

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Definisi paguyuban

1. Pengertian paguyuban

Paguyuban berasal dari kata guyup yang artinya akur atau bersama.¹ Paguyuban menurut KBBI adalah perkumpulan yang bersifat kekeluargaan, didirikan orang-orang sepaham (sedarah) untuk membina persatuan (kerukunan) di antara para anggotanya.² Paguyuban pada umumnya adalah sebuah sistem sosial yang kebanyakan interaksinya bersifat personal serta sering tradisional/berdasarkan tradisi dan kebiasaan yang sudah lama.³ Paguyuban adalah sebuah organisasi informal yang memiliki asas cinta kasih persaudaraan, menghayati solidaritas, toleransi dan prinsip subsidiaritas dalam memanfaatkan dalam memanfaatkan segala perbedaan untuk mencapai tujuan bersama dimana para anggotanya diikat oleh hubungan batin yang murni, bersifat alamiah, kekal serta sehati-sejiwa.⁴ Paguyuban sering dikaitkan dengan masyarakat desa setempat dengan ciri-ciri adanya ikatan kebersamaan yang sangat kuat.

¹ Tim Sosiologi, *Sosiologi Suatu Kajian Kehidupan Masyarakat* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2007), 62

² Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Edisi Kelima.

³ Suko Susilo. "Sosiologi Komunikasi sebuah pengantar" (Surabaya: Jengala Pustaka Utama, 2008), 47

⁴ Nina Wiranti dan Pudjo Suharso, "Peran Paguyuban Masyarakat Ikan (Pamik) dalam Meningkatkan Pendapatan Anggota di Dusun Rekesan Kecamatan Jambuwer Kabupaten Malang Tahun 2014," *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Edisi IX, No. 2, (Mei, 2015), 70

Ikatan yang didasari oleh kesetiakawanan sosial dan gotong royong yang sangat kuat.⁵

Ferdinand Tonnies membagi 2 bagian mengenai kelompok sosial yang pertama yaitu paguyuban (*gemeinschaft*) dan Patembayan (*gesellschaft*). Paguyuban adalah kelompok sosial dimana setiap anggotanya memiliki ikatan batin yang muncul dengan sendirinya, memiliki sifat alamiah, serta memiliki jangka waktu yang relative lama atau bahkan bisa dikatakan kekal.⁶

Paguyuban yang peneliti maksud kali ini adalah paguyuban SRC (*Sampoerna Retail Community*), paguyuban ini 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.

2. Tujuan Paguyuban

Berdasarkan pengertian diatas, paguyuban mempunyai tujuan bermacam-macam, yakni sebagai ajang memberi dukungan kepada anggota paguyuban, saling mempromosikan produk, mengumpulkan dana untuk amal, hingga memberikan kekuatan kepada setiap anggota, agar hubungan antar anggota semakin erat.⁷

⁵ Reni Oktaviani, "Peranan Paguyuban Bocah Stasiun (Bosta) Di Stasiun Kota Kediri Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Anggotanya Perspektif Ekonomi Islam," (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri), 14

⁶ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta; PT Rajagrafindo Persada, 2017), 114-117

⁷ Alma, *Kewirausahaan*. (Bandung : Alfabeta, 2013), 67

Tujuan paguyuban SRC adalah mempertahankan budaya masyarakat Indonesia dalam saling mendukung untuk keberlangsungan usaha toko kelontong, disebabkan paguyuban merupakan tempat dan wadah untuk saling memberikan dukungan, saling memberikan pengetahuan dan mampu beradaptasi sesuai dengan perkembangan zaman, membeli dan menjual produk yang berkualitas serta mahir menjual produk-produk dengan harga bersaing.⁸

B. SRC (*Sampoerna Retail Community*)

1. Pengertian SRC (*Sampoerna Retail Community*)

Masyarakat dari pelosok manapun di Indonesia tentu saja sudah tidak asing lagi dengan toko kelontong yang ada di lingkungan sekitar kita. Keberadaannya sangat membantu keseharian kita, baik untuk belanja kebutuhan sehari-hari ataupun sekadar membeli cemilan. Melihat peran tersebut, SRC hadir sebagai toko Masa Kini yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM di toko kelontong melalui usaha yang berkelanjutan. Kantor SRC berpusat di One Pacific Place Lantai 18, Jl. Jendral Sudirman, Kav 52-53 DKI Jakarta, 12190. SRC berdiri dengan visi untuk berpartisipasi dan berkontribusi secara aktif dalam memberikan dampak positif untuk Indonesia yang lebih baik.⁹ Berdasarkan hal tersebut, pendampingan usaha yang diberikan SRC kepada toko kelontong yang bergabung mencakup hal berikut:

