

PENYULUHAN SUMBER DAYA MANUSIA UNTUK BUDAYA MODERN RETAIL PADA 100 OUTLET MODERN RETAIL TRADISIONAL UNTUK PENGEMBANGAN EKONOMI WILAYAH DI KOTA MAGELANG, JAWA TENGAH 2022-2023

Iwan Satriyo Nugroho¹

Email: ivansatriyo12@gmail.com

Darwin Nahwan²

Email: nahwandarwin@gmail.com

Muhajirin³

Email: muhajirinm87@gmail.com

Abdussalam⁴

Email: abdussalamoyo@gmail.com

Dila Sekar Arum Sari⁵

Email: Sekararumsari089@gmail.com

Reina marsela⁶

Email: reinamarsela05@gmail.com

¹Industrial Engineering / Engineering Faculty, ² Management, University of Islam Nusantara, Bandung. ^{3,4,5,6}Islamic economics, Nahdlatul Ulama Islamic Economics College, Subang.

^{1,2}Jl. Soekarno Hatta No 530 , Kotamadya Bandung

^{3,4,5,6} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nahdlatul Ulama, Subang

¹ Universitas Islam Nusantara Bandung

² Universitas Islam Nusantara Bandung

³ Universitas Islam Nusantara Bandung

⁴ Universitas Islam Nusantara Bandung

⁵ Universitas Islam Nusantara Bandung

Abstract:

Retail has an important role in the supply chain because it is the spearhead of the distribution channel which is in direct contact with consumers. Indonesian Retail Sales Growth was reported at 5.5% in September 2022. This record is an increase compared to the previous 4.9% for 2022-08. Indonesia Retail Sales Growth data is updated monthly, averaging 8.1 % from 2011-01 to 2022-09, with 141 observations. This data reached a high of 28.2 % in 2013-12 and a record low of -20.6 %. Magelang City is one of the largest tourist cities in Indonesia. The Magelang City tourism office projects that tourist visits in the city could reach around three million people by the end of 2022 or much higher than the target of 1.5 million tourists. In tourist destination-based cities, the role of retail is very important in meeting the needs of the community and migrant tourists. Consumer good companies try to design and build marketing strategies to advance their companies. Likewise, the role of PT. HM. Sampoerna Tbk under the international affiliate PT Phillip Morris Intenationa;l as a business citizen also takes an active role in encouraging an inclusive people's economy as a form of commitment to support equal distribution of economic progress throughout Indonesia. Carried out through the Sampoerna Retail Community (SRC) program, Sampoerna has been developing and increasing the competitiveness of traditional grocery stores since 2008 and has now built more than 120,000 grocery stores throughout Indonesia.

Keywords: Human Resources, Retail Community, Sampoerna, Magelang

Abstrak:

Ritel memiliki peranan penting dalam rantai pasok karena merupakan ujung tombak saluran distribusi yang langsung bersentuhan dengan konsumen. Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia dilaporkan sebesar 5.5 % pada Bulan September 2022. Rekor ini naik dibanding sebelumnya yaitu 4.9 % untuk 2022-08. Data Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia diperbarui bulanan, dengan rata-rata 8.1 % dari 2011-01 sampai 2022-09, dengan 141 observasi. Data ini mencapai angka tertinggi sebesar 28.2 % pada 2013-12 dan rekor terendah sebesar -20.6 %. Kota Magelang merupakan salah satu kota wisata terbesar di Indonesia. Dinas pariwisata Kota Magelang memproyeksikan kunjungan wisata di kota tersebut bisa mencapai sekitar Tiga juta orang akhir 2022 atau jauh lebih tinggi dai target 1,5 juta wisatawan. Di Kota berbasis tempat wisata peranan retail sangat penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat maupun wisatawan pendatang.

