

LAMPIRAN

Lampiran 1

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nama Lengkap	: Ahmad Ihza
Tempat dan Tanggal Lahir	: Jelapat Baru, 30 Agustus 2003
Agama	: Islam
Alamat Lengkap	: Desa Jelapat Baru Rt 03, Kecamatan Tamban, Kabupaten Barito Kuala, Provinsi Kalimantan Selatan
No HP	: 085849376504
Email	: ihzakembar121@gmail.com
Kebangsaan	: Indonesia
Pendidikan	: MI Darul Mujahidin MTS Darul Mujahidin MA NI' MATUL AZIZ
Orang Tua	: Nama Ayah : Kasuma Atmaja Pekerjaan : Pedagang : Nama Ibu : Imah Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Lampiran 2

PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN

SEGMENTATION, TARGETING DAN POSITIONING PADA D'SILVA CAFE & RESTO DI KECAMATAN KAPUAS TIMUR

Nama Pewawancara : Ahmad Ihza

Informan : Karyawan Bagian Administrasi & Kasir

Rumusan Masalah : Bagaimana Strategi Segmentation, Targeting dan
Positioning pada D'Silva Cafe & Resto di
Kecamatan Kapuas Timur

Daftar Pertanyaan :

A. Pertanyaan tentang strategi Segmentation

1. Apa karakteristik demografis pengunjung cafe & resto ini? Mana yang terbanyak?
2. Bagaimana anda mengidentifikasi segmen pasar yang tepat dan berbeda di cafe & resto?
3. Apa yang memotivasi anda untuk memilih segmentasi pasar tertentu untuk d'silva cafe & resto?
4. Apa tantangan yang dihadapi dalam menerapkan segmentasi pasar pada d'silva cafe & resto?
5. Bagaimana anda mengevaluasi keberhasilan segmentasi pasar yang telah diterapkan?

B. Pertanyaan tentang strategi Targeting

1. Segmen mana yang menjadi target pasar utama yang dipilih oleh d'silva cafe & resto?
2. Apa peran media sosial dan promosi dalam menjangkau dan mempertahankan target pasar?
3. Bagaimana d'silva cafe & resto menyesuaikan produk, layanan, dan promosi untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi segmen pasar yang ditargetkan?
4. Bagaimana anda meningkatkan kesadaran dan minat konsumen di target pasar yang telah dipilih?
5. Apa strategi yang sudah dilakukan d'silva cafe & resto untuk menarik minat si target?

C. Pertanyaan tentang strategi Positioning

1. Bagaimana d'silva cafe & resto memposisikan diri agar berbeda dan lebih unggul dibandingkan competitor di wilayah tersebut?
2. Apa nilai atau keunggulan utama yang ingin disampaikan kepada konsumen melalui strategi positioning?
3. Bagaimana d'silva cafe & resto mengidentifikasi dan mengatasi tantangan dalam mempertahankan posisi di kecamatan kapuas timur?
4. Apakah d'silva cafe & resto mempunyai moto atau semboyan?
5. Apakah d'silva cafe mempunyai ciri-ciri khusus seperti logo, warna dan seragam? Kalau ada, apakah makna dari tertentu?

Lampiran 3

PEDOMAN STUDI DOKUMEN PENELITIAN

**SEGMENTATION, TARGETING DAN POSITIONING PADA D'SILVA CAFE
& RESTO DI KECAMATAN KAPUAS TIMUR**

Nama Peneliti : Ahmad Ihza

Sumber Data : D'Silva Cafe & Resto

No	Dokumen yang diperlukan	Aspek Yang Dikaji
1	Daftar Menu	Segmentation Targeting Positioning
2	Daftar Harga	
3	Iklan Online	

Lampiran 4

PEDOMAN OBSERVASI PENELITIAN

**SEGMENTATION, TARGETING DAN POSITIONING PADA D'SILVA CAFE
& RESTO DI KECAMATAN KAPUAS TIMUR**

Nama Peneliti : Ahmad Ihza

Lokasi Observasi : D'Silva Cafe & Resto

No	Aspek yang diamati	Indikator/Fokus Pengamatan
1	Jenis usaha	Jenis produk
2	Kondisi fisik tempat usaha	Lokasi dan tampilan resto
3	Harga dan daya saing	Kisaran harga dan kunjungan sepi/ramai

Lampiran 5

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN 1

Nama : Ibnu Ahmad Husin
Alamat : Anjir Serapat Baru
Jabatan : Karyawan Bagian Administrasi

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa karakteristik demografis pengunjung cafe & resto ini? Mana yang terbanyak?	Dilihat dari usia itu hampir 60% dari kalangan anak muda, terus 40% dari dewasa/orang tua dan anak-anak, karena tampilannya, tempatnya, dan playgroundnya melengkapi seperti semuanya ada disini, jadi bisa dibilang masuk semua kalangan. Kami melihat yang bermedia sosial tidak hanya orang tua, disitu anak muda juga ikut eksis dan membagikan story nya dimedia sosial, dan itu akan menjadikan hal yang viral biasanya dikalangan anak muda, orang tua, maupun anak-anak. Dilihat banyaknya itu dari anak muda SMP, SMA, anak kuliah juga banyak yang datang kesini, remaja yang sudah lulus kuliah, bahkan dari luar kota pun datang untuk melihat dan merasakan apa yang ada di d'silva cafe & resto ini. Karena itu, seiring berjalannya waktu, kami berusaha menciptakan hal yang unik dan berusaha menarik perhatian mereka sampai mereka datang kesini, dan mereka tidak hanya satu kali, bahkan sering datang kesini nantinya.

