

Pengaruh Sampoerna Retail Community (SRC) Terhadap Daya Saing dan Pendapatan UMKM Toko Kelontong Wilayah asbagik (Studi Kasus Paguyuban SRC Samas Cobra Riborn)

Ardian Hidayat*¹, Agus Riswanto,²

Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi, Universitas Hamzanwadi

Email: Ardianjiharqa@gmail.com

Received: 23 Februari, 2024

Accepted: 11 April 2024

Published: 30 April, 2024

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Sampoerna retail community terhadap daya saing dan pendapatan umkm toko kelontong di wilayah masbagik. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif menggunakan pendekatan studi kasus. Sumber data dikumpulkan melalui data primer dan data sekunder. Semua anggota SRC yang berpaguyuban SRC samas cobra riborn yang akan menjadi informan dengan sampel sebanyak 25 toko. Teknik dan instrument pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko kelontong yang menjadi anggota SRC menunjukkan peningkatan dalam berbagai aspek daya saing, seperti peningkatan kualitas produk, harga, pelayanan pelanggan dan inovasi produk. SRC (Sampoerna Retail Community) sangat berperan dalam meningkatkan pendapatan pada toko kelontong, karena dengan pembinaan serta pendampingan toko kelontong ini jadi memiliki sistem manajemen pengelolaan toko yang baik sehingga dapat meningkatkan pendapatan toko kelontong secara drastis seperti sebelum bermitra dengan SRC Omset penjualan responden berada dikategori rendah yaitu dibawah 1.000.000 sedangkan setelah bermitra dengan SRC Omset penjualan meningkat sekitar 2.000.000-13.000.000 keatas perharinya.

Kata Kunci: Sampoerna Retail Community (SRC), Daya Saing, Pendapatan.

Abstract:

This study aims to determine the influence of Sampoerna retail community on the competitiveness and income of UMKM grocery stores in the Masbagik area. The research method used in this study is qualitative research using a case study approach. Data sources are collected through primary data and secondary data. All SRC members who are members of the SRC Samas Cobra Riborn will be informants with a sample of 25 stores. Data collection techniques and instruments in this study use interviews, observations and documentation. Based on the results of the study, it shows that grocery stores that are members of the SRC show an increase in various aspects of competitiveness, such as improving product quality, prices, customer service and product innovation. SRC (Sampoerna Retail Community) plays a very important role in increasing income in grocery stores, because with the coaching and mentoring of these grocery stores, they have a good store management system so that they can increase grocery store income drastically like before partnering with SRC. Respondents' sales turnover is in the low category, which is below 1,000,000, while after partnering with SRC, sales turnover increased by around 2,000,000-13,000,000 and above per day.

Keywords: Sampoerna Retail Community (SRC), Competitiveness, Income



CIRCULAR (Jurnal Pendidikan Sosial dan Ekonomi) is licensed under [a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Perjalanan SRC Indonesia berawal dari 57 toko kelontong sederhana di kota Medan pada tahun 2008, dengan semangat untuk terus berkembang menjadi lebih baik, kami terus berusaha dan bertransformasi untuk menjadi solusi untuk semua, bagi mitra grosir, pemilik toko kelontong, dan pelanggan di Indonesia. (www.src.id;2014)

Awal mula masuknya SRC ke NTB yaitu pada tahun 2009 akan tetapi masih pilihan saja seperti tempatnya strategis dan toko yang pertama bergabung atau bermitra dengan SRC yaitu toko SRC Windari. Sedangkan untuk SRC itu sendiri mulai merambah atau mulai berkembang itu pada tahun 2017 ke semua wilayah kampung-kampung atau pelosok tidak hanya di kota-kota saja. (Coach SRC Maad Adnan;2024)

