

RINGKASAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan pada toko kelontong mitra usaha *Sampoerna Retail Community (SRC)*. Tujuan penelitian adalah untuk membandingkan omzet toko kelontong sebelum dan sesudah bergabung dengan SRC.

Lokasi penelitian yang dipilih yaitu Kecamatan Purwokerto Timur berdasarkan *purposive area*. Populasi dalam penelitian sebanyak 71 toko kelontong dan jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini adalah 42 toko kelontong berdasarkan perhitungan rumus Taro Yamane. Analisis data yang digunakan adalah uji normalitas Kolmogorov-Smirnov dengan software SPSS untuk menguji asumsi normalitas data, selanjutnya menggunakan uji *Wilcoxon Signed Rank* untuk menganalisis signifikansi perbedaan antar dua data berpasangan berskala ordinal yang tidak terdistribusi normal.

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa terdapat kenaikan omzet pada toko kelontong sesudah bergabung dengan SRC di Kecamatan Purwokerto Timur. Rata - rata omzet penjualan toko kelontong sebelum bergabung dengan SRC yaitu sebesar Rp1.179.761,00 dan rata – rata omzet penjualan sesudah bergabung dengan SRC yaitu sebesar Rp1.916.666,00 dengan persentase kenaikan omzet sebesar 62 persen. Pertimbangan ikutserta dengan SRC antara lain untuk mendapatkan pendampingan usaha, untuk mendapatkan relasi sesama pemilik toko kelontong, keinginan untuk maju dan berkembang, untuk memberikan acuan bahwa tujuan toko kelontong yang mereka miliki adalah untuk menjadi toko kelontong yang dapat bersaing dengan toko modern.

Penelitian ini menunjukkan bahwa SRC memberikan implikasi positif bagi toko kelontong. Pendampingan usaha yang diberikan pihak SRC dapat digunakan sebagai bantuan dalam menjalankan usaha toko kelontong sehingga para pedagang toko kelontong yang bergabung dengan SRC tahu hal-hal yang perlu dilakukan untuk memajukan toko kelontongnya untuk bersaing dengan toko modern. Para pedagang toko kelontong hendaknya lebih memanfaatkan program yang ada dalam kemitraan SRC secara maksimal karena program tersebut dapat mendorong toko kelontong untuk memperoleh omzet dari hasil penjualan barang toko kelontong semakin besar lagi.

Kata kunci: Kemitraan, Ritel, UMKM, Toko Kelontong, Omzet Penjualan

SUMMARY

This research is a quantitative study conducted at a grocery store business partner Sampoerna Retail Community (SRC). The aim of the study was to compare grocery store turnover before and after joining SRC.

The research location chosen is East Purwokerto District based on a purposive area. The population in the study was 71 grocery stores and the number of respondents taken in this study were 42 grocery stores based on the Taro Yamane formula calculation. Analysis of the data used is the Kolmogorov-Smirnov normality test with SPSS software to test the assumption of normality of the data, then use the Wilcoxon Signed Rank test to analyze the significance of the difference between two paired data on an ordinal scale that is not normally distributed.

Based on the results of the study, it was concluded that there was an increase in turnover at the grocery store after joining SRC in East Purwokerto District. The average sales turnover of grocery stores before joining SRC was IDR 1,179,761.00 and the average sales turnover after joining SRC was IDR 1,916,666.00 with a 62 percent increase in turnover. Considerations for participating with SRC, among others, to get business assistance, to gain relationships with fellow grocery store owners, the desire to progress and develop, to provide a reference that the purpose of their grocery store is to become a grocery store that can compete with modern stores.

This study shows that SRC has positive implications for grocery stores. The business assistance provided by SRC can be used as assistance in running a grocery store business so that grocery store traders who join SRC know what to do to advance their grocery stores to compete with modern stores. Grocery store traders should take full advantage of the existing program in the SRC partnership because the program can encourage grocery stores to earn even greater turnover from the sale of grocery store goods.

Keyword: Partnership, Retail, MSME's, Grocery Store, Sales Turnover