

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *SEGMENTING*,
TARGETING, *POSITIONING* PADA UMKM SARUNG TENUN
DI DESA WEDANI KECAMATAN CERME KABUPATEN
GRESIK DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

**Oleh:
Dhea Mei Tanio
NIM: G04217018**



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2023

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, (Dhea Mei Tanio, G04217018), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis Skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 11 Juli 2023



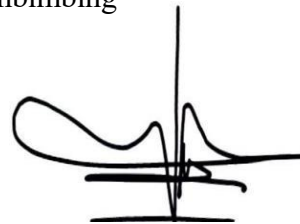
Dhea Mei Tanio
NIM G04217018

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Dhea Mei Tanio NIM :
G04217018 ini telah diperiksa dan disetujui untuk
dimunaqasahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri
Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 11 Juli 2023 Dosen

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, featuring a large loop on the left and a vertical line extending upwards from the center.

Dr. Mustofa, S.Ag, MEI

NIP : 1977103200801

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING* PADA UMKM SARUNG TENUN DI DESA WEDANI KECAMATAN CERME KABUPATEN GRESIK DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

Oleh:

Dhea Mei Tanio

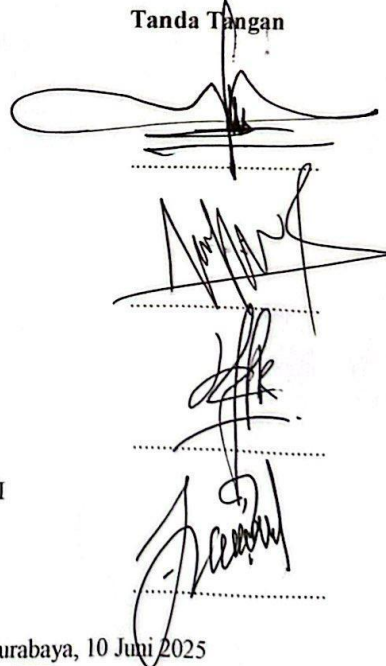
NIM : G04217018

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 11 Juli 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan penguji

1. Dr. Mustofa, S.Ag., M.EI
NIP. 19771032008011007
(Penguji 1)
2. Dr. Sri Wigati, M.E.I
NIP. 197302212009122001
(Penguji 2)
3. Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., M.EI
NIP. 198106062009012008
(Penguji 3)
4. Muhammad Iqbal Surya Pratikto, S.Pd., M.SEI
NIP. 199103162019031013
(Penguji 4)

Tanda Tangan



Surabaya, 10 Juni 2025

Dekan



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dhea Mei Tanio
NIM : G04217018
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
E-mail address : dheamei24@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING*
PADA UMKM SARUNG TENUN DI DESA WEDANI KECAMATAN CERME
KABUPATEN GRESIK DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 26 Juni 2025

Penulis

(Dhea Mei Tanio)

ABSTRAK

UMKM sarung tenun Desa Wedani Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik ini sudah menjadi tradisi yang turun menurun dan telah menjadi mata pencaharian bagi masyarakat Desa Wedani. Terdapat sekitar 60 pengrajin UMKM produksi sarung tenun. UMKM sarung tenun di Desa Wedani masih berbasis tradisional atau disebut (ATBM). Secara geografis Desa Wedani terletak di bagian selatan kota Gresik, kota yang memiliki julukan kota santri yang memiliki kebudayaan religius sehingga tidak heran apabila Kota Gresik banyak berdiri beberapa UMKM yang memproduksi sarung tenun sebagai keperluan ibadah atau sebagainya.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh strategi pemasaran *Segmentation, Targeting Dan Positioning* dan Etika Bisnis Islam pada UMKM sarung tenun Desa Wedani Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dengan pengambilan data melalui wawancara pihak secara langsung.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pemasaran *Segmentation, Targetting* dan *Positioning* serta prinsip-prinsip etika bisnis islam memiliki pengaruh terhadap penjualan produk UMKM sarung tenun Desa Wedani.

Pada hasil penelitian ini penulis memberikan saran kepada para pemilik UMKM agar terus melakukan inovasi produk serta memanfaatkan perkembangan teknologi internet untuk menjual produk.

Kata Kunci : *Segmentation, Targeting dan Positioning. Etika Bisnis Islam*

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Pembahasan	7
BAB II.....	9
KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Pengertian STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>).....	9
2.1.1. <i>Segmentation</i>	9
2.1.2. <i>Targeting</i>	11
2.1.3 <i>Positioning</i>	16
2.2 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).....	16
2.3 Etika Bisnis	17
2.4 Etika Bisnis Islam	18
2.4.1 Pengertian Etika Bisnis Islam	19
2.4.2 Dasar Hukum Etika Bisnis Islam.....	20
2.4.3 Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam.....	20
2.5 Pengertian Tenun	24