Alasan SRC ini diadakan yaitu untuk menunjang ekonomi masyarakat atau untuk memajukan usaha-usaha ekonomi yang bersifat pribadi. Alasan orang-orang masuk atau bermitra dengan SRC salah satunya yaitu ada yang melihat dari segi bonus dan segi pengembangan, jika orang yang lebih mengejar bonus maka orang itu akan beranggapan bahwa bergabung dengan SRC itu akan di kontrak tapi sebenarnya bahwa SRC itu adalah bagaimana pengembangan toko itu sendiri yang semulanya kecil bisa menjadi besar, yang semulanya omset kecil menjadi omset besar dan benefitnya untuk perusahaan sebenarnya tidak terlalu signifikan akan tetapi PT SAMPOERNA HM Tbk. hanya menjalankan visi misinya 'untuk Indonesia' yang dimana SRC ini hanya sebagai sarana untuk meningkatkan ekonomi masyarakat. (Coach SRC Maad Adnan;2024)

Sampoerna Retail Community (SRC) sebagai pelaku usaha turut aktif mengambil peran dalam mendorong kualitas dan pendapatan UMKM. Sampoerna Retail Community (SRC) melakukan pembinaan dan pendampingan kepada UMKM retail. Sampoerna Retail Community (SRC) melakukan pendampingan UMKM dengan memberikan berbagai inovasi digital agar memudahkan UMKM mengelola usahanya. Sampoerna Retail Community (SRC) pun turut serta membantu UMKM yang kesulitan dalam pemasaran produk dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan pada usaha-usaha tersebut. Tidak hanya memberikan wadah dalam hal pemasaran, Sampoerna Retail Community (SRC) juga berpartisipasi langsung dalam rangka distribusi produk UMKM-UMKM tersebut. (Ardyanti, Aprilia;2021)

Persaingan usaha sesama toko kelontong di wilayah masbagik sangat cukup pesat apalagi dengan adanya toko seperti toko modern alfamart dan indomart, kios kios kecil yang masih belum bermitra dengan siapapun dan juga toko kelontong yang bermitra dengan GGSP dan DRP akan tetapi kebanyakan owner toko lebih memilih untuk bergabung dengan SRC, karena dengan adanya SRC, SRC Indonesia

membantu toko kelontong untuk meningkatkan daya saing dan kualitas toko kelontong sehingga bisa menambah omset penjualan. Persaingan usaha antara toko kelontong yang sudah bermitra dengan SRC dengan toko modern dan toko-toko kecil lainnya yaitu dilihat dari segi harga, lokasi, pelayanan dan kelengkapan produk. Strategi SRC dalam mengatasi persaingan ini dengan cara meningkatkan kualitas dan daya saing toko kelontong dengan menerapkan RBT (Rapi, Bersih, dan Terang), meningkatkan branding dan dibantu melengkapi produk.

Persaingan SRC dalam usaha yang paling dominan bersaing dengan, GGSP (Gudang Garam Strategic Partnership) dan DRP (Djarum Retail Partnership), alasan kenapa orang lebih memilih SRC karena pada GGSP dan DRP ini sama-sama sistemnya kontrak misalnya dikontrak untuk 1 tahun atau lebih atau bisa dibidang juga bahwa yang bergabung dengan GGSP dan DRP ini difasilitasi mulai dari rak, lampu dan sebagainya, beda halnya dengan SRC hanya melakukan pembinaan pengembangan daya saing bagaimana toko itu bisa maju dan SRC hanya memfasilitasi box rokok sama spanduk saja selebihnya mulai dari rak dan lainnya itu dari toko itu sendiri. Di SRC ini dalam pertigabulan ada bonus yang diberikan, akan tetapi sekarang yang ada hanya sistem reward, tetapi tergantung dari toko itu sendiri kalau memang toko itu rajin untuk mengembangkan tokonya untuk maju maka toko tersebut akan mendapatkan bonus dari SRC itu sendiri. Semakin maju toko tersebut maka semakin besar peluang untuk mendapatkan bonus. (Coach SRC Maad Adnan;2024)

