

IMPACT OF SAMPOERNA RETAIL COMMUNITY (SRC) CSR PROGRAM ON GROCERY STORES

Ela Wardati ^{1*}, Muhammad Kambali²

^{1,2}STAI Al-Azhar Menganti Gresik, Indonesia

elawardati641@gmail.com

Abstract

The presence of modern retail, minimarkets, and supermarkets makes the existence of traditional stores that have long been rooted and become part of the culture of the Indonesian nation, grocery stores began to be affected by its progress. Creativity and innovation are needed in maintaining the progress of the grocery store. The presence of Sampoerna Retail Community CSR program is the answer to the needs of grocery store entrepreneurs in competition with modern retail. This study aims to answer the problem of whether there is a significant impact of Sampoerna Retail Community's CSR program on the progress of grocery stores. This type of research is Field Research field research with a quantitative approach. Data was collected using a closed questionnaire technique with Likert scale. A population of 35 SCR partners with population sample sampling techniques or saturated samples. The data were analyzed using simple linear regression statistical tests, T test and R2 test. The results of this study conclude that there is a significant influence of Sampoerna Retail Community (SRC) CSR program on the progress of grocery stores. The amount of impact produced is 7.3% as the results of the R2 test. The results of this study strengthen previous research that CSR programs are very helpful or have a positive impact on people's lives. Similarly, PT HM Sampoerna Tbk's Sampoerna Retail Community (SRC) CSR program is the answer to the problems of grocery store entrepreneurs in their competition with modern retail

Keywords: *CSR, SRC, Retail Modrn, Grocery Store*

Abstrak

Hadirnya ritel modern minimarket dan supermarket membuat eksistensi toko tradisional yang sudah lama mengakar dan menjadi bagian kultur bangsa Indonesia toko kelontong mulai terdampak kemajuannya. Kretifitas dan inovasi dibutuhkan dalam menjaga kemajuan toko kelontong. Hadirnya program CSR Sampoerna Ritel Community menjadi jawaban pada kebutuhan pengusaha toko kelontong dalam persaingan dengan ritel modern. Penelitian ini bertujuan menjawab permasalahan adakah dampak signifikan program CSR Sampoerna Ritel Community terhadap kemajuan toko kelontong. Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan Field Reserch dengan pendekatan kuantitatif. Data dihimpun dengan Teknik angket tertutup dengan skala likert. Populasi sejumlah 35 mitra SCR dengan Teknik sampling sampel populasi atau sampel jenuh. Data dianalis menggunakan uji statistik regresi linier sederhana, uji T dan uji R2. Hasil penelitian ini menyimpulkan terdapat pengaruh signifikan program CSR Sampoerna Ritel Community (SRC) pada kemajuan toko Kelontong. Besaran dampak yang dihasilkan sebesar 7,3% sebagaimana hasil dari uji R2. Hasil penelitian ini memperkuat penelitan sebelumnya bahwa program CSR sangat membantu atau berdampak positif pada kehidupan masyarakat. Begitu pula program CSR Sampoerna Ritel Community (SRC) PT HM

Sampoerna Tbk menjadi jawaban pada permasalahan pengusaha toko kelontong dalam persaingannya dengan ritel modern

Kata kunci: CSR, SRC, Ritel Modern, Toko Kelontong.

Pendahuluan

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan prinsip di mana perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap seluruh pihak yang berkepentingan, mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, dengan tujuan mencapai pembangunan yang berkelanjutan. Di Indonesia, istilah CSR mulai dikenal secara luas sejak tahun 1990-an (Arief Alvianto Sakti and Caecilia Tri Wahyanti 2021), dan banyak perusahaan telah melaksanakan kegiatan sosial yang sesuai dengan konsep CSR, meskipun mungkin tidak menyebutnya dengan nama tersebut. CSR di Indonesia telah berkembang lebih baik seiring dengan meningkatnya perhatian global terhadap perusahaan multinasional yang beroperasi di negara ini. CSR dilakukan dengan pertimbangan matang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, bukan hanya berdasarkan keinginan mereka. Ada lima tahap dalam melakukan CSR, yaitu kajian kebutuhan, perencanaan program, aplikasi program, pemutusan bantuan, evaluasi, dan After Care. (Yogia and Wedayanti 2019, 12) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas di Indonesia mengatur bahwa CSR merupakan kewajiban perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan dan meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perusahaan sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya. (JDIH BPK RI 2023)

