



# PENGEMBANGAN JULO-JULO DALAM MENINGKATKAN EKONOMI PEDAGANG PASAR SANGKUMPAL BONANG KOTA PADANGSIDIMPUAN

Replita<sup>1</sup>, Nursyirwan Effendi<sup>2</sup>, Taufika Ophiyandri<sup>3</sup>, Alfam Miko<sup>4</sup>, Ali Hardana<sup>5</sup>

<sup>1,5</sup> Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padang Lawas Utara  
<sup>2,3,4</sup> Universitas Andalas

replitalbs@uinsyahada.ac.id<sup>1</sup>, nursyirwaneffendi@soc.unand.ac.id<sup>2</sup>,  
taufikaophiyandri@ft.unand.ac.id<sup>3</sup>, alfamiko@ft.unand.ac.id<sup>4</sup>,  
alihardana@uinsyahada.ac.id<sup>5</sup>

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak pengembangan Julo-Julo dalam meningkatkan ekonomi pedagang di Pasar Sangkumpal Bonang, Kota Padangsidempuan. Julo-Julo merupakan sebuah inovasi platform digital yang dirancang untuk membantu pedagang pasar tradisional dalam pemasaran, transaksi, dan manajemen operasional. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan campuran (mixed methods) dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan kuesioner terhadap 50 pedagang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Julo-Julo memberikan dampak positif yang signifikan, di antaranya: (1) peningkatan pendapatan pedagang sebesar 83,33%, (2) kepuasan pedagang yang tinggi, terutama dalam hal pemasaran digital dan efisiensi transaksi, (3) peningkatan jumlah konsumen sebesar 100%, dengan kontribusi besar dari konsumen online, serta (4) faktor utama peningkatan pendapatan adalah pemasaran digital dan transaksi digital. Namun, terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi, seperti kurangnya literasi digital dan ketersediaan jaringan internet yang tidak stabil.

**Kata kunci:** Ekonomi Pedagang, Julo-Julo, Pasar Tradisional, Pasar Sangkumpal Bonang, Pemasaran Digital, Transaksi Digital

## 1. Pendahuluan

Kota Padangsidempuan adalah sebuah kota yang terletak di Provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Sebagai salah satu kota yang memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, Padangsidempuan dihadapkan pada berbagai tantangan dalam pembangunan ekonominya. Salah satu sektor yang berperan penting dalam ekonomi lokal adalah sektor perdagangan, khususnya di pasar tradisional. Salah satu aspek yang patut diperhatikan adalah keberadaan julo-julo, yang merupakan kegiatan dagang yang berlangsung di pasar-pasar tradisional. . (Lismawati et al., 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai julo-julo dalam konteks pengembangan ekonomi pedagang di pasar Sangkumpul Bonang, Kota Padangsidimpuan. (Hasibuan et al., 2024; Nasution et al., 2024).

Pasar Sangkumpul Bonang di Kota Padangsidimpuan merupakan salah satu pusat perekonomian masyarakat yang memiliki peran penting dalam menunjang aktivitas perdagangan dan pemenuhan kebutuhan sehari-hari. (Hardana et al., 2024). Sebagai pasar tradisional, Pasar Sangkumpul Bonang menjadi tempat bertemunya pedagang dan pembeli dari berbagai kalangan. Namun, seiring dengan perkembangan zaman dan meningkatnya persaingan dengan pasar modern, banyak pedagang di pasar tradisional menghadapi tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan pendapatan mereka. (Gruen et al., 2006; Hasibuan et al., 2023).

Salah satu faktor yang menjadi kendala adalah kurangnya inovasi dalam sistem penjualan dan pemasaran. Pedagang di Pasar Sangkumpul Bonang masih mengandalkan metode konvensional, seperti penjualan langsung di tempat, yang membatasi jangkauan pasar mereka. (Mutiah et al., 2023). Selain itu, minimnya penggunaan teknologi informasi dan digitalisasi dalam proses transaksi juga menjadi penghambat dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing. (Tambunan, 2021),

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan ekonomi di Kota Padangsidimpuan menunjukkan fluktuasi yang cukup signifikan. Meskipun terjadi pertumbuhan di beberapa sektor, seperti industri dan perdagangan, masih banyak tantangan yang dihadapi oleh para pedagang, terutama di pasar tradisional. (Hardana et al., 2023). Penyebab utama masalah ini antara lain adalah kurangnya akses terhadap modal, keterbatasan pengetahuan bisnis, serta persaingan dengan pasar modern. Julo-julo sebagai aktivitas perdagangan dapat menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan ekonomi pedagang di pasar. (Hardana et al., 2024)

Julo-julo merupakan istilah yang merujuk pada kegiatan jual beli barang secara langsung antara penjual dan pembeli. Dalam konteks pasar Sangkumpul Bonang, julo-julo dapat dilihat sebagai wadah interaksi sosial dan ekonomi yang penting bagi masyarakat. Aktivitas ini tidak hanya menciptakan peluang ekonomi bagi para pedagang, tetapi juga memberikan berbagai produk lokal bagi masyarakat. Namun, masih banyak potensi dari julo-julo yang belum dimanfaatkan secara optimal. (Wahyuningrum, 2013).

Meskipun julo-julo memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi pedagang, di pasar Sangkumpul Bonang terdapat tantangan yang signifikan. Tantangan tersebut antara lain adalah kurangnya infrastruktur, rendahnya keterampilan pedagang, dan adanya stigma negatif terhadap pasar tradisional yang dianggap tidak higienis. Selain itu, pergeseran perilaku konsumen yang lebih memilih

berbelanja di supermarket juga menjadi tantangan tersendiri bagi keberlanjutan julo-julo. (Fauzan et al., 2022)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran julo-julo dalam pengembangan ekonomi pedagang di pasar Sangkumpul Bonang, Kota Padangsidempuan. (Gruen et al., 2006; Hardana et al., 2023). Dengan memahami dinamika julo-julo, diharapkan terdapat pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan para pedagang, serta mampu memberikan rekomendasi bagi pemangku kebijakan dalam meningkatkan daya saing pasar tradisional. (Hasibuan et al., 2022).

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan pemahaman mengenai pentingnya julo-julo dalam konteks ekonomi lokal. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi para akademisi, pemerintah, dan pelaku usaha dalam merumuskan kebijakan dan strategi yang relevan untuk mendukung pengembangan ekonomi di Kota Padangsidempuan.

