

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Gambaran Umum Toko Kusen Karya Indah

Toko Kusen Karya Indah adalah tempat usaha dengan sejarah operasional yang panjang dalam kerajinan kayu. Pemilik menjelaskan tentang waktu pendirian dan lokasi awal bahwa toko kusen ini berdiri sejak tahun 1970 yang awalnya berlokasi di Muara Taluk Kelayan B. Lalu pindah ke Pemangkih ini pada tahun 2021.

Latar belakang berdirinya usaha ini berakar pada keterampilan dalam mengolah kayu yang kemudian dikembangkan menjadi sebuah unit usaha. Seiring berjalannya waktu, Toko Kusen Karya Indah mengembangkan pilihan produknya untuk memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat. Sebagaimana disampaikan oleh Bapak Muhammad Bahauddin bahwa awal mulai dibangun dengan modal secukupnya, waktu itu jamannya kayu masih ramai, punya kebiasaan di bidang kusen, lalu mencoba dengan modal seadanya. Awalnya berlokasi di Muara Taluk Kelayan B, dari sana mencoba berjualan kayu yang sudah jadi, melihat situasinya mulai ramai banyak pengunjung, jadi ditambah dengan membuka kusen, pintu, jendela, ram, sama ventilasi.

Toko saat ini tetap fokus memproduksi berbagai macam perlengkapan rumah tangga berbahan dasar kayu. Berbagai produk yang dibuat untuk

memenuhi permintaan pelanggan akan *furniture* dan komponen bangunan berkualitas tinggi. Bapak Muhammad Bahauddin mengatakan di toko kusen ini memproduksi bermacam-macam produk kayu, seperti pintu, jendela, meja, dan kursi, serta ventilasi.



Gambar 4.1 Toko Kusen Karya Indah

Usaha ini bertahan dengan baik berkat regenerasi kepemimpinan yang berkelanjutan hingga generasi ketiga. Bapak Muhammad Bahauddin mengungkapkan sejarah pengelolaan usaha tersebut dengan mengatakan Toko kusen ini telah berjalan hingga sekarang dengan 3 generasi. Selama beroperasi, pengelola toko kusen ini berawal dari kakek informan, lalu dilanjutkan oleh ayah informan, dan sekarang dikelola oleh informan sendiri.

Saat ini, manajemen toko dilakukan oleh Bapak Muhammad Bahauddin selaku pemilik sekaligus pengelola. Penegasan mengenai posisi pengelolaan yang berjalan saat ini disampaikan secara singkat oleh informan bahwa pengelola toko kusen ini adalah informan sendiri.

2. Deskriptif Informan Penelitian

Penelitian ini melibatkan informan yang merupakan pemilik langsung dari objek penelitian. Informan merupakan generasi ketiga yang mengelola toko Kusen Karya Indah saat ini. Beliau yang bertanggung jawab atas kebijakan strategis dan manajemen nya. Berikut profil informan penelitian ini:

Nama : Muhammad Bahauddin
 Alamat : Jalan Pemangkih Laut Desa Tatah Pemangkih Laut
 Kecamatan Tatah Makmur Kabupaten Banjar
 Nama Usaha : Kusen Karya Indah
 Jabatan : Pemilik Usaha

3. Hasil Wawancara

Hasil wawancara dengan informan mengungkapkan berbagai aspek strategis operasional usaha. Terkait bahan baku, toko ini mengandalkan kayu meranti dan kayu ulin dengan spesifikasi kualitas tinggi. Sebagaimana dijelaskan informan bahwa di toko kusen ini menggunakan kayu meranti dan kayu ulin, untuk kayu ulin yang digunakan ialah kayu ulin yang nomor 1.

Daya tahan produk menjadi nilai jual utama karena pemilihan material yang tepat. Informan menjelaskan tentang usia pakai produk bahwa kayu meranti diperkirakan bisa tahan sampai 15 tahun. Dan untuk kayu ulin diperkirakan bisa tahan sampai 20 tahun, bahkan bisa lebih lama dari itu.

Toko ini menggunakan kebijakan harga yang fleksibel sambil mengikuti harga pasar. Penyesuaian harga tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Informan menyatakan bahwa di toko kusen ini mengikuti harga pasaran saja. Namun, Biasanya tergantung kerumitan ukiran dan memperhitungkan biaya harga bahan baku.