2	Bagaimana anda mengidentifikasi segmen pasar yang tepat dan berbeda di cafe & resto?	Kami disini terlebih dahulu memahami karakteristik dan kebutuhan konsumen secara langsung, mendalami dan mencari tahu dikapuas ini masyarakat kurangnya apa, sehingga kami bisa menjangkau dengan melihat bahwa segmen ini cocok untuk diambil dalam pemasaran kami dan memajukan usaha kami.
3	Apa yang memotivasi anda untuk memilih segmentasi pasar tertentu untuk d'silva cafe & resto?	Motivasinya karena kelompok anak-anak, anak muda dan dewasa itu semua mempunyai yang namanya media sosial, memiliki potensi besar sebagai konsumen rutin yang mencari pengalaman sosial dan suasana nyaman di cafe. Segmen ini juga responsif terhadap inovasi produk yang begitu cukup efektif dan promosi yang kami tawarkan, sehingga dapat mendukung pertumbuhan bisnis d'silva cafe & resto. Secara berkelanjutan dikapuas ini kami melihat kurang adanya wisata yang memadai akan semua kalangan, memang seperti wisata religi, wisata bahari, wisata sungai memang ada, tapi disitu kurang pengelolaan dan daya tarik, maka dari itu kita membuka cafe ini dan motivasinya agar mereka juga merasakan perkumpulan kekeluargaan yang lebih luas dan nyaman dihati mereka. Kami juga berusaha memberikan pelayanan yang nyaman, suasana yang menarik dan pas dipikiran mereka, ketika berada di cafe & resto ini.

4	Apa tantangan yang dihadapi dalam menerapkan segmentasi pasar pada d'silva cafe & resto?	Tantangan yang kita hadapi mungkin dari segi tampilan, makanya kita ingin selalu menghadirkan sesuatu yang baru, bisa dikatakan dengan ikonik, kalau biasanya kenapa orang datang itu karena sesuatu yang spesial dan baru atau yang belum pernah orang itu mencoba dan belum pernah orang itu berkunjung disitu, itu sebagai suatu ikonik, maka dari itu kita berharap ada inovasi-inovasi baru kedepannya, sehingga pengunjung kita yang sering kali kesini tidak merasa bosan. Kemudian juga sumber daya tarik juga untuk pengunjung-pengunjung luar kami promosikan, bahkan kalonya biasa-biasa aja dan tampilan seperti ini aja, kadang orang akan merasa jenuh, monoton biasanya kan, maka dari itu seperti tempat makan atau susunan meja selalu kami rubah dan terbaru dipandangan mereka, sehingga merasa lebih bagus, lebih ikonik, dan menjadikan kepuasan tersendiri bagi pengunjung.
5	Bagaimana anda mengevaluasi keberhasilan segmentasi pasar yang telah diterapkan?	Mungkin kami mengevaluasi itu bisa dilihat di hari weekend seperti sabtu dan minggu, dan kami juga menghitung penjualan setiap minggunya apakah meningkat atau tidak, dan berharap feedback positif dari mereka yang sudah beberapa kali mengunjungi cafe disini, maupun dilihat dari tampilan, suasana dan produk yang kami tawarkan atau berikan.

6	Segmen mana yang menjadi target pasar utama yang dipilih oleh d'silva cafe & resto?	Paling utama kami pilih itu adalah anak muda, karena selain dari kalangan anak muda itu banyak yang bermedia sosial, sehingga pangsa pasar itupun kita sangat membantu, tidak hanya kita sebagai pribadi yang mempunyai akun media sosial, akan tetapi dari kalangan anak muda itu dapat memberikan daya tarik yang mungkin lebih kuat dibanding kalangan lainnya, karena anak muda juga lebih banyak akan mencari suasana-suasana baru, sensasi baru dan hal-hal yang baru, jadi kami disini mengusahakan agar selalu ada hal yang baru pada cafe ini, agar mereka nantinya akan tertarik lagi untuk datang kesini.
7	Apa peran media sosial dan promosi dalam menjangkau dan mempertahankan target pasar?	Sangatlah penting 2 peran ini karena sekarang ini semakin banyak orang yang bermedia sosial, bayangkan satu orang yang berpoto, mengirim ke media sosial dan dilihat oleh orang lain, dan merasa itu hal yang ikonik dan juga membuat penasaran, satu orang yang mengirim ke media sosial bisa saja mendatangkan 10 orang, jadi sangatlah penting peran media sosial dan promosi ini saat ingin mengembangkan usahanya.

8	Bagaimana d'silva cafe & resto menyesuaikan produk, layanan, dan promosi untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi segmen pasar yang ditargetkan?	Kami menawarkan produk atau menu yang variatif dan beragam untuk memenuhi kebutuhan mereka, yaitu makanan ringan dan snack untuk anak-anak dan remaja, dan makanan utama seperti halnya diresto lain untuk semua kalangan, dan juga menyegarkan dan unik untuk semua kalangan. Untuk layanan kami menawarkan pelayanan yang ramah, baik dan profesional seperti halnya cafe & resto lain, agar para pelanggan merasa puas, dan juga memastikan cafe & resto mudah di jangkau dan fasilitas yang memadai seperti tempat parkir yang luas dan aman, dekorasi yang menarik, musik yang enak didengar, bahkan kami menyediakan alat musik untuk mereka yang mau bernyanyi didepan, dan area bermain untuk anak-anak juga kami perhatikan tentunya. Untuk promosi kami menggunakan media sosial untuk mempromosikan cafe & resto, dari segi produk yang mewah, tampilan atau dekorasi, pelayanan, promo/diskon, event yang diselenggarakan, dan semua itu untuk semua kalangan, agar menarik dan memenuhi kebutuhan dan preferensi mereka.
9	Bagaimana anda meningkatkan kesadaran dan minat konsumen di target pasar yang telah dipilih?	Kami berharap tidak hanya dari kalangan remaja aja yang dipokuskan kesadarannya, tapi juga semua kalangan, agar cafe ini semakin terkenal di lokal desa maupun luar kota sekalipun. Kami berharap nantinya dari mereka kalangan remaja ini mempunyai inisiatif ingin melestarikan dan memanfaatkan cafe ini untuk kegiatan mereka sendiri. Berharap akan tersebar kesemua kalangan dan bisa meningkatkan kesadaran mereka juga.

