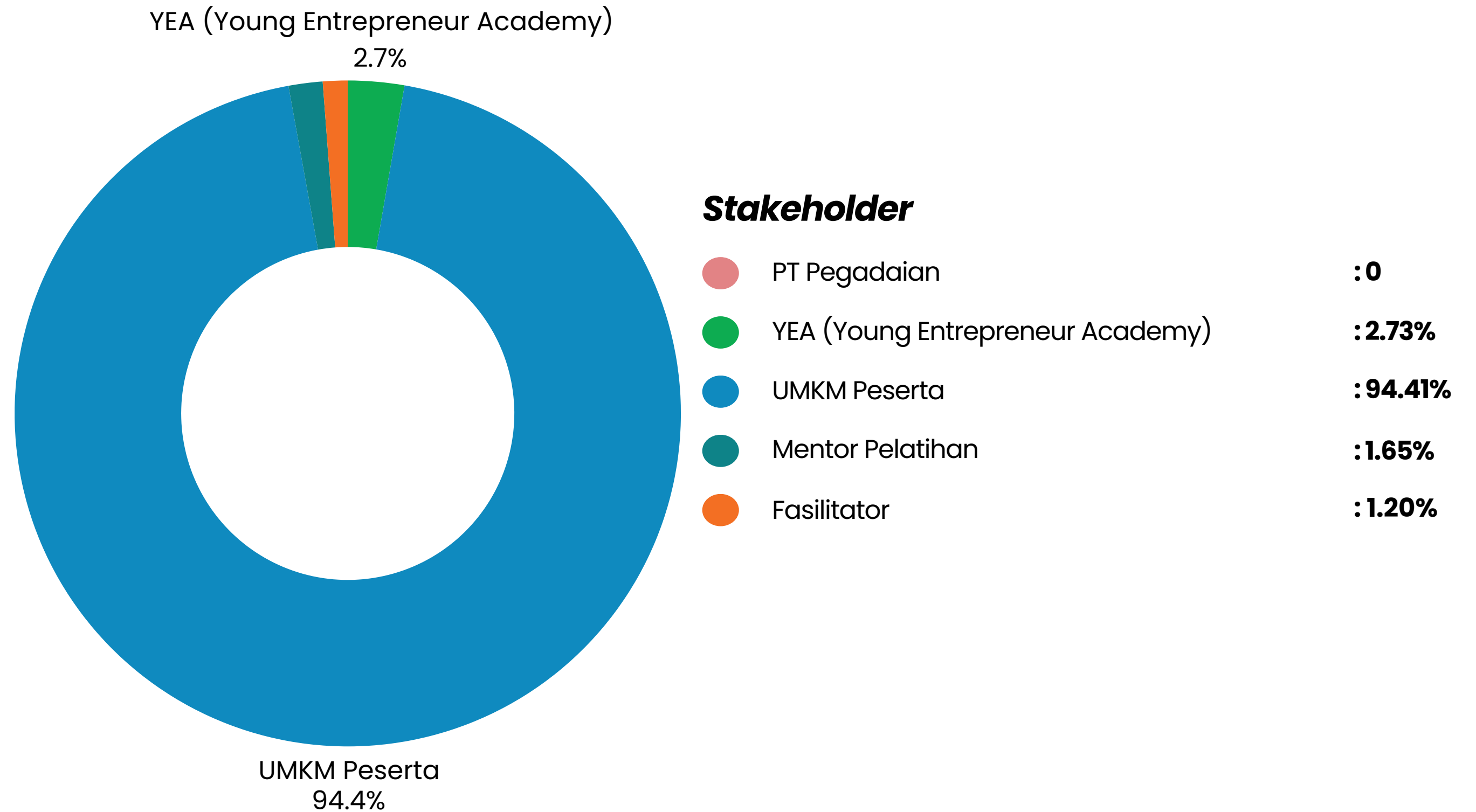
DAMPAK YANG DICIPTAKAN

Perhitungan Biaya Investasi	Impact (Rp)	Persentase Impact (%)
Mentor		
1. Peningkatan Pendapatan Mentor	349,089,000	0.92%
2. Penghematan Biaya Transportasi Mentor	90,315,815	0.24%
3. Penghematan Biaya Akomodasi Mentor	161,500,000	0.42%
4. Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Mentor	30,000,000	0.08%
Fasilitator		
1. Peningkatan Pendapatan Fasilitator YEA	164,004,508	0.43%
2. Penghematan Biaya Transportasi Fasilitator YEA	164,000,000	0.43%
3. Penghematan Biaya Akomodasi Fasilitator YEA	122,400,000	0.32%
4. Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Fasilitator YEA	6,000,000	0.02%
TOTAL	38,133,131,331	100%

PERHITUNGAN NILAI SROI

Perhitungan Biaya Investasi	Tahun 2024 (Rp 3,356,640,000)
<i>Disc. Value</i>	4.75%
PVIF Suku Bunga Rata-rata BI	1.0475
<i>Total PV Impact</i>	36,403,943,992
PV Investasi	3,059,121,331
SROI Rasio	11.90

GRAFIK PERSENTASE STAKEHOLDER TERDAMPAK



(SIMPULAN

- PT Pegadaian memberikan bantuan Program Gadepreneur dengan nilai investasi yang dikeluarkan Rp 3,356,640,000 di tahun 2024, adapun aktivitas yang dilakukan berupa pelatihan dan pendampingan program mulai dari online hingga offline.
- Secara garis besar, nilai SROI menunjukkan Social Value di tahun 2024 untuk Program Gadepreneur yang dilakukan oleh PT Pegadaian memiliki nilai 1 : 11,9 Yang artinya setiap Rp 1 yang diinvestasikan perusahaan, memberikan dampak sebesar Rp 11,9 di tahun 2024.
- Dampak terbesar dirasakan oleh Peserta UMKM sebesar 94,41% % kemudian YEA sebesar 2,73% dan Mentor Pelatihan 1,65% terakhir pada fasilitator YEA sebesar 1.20%.



PROGRAM ROAD TO GADEPRENEUR 2025

PT PEGADAIAN

RUANG LINGKUP & METODE



Metode pengukuran ini memanfaatkan **Social Return on Investment (SROI) tipe evaluatif** dan **Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM)** untuk mengevaluasi dampak selama **periode 1 tahun** pada Road to Gadepreneur tahun 2025. IKM Road to Gadepreneur tergabung dengan Gadepreneur 2025 karena berlangsung di tahun yang sama.



Pengambilan data internal dilakukan di **Peserta Road to Gadepreneur Tahun 2025**. Penelitian ini melibatkan **150 responden**, terdiri dari internal perusahaan, peserta gadepreneur, young entrepreneur academy (YEA) selaku pelaksana program, fasilitator dan narasumber program.



Pengambilan data dilaksanakan pada tanggal **22 Agustus - 10 September 2025**.

SROI

*Social return on
investment*

Program Road to Gadepreneur Tahun 2025

PT Pegadaian



MENETAPKAN RUANG LINGKUP DAN IDENTIFIKASI STAKEHOLDER

Stakeholders yang relevan menurut penelitian adalah sebagai berikut:

Responden	Populasi	Sampel	Metode Pelibatan
PT Pegadaian	1 instansi	1 orang	<ul style="list-style-type: none">• Survei• Wawancara mendalam
YEA (Young Entrepreneur Academy)	1 instansi	2 orang	<ul style="list-style-type: none">• Wawancara mendalam
UMKM Peserta	224 orang	144 orang	<ul style="list-style-type: none">• Wawancara mendalam
Mentor Pelatihan	2 orang	1 orang	<ul style="list-style-type: none">• Wawancara mendalam
Fasilitator	4 orang	2 orang	<ul style="list-style-type: none">• Wawancara mendalam
TOTAL	232 Orang	150 orang	

THEORY OF CHANGE

Stakeholders	How Many In Group	Changes	Inputs Description	Output	Outcomes
Who do we have an effect on?		What do you think will change for them?	What do they invest?	Summary of activity in numbers	How would you describe the change?
PT Pegadaian	1 Instansi	Peningkatan brand image perusahaan	1. Waktu 2. Tenaga 3. Biaya	1. Publikasi media online/offline selama satu tahun	Peningkatan <i>brand awareness</i> perusahaan
YEA (Young Entrepreneur Academy)	1 Instansi	1. Peningkatan Pendapatan YEA 2. Terciptanya Lapangan Kerja	1. Waktu 2. Tenaga	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan perencanaan hingga implementasi program sebanyak 1x kegiatan Menyediakan SDM lokal sebagai panitia sebanyak 5 orang 	<ul style="list-style-type: none"> Adanya Peningkatan Pendapatan YEA Terciptanya Lapangan Kerja