Paguyuban SRC Samas Cobra Reborn merupakan salah satu paguyuban SRC yang ada di Lombok Timur Yang diketuai oleh Pak Ahdiyati Furqon. Yang dimana paguyuban ini selalu rutin melaksanakan pertemuan disetiap bulannya. Selain menambah teman yang sama-sama memiliki bisnis usaha toko SRC, pertemuan ini juga dapat menambah wawasan karena kegiatan yang dilaksanakan yaitu berbagi pengalaman selama mempunyai toko, saling memberikan saran yang membangun terkait penyusunan barang ditoko agar terlihat rapi, saling membantu toko lain dalam menggunakan aplikasi di smartphone, dan lain-lain. Paguyuban SRC Samas Cobra Reborn ini juga mempunyai kegiatan arisan yang dilakukan setiap bulannya, nominal arisannya tergantung kesepakatan anggota pada paguyuban tersebut.

Alasan saya tertarik meneliti SRC ini karna beberapa toko yang saya liat di wilayah masbagik sebelum bermitra dengan SRC terlihat seperti kios kios pada umumnya, akan tetapi setelah bermitra dengan SRC perubahan beberapa toko yang saya perhatikan kini terlihat lebih maju dan lebih baik dengan menerapkan rapi bersih dan terang. Dari hasil observasi awal yang dilakukan kepada salah satu pemilik toko SRC yang ada di Paguyuban SRC Samas Cobra Reborn, yaitu pak Yayat selaku owner toko SRC Alifamart mengatakan bahwa kondisi sebelum bergabung dengan SRC yang dimana sama seperti toko pada umumnya yang

penjualannya hanya menggunakan sistem penjualan offline saja, dan untuk melengkapi semua stok barang owner dari toko tersebut langsung terjun ke toko ritel atau grosir, sebelum bermitra dengan SRC kondisi toko Alifamart tata letak barang-barangnya masih tidak beraturan serta pencahayaannya juga masih kurang. Sedangkan dengan adanya program SRC dari PT. HM Sampoerna Tbk. Ini maka toko yang bermitra dengan SRC mendapatkan pembinaan yang bisa meningkatkan daya saing toko dan pendapatan dari penjualan yang dilakukan pada setiap bulannya. Salah satunya yaitu berkurangnya jumlah modal atau biaya operasional seperti ongkos kendaraan ketika pergi berbelanja kebutuhan barang dagangan yang dikeluarkan setiap bulannya. Karena dengan bergabung menjadi toko SRC, berbelanja barang dagangan menjadi lebih efektif waktu dan efisien dalam pengeluaran karena barang dagangan yang dipesan melalui aplikasi Ayo SRC Toko akan diantar langsung oleh Mitra SRC, dan juga setelah bergabung dengan SRC pencahayaan dan tata letaknya menjadi lebih baik. Namun faktor lainnya seperti modal, lama usaha, lokasi usaha, dan jam kerja perlu dilakukan penelitian lebih lanjut supaya mengetahui ada atau tidaknya pengaruh tersebut terhadap pendapatan.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa alasan para pemilik toko kelontong bergabung dengan program SRC ini karna melihat banyaknya keuntungan yang akan didapat. Seperti toko memiliki branding, toko dibantu untuk melengkapi produk, toko juga dibantu RBT (Rapi, Bersih, Terang), mendapatkan reward serta mendapatkan edukasi tata cara pengelolaan toko agar toko dapat bersaing pada masa kini. Pada awal bergabung pihak SRC juga memberikan sejumlah uang untuk membeli cat toko untuk menambah daya saing toko kelontong.

