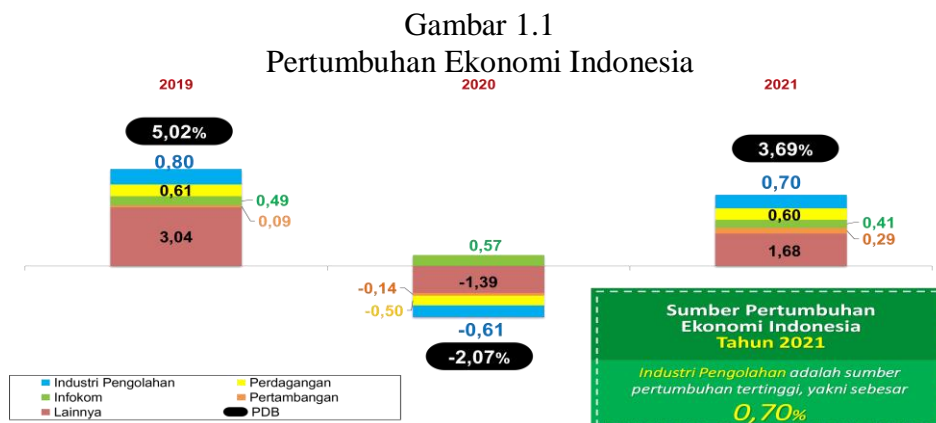


BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

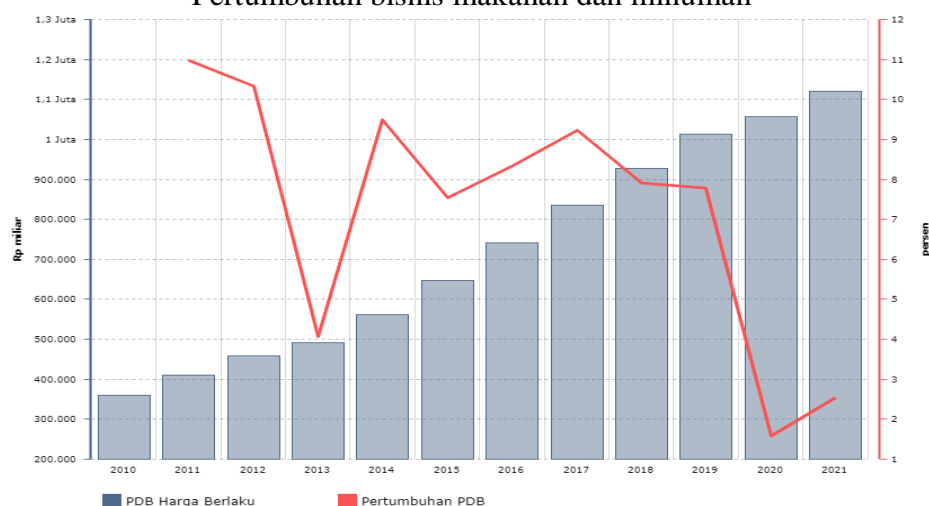
Perkembangan bisnis Indonesia saat ini semakin hari semakin meningkat dan terus berubah seiring dengan perkembangan zaman. Dulu sebelum ada teknologi yang canggih hanya ada bisnis dari banyak sektor atau bisnis offline. Tapi saat ini bisnis tidak hanya offline, karena seiring berkembangnya zaman maka teknologi semakin canggih dan bisnis bisa dijalankan secara online. Tidak heran jika saat ini di Indonesia memiliki banyak bisnis yang tersebar luas, baik offline maupun online. Bahkan pebisnisnya tidak hanya orang tua atau dewasa tapi anak-anak muda pun banyak yang mulai menjalankan bisnis. Walaupun kebanyakan bisnis yang dijalankan anak muda adalah bisnis online, tapi tidak sedikit juga anak muda yang menjalankan bisnis secara offline. Bisnis yang berkembang di Indonesia mencakup berbagai bidang dan terdiri dari bisnis kecil sampai bisnis yang mulai mendunia. Hal ini membuat bisnis di Indonesia semakin berkembang dan dikenal oleh banyak investor, terutama investor dalam negeri. Sudah banyak pebisnis Indonesia yang sukses dalam menjalankan bisnisnya, sehingga bisnis di Indonesia juga dilirik oleh para investor luar negeri yang ingin menanamkan sahamnya di Indonesia. Adapun pertumbuhan ekonomi Indonesia Tahun 2019-2021 Menurut Lapangan usaha persen.