Perusahaan consumer good berusaha merancang dan membangun strategi pemasaran untuk memajukan perusahaannya. Demikian juga peranan PT. HM. Sampoerna Tbk dibawah afiliasi internasional PT Phillip Morris Intenationa;l sebagai warga usaha turut mengambil peran aktif dalam mendorong ekonomi kerakyatan yang inklusif sebagai bentuk komitmen dukungan pemerataan kemajuan ekonomi di seluruh Indonesia. Dilakukan melalui program Sampoerna *Retail Community* (SRC), Sampoerna melakukan pengembangan dan peningkatan daya saing toko kelontong tradisional sejak tahun 2008 dan kini telah membina lebih dari 120.000 toko kelontong tersebar di seluruh Indonesia.

Kata Kunci: Sumber Daya Manusia, Komunitas Retail, Sampoerna, Magelang

PENDAHULUAN

Ritel memiliki peranan penting dalam rantai pasok karena merupakan ujung tombak saluran distribusi yang langsung bersentuhan dengan konsumen. Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia dilaporkan sebesar 5.5 % pada Bulan September 2022. Rekor ini naik dibanding sebelumnya yaitu 4.9 % untuk 2022-08. Data Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia diperbarui bulanan, dengan rata-rata 8.1 % dari 2011-01 sampai 2022-09, dengan 141 observasi. Data ini mencapai angka tertinggi sebesar 28.2 % pada 2013-12 dan rekor terendah sebesar -20.6 %.

Ritel menjadi indikator utama untuk melihat bagaimana *leading indicators* makro berjalan, salah satunya dengan memperhatikan bagaimana harga ritel dan perkembangannya disamping berbagai indikator yang lain, angka-angka tersebut sangat penting di tengah berbagai ketidakpastian global yang memang betul-betul masih di depan mata namun kita relatif bisa mengendalikannya

Terkait dengan penjualan ritel tersebut, meskipun telah mengalami peningkatan yang cukup tinggi, masih terdapat berbagai tantangan dan kekurangan yang harus diatasi seperti kesiapan pelaku usaha dalam mengatasi keseimbangan antara supply dan demand. Hal ini karena masih banyak ditemui pelaku usaha ritel yang menetapkan target supply setara dengan kondisi di kala pandemi namun dari sisi demand telah kembali normal sehingga terjadi gap diantaranya. Selain itu, disrupsi rantai pasok juga perlu untuk diwaspadai pelaku usaha terlebih terdapat beberapa negara mitra dagang Indonesia yang mengalami kontraksi pertumbuhan ekonomi cukup mendalam hingga saat ini.

Kota Magelang merupakan salah satu kota wisata terbesar di Indonesia. Dinas pariwisata

Kota Magelang memproyeksikan kunjungan wisata di kota tersebut bisa mencapai sekitar dua juta orang akhir 2022 atau jauh lebih tinggi dari target 1,5 juta wisatawan. Di Kota berbasis tempat wisata peranan retail sangat penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat maupun wisatawan pendatang.

Perusahaan *consumer good* terbaik di dunia PT. HM. Sampoerna Tbk berusaha merancang dan membangun strategi pemasaran untuk memajukan perusahaannya. Demikian juga peranan PT. HM. Sampoerna Tbk sebagai warga usaha turut mengambil peran aktif dalam mendorong ekonomi kerakyatan yang inklusif sebagai bentuk komitmen dukungan pemerataan kemajuan ekonomi di seluruh Indonesia. Dilakukan melalui program Sampoerna *Retail Community* (SRC), Sampoerna melakukan pengembangan dan peningkatan daya saing toko kelontong tradisional sejak tahun 2008 dan kini telah membina lebih dari 120.000 toko kelontong tersebar di seluruh Indonesia.

Dampak sosial dan ekonomi atas program peningkatan daya saing UMKM yang dilakukan SRC selama hampir 12 tahun ditegaskan oleh survey yang dilakukan terhadap ratusan pemilik toko kelontong di Indonesia. Kegiatan PKM ini dilaksanakan sebagai kerjasama PT. HM Sampoerna TBK dengan mitra CV. Langit Cirebon pada proyek pemasangan Pylon di SRC.