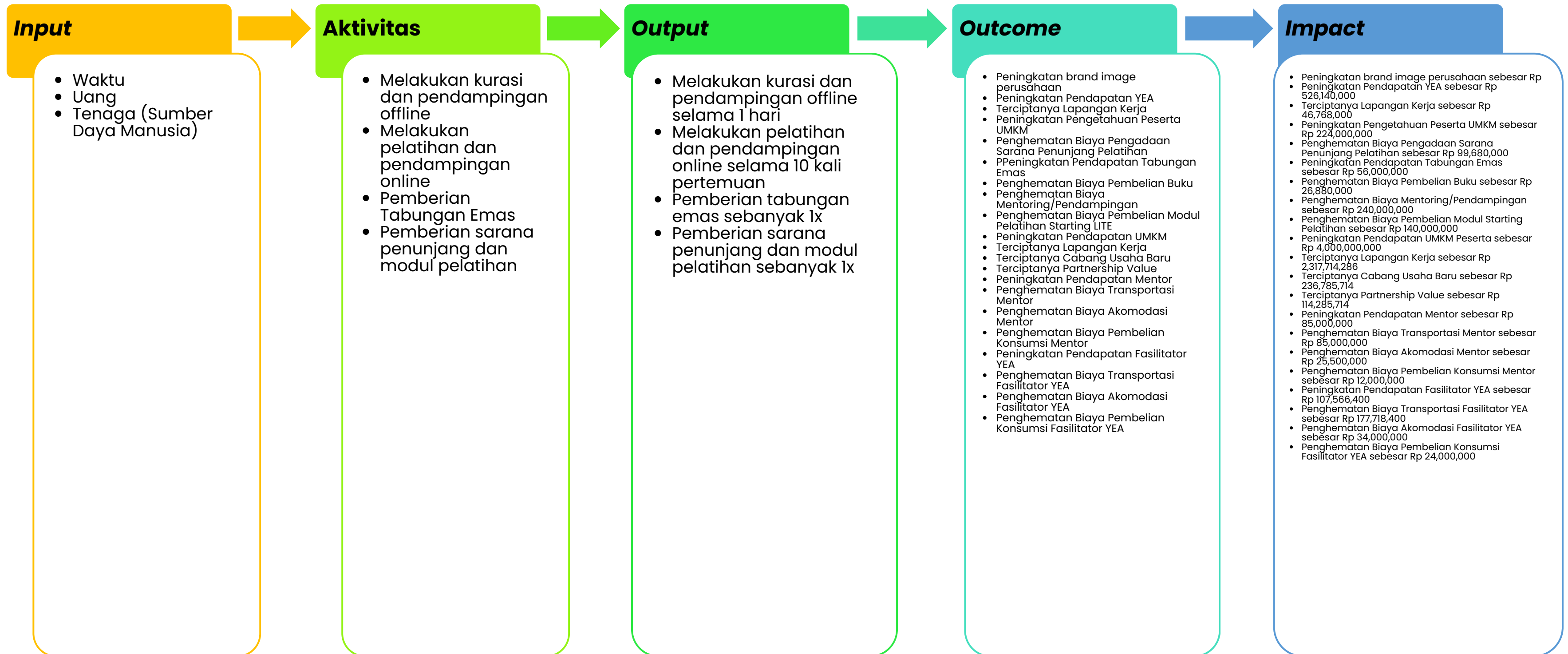
THEORY OF CHANGE

Stakeholders	How Many In Group	Changes	Inputs Description	Output	Outcomes
Who do we have an effect on?		What do you think will change for them?	What do they invest?	Summary of activity in numbers	How would you describe the change?
UMKM Peserta	224 Orang	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan Pengetahuan Peserta UMKM • Penghematan Biaya Pengadaan Sarana Penunjang Pelatihan • Peningkatan Pendapatan Tabungan Emas • Penghematan Biaya Pembelian Buku • Penghematan Biaya Mentoring/Pendampingan • Penghematan Biaya Pembelian Modul Starting Pelatihan • Peningkatan Pendapatan • Terciptanya Lapangan Kerja • Terciptanya Cabang Usaha Baru • Terciptanya Penghematan Pengadaan Alat Produksi • Terciptanya Partnership Value 	1. Waktu 2. Tenaga	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pelatihan bagi UMKM sebanyak 10x • Memberikan tabungan emas sebanyak 1x • Melakukan mentoring/pendampingan sebanyak 1 kali program • Menyediakan modul pelatihan sebanyak 1 modul • Menyediakan buku penunjang usaha sebanyak 1 buah • Menyediakan sarana penunjang pelatihan sebanyak 1x 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya Peningkatan Pengetahuan Peserta UMKM • Adanya Penghematan Biaya Pengadaan Sarana Penunjang Pelatihan • Adanya Peningkatan Pendapatan Tabungan Emas • Adanya Penghematan Biaya Pembelian Buku • Adanya Penghematan Biaya Mentoring/Pendampingan • Adanya Penghematan Biaya Pembelian Modul Starting Pelatihan • Adanya Peningkatan Pendapatan • Adanya Terciptanya Lapangan Kerja • Terciptanya Cabang Usaha Baru • Terciptanya Penghematan Pengadaan Alat Produksi • Adanya Terciptanya Partnership Value

THEORY OF CHANGE

Stakeholders	How Many In Group	Changes	Inputs Description	Output	Outcomes
Who do we have an effect on?		What do you think will change for them?	What do they invest?	Summary of activity in numbers	How would you describe the change?
Mentor	2 Orang	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan Pendapatan Mentor Penghematan Biaya Transportasi Mentor Penghematan Biaya Akomodasi Mentor Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Mentor 	1. Waktu 2. Tenaga	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan penyampaian materi sebanyak 3x kegiatan Memberikan biaya pengganti transportasi mentor sebanyak 1x kegiatan Menyediakan sarana akomodasi mentor sebanyak 1x kegiatan Menyediakan konsumsi mentor sebanyak 1x kegiatan 	<ul style="list-style-type: none"> Adanya Peningkatan Pendapatan Mentor Adanya Penghematan Biaya Transportasi Mentor Adanya Penghematan Biaya Akomodasi Mentor Adanya Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Mentor
Fasilitator	4 Orang	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan Pendapatan Fasilitator YEA Penghematan Biaya Transportasi Fasilitator YEA Penghematan Biaya Akomodasi Fasilitator YEA Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Fasilitator YEA 	1. Waktu 2. Tenaga	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan pendampingan peserta sebanyak 1 kali kegiatan Memberikan transportasi bagi fasilitator sebanyak 1 kali kegiatan Menyediakan akomodasi fasilitator sebanyak 1 kali kegiatan Menyediakan konsumsi bagi fasilitator sebanyak 1 kali kegiatan 	<ul style="list-style-type: none"> Adanya Peningkatan Pendapatan Fasilitator YEA Adanya Penghematan Biaya Transportasi Fasilitator YEA Adanya Penghematan Biaya Akomodasi Fasilitator YEA Adanya Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Fasilitator YEA

MEMETAKAN OUTCOMES



MONETISASI OUTCOMES

Stakeholders	Outcomes	Indocator	Sources	Financial Proxy
Who do we have an effect on? Who has an effect on us?	<i>How would you describe the change?</i>	How would you measure it?	Where did you get the information from?	What proxy would you use to value the change?
PT Pegadaian	Peningkatan <i>brand image</i> perusahaan	Jumlah publikasi media	<ul style="list-style-type: none"> Data internal perusahaan <i>In Depth Interview</i> 	<i>PR Value</i>
YEA (Young Entrepreneur Academy)	Peningkatan Pendapatan YEA	Selisih keuntungan pertahun sesudah dan sebelum program	<ul style="list-style-type: none"> Laporan program Wawancara mendalam 	Keuntungan kelompok
	Terciptanya Lapangan Kerja	Biaya yang diterima pekerja dari gaji selama bekerja		Pendapatan individu

MONETISASI OUTCOMES

Stakeholders	Outcomes	Indocator	Sources	Financial Proxy
Who do we have an effect on? Who has an effect on us?	<i>How would you describe the change?</i>	How would you measure it?	Where did you get the information from?	What proxy would you use to value the change?
UMKM Peserta	Peningkatan Pengetahuan Peserta UMKM	Biaya yang dikeluarkan untuk mengikuti pelatihan sejenis	<ul style="list-style-type: none"> Laporan program Wawancara mendalam 	Biaya pelatihan sejenis
	Penghematan Biaya Pengadaan Sarana Penunjang Pelatihan	Biaya yang dikeluarkan untuk pembelian sarana penunjang pelatihan secara mandiri		Harga sarana penunjang
	Peningkatan Pendapatan Tabungan Emas	Biaya yang diberikan untuk tabungan emas		Biaya tabungan emas
	Penghematan Biaya Pembelian Buku	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pembelian buku		Harga buku
	Penghematan Biaya Mentoring/Pendampingan	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya mengikuti mentoring pendampingan secara mandiri		Biaya mentoring sejenis
	Penghematan Biaya Pembelian Modul Pelatihan Starting LITE	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pembelian modul mandiri		Harga modul

