

# Pengaruh Segmentation, Targeting dan Positioning (STP) Terhadap Penjualan Pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan

Saleh Herlina Waruwu<sup>1</sup>, Yulistia<sup>1</sup>, Tifani Ratu Firdaus<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Indonesia

✉ [Salehherlina2901@gmail.com](mailto:Salehherlina2901@gmail.com)\*

## Article Information:

Received April 15, 2024

Revised May 28, 2024

Accepted June 19, 2024

**Keywords:** *Segmentation, targeting dan Positioning dan Penjualan*

## Abstract

Tanaman pinang merupakan salah satu hasil budi daya yang berkembang di tengah-tengah masyarakat, dengan pertumbuhan yang mudah dan banyak manfaat. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui : (1) Untuk mengetahui indikator manakah yang paling dominan dari variabel segmentation, targeting dan positioning (STP) dan penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan, (1) Untuk mengetahui pengaruh segmentation terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan. (3) Untuk mengetahui pengaruh targeting terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan. (4) Untuk mengetahui pengaruh positioning terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan. (5) Untuk mengetahui pengaruh segmentation, targeting dan positioning (STP) terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan. Metode pengumpulan data adalah Penelitian Lapangan (Field Research) dan Penelitian Kepustakaan (Library Research). Jenis dan sumber data adalah data primer dan data sekunder. populasi penelitian yang berjumlah sebanyak 1.103 petani pinang kering dan sampel 100 orang. Metode analisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ditemukan: (1) Indikator dominan masing-masing variabel adalah : Indikator dominan pada variabel penjualan adalah menunjang pertumbuhan UMKM kategori Sangat Baik. (2) Hasil penelitian ditemukan segmentation, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan. (3) Hasil penelitian ditemukan targeting secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan. (4) Hasil penelitian ditemukan positioning secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan. (5) Hasil penelitian ditemukan variabel segmentation, targeting dan positioning berpengaruh positif dan signifikan signifikan bersama-sama terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan.

## How to cite:

Waruwu, S.H., Yulistia, Y., Firdaus, T.R.(2024). Pengaruh Segmentation, Targeting dan Positioning (STP) Terhadap Penjualan Pinang kering Di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Riset & Sains Ekonomi* 2(2), 164-175.

## E-ISSN:

3046-8655

## Published by:

The Institute for Research and Community Service

## PENDAHULUAN

Hutan di Indonesia memiliki keanekaragaman tumbuh-tumbuhan dan memiliki hasil hutan kayu maupun hasil hutan bukan kayu yang memberikan manfaat besar bagi kehidupan masyarakat yang tinggal di sekitar hutan. Hasil hutan bukan kayu merupakan produk selain kayu yang dihasilkan dari tanaman yang telah ada maupun tanaman yang ditanam masyarakat. Hasil hutan bukan kayu ini dapat diperoleh dalam bentuk barang ataupun jasa. Beberapa jenis hasil hutan bukan kayu telah dikenal dan dapat menjadi sumber mata pencaharian masyarakat antara lain seperti rotan, bambu, tanaman obat, resin, minyak atsiri, buah/biji, getah dan lain-lain.

Tanaman pinang merupakan salah satu hasil budi daya yang berkembang di tengah-tengah masyarakat, dengan pertumbuhan yang mudah dan banyak manfaat. Tanaman pinang dapat dijadikan sebagai tanaman penghijauan, daun yang dapat digunakan untuk keperluan rumah tangga, seperti sapu, pelepah pinang yang dapat dipakai sebagai bahan baku pembungkus makanan, batang yang dapat dipergunakan menjadi bahan bangunan, sabut pinang dapat dipergunakan menjadi bahan baku pembuatan kuas gambar atau kuas alis mata, biji dipergunakan untuk bahan makanan dan bahan baku industri.

Berikut disajikan jumlah produksi tanaman pinang di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan selama 5 tahun terakhir :

**Tabel 1 Data Luas Lahan dan produksi Pinang di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan**

| No | Tahun | Jumlah penduduk | Luas tanaman pinang (ha ) | Jumlah petani pinang (orang) | Produksi (ton) |
|----|-------|-----------------|---------------------------|------------------------------|----------------|
| 1  | 2017  | 5.856           | 563                       | 976                          | 553,31         |
| 2  | 2018  | 5.751           | 578                       | 993                          | 576,24         |
| 3  | 2019  | 5.867           | 612                       | 1.125                        | 642,74         |
| 4  | 2020  | 6.104           | 623                       | 1.087                        | 631,12         |
| 5  | 2021  | 6.356           | 701                       | 1.103                        | 612,00         |

*Sumber : BPS Kabupaten Nias, 2021*

Tabel 1.1 memperlihatkan jumlah produksi tanaman pinang dan luas lahan tanaman pinang selama 5 tahun terakhir di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan.

Pada tahun 2017-2021 luas tanaman pinang terjadi peningkatan 563-701 ha, jumlah petani pinang dari tahun 2017-2019 meningkat dari 976 orang hingga 1.125 orang, sedangkan pada tahun 2020 jumlah petani pinang berkurang dari 1.125 orang menjadi 1.087 orang, hal ini disebabkan karena faktor pandemic covid-19. Pada tahun 2021 terjadi peningkatan jumlah petani dari 1.087-1.103 orang. Hasil produksi pada tahun 2017-2019 terjadi peningkatan dan pada tahun 2020-2021 terjadi penurunan hasil produksi, hal ini disebabkan karena factor lingkungan, iklim dan musim.

Upaya dalam meningkatkan penjualan usaha pinang kering harus memperhatikan segmentasi pasar, targeting dan positioning. *Segmentasi* pasar usaha pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan hanya pada pasar domestik saja. Menurut Kotler (2018:231) segmentasi pasar adalah membagi sebuah pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli dengan keinginan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda-beda. Permasalahan disini pihak usaha pinang kering belum bisa mengelompokkan segmentasi pasar, karena kurangnya pengetahuan petani dalam melakukan segmentasi pasar.

Menurut Indrasari ( 2019:66) targeting adalah proses menempatkan dengan tepat perusahaan ke dalam *segmen target market* yang sudah dipilih sebelumnya. Permasalahan targeting pada penelitian ini kurangnya pengetahuan umkm dalam menentukan target pasar dalam mendatangkan profit. Targeting usaha pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan untuk dalam propinsi. Dari segi *positioning*, beberapa keistimewaan pinang kering adalah selain bisa digunakan sebagai obat-obatan dan juga kadang juga digunakan sebagai bahan baku serta peralatan rumah tangga.