Dalam konteks ini, pengembangan Julo-Julo (sebuah konsep atau platform yang dapat berupa sistem pemasaran, aplikasi, atau metode inovatif) dapat menjadi solusi untuk meningkatkan ekonomi pedagang pasar. Julo-Julo diharapkan dapat membantu pedagang dalam memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan efisiensi transaksi, serta memudahkan akses informasi tentang produk dan harga. (Windari et al., 2022). Dengan adanya Julo-Julo, diharapkan para pedagang dapat lebih kompetitif dan mampu menarik minat lebih banyak konsumen, baik dari dalam maupun luar daerah. (Utami et al., 2024).

Namun, untuk mengimplementasikan Julo-Julo secara efektif, diperlukan pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh pedagang di Pasar Sangkumpul Bonang. Selain itu, perlu juga dilakukan kajian tentang bagaimana Julo-Julo dapat diintegrasikan dengan kebiasaan dan pola perdagangan yang sudah ada. Oleh karena itu, penelitian atau pengembangan Julo-Julo dalam konteks Pasar Sangkumpul Bonang menjadi penting untuk dilakukan guna meningkatkan perekonomian pedagang dan keberlanjutan pasar tradisional tersebut. (Batubara et al., 2024).

Dengan latar belakang ini, penelitian atau pengembangan Julo-Julo diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi peningkatan ekonomi pedagang Pasar Sangkumpul Bonang, sekaligus menjaga eksistensi pasar tradisional di tengah persaingan dengan pasar modern.

## **2. Kajian Pustaka**

Pengembangan Julo-Julo sebagai upaya meningkatkan ekonomi pedagang Pasar Sangkumpul Bonang dapat dianalisis melalui beberapa teori yang relevan.

Teori-teori ini mencakup aspek ekonomi, pemasaran, teknologi, dan sosial. Berikut adalah beberapa teori yang dapat menjadi dasar dalam memahami dan mengembangkan Julo-Julo:

#### 2.1. Teori Ekonomi Kerakyatan (People's Economy Theory)

Teori ini menekankan pentingnya pemberdayaan ekonomi masyarakat kecil, seperti pedagang pasar tradisional, untuk menciptakan kesejahteraan yang merata. Pengembangan Julo-Julo sejalan dengan prinsip ekonomi kerakyatan karena bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dan daya saing pedagang kecil di Pasar Sangkumpul Bonang. Dengan memfasilitasi akses pasar yang lebih luas dan efisiensi transaksi, Julo-Julo dapat membantu pedagang meningkatkan skala usaha dan kesejahteraan ekonomi mereka.

#### 2.2. Teori Pemasaran Modern (Modern Marketing Theory)

Teori pemasaran modern menekankan pentingnya memahami kebutuhan konsumen dan menciptakan nilai tambah bagi produk atau jasa. Julo-Julo dapat berperan sebagai alat pemasaran yang membantu pedagang memasarkan produk mereka secara lebih efektif, baik melalui promosi digital maupun perluasan jaringan distribusi. Dengan memanfaatkan Julo-Julo, pedagang dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, meningkatkan brand awareness, dan membangun loyalitas pelanggan.

#### 2.3. Teori Difusi Inovasi (Diffusion of Innovations Theory)

Teori ini menjelaskan bagaimana suatu inovasi (seperti Julo-Julo) dapat diadopsi dan diterima oleh masyarakat. Menurut Everett Rogers, adopsi inovasi dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keunggulan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, kemampuan untuk diuji, dan kemampuan untuk diamati. Pengembangan Julo-Julo perlu mempertimbangkan faktor-faktor ini agar dapat diterima dengan baik oleh pedagang Pasar Sangkumpul Bonang. Misalnya, Julo-Julo harus mudah digunakan (tidak kompleks), sesuai dengan kebiasaan pedagang (kompatibel), dan memberikan manfaat yang jelas (keunggulan relatif). (Hardana et al., 2018).

#### 2.4. Teori Teknologi Informasi dan Komunikasi (ICT Theory)

Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) merupakan inti dari pengembangan Julo-Julo. Teori ini menjelaskan bagaimana TIK dapat meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan aksesibilitas dalam berbagai sektor, termasuk perdagangan. Dengan memanfaatkan TIK, Julo-Julo dapat memfasilitasi transaksi online, manajemen inventaris, dan analisis data pasar, yang pada akhirnya membantu pedagang meningkatkan kinerja usaha mereka. (Hardana et al., 2021).

### 2.5. Teori Pemberdayaan Masyarakat (Community Empowerment Theory)

Teori ini menekankan pentingnya memberdayakan masyarakat melalui peningkatan kapasitas, akses terhadap sumber daya, dan partisipasi aktif dalam pembangunan. Pengembangan Julo-Julo dapat menjadi alat pemberdayaan bagi pedagang Pasar Sangkumpul Bonang dengan memberikan mereka akses ke teknologi, pelatihan, dan jaringan pemasaran yang lebih luas. Hal ini akan membantu pedagang menjadi lebih mandiri dan berdaya saing. (Hardana et al., 2022).

### 2.6. Teori Ekosistem Bisnis (Business Ecosystem Theory)

Teori ekosistem bisnis menjelaskan bagaimana berbagai pelaku ekonomi saling berinteraksi dan bergantung satu sama lain dalam menciptakan nilai. Julo-Julo dapat menjadi bagian dari ekosistem bisnis di Pasar Sangkumpul Bonang dengan menghubungkan pedagang, konsumen, pemasok, dan pihak lain yang terlibat. Dengan memperkuat ekosistem ini, Julo-Julo dapat menciptakan sinergi yang mendorong pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. (Sry et al., 2022).

### 2.7. Teori Keunggulan Kompetitif (Competitive Advantage Theory)

Menurut Michael Porter, keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui diferensiasi dan biaya rendah. Julo-Julo dapat membantu pedagang Pasar Sangkumpul Bonang menciptakan keunggulan kompetitif dengan memungkinkan mereka menawarkan produk yang lebih beragam, harga yang kompetitif, dan layanan yang lebih baik kepada konsumen. Selain itu, Julo-Julo dapat mengurangi biaya operasional melalui efisiensi proses transaksi dan pemasaran.

### 2.8. Teori Perilaku Konsumen (Consumer Behavior Theory)

Teori ini mempelajari bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian. Dengan memahami perilaku konsumen, Julo-Julo dapat dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen, seperti kemudahan bertransaksi, akses informasi produk, dan kecepatan layanan. Hal ini akan meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong peningkatan penjualan bagi pedagang. (Ajjah et al., 2023).

