

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Inovasi adalah alat pemberdayaan sumber untuk menciptakan suatu nilai barang dan jasa. Proses Inovasi dikendalikan oleh kreativitas. Kreativitas merupakan mata rantai antara pengetahuan pengenalan cara baru untuk mengkombinasikan sumber-sumber dan proses pengembangan pengetahuan secara sistematis ke dalam suatu inovasi yang digunakan di pasar.¹ Semarak bisnis ritel saat ini telah terjadi perubahan berupa peralihan dari konsep toko-toko lokal yang independen menjadi toko berskala nasional dan internasional dalam bentuk pusat-pusat perbelanjaan yang modern, toko serba ada dan sebagainya, yang meningkatkan kualitas UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).²

Secara sederhana toko ritel adalah toko yang menjual barang kepada konsumen akhir untuk dikonsumsi. Jika diperinci ritel memiliki fungsi sebagai toko yang menyediakan berbagai barang/jasa, menyimpan persediaan, membagi barang menjadi ukuran yang lebih kecil, memberi nilai tambah barang, pengendali harga, dan pengendali distribusi barang pada masyarakat.³

¹ Daryanto, Pendidikan Kewirausahaan, (Yogyakarta : Penerbit Gava Media, 2012), 70

² Danang Sunyoto, Agus Mulyono, *Manajemen Bisnis Ritel*, (Purbalingga : Eureka Media Aksara, 2022), 1

³ Harmon Chaniago, M.Si., *Manajemen Ritel & Implementasinya*, (Bandung : Edukasi Riset Digital Pt, 2021), 8

Pada era transformasi ritel baru digital di Indonesia, ditandai dengan munculnya berbasis teknologi perusahaan, seperti Warung Pintar, Mitra Bukalapak, Mitra Tokopedia, GoToko, Startup Dagangan, GrabKios, Wahyoo, KitaBeli.com, Mitra GGSP (*Gudang Garam Strategic Kemitraan*), Mitra DRP (*Djarum Ritel Partnership*), dan Mitra SRC (*Sampoerna Retail Community*).

Beberapa industri rokok mendirikan dan membangun kemitraan dengan tujuan memberdayakan UMKM antara lain PT. HM Sampoerna Tbk. dengan program kemitraannya yaitu SRC (*Sampoerna Retail Community*), PT. Djarum dengan program kemitraan bernama DRP (*Djarum Retail Partnersip*), dan PT. Gudang Garam Tbk. dengan program kemitraannya yaitu GGSP (*Gudang Garam Strategi Partnersip*).

Tabel 1.1
Perbandingan SRC dan GGSP

	SRC	GGSP
Toko yang bergabung	243.000	65.000
	a. Dukungan digitalisasi yang terhubung dengan mitra dan pelanggan	a. Meningkatkan motivasi dan loyalitas.
	b. Strategi Kolaborasi, SRC bersama berbagai partner. Jaringan kuat, jaringan toko kelontong dan mitra grosir	b. Menanamkan citra merk melalui tampilan produk, iklan, promosi, skema pemasaran kreatif.
	c. Pembinaan berkelanjutan, pembinaan berkelanjutan agar dapat meningkatkan pelanggan	c. Menjamin peningkatan jumlah konsumen
	d. Pemberdayaan UMKM, SRC berkontribusi dalam memberdayakan UMKM sebagai langkah untuk mendukung perekonomian	

	lokal masyarakat Indonesia	
Ciri Khas	Spanduk merah dengan logo Toko RSC dan motif anyaman. Toko dengan cat putih dengan garis merah dan abu abu. Toko yang Rapi, Bersih, Terang. Pemilik Toko SRC yang bersahabat	Spanduknya tertulis kepanjangannya, yakni <i>Gudang Garam Strategic Partnership</i> . Berwarna hitam putih, terdapat lambang tangan bersalaman.

Sumber : data diolah⁴

Data tabel diatas memberikan pemaparan perbedaan antara SRC dan GGSP, SRC (*Sampoerna Retail Community*) merupakan salah satu kemitraan yang berdiri sejak tahun 2008, mempunyai web SRC dan juga aplikasi Ayo SRC Toko menawarkan fitur belanja, dimana pemilik toko bisa memesan dan transaksi langsung ke Mitra SRC untuk pemenuhan stok barang di toko. Program kemitraan ini memberikan kontrak kepada toko yang bergabung untuk memajang spanduk program dan produk rokok dari perusahaan rokok pada tempat yang strategis agar mudah terlihat oleh pengunjung. SRC juga memberikan penataan ulang toko, pengecatan toko dengan warna Sampoerna, memberikan pelatihan mengenai sistem pemasaran kreatif seperti kupon dan bahkan membuat aplikasi telepon seluler Ayo SRC.