MONETISASI OUTCOMES

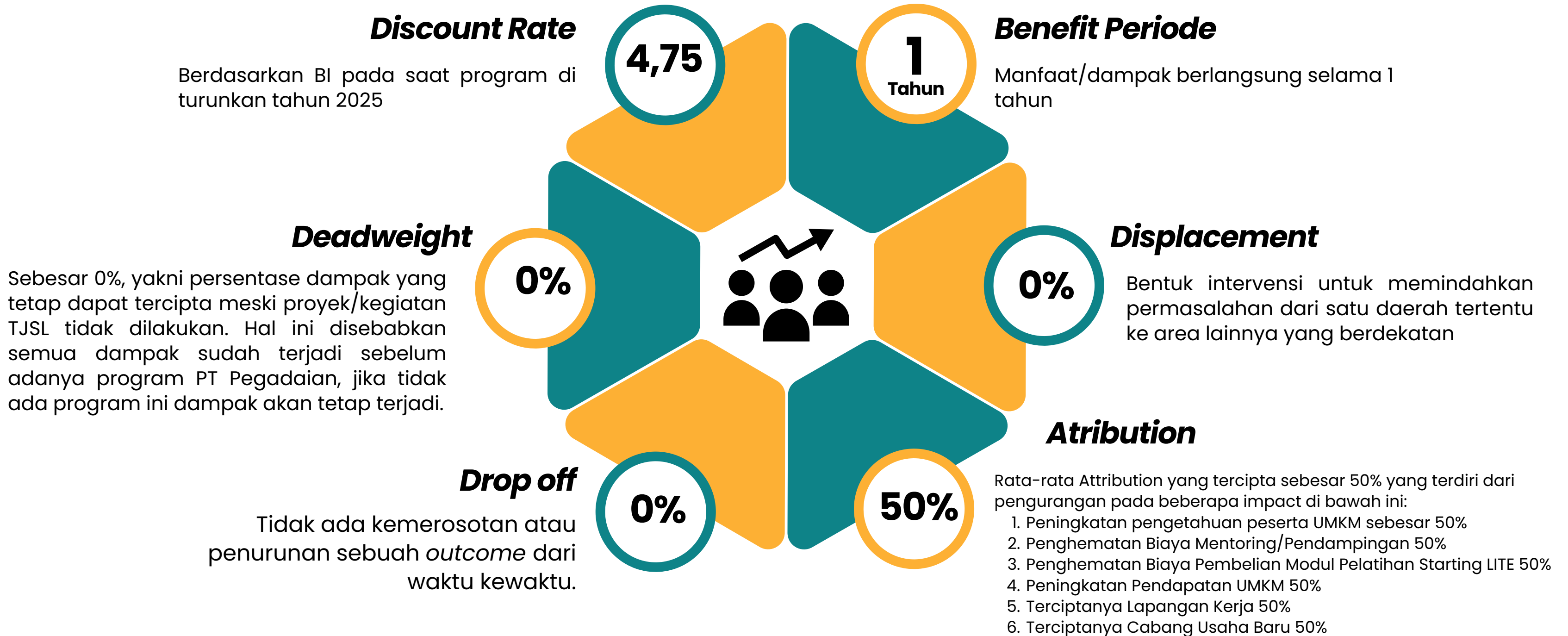
Stakeholders	Outcomes	Indocator	Sources	Financial Proxy
Who do we have an effect on? Who has an effect on us?	<i>How would you describe the change?</i>	How would you measure it?	Where did you get the information from?	What proxy would you use to value the change?
UMKM Peserta	Peningkatan Pendapatan UMKM	Selisih pendapatan sebelum dan setelah program	<ul style="list-style-type: none"> Laporan program Wawancara mendalam 	Selisih pendapatan
	Terciptanya Lapangan Kerja	Biaya yang diterima pekerja baru dari gaji setelah adanya program		Gaji perbulan
	Terciptanya Cabang Usaha Baru	Biaya yang dikeluarkan untuk pembukaan cabang baru		Biaya pengadaan cabang baru
	Terciptanya Penghematan Pengadaan Alat Produksi	Biaya yang dikeluarkan untuk pengadaan alat produksi		Biaya pengadaan alat produksi
	Terciptanya Partnership Value	Biaya yang diterima dari adanya partnership sesama UMKM		Keuntungan hasil partnership



MONETISASI OUTCOMES

Stakeholders	Outcomes	Indocator	Sources	Financial Proxy
Who do we have an effect on? Who has an effect on us?	<i>How would you describe the change?</i>	How would you measure it?	Where did you get the information from?	What proxy would you use to value the change?
Mentor	Peningkatan Pendapatan Mentor	Selisih pendapatan sebelum dan setelah adanya program	<ul style="list-style-type: none"> Laporan program Wawancara mendalam 	Pendapatan individu
	Penghematan Biaya Transportasi Mentor	Biaya yang dikeluarkan untuk transportasi mentor jika secara mandiri		Biaya transportasi
	Penghematan Biaya Akomodasi Mentor	Biaya yang dikeluarkan untuk akomodasi mentor jika secara mandiri		Biaya akomodasi
	Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Mentor	Biaya yang dikeluarkan untuk konsumsi mentor jika secara mandiri		Biaya konsumsi
Fasilitator	Peningkatan Pendapatan Fasilitator YEA	Selisih pendapatan sebelum dan sesudah program	<ul style="list-style-type: none"> Laporan program Wawancara mendalam 	Pendapatan individu
	Penghematan Biaya Transportasi Fasilitator YEA	Biaya yang dikeluarkan fasilitator untuk biaya transportasi secara mandiri		Biaya transportasi
	Penghematan Biaya Akomodasi Fasilitator YEA	Biaya yang dikeluarkan fasilitator untuk biaya akomodasi secara mandiri		Biaya akomodasi
	Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Fasilitator YEA	Biaya yang dikeluarkan fasilitator untuk biaya konsumsi secara mandiri		Biaya konsumsi

MENGHITUNG DAMPAK



PERHITUNGAN NILAI SROI

DAMPAK YANG DICIPTAKAN

Perhitungan Biaya Investasi	Impact (Rp)	Persentase Impact (%)
PT. Pegadaian 1. Peningkatan <i>brand image</i> terhadap perusahaan	0	0%
YEA (Young Entrepreneur Academy) 1. Peningkatan Pendapatan YEA 2. Terciptanya Lapangan Kerja	526,140,000 46,768,000	6.13% 0.55%
UMKM Peserta 1. Peningkatan Pengetahuan Peserta UMKM 2. Penghematan Biaya Pengadaan Sarana Penunjang Pelatihan 3. Peningkatan Pendapatan Tabungan Emas 4. Penghematan Biaya Pembelian Buku 5. Penghematan Biaya Mentoring/Pendampingan	224,000,000 99,680,000 56,000,000 26,880,000 240,000,000	2.61% 1.16% 0.65% 0.31% 2.80%

PERHITUNGAN NILAI SROI

DAMPAK YANG DICIPTAKAN

Perhitungan Biaya Investasi	Impact (Rp)	Persentase Impact (%)
UMKM Peserta		
6. Penghematan Biaya Pembelian Modul Pelatihan Starting LITE	140,000,000	1.63%
7. Peningkatan Pendapatan	4,000,000,000	46.63%
8. Terciptanya Lapangan Kerja	2,317,714,286	27.02%
9. Terciptanya Cabang Usaha Baru	236,785,714	2.76%
10. Terciptanya Partnership Value	114,285,714	1.33%

PERHITUNGAN NILAI SROI

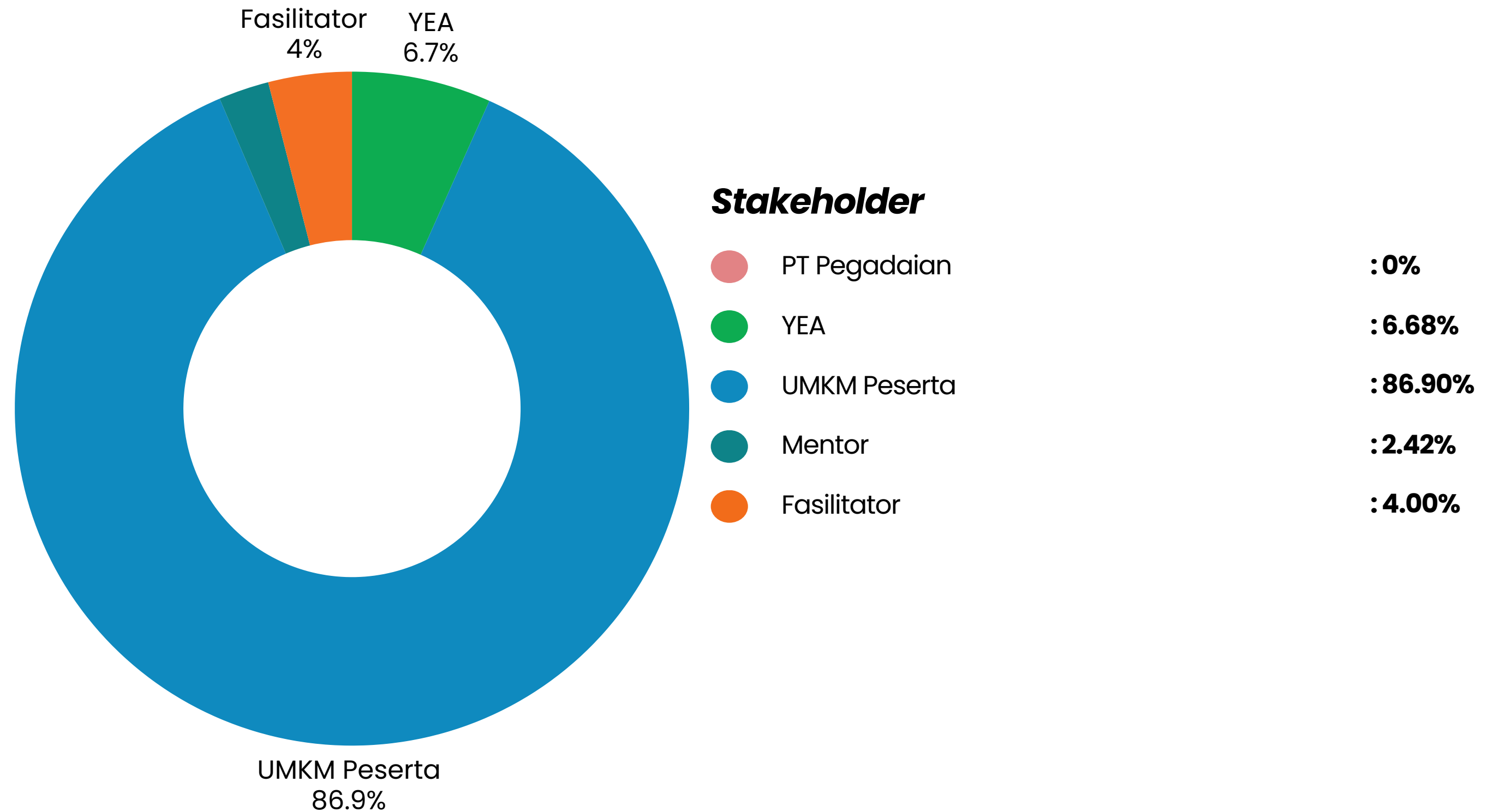
DAMPAK YANG DICIPTAKAN

Perhitungan Biaya Investasi	Impact (Rp)	Persentase Impact (%)
Mentor		
1. Peningkatan Pendapatan Mentor	85,000,000	0.99%
2. Penghematan Biaya Transportasi Mentor	85,000,000	0.99%
3. Penghematan Biaya Akomodasi Mentor	25,500,000	0.30%
4. Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Mentor	12,000,000	0.14%
Fasilitator		
1. Peningkatan Pendapatan Fasilitator YEA	107,566,400	1.25%
2. Penghematan Biaya Transportasi Fasilitator YEA	177,718,400	2.07%
3. Penghematan Biaya Akomodasi Fasilitator YEA	34,000,000	0.40%
4. Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Fasilitator YEA	24,000,000	0.28%
TOTAL	8,579,038,514	100%