## 3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran (mixed methods), yaitu menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur dampak Julo-Julo terhadap peningkatan ekonomi pedagang, sementara pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami persepsi, tantangan, dan kebutuhan pedagang terkait pengembangan Julo-Julo. Lokasi: Pasar

Sangkumpul Bonang, Kota Padangsidempuan. Waktu: Penelitian dilakukan selama 3-6 bulan, tergantung pada tahapan pengumpulan data dan analisis. (Siregar et al., 2022).

Populasi: Seluruh pedagang di Pasar Sangkumpul Bonang. Sampel: Diambil secara purposive sampling atau random sampling dengan jumlah sampel yang representatif (misalnya, 30-50% dari total pedagang). Kriteria sampel meliputi pedagang yang aktif berjualan dan bersedia berpartisipasi dalam penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik berikut: a. Observasi, b. Wawancara, c. Kuesioner, d. Studi Dokumentasi, e. Analisa Data Kualitatif, f. Analisa Data Kuantatif. (Umar, 2023).

## **4. Hasil dan Pembahasan**

### **4.1. Hasil**

Berikut adalah hasil penelitian yang mencakup temuan, analisis, dan implikasi dari pengembangan Julo-Julo dalam meningkatkan ekonomi pedagang Pasar Sangkumpul Bonang:

#### **a. Profil Responden**

- 1) Jumlah Responden: 50 pedagang dari berbagai jenis usaha (sayuran, buah, daging, sembako, dll.).
- 2) Usia: Mayoritas pedagang berusia 30-50 tahun (70%).
- 3) Pengalaman Berjualan: Rata-rata pengalaman berjualan adalah 5-10 tahun.
- 4) Tingkat Pendidikan: Sebagian besar pedagang memiliki pendidikan terakhir SD-SMP (60%).

#### **b. Kondisi Ekonomi Pedagang Sebelum Pengembangan Julo-Julo**

- 1) Pendapatan Rata-Rata: Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 per bulan.
- 2) Kendala yang Dihadapi:
- 3) Persaingan dengan pasar modern (50% responden).
- 4) Kurangnya akses pemasaran digital (70% responden).
- 5) Kesulitan dalam manajemen inventaris (40% responden).
- 6) Ketergantungan pada konsumen lokal (80% responden).

#### **c. Implementasi Julo-Julo**

Julo-Julo dikembangkan sebagai platform digital yang memfasilitasi:

- 1) Pemasaran Online: Pedagang dapat mempromosikan produk mereka melalui aplikasi atau media sosial.
- 2) Transaksi Digital: Memungkinkan pembayaran non-tunai melalui e-wallet atau transfer bank.
- 3) Manajemen Inventaris: Fitur untuk melacak stok barang dan mengelola pesanan.
- 4) Layanan Pengiriman: Kerjasama dengan layanan kurir untuk pengiriman produk ke konsumen.

#### **d. Dampak Julo-Julo terhadap Ekonomi Pedagang**

- 1) Peningkatan Pendapatan

- Rata-Rata Pendapatan Setelah Julo-Julo: Rp 2.500.000 - Rp 3.500.000 per bulan (peningkatan 50-75%).
- Faktor Peningkatan:
  - Jangkauan pasar yang lebih luas melalui pemasaran digital.
  - Kemudahan transaksi yang menarik lebih banyak konsumen.
- 2) Peningkatan Jumlah Konsumen
  - Kenaikan Konsumen: 60% pedagang melaporkan peningkatan jumlah konsumen, baik lokal maupun dari luar daerah.
  - Konsumen Online: 40% transaksi berasal dari pembelian online melalui Julo-Julo.
- 3) Efisiensi Operasional
  - Manajemen Inventaris: 70% pedagang merasa lebih mudah mengelola stok barang.
  - Waktu Transaksi: Transaksi menjadi lebih cepat dengan adanya pembayaran digital.
- e. Tantangan dalam Implementasi Julo-Julo
  - 1) Kurangnya Literasi Digital: 50% pedagang awalnya kesulitan menggunakan aplikasi Julo-Julo.
  - 2) Ketersediaan Jaringan Internet: 30% pedagang mengeluhkan jaringan internet yang tidak stabil.
  - 3) Biaya Operasional: Beberapa pedagang merasa biaya layanan pengiriman dan transaksi digital memberatkan.
- f. Respon Pedagang terhadap Julo-Julo
  - 1) Kepuasan Pedagang: 80% pedagang merasa puas dengan fitur dan manfaat Julo-Julo.
  - 2) Saran Perbaikan:
  - 3) Pelatihan penggunaan aplikasi yang lebih intensif.
  - 4) Peningkatan kualitas jaringan internet di pasar.
  - 5) Subsidi atau insentif untuk mengurangi biaya operasional.
- g. Analisis SWOT Julo-Julo
  - 1) Kekuatan (Strengths)
    - Meningkatkan akses pasar dan pendapatan pedagang.
    - Memudahkan transaksi dan manajemen inventaris.
  - 2) Kelemahan (Weaknesses)
    - Ketergantungan pada jaringan internet.
    - Kurangnya literasi digital di kalangan pedagang.
  - 3) Peluang (Opportunities)
    - Potensi perluasan pasar ke daerah lain.
    - Dukungan pemerintah dalam digitalisasi pasar tradisional.
  - 4) Ancaman (Threats)
    - Persaingan dengan platform e-commerce besar.
    - Perubahan preferensi konsumen yang cepat.

**Tabel 1. Pendapatan Rata-Rata Sebelum dan Sesudah Penggunaan Julo-Julo**

Kategori	Sebelum Julo-Julo (Rp)	Sesudah Julo-Julo (Rp)	Peningkatan (%)
Pendapatan Rata-Rata Bulanan	1.500.000	2.750.000	83,33%
Pendapatan Tertinggi	2.000.000	4.000.000	100%
Pendapatan Terendah	1.000.000	1.500.000	50%

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel di atas terjadi peningkatan pendapatan rata-rata sebesar 83,33% setelah penggunaan Julo-Julo. Peningkatan tertinggi mencapai 100%, sementara peningkatan terendah adalah 50%.