Paguyuban SRC adalah bagian dari komunitas Toko Kelontong Masa Kini yang saling gotong royong untuk tumbuh bersama dan memiliki peran penting bagi para anggota paguyuban dalam mengembangkan usaha Toko Kelontong SRC. Dasar terbentuknya Paguyuban SRC adalah rasa kebersamaan. Paguyuban ini adalah komunitas yang terbentuk secara alami,

⁴ Src.Indonesia dan Gudang Garam *Strategic Partnership*, diakses pada tanggal 11 Januari 2024

dilator belakang oleh rasa persaudaraan dan solidaritas antar sesama anggotanya. Paguyuban membawa manfaat tersendiri bagi para anggotanya, seperti wadah untuk pertukaran ilmu pengetahuan serta pemahaman tentang mengawali usaha, hobi, dan aktivitas lainnya. Anggota paguyuban SRC berisi para pemilik toko kelontong SRC di berbagai wilayah Indonesia, baik cakupan pedesaan maupun di perkotaan. Paguyuban SRC melakukan beragam kegiatan diantaranya : seminar pengembangan usaha, cara menata toko agar Rapi, Bersih dan Terang hingga membahas tips dan inovasi untuk menghadapi segala perkembangan zaman.⁵

Berikut peneliti memaparkan data paguyuban di kecamatan kota Kediri dengan berdasarkan banyaknya anggota paguyuban dan aktifnya kegiatan paguyuban.

Tabel 1.2
Paguyuban Kecamatan Kota Kediri

Kecamatan	Nama Paguyuban	Jumlah Anggota
Kota	Maestro Kediri	15
Mojoaroto	Rukun Kediri	13
Pesantren	Maju Jaya	13

Sumber : data diolah⁶

Data 1.2 memaparkan paguyuban di kecamatan kota Kediri, yang mempunyai anggota terbanyak dan melaksanakan kegiatan paguyuban dengan aktif. Aktif yang dimaksudkan adalah menjalankan sistem yang sudah

⁵ Src. Indonesia, Gabung Paguyuban SRC dalam Mengawali Usaha, diakses pada tanggal 14 Januari 2024

⁶ Wawancara dengan bu Dwi pemilik toko SRC Dwi pada tanggal 04 September 2023

disepakati antara pihak SRC dan sahabat SRC. Seperti membuat struktur paguyuban, berbagi pengalaman dan berbagi solusi sesama pemilik usaha, membuat grup diskusi menjadi media bertukar pikiran, mengadakan pertemuan rutin untuk bersilaturahmi. Secara garis besar kegiatan yang dilaksanakan adalah saling edukasi antar anggota, D kemudian dari 3 paguyuban diatas, paguyuban Maestro mempunyai anggota terbanyak.⁷

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil paguyuban Maestro Kediri sebagai objek penelitian dan lokasi penelitian dilakukan di beberapa toko kelontong dari paguyuban Maestro Kediri. Maestro Kediri adalah salah satu paguyuban yang ada di Kediri yang mempunyai anggota dari beberapa kelurahan di kecamatan kota dan paguyuban ini diketuai oleh pemilik toko SRC Mayar yakni Pak Joko Jl. Betet Bawang No.139, Bence, RT.33/RW.06, Pakunden, Kec. Pesantren, Kota Kediri, Jawa Timur. Berikut adalah anggota paguyuban Maestro Kediri :

Tabel 1.3
Anggota Paguyuban Maestro Kediri

	Nama Toko	Lama Bergabung	Alamat
1	SRC Mayara	13 Tahun	Jl. Betet Bawang, Bence
2	SRC Dwi	10 Tahun	Jl. Sumber 1, 83
3	SRC Isro'in	8 Tahun	Jl. Sumber 1, 56
4	SRC Galuh	7 Tahun	Jl. Ngasinan Raya 37
5	SRC Sulasih	7 Tahun	Jl Ngasinan Raya 28
6	SRC Didik	7 Tahun	Jl. Ngasinan Raya 22
7	SRC Muza	7 Tahun	Jl Ngasinan Raya 18
8	SRC Siti sundari	6 Tahun	Jl. Banaran No. 67

⁷ Wawancara dengan pak Joko pada tanggal 19 Juli 2023

9	SRC Rendy	6 Tahun	Jl Nasional 91
10	SRC Wiwit	5 Tahun	Jl. Pajajaran 29
11	SRC Immanuel	5 Tahun	Jl Nasional 22
12	SRC Farida	5 Tahun	Jl. Sumber 1 11
13	SRC Illa	5 Tahun	Jl.Tembus Ngronggo 23
14	SRC Tutik	4 Tahun	Jl. Tembus Ngronggo
15	SRC Hafidz	4 Tahun	Jl. Ngasinan Raya 11