Tujuan khusus

Untuk penyuluhan dan pembinaan SDM Budaya bagi owner dan karyawan kmodern retail bagi SDM Sampoerna Retail Community pendukung UMKM berbasis digital (Studi Kasus pada penyuluhan dan pembinaan 200 outlet Sampoerna *Retail Community* di Kota Magelang)

Urgensi pengabdian kepada masyarakat

pengabdian kepada masyarakat ini akan menambah bahan penting bagi penyuluhan dan pembinaan SDM Budaya modern retail bagi SDM Sampoerna *Retail Community* pendukung UMKM berbasis digital (Studi Kasus pada penyuluhan dan pembinaan 100 outlet Sampoerna *Retail Community* di Kota Magelang)

Spesifikasi Khusus Terkait Dengan Skema :

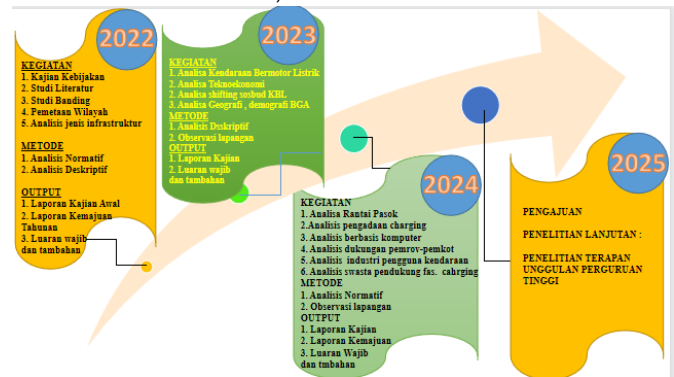
Pengabdian kepada masyarakat sesuai bidang fokus Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Islam Nusantara dan Ekonomi Syariah STIENU Subang di bidang rantai pasok dan retail di dalam RENSTRA UNINUS dan STIENU Subang. Dalam pengabdian kepada masyarakat Dasar Unggulan Perguruan Tinggi menghasilkan *Outcome* yaitu Kajian analisis dan perancangan manajemen proyek yang berkaitan dengan distribusi dan rantai pasok pada retail dengan membangun *retail community*. Luarannya: terbitnya Bahan Ajar ber-ISBN, Modul, Manual, HKI, dan pembicara dalam seminar nasional.

Pengabdian kepada masyarakat yang paling dekat adalah beberapa pengabdian kepada masyarakat berikut :

- (1) pengabdian kepada masyarakat ANALISIS EFEKTIVITAS INOVASI DIGITAL SRC (SAMPOERNA RETAIL COMMUNITY) DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA TOKO KELONTONG DI KECAMATAN MEDAN JOHOR, pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan oleh NAUFAL FALIH SADEWO, 20204; FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN . <http://repository.uinsu.ac.id/10165/1/Skripsi%20Naufal%20Falih%20Sadewo%20ASLI.pdf>
- (2) Pengabdian kepada masyarakat The Impact of the Covid 19 Pandemic on Retail Performance at the Sampoerna Retail Community in Soloraya The Impact of the

Covid 19 Pandemic on Retail Performance at the Sampoerna Retail Community in Soloraya, (3) Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan oleh Sajiwo Tri Prakoso, 2020; diterbitkan Vol. 3 No. 1 (2022): Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT) Universitas Muhammadiyah Sukabumi. <https://jurnal.ummi.ac.id/index.php/jimat/article/view/147>

PETA JALAN pengabdian kepada masyarakat (*RESEARCH ROADMAP*) :



Gambar 1 Peta Jalan PKM UNINUS-STIENU

Teori yang melandasi:

Sampoerna *Retail Community* (SRC) adalah sebuah program yang dijalankan oleh PT HM Sampoerna Tbk, sebuah perusahaan sigaret terkenal di Indonesia. Program ini mempunyai tujuan untuk memberdayakan para pedagang ritel pengecer yang memperdagangkan produk-produk Sampoerna, seperti rokok dan produk-produk lainnya yang diperjualbelikan oleh perusahaan.