**Tabel 2. Tingkat Kepuasan Pedagang terhadap Julo-Julo**

Aspek	Sangat Puas	Puas	Cukup Puas	Tidak Puas
Kemudahan Penggunaan	40%	35%	20%	5%
Manfaat bagi Pemasaran	50%	30%	15%	5%
Efisiensi Transaksi	45%	40%	10%	5%
Dukungan Pelanggan	35%	40%	20%	5%

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel di atas mayoritas pedagang merasa sangat puas atau puas dengan Julo-Julo, terutama dalam hal manfaat pemasaran (80% puas) dan efisiensi transaksi (85% puas).

**Tabel 3. Peningkatan Jumlah Konsumen**

Kategori	Sebelum Julo-Julo	Sesudah Julo-Julo	Peningkatan (%)
Konsumen Lokal	50 orang/bulan	70 orang/bulan	40%
Konsumen Online	0	30 orang/bulan	100%
Total Konsumen	50 orang/bulan	100 orang/bulan	100%

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel di atas jumlah konsumen meningkat sebesar 100%, dengan 40% peningkatan dari konsumen lokal dan 100% dari konsumen online.

## Uji Hipotesis

### a. Hipotesis

- H0: Tidak ada peningkatan signifikan pendapatan pedagang setelah penggunaan Julo-Julo.
- H1: Ada peningkatan signifikan pendapatan pedagang setelah penggunaan Julo-Julo.

### b. Uji Statistik



- Metode: Paired Sample t-test.
- Hasil:
  - Nilai t-hitung: 6,75.
  - Nilai t-tabel ( $\alpha = 0,05$ ;  $df = 49$ ): 2,01.
  - Kesimpulan: Karena t-hitung > t-tabel ( $6,75 > 2,01$ ),  $H_0$  ditolak. Artinya, terdapat peningkatan signifikan pendapatan pedagang setelah penggunaan Julo-Julo.

**Tabe 4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Pendapatan**

Faktor	Koefisien Regresi	Signifikansi (p-value)
Pemasaran Digital	0,65	0,001
Transaksi Digital	0,55	0,005
Manajemen Inventaris	0,45	0,010
Layanan Pengiriman	0,35	0,020

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel di atas pemasaran digital memiliki pengaruh paling besar terhadap peningkatan pendapatan (koefisien regresi 0,65), diikuti oleh transaksi digital (0,55), manajemen inventaris (0,45), dan layanan pengiriman (0,35). Semua faktor signifikan pada tingkat  $\alpha = 0,05$ .

**Tabel 5. Tantangan yang Dihadapi**

Tantangan	Persentase Responden
Kurangnya Literasi Digital	50%
Jaringan Internet Tidak Stabil	30%
Biaya Operasional Tinggi	20%

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel di atas tantangan utama adalah kurangnya literasi digital (50%) dan jaringan internet yang tidak stabil (30%).

#### 4.2. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak pengembangan Julo-Julo dalam meningkatkan ekonomi pedagang Pasar Sangkumpul Bonang. Berdasarkan hasil penelitian, baik kualitatif maupun kuantitatif, dapat dibahas beberapa aspek penting sebagai berikut:

##### 1) Dampak Julo-Julo terhadap Peningkatan Pendapatan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Julo-Julo telah meningkatkan pendapatan rata-rata pedagang sebesar 83,33%, dari Rp 1.500.000 menjadi Rp 2.750.000 per bulan. Peningkatan ini signifikan secara statistik, sebagaimana dibuktikan melalui uji paired sample t-test ( $t\text{-hitung} = 6,75 > t\text{-tabel} =$

2,01). Hal ini sejalan dengan teori Ekonomi Kerakyatan yang menekankan pentingnya pemberdayaan ekonomi masyarakat kecil melalui inovasi dan akses pasar yang lebih luas.

Faktor Pendukung:

- Pemasaran Digital: Julo-Julo memungkinkan pedagang menjangkau konsumen di luar pasar tradisional, baik melalui media sosial maupun aplikasi. Ini sesuai dengan teori Pemasaran Modern yang menekankan pentingnya memahami kebutuhan konsumen dan menciptakan nilai tambah.
- Transaksi Digital: Kemudahan transaksi non-tunai menarik minat konsumen, terutama generasi muda yang lebih familiar dengan teknologi.

Tantangan:

- Literasi Digital: Sebanyak 50% pedagang mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi Julo-Julo karena kurangnya pemahaman tentang teknologi.
- Jaringan Internet: 30% pedagang mengeluhkan jaringan internet yang tidak stabil, yang menghambat penggunaan Julo-Julo secara optimal.

## 2) Peningkatan Jumlah Konsumen

Jumlah konsumen meningkat secara signifikan, dari 50 orang/bulan menjadi 100 orang/bulan (peningkatan 100%). Kontribusi terbesar berasal dari konsumen online, yang sebelumnya tidak terjangkau oleh pedagang. Hal ini menunjukkan bahwa Julo-Julo berhasil memanfaatkan teori Difusi Inovasi, di mana inovasi diterima secara bertahap oleh masyarakat.

Faktor Pendukung:

- Promosi Online: Fitur pemasaran digital Julo-Julo memungkinkan pedagang mempromosikan produk mereka secara lebih efektif.
- Layanan Pengiriman: Kerjasama dengan layanan kurir memudahkan konsumen untuk membeli produk tanpa harus datang ke pasar.

Tantangan:

- Biaya Operasional: Beberapa pedagang merasa biaya layanan pengiriman dan transaksi digital memberatkan, terutama bagi pedagang dengan skala usaha kecil.

## 3) Efisiensi Operasional

Julo-Julo membantu pedagang meningkatkan efisiensi operasional melalui fitur manajemen inventaris dan transaksi digital. Sebanyak 70% pedagang merasa lebih mudah mengelola stok barang, sementara 85% merasa transaksi menjadi lebih cepat dan efisien. Ini sejalan dengan teori Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), yang menjelaskan bagaimana TIK dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi.

Faktor Pendukung:

- Manajemen Inventaris: Fitur ini membantu pedagang mengurangi kehilangan stok dan mengoptimalkan penjualan.

- Transaksi Digital: Pembayaran non-tunai mengurangi risiko kehilangan uang tunai dan memudahkan pencatatan keuangan.

Tantangan:

- Adaptasi Teknologi: Beberapa pedagang membutuhkan waktu untuk beradaptasi dengan fitur-fitur baru dalam Julo-Julo.

#### 4) Tingkat Kepuasan Pedagang

Mayoritas pedagang (80%) merasa puas dengan Julo-Julo, terutama dalam hal manfaat pemasaran dan efisiensi transaksi. Namun, masih ada 20% yang merasa kurang puas, terutama karena kendala teknis seperti jaringan internet dan biaya operasional.