PERHITUNGAN NILAI SROI

Perhitungan Biaya Investasi	RtG Tahun 2025 (Rp 1,753,800,000)
<i>Disc. Value</i>	4.75%
PVIF Suku Bunga Rata-rata BI	1.0475
<i>Total PV Impact</i>	8,190,012,901
PV Investasi	1,674,272,076
SROI Rasio	1:4.89

GRAFIK PERSENTASE STAKEHOLDER TERDAMPAK



(SIMPULAN

- PT Pegadaian memberikan bantuan Program Road to Gadepreneur dengan nilai investasi yang dikeluarkan **Rp 1,753,800,000** di tahun 2025, adapun aktivitas yang dilakukan berupa pelatihan dan pendampingan program mulai dari online hingga offline.
- Secara garis besar, nilai SROI menunjukkan Social Value di tahun 2025 untuk Program Road to Gadepreneur yang dilakukan oleh PT Pegadaian memiliki nilai **1 : 1:4.89** Yang artinya setiap Rp 1 yang diinvestasikan perusahaan, memberikan dampak sebesar **Rp 4,89** di tahun 2025.
- Dampak terbesar dirasakan oleh UMKM Peserta sebesar **86.90%** kemudian YEA sebesar **6.68%** dan Mentor **2.42%** terakhir ada pada Fasilitator sebesar **4.00%**.



PROGRAM GADEPRENEUR 2025

PT PEGADAIAN

RUANG LINGKUP & METODE



Metode pengukuran ini memanfaatkan **Social Return on Investment (SROI) tipe evaluatif** dan **Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM)** untuk mengevaluasi dampak selama **periode 1 tahun** pada tahun 2025



Pengambilan data internal dilakukan di **Peserta Gadepreneur Tahun 2025**. Penelitian ini melibatkan **199 responden**, terdiri dari internal perusahaan, peserta gadepreneur, young entrepreneur academy (YEA) selaku pelaksana program, fasilitator dan narasumber program.



Pengambilan data dilaksanakan pada tanggal **22 Agustus - 10 September 2025**.

IKM

**INDEKS KEPUASAN
MASYARAKAT**

Program Gadepreneur Tahun 2025

PT Pegadaian



IKM – ASPEK PERENCANAAN

Indikator	Rata-Rata Kinerja	Rata-Rata Kepentingan	<i>ServQuality</i>	Tingkat Kesesuaian	Kesimpulan
Kesesuaian bantuan program dengan kebutuhan	3,829	3,711	-0,118	96,610	Sangat Baik
Kemudahan prosedur pengajuan program bantuan	3,717	3,797	0,080	98,636	Sangat Baik
Sosialisasi program TJSL	3,829	3,278	-0,551	85,781	Sangat Baik
Kebutuhan keberadaan kegiatan TJSL yang dilakukan kepada masyarakat	3,845	3,594	-0,251	93,684	Sangat Baik
Keterlibatan pemerintah setempat dan tokoh masyarakat	3,353	3,642	0,289	94,396	Sangat Baik
Rata-Rata	3,705	3,580	-0,110	93,821	Sangat Baik

IKM – ASPEK PELAKSANAAN

Indikator	Rata-Rata Kinerja	Rata-Rata Kepentingan	<i>ServQuality</i>	Tingkat Kesesuaian	Kesimpulan
Kejelasan mekanisme/prosedur pelaksanaan program TJSL	3,594	3,396	-0,198	88,487	Sangat Baik
Kejelasan jenis program TJSL	3,797	3,417	-0,380	89,225	Sangat Baik
Ketepatan jadwal pelaksanaan program TJSL	3,706	3,583	-0,123	93,278	Sangat Baik
Kejelasan/keterbukaan informasi tentang anggaran/pembiayaan program TJSL	3,396	3,690	0,294	95,642	Sangat Baik
Kesesuaian antara perencanaan program dengan pelaksanaan program TJSL	3,738	3,706	-0,032	96,385	Sangat Baik

IKM – ASPEK PELAKSANAAN

Indikator	Rata-Rata Kinerja	Rata-Rata Kepentingan	<i>ServQuality</i>	Tingkat Kesesuaian	Kesimpulan
Pendampingan yang intensif dalam pelaksanaan program TJSL	3,914	3,754	-0,160	97,765	Sangat Baik
Kompetensi trainer atau pendamping program	3,840	3,684	-0,155	95,952	Sangat Baik
Keberadaan sistem penanganan aduan, saran dan kritik terkait program	3,460	3,376	-0,084	87,868	Sangat Baik
Pemberian sarana prasarana pendukung program	3,813	3,530	-0,283	92,064	Sangat Baik
Rata-rata	3,695	3,571	-0,124	92,963	Sangat Baik



IKM - ASPEK MONEV, DAMPAK, KEBERLANJUTAN

Indikator	Rata-Rata Kinerja	Rata-Rata Kepentingan	<i>ServQuality</i>	Tingkat Kesesuaian	Kesimpulan
Pemantauan dan evaluasi pelaksanaan program TJSL secara berkala	3,733	3,561	-0,171	92,770	Sangat Baik
Indikator	Rata-Rata Kinerja	Rata-Rata Kepentingan	<i>ServQuality</i>	Tingkat Kesesuaian	Kesimpulan
Dampak program TJSL untuk masyarakat	3,579	3,476	-0,103	90,478	Sangat Baik
Indikator	Rata-Rata Kinerja	Rata-Rata Kepentingan	<i>ServQuality</i>	Tingkat Kesesuaian	Kesimpulan
K keberlanjutan manfaat dari program TJSL	3,840	3,663	-0,176	95,417	Sangat Baik

Berdasarkan perhitungan,
maka nilai indeks
kepentingan sebesar

3,580

Nilai IKM Kepentingan setelah dikonversi =
Nilai Indeks x Nilai Penimbang =
 $3,580 \times 25 = 89,497$

Mutu Kepentingan termasuk
Kategori A

Tingkat Kepentingan adalah
Sangat Penting

Berdasarkan perhitungan,
maka nilai indeks
kepuasan sebesar

3,705

Nilai IKM Kinerja setelah dikonversi = Nilai
Indeks x Nilai Penimbang =
 $3,705 \times 25 = \mathbf{92,618}$