⁸ Toko Kelontong SRC, "Tentang Kami", <https://www.src.id/> diakses pada tanggal 11 November 2023 16.55

⁹ Toko Kelontong SRC, "Tentang SRC" <https://www.src.id/> diakses pada tanggal 23 Juli 2023 09.31

- a. Tips merenovasi dan mendekorasi toko jadi lebih rapi, bersih dan terang
- b. Tips penataan barang dan tata letak barang/produk di toko
- c. Tips mengelola stok barang menjadi efisien
- d. Manajemen keuangan
- e. Strategi pemasaran¹⁰

SRC (*Sampoerna Retail Community*) adalah toko kelontong yang sepenuhnya dimiliki oleh pemilik toko, nama dibelakang brand yang tercantum adalah nama pemiliknya. Sama halnya dengan seluruh toko yang bergabung dengan SRC, semuanya sepenuhnya dimiliki oleh pemilik asli tetapi bertempat di berbagai daerah/lokasi. Peran kemitraan yang diberikan SRC berupa edukasi penampilan toko supaya menarik, pemberian bimbingan pemasaran, pengelolaan keuangan, dan lain-lain. Terdapat perbedaan antara toko kelontong dan toko SRC yaitu :

- a. Toko yang rapi, bersih, terang

Melalui berbagai bentuk pendampingan, warung kelontong didorong untuk berbenah. Mulai dari penampilan warung yang dibuat menjadi lebih menarik dan teratur dengan membersihkan area toko. Kemudian ditambah lagi dengan bantuan dalam mengatur etalase agar tertata dengan rapi.

- b. Memiliki Ekosistem Digital Ayo SRC

Pekerjaan mengurus stok barang atau omzet toko yang

¹⁰ *Ibid*, Diakses pada tanggal 23 Juli 2023. 09.35

sebelumnya dapat memakan waktu lama sekarang bisa lebih efektif dan mudah dengan menggunakan aplikasi Ayo SRC.

c. Sistem Mudah dan Dukungan untuk UMKM Sekitar

SRC ikut membantu kegiatan UMKM sekitar lewat Pojok Lokal SRC dan juga menyediakan layanan pembayaran yang berbeda dari warung kelontong lain lewat pojok bayar.

d. Menjadi Anggota Paguyuban SRC

Hubungan antara pemilik toko melalui Paguyuban SRC. Didalamnya SRC mendorong para pemilik toko untuk saling mendukung. Ikatan para anggota berampak positif dengan menjalankan kegiatan sosial. Keeratan para pemilik toko ini membawa dampak positif bagi masyarakat sekitar dengan adanya kegiatan sosial yang mereka jalankan.¹¹

2. Tugas Pokok dan Fungsi

a. Tugas pokok SRC (*Sampoerna Retail Community*)

- 1) Memberikan pendampingan dan pembinaan usaha berkelanjutan
- 2) Membantu toko kelontong melakukan pembenahan dan pengembangan toko
- 3) Memberikan bimbingan manajemen pengelolaan toko, edukasi penataan toko, strategi pemasaran, pengembangan SDM, manajemen keuangan, dan pelayanan pada pelanggan.

¹¹ Syamsul Anwae, *Hukum Perjanjian Syari'ah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), 68

b. Fungsi SRC (*Sampoerna Retail Community*)

SRC memiliki fungsi memberikan pembinaan berkelanjutan kepada toko SRC dan mitra grosir agar dapat berkembang dan terus naik kelas. SRC berkontribusi juga dalam meningkatkan pemberdayaan UMKM warga setempat sebagai langkah mendukung perekonomian masyarakat Indonesia.¹²

3. Keuntungan bergabung dengan paguyuban SRC¹³
 - a. Mendapat pendampingan usaha
 - b. Mudah dalam menjalankan usaha toko kelontong dengan teknologi
 - c. Mempunyai komunitas
 - d. Fasilitas distribusi UMKM
4. Kekurangan bergabung dengan paguyuban SRC
 - a. Terikat dengan kesepakatan pendampingan usaha
 - b. Siap melaksanakan program yang telah ditentukan
 - c. Harus berani meluangkan waktu untuk kegiatan paguyuban SRC
5. Syarat Menjadi Anggota SRC (*Sampoerna Retail Community*)

Untuk mengikuti program SRC ini masih terbilang mudah yaitu toko harus memenuhi syarat yang ditentukan oleh pihak Sampoerna. Syarat yang diberikan oleh pihak sampoerna yaitu :

- a. Memiliki toko sendiri.
- b. Memiliki keinginan untuk maju.

