

ABSTRAK

Erika Waristi. 231105010306. Strategi Bisnis dalam Menghadapi Persaingan pada Toko Kusen Karya Indah di Desa Tatah Pemangkih Laut Kabupaten Banjar. Pembimbing I: Dr. H. Zulpa Makiah, M.Ag. Pembimbing II: Muhammad Rizali, M.H, pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin. 2026

Kata Kunci: Strategi Bisnis, Persaingan, Kusen Kayu, *Marketing Mix*

Industri kusen kayu di Desa Tatah Pemangkih Laut menghadapi dinamika persaingan yang semakin ketat, menuntut setiap pelaku usaha untuk memiliki strategi bisnis yang adaptif guna menjaga kelangsungan operasional. Toko Kusen Karya Indah sebagai subjek penelitian, dituntut untuk mampu merespons ancaman persaingan dengan menciptakan keunggulan kompetitif agar tidak tergerus oleh pemain lain.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis unsur-unsur persaingan, mengidentifikasi strategi bisnis yang diterapkan oleh Toko Kusen Karya Indah, serta mendeskripsikan berbagai kendala yang dihadapi dalam menjalankan usahanya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Data dikumpulkan melalui wawancara terhadap pemilik toko sebagai informan utama.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Kusen Karya Indah menerapkan strategi *marketing mix* yang mengintegrasikan kualitas material (kayu meranti dan ulin kualitas nomor satu), penetapan harga kompetitif, lokasi strategis, serta promosi melalui personal selling dan media sosial. Kendala utama yang dihadapi meliputi kelangkaan bahan baku, perilaku konsumen yang menawar harga terlalu rendah, dan ketiadaan media sosial khusus bisnis, yang diselesaikan dengan diversifikasi pemasok, transparansi harga, serta optimalisasi media sosial pribadi.

ABSTRACT

Erika Waristi. 231105010306. *Strategi Bisnis dalam Menghadapi Persaingan pada Toko Kusen Karya Indah di Desa Tatah Pemangkih Laut Kabupaten Banjar.* Advisor I: Dr. H. Zulpa Makiah, M.Ag. Advisor II: Muhammad Rizali, M.H, at the Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Antasari Banjarmasin. 2026

Keywords: *Business Strategy, Competition, Wooden Frame, Marketing Mix*

The wooden door frame industry in Tatah Pemangkih Laut Village faces increasingly fierce competition, requiring business owners to adopt adaptive strategies to ensure operational continuity. As the research subject, Toko Kusen Karya Indah must respond to competitive threats by creating a competitive advantage to remain sustainable against other market players.

This study aims to analyze the elements of competition, identify the business strategies applied by Toko Kusen Karya Indah, and describe the various challenges faced in conducting its business. The method used in this study was a qualitative descriptive approach with field research. Data were collected through interviews with store managers as key informants.

The results indicate that Toko Kusen Karya Indah implements a marketing mix strategy that integrates material quality (top-quality Meranti and Ulin wood), competitive pricing, a strategic location, and promotion through personal selling and social media. Key challenges include raw material scarcity, customer tendencies to bargain for lower prices, and the lack of a dedicated business social media account, all of which are addressed through supplier diversification, price transparency, and the optimization of personal social media for promotion.