Program SRC menawarkan berbagai jenis perlindungan dan kegunaan kepada para pedagang ritel, yang terdiri dari pelatihan, pengembangan keterampilan, perlindungan pemasaran, serta perlindungan di dalam mengelola bisnis mereka. Tujuan utamanya adalah untuk menopang para pedagang ritel meningkatkan kinerja bisnis mereka, memperluas jaringan, dan meningkatkan penjualan produk Sampoerna.

Melalui program ini, Sampoerna berupaya untuk memperkuat pertalian bersama dengan para mitra bisnisnya di tingkat lokal, sambil dihitung berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi penduduk di kurang lebih mereka. Program-program semacam ini umumnya menjadi anggota berasal dari kiat perusahaan di dalam membangun jejaring yang kuat bersama dengan para pengecer dan pedagang ritel, agar mampu menggapai target penjualan yang lebih luas dan memperkuat posisi merek di pasar.

Karena tugas CV Langit Cirebon oleh PT HM.Sampoerna terkait proyek pemasangan Pylon , sehingga perlu landasan teori mengenai Manajemen Proyek

Pengertian Proyek

Proyek Merupakan upaya sementara yang dilakukan dalam suatu industri untuk menciptakan sebuah produk, layanan, atau hasil yang unik. Sebuah proyek bersifat sementara karena memiliki awal dan akhir waktu yang pas, dan karenanya menentukan lingkup dan sumber daya.

Dan sebuah proyek bersifat unik, dikarenakan bukan merupakan operasi rutin, tetapi merupakan serangkaian operasi khusus yang dirancang untuk mencapai satu tujuan. Jadi, tim proyek seringkali melibatkan orang-orang yang biasanya tidak bekerja bersama, kadang-kadang dari organisasi yang berbeda dan dari bisa lintas geografi.

Salah satu contoh proyek yaitu, pengembangan perangkat lunak untuk aplikasi bisnis, pembangunan gedung atau jembatan, upaya pemulihan setelah bencana alam, perluasan penjualan ke pasar geografis baru, riset, penyusunan sebuah buku dan lain-lain. Inti dari kegiatan suatu proyek yaitu adanya kegiatan awal dan juga akhir dari suatu proses kerja.

Pengertian Manajemen

Kabupaten Magelang adalah kabupaten yang luasnya sekitar 1.085,73 km² dengan ketinggian lokasi dari 202 meter hingga mencapai 1.378 meter di atas permukaan laut. Kabupaten Magelang terdiri atas 21 kecamatan. Kecamatan terluas merupakan Kecamatan Kajoran. Luas Kecamatan Kajoran raih 7,68 persen berasal dari keseluruhan luas Kabupaten Magelang, tetapi kecamatan terkecil adalah Kecamatan Ngluwar mencapai luas cuma 22,44 km² atau kira-kira 2,07 %. Sebagian lokasi Kabupaten Magelang terletak di area lereng/ puncak gunung. Hal ini sanggup dilihat berasal dari letak desa di Kabupaten Magelang.

Sebesar 36,56 persen desa di Kabupaten Magelang terletak di area lereng/ puncak.Kabupaten Magelang berada di cekungan sejumlah rangkaian pegunungan. Kabupaten Magelang adalah suatu lokasi pegunungan/dataran tinggi berasal dari lima gunung (Panca Arga) yakni Gunung Merapi, Gunung Merbabu, Gunung Sumbing, Gunung Telomoyo, dan Pegunungan Menoreh.