Sumber : data diolah⁸

Data 1.3 menunjukkan pemaparan anggota SRC yang tergabung dalam paguyuban Maestro Kediri. 15 toko yang tergabung dalam 1 paguyuban akan menimbulkan efek yang bagus pada perkembangan toko, dengan cara aktif dalam mengikuti kegiatan yang sudah ditentukan oleh anggota paguyuban. Paguyuban Maestro juga merupakan paguyuban yang mempunyai struktural paguyuban agar para anggota bisa lebih mudah mengetahui anggota nya. Pasar sasaran dalam retail sering kali ditetapkan berdasarkan faktor demografis, geografis dan psikografis.⁹

Dalam UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Kemitraan atau “*partnership*” mengandung pengertian adanya hubungan kerjasama antara dua atau lebih pihak yang bersinergis dan bersifat sukarela atas dasar saling memerlukan, saling memperkuat, saling menguntungkan. Dalam hal ini, tidak ada pihak yang dirugikan, masing-masing pihak yang bermitra akan mendapat manfaat dari kerjasama tersebut.¹⁰

Kemitraan usaha adalah hubungan antar pelaku usaha yang didasarkan pada

⁸ Wawancara dengan Pak Joko pemilik toko SRC Mayar pada tanggal 18 Mei 2023 13.34

⁹ Seminari, dkk. “Meningkatkan Manajemen Toko Kelontong Dalam Menghadapi Ritel Modern Di Desa Mengwi Kabupaten Badung,” no.3 (2017), 124

¹⁰ Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. <http://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/28029/node/1011/undangundang-nomor-20-tahun2008>. Diakses pada tanggal: 09 Januari 2023

ikatan usaha yang saling menguntungkan dalam hubungan kerja yang sinergis. Dengan kata lain, kemitraan usaha merupakan hubungan kerjasama pelaku usaha yang sejajar, terutama dalam pengambilan keputusan, dilandasi prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.¹¹

Dalam al-quran penggalan surat al-Qasas ayat 23-28 yang terangkum dalam ayat 27 terdapat kisah dari nabi Syu'aib dan nabi Musa yang menceritakan tentang kerja sama antara keduanya dapat dijadikan pelajaran simbolik yang disampaikan dalam alquran tentang upaya pengembangan bisnis.¹²

قَالَ إِنِّي أُرِيدُ أَنْ أَنْكِحَكَ إِحْدَى ابْنَتَيَّ هَاتَيْنِ عَلَى أَنْ تَأْجُرَنِي ثَمَنِي حَجَجٍ ۖ فَإِنْ أَتَمَمْتَ عَشْرًا
فَمِنْ عِنْدِكَ ۖ وَمَا أُرِيدُ أَنْ أَشُقَّ عَلَيْكَ ۖ سَتَجِدُنِي إِنْ شَاءَ اللَّهُ مِنَ الصَّالِحِينَ

Artinya : Dia (Syeikh Madyan) berkata, “Sesungguhnya aku bermaksud ingin menikahkan engkau dengan salah seorang dari kedua anak perempuanku ini, dengan ketentuan bahwa engkau bekerja padaku selama delapan tahun maka itu adalah (suatu kebaikan) darimu, dan aku tidak bermaksud memberatkan engkau. Insya Allah engkau akan mendapatiku termasuk orang yang baik.” (QS. Al-Qashas: 27)¹³

Dalam Hadits juga mengajarkan pentingnya kerjasama dan solidaritas dalam mencapai tujuan bersama. Rasulullah bersabda.

حَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمُ لِلنَّاسِ

¹¹ Devi Asiati dan Nawawi, Kemitraan Di Sektor Perikanan Tangkap: Strategi Untuk Kelangsungan Usaha Dan Pekerjaan, *Jurnal Kependudukan Indonesia*. No. 2, Desember 2016. Vol. 11. 104-105.

¹² Alimin Mesra, Pesan Alquran Dalam Kerjasama Musa Dengan Syu'Ayb Tentang Pengelolaan Bisnis, *Al-Iqtishad*, No.1 Januari 2012

¹³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Terjemah dan Tajwid*, (Bandung: sygma creative media corp, 2014), 388.

“Sebaik-baiknya orang adalah yang dapat memberi manfaat kepada sesama.”
(HR.Ahmad)¹⁴

Dalam hadits lain, Rasulullah bersabda :

مَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ يَسَّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ

“Orang yang mempermudah kebutuhan orang lain, maka Allah SWT akan mempermudah kebutuhannya dunia dan akhirat.” (HR. Muslim)¹⁵

SRC (*Sampoerna Retail Community*) merupakan program keunggulan PT HM Sampoerna Tbk, toko-toko yang di bina PT HM Sampoerna Tbk dengan membentuk toko kelontong yang berkonsep lebih modern, warna khas merah putih yang sesuai dengan bentuk warna dan logo PT HM Sampoerna Tbk. Mengubah tampilan toko kelontong yang lebih modern merupakan cara mudah bagi konsumen untuk menentukan produk yang akan dibeli, serta dapat memberikan kemudahan bagi konsumen atau pelanggan toko kelontong saat berbelanja di toko kelontong SRC. Berikut logo toko SRC :



Gambar 1.1 Gambar logo SRC¹⁶

¹⁴ Ibrahim Muatafa, *Al-Mu'jam Al-Awsath*, (Maktabah Asy-Syaruq Ad-Dauliyah), 426, 58.