*Positioning* adalah penempatan produk ke dalam benak konsumen. Positioning bukanlah sesuatu yang kita lakukan terhadap produk, *positioning* adalah sesuatu yang kita lakukan ke dalam benak atau fikiran konsumen. Positioning adalah perubahan, tetapi perubahan ini bukan perubahan yang kita lakukan semata-mata terhadap produk, melainkan

perubahan yang kita lakukan terhadap keseluruhan *brand image* (Kotler, 2018:226). Permasalahan disini tidak ada sama sekali dilakukan *positioning* produk.

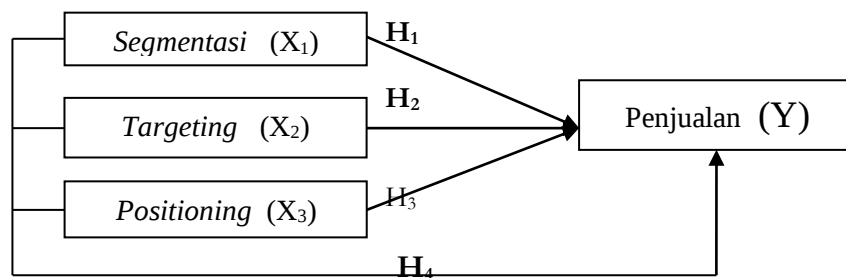
Penyusunan strategi membutuhkan konsep dan perencanaan yang baik dan merupakan salah satu kunci petani untuk memenangkan persaingan. Konsep dan perencanaan untuk menganalisis pasar harus disusun secara tepat supaya mampu memberikan informasi yang dibutuhkan. Informasi yang berkaitan dengan pasar, pembeli dan produk sangat dibutuhkan dalam penentuan strategi pemasaran bagi petani.

Berdasarkan ulasan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ” **Pengaruh Segmentation, Targeting dan Positioning (STP) Terhadap Penjualan Pinang Kering Di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan**”

Berdasarkan latarBelakang diatas maka rumusan masalah dari pembahasan ini sebagai berikut :

1. Indikator manakah yang paling dominan dari variabel segmentation, targeting dan positioning (STP) dan penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan
2. Apakah terdapat pengaruh segmentation terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan ?
3. Apakah terdapat pengaruh targeting terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan ?
4. Apakah terdapat pengaruh positioning terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan ?
5. Apakah terdapat pengaruh segmentation, targeting dan positioning (STP) terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan ?

**Gambar 1 Kerangka Konseptual**



**H<sub>1</sub>** Diduga bahwa segmentation secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan.

**H<sub>2</sub>** Diduga bahwa targeting secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan.

**H<sub>3</sub>** Diduga bahwa positioning secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan.

**H<sub>4</sub>** Diduga bahwa segmentation, targeting dan positioning (STP) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan.

## METODE

Penelitian ini dilakukan kepada Petani Pinang Kering yang berlokasi di Kecamatan Hilisalawahe, Alamat lokasi: Kecamatan hilisalawahe, Kabupaten Nias Selatan, Sumatera Utara 25122, Indonesia. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 1.103 orang. Sampel diperoleh sebanyak 100 Responden. Teknik penentuan respondennya yaitu teknik accidental sampling, pengambilan sampel dengan siapapun yang dipilih tanpa perencanaan sebelum nya atau diambil secara kebetulan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yang dijadikan kuantitatif, instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas yang digunakan untuk mengumpulkan data menggunakan program SPSS versi 26, dimana bila *r* hitung nilainya negative atau kecil dari *r* table ( untuk *n*=30 *r* table = 0,361) maka instrumen

tersebut tidak valid dan sebaliknya bilai nilai correted item – total correlation > r table, maka instrumen tersebut valid (Idris, 2018). Setelah instrumen valid dilanjutkan dengan menguji reliabilitas, dimana instrumen dinyatakan reliabel apabila r alpha negatif dan lebih kecil dari r table (0,361) berarti keseluruhan butir instrumen tersebut reliabel (Idris, 2018). Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: uji normalitas. Dilanjutkan dengan analisis deskriptif variabel penelitian menggunakan TCR, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis yang terdiri dari uji-t dan uji F.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Analisis Deskriptif variabel

#### a. Variabel Segmentation

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengujian yang dilakukan untuk menilai Tingkat Capaian Responden (TCR) terhadap penilaian variabel *segmentasi* pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan tersebut disajikan pada tabel 2 berikut :

