

ABSTRAK

M. Syamsul Bakhri. 2021. *Strategi Bersaing pada Industri Rumah Tangga Kue Apam Barabai Produksi H. Ahmad.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: H. Haris Faulidi Asnawi, LC. M.S.I.

Kata Kunci: Strategi Bersaing, Industri Rumah Tangga.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya industri rumah tangga yang memproduksi kue Apam Barabai di Hulu Sungai Tengah. Hal ini membuat industri rumah tangga kue apam Barabai produksi H. Ahmad harus menerapkan strategi bersaing yang tepat sehingga bisa lebih unggul dari para pesaingnya serta dapat terus beroperasi dan bersaing di masa mendatang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bersaing pada industri rumah tangga kue apam Barabai produksi H. Ahmad dalam menghadapi persaingan pasar Kue Apam Barabai, serta untuk mengetahui strategi industri rumah tangga kue apam Barabai produksi H. Ahmad dalam menciptakan keunggulan bersaing untuk meningkatkan jumlah konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Subjek pada penelitian ini berjumlah dua orang yang merupakan karyawan pada industri rumah tangga kue apam Barabai produksi H. Ahmad. Penggalan data yang diperlukan dilakukan dengan cara wawancara dan observasi. Kemudian data yang diperoleh diolah dengan teknik *data reduction*, *data display*, dan setelah itu dianalisis secara *kualitatif* untuk menarik kesimpulannya.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa strategi bersaing pada industri kue apam produksi H. Ahmad ada dua macam, yaitu *pertama* menjaga kualitas produk dengan cara menjaga kualitas rasa dan menjaga konsistensi bentuk kue apam, dan *kedua* dengan memilih tempat usaha yang strategis. Kemudian strategi bersaing pada industri rumah tangga kue apam Barabai produksi H. Ahmad dalam meningkatkan jumlah konsumen ada 2 macam, yaitu *pertama* melakukan inovasi produk dengan menggunakan cetakan yang berbeda dari kue apam biasanya dipasaran, dan *kedua* melakukan inovasi pemasaran dengan melakukan testimoni rasa kepada calon pembeli dan memasang spanduk besar di depan tempat usaha.

Strategi Bersaing	Strategi yang Diambil	Bentuk Penerapan	Analisis	
			Konvensional	Syariah
Mempertahankan Eksistensi	Menjaga kualitas produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga kualitas rasa 2. Menjaga konsistensi bentuk kue apam. 	Mempertahankan mutu produk secara terus menerus	<ol style="list-style-type: none"> 1. berkualitas dan tidak ada cacat 2. <i>Shiddiq, amanah, fathanah, tabligh</i>
	Pemilihan lokasi yang strategis	Jalan lintas provinsi Kalsel-Kaltim	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bentuk saluran pemasaran pendek/ sederhana (Produsen-Konsumen) 2. Memperhatikan faktor lingkungan terutama keadaan pasar 	Memperhatikan lingkungan dalam berusaha
Mengungguli Pesaing	Inovasi produk	Cetakan yang berbeda dari kue apam biasanya	Differensiasi produk	Etos kerja Islam
	Inovasi pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Testimoni rasa 2. Pemasangan spaduk 	Strategi pemasaran tidak membedakan (<i>undifferentiated marketing</i>)	Penjual dan pembeli sama-sama diuntungkan dan tidak ada yang dirugikan satu orang pun.