10	Apa strategi yang sudah dilakukan untuk menarik minat si target?	Strategi yang sudah dilakukan itu seperti memposting di akun media sosial, memperlihatkan, memasarkan dan memperkenalkan secara lisan/offline maupun secara online. Kami juga melakukan kerjasama promosi dari antar sekolah, lembaga dan instansi, dengan memperlihatkan tampilan, suasana, produk dan layanannya juga. Dan berharap itu akan dapat menarik para wisatawan akan datang ke cafe kami ini.
11	Bagaimana d'silva cafe & resto memposisikan diri agar berbeda dan lebih unggul dibandingkan competitor di wilayah tersebut?	Pertama mungkin kami utamakan adalah tampilan yang memberdayakan alam sekitar, sehingga itu terlihat lebih cantik dan unik yang mungkin tidak dimiliki oleh kompetitor lain. Kami juga mempunyai beaground tersendiri, sehingga itu menjadi ikonik, seperti kapal di atas rumah yang kami bangun di depan itu, agar mereka bisa mengingat dan tertanam dihati mereka bahwa hal itu adalah ciri khas d'silva cafe & resto.
12	Apa nilai atau keunggulan utama yang ingin disampaikan kepada konsumen melalui strategi positioning?	Kami disini ingin menanamkan bahwa kami mempunyai keindahan yang bisa mereka lihat dan rasakan, seperti tanaman yang bagus disekitar cafe & resto dan kami nantinya juga akan menciptakan agrowisata seperti perkebunan, pertanian dan peternakan yang bisa mereka beli. Bahkan itu akan menjadi daya tarik dan tertanam dihati mereka.

13	Bagaimana d'silva cafe & resto mengidentifikasi dan mengatasi tantangan dalam mempertahankan posisi di kecamatan kapuas timur?	Salah satunya kami sering kali kerjasama antara pihak seperti anak-anak, anak remaja, anak sekolah dan instansi, sehingga itu dapat mengatasi tantangan dan mempertahankan posisi. Selain menyediakan pelayanan dan menjual makanan dan minuman, kami juga berkerjasama pihak yang lain itu mungkin bagian dari mengidentifikasi dan mempertahankan, sehingga kedepannya D'Silva cafe & resto bisa bertahan, selalu berjalan dan banyak dikenal oleh orang lain.
14	Apakah d'silva cafe & resto mempunyai moto atau semboyan?	D'Silva Cafe & Resto "Nikmati Keindahan Alam Agrowisata, Rasakan Kelezatan Lokal".
15	Apakah d'silva cafe mempunyai ciri-ciri khusus seperti logo, warna dan seragam? kalau ada, apakah makna dari tertentu?	Kalo logo kami mungkin seperti DS, warna kami memilih oren cumin tidak menyeluruh, seragam juga memilih oren. Kalo dari makna mungkin tidak terpikirkan, cuman kami disini ingin beda dari yang lain, dan dilihat juga tidak banyak orang yang memakai seragam warna oren, jadi hasilnya kami memilih warna oren. Berharap mereka bisa mengingat dan juga tertanam dihati mereka, sekaligus menjadi daya tarik tersendiri bagi kami dan para wisatawan juga.

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN 2

Nama : Maulida
Alamat : Anjir Serapat Baru
Jabatan : Karyawan Bagian Kasir

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa karakteristik demografis pengunjung cafe & resto ini? Mana yang terbanyak?	Dilihat dari usia itu hampir 60% dari kalangan anak muda, terus 40% dari dewasa/orang tua dan anak-anak, karena tampilannya, tempatnya, dan playgroundnya melengkapi seperti semuanya ada disini, jadi bisa dibilang masuk semua kalangan. Karena itu, seiring berjalannya waktu, kami berusaha menciptakan hal yang unik dan berusaha menarik perhatian mereka sampai mereka datang kesini, dan mereka tidak hanya satu kali, bahkan sering datang kesini nantinya.
2	Bagaimana anda mengidentifikasi segmen pasar yang tepat dan berbeda di cafe & resto?	Kami disini terlebih dahulu memahami apa karakteristik dan kebutuhan konsumen secara langsung, mendalami dan mencari tahu dikapuas ini masyarakat kurangnya apa, sehingga kami bisa menjangkau segmen tersebut dengan melihat bahwa segmen ini cocok untuk diambil dalam pemasaran kami dan memajukan usaha kami.

3	Apa yang memotivasi anda untuk memilih segmentasi pasar tertentu untuk d'silva cafe & resto?	Motivasinya karena kelompok anak-anak, anak muda dan dewasa itu semua mempunyai yang namanya media sosial, memiliki potensi besar sebagai konsumen rutin yang mencari pengalaman sosial dan suasana nyaman di cafe. Segmen ini juga responsif terhadap inovasi produk yang begitu cukup efektif dan promosi yang kami tawarkan, sehingga dapat mendukung pertumbuhan bisnis d'silva cafe & resto. Kami juga berusaha memberikan pelayanan yang nyaman, suasana yang menarik dan pas dipikiran mereka, ketika berada di cafe & resto ini.
4	Apa tantangan yang dihadapi dalam menerapkan segmentasi pasar pada d'silva cafe & resto?	Tantangan yang kita hadapi mungkin dari segi tampilan, makanya kita ingin selalu menghadirkan sesuatu yang baru, bisa dikatakan dengan ikonik, kalau biasanya kenapa orang datang itu karena sesuatu yang spesial dan baru atau yang belum pernah orang itu mencoba dan belum pernah orang itu berkunjung disitu, itu sebagai suatu ikonik, maka dari itu kita berharap ada inovasi-inovasi baru kedepannya, sehingga pengunjung kita yang sering kali kesini tidak merasa bosan. Makanya dari itu seperti tempat makan atau susunan meja selalu kami rubah dan terbaru dipandangan mereka, sehingga merasa lebih bagus, lebih ikonik, dan menjadikan kepuasan tersendiri bagi pengunjung.