**Tabel 2 Deskriptif *Segmentasi* (X<sub>1</sub>)**

| No                                 | Alternatif Jawaban |          |     |        |     |        |    |       |     |   | Rerata | TCR      |
|------------------------------------|--------------------|----------|-----|--------|-----|--------|----|-------|-----|---|--------|----------|
|                                    | SS                 |          | S   |        | KS  |        | TS |       | STS |   |        |          |
|                                    | F                  | %        | F   | %      | F   | %      | F  | %     | F   | % |        |          |
| Segmentasi berdasarkan geografik   | 27                 | 27.00    | 18  | 18.00  | 52  | 52.00  | 3  | 3.00  | -   | - | 3.69   | 73.80    |
|                                    | 13                 | 13.00    | 12  | 12.00  | 72  | 72.00  | 3  | 3.00  | -   | - | 3.35   | 67.00    |
|                                    | 40                 | 40.00    | 20  | 20.00  | 37  | 37.00  | 3  | 3.00  | -   | - | 3.97   | 79.40    |
|                                    | 51                 | 51.00    | 13  | 13.00  | 19  | 19.00  | 17 | 17.00 | -   | - | 3.98   | 79.60    |
|                                    | 63                 | 63.00    | 18  | 18.00  | 18  | 18.00  | 1  | 1.00  | -   | - | 4.43   | 88.60    |
| Jumlah                             | 194                | 194.00   | 81  | 81.00  | 198 | 198.00 | 27 | 27.00 | -   | - | 19.42  | 388.40   |
| Rata-rata                          | 39                 | 38.80    | 16  | 16.20  | 40  | 39.60  | 5  | 5.40  | -   | - | 3.88   | 77.68    |
| Segmentasi berdasarkan demografik  | 75                 | 75.00    | 17  | 17.00  | 3   | 3.00   | 5  | 5.00  | -   | - | 4.62   | 92.40    |
|                                    | 65                 | 65.00    | 24  | 24.00  | 11  | 11.00  | -  | -     | -   | - | 4.54   | 90.80    |
|                                    | 70                 | 70.00    | 21  | 21.00  | 9   | 9.00   | -  | -     | -   | - | 4.61   | 92.20    |
|                                    | 51                 | 51.00    | 18  | 18.00  | 31  | 31.00  | -  | -     | -   | - | 4.20   | 84.00    |
|                                    | 53                 | 53.00    | 10  | 10.00  | 25  | 25.00  | 12 | 12.00 | -   | - | 4.04   | 80.80    |
| Jumlah                             | 314                | 314.00   | 90  | 90.00  | 79  | 79.00  | 17 | 17.00 | -   | - | 22.01  | 440.20   |
| Rata-rata                          | 63                 | 62.80    | 18  | 18.00  | 16  | 15.80  | 3  | 3.40  | -   | - | 4.40   | 88.04    |
| Segmentasi berdasarkan psikografik | 67                 | 67.00    | 15  | 15.00  | 18  | 18.00  | -  | -     | -   | - | 4.49   | 89.80    |
|                                    | 80                 | 80.00    | 6   | 6.00   | 12  | 12.00  | 2  | 2.00  | -   | - | 4.64   | 92.80    |
|                                    | 67                 | 67.00    | 22  | 22.00  | 11  | 11.00  | -  | -     | -   | - | 4.56   | 91.20    |
|                                    | 73                 | 73.00    | 18  | 18.00  | 9   | 9.00   | -  | -     | -   | - | 4.64   | 92.80    |
|                                    | 54                 | 54.00    | 39  | 39.00  | 7   | 7.00   | -  | -     | -   | - | 4.47   | 89.40    |
| Jumlah                             | 341                | 341.00   | 100 | 100.00 | 57  | 57.00  | 2  | 2.00  | -   | - | 22.80  | 456.00   |
| Rata-rata                          | 68                 | 68.20    | 20  | 20.00  | 11  | 11.40  | 0  | 0.40  | -   | - | 4.56   | 91.20    |
| Segmentasi tingkah laku            | 51                 | 51.00    | 46  | 46.00  | 3   | 3.00   | -  | -     | -   | - | 4.48   | 89.60    |
|                                    | 50                 | 50.00    | 37  | 37.00  | 13  | 13.00  | -  | -     | -   | - | 4.37   | 87.40    |
|                                    | 46                 | 46.00    | 39  | 39.00  | 15  | 15.00  | -  | -     | -   | - | 4.31   | 86.20    |
|                                    | 52                 | 52.00    | 29  | 29.00  | 16  | 16.00  | 3  | 3.00  | -   | - | 4.30   | 86.00    |
|                                    | 38                 | 38.00    | 33  | 33.00  | 26  | 26.00  | 3  | 3.00  | -   | - | 4.06   | 81.20    |
| Jumlah                             | 237                | 237.00   | 184 | 184.00 | 73  | 73.00  | 6  | 6.00  | -   | - | 21.52  | 430.40   |
| Rata-rata                          | 47                 | 47.40    | 37  | 36.80  | 15  | 14.60  | 1  | 1.20  | -   | - | 4.30   | 86.08    |
| Jumlah                             | 1,086              | 1,086.00 | 455 | 455.00 | 407 | 407.00 | 52 | 52.00 | -   | - | 85.75  | 1,715.00 |
| Rata-rata                          | 54                 | 54.30    | 23  | 22.75  | 20  | 20.35  | 3  | 2.60  | -   | - | 4.29   | 85.75    |

Sumber : Data primer 2023

Berdasarkan rumusan masalah 1 diperoleh informasi bahwa skor rata-rata variabel *segmentasi* pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan yang terdiri dari 20 pertanyaan, dimana nilai rata-rata 4,29 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 85,75%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *segmentasi* pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan dalam kategori **Sangat Baik**. Indikator dominan pada variabel segmentasi adalah Segmentasi berdasarkan psikografik dengan nilai rata-rata 4,56 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 91,20%. Hal ini menunjukkan bahwa indikator Segmentasi berdasarkan psikografik pada variabel segmentasi pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan dalam kategori **Sangat Baik**.

#### b. Variabel Targeting

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengujian yang dilakukan untuk menilai Tingkat Capaian Responden (TCR) terhadap penilaian variabel *targeting* pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan tersebut disajikan pada tabel 3 berikut :

**Tabel 3 Deskriptif *Targeting* (X<sub>2</sub>)**

| No                                | Alternatif Jawaban |        |     |        |     |        |    |       |     |   | Rerata | TCR    |
|-----------------------------------|--------------------|--------|-----|--------|-----|--------|----|-------|-----|---|--------|--------|
|                                   | SS                 |        | S   |        | KS  |        | TS |       | STS |   |        |        |
|                                   | F                  | %      | F   | %      | F   | %      | F  | %     | F   | % |        |        |
| Strategi pemasaran tanpa pembeda  | 29                 | 29.00  | 44  | 44.00  | 21  | 21.00  | 6  | 6.00  | -   | - | 3.96   | 79.20  |
|                                   | 51                 | 51.00  | 4   | 4.00   | 39  | 39.00  | 6  | 6.00  | -   | - | 4.00   | 80.00  |
|                                   | 24                 | 24.00  | 26  | 26.00  | 47  | 47.00  | 3  | 3.00  | -   | - | 3.71   | 74.20  |
|                                   | 27                 | 27.00  | 15  | 15.00  | 53  | 53.00  | 5  | 5.00  | -   | - | 3.64   | 72.80  |
|                                   | 27                 | 27.00  | 18  | 18.00  | 52  | 52.00  | 3  | 3.00  | -   | - | 3.69   | 73.80  |
| Jumlah                            | 158                | 158.00 | 107 | 107.00 | 212 | 212.00 | 23 | 23.00 | -   | - | 19.00  | 380.00 |
| Rata-rata                         | 32                 | 31.60  | 21  | 21.40  | 42  | 42.40  | 5  | 4.60  | -   | - | 3.80   | 76.00  |
| Strategi pemasaran dengan pembeda | 13                 | 13.00  | 12  | 12.00  | 72  | 72.00  | 3  | 3.00  | -   | - | 3.35   | 67.00  |
|                                   | 20                 | 20.00  | 14  | 14.00  | 63  | 63.00  | 3  | 3.00  | -   | - | 3.51   | 70.20  |
|                                   | 25                 | 25.00  | 13  | 13.00  | 62  | 62.00  | -  | -     | -   | - | 3.63   | 72.60  |
|                                   | 27                 | 27.00  | 12  | 12.00  | 61  | 61.00  | -  | -     | -   | - | 3.66   | 73.20  |
|                                   | 26                 | 26.00  | 21  | 21.00  | 51  | 51.00  | 2  | 2.00  | -   | - | 3.71   | 74.20  |
| Jumlah                            | 111                | 111.00 | 72  | 72.00  | 309 | 309.00 | 8  | 8.00  | -   | - | 17.86  | 357.20 |
| Rata-rata                         | 22                 | 22.20  | 14  | 14.40  | 62  | 61.80  | 2  | 1.60  | -   | - | 3.57   | 71.44  |
| Jumlah                            | 269                | 269.00 | 179 | 179.00 | 521 | 521.00 | 31 | 31.00 | -   | - | 36.86  | 737.20 |
| Rata-rata                         | 27                 | 26.90  | 18  | 17.90  | 52  | 52.10  | 3  | 3.10  | -   | - | 3.69   | 73.72  |