¹⁵ Sayyid Ahmad Al-Hasyimi, *Mukhtarul Ahadits*, (Surabaya: Maktabah Imaratullah), 1273, 150.

¹⁶ Src. Indonesia, “Tentang kami”, diakses pada tanggal 13 Januari 21.33

SRC adalah toko kelontong masa kini yang tergabung dalam program kemitraan sampoerna yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing para pemilik toko kelontong melalui pendampingan usaha yang berkelanjutan.¹⁷ Pada awal berdirinya SRC pada tahun 2008 sudah ada 57 toko yang menjadi mitra SRC. Serta memiliki data pada akhir tahun 2022, lebih dari 225.000 toko kelontong sudah bergabung dengan SRC dan tergabung dalam 6.900 paguyuban yang tersebar di seluruh Indonesia, termasuk di kabupaten Kediri, adapun syarat-syarat menjadi mitra SRC yaitu :

1. Memiliki toko sendiri.
2. Memiliki keinginan untuk maju.
3. Toko terdaftar oleh HM Sampoerna.
4. Mengajukan diri untuk menjadi anggota SRC ke pihak HM Sampoerna
5. Memenuhi syarat Parameter 4P yaitu Penampilan, Perlengkapan, Pengelolaan dan Pengembangan Bisnis.

Toko kelontong SRC daerah Kediri mengalami peningkatan dalam pengembangan toko, sehingga menjadi pusat perhatian bagi toko kelontong lain. Adanya perkembangan ini didapatkan karena toko kelontong bergabung dengan SRC dan masuk pada komunitas paguyuban SRC, yang didalamnya para pemilik toko akan mendapatkan bimbingan secara berkelanjutan.¹⁸ Untuk mendukung pernyataan tersebut, berikut merupakan data perbedaan antara toko kelontong SRC dan toko kelontong biasa.

¹⁷ Src. Indonesia diakses pada tanggal 09 Januari 2024

¹⁸ Src.Id diakses pada tanggal 21 September 2023 12.09

Tabel 1.4
Perbedaan Toko SRC dan Toko Kelontong

	Toko SRC	Toko Kelontong
Layanan konsumen	Pada toko SRC, pembeli lebih leluasa dalam memilih / mengambil sendiri produk yang akan dibeli	Pada Toko Biasa, pembeli tidak bisa mengambil sendiri produk yang akan dibeli
Peletakan Barang	Tertata dan tersusun rapi diatas rak yang sudah disediakan	Peletakan produk tidak tertata rapi dan hanya pemilik toko yang mengetahuinya
Penampilan fisik	Lebih menarik, bersih dan tembok yang di cat dengan warna yang identik yaitu merah dan putih sangat mencolok dan menunjukkan jati diri SRC	Penampilan biasa, tidak ada spesifikasi dan cenderung redup
Promo Toko	Terkadang diadakan promo yang biasanya bisa dilihat di aplikasi "Ayo SRC"	Tidak terdapat potongan harga

Sumber : data diolah¹⁹

Data 1.4 menunjukkan bahwa toko kelontong SRC secara umum mempunyai perbedaan tersendiri dalam pengelolaan toko. Yang lebih menonjol yaitu pada penataan produk toko yang tidak kalah oleh toko-toko modern seperti Alfamart dan Indomart, dan hal ini memberikan jawaban bahwa toko kelontong SRC bisa bersaing di dalam pasar penjualan. Saat ini toko kelontong yang berada di dekat masyarakat menjadi sasaran konsumen untuk berbelanja, terlebih harga yang ditawarkan oleh toko kelontong lebih murah dari pada toko-toko modern. Tingginya minat masyarakat kota Kediri dalam mendirikan toko kelontong, menunjukkan bahwa peluang usaha ini dapat mensejahterakan ekonomi masyarakat, semakin banyak toko kelontong yang berdiri, semakin ketat juga persaingan usaha yang terjadi. Hal ini

¹⁹ Src.Id diakses pada tanggal 28 Mei 2023 10.43

mendorong para pemilik toko harus meningkatkan manajemen pengelolaan toko agar bisa meningkatkan penjualan, salah satunya dengan bermitra/bekerja sama.