Kebijakan harga juga tergantung pada jenis material yang digunakan. Selain itu, toko ini juga menawarkan kebijakan khusus untuk meningkatkan penjualan. Informan memberikan penjelasan jika menggunakan kayu ulin harganya lebih mahal dibandingkan kayu meranti. Dan apabila ada pesanan dalam jumlah besar maka akan diberikan potongan harga.

Toko ini memberikan garansi perbaikan jika ditemukan masalah pada produk untuk menjaga kepuasan pelanggan. Informan menjelaskan jika ada kesalahan dalam pengukuran atau produknya ada yang rusak, maka akan diperbaiki tanpa tambahan biaya.

Lokasi usaha dipilih berdasarkan kemudahan akses dan peluang pasar. Informan memberikan penjelasan tentang alasan pemilihan lokasi ini dikarenakan tempatnya strategis, ditambah ada lahan kosong yang bisa disewa untuk buka usaha. Kemudian, di sini juga banyak pemukiman dan perumahan ditambah lokasinya di pinggir jalan.

Toko ini menggunakan kombinasi strategi pemasaran untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas. Informan memberikan penjelasan tentang cara promosi yang dilakukan yaitu dengan menggunakan media sosial dan menawarkan produk secara langsung kepada konsumen serta memberikan kartu nama untuk mempermudah konsumen menghubungi toko kusen ini.

Strategi pemasaran ini digunakan untuk menyasar target pasar tertentu, seperti kontraktor bangunan. Informan menyatakan bahwa metode yang paling efektif adalah dengan menawarkan secara langsung ke teman, kerabat, atau menawarkan langsung ke kontraktor bangunan, dan promosi di media sosial.

Toko ini belum memiliki akun resmi, mereka memanfaatkan platform media sosial pribadi untuk melakukan promosi secara *online*. Informan menyebutkan tentang platform yang digunakan yaitu media sosial pribadi, seperti *Instagram, Facebook, dan TikTok*.

Demi menjaga keberlangsungan operasional dan produksi, toko ini menjalin kerja sama dengan penyedia bahan baku. Informan mengungkapkan sistem rantai pasok toko kusen ini bahwa hanya menjalin kerja sama dengan toko kayu yang ada di Alalak sama Liang Anggang sebagai pemasok bahan baku yang biasanya untuk bahan kayu nya beli di 2 tempat itu.

Ketidakpastian ketersediaan material di pasar adalah masalah utama yang sering menghambat proses produksi. Terkait kendala ini, informan mengakui bahwa kadang bahan baku kayu nya langka.

Sebagai langkah untuk mengurangi kelangkaan, pemilik mempertahankan stabilitas produksi dengan diversifikasi pemasok. Solusi yang ditempuh dijelaskan oleh informan bahwa toko kusen ini menjalin kerja sama dengan lebih dari 1 pemasok supaya stok bahan baku tetap aman.

Hambatan lain yang muncul adalah perilaku konsumen, yang cenderung memberikan penawaran harga di bawah standar ekonomi produk. Hal ini

dijelaskan oleh informan bahwa konsumen terkadang juga menawar terlalu rendah.

Dalam menghadapi proses negosiasi harga yang sulit, pemilik tetap mengedepankan transparansi agar membantu konsumen memahami dasar penetapan harga yang berlaku. Informan menyatakan bahwa akan menjelaskan kondisi harga bahan baku nya supaya lebih transparan dalam menetapkan harga nya.

Terakhir, toko menghadapi masalah karena tidak memiliki akun media sosial yang khusus untuk bisnis. Walaupun demikian, pemilik memiliki solusi sementara dengan menggunakan media sosial pribadi, supaya promosi online nya tetap jalan.

Tabel 4.1 Hasil Ringkasan Penelitian

No.	Kategori	Temuan Hasil Penelitian
1	Identitas Usaha	Toko Kusen Karya Indah, dikelola oleh Muhammad Bahauddin.
2	Sejarah dan Lokasi	Berdiri sejak 1970 (3 generasi). Lokasi awal di Kelayan B, pindah ke Pemangkih pada 2021.
3	Jenis Produk	Memproduksi kusen, pintu, jendela, meja, kursi, <i>ram</i> , dan ventilasi.
4	Bahan Baku	Menggunakan kayu Meranti dan Kayu Ulin No. 1.