Sumber : Data primer 2023

Berdasarkan rumusan masalah 1 diperoleh informasi bahwa skor rata-rata variabel *targeting* pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan yang terdiri dari 10 pertanyaan, dimana nilai rata-rata 3,69 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 73,72%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *targeting* pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan dalam kategori **Baik**. Indikator dominan pada variabel *targeting* adalah Strategi pemasaran tanpa pembeda dengan nilai rata-rata 3,80 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 76,00%. Hal ini menunjukkan bahwa indikator Strategi pemasaran tanpa pembeda pada variabel *targeting* pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan dalam kategori **Baik**.

### c. Variabel positioning

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengujian yang dilakukan untuk menilai Tingkat Capaian Responden (TCR) terhadap penilaian variabel *positioning* pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan tersebut disajikan pada tabel 4 berikut :

**Tabel 4 Deskriptif Positioning (X<sub>3</sub>)**

| No                     | Alternatif Jawaban |        |     |        |     |        |    |   |     |   | Rerata | TCR          |
|------------------------|--------------------|--------|-----|--------|-----|--------|----|---|-----|---|--------|--------------|
|                        | SS                 |        | S   |        | KS  |        | TS |   | STS |   |        |              |
|                        | F                  | %      | F   | %      | F   | %      | F  | % | F   | % |        |              |
| Overallcost leadership | 67                 | 67.00  | 12  | 12.00  | 21  | 21.00  | -  | - | -   | - | 4.46   | 89.20        |
|                        | 60                 | 60.00  | 15  | 15.00  | 25  | 25.00  | -  | - | -   | - | 4.35   | 87.00        |
|                        | 58                 | 58.00  | 8   | 8.00   | 34  | 34.00  | -  | - | -   | - | 4.24   | 84.80        |
|                        | 46                 | 46.00  | 8   | 8.00   | 46  | 46.00  | -  | - | -   | - | 4.00   | 80.00        |
|                        | 45                 | 45.00  | 8   | 8.00   | 47  | 47.00  | -  | - | -   | - | 3.98   | 79.60        |
| Jumlah                 | 276                | 276.00 | 51  | 51.00  | 173 | 173.00 | -  | - | -   | - | 21.03  | 420.60       |
| Rata-rata              | 55                 | 55.20  | 10  | 10.20  | 35  | 34.60  | -  | - | -   | - | 4.21   | <b>84.12</b> |
| Differentiation        | 53                 | 53.00  | 12  | 12.00  | 35  | 35.00  | -  | - | -   | - | 4.18   | 83.60        |
|                        | 47                 | 47.00  | 26  | 26.00  | 27  | 27.00  | -  | - | -   | - | 4.20   | 84.00        |
|                        | 56                 | 56.00  | 14  | 14.00  | 30  | 30.00  | -  | - | -   | - | 4.26   | 85.20        |
|                        | 49                 | 49.00  | 12  | 12.00  | 39  | 39.00  | -  | - | -   | - | 4.10   | 82.00        |
|                        | 32                 | 32.00  | 26  | 26.00  | 42  | 42.00  | -  | - | -   | - | 3.90   | 78.00        |
| Jumlah                 | 237                | 237.00 | 90  | 90.00  | 173 | 173.00 | -  | - | -   | - | 20.64  | 412.80       |
| Rata-rata              | 47                 | 47.40  | 18  | 18.00  | 35  | 34.60  | -  | - | -   | - | 4.13   | <b>82.56</b> |
| Focus                  | 36                 | 36.00  | 11  | 11.00  | 53  | 53.00  | -  | - | -   | - | 3.83   | 76.60        |
|                        | 42                 | 42.00  | 7   | 7.00   | 51  | 51.00  | -  | - | -   | - | 3.91   | 78.20        |
|                        | 42                 | 42.00  | 18  | 18.00  | 40  | 40.00  | -  | - | -   | - | 4.02   | 80.40        |
|                        | 69                 | 69.00  | 8   | 8.00   | 23  | 23.00  | -  | - | -   | - | 4.46   | 89.20        |
|                        | 53                 | 53.00  | 9   | 9.00   | 38  | 38.00  | -  | - | -   | - | 4.15   | 83.00        |
| Jumlah                 | 242                | 242.00 | 53  | 53.00  | 205 | 205.00 | -  | - | -   | - | 20.37  | 407.40       |
| Rata-rata              | 48                 | 48.40  | 11  | 10.60  | 41  | 41.00  | -  | - | -   | - | 4.07   | <b>81.48</b> |
| Jumlah                 | 755                | 755.00 | 194 | 194.00 | 551 | 551.00 | -  | - | -   | - | 62.04  | 1,240.80     |
| Rata-rata              | 50                 | 50.33  | 13  | 12.93  | 37  | 36.73  | -  | - | -   | - | 4.14   | 82.72        |

Sumber : Data primer 2023

Berdasarkan rumusan masalah 1 diperoleh informasi bahwa skor rata-rata variabel *positioning* pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan yang terdiri dari 15 pertanyaan, dimana nilai rata-rata 4,14 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 82,72%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *positioning* pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan dalam kategori **Sangat Baik**. Indikator dominan

pada variabel *positioning* adalah *Overallcost leadership* dengan nilai rata-rata 4,21 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 84,12%. Hal ini menunjukkan bahwa indikator *Overallcost leadership* pada variabel *positioning* pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan dalam kategori **Baik**.