PT HM Sampoerna Tbk merupakan salah satu perusahaan di Indonesia yang melaksanakan program CSR. Program CSR yang mereka jalankan adalah Sampoerna Retail Community (SRC), yang bertujuan membina toko kelontong mitra untuk menjadi lebih inovatif dan kompetitif. Program ini telah berkembang pesat dan melibatkan ribuan toko kelontong di seluruh Indonesia yang bermula dari 57 toko kelontong sederhana di kota Medan pada tahun 2008 dengan tujuan menjadi Toko Kelontong Masa Kini yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan Toko Kelontong SRC dan lingkungan sekitar, mulai dari kebutuhan pokok hingga produk digital. Dengan semangat kebersamaan, Komunitas Toko Kelontong Masa Kini terbesar dengan lebih dari 225.000 toko kelontong yang tersebar di seluruh Indonesia, 6.900 Paguyuban SRC yang saling berbagi pengetahuan dan pengalaman untuk meningkatkan daya saing toko kelontong serta berkontribusi dalam memajukan UMKM demi kemajuan Indonesia yang lebih baik. (Admin 2023)

Program CSR telah terbukti efektif dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, seperti contohnya pada penelitian tentang program CSR PT Pertamina Persero dan PT HM Sampoerna Tbk yang memberikan dampak positif bagi masyarakat di daerah Cilacap dan Desa Bergas Kidul. (Naufal, Laut, and Jalunggono 2018). Menurut Faris Naufal (Naufal, Laut, and Jalunggono 2018) program CSR memiliki

dampak positif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Cilacap. Dalam program CSR ini, perusahaan memberikan pelatihan menggunakan sumber mata air yang ada sebagai sumber mata pencaharian bagi masyarakat sekitar. Hal ini menyebabkan terbentuknya kelompok masyarakat yang memiliki minat dan bakat produktif. Senada dengan penelitian diatas, Anneke Tita Vyona(Vyona and Djuwita 2020) dalam penelitiannya yang mengkaji citra positif program SRC PT HM Sampoerna Tbk menyatakan Program CSR Aplikasi AYO SRC memberikan kemudahan bagi para mitra SRC dan memberikan dampak positif terhadap citra perusahaan Sampoerna di mata pemilik toko kelontong. Meskipun demikian, belum semua mitra SRC sepenuhnya merasakan manfaat dari program Aplikasi AYO SRC, sehingga Sampoerna perlu lebih luas dalam mengembangkan dan memaksimalkan manfaat dari inisiatif ini.

Dalam perkembangannya, toko kelontong menghadapi tantangan yang mengakibatkan penurunan keberadaannya. Keberadaan supermarket dan toko modern(Triyuda 2017) di sekitar mereka telah mengancam toko tradisional ini. Selain itu, kendala dalam pemasaran dan kurangnya informasi keuangan tentang kegiatan usaha menjadi faktor penyebab kemunduran toko kelontong. Sebagian besar pemilik usaha ini tidak menyusun laporan keuangan yang lengkap. Mereka hanya memiliki catatan sederhana tentang pemasukan dan pengeluaran uang. Selain itu, pengelolaan keuangan yang kurang profesional juga menjadi masalah, di mana banyak pelaku usaha tidak memisahkan antara uang pribadi dan uang perusahaan, sehingga terjadi tumpang tindih dalam pengelolaan keuangan usaha.(Septarini and Manuhutu 2019)

Realitas yang telah dijelaskan di atas merupakan fakta yang dihadapi oleh mayoritas toko kelontong di Indonesia. Hal ini juga terjadi pada kondisi toko kelontong di wilayah Driyorejo Kabupaten Gresik. Keberadaan toko modern yang menyediakan pelayanan unggul dan berbagai variasi produk menjadi faktor utama yang menyebabkan penurunan jumlah toko kelontong di Driyorejo. Oleh karena itu, mengingat adanya kerjasama mitra dari program Sampoerna Retail Community (SRC) PT HM Sampoerna Tbk di wilayah Driyorejo, penelitian ini dilakukan untuk membahas dampak program SRC PT HM Sampoerna Tbk pada kemajuan toko kelontong di Driyorejo Kabupaten Gresik. Dengan melibatkan 35 toko kelontong sebagai mitra penelitian,