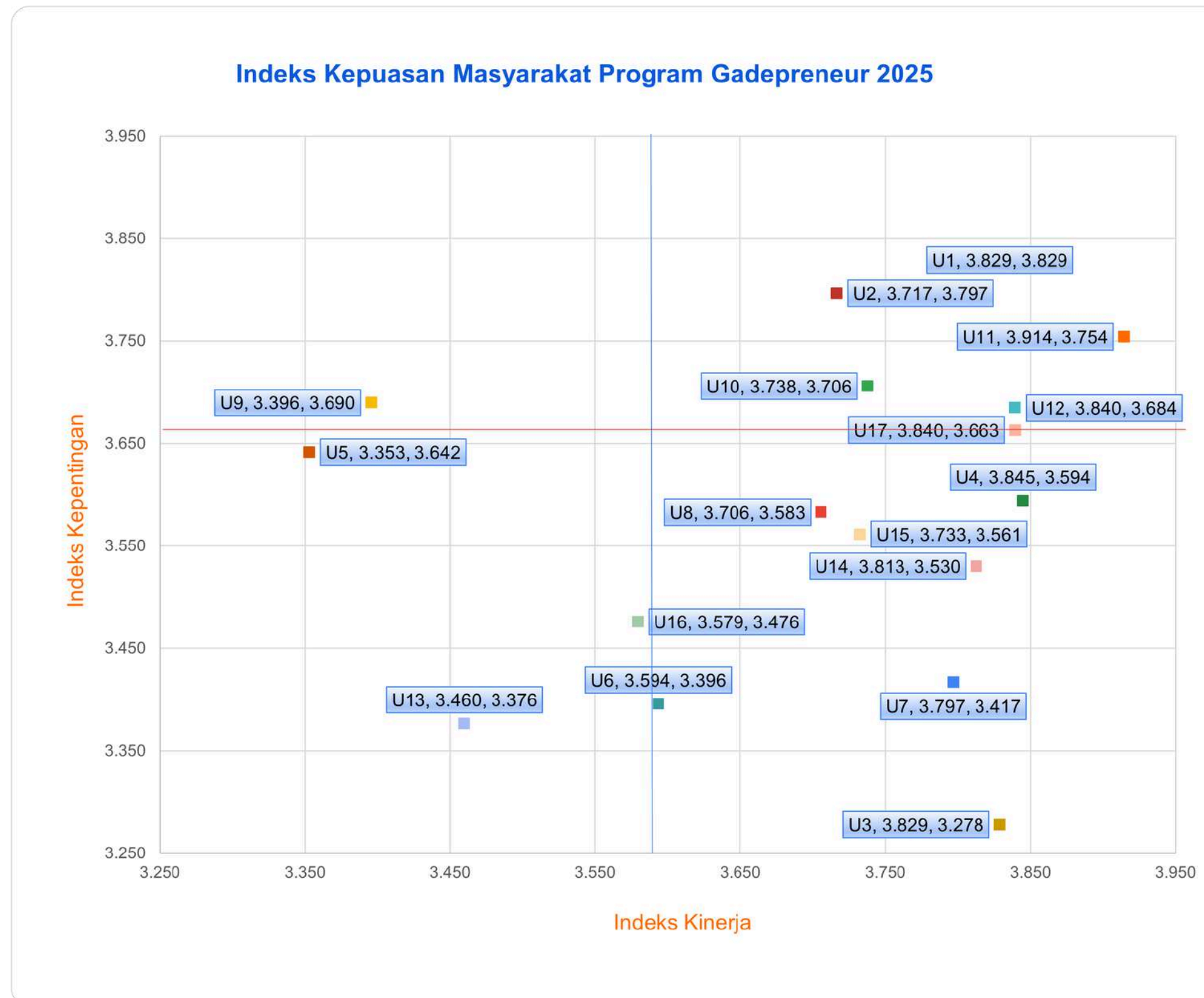
Mutu Kepentingan termasuk
Kategori A

Tingkat Kepuasan adalah
Sangat Puas

Prioritas secara umum adalah mempertahankan dan
meningkatkan kualitas pelayanan



IKM - DIAGRAM CARTESIUS PROGRAM



SROI

*Social return on
investment*

Program Gadepreneur Tahun 2025



MENETAPKAN RUANG LINGKUP DAN IDENTIFIKASI STAKEHOLDER

Stakeholders yang relevan menurut penelitian adalah sebagai berikut:

Responden	Populasi	Sampel	Metode Pelibatan
PT Pegadaian	1 instansi	1 orang	<ul style="list-style-type: none">• Survei• Wawancara mendalam
YEA (Young Entrepreneur Academy)	1 instansi	2 orang	<ul style="list-style-type: none">• Wawancara mendalam
UMKM Peserta	372 orang	193 orang	<ul style="list-style-type: none">• Wawancara mendalam
Mentor Pelatihan	3 orang	1 orang	<ul style="list-style-type: none">• Wawancara mendalam
Fasilitator	6 orang	2 orang	<ul style="list-style-type: none">• Wawancara mendalam
TOTAL	382 Orang	199 Orang	

THEORY OF CHANGE

Stakeholders	How Many In Group	Changes	Inputs Description	Output	Outcomes
Who do we have an effect on?		What do you think will change for them?	What do they invest?	Summary of activity in numbers	How would you describe the change?
PT Pegadaian	1 Instansi	Peningkatan brand image perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Waktu 2. Tenaga 3. Biaya 	1. Publikasi media online/offline selama satu tahun	Peningkatan <i>brand awareness</i> perusahaan
YEA (Young Entrepreneur Academy)	1 Instansi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan Pendapatan YEA 2. Terciptanya Lapangan Kerja 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Waktu 2. Tenaga 	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan perencanaan hingga implementasi program sebanyak 1x kegiatan • Menyediakan SDM lokal sebagai panitia sebanyak 5 orang 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya Peningkatan Pendapatan YEA • Terciptanya Lapangan Kerja

THEORY OF CHANGE

Stakeholders	How Many In Group	Changes	Inputs Description	Output	Outcomes
Who do we have an effect on?		What do you think will change for them?	What do they invest?	Summary of activity in numbers	How would you describe the change?
UMKM Peserta	372 Orang	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan Pengetahuan Peserta UMKM • Penghematan Biaya Pengadaan Sarana Penunjang Pelatihan • Peningkatan Pendapatan Tabungan Emas • Penghematan Biaya Pembelian Buku • Penghematan Biaya Mentoring/Pendampingan • Penghematan Biaya Pembelian Modul Starting Pelatihan • Peningkatan Pendapatan • Terciptanya Lapangan Kerja • Penghematan Biaya Pembelian Kemasan 	1. Waktu 2. Tenaga	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pelatihan bagi UMKM sebanyak 10x • Melakukan mentoring/pendampingan sebanyak 1 kali program • Menyediakan modul pelatihan sebanyak 1 modul • Menyediakan buku penunjang usaha sebanyak 1 buah • Menyediakan sarana penunjang pelatihan sebanyak 1x • Peningkatan pendapatan tabungan emas 1x • Memberikan kemasan penunjang usaha sebanyak 1x 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya Peningkatan Pengetahuan Peserta UMKM • Adanya Penghematan Biaya Pengadaan Sarana Penunjang Pelatihan • Adanya Peningkatan Pendapatan Tabungan Emas • Adanya Penghematan Biaya Pembelian Buku • Adanya Penghematan Biaya Mentoring/Pendampingan • Adanya Penghematan Biaya Pembelian Modul Starting Pelatihan • Adanya Peningkatan Pendapatan • Adanya Terciptanya Lapangan Kerja • Adanya Penghematan Biaya Pembelian Kemasan

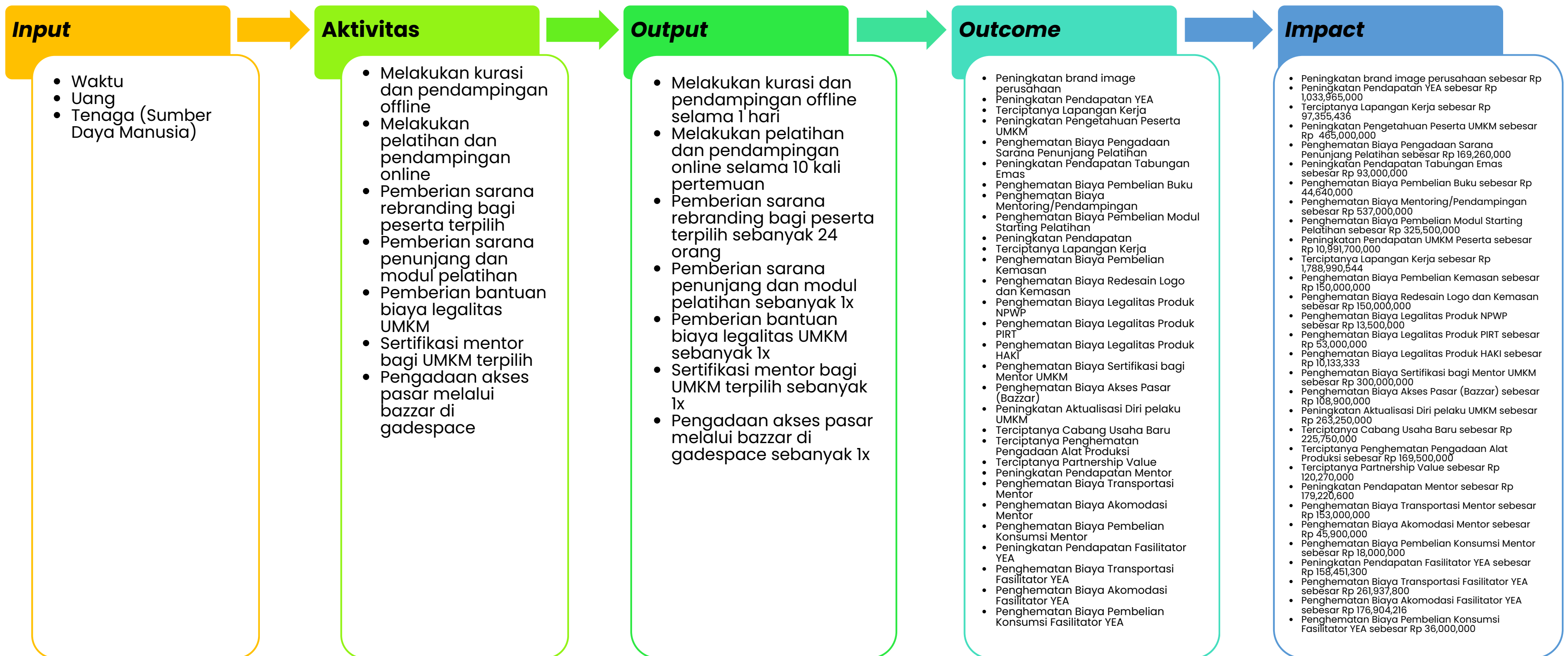
THEORY OF CHANGE

Stakeholders	How Many In Group	Changes	Inputs Description	Output	Outcomes
Who do we have an effect on?		What do you think will change for them?	What do they invest?	Summary of activity in numbers	How would you describe the change?
UMKM Peserta	372 Orang	<ul style="list-style-type: none"> • Penghematan Biaya Redesain Logo dan Kemasan • Penghematan Biaya Legalitas Produk NPWP • Penghematan Biaya Legalitas Produk PIRT • Penghematan Biaya Legalitas Produk HAKI • Penghematan Biaya Sertifikasi bagi Mentor UMKM • Penghematan Biaya Akses Pasar (Bazaar) • Peningkatan Aktualisasi Diri pelaku UMKM • Terciptanya Cabang Usaha Baru • Terciptanya Penghematan Pengadaan Alat Produksi • Terciptanya Partnership Value 	1. Waktu 2. Tenaga	<ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan jasa pembuatan redesain logo dan kemasan sebanyak 1x • Menyediakan jasa legalitas produk UMKM (NPWP, PIRT, HAKI) sebanyak 1x • Menyediakan sertifikasi mentor bagi UMKM sebanyak 1x 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya Penghematan Biaya Redesain Logo dan Kemasan • Adanya Penghematan Biaya Legalitas Produk NPWP • Adanya Penghematan Biaya Legalitas Produk PIRT • Adanya Penghematan Biaya Legalitas Produk HAKI • Adanya Penghematan Biaya Sertifikasi bagi Mentor UMKM • Adanya Penghematan Biaya Akses Pasar (Bazaar) • Adanya Peningkatan Aktualisasi Diri pelaku UMKM • Terciptanya Cabang Usaha Baru • Terciptanya Penghematan Pengadaan Alat Produksi • Adanya Terciptanya Partnership Value