5	Bagaimana anda mengevaluasi keberhasilan segmentasi pasar yang telah diterapkan?	Mungkin kami mengevaluasi itu bisa dilihat di hari weekend seperti sabtu dan minggu, dan kami juga menghitung penjualan setiap minggunya apakah meningkat atau tidak, dan berharap feedback positif dari mereka yang sudah beberapa kali mengunjungi cafe disini, maupun dilihat dari tampilan, suasana dan produk yang kami tawarkan atau berikan.
6	Segmen mana yang menjadi target pasar utama yang dipilih oleh d'silva cafe & resto?	Paling utama kami pilih itu adalah anak muda, karena selain dari kalangan anak muda itu banyak yang bermedia sosial, sehingga pangsa pasar itupun kita sangat membantu, tidak hanya kita sebagai pribadi yang mempunyai akun media sosial, akan tetapi dari kalangan anak muda itu dapat memberikan daya tarik yang mungkin lebih kuat dibanding kalangan lain, karena anak muda juga lebih banyak akan mencari suasana-suasana baru, sensasi baru dan hal-hal yang baru, jadi kami disini mengusahakan agar selalu ada hal yang baru pada cafe ini, agar mereka nantinya akan tertarik lagi untuk datang kesini.
7	Apa peran media sosial dan promosi dalam menjangkau dan mempertahankan target pasar?	Sangatlah penting 2 peran ini karena sekarang ini semakin banyak orang yang bermedia sosial, bayangkan satu orang yang berpoto, mengirim ke media sosial dan dilihat oleh orang lain, dan merasa itu hal yang ikonik dan juga membuat penasaran, satu orang yang mengirim ke media sosial bisa saja mendatangkan 10 orang, jadi sangatlah penting peran media sosial dan promosi ini saat ingin mengembangkan usahanya.

8	Bagaimana d'silva cafe & resto menyesuaikan produk, layanan, dan promosi untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi segmen pasar yang ditargetkan?	Kami menawarkan produk atau menu yang variatif dan beragam untuk memenuhi kebutuhan mereka, yaitu makanan ringan dan snack untuk anak-anak dan remaja, dan makanan utama seperti halnya resto lain untuk semua kalangan, dan juga menyajikan dan unik untuk semua kalangan. Untuk layanan kami menawarkan pelayanan yang ramah, baik dan profesional seperti halnya cafe & resto lain, agar para pelanggan merasa puas, dan juga memastikan cafe & resto mudah dijangkau dan fasilitas seperti tempat parkir yang luas dan aman, dekorasi yang menarik, musik yang enak didengar. Untuk promosi kami menggunakan media sosial untuk mempromosikan cafe & resto, dari segi produk yang mewah, tampilan atau dekorasi, pelayanan, promo, event yang diselenggarakan, dan semua itu untuk semua kalangan, agar menarik dan memenuhi kebutuhan dan preferensi mereka.
9	Bagaimana anda meningkatkan kesadaran dan minat konsumen di target pasar yang telah dipilih?	Kami berharap tidak hanya dari kalangan remaja aja yang dipokuskan kesadarannya, tapi juga semua kalangan, agar cafe ini semakin terkenal di lokal desa maupun luar kota sekalipun. Kami berharap nantinya dari mereka kalangan remaja ini mempunyai inisiatif ingin melestarikan dan memanfaatkan cafe ini untuk kegiatan mereka sendiri. Berharap akan tersebar kesemua kalangan dan meningkatkan kesadaran mereka juga.

10	Apa strategi yang sudah dilakukan untuk menarik minat si target?	Strategi yang sudah dilakukan itu seperti memposting di akun media sosial, memperlihatkan, memasarkan dan memperkenalkan secara lisan/offline maupun secara online. Kami juga melakukan kerjasama promosi dari antar sekolah, lembaga dan instansi, dengan memperlihatkan tampilan, suasana, produk dan layanannya juga. Berharap itu dapat menarik para wisatawan akan datang ke cafe kami ini.
11	Bagaimana d'silva cafe & resto memposisikan diri agar berbeda dan lebih unggul dibandingkan competitor di wilayah tersebut?	Pertama mungkin kami utamakan adalah tampilan yang memberdayakan alam sekitar, sehingga itu terlihat lebih cantik dan unik yang mungkin tidak dimiliki oleh kompetitor lainnya. Kami juga mempunyai beaground tersendiri, sehingga itu menjadi ikonik, seperti kapal di atas rumah yang kami bangun di depan itu, agar mereka bisa mengingat dan tertanam dihati mereka bahwa hal itu adalah ciri khas d'silva cafe & resto. Kami juga memaksimalkan tampilan yang baru dan inovasi yang baru, sehingga itu menjadi berbeda dibandingkan lainnya.
12	Apa nilai atau keunggulan utama yang ingin disampaikan kepada konsumen melalui strategi positioning?	Kami disini ingin menanamkan bahwa kami mempunyai keindahan yang bisa mereka lihat dan rasakan, seperti tanaman yang bagus disekitar cafe & resto dan kami nantinya juga akan menciptakan agrowisata seperti perkebunan, pertanian dan peternakan yang bisa mereka beli. Bahkan itu akan menjadi daya tarik dan tertanam dihati mereka.