#### d. Variabel penjualan

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengujian yang dilakukan untuk menilai Tingkat Capaian Responden (TCR) terhadap penilaian variabel penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan tersebut disajikan pada tabel 5 berikut :

**Tabel 5 Deskriptif Penjualan (Y)**

| No                         | Alternatif Jawaban |        |     |        |     |        |    |      |     |   | Rerata | TCR          |
|----------------------------|--------------------|--------|-----|--------|-----|--------|----|------|-----|---|--------|--------------|
|                            | SS                 |        | S   |        | KS  |        | TS |      | STS |   |        |              |
|                            | F                  | %      | F   | %      | F   | %      | F  | %    | F   | % |        |              |
| Mencapai volume penjualan  | 28                 | 28.00  | 28  | 28.00  | 44  | 44.00  | -  | -    | -   | - | 3.84   | 76.80        |
|                            | 44                 | 44.00  | 15  | 15.00  | 37  | 37.00  | 4  | 4.00 | -   | - | 3.99   | 79.80        |
|                            | 47                 | 47.00  | 28  | 28.00  | 25  | 25.00  | -  | -    | -   | - | 4.22   | 84.40        |
|                            | 51                 | 51.00  | 25  | 25.00  | 24  | 24.00  | -  | -    | -   | - | 4.27   | 85.40        |
|                            | 57                 | 57.00  | 16  | 16.00  | 27  | 27.00  | -  | -    | -   | - | 4.30   | 86.00        |
| Jumlah                     | 227                | 227.00 | 112 | 112.00 | 157 | 157.00 | 4  | 4.00 | -   | - | 20.62  | 412.40       |
| Rata-rata                  | 45                 | 45.40  | 22  | 22.40  | 31  | 31.40  | 1  | 0.80 | -   | - | 4.12   | <b>82.48</b> |
| Mendapatkan laba           | 54                 | 54.00  | 19  | 19.00  | 27  | 27.00  | -  | -    | -   | - | 4.27   | 85.40        |
|                            | 34                 | 34.00  | 25  | 25.00  | 41  | 41.00  | -  | -    | -   | - | 3.93   | 78.60        |
|                            | 34                 | 34.00  | 22  | 22.00  | 44  | 44.00  | -  | -    | -   | - | 3.90   | 78.00        |
|                            | 50                 | 50.00  | 21  | 21.00  | 29  | 29.00  | -  | -    | -   | - | 4.21   | 84.20        |
|                            | 50                 | 50.00  | 19  | 19.00  | 31  | 31.00  | -  | -    | -   | - | 4.19   | 83.80        |
| Jumlah                     | 222                | 222.00 | 106 | 106.00 | 172 | 172.00 | -  | -    | -   | - | 20.50  | 410.00       |
| Rata-rata                  | 44                 | 44.40  | 21  | 21.20  | 34  | 34.40  | -  | -    | -   | - | 4.10   | <b>82.00</b> |
| Menunjang pertumbuhan UMKM | 79                 | 79.00  | 12  | 12.00  | 9   | 9.00   | -  | -    | -   | - | 4.70   | 94.00        |
|                            | 72                 | 72.00  | 18  | 18.00  | 10  | 10.00  | -  | -    | -   | - | 4.62   | 92.40        |
|                            | 67                 | 67.00  | 15  | 15.00  | 18  | 18.00  | -  | -    | -   | - | 4.49   | 89.80        |
|                            | 73                 | 73.00  | 12  | 12.00  | 15  | 15.00  | -  | -    | -   | - | 4.58   | 91.60        |
|                            | 59                 | 59.00  | 15  | 15.00  | 26  | 26.00  | -  | -    | -   | - | 4.33   | 86.60        |
| Jumlah                     | 350                | 350.00 | 72  | 72.00  | 78  | 78.00  | -  | -    | -   | - | 22.72  | 454.40       |
| Rata-rata                  | 70                 | 70.00  | 14  | 14.40  | 16  | 15.60  | -  | -    | -   | - | 4.54   | <b>90.88</b> |
| Jumlah                     | 799                | 799.00 | 290 | 290.00 | 407 | 407.00 | 4  | 4.00 | -   | - | 63.84  | 1,276.80     |
| Rata-rata                  | 53                 | 53.27  | 19  | 19.33  | 27  | 27.13  | 0  | 0.27 | -   | - | 4.26   | 85.12        |

Sumber : Data primer 2023

Berdasarkan rumusan masalah 1 diperoleh informasi bahwa skor rata-rata variabel penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan yang terdiri dari 15 pertanyaan, dimana nilai rata-rata 4,26 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 85,12%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan dalam kategori **Sangat Baik**. Indikator dominan pada variabel penjualan adalah menunjang pertumbuhan UMKM dengan nilai rata-rata 4,54 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 90,88%. Hal ini menunjukkan bahwa indikator menunjang pertumbuhan UMKM variabel penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan dalam kategori **Sangat Baik**.

#### Analisis Regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *segmentation*, *targeting* dan *positioning*, sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah penjualan. Untuk melihat pengaruh *segmentation*, *targeting* dan *positioning* (STP) terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan adalah sebagai berikut :

**Tabel 6 Analisis Regresi Linear Berganda**

| Model                                | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig   |
|--------------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
|                                      | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       |
| (Constant)                           | 19.068                      | 5.737      |                           | 3.324 | 0.001 |
| <i>Segmentasi</i> (X <sub>1</sub> )  | 0.165                       | 0.073      | 0.223                     | 2.272 | 0.025 |
| <i>Targeting</i> (X <sub>2</sub> )   | 0.283                       | 0.127      | 0.256                     | 2.226 | 0.028 |
| <i>Positioning</i> (X <sub>3</sub> ) | 0.325                       | 0.087      | 0.348                     | 3.735 | 0.000 |

Sumber : Data primer 2023

Berdasarkan tabel 6 dapat dibuat persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 19.068 + 0.165X_1 + 0.283X_2 + 0.325X_3 + e$$

Dari persamaan di atas maka dapat diinterpretasikan beberapa hal, sebagai berikut :

- Konstanta sebesar 19.068, artinya jika tidak ada *segmentation*, *targeting* dan *positioning* ( $X_1=X_2=X_3=0$ ) maka nilai penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan adalah sebesar konstanta yaitu 19.068, satuan artinya besar nilai konstanta sudah ada sebesar 19.068 satuan.
- Nilai koefisien  $X_1 = 0.165$ , apabila terjadi peningkatan *segmentation* sebesar 1 satuan, maka akan terjadi peningkatan penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan sebesar 0.165. Artinya *segmentation* berpengaruh positif terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan.
- Nilai koefisien  $X_2 = 0.283$ , apabila terjadi peningkatan *targeting* sebesar 1 satuan, maka akan terjadi peningkatan penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan sebesar 0.283. Artinya *targeting* berpengaruh positif terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan.
- Nilai koefisien  $X_3 = 0.325$ , apabila terjadi peningkatan *positioning* sebesar 1 satuan, maka akan terjadi peningkatan penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan sebesar 0.325. Artinya *positioning* berpengaruh positif terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan.