2.6	Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu	25
2.7	Kerangka Konseptual.....	29
BAB III		31
METODE PENELITIAN		31
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	31
3.2	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	31
3.3	Sumber Data	31
3.3.1	Sumber Data Primer.....	32
3.3.2	Sumber Data Sekunder	32
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.5	Teknik Keabsahan Data.....	33
3.6	Metode Analisis Data	34
BAB IV		36
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		36
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	36
4.1.1	Profil UMKM Sarung Tenun di Desa Wedani.....	36
4.2	Strategi Pemasaran UMKM Sarung Tenun di Desa Wedani Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik.....	38
4.2.1	Strategi <i>Segmentation</i> dalam Meningkatkan Penjualan Sarung pada UMKM di Desa Wedani Kabupaten Gresik.....	38
4.2.2	Strategi <i>Targeting</i> dalam Meningkatkan Penjualan Sarung pada UMKM di Desa Wedani Kabupaten Gresik.....	41
4.2.3	Strategi <i>Positioning</i> dalam Meningkatkan Penjualan Sarung pada UMKM di Desa Wedani Kabupaten Gresik	42
4.3	Analisis Strategi Penjualan UMKM Sarung Tenun di Desa Wedani Kabupaten Gresik Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam	44
BAB V		55
PENUTUP		55
5.1.	Kesimpulan	55
5.2.	Saran	56
DAFTAR PUSTAKA		57
PEDOMAN WAWANCARA		59
LAMPIRAN		60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
--------------------------------------	----



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup.....	58
Lampiran 2 Dokumentasi	59



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Zakiyyah Ilma & Mustofa. (2022). Analisis SWOT Distraktif Society 5.0: Human Resource Management Mewujudkan Pertumbuhan Ekonomi. *Procuratio: Jurnal Ilmu M*, 10(4).
- Anjelisa, Mananeke, L., & Rogi, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Segmentasi, Targeting dan Positioning (STP) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bp-Smart Protection Di Ajb Bumiputera 1912 Cabang Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4). <https://doi.org/10.35794/Emba.V6i4.21970>
- Norvadewi. (2015). Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip, dan Landasan Normatif). 1(1).
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Arifin, J. (2009). *Etika Bisnis Islam*. Semarang: Walisongo Press.
- Amstrong, P. K. (2016). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta : Erlangga.
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam*.
- Prawirosentono, S. (2004). *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management Abad 21 Studi Kasus dan Analisis*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Danim, S. (2003). *Riset Keperawatan: Sejarah Dan Metodologi*. Jakarta: Buku Kedokteran ECG.
- Young, K., & Raymond, W. M. (1959). *Sociology and Social Life*. New York: American Book.
- Gunartin, G. (2017). Penguatan Umkm Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Eduka : Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis*, 2(2). <https://doi.org/10.32493/Eduka.V2i2.3764>
- Hadi, S. (2016). Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 22(1), 74–79.
- Hulaimi, A., Sahri, S., & Huzaini, M. (2017). Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi. *Jebi (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 2(1), 17–32. <https://doi.org/10.15548/Jebi.V2i1.64>
- Kasali, R. (1998). *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama.

- Milliar, R. G. (2013). Perkembangan Sosial Ekonomi Masyarakat Industri Kecil Sarung Tenun Di Dusun Jambu Kelurahan Semampir Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jupe)*, 1(3).
<https://doi.org/10.26740/jupe.v1n3.p%P>
- Murwadi, T. (2016). Etika Bisnis Sebagai Dasar “Pertanggungjawaban Sosial Dan Lingkungan” Perbankan. *Jurnal Hukum Positum*, 1(1), 1–22.
<https://doi.org/10.35706/positum.v1i1.520>
- Nirwana, S., & Rahim, R. (2020). Strategi Mewujudkan Pasar Niaga Daya Menjadi Pasar Islami Berbasis Fast (Fathonah, Amanah, Siddiq, Tabliq) Di Daya Kota Makassar. *Ar-Ribh : Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1). Retrieved From
<https://journal.unismuh.ac.id/index.php/ar-ribh/article/view/3299>
- Nur, Muhammad Fauzin & Rahmawati, Lilil. (2022). Analisis SWOT Produk Pembiayaan di Bank Muamalat Pada Masa Pandemi. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*. 3(1).
- Sampurno, W. M. (2016). Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga. *Journal Of Islamic Economics Lariba*, 2(1), 13–18.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Kominfo Jawa Timur. (2019, Februari 26). *Peziarah Wali Songo Jatim Tumbuh 10%*. Diambil kembali dari Kominfo Jatim:
<http://kominfo.jatimprov.go.id/read/umum/peziarah-wali-songo-jatim-tumbuh-10->
- Siagian, S. (2006). *Organisasi Kepemimpinan dan Prilaku Administrasi*. Jakarta: Gunung Agung.
- Wardhani, F. T. (2015). Tinjauan Kerajinan Tenun Ikat Di Ud. Al-Arif Desa Wedani Gresik. *Jurnal Seni Rupa*, 3(2). Retrieved From
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/va/article/view/12366>