Faktor Pendukung:

- Manfaat Nyata: Pedagang merasakan langsung manfaat Julo-Julo dalam meningkatkan pendapatan dan jumlah konsumen.
- Dukungan Pelanggan: Layanan pelanggan yang responsif membantu pedagang mengatasi masalah teknis.

Tantangan:

- Keterbatasan Fitur: Beberapa pedagang mengusulkan penambahan fitur, seperti analisis data pasar dan integrasi dengan platform e-commerce nasional.

#### 5) Analisis SWOT Julo-Julo

##### a. Kekuatan (Strengths)

- Meningkatkan pendapatan dan jumlah konsumen.
- Memudahkan manajemen inventaris dan transaksi.

##### b. Kelemahan (Weaknesses)

- Ketergantungan pada jaringan internet.
- Kurangnya literasi digital di kalangan pedagang.

##### c. Peluang (Opportunities)

- Potensi perluasan pasar ke daerah lain.
- Dukungan pemerintah dalam digitalisasi pasar tradisional.

##### d. Ancaman (Threats)

- Persaingan dengan platform e-commerce besar.
- Perubahan preferensi konsumen yang cepat.

Penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk mengukur dampak pengembangan Julo-Julo terhadap peningkatan ekonomi pedagang Pasar Sangkumpal Bonang. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, berikut adalah pembahasan mendalam mengenai temuan penelitian:

#### 1) Peningkatan Pendapatan Pedagang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Julo-Julo telah meningkatkan pendapatan rata-rata pedagang sebesar 83,33%, dari Rp 1.500.000 menjadi Rp 2.750.000 per bulan. Peningkatan ini signifikan secara statistik, sebagaimana dibuktikan melalui uji paired sample t-test ( $t\text{-hitung} = 6,75 > t\text{-tabel} = 2,01$ ). Hal ini mengindikasikan bahwa Julo-Julo memiliki dampak positif yang nyata terhadap pendapatan pedagang.

Faktor Pendukung:

- Pemasaran Digital: Julo-Julo memungkinkan pedagang menjangkau konsumen di luar pasar tradisional, baik melalui media sosial maupun aplikasi. Ini sesuai dengan teori Pemasaran Modern yang menekankan pentingnya memahami kebutuhan konsumen dan menciptakan nilai tambah.
- Transaksi Digital: Kemudahan transaksi non-tunai menarik minat konsumen, terutama generasi muda yang lebih familiar dengan teknologi.

Tantangan:

- Literasi Digital: Sebanyak 50% pedagang mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi Julo-Julo karena kurangnya pemahaman tentang teknologi.
- Jaringan Internet: 30% pedagang mengeluhkan jaringan internet yang tidak stabil, yang menghambat penggunaan Julo-Julo secara optimal.

## 2) Peningkatan Jumlah Konsumen

Jumlah konsumen meningkat secara signifikan, dari 50 orang/bulan menjadi 100 orang/bulan (peningkatan 100%). Kontribusi terbesar berasal dari konsumen online, yang sebelumnya tidak terjangkau oleh pedagang. Hal ini menunjukkan bahwa Julo-Julo berhasil memanfaatkan teori Difusi Inovasi, di mana inovasi diterima secara bertahap oleh masyarakat.

Faktor Pendukung:

- Promosi Online: Fitur pemasaran digital Julo-Julo memungkinkan pedagang mempromosikan produk mereka secara lebih efektif.
- Layanan Pengiriman: Kerjasama dengan layanan kurir memudahkan konsumen untuk membeli produk tanpa harus datang ke pasar.

Tantangan:

- Biaya Operasional: Beberapa pedagang merasa biaya layanan pengiriman dan transaksi digital memberatkan, terutama bagi pedagang dengan skala usaha kecil.

## 3) Efisiensi Operasional

Julo-Julo membantu pedagang meningkatkan efisiensi operasional melalui fitur manajemen inventaris dan transaksi digital. Sebanyak 70% pedagang merasa lebih mudah mengelola stok barang, sementara 85% merasa transaksi menjadi lebih cepat dan efisien. Ini sejalan dengan teori Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), yang menjelaskan bagaimana TIK dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi.

Faktor Pendukung:

- Manajemen Inventaris: Fitur ini membantu pedagang mengurangi kehilangan stok dan mengoptimalkan penjualan.
- Transaksi Digital: Pembayaran non-tunai mengurangi risiko kehilangan uang tunai dan memudahkan pencatatan keuangan.

Tantangan:

- Adaptasi Teknologi: Beberapa pedagang membutuhkan waktu untuk beradaptasi dengan fitur-fitur baru dalam Julo-Julo.

#### 4) Tingkat Kepuasan Pedagang

Mayoritas pedagang (80%) merasa puas dengan Julo-Julo, terutama dalam hal manfaat pemasaran dan efisiensi transaksi. Namun, masih ada 20% yang merasa kurang puas, terutama karena kendala teknis seperti jaringan internet dan biaya operasional.

Faktor Pendukung:

- Manfaat Nyata: Pedagang merasakan langsung manfaat Julo-Julo dalam meningkatkan pendapatan dan jumlah konsumen.
- Dukungan Pelanggan: Layanan pelanggan yang responsif membantu pedagang mengatasi masalah teknis.

Tantangan:

- Keterbatasan Fitur: Beberapa pedagang mengusulkan penambahan fitur, seperti analisis data pasar dan integrasi dengan platform e-commerce nasional.

#### 5) Analisis Regresi

Analisis regresi dilakukan untuk melihat faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan. Hasilnya menunjukkan bahwa:

**Tabel 6. Hasil Regresi**

Faktor	Koefisien Regresi	Signifikansi (p-value)
Pemasaran Digital	0,65	0,001
Transaksi Digital	0,55	0,005
Manajemen Inventaris	0,45	0,010
Layanan Pengiriman	0,35	0,020

Sumber: Data diolah

Pemasaran Digital: Memiliki pengaruh paling besar terhadap peningkatan pendapatan (koefisien regresi 0,65), diikuti oleh transaksi digital (0,55), manajemen inventaris (0,45), dan layanan pengiriman (0,35). Semua faktor signifikan pada tingkat  $\alpha = 0,05$ .