13	Bagaimana d'silva cafe & resto mengidentifikasi dan mengatasi tantangan dalam mempertahankan posisi di kecamatan kapuas timur?	Salah satunya kami sering kali kerjasama antara pihak seperti anak-anak, anak remaja, anak sekolah dan instansi, sehingga itu dapat mengatasi tantangan dan mempertahankan posisi. Selain menyediakan pelayanan dan menjual makanan dan minuman, kami juga menyediakan tampilan alam dan kerjasama pihak yang lain itu mungkin bagian dari mengidentifikasi dan mempertahankan, sehingga kedepannya D'Silva cafe & resto bisa bertahan, selalu berjalan dan banyak dikenal oleh orang lain.
14	Apakah d'silva cafe & resto mempunyai moto atau semboyan?	D'Silva Cafe & Resto "Nikmati Keindahan Alam Agrowisata, Rasakan Kelezatan Lokal".
15	Apakah d'silva cafe mempunyai ciri-ciri khusus seperti logo, warna dan seragam? kalau ada, apakah makna dari tertentu?	Kalo logo kami mungkin seperti DS, warna kami memilih oren, seragam juga memilih oren. Kalo dari makna mungkin tidak terpikirkan, cuman kami disini ingin beda dari yang lain, dan dilihat juga tidak banyak orang yang memakai seragam warna oren, jadi hasilnya kami memilih warna oren. Berharap mereka bisa mengingat dan juga tertanam dihati mereka, sekaligus menjadi daya tarik tersendiri bagi kami dan para wisatawan juga.

Lampiran 6

CATATAN HASIL STUDI DOKUMEN

Nama Peneliti : Ahmad Ihza

Sumber Data : D'Silva Cafe & Resto

No	Dokumen yang dikaji	Hasil Studi Dokumen
1	Daftar Menu	Segmentation : Jika dilihat dari daftar menu, segmentasi mereka ini mengarah kepada semua kalangan seperti yang dikatakan oleh admin & karyawan D'Silva Cafe & Resto. Melihat dari segi demografis (usia) psikografi (gaya hidup) perilaku (sikap) geografis (daerah), maka dari itu mereka berusaha menyediakan yang unik dan pas untuk mereka. seperti minuman jus dan minuman yang sama seperti halnya di cafe & resto, juga tersedia snack untuk nyemil, paket keluarga yang bisa dirasakan dan menu-menu lainnya yang cocok ditawarkan untuk semua kalangan, mulai dari anak-anak, remaja maupun orang tua. Targeting : Jika dilihat dari daftar menu, target utama mereka adalah orang yang ingin

		rekreasi bersama teman-teman atau keluarga, karena semua makanan yang mereka tawarkan disitu memenuhi syarat apa yang sudah ditargetkan. Positioning : Jika dilihat dari daftar menu, mereka menawarkan berbagai menu makanan dan minuman yang berkualitas seperti juz, snack yang begitu variatif dan menu-menu yang mungkin disukai semua kalangan, dan itu akan sangat menarik perhatian para wisatawan dan menanamkan dihati mereka bahwa d'silva cafe & resto adalah tempat yang nyaman untuk makan, berwisata, refreshing, bermain, kumpul teman- teman, silaturahmi, keluarga dan pastinya menyediakan berbagai menu untuk semua kalangan dan semua selera.
2	Daftar Harga	Jika dilihat dari daftar harga, sangatlah pas (terjangkau untuk remaja, seperti anak sekolah dan orang dewasa atau pekerja) dan memadai untuk semua selera mereka. Harga makanan dan minuman tidaklah jauh dari cafe & resto lainnya, kerena mereka juga mempertimbangkan harga dengan suasana yang mereka tampilkan, agar dapat diterima oleh para wisatawan dan bisa membuat orang ingin kembali lagi ke D'Silva Cefe & Resto.

3	Iklan Online	Bisa dilihat mereka mempunyai akun media sosial seperti instagram, tiktok, sehingga bisa menyalurkan iklan dan mempromosikan daripada D'Silva Cafe & Resto lebih luas. Bukan hanya dari kalangan remaja saja yang diperlihatkan, bahkan semua kalangan sudah mereka coba untuk mempromosikan dari iklan online ini.
---	--------------	--

Lampiran 7

DOKUMENTASI & KEGIATAN PENELITIAN



Wawancara kepada Administrasi D'Silva Cafe & Resto yaitu Ibnu Ahmad Husin



Tampilan Depan dan Khas D'Silva Cafe & Resto



Tampilan Dinding D'Silva Cafe & Resto



Ruangan Lain yang di Miliki D'Silva Cafe & Resto

Lampiran 8

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235
Telepon (0511) 4777063
e-mail: febi@uin-antasari.ac.id / febi_uinantasari@gmail.com website: www.febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Ikza
NIM : 210105010009
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : "Segmentation, Targeting dan Positioning Pada D.Silva Cafe & Resto di Kecamatan Kapuas Timur"

Pembimbing I : Dift Dahliana, SEI, M.P.I.
Pembimbing II : H. Fahrudin, S. AB, M.P.

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
1. Periksa bab 1 sesuai catatan	
2. Lanjut minggu depan kerjakan bab 2	
23 Des 2024 	

Catatan:
a. Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II.
b. Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan A. Yani Km. 4,5 Banjarmasin 70235

Telpon (0511) 6777963

e-mail: febu@uin-antasari.ac.id / febu@uin-antasari.ac.id website: www.febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Ihsa
NIM : 210105010009
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : "Segmentation, Targeting dan Positioning
Pada DISPLVA Cafe & Resto di Kecamatan
Kupuas Timur"

Pembimbing I : Drs. Dahisara, SE, M.E.I.

