



Pengaruh Pengaruh Segmentation, Targeting dan Positioning (STP) Terhadap Penjualan Pinang Kering Di Kecamatan Hilisalawaaha Kabupaten Nias Selatan

Saleh Herlia Waruwu¹, Yulistia¹ Tifani Ratu Firdaus¹

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Indonesia

✉ Salehherlina2901@gmail.com*

Article Information:

Received April 15, 2024

Revised May 28, 2024

Accepted Juni 19, 2024

Keywords: *Segmentation, targeting dan Positioning dan Penjualan*

AbstraK

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui tanaman pinang merupakan salah satu hasil budi daya yang berkembang di tengah-tengah masyarakat, dengan pertumbuhan yang mudah dan banyak manfaat. pinang kering di Kecamatan Hilisalawaaha 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 Hilisalawaaha Kabupaten Nias Selatan. (3) Hasil penelitian ditemukan targeting secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawaaha Kabupaten Nias Selatan. (4) Hasil penelitian ditemukan positioning secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawaaha 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 Hilisalawaaha Kabupaten Nias Selatan.

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.

How to cite:

Waruwu, S.H., Yulistia, Y., Firdaus, T.R., (2024). Pengaruh Segmentation, Targeting dan Positioning (STP) Terhadap Penjualan Pinang Kering Di Kecamatan Hilisalawaaha Kabupaten Nias Selatan *Jurnal Riset & Sains ekonomi*, 1(2), 74-87.

E-ISSN:

3046-840X

Published by:

The Institute for Research and Community Service

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 dipergunaan 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 industry.

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

Tabel 1 Data Luas Lahan dan produksi Pinang di Kecamatan Hilisalawaaha 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 Hilisalawaaha 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 di sebabkan 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, targetting dan positioning. *Segmentasi* pasar usaha pinang kering di Kecamatan Hilisalawaaha 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 Hilisalawaaha 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.

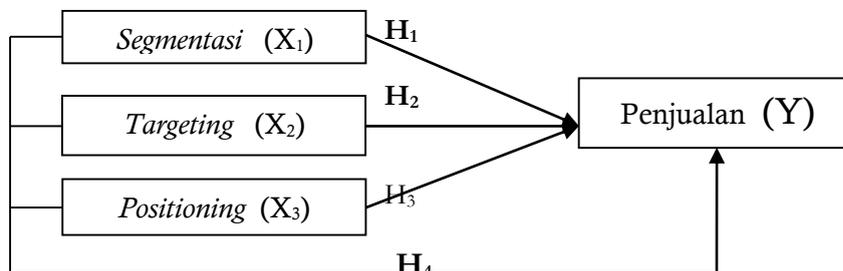
Penyusunan strategi membutuhkan konsep dan perencanaan yang baik dan merupakan salah satu kunci petani untuk memenangkan persaingan. Konsep dan perencanaan untuk menganalisis pasar harus disusun secara tepat supaya mampu memberikan informasi yang dibutuhkan. Informasi yang berkaitan dengan pasar, pembeli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



Diduga bahwa segmentation secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan.

H₂ Diduga bahwa targeting secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan.

H₃ Diduga bahwa positioning secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan.

H₄ Diduga bahwa segmentation, targeting dan positioning (STP) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawahe Kabupaten Nias Selatan.

METODE PENELITIAN

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 sebelumnya 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 r corrected 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 :

Gambar.1 Hasil Uji Normalitas
Tabel 2 Deskriptif Segmentasi (X₁)

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

No	Alternatif Jawaban										Rerata	TCR
	SS		S		KS		TS		STS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
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**.

a. 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 (X₃)

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	84.12
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	82.56
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

Pengaruh Segmentation, Targeting dan Positioning (STP) Terhadap Penjualan Pinang Kering
Di Kecamatan Hilisalawaaha Kabupaten Nias Selatan

No	Alternatif Jawaban										Rerata	TCR
	SS		S		KS		TS		STS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
	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	81.48
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 Hilisalawaaha 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 Hilisalawaaha 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 Hilisalawaaha Kabupaten Nias Selatan dalam kategori **Baik**.