5	Strategi Harga	Mengikuti harga pasaran, mempertimbangkan kerumitan ukiran dan bahan baku. Ada diskon untuk pembelian besar.
6	Kualitas dan Garansi	Garansi perbaikan gratis jika ada kerusakan atau salah ukur. Ketahanan kayu 15-20 tahun lebih.
7	Strategi Pemasaran	Penawaran langsung, kartu nama, dan media sosial pribadi (<i>Facebook, Instagram, TikTok</i>).
8	Lokasi Usaha	Strategis, pinggir jalan raya, dekat pemukiman dan perumahan.
9	Mitra Kerja	Bekerja sama dengan pemasok kayu di Alalak dan Liang Anggang.
10	Kendala Utama	Kelangkaan bahan baku, konsumen menawar terlalu rendah, dan belum ada akun media sosial khusus bisnis.
11	Solusi Kendala	Menambah jumlah pemasok, edukasi transparansi harga ke konsumen, dan optimalisasi media sosial pribadi.

Sumber: Data diolah, 2026

B. Pembahasan

1. Unsur-Unsur Persaingan yang Diterapkan oleh Toko Kusen Karya Indah

Toko Kusen Karya Indah menerapkan strategi persaingan yang mengintegrasikan aspek kualitas material, penyesuaian harga yang logis,

pemasaran yang proaktif, serta penguatan jaringan pemasok. Toko ini mampu bertahan di industri kayu dengan menggabungkan pengalaman turun-temurun dan adaptasi pasar. Konsumen yang senang pasti memberikan dampak positif bagi pengusaha, karena mereka terus mendorong pengusaha untuk meningkatkan kemampuan bersaing. Daya saing merupakan hal penting yang mendukung usaha tetap hidup dan berkembang terus menerus di tengah persaingan dengan berbagai usaha lain, baik yang sudah lama maupun usaha baru yang muncul (Anwardin et al., 2021: 7).

a. Daya Saing Kualitas Toko Kusen Karya Indah

Fokus utama dalam menjaga daya saing kualitas terletak pada pemilihan bahan baku kayu yang sangat ketat. Toko secara konsisten menggunakan kayu ulin dengan kualitas nomor satu sebagai standar material untuk produk-produknya yang memberikan jaminan daya tahan bagi konsumen.

Selain pemilihan bahan baku, daya saing kualitas juga tercermin dari ketahanan fisiknya. Kayu meranti yang digunakan dapat bertahan hingga lima belas tahun, sementara kayu ulin dapat bertahan hingga dua puluh tahun atau lebih. Oleh karena itu, menjadikannya pilihan yang sangat bernilai bagi pelanggan untuk jangka panjang.

b. Daya Saing Harga Toko Kusen Karya Indah

Harga produk di Toko Kusen Karya Indah ditetapkan berdasarkan standar harga pasaran yang berlaku. Toko dapat tetap kompetitif tanpa terjebak dalam persaingan harga yang tidak sehat dengan strategi ini,

yang memungkinkan produk yang ditawarkan tetap terjangkau namun tidak mengorbankan kualitasnya.

Harga juga didasarkan pada variabel yang transparan bagi konsumen, seperti tingkat kesulitan atau kerumitan ukiran serta biaya total bahan baku yang digunakan untuk produksi. Dengan mempertimbangkan komponen biaya secara proporsional, harga yang dihasilkan dianggap adil baik bagi penjual maupun pembeli.

c. Daya Saing *Marketing* Toko Kusen Karya Indah

Toko ini memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran digital untuk memperluas jangkauan promosi produk. Meskipun usaha ini masih menggunakan akun media sosial pribadi, langkah ini merupakan upaya proaktif usaha untuk beradaptasi dengan tren *online* dan memastikan bahwa toko akan diketahui oleh calon pelanggan.

Toko kusen ini juga bergantung pada pemasaran secara langsung melalui *personal selling* kepada teman, keluarga, dan kontraktor bangunan. Ini adalah metode yang bagus untuk menarik pelanggan yang benar-benar membutuhkan produk kayu dalam jumlah yang besar.

d. Daya Saing *Networking* Toko Kusen Karya Indah

Toko ini membangun jaringan kerja sama untuk menjaga stabilitas rantai pasokan bahan baku yang sangat penting untuk kelancaran produksi. Dengan bekerja sama dengan toko kayu di dua tempat yang berbeda yaitu Alalak dan Liang Anggang, mereka memastikan bahwa material yang dibutuhkan selalu tersedia.