¹² Toko Kelontong SRC, diakses pada tanggal 17 Januari 2024 22.47

¹³ Toko Kelontong SRC, "Manfaat dan kekurangan paguyuban SRC", <https://www.src.id/> diakses pada tanggal 12 Nov 2023

- c. Toko terdaftar oleh HM Sampoerna.
- d. Mengajukan sendiri untuk menjadi anggota Paguyuban SRC Sampoerna.
- e. Memenuhi syarat Parameter 4P yaitu Penampilan, Perlengkapan, Pengelolaan dan Pengembangan Bisnis.

Berikut merupakan penjelasan mengenai syarat parameter 4P:

- a. Penampilan, toko akan dilakukan pengecatan ruangan Indoor maupun outdoor, penataan ruangan yang baik, terdapat Gudang, label harga dan juga penerangan yang baik.
- b. Perlengkapan, toko yang akan didaftarkan harus terdapat perlengkapan seperti rak, keramik, plafon, mesin kasir beserta meja kasir.
- c. Pengelolaan, berupa administrasi, rekapan pengeluaran dan juga rekapan penjualan.
- d. Pengembangan bisnis, toko yang dikelola bisa dimultifungsikan dengan usaha lain seperti melayani PPOB, Pertamina, menjual minuman dan sebagainya.

Persyaratan diatas akan di cek oleh pihak SRC, kemudian jika memenuhi syarat maka toko boleh masuk mendaftar dan bergabung dengan paguyuban dan mendapatkan pendampingan dan pembinaan secara berkelanjutan.¹⁴

¹⁴ Src. Id “Ketentuan dan persyaratan bergabung dengan paguyuban” diakses pada tanggal 25 Oktober 2023

6. Cara Bergabung Dengan Paguyuban *Sampoerna Retail Community* (SRC)

Yaitu Sebagai Berikut:

- a. Memenuhi Persyaratan yang sudah dijelaskan dipenjelasan sebelumnya.
- b. Melakukan syarat parameter 4P secara bertahap, dengan tiap bulan menjalankan tahap hingga bulan keempat.
- c. Menghubungi sales HM Sampoerna agar langsung mengecek toko yang dimiliki oleh calon mitra, untuk menghubungi sales SRC juga bisa dilakukan dengan cara mengirimkan email ke csayosrc@src.id¹⁵

C. Manajemen Pengelolaan

1. Pengertian Manajemen Pengelolaan

Manajemen merupakan strategi yang digunakan pemimpin dalam mengimplementasikan kemampuannya pada suatu organisasi. Manajemen dalam makna pengelolaan organisasi dipahami dalam arti menyeluruh yaitu, yang meliputi berbagai dimensi diantaranya; perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan, dan pemanfaatan sumber daya organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.¹⁶

Pengelolaan bisa diartikan sebagai manajemen, istilah manajemen telah diartikan oleh berbagai pihak dengan perspektif yang berbeda, misalnya pengelolaan, pembinaan, pengurusan, ketatalaksanaan, kepemimpinan, pemimpin, ketatapengurusan, administrasi, dan

¹⁵ Src.id, Syarat Bergabung Dengan SRC, (Jakarta : PT.SRC Indonesia Sembilan, 2021) diakses pada tanggal 25 Oktober 2023

¹⁶ Syahrizal Abbas, *Manajemen Perguruan Tinggi* (Jakarta: Kencana, 2008), 1

sebagainya. James A.F. Stoner dan Charles Wankel memberikan batasan manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian upaya anggota organisasi dan penggunaan seluruh sumber daya organisasi lainnya demi tercapainya tujuan organisasi.¹⁷ Manajemen yang fungsional, yaitu merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, dan mengontrol.