Berdasarkan tabel 3 di atas, hasil uji autokorelasi nilai Probability Chi-Square sebesar 0,7724 > dari 0,05 yang mengindikasikan bahwa data tidak terdapat gejala autokorelasi.

a. Variabel penjualan

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

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	82.48
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	82.00
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

No	Alternatif Jawaban										Rerata	TCR
	SS		S		KS		TS		STS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Rata-rata	70	70.00	14	14.40	16	15.60	-	-	-	-	4.54	90.88
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 Hilisalawaaha 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 Hilisalawaaha 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 Hilisalawaaha 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 Hilisalawaaha 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 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 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 ha *segmentation*, *targeting* dan *positioning* (X₁=X₂=X₃=0) maka nilai penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawaaha Kabupaten Nias Selatan adalah sebesar konstanta yaitu 19.068, satuan artinya besar nilai konstanta sudah ada sebesar 19.068 satuan.
- Nilai koefisien X₁ = 0.165, apabila terjadi peningkatan *segmentation* sebesar 1 satuan, maka akan terjadi peningkatan penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawaaha Kabupaten Nias Selatan sebesar 0.165. Artinya *segmentation* berpengaruh positif terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawaaha Kabupaten Nias Selatan.
- Nilai koefisien X₂ = 0.283, apabila terjadi peningkatan *targeting* sebesar 1 satuan, maka akan terjadi peningkatan penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawaaha Kabupaten Nias Selatan sebesar 0.283. Artinya *targeting* berpengaruh positif terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawaaha Kabupaten Nias Selatan.

Nilai koefisien X₃ = 0.325, apabila terjadi peningkatan *positioning* sebesar 1 satuan, maka

akan terjadi peningkatan penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawaaha Kabupaten Nias Selatan sebesar 0.325. Artinya *positioning* berpengaruh positif terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawaaha Kabupaten Nias Selatan.

Uji koefisien Determinasi (R²)

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 Hilisalawaaha Kabupaten Nias Selatan dapat dilihat dari tabel 7 :

Tabel 4.16. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.691 ^a	.477	.461	3.963

Sumber : Data primer 2023

Berdasarkan tabel 7, nilai koefisien determinasi terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawaaha 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 Hilisalawaaha 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 Ghozali, 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 Hilisalawaaha Kabupaten Nias Selatan. Untuk melihat pengaruh *segmentation*, *targeting* dan *positioning* terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawaaha 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 (sig = 0,025 < 0,05). Dengan df = 100 – 3 = 97 diperoleh t_{tabel} sebesar 1.661, dari hasil diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} > t_{tabel} atau 2.272 > 1.661. Maka *segmentation*, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan pinang kering di Kecamatan Hilisalawaaha Kabupaten Nias Selatan.
- Nilai t hitung *targeting* adalah 2.226 dan nilai (sig = 0,028 < 0,05). Dengan df = 100 – 3 = 97 diperoleh t_{tabel} sebesar 1.661, dari hasil diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} > t_{tabel} atau 2.226 > 1.661. Maka *targeting* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan

pinang kering di Kecamatan Hilisalawaaha Kabupaten Nias Selatan.

- c. Nilai t hitung *positioning* adalah 3.735 dan nilai ($\text{sig} = 0,000 < 0,05$). Dengan $\text{df} = 100 - 3 = 97$ diperoleh t_{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 Hilisalawaaha 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 ^b
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 ($\text{df}=\text{n}-\text{k}-1$) $\text{df} = 100 - 3 - 1 = 96$, 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 Hilisalawaaha Kabupaten Nias Selatan.

Pengaruh Segmentasi Terhadap Penjualan

Nilai t hitung *segmentation* adalah 2.272 dan nilai ($\text{sig} = 0,025 < 0,05$). Dengan $\text{df} = 100 - 3 = 97$ 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 Hilisalawaaha 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 Hilisalawaaha 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.

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_{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 menunjukkan 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.

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_{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 menunjukkan 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.