Di wilayah timur (berbatasan bersama dengan Kabupaten Boyolali) terdapat Gunung Merbabu (3.141 mdpl) dan Gunung Merapi (2.911 mdpl). Di wilayah barat (berbatasan bersama dengan Kabupaten Temanggung dan Kabupaten Wonosobo) terdapat Gunung Sumbing (3.371 mdpl). Di wilayah utara (berbatasan bersama dengan Kabupaten Semarang) terdapat Gunung Telomoyo (1.894 mdpl). Di wilayah barat energi terdapat rangkaian Pegunungan Menoreh. Pada anggota sedang mengalir Kali Progo beserta anak-anak sungainya menuju selatan. Kabupaten Magelang terhitung terdapat Kali Elo yang membelah dua lokasi ini. Pertemuan lagi kedua kali berikut terletak di desa Progowati yang konon dahulu di area itu lebih banyak penduduk berjenis kelamin wanita daripada pria

METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini ialah metode pengabdian kepada masyarakat pengembangan (litbang), dengan pendekatan *Mixed Method* yang merupakan gabungan dari metode kuantitatif dan kualitatif. Litbang merupakan suatu proses atau langkah-langkah untuk mengembangkan suatu produk baru atau menyempurnakan produk yang telah ada. Langkah-langkah litbang dilakukan melalui suatu siklus, diawali dengan melakukan analisis kebutuhan. Langkah selanjutnya adalah menentukan karakteristik atau spesifikasi produk kajian yang akan dihasilkan. Setelah itu barulah dibuat produk awal (draft) yang masih kasar, kemudian produk tersebut diujicoba pada lapangan secara terbatas. Selama kegiatan uji coba, dilakukan observasi dan evaluasi. Berdasarkan hasil observasi dan evaluasi, selanjutnya diadakan penyempurnaan. Evaluasi dan penyempurnaan dilakukan kontinyu sehingga diperoleh sebuah kajian yang terbaik atau standar.

Beberapa metode yang digunakan yaitu metode deskriptif, komparatif, evaluatif, dan normatif. Metode deskriptif sebagai langkah awal untuk menghimpun data/kondisi terkait fenomena yang sedang diteliti. Metoda komparatif digunakan sebagai langkah untuk membandingkan dua atau lebih data pada bidang yang sama. Metode evaluatif digunakan untuk mengevaluasi proses ujicoba pengembangan kajian. Evaluasi dilakukan baik terhadap hasil maupun prosesnya. Temuan-temuan selama ujicoba digunakan sebagai pertimbangan untuk melakukan penyempurnaan. Metoda normatif digunakan untuk mengkaji data sekunder berupa peraturan, kebijakan, serta literatur lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tema Pengabdian Kepada Masyarakat : Pelaksanaan sosialisasi, penyuluhan dan pendampingan Retail melalui Program Sampoerna Retail Community (SRC) oleh mitra CV Langit Cirebon pada proyek pemasangan Pylon di outlet SRC.

Pelaksana : Tim CV. Langit Cirebon dan Tim Lapangan PT. HM. Sampoerna Tbk

Sasaran : 100 Outlet SRC Kabupaten Magelang, Jawa Tengah

Waktu : Agustus 2022 - Maret 2023

Pelaksanaan PKM dilaksanakan dengan kegiatan:

- (1) Sosialisasi
- (2) Penyuluhan
- (3) Pendampingan

Penyuluhan, pembinaan, dan pendampingan sumber daya manusia (SDM) merupakan bagian integral dari proses pengembangan dan peningkatan kualitas SDM dalam suatu organisasi. Berikut adalah penjelasan singkat mengenai kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat:

Penyuluhan: Penyuluhan Retail Sampoerna Retail Community (SRC) adalah proses memberikan informasi, pengetahuan, dan pemahaman kepada SDM retail yang mengelola Retail Sampoerna Retail Community (SRC) mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan tugas, tanggung jawab, aturan, dan kebijakan yang berlaku dalam retailnya. Penyuluhan biasanya dilakukan melalui sesi-sesi presentasi, diskusi, pelatihan, atau seminar tentang topik-topik tertentu yang relevan dengan pekerjaan atau pengembangan karyawan.