Adapun Jumlah Toko Kelontong yang bermitra dengan SRC pada Paguyuban SRC Samas Cobra Reborn yaitu sebanyak 25 toko yang di ketuai oleh pak Ahdiyati Furqon. Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti dan mengkaji lebih lanjut mengenai pengaruh dari Sampoerna Retail Community (SRC) dalam meningkatkan daya saing dan pendapatan UMKM di wilayah masbagik dari tahun 2023 sampai tahun 2024 dalam bentuk skripsi dengan judul “PENGARUH SAMPOERNA RETAIL COMMUNITY (SRC) TERHADAP DAYA SAING DAN PENDAPATAN UMKM TOKO KELONTONG DI WILAYAH MASBAGIK (Studi Kasus Paguyuban SRC Samas Cobra Reborn)”

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Kualitatif. Penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan Studi kasus. Studi kasus merupakan penelitian yang mendalam tentang individu, satu kelompok, satu organisasi, satu program kegiatan, dan sebagainya dalam waktu tertentu. Tujuannya untuk

memperoleh diskripsi yang utuh dan mendalam dari sebuah entitas. Studi kasus menghasilkan data untuk selanjutnya dianalisis untuk menghasilkan teori. Sebagaimana prosedur perolehan data penelitian kualitatif, data studi kasus diperoleh dari wawancara, observasi, dan arsip. Penelitian ini dilakukan di wilayah masbagik. Sumber data pada penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi, wawancara dengan internal Sampoerna Retail Community (SRC) yaitu Bapak Ma'ad Adnan dan data sekunder diperoleh dari bapak Ahdiat Furqon selaku ketua Paguyuban Samas Cobra Riborn.

Informan pada penelitian ini adalah Pemilik toko Kelontong yang bermitra dengan SRC (Sampoerna Retail Community) pada paguyuban SRC samas cobra riborn yang berjumlah 25 toko. Teknik dan prosedur pengumpulan data pada penelitian ini ada tiga yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi.

Prosedur analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data dari Miles & Huberman yaitu inductive model. Yang dimana model ini terdapat tiga teknik analisis data yaitu reduksi data (data reduction), penyajian data (data display) dan penarikan kesimpulan/ verifikasi (verifying).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara langsung kepada para informan untuk mengetahui bentuk persaingan dan pendapatan sebelum dan sesudah bermitra pada tahun 2023-2024, yang dimana informan yang telah ditentukan sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan yaitu memiliki Toko yang bergabung dengan SRC (Sampoerna Retail Community) pada paguyuban SRC Samas Cobra Riborn yang berjumlah 25 toko atau anggota.

Persaingan usaha antara toko kelontong yang sudah bermitra dengan SRC dengan toko modern yaitu dilihat dari segi harga, lokasi, pelayanan dan kelengkapan produk. Strategi SRC dalam mengatasi persaingan ini dengan cara meningkatkan keterampilan manajemen bisnis yang dapat meningkatkan kualitas dan daya saing toko kelontong, dan juga dengan menerapkan RBT (Rapi, Bersih, dan Terang), meningkatkan branding dan dibantu melengkapi produk. Persaingan SRC dengan toko kelontong lainnya dapat dilihat dari bagaimana menggunakan teknologi untuk mengelola stok, penjualan, dan sistem pembayaran digital. Anggota SRC biasanya mendapatkan akses ke aplikasi yang membantu mereka dalam manajemen toko. Sedangkan toko-toko kecil lainnya biasanya masih menggunakan metode manual untuk mengelola toko mereka, yang bisa kurang efisien dibandingkan dengan metode digital.

Pendapatan toko kelontong sebelum bermitra dengan SRC rata-rata mulai dari 200.000 sampai dengan 2.300.000 dalam perhari. Setelah bermitra dengan SRC

pendapatan meningkat drastis yaitu sekitar 11.000.000 dilihat dari tahun 2023. Bisa disimpulkan bahwa dari tahun 2023-2024 terdapat perbedaan atau selisih pendapatan sekitar 1.000.000an.