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 Hilisalawaaha 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 Hilisalawaaha 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 Hilisalawaaha 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 Hilisalawaaha 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.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhikary, M., & Maity, S. (2010). India's tea export in the scenario of WTO: an analysis of trend and structural shift. *International Journal of Indian Culture and Business Management*, 3(2), 162-180.
- Adrian D Lubis. 2010. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Ekspor Indonesia*. Jakarta: Penelitian pada Pusat Penelitian dan Pengembangan Perdagangan Luar Negeri.
- Anggia Dewi, M.F. (2020). *Pengaruh Jumlah Produksi, Harga Internasional Dan Nilai Tukar Terhadap Ekspor Kertas Indonesia*. E- Jurnal EP Unud,9 (8) 1774 – 1803.
- Anton Hermanto Gunawan. 1991. *Anggaran Pemerintah dan Inflasi*. Jakarta: Gramedia
- Iswardono SP. 1993. *Ekonomi Uang dan Bank*. Yogyakarta: BPFE.
- Arifin, I., & Giana, H. 2009. *Membuka Cakrawala Ekonomi*. Jakarta: PT. Setia Purna.National University, Arndt-Corden Department of Economics Departmental Working Papers, (2016-07)
- Aryanti, Y., Mutathahirin, M., Rahman, I., & Mulyani, R. (2022). Teacher Analysis Study According to Imam Al Ghazali in the Book of Al Adab Fi Al-Din. *Ahlussunnah: Journal of Islamic Education*, 1(2), 46-58. <https://doi.org/10.58485/jie.v1i2.177>
- Basorudin, M., Rizqi, A., Murdaningrum, S., & Maharani, W. (2019). KAJIAN PERSEBARAN KOMODITAS TEH: PENGEMBANGAN KAWASAN PERKEBUNAN TEH DI PROVINSI JAWA BARAT. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 15(3), 205-214.
- Boediono . (2014). *Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No. 5 Ekonomi Makro*.
- Brigham, K. H., Lumpkin, G. T., Payne, G. T., & Zachary, M. A. (2014). Researching long-term orientation: A validation study and recommendations for future research. *Family Business Review*, 27(1), 72-88.
- Efdison, Zefri. Anggi Nopra Lovaz, Yenilma, Dorris Yadewani, Erni Febrina Harahap. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kopi NUR.. *JISOS, Jurnal Ilmu Sosial*, Vol. 2, No.1, Februari 2023. <http://bajangjournal.com/index.php/Jisos>. P.1293-v1304
- Efendi, E., Ramadhani, R., Kamil, R. A., & Rahman, I. (2022). The Effect Of Building The Islamic Character Of Students At Wisma Padang State University. *Jurnal Kepemimpinan dan Pengurusan Sekolah*, 7(3), 271-280. <https://doi.org/10.34125/jkps.v7i3>
- Ginting, A. M. (2017). Analisis pengaruh ekspor terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 11(1), 1-20.
- Gregorius, F. (2008). *Modern Asatro: Att konstruera etnisk och kulturell identitet*. Lund University.
- Gucandra, Y., Efendi, E., Mutathahirin, M., & Rahman, I. (2021). Islamic Education as an Instrument of Maqashid Al Syariah: Study of the Thought of Sheikh Sulaiman Ar-Rasuli. *Diniyyah Jurnal*, 8(2), 1-11. <https://doi.org/10.63061/2w811j17>
- Gunawan, A. 2014. *Impor Melonjak Pemerintah Didesak Sektor Teh Nasional*. m.bisnis.com/industri/read/20141026/99/267803/impor-melonjak-pemerintah-didesak-sektor-teh-nasional (Akses 17 Maret 2016).
- Gunawan, A. H. (1991). *Anggaran pemerintah dan inflasi di Indonesia*. Gramedia Pustaka Utama.
- Hanum, A. F., Kardi, J., Lestari, M. C. D., Efendi, E., & Rahman, I. (2022). Implementation