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dihimpung dengan instrumen angket dengan model angket tertutup yang berisikan 7 kalimat pernyataan variabel Independen(X) dan 11 Pernyataan variabel dependen(Y) dengan skala likert. Populasi dalam penelitian ini sejumlah 35 mitra SRC PT. HM Sampoerna Tbk. Teknik sampling yang dipakai menggunakan sampel populasi atau sampel jenuh yang memposisikan seluruh populasi menjadi sampel penelitian. Data kemudian dianalisis dengan uji statistik non parametrik yang terdiri atas uji regresi linier, uji t dan uji R². Instrumen sebelum digunakan dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Disamping itu,

peneliti juga melakukan uji prasyarat berupa uji asumsi klasik linieritas dan normalitas.

Pengembangan Hipotesis

Penelitian yang telah dilakukan Faris Naufal(Naufal, Laut, and Jalunggono 2018) program CSR memiliki dampak positif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Cilacap. Penelitian yang sudah dilakukan Anneke Tita Vyona(Vyona and Djuwita 2020) menyatakan Program CSR Aplikasi AYO SRC memberikan kemudahan bagi para mitra SRC dan memberikan dampak positif terhadap citra perusahaan Sampoerna di mata pemilik toko kelontong. Penelitian yang telah dilakukan Hendrik Rizqiawan(Rizqiawan and Prihantono 2020) menyatakan terdapat pengaruh signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada modern retail minimarket dan toko kelontong di Kota Surabaya. Penelitian yang dilakukan Ema Nor Alfiani(Alfiani 2021) menyatakan pentingnya melengkapi stok barang dagangan, menawarkan jasa pengantaran barang, melayani pembelian secara online, berperilaku ramah dalam melayani pembeli. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dipahami bahwa dalam menjaga kemajuan toko kelontong penting memperhatikan berbagai variabel yang mempengaruhi. Variabel tersebut antara lain pelayanan, keragaman produk, dan penggunaan teknologi digital. Dalam hal ini kehadiran program CSR Sampoerna Ritel Community (SRC) menjadi salah satu bagian dari Upaya meningkatkan pelayanan dan penggunaan teknologi digital. Atas dasar itu hipotesis penelitian yang dihadirkan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh signifikan program CSR Sampoerna Ritel Community (SRC) pada kemajuan toko kelontong modern

Hasil dan Pembahasan

Profile Responden

Dari sisi demografi responden, penelitian ini memfokuskan pada lamanya responden atau mitra bergabung dengan Program SRC PT HM Sampoerna Tbk yang berkisar antara 1 sampai dengan 5 tahunan. Dari hal tersebut sebanyak 51,4% atau 18 mitra telah bergabung dengan program ini. Gambaran ditelnya dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 1 Profile Responden

Lama Bergabung	Frekuensi	Presentase
1 tahun	1	2,9%
2 tahun	4	11,4%
3 tahun	9	25,7%
4 tahun	18	51,4%
5 tahun	3	8,6%

Total	35	100%
--------------	-----------	-------------

Sumber : Data Primer Diolah (Otober 2022)

Uji validitas.

Dalam uji ini parameter yang dipakai adalah satu instrument dinyatakan valid manakala nilai r hitung $> r$ tabel. Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan didapat nilai r hitung pada butir pernyataan variabel X dan Variabel Y sebagaimana tabel berikut :

Tabel 2 Nilai r hitung variabel X

No	Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	P1	0.401	0.325	Valid
2	P2	0.338	0.325	Valid
3	P3	0.421	0.325	Valid
4	P4	0.478	0.325	Valid
5	P5	0.443	0.325	Valid
6	P6	0.378	0.325	Valid
7	P7	0.488	0.325	Valid

Sumber : Data Primer diolah (Otober 2022)

Tabel 3 Nilai r hitung variabel Y

No	Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	P1	0.682	0.325	Valid
2	P2	0.678	0.325	Valid
3	P3	0.498	0.325	Valid
4	P4	0.474	0.325	Valid
5	P5	0.349	0.325	Valid
6	P6	0.612	0.325	Valid
7	P7	0.611	0.325	Valid
8	P8	0.552	0.325	Valid
9	P9	0.587	0.325	Valid

10	P10	0.664	0.325	Valid
11	P11	0.673	0.325	Valid

Sumber : Data Primer diolah (Otober 2022)

Berdasarkan hasil pengujian diatas, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan yang dipakai dalam instrument angket dinyatakan vali dan bisa digunakan.