Pembinaan: Pembinaan adalah proses pengembangan keterampilan, sikap, dan potensi individu SDM Retail Sampoerna Retail Community (SRC) agar dapat mencapai kinerja yang optimal dalam organisasi. Pembinaan melibatkan pendekatan yang lebih personal dan intensif, di mana Manajer CV. Langit Cirebon bekerja sama dengan mitra owner atau karyawan

untuk memberikan arahan, masukan, dan umpan balik yang konstruktif dalam rangka meningkatkan kemampuan dan prestasi mereka.

Pendampingan: Pendampingan Retail Sampoerna Retail Community (SRC) adalah proses memberikan dukungan, bimbingan, dan bantuan kepada SDM Retail Sampoerna Retail Community (SRC) dalam menghadapi berbagai tantangan atau permasalahan yang muncul dalam lingkungan usaha retail dan pelanggan. Pendampingan dilakukan dengan cara memberikan arahan, solusi, atau saran yang diperlukan untuk membantu retail mitra mengatasi hambatan atau mengembangkan usaha dan potensi mereka secara efektif.

Ketiga aspek ini memiliki peran penting dalam memastikan SDM dapat berkembang secara optimal, baik dari segi pengetahuan, keterampilan, maupun sikap kerja. Dengan adanya penyuluhan, pembinaan, dan pendampingan yang baik, organisasi dapat memastikan bahwa SDM memiliki kompetensi yang diperlukan untuk mencapai tujuan toko Retail Sampoerna Retail Community (SRC) serta dapat berkontribusi secara maksimal dalam mencapai keberhasilan organisasi secara keseluruhan.

Sosialisasi Sampoerna Retail Community (SRC) adalah proses penyampaian informasi dan pembagian pengetahuan kepada para pedagang ritel tentang program SRC serta manfaat yang mereka dapatkan dengan menjadi bagian dari komunitas ini. Tujuan dari sosialisasi SRC adalah untuk meningkatkan kesadaran pedagang ritel tentang program ini, memperkuat hubungan antara Sampoerna dengan para pedagang ritel, dan mendorong partisipasi aktif mereka dalam program.

Berikut adalah beberapa langkah yang mungkin dilakukan dalam proses sosialisasi SRC:

Pendekatan Langsung: CV. Langit Cirebon dan Tim SRC dapat melakukan pendekatan langsung kepada pedagang ritel di lapangan, baik secara individu maupun melalui pertemuan kelompok. Mereka dapat menyampaikan informasi tentang program SRC, manfaatnya, dan bagaimana cara bergabung.

Sosialisasi Melalui Acara/ event: CV. Langit Cirebon beserta tim HM Sampoerna dapat mengadakan acara khusus, seperti seminar atau workshop, yang bertujuan untuk menyampaikan informasi tentang SRC kepada para pedagang ritel. Acara ini dapat diadakan secara reguler untuk memperkuat hubungan antara Sampoerna dan para pedagang ritel.

Pembagian Materi Promosi: Sampoerna dapat menyediakan materi promosi tentang SRC, seperti brosur, leaflet, atau poster, yang dapat disebarkan kepada pedagang ritel. Materi ini dapat berisi informasi tentang manfaat program SRC, syarat dan ketentuan keanggotaan, serta kontak yang dapat dihubungi untuk informasi lebih lanjut.

Penggunaan Media Sosial: Sampoerna dapat memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi tentang SRC kepada para pedagang ritel. Mereka dapat menggunakan platform seperti Facebook, Instagram, atau WhatsApp untuk membagikan konten-konten informatif, menjawab pertanyaan, dan mempromosikan acara-acara terkait SRC.

Kampanye Komunikasi: Sampoerna disampaikan melalui CV. Langit Cirebon dapat mengadakan kampanye komunikasi khusus yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran tentang SRC di kalangan pedagang ritel. Kampanye ini dapat melibatkan iklan di media cetak atau elektronik, serta penggunaan billboard atau spanduk di lokasi-lokasi strategis.