Sumber: www.bps.go.id (2022)

Ekonomi Indonesia tahun 2021 tumbuh sebesar 3,69% lebih tinggi capaian tahun 2020 yang mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 2,07%. Di era perkembangan zaman seperti ini telah terjadi perkembangan bisnis yang sangat pesat, khususnya di bidang yang menghasilkan produk kebutuhan sehari-hari. Begitu juga dengan produk makanan yang banyak dijual dimana-mana. Bisnis kuliner mempunyai kecenderungan yang terus meningkat, baik dari segi kuantitas maupun kualitas karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok manusia. Dewasa ini bisnis dibidang kuliner meliputi berbagai ragam, sebagai contoh adalah bisnis toko pempek, rumah makan, dan bisnis lainnya. Sejak dahulu makanan menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan manusia, sehingga masalah pangan dikategorikan dengan kebutuhan primer. Dengan alasan itu manusia tidak dapat melepaskan kebutuhannya untuk makan, karena hanya dengan makan manusia dapat mempertahankan hidup. Adapun gambaran pertumbuhan bisnis makanan dan minuman.

Gambar 1.2
Pertumbuhan bisnis makanan dan minuman



Sumber: Badan Pusat statistik (BPS) (2022)

Industri makanan dan minuman tetap tumbuh di masa pandemi Covid-19. Meskipun melambat, industri tersebut mampu bertahan dan terus tumbuh sejak 2011. Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan produk domestik bruto (PDB) industri makanan dan minuman nasional atas dasar harga berlaku (ADHB) sebesar Rp1,12 kuadriliun pada 2021.

Beberapa kota di Indonesia sudah banyak sekali bermunculan para pengusaha kecil maupun pengusaha besar yang saling bersaing ketat, terutama persaingan dari sektor yang sejenis, salah satunya yang sudah tidak asing lagi yaitu di sektor makanan. Salah satu daerah yang memiliki banyak makanan khas yaitu kota Palembang, sebagai Ibu kota Sumatera Selatan Palembang memiliki makanan khas antara lain Toko Pempek Flamboyant Palembang memiliki visi memberikan pelayanan terbaik dan kualitas produk terbaik serta yang higienis. Mie Celor, dan lain sebagainya. Dari sekian banyak makanan tersebut makanan khas Palembang yang paling dikenal oleh orang-orang Indonesia yaitu Pempek. Adapun Toko pempek yang ada di kota Palembang yang sudah ada sejak lama seperti Toko pempek candy, pempek pak raden, pempek saga, Pempek Noni, dan Pempek Flamboyant.

Toko Pempek Flamboyant Palembang merupakan Toko yang bergerak dibidang kuliner khas Palembang yaitu pempek, Model, Tekwan, kerupuk, kemplang, pindang, nasi goreng dan lain-lain. Yang didirikan Oleh Bapak Muslim dan Istrinya pada tahun 1995 di Jln. Panjaitan, Bagus Kuning, Kec Plaju, Kota Palembang. Toko Pempek Flamboyant Palembang memiliki visi memberikan pelayanan terbaik dan kualitas produk terbaik serta yang higienis.

Penggunaan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities dan Threat) efektif dapat memegang peranan penting untuk menentukan strategi kompetitif, agar dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dalam menjaga kelangsungan hidup dan kontinuitasnya. Industri ini harus dapat menerapkan suatu strategi yang tepat agar persaingan sehingga industri ini dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan. dan harus dapat mengetahui, memahami, serta menerapkan suatu strategi yang baik. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats) dilakukan secara internal untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan sedangkan analisis eksternal untuk mengetahui peluang, dan ancaman yang dihadapi dalam usaha pempek.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka peneliti mengambil judul **“Strategi Pengembangan usaha Dalam Meningkatkan daya Saing Usaha pempek Pada Toko Pempek Flamboyant Palembang cab.radial”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Penjelasan Latar Belakang, Maka rumusan masalah yaitu; Bagaimana strategi pengembangan usaha pada toko pempek flamboyant cab.Radial?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penulisan ini penulis membatasi ruang lingkup pembahasan masalah penelitian agar dapat tergambar secara jelas mengenai permasalahan yang diambil yakni **“Strategi Pengembangan usaha dalam meningkatkan daya saing usaha pada toko pempek flamboyant Palembang cab. Radial”**

1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

- a. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman Toko pempek flamboyant Palembang cab.radial.
- b. Untuk mengetahui bagaimana Strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan daya saing usaha pada toko pempek flamboyant.

1.4.2 Manfaat Penelitian

- a. Bagi penulis

Penulis dapat menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman dalam penerapan ilmu yang berkaitan dengan kewirausahaan. serta dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang di peroleh dibangku kuliah.

- b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan, Sebagai bahan masukan informasi dan pertimbangan dalam mengambil keputusan bagi perusahaan mengenai strategi pengembangan usaha sebagai strategi meningkatkan daya saing usaha toko pempek.