Uji Reabilitas.

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah satu instrumen reliabel untuk dipakai ditempat lain. Parameter yang digunakan dalam penelitian ini adalah membandingkan nilai *Alpha Cronbach* yang disarankan dengan nilai *Alpha Cronbach* yang dihitung. Jika nilai *Alpha Cronbach* > 0.60 maka instrument dikatakan reliabel (handal). Hasil pengujian menunjukkan nilai *Alpha Cronbach* variabel Program *Sampoerna Retail Community* sebesar 0.765 dan nilai *Alpha Cronbach* Toko Kelontong Modern sebesar 0.868. Dengan demikian dapat disimpulkan kedua instrumen reliabel (Handal).

Uji Linieritas.

Dua variabel dinyatakan memiliki hubungan yang linier bila nilai signifikansi kurang dari 0.05 dan nilai *sig. deviation from liniarity* lebih dari 0.05. Hasil pengujian menunjukkan nilai *sig deviation linearity* sebesar 0.087 dengan nilai taraf signifikan kesalahan sebesar 5% atau 0.05, artinya nilai *sig. deviation linearity* $0.087 > 0.05$. dengan demikian dapat disimpulkan syarat asumsi klasik terpenuhi

Uji Normalitas.

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode One Sample Kolmogorov Smirnov Test dengan ketentuan apabila nilai *asyp sig 2 tailed* > dari pada nilai signifikansi 0.05 maka data tersebut berdistribusi normal. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.167 dan taraf signifikansi yang digunakan pada penelitian ini 5% atau 0.05 yang artinya nilai *sig.* > 0.05 atau $0.167 > 0.05$ yang menyatakan bahwa yang telah diuji berdistribusi normal.

Tabel 4. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.76764208
Most Extreme Differences	Absolute	.125
	Positive	.098
	Negative	-.125
Test Statistic		.125

Asymp. Sig. (2-tailed)	.167 ^c
------------------------	-------------------

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Regresi Linier Sederhana.

Uji ini bertujuan untuk menunjukkan hubungan antara variabel respon dengan variabel penejelas menggunakan rumus $Y = a + bx + e$. hasil pengujian didapat sebagaimana tabel berikut :

Tabel 5 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	21.522	14.173		1.519	.138
Program_SRC	.968	.505	.316	1.916	.034

a. Dependent Variable: Toko_Kelontong_Modern

Sumber: Data Primer diolah (oktober 2022)

Dari tabel diatas didapat persamaan regresi $Y = (21.522) + 0.968 X + e$ Nilai konstanta 21.522 memiliki arti jika tidak ada program sampoerna retail community maka nilai konsisten kemajuan toko kelontong modern di kecamatan driyorejo sebesar 21,522. 2. Sedangkan nilai koefisien regresi 0.968 mengandung arti program sampoerna retail community memiliki pengaruh yang positif. Dengan kata lain setiap perbaikan program SRC akan meningkatkan kemajuan toko kelontong moder sebesar 0.968.

Uji T.

Uji ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikansi variabel penelitian dengan ketentuan nilai signifikansi sebesar 5% atau 0.05. Pada derajat tersebut didapat nilai t tabel sebesar 1,697. Hasil pengujian sebagaimana dalam tabel 5 diperoleh hasil t hitung sebsar 1.916 dengan nilai sig sebsar 0.034, sehingga karena nilai t hitung > t tabel (1.916 > 1.697) dan nilai sig (0.034 < 0.05) maka H0 di tolak dan H1 diterima yang artinya program Sampoerna Retail Community memiliki pengaruh signifikan pada kemajuan toko kelontong modern di kecmatan Driyorejo.