SRC sebagai suatu program kemitraan antara pebisnis besar dan pebisnis kecil agar dapat berkembang bersama. Para pelaku UMKM tidak dibiarkan sendiri namun diberikan pelatihan dan pendampingan serta edukasi untuk dapat bersaing di pasar dalam peningkatan perekonomian masyarakat, SRC sendiri terus berupaya untuk meningkatkan kontribusinya dalam mewujudkan ekonomi kerakyatan dan peningkatan daya saing UMKM. Adapun beberapa program yang diberikan oleh pihak PT Sampoerna kepada para anggota SRC yaitu mengenai tata kelola dan manajemen penjualan dan pemasaran, perapihan toko dalam mengembangkan bisnis.

Ordway Tead mengajukan pendapat mengenai manajemen pengelolaan sebagai suatu proses dan perangkat yang mengarahkan serta membimbing aktivitas suatu organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.²⁰ Istilah “perangkat” yang dimaksud dalam pandangan tersebut adalah pemimpin suatu organisasi. Pandangan Tead tersebut menekankan pada upaya-upaya bagaimana seorang pemimpin dalam suatu organisasi melakukan aktivitas maksimal untuk mengarahkan dan membimbing sumber daya manusia yang ada agar bekerja sesuai dengan tugas masing-masing untuk mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan.

²⁰ Indra Muchlis Adnan dan Sufian Hami, *Organisasi dan Manajemen Edisi Revisi*, (Yogyakarta: Trussmedia Grafika, 2013), 04

Jika pemimpin mengimplementasikan teori manajemen dengan baik, maka inilah manfaat dari teori manajemen yang dilakukan : Peningkatan produktivitas, Dengan menggunakan teori manajemen, para pemimpin akan belajar cara mengelola anggota tim sebaik-baiknya, sehingga kinerja mereka akan meningkat dan berujung pada peningkatan produktivitas. Pengambilan keputusan dengan cepat, Teori manajemen memberikan berbagai strategi kepada pemimpin untuk dapat mempercepat proses pengambilan keputusan. Para pemimpin menjadi lebih efektif dalam menjalankan peran mereka. Peningkatan kolaborasi, Para pemimpin dapat menerapkan cara untuk mendorong partisipasi anggota tim dan meningkatkan kolaborasi mereka di tempat kerja. Peningkatan obyektivitas, Para pemimpin dapat membuat perubahan yang terbukti secara ilmiah daripada mengandalkan penilaian subyektif mereka.²¹

Adapun beberapa manajemen pengelolaan yang diberikan oleh pihak PT Sampoerna kepada para anggota SRC yaitu mengenai tata kelola dan manajemen penjualan atau pemasaran, perapihan toko, tata cara pengembangan bisnis agar dapat lebih bersaing dengan toko modern. SRC sangat berperan penting pada kemajuan toko kelontong, karena dengan pembinaan serta pendampingan toko kelontong ini jadi memiliki sistem

²¹ Priyono, *Pengantar Manajemen*, (Sidoarjo, Zifatama Publisher, 2014), 11

manajemen pengelolaan toko yang baik sehingga dapat meningkatkan daya saing.²² Berikut adalah data manajemen pengelolaan dari pihak SRC:

Tabel 1.5
Manajemen Pengelolaan PT. Sampoerna

Manajemen Pengelolaan SRC PT.HM Sampoerna		Manajemen Pengelolaan Paguyuban SRC
Indikator	Output yang diharapkan	
Pengelolaan dan penataan toko	a. Mengetahui bagaimana pengelolaan yang dilakukan b. Menata sesuai dengan tagline SRC yaitu rapi, bersih dan terang c. Mengelompokkan produk sesuai merek dan jenisnya	Anggota SRC diberikan pengarahan berbagai tata cara mengelola toko dan menata toko. Semuanya disesuaikan dengan tagline SRC, jadi kondisi toko SRC harus rapi, setiap produk harus dalam penataan yang teratur, penyusunan sesuai dengan merek dan jenis nya, dan semua barang disusun di rak-rak yang telah diberi label.
Manajemen toko	a. Memberikan ajaran mengenai penggunaan fitur online SRC b. Memberikan arahan mengenai perluasan dan pengembangan bisnis	a. Pendampingan manajemen toko berupa pendampingan usaha terkait rekondisi toko, manajemen toko dan pelayanan kepada konsumen, literasi digital, dan anggota SRC dibimbing untuk mendapatkan komunitas yang baik, dengan bergabung dengan paguyuban SRC yang berisikan komunitas anggota SRC sebagai wadah bertukar pikiran b. Upaya perluasan dan pengembangan bisnis anggota SRC diberikan kesempatan untuk membuka jaringan