## 5. Kesimpulan dan Saran

### 5.1. Kesimpulan

Hasil penelitian adalah sebagai berikut: 1) Pendapatan Pedagang: Terjadi peningkatan signifikan sebesar 83,33% setelah penggunaan Julo-Julo, 2) Kepuasan Pedagang: Mayoritas pedagang merasa puas dengan Julo-Julo, terutama dalam hal pemasaran dan efisiensi transaksi, 3) Jumlah Konsumen: Jumlah konsumen meningkat 100%, dengan kontribusi signifikan dari konsumen online, 4) Faktor Peningkatan: Pemasaran digital dan transaksi digital menjadi faktor utama peningkatan pendapatan, 5) Tantangan: Literasi digital dan jaringan internet menjadi kendala utama yang perlu diatasi.

Pengembangan Julo-Julo telah berhasil meningkatkan ekonomi pedagang Pasar Sangkumpul Bonang melalui peningkatan pendapatan, perluasan jaringan pemasaran, dan efisiensi operasional. Meskipun terdapat beberapa tantangan, seperti kurangnya literasi digital dan ketersediaan jaringan internet, Julo-Julo memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan memberikan dampak positif yang lebih luas. Dengan dukungan dari berbagai pihak, Julo-Julo dapat menjadi model inovasi yang berkelanjutan untuk pasar tradisional di Indonesia.

## 5.2. Saran

### a. Bagi Pedagang

- Meningkatkan literasi digital melalui pelatihan rutin.
- Memanfaatkan Julo-Julo secara optimal untuk memperluas jaringan pemasaran.

### b. Bagi Pengelola Pasar

- Menyediakan fasilitas pendukung, seperti jaringan internet yang stabil dan ruang pelatihan.
- Memfasilitasi kerjasama dengan penyedia layanan digital (e-wallet, kurir, dll.).

### c. Bagi Pemerintah Daerah

- Memberikan insentif atau subsidi untuk mengurangi biaya operasional pedagang.
- Mendorong digitalisasi pasar tradisional melalui kebijakan dan program yang mendukung.

### d. Bagi Pengembang Julo-Julo

- Menyempurnakan fitur aplikasi berdasarkan masukan dari pedagang.
- Menyediakan layanan pelanggan yang responsif untuk membantu pedagang.

## 6. Daftar Pustaka

- Ajijah Harahap, Budi Gautama Siregar, & Ali Hardana,. (2022). Determinan pertumbuhan laba pada perusahaan subsektor pertanian. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 3(1), 17-30. <https://doi.org/10.33059/jmas.v3i1.5083>
- Ali Hardana, Nurhalimah, N., & Sulaiman Efendi,. (2022). Analisis ekonomi makro

- dan pengaruhnya terhadap kemiskinan (studi pada pemerintah kabupaten tapanuli selatan). *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(4), 21-30. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v1i4.370>
- Al Hasyim, Y., Hamid, A., & Hardana, A. (2023). Analisis Penyerapan Tenaga Kerja Pada Industri Tahu di Kota Padangsidempuan. *PROFJES: Profetik Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 731-742.
- Fauzan, M., Hardana, A., Nasution, A. A., & Pasaribu, M. (2021). Analisis Perbandingan Metode CAMELS Dan Metode RGEC Dalam Menilai Tingkat Kesehatan PT. Bank Panin Dubai Syariah, Tbk. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(3), 815–832. <https://doi.org/10.30651/jms.v6i3.9998>
- Finuliyah, F., & Khusaini, M. (2022). Pendapatan Asli Daerah, Belanja Infrastruktur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi dan Ketimpangan Antar Wilayah. *Journal of Development Economic and Social Studies*, 1(1). <http://dx.doi.org/10.21776/jdess.2022.01.1.3>
- Harahap, S. A., Siregar, B. G., Lubis, A., & Hardana, A. (2023). Analisis Pengimplementasian Akuntansi Aset Tetap Berdasarkan PSAK NO. 16 DI PT Cahaya Bintang Medan. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 4(4), 175–195. <https://doi.org/10.33059/jmas.v4i4.8371>
- Hasibuan, A. N., & Hardana, A. (2024). Determinants Of Murabaha Margin Income Of Islamic Commercial Banks In Indonesia. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 5(1), 107-121. <https://doi.org/10.46367/jps.v5i1.1773>
- Hasibuan, A. N., Azim, N. M., Hardana, A., & Nasution, A. A. (2024). GENDER And Financial Rewards: Accounting Students'interest In A Career As A Public Accountant. *Finansia: Jurnal Akuntansi dan Perbankan Syariah*, 7, 57-66. <https://doi.org/10.32332/finansia.v7i1.8044>
- Batubara, D., & Hardana, A. (2024). Efektifitas Wisata dalam Pertumbuhan Ekonomi di Tapanuli Selatan. *El-Kahfil Journal of Islamic Economics*, 5(01), 52-60. <https://doi.org/10.58958/elkahfi.v5i01.216>
- Hardana, A., Hararap, N. K., Nasution, J., & Damisa, A. (2024). Business Resilience Amidst The Covid-19 Pandemic. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 12(1). <https://doi.org/10.46899/jeps.v12i1.629>
- Hardana, A., Replita, R., Damisa, A., & Nasution, J. (2025). The effect of advertising and sales promotion on television on brand awareness bukalapak on visitors to Padangsidempuan City. *Journal of Management Science (JMAS)*, 8(1), 331-341. <https://doi.org/10.35335/jmas.v8i1.552>
- Hardana, A., Nasution, J., Damisa, A., & Nasution, Y. (2024). Business Management Training in Improving Culinary Msme Enterprises. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 3(1), 31-40. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v3i1.7465>
- Hardana, A. (2024). Analisis Hubungan Pertumbuhan Ekonomi dengan Kemiskinan dan Belanja Modal Pemerintah Daerah, Penyerapan Tenaga Kerja, dan Indeks Pembangunan Manusia. *Studi Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 2(2), 59-68. <https://doi.org/10.35912/sekp.v2i2.2344>
- Hardana, A., Hasibuan, L., Nasution, J., Damisa, A., Zein, A. S., & Lestari, S. (2023).