### Uji koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi berguna untuk melihat kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi *segmentation*, *targeting* dan *positioning* terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan dapat dilihat dari tabel 7 :

**Tabel 4.16. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .691 <sup>a</sup> | .477     | .461              | 3.963                      |

Sumber : Data primer 2023

Berdasarkan tabel 7, nilai koefisien determinasi terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan ditunjukkan dengan nilai Adjust R Square sebesar 0,461 hal ini berarti besarnya kontribusi *segmentation*, *targeting* dan *positioning* terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan adalah 46,1% sedangkan sisanya 53,9% dipengaruhi oleh variabel lain seperti harga, kualitas dan lainnya.

### Penguji Hipotesis

#### Uji t

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh yang signifikan secara individual dari variabel bebas terhadap variabel terikat Ghazali, I. (2016). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini *segmentation*, *targeting* dan *positioning* sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan. Untuk melihat pengaruh *segmentation*, *targeting* dan *positioning* terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan adalah sebagai berikut :

**Tabel 8 Hasil Uji t**

| Model                        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig   |
|------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
|                              | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       |
| (Constant)                   | 19.068                      | 5.737      |                           | 3.324 | 0.001 |
| <i>Segmentasi</i> ( $X_1$ )  | 0.165                       | 0.073      | 0.223                     | 2.272 | 0.025 |
| <i>Targeting</i> ( $X_2$ )   | 0.283                       | 0.127      | 0.256                     | 2.226 | 0.028 |
| <i>Positioning</i> ( $X_3$ ) | 0.325                       | 0.087      | 0.348                     | 3.735 | 0.000 |

Sumber : Data primer 2023

Berdasarkan tabel 8 dapat dibuat persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

- Nilai  $t$  hitung *segmentation* adalah 2.272 dan nilai ( $\text{sig} = 0,025 < 0,05$ ). Dengan  $df = 100 - 3 = 97$  diperoleh  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1.661, dari hasil diatas dapat dilihat bahwa  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$

atau  $2.272 > 1.661$ . Maka *segmentation*, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan.

- b. Nilai  $t$  hitung *targeting* adalah 2.226 dan nilai ( $\text{sig} = 0,028 < 0,05$ ). Dengan  $df = 100 - 3 = 97$  diperoleh  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1.661, dari hasil diatas dapat dilihat bahwa  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  atau  $2.226 > 1.661$ . Maka *targeting* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan.

Nilai  $t$  hitung *positioning* adalah 3.735 dan nilai ( $\text{sig} = 0,000 < 0,05$ ). Dengan  $df = 100 - 3 = 97$  diperoleh  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1.661, dari hasil diatas dapat dilihat bahwa  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  atau  $3.735 > 1.661$ . Maka *positioning* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan.

## Uji F

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh secara keseluruhan dari variabel independen dengan variabel dependen. Dengan bantuan program SPSS V.26.00 diketahui nilai F hitung pada tabel Anova sebagai berikut :

**Tabel 9 Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)**

| Model      | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.              |
|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Regression | 1375.962       | 3  | 458.654     | 29.208 | .000 <sup>b</sup> |
| Residual   | 1507.478       | 96 | 15.703      |        |                   |
| Total      | 2883.440       | 99 |             |        |                   |

Sumber : Data primer 2023

Berdasarkan uji F diketahui bahwa nilai F hitung 29.208 dan F tabel dilihat dengan menggunakan rumus ( $df=n-k-1$ )  $df= 100 - 3 - 1 = 96$ , maka nilai F tabel adalah 2.309, maka dapat dilihat F hitung  $> F$  tabel, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ). Hal ini berarti variabel *segmentation*, *targeting* dan *positioning* berpengaruh positif dan signifikan signifikan bersama-sama terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan.

## Pembahasan

### 1. Pengaruh *Segmentasi* Terhadap Penjualan

Nilai  $t$  hitung *segmentation* adalah 2.272 dan nilai ( $\text{sig} = 0,025 < 0,05$ ). Dengan  $df = 100 - 3 = 97$  diperoleh tabel sebesar 1.661, dari hasil diatas dapat dilihat bahwa  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  atau  $2.272 > 1.661$ . Maka *segmentation*, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan.

Indikator dominan pada variabel segmentasi adalah Segmentasi berdasarkan psikografik dengan nilai rata-rata 4,56 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 91,20%. Hal ini menunjukkan bahwa indikator Segmentasi berdasarkan psikografik variabel segmentasi pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan dalam kategori Sangat Baik.

Menurut Kotler (2019) segmentasi pasar adalah tindakan mengidentifikasi dan membentuk kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin meminta produk dan atau strategi pemasaran tersendiri. Berdasarkan definisi diatas, segmentasi pasar dapat diartikan sebagai proses membagi pasar yang heterogen ke dalam kelompok-kelompok yang lebih homogen, yang memiliki persamaan kebutuhan atau karakteristik dan respon terhadap program pemasaran.

Menurut Nur Sabila (2019) mengatakan bahwa untuk mencapai hasil pemasaran yang optimal, perusahaan terlebih dahulu harus melakukan segmentasi pasar, kemudian penargetan, serta pemosisian atas produk yang akan kita jual. Segmentasi pasar adalah proses mengkotak-kotakkan pasar (heterogen) kedalam kelompok-kelompok pelanggan potensial (potential customer) yang memiliki kesamaan kebutuhan dan kesamaan karakter yang memiliki respon yang sama dalam membelanjakan uangnya.

Suatu usaha tidak dapat meningkatkan penjualan apabila tidak melakukan segmentasi pasar pada usaha yang dijalankan. pada penjelasan tersebut maka dapat dikemukakan bahwa kegiatan segmentasi pasar mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli atau memakai barang dan jasa yang ditawarkan. Segmentasi pasar sangat erat pengaruhnya dengan volume

penjualan usaha akan membuat konsumen terpicat untuk mengadakan pembelian ulang dan konsumen tidak akan pindah pada usaha lain yang juga menawarkan produk yang sejenis. Pendapat ini memberikan kejelasan bahwa kegiatan segmentasi pasar dapat membuat peningkatan pada penjualan.

Berdasarkan pendapat di atas, maka disimpulkan bahwa ketika pemasar memiliki kemampuan dalam melakukan segmentasi pasar akan mempengaruhi pada volumen penjualannya selama periode tertentu. Sebaliknya, apabila seseorang tidak mampu melakukan segmentasi pasar dengan baik dapat mengakibatkan kegagalannya sendiri dalam mencapai tujuan keberlangsungan hidup usahanya kedepan.