²² Cahaya Rizky, Ahmad Hamdalah, Hertina, Peran Src (Sampoerna Retail Community) Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Toko Kelontong Perspektif Ekonomi Syariah, (*Journal of Sharia and Law 2*), No. 1 Januari 2023

		komunitas yang satu dengan komunitas yang lain yang mempunyai semangat tinggi untuk memajukan bisnis dengan berpikir secara sederhana dan berfikir lebih maju.
Pembelajaran aplikasi digital	<ul style="list-style-type: none"> a. Memberikan kemudahan kepada anggota dan konsumen dalam mengakses toko secara online b. Memberikan pelatihan mengenai penggunaan aplikasi digital 	<ul style="list-style-type: none"> a. Anggota SRC dibimbing untuk mempelajari aplikasi digital AYO SRC yang dapat memudahkan pelanggan dalam berbelanja b. Mempermudah penjual dan pembeli dalam berkomunikasi, sehingga kegiatan jual beli terjadi secara baik. Ikatan antara penjual dan pembeli pun menjadi harmonis.
Sosialisasi dan diskusi	<ul style="list-style-type: none"> a. Melakukan kegiatan workshop dan diskusi b. Membuka forum dalam hal pemecahan masalah 	<ul style="list-style-type: none"> a. Anggota dibimbing agar bisa bertukar pikiran dengan komunitas satu dengan yang lain b. Pihak SRC memberikan arahan dan ilmu pengetahuan agar anggota SRC bisa berpikir secara luas.

Sumber : data diolah²³

Data tabel diatas menunjukkan setiap pendampingan dan bimbingan dari pihak SRC untuk memberikan arahan pada anggota SRC dalam memajukan toko kelontong serta merubah mindset para penjual toko kelontong agar dapat mempunyai pikiran yang sederhana tetapi mempunyai semangat maju yang tinggi. Sehingga toko kelontong bisa bersaing dalam memajukan UMKM Indonesia melalui kegiatan paguyuban SRC.

²³ Wawancara dengan bapak Joko pada tanggal 19 Oktober 2023

Selain mendapatkan pendampingan usaha dan bergabung dengan paguyuban SRC, anggota mitra SRC juga diberikan fasilitas ekosistem digital, pojok lokal dan pojok bayar. Berikut peneliti tampilkan data gambar :



Gambar 1.2 Aplikasi Ayo SRC²⁴

Ayo by SRC adalah ekosistem digital yang menghubungkan antara mitra grosir, toko kelontong, dan pelanggan sebagai solusi digital pengalaman berbelanja yang lebih mudah dan nyaman. SRC menghadirkan solusi ekosistem digital melalui aplikasi yang terhubung dari mitra grosir hingga pelanggan untuk meningkatkan daya saing.



Gambar 1.3 Rak Pojok Bayar²⁵

²⁴ Src. Indonesia, "Tentang kami", diakses pada tanggal 13

²⁵ Src. Indonesia, "Tentang kami", diakses pada tanggal 13

Pojok lokal digagas untuk membantu mendistribusikan produk UMKM di sekitar toko kelontong SRC. Pemilik toko akan diberikan rak khusus untuk memajang produk UMKM seperti kripik, kue basah, minuman dan masih banyak lagi. Pojok lokal adalah sebuah kolaborasi SRC dengan pelaku UMKM agar bisa berkembang dan maju bersama SRC



Gambar 1.4 Fitur Pojok Bayar²⁶

Pojok Bayar adalah loket digital yang dimiliki SRC. Dengan pojok bayar, pemilik toko bisa melayani berbagai macam transaksi produk digital lainnya. Dengan pojok bayar, toko kelontong yang dimiliki dapat terus bersaing untuk memenuhi segala kebutuhan yang pelanggan cari.

SRC hadir untuk memberikan kemudahan kepada para pemilik toko dalam mengembangkan toko, manajemen toko yang baik akan memberikan kualitas toko yang baik dan berdampak pada peningkatan volume penjualan. Sesuai dengan kesepakatan awal bahwa anggota SRC akan diberi bimbingan melalui paguyuban yang tersedia di setiap daerah, tetapi bagaimana kalau paguyuban SRC itu fakum dan tidak melaksanakan kegiatan. Hal ini

²⁶ *Ibid*, diakses pada tanggal 13

menunjukkan peran paguyuban SRC tidak terlaksana dengan baik dan tujuan paguyuban untuk mengembangkan usaha tidak sesuai dengan yang semestinya. Dengan latar belakang diatas, peneliti ingin mengetahui lebih lanjut peran paguyuban SRC pada toko kelontong dengan mengajukan judul :
“Peran Paguyuban SRC (*Sampoerna Retail Community*) Dalam Meningkatkan Manajemen Pengelolaan Toko Kelontong (Studi Pada Anggota Paguyuban Maestro Kediri)”

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana peran paguyuban SRC (*Sampoerna Retail Community*) pada anggota paguyuban Maestro Kediri ?
2. Bagaimana peran paguyuban SRC (*Sampoerna Retail Community*) dalam meningkatkan manajemen pengelolaan toko kelontong pada anggota paguyuban Maestro Kediri ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan peran paguyuban *Sampoerna Retail Community* (SRC) pada anggota paguyuban Maestro Kediri
2. Untuk menjelaskan peran paguyuban *Sampoerna Retail Community* (SRC) dalam meningkatkan manajemen pengelolaan toko kelontong anggota paguyuban Maestro Kediri

D. Manfaat penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian diatas, maka dapat diharapkan hasil dari penelitian ini memberikan manfaat secara teoritis maupun praktisi.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai referensi penelitian maupun dapat berkontribusi untuk keilmuan dalam kehidupan masyarakat, yang dikhususkan dalam pengembangan peran paguyuban SRC dalam meningkatkan manajemen pengelolaan.