Uji R² (koefisien determinasi).

Uji R² dilakukan untuk memperhitungkan uji korelasi antara variabel program Sampoerna Retail Community (X) dan variabel Toko kelontong modern (Y). Hasil perhitungan korelasi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 6 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.316 ^a	.100	.073	4.89921

a. Predictors: (Constant), Program_SRC

Sumber : Data Primer diolah (Oktober 2022)

Dari tabel tersebut didapat nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.073 atau setara dengan 7,3%, artinya besaran kontribusi Program Sampoerna Retail Community (SRC) pada kemajuan toko kelontong modern di Driyorejo berkisar pada angka 7,3%. Adapun faktor lain yang mempengaruhi kemajuan toko Kelontong modern tidak dibahas dalam penelitian ini.

Pembahasan

Dampak Program SCR pada Toko Kelontong Modern

Istilah Corporate Social Responsibility (CSR) pertama kali diperkenalkan dalam tulisan "*Social Responsibility of the Businessman*" pada tahun 1953 oleh Howard Rothmann Brown. CSR diusulkan sebagai upaya untuk mengatasi kegelisahan dalam dunia bisnis. Konsep CSR adalah pendekatan di mana suatu perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka. Tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya terfokus pada menghasilkan laba, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan.(Taufiq and Iqbal 2021) Pentingnya CSR juga diakui sebagai bentuk kewajiban bagi perusahaan. Prinsip good corporate governance menegaskan bahwa perusahaan wajib melaksanakan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat, karena ada hubungan timbal balik antara perusahaan dan masyarakat. Perusahaan memberikan dampak positif pada masyarakat dan sebaliknya, masyarakat juga turut berkontribusi dalam perkembangan perusahaan.(Fahrial, Utama, and Dewi 2019)

Dalam implementasinya, CSR mengikuti konsep piramida CSR Carol. Pada tingkat pertama, terdapat tanggung jawab ekonomi, di mana perusahaan bertanggung jawab untuk menghasilkan keuntungan dalam menjalankan usahanya. Pada tingkat kedua, terdapat tanggung jawab hukum, di mana perusahaan harus mematuhi peraturan dan undang-undang yang berlaku. Pada tingkat ketiga, terdapat tanggung jawab etis, yang didorong oleh kebutuhan sosial dan lingkungan.(Karnawijaya, Hadiningrum, and Rokhaniyah 2021). Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Pasal 15 telah mengatur secara tegas bahwa setiap investor berkewajiban melaksanakan CSR. Undang-Undang

tersebut menekankan bahwa CSR adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan investasi untuk menciptakan hubungan yang harmonis, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Selain itu, PP.No.32 Tahun 1998 juga mengatur tentang pembinaan dan pengembangan usaha, sementara Peraturan Menteri Sosial RI No.13 Tahun 2012 mengenai forum tanggung jawab sosial terhadap dunia usaha dalam penyelenggaraan kesejahteraan sosial.(Muslihati, Siradjuddin, and Syahrudin 2018)

Toko kelontong adalah salah satu jenis usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang banyak ditemui di masyarakat. Proses pendirian usaha ini relatif mudah, dan modal awal yang dibutuhkan tidak terlalu besar. Banyak toko kelontong yang berlokasi dekat dengan rumah pemiliknya, namun meskipun demikian, usaha ini memiliki potensi untuk menghasilkan keuntungan dengan cepat, sehingga seringkali menjadi sumber utama pendapatan bagi pemiliknya.(Kurniawan and Azhar 2021) Kehadiran UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi di berbagai negara, termasuk Indonesia. UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,07%. Namun, dengan munculnya pandemi Covid-19, eksistensi UMKM terdampak secara signifikan. Banyak UMKM mengalami kerugian, melakukan pengurangan tenaga kerja, mengurangi jam operasional, bahkan ada yang terpaksa gulung tikar.(Nurwendi and Haryadi 2022)