## 2. Pengaruh *Targeting* Terhadap Penjualan

Nilai  $t$  hitung *targeting* adalah 2.226 dan nilai ( $\text{sig} = 0,028 < 0,05$ ). Dengan  $df = 100 - 3 = 97$  diperoleh  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1.661, dari hasil diatas dapat dilihat bahwa  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  atau  $2.226 > 1.661$ . Maka *targeting* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan.

Indikator dominan pada variabel *targeting* adalah Strategi pemasaran tanpa pembeda dengan nilai rata-rata 3,80 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 76,00%. Hal ini menunjukan bahwa indikator Strategi pemasaran tanpa pembeda pada variabel *targeting* pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan dalam kategori **Baik**.

Untuk merancang strategi pemasaran yang unggul, mula-mula perusahaan harus memutuskan siapa yang akan dilayaninya. Perusahaan melakukan hal ini dengan membagi pasar menjadi segmen pelanggan (segmentasi pasar) dan memilih segmen mana yang akan dituju (target pemasaran). Pasar sasaran atau market targeting terdiri dari sekumpulan pembeli yang mempunyai kebutuhan karakter yang sama, yang ingin dilayani oleh perusahaan. Target pasar (*Targeting*) merupakan kegiatan dan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan di masuki. Tujuan dari penentuan target ini adalah memberikan kepuasan bagi konsumen. Ketika konsumen puas maka permintaan suatu produk tersebut semakin meningkat, dengan meningkatnya permintaan maka keuntungan perusahaan pun juga mengalami peningkatan. Produk dari *Targeting* adalah target market (pasar sasaran), yaitu satu atau segmen pasar yang akan menjadi fokus kegiatan-kegiatan marketing (Cravens, 2017).

Menurut Nur Sabila (2019)) menyatakan *targeting* atau menetapkan target pasar adalah persoalan bagaimana memilih, menyeleksi, dan menjangkau pasar. Produk dari *targeting* adalah target market (pasar sasaran), yaitu satu atau beberapa segmen pasar yang akan menjadi fokus kegiatan-kegiatan pemasaran.

## 3. Pengaruh *Positioning* Terhadap Penjualan

Nilai  $t$  hitung *positioning* adalah 3.735 dan nilai ( $\text{sig} = 0,000 < 0,05$ ). Dengan  $df = 100 - 3 = 97$  diperoleh  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1.661, dari hasil diatas dapat dilihat bahwa  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  atau  $3.735 > 1.661$ . Maka *positioning* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan.

Indikator dominan pada variabel *positioning* adalah *Overallcost leadership* dengan nilai rata-rata 4,21 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 84,12%. Hal ini menunjukan bahwa indikator *Overallcost leadership* pada variabel *positioning* pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan dalam kategori **Baik**.

Posisi pasar (*Positioning*) adalah tindakan merancang produk dan citra perusahaan agar dapat tercipta kesan atau tempat khusus dan unik dalam benak pasar sasaran sedemikian rupa, sehingga dipersepsikan lebih unggul dibandingkan para pesaing (Kusmatuti, 2017). *Product positioning* merupakan suatu strategi manajemen yang menggunakan informasi untuk menciptakan suatu kesan terhadap produk sesuai dengan keinginan pasar yang dituju atau pasarnya. Jadi, *positioning* merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendesain produk-produk mereka sehingga dapat menciptakan kesan dan image tersendiri dalam pikiran konsumennya sesuai dengan yang diharapkan untuk menentukan *positioning* perlu dilakukan strategi yang benar, sehingga posisi pasar yang diinginkan tepat pada sasarannya.

## 4. Pengaruh *Segmentasi, Targeting Dan Positioning* Terhadap Penjualan

Berdasarkan uji F diketahui bahwa nilai F hitung 29.208 dan F tabel dilihat dengan menggunakan rumus ( $df=n-k-1$ )  $df= 100 - 3 - 1 = 96$ , maka nilai F tabel adalah 2.309, maka dapat dilihat F hitung  $> F$  tabel, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ). Hal ini

berarti variabel *segmentation*, *targeting* dan *positioning* berpengaruh positif dan signifikan signifikan bersama-sama terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan.

Indikator dominan pada variabel penjualan adalah menunjang pertumbuhan UMKM dengan nilai rata-rata 4,54 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 90,88%. Hal ini menunjukkan bahwa indikator menunjang pertumbuhan UMKM variabel penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan dalam kategori **Sangat Baik**.

Salah satu tujuan perusahaan dalam melaksanakan kegiatannya yaitu tercapainya tingkat penjualan yang diinginkan oleh perusahaan tersebut baik berupa barang atau jasa. Dengan tingkat penjualan perusahaan dapat menghasilkan pendapatan dan memperoleh laba yang diharapkan. Sehingga peningkatan tingkat penjualan sangat diperlukan oleh perusahaan agar dapat mencapai laba serta kelangsungan hidupnya dapat dipertahankan.

Strategi STP (Segmenting, Targeting, dan Positioning) adalah strategi yang sangat efektif dalam merangsang konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan, dimana strategi ini mengarahkan perusahaan untuk mencapai pasar target yang spesifik. Dalam memilih pasar target para manajer mempunyai dua pilihan fundamental. Pertama, mereka memasarkan produknya kepada seluruh konsumen dalam pasar relevan (biasanya semua pembeli potensial dari bentuk atau kelas produk yang dijualnya). Kedua mereka dapat memusatkan pada satu atau sejumlah segmen pasar terbatas dimana mereka percaya bahwa posisi persaingan yang unik atau tingkat kemampuan yang lebih tinggi dapat dikembangkan. Dimana perusahaan seringkali berusaha untuk merangsang permintaan hanya pada segmen volume tinggi atau segmen dimana perusahaan itu akan mempunyai keunggulan bersaing.

## KESIMPULAN

Indikator dominan pada variabel penjualan adalah menunjang pertumbuhan UMKM dengan nilai rata-rata 4,54 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 90,88%. Hal ini menunjukkan bahwa indikator menunjang pertumbuhan UMKM variabel penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan dalam kategori **Sangat Baik**.

Indikator dominan pada variabel segmentasi adalah Segmentasi berdasarkan psikografik dengan nilai rata-rata 4,56 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 91,20%. Hal ini menunjukkan bahwa indikator Segmentasi berdasarkan psikografik variabel segmentasi pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan dalam kategori **Sangat Baik**. Indikator dominan pada variabel *targeting* adalah Strategi pemasaran tanpa pembeda dengan nilai rata-rata 3,80 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 76,00%. Hal ini menunjukkan bahwa indikator Strategi pemasaran tanpa pembeda pada variabel *targeting* pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan dalam kategori **Baik**. Indikator dominan pada variabel *positioning* adalah *Overallcost leadership* dengan nilai rata-rata 4,21 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 84,12%. Hal ini menunjukkan bahwa indikator *Overallcost leadership* pada variabel *positioning* pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan dalam kategori **Baik**.