The Liang Gie mengajukan pandangan mengenai manajemen pengelolaan sebagai Unsur yang merupakan rangkaian perbuatan menggerakkan karyawan-karyawan dan mengarahkan segenap fasilitas kerja agar tujuan organisasi yang bersangkutan benar-benar tercapai.¹⁸ Langkah-langkah manajemen pengelolaan menurut The Liang Gie adalah: perencanaan yaitu kegiatan untuk menentukan hal-hal yang akan dikerjakan untuk mencapai tujuan, pembuatan keputusan yaitu kegiatan yang melakukan pengambilan keputusan atas kemungkinan-kemungkinan untuk menyelesaikan masalah. Pengarahan yaitu kegiatan membimbing bawahan dengan jalan memberikan perintah, pengkoordinasian yaitu kegiatan yang menghubungkan orang dan tugas agar terjamin adanya kesatuan atau keselarasan keputusan, kebijaksanaan, tindakan, langkah, dan sikap, pengontrolan yaitu kegiatan yang mengusahakan agar pelaksanaan pekerjaan serta hasil kerja sesuai dengan rencana, penyempurnaan yaitu kegiatan memperbaiki segenap segi penataan agar tujuan organisasi dapat tercapai secara efisien.

¹⁷ Siswanto, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2019), 2

¹⁸ lihat Syafiie, Inu Kencana, *Ilmu Administrasi Publik*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), 49

2. Fungsi dan Tujuan Manajemen Pengelolaan

Menurut Terry, memberi pengertian fungsi manajemen pengelolaan sebagai usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya melalui usaha orang lain.¹⁹ John D. Millet, menjelaskan fungsi pengelolaan adalah suatu proses pengarahan dan pemberian fasilitas kerja kepada orang yang diorganisasikan dalam kelompok formal untuk mencapai tujuan.²⁰ Henry Fayol mengemukakan ada 5 fungsi pengelolaan yaitu *Planning* (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *Commanding* (pemberian perintah), *Coordinating* (pengkoordinasian), dan *Controlling* (pengawasan).

Tujuan-tujuan yang telah ditetapkan akan dapat tercapai apabila manajemen pengelolaan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan tersebut dijalankan secara baik. Untuk mengatakan bahwa manajemen pengelolaan dijalankan secara baik dalam pencapaian tujuan yang telah ditentukan, maka harus dilihat dari fungsi-fungsinya yang berjalan secara baik. Apabila fungsi-fungsi manajemen dijalankan dengan baik, maka manajemen dalam upaya pencapaian tujuan dilakukan dengan baik. Sebaliknya, apabila fungsi-fungsi manajemen yang ada tidak dijalankan sebagaimana mestinya, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen yang ada juga tidak baik.²¹

¹⁹ George R. Terry, *Dasar-Dasar Manajemen* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 168.

²⁰ Irine Diana Wijayanti, *Manajemen* (Yogyakarta: Mitra Cendikia Press, 2008), 59

²¹ Abd. Rohman, *Dasar-dasar Manajemen*, (Malang: CV. Cita Intrans Selaras, 2017), 19

3. Kelebihan dan Kekurangan Manajemen Pengelolaan

Dalam melakukan kegiatan, tidak pernah terlepas dari dampak baik dan buruk, berikut adalah keuntugan menjalankan manajemen

- a. Mendapatkan planning program toko kelontong
- b. Mengetahui tantangan yang akan dihadapi.
- c. Mempunyai wawasan dalam mengembangkan usaha
- d. Memberikan ruang dan kesempatan dalam mengelola toko kelontong²²

Kekurangan yang didapatkan dalam menjalankan manajemen pengelolaan : Pertama, Harus sesuai dengan pengarahan manajemen pengelolaan pengarahan manajemen pengelolaan yang diperoleh Kedua, Dapat mengatur sistem manajemen keuangan. Karena sudah mendapatkan pengetahuan manajemen pengelolaan antara lain yaitu : sistem keuangan, persediaan, pelayanan, pengawasan, promosi dan lainnya.²³

4. Sistem Manajemen Pengelolaan

- a. Menerima karyawan yang baik dan berkualitas
- b. Menjalankan aspek marketing 7p
- c. Mempunyai sistem manajemen keuangan yang baik
- d. Tidak menumpuk produk jualan.

²² Danang Sunyoto, dan Agus Mulyono, *Manajemen Bisnis Ritel*, (Purbalingga: cv. Eureka Media Aksara, 2022), 32

²³ *Ibid*, 34