PEMBAHASAN

Bentuk daya saing

Toko kelontong yang menjadi anggota SRC yang menggunakan sistem Ecer menunjukkan peningkatan dalam berbagai aspek daya saing, seperti peningkatan kualitas produk, harga, pelayanan pelanggan dan inovasi produk. Harga yang ditetapkan oleh owner mampu bersaing dengan toko-toko modern karena beliau mengambil untung dengan cara sedikit demi sedikit artinya ialah beliau rela untung sedikit yang penting pelanggan puas dan usahanya lancar, PT. Sampoerna ingin membantu toko kelontong Indonesia dan membantu menyiapkan kebutuhan masyarakat Indonesia yang hemat, dekat dan bersahabat, dan toko-toko kelontong yang bermitra dengan SRC dari 4-7 tahun lalu sampai sekarang mampu menjadi toko kelontong yang lebih bersaing dibidang kualitas produk, harga, pelayanan, dan inovasi. Semua anggota paguyuban SRC salah satunya bapak Ahdiyat Furqon mengambil contoh manajemen harga dari bagaimana orang Cina menjalankan bisnis mereka dengan sukses.

Dan pada toko kelontong yang menggunakan sistem Grosir, dengan bermitra dengan SRC bisa meningkatkan daya saing toko kelontong melalui berbagai aspek seperti harga, branding, promosi, varian produk, dan efisiensi operasional. Hal ini memungkinkan toko kelontong untuk bersaing lebih efektif di pasar yang semakin kompetitif. Bermitra dengan SRC memberikan akses ke jaringan toko kelontong lainnya, memungkinkan berbagi pengetahuan, pengalaman, dan praktik terbaik yang dapat meningkatkan daya saing secara keseluruhan.

Kondisi pendapatan sebelum dan sesudah bermitra

Terdapat peningkatan dalam pendapatan harian atau bulanan toko kelontong setelah bergabung dengan SRC. Sebelum bermitra dengan SRC Omset penjualan responden berada dikategori rendah yaitu dibawah 2.300.000 sedangkan setelah bermitra dengan SRC Omset penjualan meningkat sekitar 2.000.000-13.000.000 keatas perharinya. Salah satunya bisa dilihat dari toko kelontong yang menggunakan sistem Ecer yaitu SRC Windari yang mempunyai omset penjualan perhari setelah bermitra dengan SRC yaitu sekitar 12.000.000 dan toko kelontong yang menggunakan sistem Grosir yaitu SRC Harapan Kita yang mempunyai omset penjualan perhari setelah bermitra dengan SRC yaitu sekitar 13.000.000 dilihat dari tahun 2023-2024. SRC mampu membantu toko kelontong untuk meningkatkan pendapatan dengan cara diberikan pembinaan dari coach SRC yaitu pak Adnan dan

anggota-anggota paguyuban yang saling memberikan usulan, kritikan dan support satu sama lain. Toko-toko ritel binaan SRC mendapatkan bimbingan manajemen pengelolaan toko, mulai dari edukasi penataan toko, strategi pemasaran, pengembangan SDM, manajemen keuangan, hingga pelayanan pelanggan. Kembali lagi semua tergantung pada lokasi toko, kelengkapan toko dan cara memanajemen waktu atau waktu penjualan karena ada aja toko yang tutup dihari jum'at, minggu dan hari-hari tertentu dikarenakan beberapa toko tidak menggunakan karyawan.