THEORY OF CHANGE

Stakeholders	How Many In Group	Changes	Inputs Description	Output	Outcomes
Who do we have an effect on?		What do you think will change for them?	What do they invest?	Summary of activity in numbers	How would you describe the change?
Mentor	3 Orang	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan Pendapatan Mentor • Penghematan Biaya Transportasi Mentor • Penghematan Biaya Akomodasi Mentor • Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Mentor 	1. Waktu 2. Tenaga	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan penyampaian materi sebanyak 3x kegiatan • Memberikan biaya pengganti transportasi mentor sebanyak 1x kegiatan • Menyediakan sarana akomodasi mentor sebanyak 1x kegiatan • Menyediakan konsumsi mentor sebanyak 1x kegiatan 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya Peningkatan Pendapatan Mentor • Adanya Penghematan Biaya Transportasi Mentor • Adanya Penghematan Biaya Akomodasi Mentor • Adanya Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Mentor
Fasilitator	6 Orang	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan Pendapatan Fasilitator YEA • Penghematan Biaya Transportasi Fasilitator YEA • Penghematan Biaya Akomodasi Fasilitator YEA • Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Fasilitator YEA 	1. Waktu 2. Tenaga	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pendampingan peserta sebanyak 1 kali kegiatan • Memberikan transportasi bagi fasilitator sebanyak 1 kali kegiatan • Menyediakan akomodasi fasilitator sebanyak 1 kali kegiatan • Menyediakan konsumsi bagi fasilitator sebanyak 1 kali kegiatan 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya Peningkatan Pendapatan Fasilitator YEA • Adanya Penghematan Biaya Transportasi Fasilitator YEA • Adanya Penghematan Biaya Akomodasi Fasilitator YEA • Adanya Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Fasilitator YEA

MEMETAKAN OUTCOMES



MONETISASI OUTCOMES

Stakeholders	Outcomes	Indocator	Sources	Financial Proxy
Who do we have an effect on? Who has an effect on us?	<i>How would you describe the change?</i>	How would you measure it?	Where did you get the information from?	What proxy would you use to value the change?
PT Pegadaian	Peningkatan <i>brand image</i> perusahaan	Jumlah publikasi media	<ul style="list-style-type: none"> Data internal perusahaan <i>In Depth Interview</i> 	<i>PR Value</i>
YEA (Young Entrepreneur Academy)	Peningkatan Pendapatan YEA	Selisih keuntungan pertahun sesudah dan sebelum program	<ul style="list-style-type: none"> Laporan program Wawancara mendalam 	Keuntungan kelompok
	Terciptanya Lapangan Kerja	Biaya yang diterima pekerja dari gaji selama bekerja		Pendapatan individu

MONETISASI OUTCOMES

Stakeholders	Outcomes	Indocator	Sources	Financial Proxy
Who do we have an effect on? Who has an effect on us?	<i>How would you describe the change?</i>	How would you measure it?	Where did you get the information from?	What proxy would you use to value the change?
UMKM Peserta	Peningkatan Pengetahuan Peserta UMKM	Biaya yang dikeluarkan untuk mengikuti pelatihan sejenis	<ul style="list-style-type: none"> Laporan program Wawancara mendalam 	Biaya pelatihan sejenis
	Penghematan Biaya Pengadaan Sarana Penunjang Pelatihan	Biaya yang dikeluarkan untuk pembelian sarana penunjang pelatihan secara mandiri		Harga sarana penunjang
	Peningkatan Pendapatan Tabungan Emas	Biaya yang diberikan untuk tabungan emas		Biaya tabungan emas
	Penghematan Biaya Pembelian Buku	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pembelian buku		Harga buku
	Penghematan Biaya Mentoring/Pendampingan	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya mengikuti mentoring pendampingan secara mandiri		Biaya mentoring sejenis
	Penghematan Biaya Pembelian Modul Starting Pelatihan	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pembelian modul mandiri		Harga modul



MONETISASI OUTCOMES

Stakeholders	Outcomes	Indocator	Sources	Financial Proxy
Who do we have an effect on? Who has an effect on us?	How would you describe the change?	How would you measure it?	Where did you get the information from?	What proxy would you use to value the change?
UMKM Peserta	Peningkatan Pendapatan UMKM	Selisih pendapatan sebelum dan setelah program	<ul style="list-style-type: none"> Laporan program Wawancara mendalam 	Selisih pendapatan
	Terciptanya Lapangan Kerja	Biaya yang diterima pekerja baru dari gaji setelah adanya program		Gaji perbulan
	Penghematan Biaya Pembelian Kemasan	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pembelian kemasan secara mandiri		Biaya pembelian kemasan
	Penghematan Biaya Redesain Logo dan Kemasan	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya redesain logo dan kemasan		Biaya redesain serupa
	Penghematan Biaya Legalitas Produk NPWP	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pendaftaran legalitas produk secara mandiri		Harga pendaftaran legalitas usaha
	Penghematan Biaya Legalitas Produk PIRT	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pendaftaran legalitas produk secara mandiri		Harga pendaftaran legalitas usaha
	Penghematan Biaya Legalitas Produk HAKI	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya pendaftaran legalitas produk secara mandiri		Harga pendaftaran legalitas usaha

MONETISASI OUTCOMES

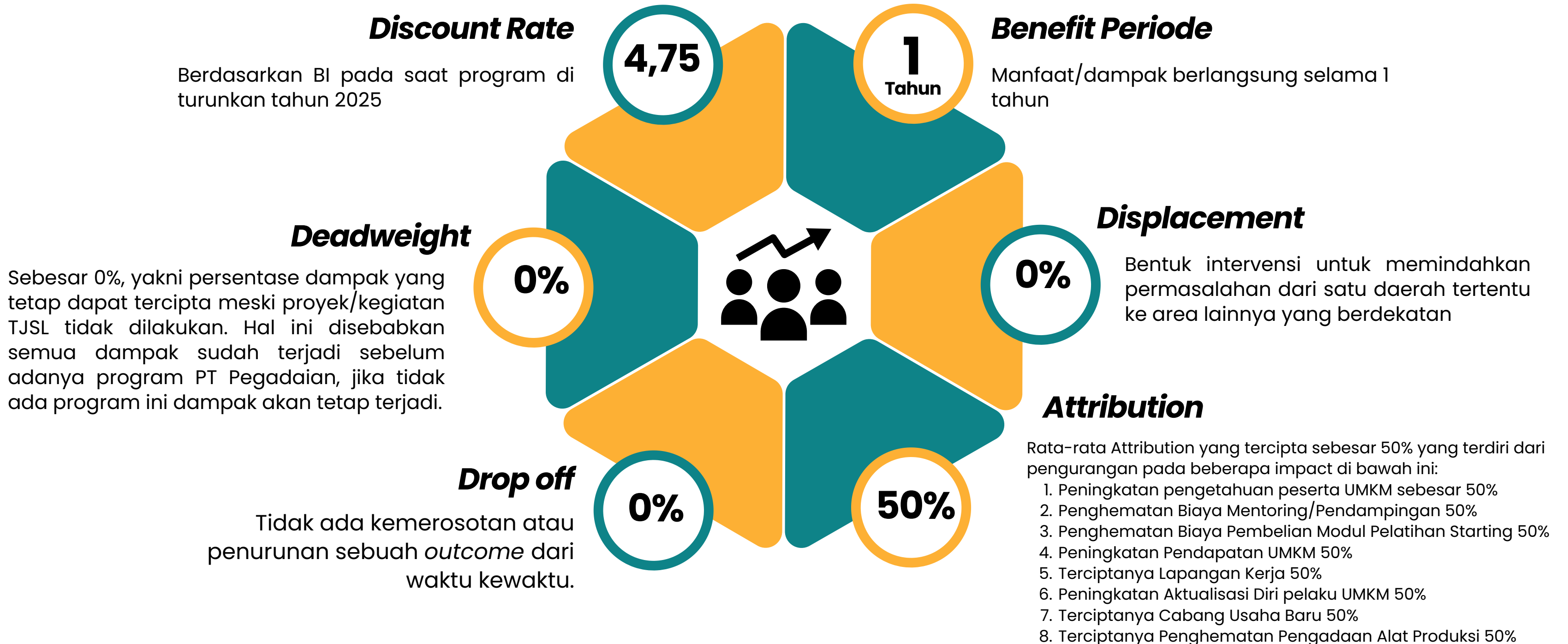
Stakeholders	Outcomes	Indocator	Sources	Financial Proxy
Who do we have an effect on? Who has an effect on us?	<i>How would you describe the change?</i>	How would you measure it?	Where did you get the information from?	What proxy would you use to value the change?
UMKM Peserta	Penghematan Biaya Sertifikasi bagi Mentor UMKM	Biaya sertifikasi serupa	<ul style="list-style-type: none"> Laporan program Wawancara mendalam 	Harga sertifikasi serupa
	Penghematan Biaya Akses Pasar (Bazaar)	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya penyewaan stand secara mandiri		Harga stand serupa
	Peningkatan Aktualisasi Diri pelaku UMKM	Biaya yang diterima dari adanya aktualisasi diri		Insentif menjadi narasumber
	Terciptanya Cabang Usaha Baru	Biaya yang dikeluarkan untuk pembukaan cabang baru		Biaya pengadaan cabang baru
	Terciptanya Penghematan Pengadaan Alat Produksi	Biaya yang dikeluarkan untuk pengadaan alat produksi		Biaya pengadaan alat produksi
	Terciptanya Partnership Value	Biaya yang diterima dari adanya partnership sesama UMKM		Keuntungan hasil partnership



