

PENGARUH PROMOSI DAN PROGRAM SRC (SAMPOERNA RETAIL COMMUNITY) DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA TOKO KELONTONG DI KECAMATAN PELAIHARI

Hamdanah¹, Hj. Farida Yulianti, SE, MM², Hj. Lamsah, SE, MM³

¹Manajemen, 61201, FEKON, Uniska, 19311171

²Manajemen, 61201, FEKON, Uniska, 1121076901

³Manajemen, 61201, FEKON, Uniska, 1125126201

E-mail : hamdanahamdanah5@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) Ada peningkatan volume penjualan Toko kelontong Dikecamatan Pelaihari sesudah menggunakan Promosi dan Program SRC . (2)Ada pengaruh positif dan signifikan Promosi terhadap volume penjualan. (3) Ada pengaruh Positif dan signifikan Program SRC terhadap Volume penjualan, (4) Ada pengaruh Positif dan signifikan Program SRC dan Promosi terhadap Volume Penjualan. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah toko kelontong mitra SRC di Pelaihari dan sampel sebesar 60 toko. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin. Sumber data diperoleh dari data primer melalui penyebaran kuesioner dan data sekunder melalui studi pustaka. Data yang diperoleh pada analisis melalui analisis deskriptif , uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji linearitas, pengujian hipotesis yaitu uji Mc Nemar, Koefisien determinasi (R²), uji t, dan uji F melalui SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan : (1) ada peningkatan volume penjualan sesudah menggunakan promosi dan program SRC, melalui uji Mc Nemar. (2) terdapat pengaruh positif dan signifikansi dari promosi terhadap volume penjualan melalui uji t dengan nilai t hitung 3,582. (3) terdapat pengaruh positif dan signifikansi dari program SRC terhadap volume penjualan melalui uji t dengan nilai t hitung 2,410. (4) secara bersama sama promosi dan program SRC berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan melalui uji F nilai F hitung 27,980.

Kata kunci : Promosi, Program SRC, Volume Penjualan, Toko Kelontong

ABSTRACT

This study aims to test: (1) There is an increase in the sales volume of grocery stores in Pelaihari District after using the SRC Promotion and Program. (2) There is a positive and significant promotion effect on sales volume. (3) There is a positive and significant effect of the SRC Program on sales volume, (4) There is a positive and significant effect of the SRC Program and Promotion on Sales Volume. This type of research is quantitative research. The population of this study is SRC partner grocery stores in Pelaihari and a sample of 60 stores. The sampling technique uses the slovin formula. Sources of data were obtained from primary data through distributing questionnaires and secondary data through literature study. Data obtained in the analysis through descriptive analysis, validity test, reliability test, classic assumption test, linearity test, hypothesis testing, namely Mc Nemar test, coefficient of determination (R²), t test, and F test through SPSS version 25. The results showed: (1) there was an increase in sales volume after using the SRC promotion and program, through the Mc Nemar test. (2) there is a positive and significant effect of promotion on sales volume through the t test with a t value of 3.582. (3) there is a positive influence and significance of the SRC program on sales volume through the t test with a t value of 2.410. (4) together promotions and SRC programs have a significant effect on sales volume through the F test the F value count is 27.980.

Keywords : Promotion, SRC Program, Sales Volume, Grocery Store

REFERENSI

Buku :

Kotler, Phillip, 2017. Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jakarta; Erlangga. Basu Swastha, 2017. Manajemen Pemasaran Modern; Yogyakarta: BPFE. 2

- Kotler, Phillip, 2017. Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jakarta; Erlangga. Basu Swastha, 2017. Manajemen Pemasaran Modern; Yogyakarta: BPF
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta. Bandung.

Jurnal :

- Fitrianto, A. R., Amaliyah, E. R., Safitri, S., Setyawan, D., & Arinda, M. K. (2020). Pendampingan dan sosialisasi pada usaha toko kelontong dengan metode ABCD (Asset Based Community Development) sebagai upaya pemberdayaan ekonomi dan peningkatan literasi usaha toko kelontong. *Jurnal Abdidias*, 1(6), 579-591.
- Khotimah, K. (2021). *Analisis Dampak Jumlah Ritel, Jarak, Promosi, Pelayanan Ritel Modern (Minimarket) Terhadap Penurunan Omset Toko Kelontong Di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Syariah).
- RIZKI, C. (2023). *PERAN PT. SAMPOERNA TBK DALAM MENINGKATKAN PROFESIONALISME USAHA TOKO KELONTONG MELALUI PROGRAM PEMBERDAYAAN SRC (SAMPOERNA RETAIL COMMUNITY) DI KOTA PEKANBARU PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).
- Sadewo, N. F. (2020). *Analisis efektivitas inovasi digital SRC (Sampoerna Retail Community) dalam meningkatkan volume penjualan pada Toko Kelontong di Kecamatan Medan Johor* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Sari, W. S. (2021). *Analisis Model Komunikasi Pemasaran SRC Oleh PT HM SAMPOERNA, TBK Di Kabupaten Jember* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah).
- Susilo, D. K. (2022). Eksplorasi Strategi Bauran Ritel Terhadap Sampoerna Ritel Community Di Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 6(1), 551-568.
- Yunita, K. T. (2022). *Strategi Pelayanan Sampoerna Retail Community untuk Meningkatkan Penjualan pada Toko Misbah (Studi kasus Toko Misbah Dusun Tawang Sari Desa Karangrejo Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri)* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Yadi, R., Abdi, F., & Subhan, M. (2022). *PENGARUH MODAL, LOKASI DAN SDM PADA USAHA SRC (SAMPOERNA RETAIL COMMUNITY) TUTIK LESTARI DALAM MENGHADAPI PERTUMBUHAN USAHA WARALABA DI KECAMATAN RIMBO ILIR KABUPATEN TEBO* (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).