Dengan melakukan sosialisasi yang efektif, Sampoerna dapat memastikan bahwa para

pedagang ritel memahami dengan baik tentang program SRC dan dapat memanfaatkannya secara maksimal untuk meningkatkan kinerja usaha mereka.

Program pelatihan Sampoerna Retail dirancang untuk memberdayakan pedagang ritel yang menjual produk-produk Sampoerna. Program ini mencakup berbagai macam pelatihan dan dukungan yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan para pedagang ritel dalam mengelola usaha mereka, meningkatkan penjualan, dan memperkuat hubungan mereka dengan Sampoerna. Berikut adalah beberapa contoh materi pelatihan yang mungkin disertakan dalam program Sampoerna Retail t:

- (a). Manajemen Usaha: Pelatihan tentang prinsip-prinsip dasar manajemen usaha, termasuk manajemen inventaris, manajemen keuangan sederhana, dan perencanaan strategis.
- (b) Penjualan dan Pemasaran: Materi yang mencakup teknik-teknik penjualan, pemasaran produk, dan strategi untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk Sampoerna di tempat jual.
- (c) Kepemimpinan dan Pengembangan ritel: Pelatihan tentang pengembangan keterampilan kepemimpinan dan cara efektif mengelola tim untuk meningkatkan kinerja usaha ritel.
- (d) Pelayanan Pelanggan: Materi yang membahas pentingnya pelayanan pelanggan yang baik, cara menangani keluhan pelanggan, dan strategi untuk membangun hubungan yang baik dengan pelanggan.
- (e) Teknologi dan E-commerce: Pelatihan tentang pemanfaatan teknologi dalam menjalankan usaha, termasuk penggunaan aplikasi mobile, media sosial, dan e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.

(f) Kepatuhan Terhadap Peraturan: Materi yang membahas kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku dalam menjual produk tembakau, termasuk regulasi pemerintah tentang iklan, penjualan kepada anak-anak, dan peraturan lainnya.

Program pelatihan Sampoerna Retail dirancang untuk memberikan dukungan yang komprehensif kepada para pedagang ritel agar mereka dapat mengoptimalkan potensi usaha mereka dan meningkatkan kinerja penjualan produk-produk Sampoerna

Program pendampingan Sampoerna Retail Community (SRC) adalah salah satu inisiatif yang dilakukan CV Langit Cirebon pada proyek pemasangan Pylon untuk memberikan dukungan dan bimbingan kepada pedagang ritel yang menjual produk-produknya dan mengembangkan usaha retailnya. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja usaha para pedagang ritel tersebut melalui pendekatan yang lebih personal dan berkelanjutan. Berikut adalah beberapa bentuk pendampingan yang mungkin dilakukan dalam program SRC:

- (1). Konsultasi Bisnis: Pedagang ritel dapat mendapatkan konsultasi bisnis secara langsung dari tim pendamping SRC. Mereka dapat berdiskusi tentang berbagai masalah atau tantangan yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha, dan mendapatkan saran atau solusi yang sesuai.
- (2). Pemantauan Kinerja: Tim pendamping SRC dapat melakukan pemantauan terhadap kinerja usaha pedagang ritel secara berkala. Mereka dapat membantu menganalisis data penjualan, mengidentifikasi tren atau pola yang dapat dioptimalkan, dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan hasil penjualan.
- (3). Pelatihan Lanjutan: Program pendampingan SRC melalui CV. Langit Cirebon juga dapat mencakup penyediaan pelatihan lanjutan bagi

pedagang ritel yang ingin mengembangkan keterampilan mereka lebih lanjut. Pelatihan ini dapat mencakup berbagai topik, mulai dari manajemen usaha hingga pemasaran dan penjualan.