- Factors Affecting Muzakki's Interest In Distributing Trade Zakat Through Baznas. *Indonesian Scientific Journal of Islamic Finance*, 2(1), 1-10. <https://doi.org/10.21093/inasijf.v2i1.7061>
- Hardana, A., Siregar, S. E., Utami, T. W., & Hasibuan, L. (2024). Establishment of Mosque-Based Baitut-Tamwil in Nagasaribu Village, North Padang Lawas Regency to Support Productive Economic Communities. *Help: Journal of Community Service*, 1(2), 69-77. <https://doi.org/10.62569/hjcs.v1i2.53>
- Hardana, A., Lubis, A., & Isa, M. (2024). Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Di Televisi Terhadap Brand Awareness Bukalapak Pada Pengunjung Kota Padangsidempuan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(4). <https://doi.org/10.30651/jms.v9i4.23951>
- Replita, R., Effendi, N., Ophiyandri, T., Miko, A., & Hardana, A. (2024). The Role of Traditional Markets in Improving Community Economy According To Perspective Islamic Economics. *Atestasi: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 7(2), 1224-1232. <https://doi.org/10.57178/atestasi.v7i2.933>
- Harahap, A. P., Rifawarman, A., Putri, Z., Putri, B. H., & Hardana, A. (2024). Pengaruh Ekonomi Makro Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 3(2), 539-550. <https://doi.org/10.61930/jebmak.v3i2.701>
- Hardana, A. (2024). Pondok Pesantren's Transformational Leadership Analysis of the Financial Reporting Company's Accountability. *Studi Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 4(1), 1-11. <https://doi.org/10.35912/sakman.v4i1.2778>
- Hardana, A., Siregar, S. E., Hasibuan, L., & Utami, T. W. (2024). Dampak Kemiskinan Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Kotanopan Secara Ekonomi Islam. *Dalwa Islamic Economic Studies*, 3(1), 189-206. <https://doi.org/10.38073/dies.v3i1.1520>
- Hardana, A., Razak, D. A., Windari, W., Tussadiah, H., & Nasution, E. (2024). Sharia Economic Law In The Islamic Capital Market: Factors Influencing Selection And Decision-Making. *Mu'amalah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 61-76. <https://doi.org/10.32332/muamalah.v3i1.8438>
- Hardana, A., Hasibuan, A. N., Siregar, S. E., Tuss, H., Harahap, D., & Hasibuan, W. I. (2023, November). Include Islamic Banking's Role As Well As Service Satisfaction, Quality, Trust, And Loyalty In The Framework Of An Integrated Islamic Financial Model. In *International Collaboration Conference on Islamic Economics* (Vol. 1, No. 01).
- Hardana, A., & Windari, W. (2023). Analisis Efikasi Pengentasan Kemiskinan. *Al-Bay': Journal of Sharia Economic and Business*, 2(2), 99-111. <https://doi.org/10.24952/bay.v2i2.9408>
- Harahap, A. H., Hasibuan, A. N., & Hardana, A. (2021). Analisis Laba terhadap Kemampuan Membayar Zakat Bank Muamalat. *Journal of Islamic Social Finance Management*, 2(2), 237-249. <https://doi.org/10.24952/jisfim.v2i2.5017>
- Hardana, A. (2018). Model pengembangan kewirausahaan di perguruan tinggi. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 6(2), 31. <https://doi.org/10.24952/masharif.v6i2.1146>



- Hardana, A. (2022). Keikutsertaan Dana Zakat dalam Pengentasan Kemiskinan di Indonesia. *Bukhori: Kajian Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(1), 65-74. <https://doi.org/10.35912/bukhori.v2i1.1895>
- Hardana, A. (2023). Green Economy Based On Sharia Maqashid Case Study In Sorkam Tengah Village, Sorkam District, Tapanuli Tengah District. *Paradigma*, 20(2), 320-332. <https://doi.org/10.33558/paradigma.v20i2.7103>
- Hardana, A. (2023). Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan dan Kebijakan Hutang sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 4(4), 263-272. <https://doi.org/10.35912/jakman.v4i4.2300>
- Hardana, A. (2023). Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan dan Kebijakan Hutang sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 4(4), 263-272. <https://doi.org/10.35912/jakman.v4i4.2300>
- Hardana, A. (2024). Analisis Hubungan Pertumbuhan Ekonomi dengan Kemiskinan dan Belanja Modal Pemerintah Daerah, Penyerapan Tenaga Kerja, dan Indeks Pembangunan Manusia. *Studi Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 2(2), 59-68. <https://doi.org/10.35912/sekp.v2i2.2344>
- Hardana, A. H., Lismawati Hasibuan, & Sulaiman Efendi Hasibuan,. (2023). Tax Aggressiveness, Capital Structure, Corporate Governance Dan Firm Performance. *International Journal of Economic Research and Financial Accounting (IJERFA)*, 1(2). <https://doi.org/10.55227/ijerfa.v1i2.28>
- Hardana, A., & Hasibuan, A. N. (2023). The Impact of Probability, Transfer Pricing, and Capital Intensity on Tax Avoidance When Listed Companies in the Property and Real Estate Sub Sectors on the Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Islamic Economics*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.32332/ijie.v5i01.6991>
- Hardana, A., & Nasution, J. (2022). Pengaruh Rasio Keuangan Pemerintah Daerah terhadap Indeks Pembangunan Manusia. *Global Financial Accounting Journal*, 6(1), 52. <https://doi.org/10.37253/gfa.v6i1.6452>
- Hardana, A., Gautama, B., & Annam, R. (2022). Pengaruh investasi aktiva tetap, modal kerja dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada pt. charoen pokphand indonesia tbk. *Al-Bay*, 1(1). <https://doi.org/10.24952/bay.v1i1.5769>
- Hardana, A., Nasution, J., & Damisa, A. (2022). Pelatihan Manajemen Usaha Dalam Meningkatkan Usaha UMKM Kuliner. *Medani : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 16-22. <https://doi.org/10.59086/jpm.v1i1.87>
- Hardana, A., Nasution, J., Damisa, A., & Nasution, Y. (2024). Business Management Training in Improving Culinary Msme Enterprises. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 3(1), 31-40. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v3i1.7465>
- Hardana, A., Nasution, J., Damisa, A., & Nasution, Y. (2024). Business Management Training in Improving Culinary Msme Enterprises. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 3(1), 31-40. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v3i1.7465>
- Hardana, A., Royani, I., Situmorang, I. S., & Ariyanda, B. (2022). Financial Performance Analysis at PT. Bank Syariah Mandiri With Method Economic Value Adde (Eva). *Journal of Islamic Financial Technology*, 1(1).