## REFERENSI

- Anwar, A., Haeranah, H., & others. (2021). Pengaruh Kompetensi Pegawai, Lingkungan Kerja Dan Motivasi Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Pada Sekretariat Dprd Kabupaten Bulukumba. *Jurnal Magister Manajemen Nobel Indonesia*, 2.
- Ardianti, F. E., Qomariah, N., & Wibowo, Y. G. (2018). Pengaruh motivasi kerja, kompensasi dan lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja karyawan (Studi kasus pada PT. Sumber Alam Santoso Pratama Karangsari Banyuwangi). *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8.
- Bella Adibrata, R. (2018). *Pengaruh Lingkungan Kerja, Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan*. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Budirianti, B. L. R., Agusdin, A., & Surati, S. (2020). The Influence of Work Discipline, Motivation, Job Satisfaction and the Work Environment on the Performance of Contract Employees. *International Journal of Multicultural and*

- Multireligious Understanding*, 7.
- Chici, D. (2017). Pengaruh Lingkungan Fisik, Pelatihan dan Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PG Rejo Agung Baru Madiun. *Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo*.
- Choiro, M., & others. (2022). *Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin Kerja, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pt Surya Harmonika Manunggal Sidoarjo*. Universitas PGRI Adibuana Surabaya.
- Edwin, H. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT Mitra Wibowo. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik*.
- Endang, W. (2018). Identifikasi Motivasi Kerja di Bank Artha Graha Semarang Cabang Pemuda dengan Menggunakan Teori Mc.Clelland". *Universitas Katholik Soegijapranata Semarang*.
- Guan. (2016). Pengaruh lingkungan Kerja dan Sikap Kerja terhadap Kinerja Pegawai dikantor Camat Kec. Gerunggang. *Manajemen Universitas Bangka Belitung*.
- Gunawan, P. A. (2021). *Pengaruh Disiplin Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Hotel Prama Sanur Beach Bali*. Universitas Pendidikan Ganesha.
- Hakim, M. F. (2021). Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin Kerja dan Lingkungan Kerja terhadap Kepuasan Kerja (Studi Kasus pada Karyawan PT Bank BRI Syariah Tbk KC Jakarta Wahid Hasyim). *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 4.
- Haq, S., Muttaqijn, I., & Soeparto, S. (2022). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Dosen. *JMB: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11.
- Herianto, S., & others. (2021). Pengaruh Motivasi Kerja, Budaya Organisasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Implementasinya Pada Kinerja Pegawai Uptd Wilayah Iii Dpka (Samsat) Kabupaten Bireuen. *JURNAL KEBANGSAAN*, 10.
- Imam, M. (2021). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Dosen. *Manajemen Bisnis*, 10. Diambil dari non-dwnldmng-download-dont-retry2download
- Kumendong, J. J., & Rumagit, M. (2022). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Pt. Surya Mustika Nusantara Cabang Kiawa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7.
- Kurnianto, D., & Kharisudin, I. (2022). Analisis Jalur Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin Kerja, Kepuasan Kerja, Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan dengan Variabel Intervening Organizational Citizenship Behavior. In *PRISMA, Prosiding Seminar Nasional Matematika* (Vol. 5, hal. 740–751).
- Lumentut, M. D. S., & Dotulong, L. O. H. (2015). Pengaruh motivasi, disiplin, dan lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT. Bank Sulut Cabang Airmadidi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3.
- Nasir, M. (2019). An Analysis of Work Discipline, Work Environment and Employment Satisfaction Towards Performance. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11.
- Noor Suleha, S. (2019). *Pengaruh Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Dinas Sosial Kabupaten Penajam Paser Utara*. Universitas Balikpapan.
- Ong, S., Hendry, H., Winata, V., & Monika, M. (2021). The Influence of Discipline, Work Environment, and Work Commitment on Job Satisfaction. *International Journal of Social Science and Business*, 5.
- Putri, N. A. W. (2021). *Pengaruh Motivasi Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja (Studi pada Guru dan Karyawan SMK Negeri 2 Surakarta)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sari, D. P. M., & Rinaldo, J. (2020). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Penilaian Prestasi

- Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. *Matua Jurnal*, 2.
- Sari, K. M., & Kawiana, I. G. P. (2021). Pengaruh Human Relation, Disiplin, Dan Motivasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Pt. Orchid Boga Utama. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1.
- Utaminigtyas, R. R., & others. (2020). The Influence Of Work Motivation, Work Discipline And Work Environment On Employees' Job Satisfaction At PT. Samudera Perdana Selaras. *Admisi dan Bisnis*, 21.
- Wahyudi, W., Semmaila, B., & Arifin, Z. (2020). Influences of work discipline, motivation and Working Environment Non physical on Civil apparatus Performance. *Point Of View Research Management*, 1.
- Wiadnyana, I. W. W., Sukmana, I. W. K. T., Susanto, P. C., & Puspaningrum, D. H. D. (2020). The Effect of Compensation, Motivation, Work Discipline and Work Environment on Housekeeping Staff Performance at Lv 8 Resort Hotel. In *International Conference on Fundamental and Applied Research (I-CFAR)*.
- Wuwungan, R. Y., Taroreh, R. N., & Uhing, Y. (2017). Pengaruh lingkungan kerja dan motivasi kerja terhadap kepuasan kerja karyawan Cinema XX Lippo Plaza manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5.
- Yuliantini, T., & Santoso, R. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja, Motivasi Kerja, Dan Disiplin Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pt Travelmart Jakarta Pusat. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 16.
- Yustinus, S. (2019). Pengaruh Ketegasan Pimpinan dan Kepuasan Kerja Terhadap Disiplin Kerja Karyawan (Studi Pada Harum Swalayan Purbalingga). *Universitas Katolik*.
- Zherina, A. (2021). *Pengaruh Stress Kerja, Disiplin Kerja, Dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Pada Dinas Perikanan Kabupaten Banyuasin*. 021008 Universitas Tridinanti Palembang.

**Copyright holder:**

© Waruwu, S.H., Yulistia, Y., Firdaus, T.R

**First publication right:**

Jurnal Riset & Sains Ekonomi

**This article is licensed under:**

**CC-BY-SA**