MONETISASI OUTCOMES

Stakeholders	Outcomes	Indocator	Sources	Financial Proxy
Who do we have an effect on? Who has an effect on us?	<i>How would you describe the change?</i>	How would you measure it?	Where did you get the information from?	What proxy would you use to value the change?
Mentor	Peningkatan Pendapatan Mentor	Selisih pendapatan sebelum dan setelah adanya program	<ul style="list-style-type: none"> Laporan program Wawancara mendalam 	Pendapatan individu
	Penghematan Biaya Transportasi Mentor	Biaya yang dikeluarkan untuk transportasi mentor jika secara mandiri		Biaya transportasi
	Penghematan Biaya Akomodasi Mentor	Biaya yang dikeluarkan untuk akomodasi mentor jika secara mandiri		Biaya akomodasi
	Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Mentor	Biaya yang dikeluarkan untuk konsumsi mentor jika secara mandiri		Biaya konsumsi
Fasilitator	Peningkatan Pendapatan Fasilitator YEA	Selisih pendapatan sebelum dan sesudah program	<ul style="list-style-type: none"> Laporan program Wawancara mendalam 	Pendapatan individu
	Penghematan Biaya Transportasi Fasilitator YEA	Biaya yang dikeluarkan fasilitator untuk biaya transportasi secara mandiri		Biaya transportasi
	Penghematan Biaya Akomodasi Fasilitator YEA	Biaya yang dikeluarkan fasilitator untuk biaya akomodasi secara mandiri		Biaya akomodasi
	Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Fasilitator YEA	Biaya yang dikeluarkan fasilitator untuk biaya konsumsi secara mandiri		Biaya konsumsi

MENGHITUNG DAMPAK



PERHITUNGAN NILAI SROI

DAMPAK YANG DICIPTAKAN

Perhitungan Biaya Investasi	Impact (Rp)	Persentase Impact (%)
PT. Pegadaian		
1. Peningkatan <i>brand image</i> terhadap perusahaan	0	0%
YEA (Young Entrepreneur Academy)		6.13%
1. Peningkatan Pendapatan YEA	1,033,965,000	0.55%
2. Terciptanya Lapangan Kerja	97,355,436	
UMKM Peserta		
1. Peningkatan Pengetahuan Peserta UMKM	465,000,000	2.61%
2. Penghematan Biaya Pengadaan Sarana Penunjang Pelatihan	169,260,000	1.16%
3. Peningkatan Pendapatan Tabungan Emas	93,000,000	0.65%
4. Penghematan Biaya Pembelian Buku	44,640,000	0.31%
5. Penghematan Biaya Mentoring/Pendampingan	537,000,000	2.80%

PERHITUNGAN NILAI SROI

DAMPAK YANG DICIPTAKAN

Perhitungan Biaya Investasi	Impact (Rp)	Persentase Impact (%)
UMKM Peserta	325,500,000	1.79%
6. Penghematan Biaya Pembelian Modul Starting Pelatihan	10,991,700,000	60.59%
7. Peningkatan Pendapatan	1,788,990,544	9.86%
8. Terciptanya Lapangan Kerja	150,000,000	0.83%
9. Penghematan Biaya Pembelian Kemasan	150,000,000	0.83%
10. Penghematan Biaya Redesain Logo dan Kemasan	13,500,000	0.07%
11. Penghematan Biaya Legalitas Produk NPWP	53,000,000	0.29%
12. Penghematan Biaya Legalitas Produk PIRT	10,133,333	0.06%
13. Penghematan Biaya Legalitas Produk HAKI	300,000,000	1.65%
14. Penghematan Biaya Sertifikasi bagi Mentor UMKM	108,900,000	0.60%
15. Penghematan Biaya Akses Pasar (Bazzar)	263,250,000	1.45%
16. Peningkatan Aktualisasi Diri pelaku UMKM	225,750,000	1.24%
17. Terciptanya Cabang Usaha Baru	169,500,000	0.93%
18. Terciptanya Penghematan Pengadaan Alat Produksi	120,270,000	0.66%
19. Terciptanya Partnership Value		

PERHITUNGAN NILAI SROI

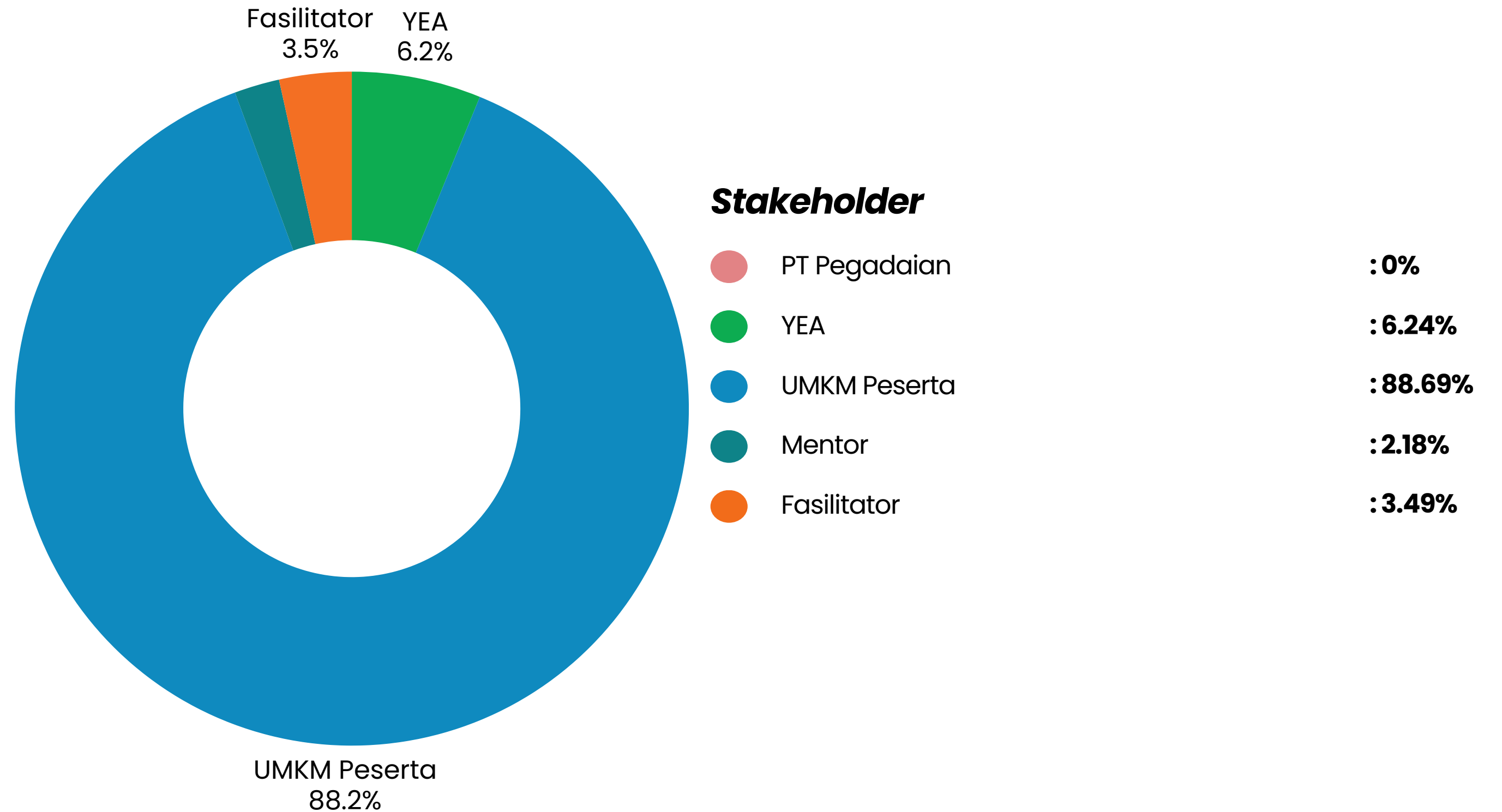
DAMPAK YANG DICIPTAKAN

Perhitungan Biaya Investasi	Impact (Rp)	Persentase Impact (%)
Mentor		
1. Peningkatan Pendapatan Mentor	179,220,600	0.74%
2. Penghematan Biaya Transportasi Mentor	153,000,000	0.20%
3. Penghematan Biaya Akomodasi Mentor	45,900,000	0.24%
4. Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Mentor	18,000,000	0.02%
Fasilitator		
1. Peningkatan Pendapatan Fasilitator YEA	158,451,300	0.30%
2. Penghematan Biaya Transportasi Fasilitator YEA	261,937,800	0.19%
3. Penghematan Biaya Akomodasi Fasilitator YEA	176,904,216	0.25%
4. Penghematan Biaya Pembelian Konsumsi Fasilitator YEA	36,000,000	0.02%
TOTAL	18,140,128,230	100%