Pembimbing II : H. Fahrudin, S. AB, M.E.

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
1. Perbaiki bab 2.23 sesuai catatan 2. Consul berikutnya, bawa revisi bab 2.23, tgl. 19 Maret 2025. 7 Maret 2025 	

Catatan:

- Setiap Konsultasi lembar catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II.
- Konsultasi berikutnya harus membawa lembar serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235
Telp. (0511) 8777063

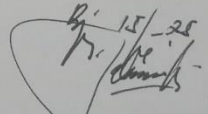
e-mail: info@uinarantasari.ac.id lib@uinarantasari.ac.id web@uinarantasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Ihsa
NIM : 210105010009
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : "Segmentation Targeting dan Positioning
pada D'Solva Cafe U Resto di Kecamatan
Kapas Temur"

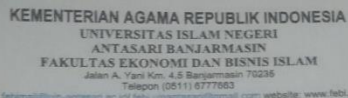
Pembimbing I : Dief Dahlgana, SEI, M.E.I.

Pembimbing II : H. Fahrudin, S.AB, M.E.

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
Buat pedoman wawancara dan pedoman dokumentasi 13/3 - 2015 	- Kajian Pendahuluan Latar & Sampel Perbedaan & Persamaan dan Peneliti sebelumnya - Bekerja & mengunjungi ke Babel dan sekitarnya 15/3 - 2015 

Catatan:

- Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II.
- Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).



e-mail: febri@febri.un-antasari.ac.id / febri.unantasari@gmail.com; website: www.febi.un-antasari.ac.id

Nama Ahmad Izza
NIM 21010501009
Jurusan Ekonomi Syariah
Judul Skripsi "Segmentation, Targeting dan Positioning
pada D'Silva Cafe & Resto di Kecamatan
Kapuas Timur"

Nama : Ahmad Izza
NIM : 210105010009
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : "Segmentation, Targeting dan Positioning Pada Di Silva Cafe & Resto di Kecamatan Kapuas Timur"

Pembimbing I : Dwi Dahleana, SEI, M.E.I.
Pembimbing II : H. Fahrudin, S. AB, M.E.

Catatan Pembimbing I	Catatan Pembimbing II
Perbaiki sedikit lagi Pemboman wawancara. - Buat surat riset. - segera riset ke lapangan - Buat daftar indang 16 - 20 Jun ya! 12/4-2018. 	

- Setiap Konsultasi lembar catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II.
- Konsultasi berikutnya harus membawa lembar serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4.6 Banjarmasin 70235
Telepon (0511) 6777063

e-mail: info@uin-antasari.ac.id fas.uin-antasari.ac.id website: www.feta.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Mza
NIM : 210105010009
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : "Segmentation, Targeting dan Positioning
Pada D'Silva Cafe & Resto di Kecamatan
Kapas Timur"

Pembimbing I : DAF Dahlia, SEI, M.E.I.

Pembimbing II : H. Fahruddeen, S.AB, M.E.

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
-Perbaiki transkrip wawancara -tangan transkrip ke 2lm bdo 4 15/5-2025 BS ty	

Catatan:

- Setiap Konsultasi lembar catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II.
- Konsultasi berikutnya harus membawa lembar serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235
Telepon (0511) 6777663

e-mail: febi@uin-antasari.ac.id febi.uinantasari@gmail.com website: www.febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Ihsa
NIM : 210105010009
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : "Segmentation Targeting dan Positioning
pada Disolva Cafe & Resto di Kecamatan
Kapas Timur"

Pembimbing I : Drg. Dahlia SEI M.E.I
Pembimbing II : H. Fahrudin S.AB. M.E.

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
Lampir membuat Pembahasan 20/5-2020 Bd H.	

Catatan:

- Setiap Konsultasi lembar catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II.
- Konsultasi berikutnya harus membawa lembar serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70236
Telepon (0511) 6777663
e-mail: febm@uin-antasari.ac.id / febi@uin-antasari.ac.id website: www.febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Ihza
NIM : 210105010009
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : "Segmentation, Targeting dan Positioning
Pada D'silva Cafe & Resto di Kecamatan
Kopuas Timur"

Pembimbing I : Dede Dahlan, SE, M.E.I
Pembimbing II : H. Fahrudin S. AB, M.E.

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
① Pertauti simpulan, targetnya terlalu umum, harus lebih spesifik. Positioning ilusinya itu apa? jelaskan. ② Jumlah halaman sampul 2 x 65 lembar. 26/5/2025	- Daftar Isi lengkap - Lembar muka - Cover judul & lain - Pustaka - Seleksi lain pada - dan = yang ada. 28/5/2025

Catatan:

- Setiap Konsultasi lembar catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II.
- Konsultasi berikutnya harus membawa lembar serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235
Telepon (0511) 6777663

e-mail: febi@uin-antasari.ac.id / febi@uin-antasari.ac.id website: www.febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Mza
NIM : 210105010009
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : "Segmentation Targeting dan Positioning
pada D'silver Cafe & Resto di Kecamatan
Kapas Timur"

Pembimbing I : Dita Dahana, SEI, M.E.I.

Pembimbing II : H. Fahrudin, S.AB, M.E.