2. Manfaat Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai referensi penelitian maupun dapat berkontribusi untuk keilmuan dalam kehidupan masyarakat, yang dikhususkan dalam pengembangan peran paguyuban SRC dalam meningkatkan manajemen pengelolaan toko.

- a. Sebagai bahan informasi tentang peran paguyuban SRC (*Sampoerna Retail Community*) dalam dalam upaya mengembangkan toko kelontong
- b. Sebagai pedoman bagi peneliti yang mengambil judul sesuai dengan karya penulis
- c. Bagi penulis, salah satu cara untuk menambah wawasan tentang tema yang diambil dan juga sebagai penghargaan diri sendiri
- d. Bagi pembaca, sebagai referensi dan bahan tambahan pengetahuan tentang tema, khususnya tentang SRC (*Sampoerna Retail Community*).

E. Penelitian Terdahulu

1. *Analisis Manajemen Toko Retail Terang Jaya Elektrik Sragen*, oleh Michael Setiawan, 2021, Universitas Kristen Petra.²⁷

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan pengelolaan yang tepat untuk toko retail Terang Jaya Elektrik agar Toko ini menjadi lebih maju dan berkembang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif metode studi kasus. Toko Terang Jaya Elektrik ini belum memiliki sistem manajemen yang baik dan sempurna. Masih banyak dari faktor Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling yang masih tidak sempurna. Pada penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif jenis studi kasus. Letak persamaan antar penelitian ini dan penelitian terdahulu yaitu pertama sama-sama meneliti tentang manajemen toko yang akan berdampak pada kegiatan penjualan, sehingga bisa meningkatkan volume penjualan, Kedua, persamaan terletak pada metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif. Kemudian perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu pertama, pada penelitian terdahulu membahas tentang analisis manajemen toko di suatu tempat, agar penjualan mengalami peningkatan dan pada penelitian ini manajemen toko yang di teliti yaitu toko kelontong SRC saja, juga akan menjelaskan bimbingan manajemen toko yang diberikan pihak SRC pada sahabat SRC. Kedua, jenis penelitian yang digunakan juga berbeda, penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian studi kasus sedangkan penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan,

²⁷ Michael Setiawan, "Analisis Manajemen Toko Retail Terang Jaya Elektrik Sragen," *Jurnal Agora* 9, no. 2, (2021)

dimana peneliti langsung turun ke lapangan untuk mendapatkan data dengan mewawancarai informan, yakni pemilik toko, pembeli dan pihak SRC.

2. *Meningkatkan Manajemen Toko Kelontong Dalam Menghadapi Ritel Modern Di Desa Mengwi Kabupaten Badung* oleh Seminari dkk, 2017, Universitas Udayana²⁸

Penelitian terdahulu adalah sebuah bimbingan yang mempunyai tujuan dari pengabdian tersebut untuk masyarakat yaitu untuk meningkatkan pengelolaannya toko kelontong dalam rangka mennghadap ancaman ritel modern seperti Alfamart dan Indomart. Pembinaan dilaksanakan dengan mengunjungi salah satu toko kelontong atau minimarket yang terletak di desa Mengwi. Persamaan penelitian ini dan penelitian terdahulu yaitu kedua penilitian meneliti tentang meningkatkan manajemen toko kelontong, sedangkan letak perbedaannya yaitu pertama, prosedur yang digunakan adalah bentuk pengabdian kepada masyarakat sedangkan penelitian ini sebuah peneliti, dimana peneliti meneliti sebuah fenomena yang terjadi di lapangan. Kedua lokasi penelitian terdahulu terletak desa mengwi sedangkan penelitian ini dilakukan di kecamatan kota, kota Kediri. Ketiga variabel di dalam judul tidak diperjelaskan manajemen apa yang diteliti sedangkan peneliti yang akan dilaksanakan

²⁸ Seminari dkk. "Meningkatkan Manajemen Toko Kelontong Dalam Menghadapi Ritel Modern Di Desa Mengwi Kabupaten Badung." *Buletin Udayana Mengabdi* 16, no. 3 (Januari 2017) : 122-123

meneliti tentang manajemen pengelolaan yang dilakukan oleh para pemilik toko yang sudah bergabung dengan program PT.HM Sampoerna