PERHITUNGAN NILAI SROI

Perhitungan Biaya Investasi	Tahun 2025 (Rp 3,446,550,000)
<i>Disc. Value</i>	4.75%
PVIF Suku Bunga Rata-rata BI	1.0475
<i>Total PV Impact</i>	17,317,544,849
PV Investasi	3,290,262,529.83
SROI Rasio	1:5.26

GRAFIK PERSENTASE STAKEHOLDER TERDAMPAK



(SIMPULAN

- PT Pegadaian memberikan bantuan Program Gadepreneur dengan nilai investasi yang dikeluarkan **Rp 3,446,550,000** di tahun 2025, adapun aktivitas yang dilakukan berupa pelatihan dan pendampingan program mulai dari online hingga offline.
- Secara garis besar, nilai SROI menunjukkan Social Value di tahun 2025 untuk Program Gadepreneur yang dilakukan oleh PT Pegadaian memiliki nilai **1 : 1:5.26** Yang artinya setiap Rp 1 yang diinvestasikan perusahaan, memberikan dampak sebesar **Rp 5,26** di tahun 2025.
- Dampak terbesar dirasakan oleh UMKM Peserta sebesar **88.69%** kemudian YEA sebesar **6.24%** dan Mentor **2.18%** terakhir ada pada Fasilitator sebesar **3.49%**.

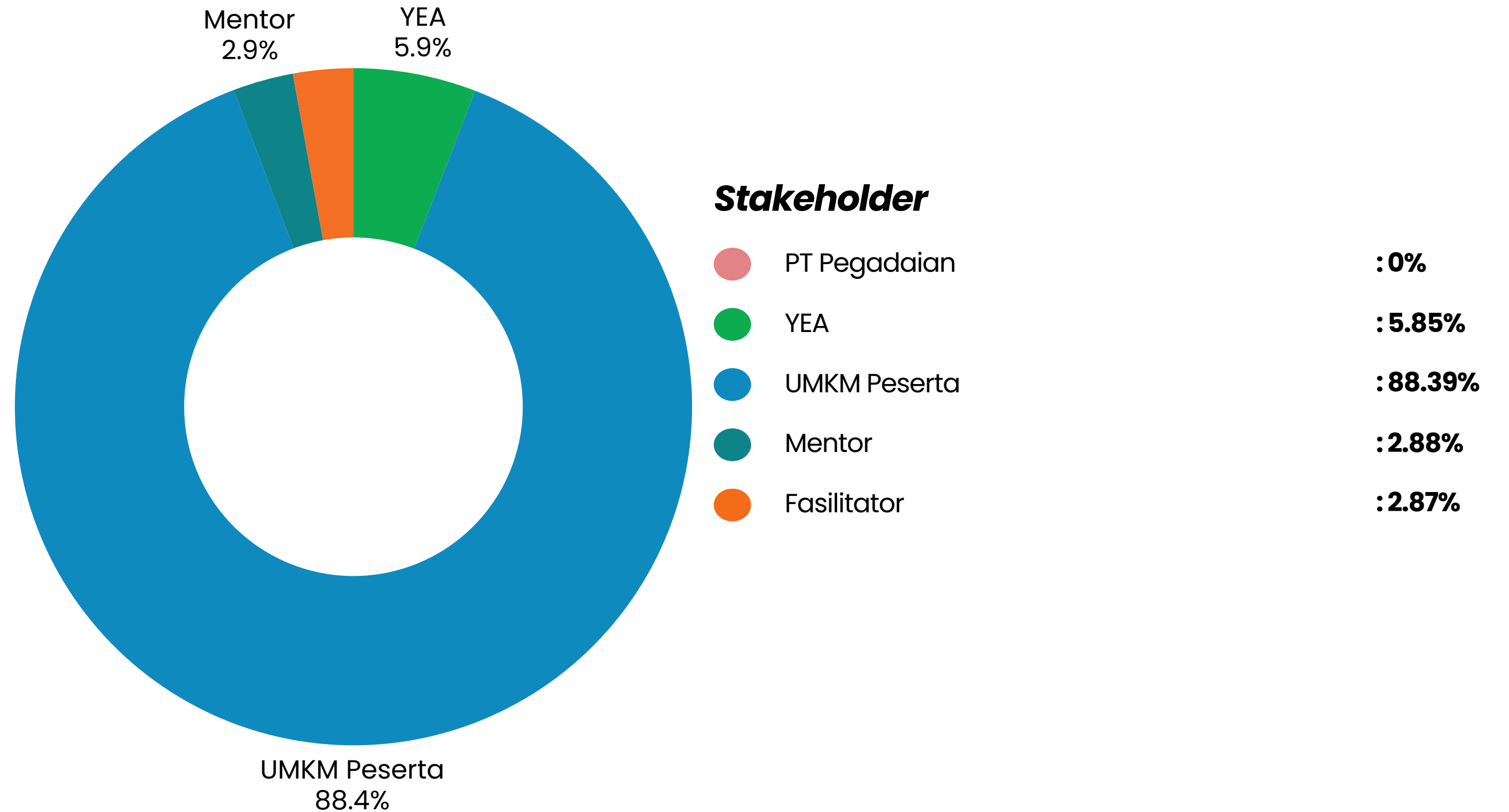
A part of learning is

PROGRAM GADEPRENEUR

TAHUN 2023-2025



GRAFIK PERSENTASE STAKEHOLDER TERDAMPAK 2023-2025



PERHITUNGAN NILAI SROI

Tahun	2023	2024	RtG 2025	2025
Total Impact	46,592,181,683	486,850,664	8,579,038,514	18,140,128,230
<i>Disc. Value</i>	4.75	4.75	4.75	4.75
PVIF Suku Bunga Rata-rata BI	1.0475	1.0475	1.0475	1.0475
<i>Total PV Impact</i>	44,479,409,722	36,403,943,992	8,190,012,901	17,317,544,849
PV Investasi	2,673,113,126	3,059,121,331	1,674,272,076.37	3,290,262,529.83
SROI Rasio	16.64	11.90	4.89	5.26
Average	9.67			

REKOMENDASI PROGRAM

- 01** Pegadaian diharapkan dapat melanjutkan Program Gadepreneur mengingat sebagian besar peserta menyampaikan harapan yang sama terkait keberlanjutan program dengan memperluas jangkauan pelatihan ke wilayah lain dengan menyesuaikan pengembangan kegiatan berdasarkan potensi dan kebutuhan UMKM setempat.
- 02** Pemaksimalan kegiatan pelatihan bagi UMKM dengan program tindak lanjut untuk mendukung program yang sudah berjalan, termasuk diantaranya adalah berupa :
 - a. Mengembangkan kelas berjenjang hingga Level 5, agar peserta bisa naik kelas sesuai perkembangan bisnisnya dengan menambah kelas tematik lanjutan
 - b. Jadwal pelatihan dibuat lebih fleksibel dan konsisten: hindari kelas malam dan beri info jauh hari sebelumnya.
 - c. Kelas offline diperbanyak, terutama untuk sesi mentoring atau praktik, karena lebih efektif dan interaktif.
- 03** Melakukan monitoring progres usaha secara berkala, misalnya melalui laporan omzet dan kegiatan usaha.
- 04** Mengadakan reuni tahunan atau Gathering Alumni Gadepreneur untuk memperkuat jejaring dan kolaborasi antar pelaku usaha.
- 05** Mengembangkan “Gadespace” di tiap wilayah – semacam rumah UMKM tempat pelatihan lanjutan, showcase produk, dan kolaborasi.

REKOMENDASI PROGRAM

- 07** Menyediakan bantuan alat produksi untuk menunjang usaha UMKM sesuai kebutuhan sektor usaha (tidak seragam).
- 08** Menyediakan wadah kolaborasi antar peserta untuk jual beli produk dan kerja sama antar sektor (FnB, kriya, fashion, dll).
- 09** Membuat platform digital alumni (web/app) berisi profil UMKM, update kegiatan, dan info peluang bisnis.
- 10** Mengadakan evaluasi alumni tahunan untuk mengukur dampak program terhadap omzet, tenaga kerja, dan inovasi produk.
- 11** Memberikan apresiasi bagi UMKM berprestasi, seperti penghargaan atau dukungan modal promosi digital.
- 12** Pengembangan katalog UMKM khusus binaan Gadepreneur sebagai sarana promosi dan jejaring bisnis.
- 13** Pelibatan alumni Gadepreneur sebagai mentor bagi peserta program, guna memperkuat jejaring dan transfer pengalaman nyata.
- 14** Pendampingan atau mentoring berbasis kebutuhan spesifik UMKM, dengan klasifikasi sesuai bidang usaha, tingkat perkembangan, dan tantangan yang dihadapi.

TERIMA KASIH!

Contact Information



021-84907714



info@socialimpact.id



www.socialimpact.id



@socialimpact_id