Dalam perkembangannya, toko kelontong menghadapi tantangan dan mengalami penurunan. Pertumbuhan jumlah supermarket dan toko modern di sekitar mereka telah mengancam eksistensi toko kelontong tradisional. Selain itu, ada hambatan dalam bidang pemasaran dan kurangnya akses informasi keuangan yang juga menjadi faktor yang menyebabkan kemunduran usaha toko kelontong. Hampir semua pemilik toko kelontong tidak memiliki laporan keuangan yang lengkap, dan sebagian besar hanya mencatat secara sederhana tentang pemasukan dan pengeluaran uang. Selain itu, kurangnya manajemen keuangan yang profesional menyebabkan banyak pelaku usaha tidak melakukan pemisahan antara keuangan pribadi dan keuangan perusahaan, yang pada akhirnya mengakibatkan tumpang tindih dalam pengelolaan keuangan usaha.

Berdasarkan hasil temuan penelitian diatas sebagaimana tergambar dalam tabel 5 yang menunjukkan bahwa program Sampoerna Retail Community (SRC) memiliki dampak atau pengaruh positif pada kemajuan toko klongtong modern di Driyorejo. Adapun besaran dampak yang dihasilkan dari keberadaan program Sampoerna Retail Community (SRC) dapat dilihat dalam tabel 6 yang menunjukkan 7, 3 % program ini berkontribusi pada kemajuan toko Kelontong Driyorejo Kabupaten Gresik.

Hasil temuan penelitian ini bisa dipahami bahwa berbagai macam Upaya positif perusahaan pada masyarakat sekitar melalui berbagai macam program Corporate Social Responsibility (CSR) sebagaimana yang dilakukan oleh PT HM Sampoerna Tbk dengan program SRC, nyata telah dinikmati hasilnya oleh masyarakat, khususnya masyarakat didalam penelitian ini yang menjadi mitra dari program SRC PT HM Sampoerna Tbk. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Howard Rothmann Browen yang dikenal sebagai *Father of Corporate Social Responsibility* yang menyatakan CSR sebagai upaya

untuk mengatasi kegelisahan dalam dunia bisnis. Konsep CSR adalah pendekatan di mana suatu perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka.(Rizqiawan and Prihantono 2020) Tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya terfokus pada menghasilkan laba, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan. Hal senada menurut John Elkington dengan teori Triple Bottom Line dengan 3P menyatakan Profit yang bermakna mendukung laba perusahaan, People yang bermakna meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan Planet yang bermakna meningkatkan kualitas lingkungan.(Parinduri, Marlanfar, and Halim 2019)

Selain itu, keberadaan program SRC PT HM Sampoerna Tbk yang telah diteliti oleh Anneke Tita Vyona(Vyona and Djuwita 2020) dalam penelitiannya yang mengkaji citra positif program SRC PT HM Sampoerna Tbk menyatakan Program CSR Aplikasi AYO SRC memberikan kemudahan bagi para mitra SRC dan memberikan dampak positif terhadap citra perusahaan Sampoerna di mata pemilik toko kelontong. Dengan hasil penelitian ini, mengkonfirmasi bahwa citra positif yang didapatkan oleh PT HM Sampoerna Tbk dari para pengusaha toko klongtong terbukti dengan besaran kontribusi 7,3 % dari mitra yang diteliti di Kecamatan Driyorejo.

Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa program SRC PT HM Sampoerna Tbk berdampak pada kemajuan toko Kelontong modern. Besaran kontribusi yang dihasilkan oleh program SRC PT HM Sampoerna Tbk pada kemajuan toko Kelontong modern didapatnya sebesar 7,3%. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa program SRC PT HM Sampoerna Tbk berdampak positif pada pemenuhan kebutuhan warga yang dalam hal ini adalah para pengusaha toko Kelontong dengan besaran nilai koefisien 0,968. Besaran dampak yang ditimbulkan oleh program SRC PT HM Sampoerna Tbk dalam penelitian ini 7,3% juga bisa dipahami bahwa perlu adanya peningkatan program sehingga besaran dampak yang dirasakan oleh mitra bisa semakin terasa dan tentunya citra positif PT HM sampoerna Tbk juga akan meningkat. Hasil penelitian ini bisa ditindak lanjuti dengan penelitian lainnya yang menggabungkan variabel lain. Beberapa saran variabel lain antara lain keragaman produk, harga dan store atmosfer bisa dipertimbangkan sebagai variabel independent atau variabel intervening.