Diversifikasi pemasok ini menjadi keunggulan strategis dalam pengurangan risiko kelangkaan bahan baku yang sering terjadi di pasar. Dengan adanya dukungan jaringan yang kuat, Toko Kusen Karya Indah mampu menjalankan operasional secara berkelanjutan dan memenuhi permintaan konsumen dengan handal.

2. Strategi Bisnis Toko Kusen Karya Indah

Toko Kusen Karya Indah menggunakan strategi bisnis yang mengutamakan transparansi dan kualitas produk untuk mengelola bisnis secara berkelanjutan. Toko ini dijalankan dalam skala bisnis keluarga, tetapi dengan menggabungkan strategi pemasaran yang proaktif, mereka tetap dapat beradaptasi dengan kebutuhan pasar saat ini. Keberlangsungan usaha selama tiga generasi dianggap sebagai bukti kepercayaan pelanggan, yang harus dijaga melalui integritas dalam melayani.

Toko Kusen Karya Indah mengutamakan kejujuran dalam bertransaksi, terutama dalam memberikan informasi tentang harga bahan baku kepada pelanggan. Dalam mengatasi kelangkaan bahan baku kayu, rantai pasokan sangat penting secara operasional. Memiliki pemasok cadangan bisa membuat bisnis lebih siap menghadapi berbagai kendala dan merupakan cara untuk memperkuat sistem distribusi usaha kecil dan menengah (Afrioza & Devi, 2025: 116). Toko ini dapat memastikan pesanan pelanggan tetap terpenuhi tepat waktu dengan bekerja sama dengan lebih dari satu pemasok.

Pemanfaatan lokasi yang strategis di kawasan pemukiman meningkatkan keunggulan kompetitif usaha. Ini meningkatkan visibilitas produk di mata

pelanggan secara langsung. Selain faktor lokasi, ketahanan menjadi daya tarik. Semua hal ini bersama-sama menciptakan lingkungan bisnis yang aman dan kompetitif dalam jangka panjang.

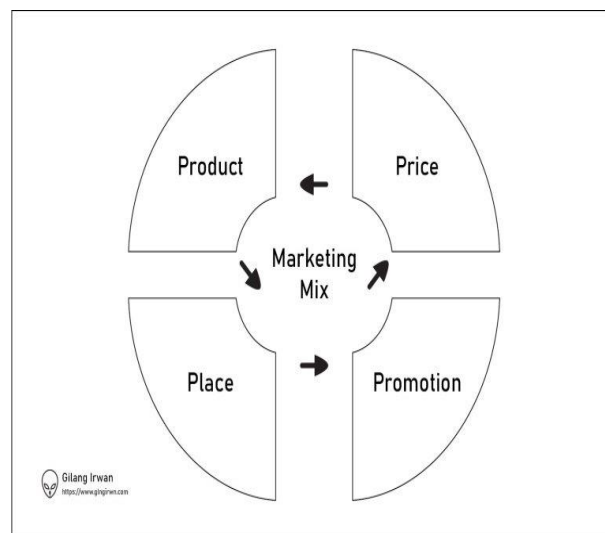
Fleksibilitas dalam berurusan dengan pelanggan yang sering menawarkan harga rendah adalah faktor lain yang mendukung implementasi strategi bisnis ini. Untuk mencapai kesepakatan yang adil, pemilik memilih pendekatan edukatif dengan memberikan penjelasan yang jelas tentang biaya produksi. Transparansi dalam praktik bisnis, seperti menjelaskan secara jujur tentang harga produk, kualitas, dan bahan baku yang digunakan, juga dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen (Mamulak et al., 2025: 173).

Adaptasi terhadap teknologi digital juga menjadi bagian dari strategi modern yang mulai diterapkan oleh usaha. Meskipun masih menggunakan akun media sosial pribadi, langkah ini merupakan bagian nyata dari upaya usaha untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Hal ini menunjukkan bahwa strategi bisnis tidak selalu formal, yang terpenting adalah bagaimana mengkomunikasikan nilai produk kepada audiens yang dituju.

Hubungan personal dengan pelanggan tetap menjadi bagian penting dalam rencana pertumbuhan bisnis. Pendekatan hubungan pemasaran yang kuat ditunjukkan dengan penggunaan kartu nama dan pemasaran langsung kepada relasi bisnis seperti kontraktor. Hal ini bisa menjadikan pelanggan loyal kepada usaha bisnis yang dijalankan.