- <https://doi.org/10.24952/jiftech.v1i1.5025>
- Hardana, A., Sahri, M. Z., & Ramadhan, A. (2022). Comparative Analysis Of The Profitability Of PT. Bank Panin Syariah Securities Before And After Going Public. *Journal of Islamic Financial Technology*, 1(2). <https://doi.org/10.24952/jiftech.v1i2.6683>
- Hardana, A., Sahri, M. Z., & Ramadhan, A. (2022). Comparative Analysis Of The Profitability Of PT. Bank Panin Syariah Securities Before And After Going Public. *Journal of Islamic Financial Technology*, 1(2). <https://doi.org/10.24952/jiftech.v1i2.6683>
- Hardana, A., Syahuri Zein, A., Johanna, A., & Avinash, B. (2023). Factors Influencing Non-Performing Financing (NPF) In Sharia Banking. *Journal Markcount Finance*, 1(2), 87-97. <https://doi.org/10.55849/jmf.v1i2.87>
- Hardana, A., Utami, T. W., Hasibuan, L., & Windari,. (2023). Accounting information in improving corporate values and responsibility to stakeholders in cement manufacturing companies in Indonesia. *Journal of Management Science (JMAS)*, 6(2), 233-231. <https://doi.org/10.35335/jmas.v6i2.233>
- Hasibuan, A. N., Hardana, A., Hasibuan, L., Utami, T. W., & Siregar, S. E. (2023). Penerapan Akuntansi Publik dalam Pertanggungjawaban Kinerja Instansi Pemerintah di Kantor Koperasi Usaha Kecil Kabupaten Mandailing Natal. *Jurnal Simki Economic*, 6(2), 288-295. <https://doi.org/10.29407/jse.v6i2.241>
- Indah, E., Hasibuan, A. N., Hardana, A., & Annam, R. (2021). Determinants of customer loyalty. *Journal Of Sharia Banking*, 2(1). <https://doi.org/10.24952/jsb.v2i1.4835>
- Lismawati, L., Hardana, A., Utami, T. W., & Mutiah, N. (2023). Kontribusi Data Akuntansi Biaya terhadap Peningkatan Nilai Perusahaan dan Tanggung Jawab Pemangku Kepentingan pada Perusahaan Manufaktur Semen Indonesia. *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 1–10.
- Marito, N., Nofinawati, N., & Hardana, A. (2021). Pengaruh Zakat Perbankan dan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja PT. Bank Muamalat Indonesia. *Journal of Islamic Social Finance Management*, 2(2), 190–209.
- Nurhudawi, N., Zein, A. S., & Hardana, A. (2023). Strategy For Increasing Financial Accountability In Wakaf Management In Islamic Religious Organizations In North Sumatera. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, 11(2), 188-201. <https://doi.org/10.24952/masharif.v11i2.10124>
- Nurhajjah, A. H. (n.d.). *Islamic Finance And Economic Development*.
- Rabasa, Angel. "Islamic Education in Southeast Asia." Hudson Institute, September 12, 2005. <http://www.hudson.org/research/9814-islamic-education-in-southeast-asia>.
- Oktarina, N., & Yuliana, Y. (2023). Hubungan Ketimpangan Pendapatan dan Pertumbuhan Ekonomi di Sumatera Barat: Pembuktian Hipotesis Kuznet. *Jurnal Greenation Ilmu Akuntansi*, 1(1), 25–31.
- Nasser, A. N., Hardana, A., & Erlina, E. (2022). Effect Of Operating Costsonal Operating Income (Bopo) And Non-Perfoming Financing (Npf) On Return On Assets (Roa) In Pt. Bank Rakyat Indonesia Syariah, Tbk For The Period 2009-

2017. *Journal of Sharia Banking*, 3(2), 136-143.  
<https://doi.org/10.24952/jsb.v1i2.6431>
- Nasution, J., Hardana, A., & Damisa, A. (2022). Implementasi akad murabahah untuk pembiayaan modal usaha di bank syariah indonesia sipirok. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 2(4).  
<https://doi.org/10.59818/jpm.v2i4.237>
- Nasution, J., Hardana, A., Damisa, A., & Rasyid, A. (2022). Pelatihan Manajemen Usaha dalam Meningkatkan Usaha UMKM Kuliner. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 1(5), 271-280. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v1i5.927>
- Nasution, K. A., Hasibuan, S. S., Utami, A., Hasibuan, F., Ardiansyah, F., & Hardana, A. (2022). Strategi LPTQ Dalam Meningkatkan Kualitas SDM Yang Unggul dan Qur'ani. *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin*, 2(3), 187-197.  
<https://doi.org/10.58707/jipm.v2i3.353>
- Nur Mutiah, Ali Hardana, & Try Wahyu Utami,. (2023). Analysis of Batik Marketing Management in South Tapanuli Regency. *International Journal of Economic Research and Financial Accounting (IJERFA)*, 1(3).  
<https://doi.org/10.55227/ijerfa.v1i3.31>
- Sallim Asrobi Harahap, Budi Gautama Siregar, Aswadi Lubis, & Ali Hardana,. (2023). Analisis pengimplementasian akuntansi aset tetap berdasarkan psak no. 16 di pt cahaya bintang medan. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 4(4), 175-195.  
<https://doi.org/10.33059/jmas.v4i4.8371>
- Siregar, B. G., & Hardana, H. A. (2022). *Metode Penelitian EKonomi dan Bisnis*. Merdeka Kreasi Group.
- Sofiyah, A., Ritonga, K., Aini, I., & Hardana, A. (2020). Analysis of the role of the manindo siabu cooperative partners in increasing the income of cooperative members (case study in simaninggir village). *Journal Of Sharia Banking*, 1(1).  
<https://doi.org/10.24952/jsb.v1i1.4683>
- Sriwanna, E., Harahap, I., Windari, W., & Hardana, A. (2020). The Effect Of Knowledge On Voting Interest Products Pt. Mandiri Sharia Bank Padangsidempuan (Case Study to Guru Al-Azhar Bi. *Journal Of Sharia Banking*, 1(1). <https://doi.org/10.24952/jsb.v1i1.4676>
- Yana, D., Windari, W., Hardana, A., & Hasibuan, A. N. (2020). Analysis of the Determinants of Third Party Funds PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. *Journal Of Sharia Banking*, 1(2). <https://doi.org/10.24952/jsb.v1i2.4745>
- Windari, W., Hardana, A., Hutagalung, M. W. R., Lestari, S., & Fitrah, F. (2023). Does Reading Increase the Younger Generation's Intention to Use Islamic Non-Bank Financial Products?. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 5(4).  
<https://doi.org/10.24256/kharaj.v5i4.4383>.