Daftar Pustaka

- Admin. 2023. "Tentang Kami | SRC." 2023. <https://www.src.id/tentang-kami>.
- Arief Alvianto Sakti and Caecilia Tri Wahyanti. 2021. "Program Corporate Social Responsibility (CSR) Untuk Peningkatan Kesejahteraan Dan Pemberdayaan Masyarakat | Sakti | Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora." *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora* 5 (1): 108–14.
- Fahrial, Fahrial, Andrew Shandy Utama, and Sandra Dewi. 2019. "Pemanfaatan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Pembangunan Perekonomian

- Desa.” *Jurnal Wawasan Yuridika* 3 (2): 251–64.
<https://doi.org/10.25072/jwy.v3i2.256>.
- JDIH BPK RI. 2023. “UU No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.” 2023.
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39965>.
- Karnawijaya, Ning, Lila Pangestu Hadiningrum, and Siti Rokhaniyah. 2021. “The Gade Clean And Gold: Increasing Financial Inclusion Of Gold Savings Products For Sustainable Green Economy.” *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 10 (2): 162–74. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v10i2.398>.
- Kurniawan, Rahmat, and Azhar Azhar. 2021. “Analisis Dampak Toko Modern Terhadap Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, Menengah Di Kota Padangsidempuan.” *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam* 4 (1): 208–30.
<https://doi.org/10.30829/ajei.v4i1.4415>.
- Muslihati, Muslihati, Siradjuddin Siradjuddin, and Syahrudin Syahrudin. 2018. “Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Ekonomi Islampada Bank Syariah.” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 2 (1): 29–42.
<https://doi.org/10.26618/j-hes.v2i1.1390>.
- Naufal, Faris Multi, Lorentino Togar Laut, and Gentur Jalunggono. 2018. “Analisis Pengaruh Program Corporate Social Responsibility (csr) Pt. Pertamina Persero Terhadap Peningkatan Pendapatan Dan Pemberdayaan Masyarakat Desa Kalidonan Kabupaten Cilacap.” *DINAMIC: Directory Journal of Economic* 1 (1): 88–99.
- Nurwendi, Wendi, and Didit Haryadi. 2022. “Peran Ambidexterity Organisasi Sebagai Variabel Intervening Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Masa Covid-19.” *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 11 (1): 47–64.
<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.513>.
- Parinduri, Luthfi, Marlanfar Marlanfar, and Abdul Halim. 2019. “Penerapan Corporate Social Responsibility.” *Buletin Utama Teknik* 14 (3): 210–14.
- Rizqiawan, Hendrik, and Dwi Prihantono. 2020. “Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan: Perbandingan Pada Modern Retail Minimarket Dengan Toko Kelontong Di Kota Surabaya.” *Jurnal Manajerial Bisnis* 3 (3): 201–10.
<https://doi.org/10.37504/mb.v3i3.256>.
- Septarini, Dina Fitri, and Fenty Yoseph Manuhutu. 2019. “Pelatihan Dan Pendampingan Pengelolaan Keuangan Usaha Toko Kelontong Di Kampung Kuprik Kabupaten Merauke.” *Musamus Devotion Journal* 1 (1): 030–039.
- Taufiq, Abd Rohman, and Achmad Iqbal. 2021. “Analisis Peran Corporate Social Responsibility Terhadap Aspek Sosial, Ekonomi, Dan Lingkungan Pada Industri Ritel.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, June, 22–36.
<https://doi.org/10.23887/jia.v6i1.29046>.
- Triyuda, Moh Irham. 2017. “Evaluasi Kebijakan Penataan Usaha Toko Modern.” *Kebijakan dan Manajemen Publik* 5 (1): 1–11.
- Vyona, Anneke Tita, and Amalia Djuwita. 2020. “CSR Sampoerna Dalam Membangun Citra Positif Melalui Aplikasi Ayo SRC.” *eProceedings of Management* 7 (2).
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/13553>.
- Yogia, Moris Adidi, and Made Devi Wedayanti. 2019. *Corporate Social Responsibility Dan Ekologi Administrasi Publik*. 11th ed. Pekanbaru: Marpoyan Tujuh.