- of Cooperative Games: Strategies to Increase Children's Social Intelligence at an Early Age. *Diniyyah Jurnal*, 9(2), 70-79. <https://doi.org/10.63061/mge8a564>
- Harahap, Erni Febrina. Luviana. Nurul Huda (2020). Tinjauan Defisit Fiskal, Ekspor, Impor dan Jumlah UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia; *Jurnal Benefita* 5(2) Juli 2020 (151-161). DOI:10.22216/jbe.v5i2.4907
- Harahap, Erni Febrina. Wahyu Ramadhani. Siti Rahmi. (2019). PENGARUH VOLATILITY KURS, BI 7 DAY REPO RATE DAN INFLASI TERHADAP JUMLAH UANG BEREDAR DI INDONESIA, *Menara Ekonomi*, ISSN : 2407-8565; E-ISSN: 2579-5295 Volume V No. 3 – Oktober 2019; **file:///C:/Users/win%2010/Downloads/1661-3994-1-PB.pdf**
- Heizer dan renden, 2005. *Production and operation management*. Penerbit Ally & Bacam. 1990.
- Jeray, Jessy. Satria Yoga Putra. Erni Febrina Harahap (2023). Pengaruh Pengangguran, Tenaga Kerja Dan Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia.. <https://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menaraekonomi/issue/view/346>
- Mankiw, N. G., & Reis, R. (2007). Sticky information in general equilibrium. *Journal of the European Economic Association*, 5(2-3), 603-613
- Oktavia, G., Febriani, A., Hasnah, H., Sabrina, V., & Rahman, I. (2024). Enam Metode Menghafal Al-Qur'an Mahasiswa di Perguruan Tinggi Al-Qur'an Indonesia. *Jurnal Kepemimpinan dan Pengurusan Sekolah*, 9(1), 12-23. <https://doi.org/10.34125/jkps.v9i1>
- Pasaleron, R., Afrianto, A., Junaidi, A., Rahman, I., & Susanti, W. (2023). Problems of Teachers and Students in Learning the Quran. *Al-kayyis: Journal of Islamic Education*, 1(1), 1-11. <http://ojs.stai-bls.ac.id/index.php/ajie/article/view/62>
- Pasaleron, R., Rahman, I., Fitriani, F., & Irzain, I. (2023). Efek Kecerdasan Intelektual, Emosional, Dan Spiritual Terhadap Akhlak Peserta Didik Di Sekolah Menengah Atas. *Al-Ashri: Ilmu-Ilmu Keislaman*, 8(2), 71-77. <http://ojs.stai-bls.ac.id/index.php/Al-Ashri/article/view/78>
- Rahmad, A., Rahmi, R., Nakita, D. S., Akbar, Z., & Rahman, R. P. I. (2021). Implementation of Learners' Methods of Memorizing the Qur'an at the Dar El-Iman Indonesia Modern Islamic Boarding School. *Islamic Studies*, 2622, 741x. <http://ijmurhica.ppj.unp.ac.id/index.php/ijmurhica>
- Rahmah, H., Rahman, I., Nurhapipah, N., Erman, E., & Hasnah, R. (2023). Dinamika Pemikiran Ahlussunnah Wal Jama'ah Dalam Membangun Pemahaman Holistik Terhadap Moderasi Beragama. *UNES Journal Of Social and Economics research*, 8(1), 027-034.
- Rahman, I., Kaema, M. T., Nurhapipah, N., Nelwati, S., Sabri, A., & Rahmanda, R. (2024). Systematic Literature Review: Analysis of Project-based Learning Models from Elementary to High School. *Al-Ashri: Ilmu-Ilmu Keislaman*, 9(2), 53-66. <https://ojs.stai-bls.ac.id/index.php/Al-Ashri/article/view/119>
- Rahman, I., Kustati, M., & Gusmirawati, G. (2023). Pkm Peningkatan Kompetensi Baca Alqur'an Mahasiswa Unp Melalui Pendekatan Program Tahsin. <https://doi.org/10.56670/jcs.v5i2.176>
- Rahman, I., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2024). Sustainable Development: Implementation of The Talqin Method In Memorizing The Quran. *Jurnal Kepemimpinan dan Pengurusan Sekolah*, 9(1), 99-108. <https://doi.org/10.34125/jkps.v9i1>
- Rahman, I., Nisa, K., & Saputri, R. E. (2020). Seven Students' Activities: A Case Study on Rumah Tahfidz An-Nur Daily Routine and Memorization Levels. *International Journal of Multidisciplinary Research of Higher Education (IJMURHICA)*, 3(3), 110-120. <https://doi.org/10.24036/ijmurhica.v3i3.184>
- Rahman, I., Zulmuqim, Z., & Masyhudi, F. (2023). Pengaruh Madrasah Nizamiyah Terhadap Perkembangan Pendidikan Islam Dan Ortodoksi Sunni. *Unes Journal Of Social and Economics Research*, 8(2), 1-14.

<https://www.ojs.ekasakti.org/index.php/UJSCR/article/view/402>

- Rasdiany, A. N., Akmal, F., Pasaleron, R., Dafrizal, D., Ningsih, R., & Rahman, I. (2024). Systematic Literature Review: The Impact of Social Competence on Teacher Communication Intelligence. *Jurnal Kepemimpinan dan Pengurusan Sekolah*, 9(2), 239-251. <https://doi.org/10.34125/jkps.v9i2>
- Sabrina, V., Alias, M. F. B., Lenggogeni, P., Oktavia, G., Asril, Z., & Rahman, I. (2024). Analysis of the Relationship between Self-Regulated Learning and Students' Quran Memorizing Activities in Junior High Schools. *Muaddib: International Journal of Islamic Teaching and Learning*, 1(1), 40-48. <https://doi.org/10.63061/muijte.v1i1.12>
- Salvatore, D. (1997). *Ekonomi Internasional*. Jakarta: Erlangga.
- Samualson, J, 2001. *Ekonomi Makro*, Edisi ke-14. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Samuelson, Paul A dan Nordhaus, William D. (2001). *Ilmu Makro Ekonomi*. Jakarta: PT. Media Edukasi.
- Samuelson, Paul A dan William D Nordhaus. 2012 Ilmu Makro Ekonomi. Jakarta : PT Media Global Edukasi.
- Saputra, W., Rahman, I., Zulmuqim, Z., Zalnur, M., Triana, N., & Mutathahirin, M. (2023). Islamic Personal Development Activities in shaping the Character of Students in Junior High Schools. *Nida Al-Qur'an: Jurnal Pengkajian Islam*, 4(2), 103-112. <https://doi.org/10.63061/jpi.v4i2.25>
- Yafi, S., Rahman, I., & Ikhsan, R. (2023). Motivasi Belajar Menurut Perspektif al-Qur'an. *Cigarskruie: Journal of Educational and Islamic Research*, 1(1), 66-79. <https://doi.org/10.5281/1eb1e298>

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