(4).Pengembangan Rencana Bisnis: Tim pendamping SRC dapat membantu pedagang ritel dalam mengembangkan rencana bisnis yang lebih terstruktur dan terarah. Mereka dapat membantu dalam menyusun strategi pemasaran, penetapan harga, manajemen inventaris, dan aspek-aspek lain dari bisnis mereka.

(5) Dukungan Teknis: Selain itu, pedagang ritel juga dapat memperoleh dukungan teknis dari tim pendamping SRC, seperti bantuan dalam mengatasi masalah teknis dengan perangkat POS (Point of Sale), atau penggunaan aplikasi dan teknologi lainnya untuk meningkatkan efisiensi operasional.

Program pendampingan SRC bertujuan untuk menciptakan hubungan yang lebih dekat antara Sampoerna dan para pedagang ritel, serta memberikan mereka dukungan yang dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja usaha mereka. Dengan pendekatan yang berkelanjutan dan terpadu, diharapkan pedagang ritel dapat mengoptimalkan potensi bisnis mereka dan mencapai kesuksesan yang lebih besar.

Hasil dan pembahasan secara lebih detail tidak dapat dipaparkan mengingat penghormatan terhadap kerahasiaan perusahaan.

Tulisan ini merupakan inisiatif pendukung SRC secara mandiri karena para pelaksana PKM dari UNINUS dan STIENU dalam wadah CV Langit Cirebon sangat kagum dengan peranan SRC dan ingin ikut berkontribusi secara mandiri.



Gambar 1. Tim SRC Tahun 2016 dan mitra



Gambar 2. Berpose setelah sosialisasi SRC

UCAPAN TERIMA

Ucapan terima kasih sebesar-besarnya kami sampaikan kepada guru, atasan, rekan sejawat, mitra yang telah melatih dan membina kami:

1. Wiratmono Basuki
2. Abdi Kurnia Putra
3. Ujang Rahmat
4. Agung Rahayu
5. Vivin Sebastian
6. Fia Kirana
7. Agung Fernanda
8. Irfan Saleh
9. Arthur Permana
10. Adrian Jedediah
11. Sisca Kusumah
12. Yogi
13. Mieke

PUSTAKA ACUAN

A.M. Sardiman (2006) *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: CV.Rajawali.

A.Suhaenah Suparno (2001) *Membangun Kompetensi Belajar*. Direktorat Jendral. Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional.

Adi. Isbandi Rukminto (1994) *Psikologi Pekerjaan Sosial dan Ilmu Kesejahteraan Sosial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Ainul Yaqin, M. (2005) *Pendidikan Multikultural: Cross-Cultural Understanding untuk Demokrasi dan Keadilan*, Yogyakarta: Pilar Media.

Arikunto, S. (2002) *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Pt. Rineka Cipta.

Dhofier, Zamakhsyari(1994) *Tradisi Pesantren; Studi tentang Pandangan Hidup Kyai*. Jakarta: LP3S.

Dimiyati dan Mudjiono (1994) *Belajar dan pembelajaran*. Jakarta : Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi.

Hamalik Oemar(1992) *Manajemen Pengembangan Kurikulum*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Hartaji, Damar A(2012) *Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa Yang Bekuliah Dengan Jurusan Pilihan Orangtua*. Fakultas Psikologi Gunadarma. Tidak Diterbitkan.

Indrakusumah, Amir Daien, (1983) Pengantar Ilmu Pendidikan, (Surabaya, PT. Usaha Nasional).

Sardiman A.M (2008) *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Press.

Schunk, Dale. H. (2012) *Learning Theories: An Educational Perspectives*, 6th Edition. New York: Pearson Education Inc.

Sugiyono. (2009) *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D)* Bandung: Alfabeta.

Uno, Hamzah B. (2012) *Teori motivasi dan pengukurannya*. Jakarta: Bumi Aksara.

WS. Winkel (1991) *Psikologi Pengajaran*. Jakarta : Gramedia.

Yusuf, Samsyu (2012) *Psikologi Perkembangan Anak Dan Remaja*. Bandung: Remaja Rosdakarya.