3. *Analisis Pengelolaan Toko Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Belanja Anggota Sebagai Pelanggan (Studi Kasus Pada Intimart Koperasi Inti)*, oleh Popy Nurfauziah Permatasari, 2019, Institut Manajemen Koperasi Indonesia²⁹

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif , dimana peneliti menggambarkan kondisi di lokasi penelitian disertai dengan hasil wawancara dan kuisioner yang disebarakan pada informan yang terpilih. Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan kuesioner diketahui bahwa penerapan pengelolaan toko pada Intimart masih kurang baik dan tingkat partisipasi anggota yang berdomisili sebagai pelanggan dalam transaksi pembelian termasuk dalam kategori rendah. Perbedaan penelitian ini dan penelitian terdahulu adalah. Penelitian terdahulu meneliti tentang partisipasi para pembeli pada toko kelontong sedangkan penelitian ini meneliti tentang paguyuban SRC yang memberikan pendampingan secara berkelanjutan untuk toko kelontong SRC. Persamaan nya yaitu kedua penelitian membahas tentang pengelolaan toko, keduanya sama-sama menggunakan variabel yang sama, hal ini adalah upaya untuk mengembangkan toko kelontong.

²⁹ Popy Nurfauziah Permatasari, “Analisis Pengelolaan Toko Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Belanja Anggota Sebagai Pelanggan (Studi Kasus Pada Intimart Koperasi Inti)”, (*Skripsi Sarjana Institut Manajemen Koperasi Indonesia, 2019*)

4. *Strategi Pelayanan Sampoerna Retail Community (SRC) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko Misbah (Studi Kasus Toko Misbah Dusun Tawang Sari Desa Karangrejo Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri)* oleh Kharisma Tsalits Yunita, 2022, Institut Agama Islam Negeri Kediri³⁰

Hasil penelitian yang dilakukan yaitu toko Misbah memberikan fasilitas kepada pelanggan sebagai pelayanan yaitu dengan cara adanya bukti fisik (*tangible*) yang memadai, Empati (*emphaty*) yang diberikan yaitu dengan berkomunikasi yang baik pada konsumennya, keandalan (*reability*) dengan cara kecepatan dan ketepatan waktu dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Daya tanggap (*responsiveness*) sigap dalam melayani pelanggan. Jaminan (*assurance*) memberikan jaminan bahwa produk yang dijual baik dan tidak ada cacat. Kelima dimensi yang sudah disebutkan sudah diterapkan pada toko Misbah sebagai Strategi Pelayanan Persamaan dengan penelitian ini yaitu objek penelitian yang sama yaitu masih seputar dengan SRC Perbedaanya yaitu objek yang dituju pada SRC berbeda penelitian terdahulu meneliti peran SRC dalam meningkatkan penjualan, sedangkan penelitian ini meneliti tentang peran paguyuban SRC dalam meningkatkan manajemen pengelolaan toko kelontong.

³⁰ Kharisma Tsalits Yunita, “Strategi Pelayanan Sampoerna Retail Community (Src) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko Misbah (Studi Kasus Toko Misbah Dusun Tawang Sari Desa Karangrejo Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri),”(Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2022)

5. *Kemitraan Sampoerna Retail Community (SRC) Menurut Perspektif Syari'ah (Studi Kasus Toko Kelontong Mitra SRC Di Desa Tulungrejo Kecamatan Pare Kabupaten Kediri)* oleh Nislatul Urmila, 2021 Institut Agama Islam Negeri Kediri³¹

Hasil dari penelitian ini adalah Kemitraan yang ada diantara SRC dan Toko kelontong menggunakan pola inti plasma, dimana pihak Sampoerna sebagai Intinya karena berfungsi untuk memberikan pengarahan dan bimbingan kepada pemilik toko. Sementara pemilik toko kelontong menjadi plasmanya, karena mereka yang menjadi penggerak atas bimbingan-bimbingan yang diberikan dari pihak SRC. Sedangkan yang kedua menurut Perspektif Syariah yaitu kemitraan ini termasuk kedalam praktik akad kafalah, dimana tidak ada percampuran modal dan bagi hasil dalam praktik ini, melainkan pihak SRC hanya memberikan jaminan kepada pemilik toko kelontong. Persamaan dengan penelitian ini adalah objek yang diteliti yaitu SRC, menjadi pusat utama dalam melaksanakan penelitian, perbedaanya yaitu peneliti ini meneliti tentang peran paguyuban SRC pada toko kelontong, sedangkan penelitian sebelumnya meniti SRC menurut perspektif syariah. Dan mendapatkan hasil yaitu akad Kafalah.

³¹ Nislatul Urmila, "Kemitraan Sampoerna Retail Community (Src) Menurut Perspektif Syari'ah (Studi Kasus Toko Kelontong Mitra Src Di Desa Tulungrejo Kecamatan Pare Kabupaten Kediri), (*Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri (IAIN) Kediri, 2021*)