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
1. Perbaiki abstrak 2. Perbaiki dafus 3. Perbaiki pedoman transliterasi 4. Perbaiki lampiran Fot. 5. Dafus tambah yg belum selesai, min 3 Juni 2023	- Kata Pengantar pada di perbaiki lagi. - Lampiran. Bp. 12 Juni 2023 Dita Dahana

Catatan:

- Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II.
- Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

ANTASARI BANJARMASIN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235

Telepon (0511) 6777663

e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id / fbu.antasari@gmail.com website: www.febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Ihza
NIM : 210105010009
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : "Segmentation, Targeting dan Positioning pada Disolva Cafe & Resto di Kecamatan Kapuas Timur"

Pembimbing I : DFFE Dahlan, SEI, M-E-I.
Pembimbing II : H. Fahruddein, S. AB, M. E.

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
- Perbaiki abstrak. - ACL, silakan daftar ulang skripsi 17 Juni 2025 DFFE	- Kats Pengantar ok. - Kesimpulan & perbaiki - Bicara & lanjutkan ke tabel & grafik juga (& daftarkan) 17 Juni 2025 Fahruddein

Catatan:

- Setiap Konsultasi lembar catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II.
- Konsultasi berikutnya harus membawa lembar serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).

SURAT – MENYURAT

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235 Telepon (0511) 6777 955, e-mail:
febimail@uin-antasari.ac.id / febi.uinantasari@gmail.com, website: febi.uin-antasari.ac.id

PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING SKRIPSI
Nomor : B - 29/Un. 14/III.5/ES.S1/PP.00.9/08/2024

Setelah kami mempelajari dan diadakan perbaikan seperluanya pada pra proposal (rencana penelitian) yang diajukan saudara (i):

Nama : Ahmad Ihza
NIM : 210105010009
Program Studi : S.1/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Segmentation, Targeting Dan Positioning Untuk Meningkatkan Kunjungan pada Objek Wisata Taman Buah Lokal Mekar Lestari Di Kecamatan Anjir

Kami dapat menyetujui pra proposal (rencana penelitian) tersebut. Sebagai pembimbing kami tetapkan sebagai berikut:

Dosen Pembimbing 1 : Difi Dahliana, M.E.I.
Dosen Pembimbing 2 : H.Fahruddin, S. AB, M.E.

Saudara (i) diharapkan segera melakukan konsultasi dengan Dosen Pembimbing skripsi guna mendapatkan arahan dalam rangka persiapan pembuatan skripsi selanjutnya.

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan semestinya.

Banjarmasin, 16 Agustus 2024
Ketua Jurusan


Rohana Faridah



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 6783434 Banjarmasin 70235
e-mail: febi@uin-antasari.ac.id / febluinantasari@gmail.com website: www.febi.uin-antasari.ac.id

Banjarmasin, 09 September 2024

Nomor : B-019/Un.14/III.5/ES.S1/PP.00.9/09/2024
Lampiran : Satu berkas
Hal : Penetapan Waktu Ujian
Proposal Skripsi

Kepada
Yth. Ahmad Ihza / 210105010009
Mahasiswa/ Jurusan S1 Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari
Banjarmasin

Assalamu'alaikum wr. wb.

Berdasarkan surat permohonan Saudara mengenai penetapan waktu ujian proposal skripsi, maka dengan ini ditetapkan Ujian Proposal Skripsi atas nama:

Nama / NIM	: Ahmad Ihza / 210105010009
Jurusan	: Ekonomi Syariah
Judul	: Segmentation, Targeting dan Positioning untuk Meningkatkan Kunjungan Pada Objek Wisata Taman Buah Lokal Mekar Lestari di Kecamatan Tamban

pada:
Hari/Tanggal : Senin, 9/09/2024
Waktu : 14.30 - 15.15 WITA
Tempat : Ruang Munaqasyah 2

dengan susunan tim penguji sebagai berikut:

Penguji 1	: Difi Dahliana, SEI., MEI.
Penguji 2	: H. Fahrudin, BA., S.AB., M.E
Notulis	: Rohana Faridah, S.E., M.M.

Demikian surat penetapan ini dibuat untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum wr. wb.



Ketua Prodi Ekonomi Syariah

Rohana Faridah, S.E., M.M.

Tembusan:

- Yth. 1. Penguji 1
- 2. Penguji 2
- 3. Notulis

-Arsip

Catatan:

Diharap pelaksanaan ujian tepat waktu untuk menghindari tertundanya ujian-ujian berikutnya



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 6783434 Banjarmasin 70235
e-mail: febi@uin-antasari.ac.id / febi.uinantasari@gmail.com website: www.febi.uin-antasari.ac.id

BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN

Pada hari Senin tanggal 9 September 2024 telah dilaksanakan ujian proposal skripsi atas nama :

Nama : Ahmad Ihza
NIM : 210105010009
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : Segmentation, Targeting dan Positioning untuk
Meningkatkan Kunjungan Pada Objek Wisata Taman
Buah Lokal Mekar Lestari di Kecamatan Tamban

dengan susunan tim penguji sebagai berikut:

Penguji 1 : Difi Dahlhiana, SEI., MEI.
Penguji 2 : H. Fahrudin, BA., S.AB., M.E
Notulis : Rohana Faridah, S.E., M.M.

Hasil Ujian Proposal Skripsi dinyatakan :

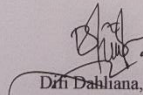
Diterima / Diterima dengan perbaikan / Ditolak

Catatan Pelaksanaan Ujian Proposal :

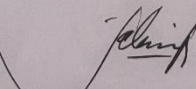
lancar

Banjarmasin, Senin, 9 September 2024

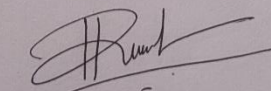
1. Penguji 1 :


Difi Dahlhiana, SEI., MEI.

2. Penguji 2 :


H. Fahrudin, BA., S.AB., M.E

3. Notulis :


Rohana Faridah, S.E., M.M.