Secara keseluruhan, tujuan utama dari Toko Kusen Karya Indah adalah untuk membuat pelanggan puas melalui kombinasi produk berkualitas tinggi, harga yang adil, dan lokasi yang mudah dijangkau. Toko ini dapat bertahan dalam industri bangunan yang semakin kompetitif dengan mempertahankan prinsip kejujuran dalam setiap proses produksi.

Peneliti menggunakan teori bauran pemasaran untuk menganalisis strategi bisnis Toko Kusen Karya Indah. Bauran pemasaran terdiri dari produk, harga, lokasi, dan promosi.



Gambar 4.2 Bauran Pemasaran 4P (*Marketing Mix*)

Semua komponen ini dimaksudkan untuk mendapatkan tanggapan pasar yang diinginkan. Keempat komponen ini sangat penting untuk strategi pemasaran. Berikut adalah empat variabel yang dimaksud:

a. Produk (Product) Toko Kusen Karya Indah

Toko Kusen Karya Indah memproduksi berbagai jenis kebutuhan bangunan dari kayu, seperti pintu, jendela, meja, kursi, dan ventilasi. Produk ini dibuat dengan material berkualitas tinggi, terutama kayu

meranti dan kayu ulin, yang memberikan nilai tambah dalam meningkatkan ketahanan produk.

Kualitas produk sangat penting, dengan menggunakan kayu ulin nomor 1 yang memiliki ketahanan lebih dari dua puluh tahun. Untuk pasar yang lebih murah, ada juga pilihan kayu meranti yang tetap dengan ketahanan hingga lima belas tahun. Kualitas produk yang baik adalah keinginan konsumen yang harus dipenuhi oleh perusahaan, karena kualitas produk yang baik merupakan faktor penting untuk meningkatkan produktivitas perusahaan (Pahmi, 2024: 5).

Setiap produk yang dihasilkan juga didukung dengan kebijakan garansi yang memberikan rasa aman bagi konsumen. Jika terjadi kesalahan pengukuran atau kerusakan, pihak toko akan melakukan perbaikan secara gratis tanpa tambahan biaya.

Diferensiasi produk berdasarkan jenis kayu memungkinkan pelanggan memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan anggaran mereka. Ini memungkinkan toko untuk melayani berbagai segmen pasar, mulai dari individu hingga proyek konstruksi berskala menengah.

Fokus toko pada kayu yang berkualitas adalah langkah strategis yang tepat karena kualitas produk adalah alat utama dalam strategi pemasaran yang bertujuan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dalam jangka panjang, di mana pemenuhan ekspektasi kualitas adalah kunci utama dalam membangun loyalitas pelanggan terhadap pembelian.

b. Harga (Price) Toko Kusen Karya Indah

Harga produk di Toko Kusen Karya Indah ditentukan berdasarkan nilai kualitasnya, sesuai dengan situasi pasar yang ada. Dalam praktiknya, pemilik tidak hanya mengikuti harga pasar saja, tetapi juga menentukan harga berdasarkan kualitas bahan yang digunakan. Karena toko menggunakan kayu ulin dan meranti berkualitas terbaik yang tahan hingga puluhan tahun, harga yang ditentukan mencerminkan kualitas tersebut dibandingkan dengan kayu biasa.

Selain kualitas bahan yang digunakan, faktor utama yang memengaruhi harga adalah tingkat kesulitan dalam membuat ukiran atau desain produk, serta total biaya bahan baku yang dikeluarkan. Dengan memperhatikan komponen biaya secara seimbang dan kualitas produk sebagai acuan utama, harga yang ditentukan dianggap wajar bagi pengguna karena sesuai dengan daya tahan produk yang didapatkan. Selain itu, toko tetap mempertahankan kemampuan menyesuaikan harga dengan memberikan diskon khusus untuk pelanggan yang membeli dalam jumlah besar. Menentukan harga dengan memperhatikan permintaan pasar dan daya beli konsumen membantu menciptakan keseimbangan antara keuntungan dan daya saing (Amalia et al., 2024: 2).

c. Tempat/Distribusi (Place) Toko Kusen Karya Indah

Pilihan lokasi bisnis di Pemangkih didasarkan pada pertimbangan strategis, seperti aksesibilitas yang baik di pinggir jalan raya dan dekat

dengan kawasan pemukiman penduduk. Aksesibilitas yang baik sangat penting untuk distribusi produk yang lancar dan memudahkan pelanggan untuk mengunjungi toko secara langsung. Lokasi yang strategis yang dimiliki perusahaan memberikan peluang lebih besar untuk menjadi lebih unggul dibandingkan yang lain (Reken et al., 2024: 41).