Sampoerna Retail Community

SRC adalah singkatan dari Sampoerna Retail Community yang memudahkan akses bagi para mitra SRC untuk bisa saling berbagi ilmu bisnis, lalu memudahkan cara mengelola toko yang benar. Dengan adanya SRC, toko kelontong dapat belajar mengembangkan usaha mereka melalui manajemen tata usaha yang lebih baik dalam bentuk edukasi pengelolaan toko ataupun pendampingan usaha secara berkelanjutan, serta diharapkan dapat membawa perubahan positif bagi lingkungan di sekitarnya. Sampoerna Retail Community (SRC) memiliki pengaruh positif terhadap daya saing dan pendapatan toko kelontong. Ada juga beberapa produk asli dari SRC seperti tisu, air, kopi saset, hand sanitizer dan sabun cuci tangan brand dari SRC sendiri. Toko kelontong yang bermitra dengan SRC menunjukkan peningkatan dalam kualitas produk, harga, pelayanan pelanggan, dan inovasi. Program seperti SRC dapat menjadi model bagi inisiatif serupa yang bertujuan untuk mendukung dan memberdayakan UMKM di sektor ritel tradisional. Benefit dari membina toko kelontong bagi SRC sendiri sebenarnya bisa menaruh atau menitip produknya untuk dipasarkan, dan pihak PT Sampoerna ingin menyukseskan slogannya “untuk Indonesia” yaitu untuk membantu meningkatkan kualitas daya saing dan pendapatan umkm toko kelontong serta membantu menyiapkan kebutuhan masyarakat Indonesia.

KESIMPULAN

Toko kelontong yang menjadi anggota SRC menunjukkan peningkatan dalam berbagai aspek daya saing, seperti peningkatan kualitas produk, harga, pelayanan pelanggan dan inovasi produk. Toko kelontong yang bergabung dengan program SRC (Sampoerna Retail Community) ini akan mendapatkan keuntungan-keuntungan agar toko bisa lebih maju dan bersaing pada era masa kini.

SRC (Sampoerna Retail Community) sangat berperan dalam meningkatkan pendapatan pada toko kelontong, karena dengan pembinaan serta pendampingan toko kelontong ini jadi memiliki sistem manajemen pengelolaan toko yang baik sehingga dapat meningkatkan pendapatan toko kelontong secara drastis seperti sebelum bermitra dengan SRC Omset penjualan responden berada dikategori

rendah yaitu dibawah 1.000.000 sedangkan setelah bermitra dengan SRC Omset penjualan meningkat sekitar 2.000.000-13.000.000 keatas perharinya.

SARAN

Sampoerna retail community (SRC) diharapkan terus memberikan pembinaan kepada toko-toko kelontong dan Mengadakan kemitraan dengan lebih banyak supplier dan produsen untuk memberikan akses ke berbagai produk berkualitas dengan harga kompetitif. Semua anggota paguyuban SRC Samas Cobra Riborn diharapkan dapat mempertahankan Tokonya, berinovatif dan terus berkembang agar dapat memuaskan konsumen dan diharapkan bisa mempertahankan pelayanan yang baik terhadap konsumen. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan juga hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan refrensi untuk penelitian yang sejenis serta diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan variabel variabel lain yang berpengaruh terhadap daya saing dan pendapatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Tanzah, Pengantar Metode Penelitian, (Yogyakarta: Teras, 2009)
- Ardansyah, Patmarina, H., & Sitanggang, D. P. (2023). Pengembangan Umkm Toko Kelontong Konvensional Src Tata Di Bandar Lampung. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 2(2), 104–112.
- Ardyanti, A. (2021). *STRATEGI SAMPOERNA RETAIL COMMUNITY (SRC) DALAM MENGEMBANGKAN UMKM DI KABUPATEN GROBOGAN SKRIPSI Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata I dalam Ilmu Ekonomi Islam Disusun Oleh.*
- Dewi, R. P., & Hidayah, S. N. (2019). Metode Study Kasus. *Skripsi*, 19.
- Lisabella, M. (2013). Prosedur analisis data dengan Model Analisis Interaktif Miles and Huberman. *Universitas Bina Darma*, 3.
- Rizki, C., & Hamdalah, A. (2023). Peran SRC (Sampoerna Retail Community) Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Toko Kelontong Perspektif Ekonomi Syariah. *Journal of Sharia and Law*, 2(1), 175–190.
- Sadewo, Naufal Falih, Analisis Efektifitas Inovasi Digital SRC (Sampoerna Retail Community) dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Kelontong di Kecamatan Medan Johor, Skripsi Program Studi Ekonomi Islam UIN Sumatera Utara, Medan, 2020.
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta, 2011.