PERSETUJUAN PERUBAHAN JUDUL SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Difi Dahliana, SEI., M.E.I.
NIP : 198503292018012001
Jabatan : Pembimbing I
Nama : H. Fahrudin. S. AB. M.E.
NIP : 196008201987031004
Jabatan : Pembimbing II

Setelah melakukan bimbingan kepada mahasiswa :

Nama : Ahmad Ihza
NIM : 210105010009
Judul Skripsi : Segmentation, Targeting dan Positioning untuk Meningkatkan
Kunjungan pada Objek Wisata Taman Buah Lokal Mekar Lestari di
Kecamatan Tamban

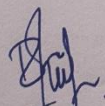
Menyetujui untuk dilakukan perubahan judul skripsi menjadi :

“ Segmentation, Targeting dan Positioning pada D'Silva Cafe & Resto di Kecamatan
Kapas Timur”

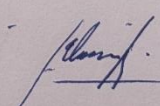
Demikian persetujuan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Banjarmasin, 13 Juni 2023

Pembimbing I


Difi Dahliana, SEI., M.E.I.
NIP. 198503292018012001

Pembimbing II


H. Fahrudin. S. AB. M.E.
NIP. 196008201987031004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 6783434 Banjarmasin 70235
e-mail: rektoran@uin-antasari.ac.id / website: www.fekt.uin-antasari.ac.id

Nomor : B-355/Un.14/III.5/TL.00/04/2025
Sifat : -
Lamp : 1 Berkas
Hal : Pemohonan Izin Riset

22 April 2025

Yth. Lurah Anjir Serapat Baru

Assalamu'alaikum wr.wb.

Dengan hormat. Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari menyampaikan permohonan untuk diberikan izin riset kepada:

Nama : Ahmad Ihza
NIM : 210105010009
Semester/Jurusan : VIII / Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2024/2025
Waktu Riset : 22 April s/d 22 Juni 2025
Alamat : Jl. Kapuas Des. Anjir Serapat Baru Handil Habib Km
8 Kec. Kapuas Timur
Judul Skripsi : Segmentation, Targeting dan Positioning Pada
D'Silva Cafe & Resto Di Kecamatan Kapuas Timur
(Sebagaimana Proposal Terlampir).

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon agar kiranya berkenan membantu memberikan data dan informasi yang diperlukan terkait dengan riset tersebut.

Kami sampaikan pula sebagai Satker berpredikat Zona Integritas Wilayah Bebas dari Korupsi (ZI-WBK) menuju Zona Integritas Wilayah Birokrasi Bersih dan Melayani (ZI-WBBM) UIN antasari Banjarmasin berkomitmen terus menjaga integritas serta terus meningkatkan kualitas kinerja dan pelayanan.

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.



Dekan,

Sukarni

Lebih Baik Melayani, Melayani Lebih Baik



**PEMERINTAH KABUPATEN KAPUAS
KECAMATAN KAPUAS TIMUR
DESA ANJIR SERAPAT BARU**

Jalan Trans Kalimantan Anjir Serapat Km. 8
ANJIR SERAPAT

Kode Pos 73581

SURAT KETERANGAN

Nomor : 140 / 2025 / ASB / VI / 2025

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala ini :

Nama : **SAFRIANSYAH**
Jabatan : Kepala Desa Anjir Serapat Baru
Alamat : Anjir Serapat Baru Km. 8 Rt 002 Desa Anjir Serapat Baru
Kec Kapuas Timur Kab. Kapuas Provinsi Kalimantan Tengah

Menerangkan bahwa :

Nama : **AHMAD IHZA**
NIM : 210105010009
Semester/Jurusan : VIII/Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2024/2025
Waktu Reset : 22 April s/d 22 Juni 2025
Alamat : Jl. Kapuas Desa Anjir Serapat Baru Handil Habib Km. 8
Kec. Kapuas Timur
Judul Skripsi : Segmentation, Targeting dan Positioning Pada D'silva Café & Resto
di Kecamatan Kapuas Timur (Sebagaimana Proposal Terlampir)

bahwa yang bersangkutan telah melaksanakan kegiatan Pendataan/Penelitian/Survey diwilayah Anjir Serapat Baru Handil Habib Alwi Km. 8 Kecamatan Kapuas Timur Kabupaten Kapuas Provinsi Kalimantan Tengah, sesuai dengan surat dari **UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN** Nomor Surat : B-355/Un.14/III.5/TL.00/04/2025 Prihal : Permohonan Izin Riset Waktu Reset Tanggal 22 April s/d 22 Juni 2025 dimana Kegiatan tersebut dilakukan Selama 2 (Dua) Bulan

Demikian Surat Keterangan ini di berikan kepada bersangkutan untuk di ketahui dan Dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan : Anjir Serapat Baru

Pada tanggal : 26 Juni 2025





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH

Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235 Telepon (0511) 6777 955, e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id/
febimail@uin-antasari.ac.id, website: febimail@uin-antasari.ac.id

PENETAPAN BEBAS PLAGIASI

Nomor : B - 178/Un. 14/III.5/ES.S1/PP.00.9/6/2025

Memperhatikan surat permohonan Saudara (i) dan hasil Rapat Tim Pemeriksa Plagiasi Tugas Akhir/ Skripsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin, maka kami dapat memberikan Surat Keterangan Bebas Plagiasi skripsi atas nama Saudara (i):

Nama : Ahmad Ihza
NIM : 210105010009
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Segmentation, Targeting dan Positioning pada D'Silva Cafe & Resto di Kecamatan Kapuas Timur

Dengan demikian, skripsi Saudara (i) dinyatakan:

BEBAS PLAGIASI

Dengan Persentase Indikasi Plagiat: 23%

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan semestinya.

Banjarmasin, 19 Juni 2025
Ketua Jurusan



Rohana Faridah