Tempat usaha yang tepat akan meningkatkan visibilitas produk dan memudahkan konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Toko kusen ini dapat mengambil peluang dari keramaian di sekitarnya dengan lokasi yang strategis.

d. Promosi (Promotion) Toko Kusen Karya Indah

Strategi promosi yang dilakukan yaitu melalui *personal selling* kepada teman, kerabat, dan kontraktor bangunan serta promosi *online* melalui media sosial. Strategi pemasaran langsung ini sangat efektif dalam membangun kepercayaan pribadi dengan pelanggan, terutama bagi kontraktor yang membutuhkan pasokan terus-menerus. Promosi dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menyampaikan informasi, memengaruhi, membujuk, serta mengingatkan calon pelanggan tentang perusahaan dan produknya agar mereka bersedia menerima, membeli, dan tetap setia menggunakan produk yang ditawarkan (Azzaharah et al., 2025: 772).

Pemanfaatan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *TikTok* melalui akun pribadi menjadi cara untuk menjalankan promosi

online sendiri. Dengan mengunggah konten produk, dapat menunjukkan hasil kerja toko secara visual dan menjangkau pasar yang lebih luas, meskipun belum memiliki akun khusus bisnis. Metode pemasaran ini terus diterapkan untuk mempertahankan informasi tentang keberadaan Toko Kusen Karya Indah di media sosial.

Berdasarkan hasil analisis *marketing mix* (4P) terhadap Toko Kusen Karya Indah, strategi yang diterapkan mencakup diversifikasi produk dengan penggunaan material unggulan seperti kayu meranti dan kayu ulin kualitas nomor satu, serta pemberian layanan purna jual berupa garansi perbaikan sebagai bentuk jaminan kepuasan pelanggan. Dari sisi harga, toko menerapkan strategi kompetitif dengan mengikuti harga pasaran, yang disesuaikan berdasarkan tingkat kerumitan produksi dan biaya bahan baku, serta memberikan diskon khusus bagi pesanan dalam jumlah besar untuk meningkatkan volume penjualan. Strategi penempatan usaha dilakukan melalui pemilihan lokasi strategis di pinggir jalan raya yang dekat dengan pemukiman untuk memaksimalkan aksesibilitas, sementara strategi promosi dijalankan melalui pemasaran personal (*personal selling*) kepada relasi dan kontraktor bangunan, serta memanfaatkan media sosial sebagai kanal digital untuk memperluas jangkauan pasar.

3. Kendala yang Dihadapi Toko Kusen Karya Indah

a. Kendala Bahan Baku

Kelangkaan bahan baku kayu yang sering terjadi di pasar adalah masalah utama yang dihadapi. Jika tidak diantisipasi dengan baik, dapat mengancam keberlangsungan produksi.

Sebagai solusinya untuk menjaga stabilitas stok, toko kusen ini melakukan diversifikasi dengan bekerja sama dengan lebih dari satu pemasok, yaitu di Alalak dan Liang Anggang.

b. Kendala Penetapan Harga

Konsumen seringkali menawar produk dengan harga yang terlalu rendah di bawah nilai harga jual produk. Hal ini menjadi tantangan bagi pemilik dalam menjaga margin keuntungan.

Pemilik mengatasi masalah ini dengan memberikan penjelasan yang transparan kepada konsumen mengenai kondisi harga bahan baku agar harga yang ditetapkan dapat diterima secara logis.

c. Kendala Media Promosi Digital

Saat ini, usaha belum memiliki media sosial khusus untuk toko, sehingga promosi *online* masih mengandalkan akun pribadi pemilik. Ini membatasi profesionalisme dan jangkauan pemasaran toko secara formal.

Meskipun begitu, pemilik tetap menggunakan media sosial pribadi untuk terus melakukan promosi *online*. Ketika waktunya tiba, membuat akun bisnis resmi menjadi langkah penting dalam pengembangan *branding*.