



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN – PT NO: 3949/SK/BAN – PT/Akred/S/X/2019

Analisa Strategi Bersaing Béken Korean Barbeque
Bandung

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Skripsi Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Selie Vanessa

2016320142

Bandung

2020



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN – PT NO: 3949/SK/BAN – PT/Akred/S/X/2019

Analisa Strategi Bersaing Béken Korean Barbeque
Bandung

Skripsi

Oleh

Selie Vanessa

2016320142

Pembimbing

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

Bandung

2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Persetujuan Skripsi

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Selie Vanessa
NPM : 2016320142
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Analisa Strategi Bersaing *Béken Korean Barbeque*
Bandung

Menyetujui untuk diajukan pada
Ujian Sidang jenjang Sarjana
Bandung, 2020
Pembimbing,

Dr. Orpha Jane, Sos., M.M.

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si

ABSTRAK

Nama : Selie Vanessa
NPM : 2016320142
Judul : Analisis Strategi Bersaing *Béken Korean Barbeque* Bandung

Industri makanan dan minuman terus mengalami pertumbuhan, hal ini juga dapat dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup konsumen yang bermacam-macam. Selain itu, konsumen yang menyukai kulinerpun banyak mulai dari anak kecil hingga orang tua akan mencari makanan dan minuman setiap hari nya. Tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan pokok tetapi juga dijadikan cemilan saat menonton TV, bermain, belajar, bekerja, dan sebagainya. Hal ini tentunya akan membuat industry makanan dan minuman akan terus mengalami perkembangan dan akan mempengaruhi pasar yang akan mengalami peningkatan daya beli. Dalam rangka menghadapi fenomena tersebut, *Béken Korean Barbeque* didirikan dan berlokasi di Jalan Abdul Rahman Saleh No. 40 Bandung. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, *Béken Korean Barbeque* masih memiliki strategi jangka pendek yakni strategi diferensiasi yang telah dilakukan saat ini. Oleh karena itu, melalui penelitian ini, peneliti ingin mengetahui strategi apa yang telah dilakukan saat ini serta bagaimana faktor internal dan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi proses bisnis *Béken Korean Barbeque* sehingga dapat menciptakan strategi dalam jangka panjang.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan metode studi kasus. Pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan menggunakan metode wawancara terstruktur dan observasi. Data di analisis dengan menggunakan analisis internal yaitu operasional, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia. Adapun analisis eksternal dengan menggunakan PESTEL dan juga *Porter's Five Forces*.

Berdasarkan hasil penelitian, *Béken Korean Barbeque* selama ini menggunakan strategi diferensiasi dikarenakan produknya dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen berbeda dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Untuk dapat mengembangkan bisnis *Béken Korean Barbeque* kedepannya, *Béken Korean Barbeque* dapat mempertimbangkan strategi *Broad Differentiation Strategy* untuk mencapai tujuannya dalam jangka panjang.

Kata Kunci: Korean Barbeque, Strategi Bersaing, Analisis Internal, Analisis Eksternal, Matriks SWOT, Strategi Diferensiasi

ABSTRACT

Name : Selie Vanessa
NPM 2016320142
Title : *The Analysis of The Strategy of Business Competitive in Béken Korean Barbeque Bandung*

Food and beverage industry continues to experience growth, this can also be influenced by changes in lifestyle of various consumers. In addition, many consumers who like culinary ranging from small children to parents will look for food and drinks every day. Not only to meet basic needs but also made snacks when watching TV, playing, studying, working, and so on. This will certainly make the food and beverage industry will continue to experience growth and will affect markets that will experience increased purchasing power. In order to deal with this phenomenon, Béken Korean Barbeque was established and is located at Jalan Abdul Rahman Saleh No. 40 Bandung. In the face of intense competition, Béken Korean Barbeque still has a short-term strategy that is the differentiation strategy that has been carried out at this time. Therefore, through this research, researchers want to find out what strategies have been carried out at this time and how internal factors and external factors that can affect the Béken Korean Barbeque business process so that it can create strategies in the long run.

This research is a descriptive study using the case study method. Data collection was carried out using structured interview and observation methods. Data were analyzed using internal analysis, namely operational, marketing, financial, and human resources. The external analysis using PESTEL and Porter's Five Forces.

Based on research results, Béken Korean Barbeque has been using a differentiation strategy because its products and services provided to consumers are different compared to other competitors. To be able to develop the Béken Korean Barbeque business going forward, Béken Korean Barbeque can consider the Broad Differentiation Strategy to achieve its goals in the long run.

Keywords: Korean Barbecue, Competitive Strategy, Internal Analysis, External Analysis, SWOT Matrix, Differentiation Strategy

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah mencurahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga skripsi yang berjudul *Analisa Strategi Bersaing Béken Korean Barbeque Bandung* dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini disusun dalam rangka untuk dapat memenuhi syarat kelulusan dalam jenjang pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang selalu memberikan doa, bimbingan, dukungan, dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Maka dari itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus. Terima kasih Tuhan untuk segala penyertaan yang telah Engkau berikan dan juga untuk setiap langkah yang saya jalani. Terima kasih untuk penyertaanMu selama 4 tahun saya kuliah dan juga berkat yang Kau beri sampai saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Terimakasih untuk Ibu penulis, Lina Herlina Entjo. Terima kasih atas segala kesabaran, dukungan moril dan doa yang telah diberikan dalam setiap proses selama kuliah sampai skripsi ini dapat selesai.

3. Untuk Shena Leovita selaku kakak penulis dan Sharent Vanessa selaku adik penulis. Terima kasih untuk semangat yang diberikan dan juga perhatian yang telah diberikan untuk penulis.
4. Untuk Finny Marlina selaku nenek penulis dan Wiluyo Halim selaku kakek penulis dan juga terima kasih untuk keluarga penulis. Terima kasih untuk kasih sayang dan perhatian yang sudah diberikan selama ini, sudah selalu memberikan semangat, dukungan dan juga doa yang diberikan untuk penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini di waktu yang tepat.
5. Dr. Orpha Jane, S.Sos., MM. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing peneliti dan juga meluangkan waktunya serta memberikan ilmu yang bermanfaat sehingga peneliti dapat mengerjakan dan mendalami topik yang diteliti hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah banyak membantu dan memberikan arahan untuk mahasiswa-mahasiswa yang sedang mengambil mata kuliah skripsi ini.
7. Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB., M.S.E selaku Dosen Wali penulis selama kuliah.
8. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis UNPAR yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan juga wawasan kepada penulis selama menempuh studi di UNPAR.
9. Kepada Grace Frederica dan Yunita Pramita selaku pemilik dari *Béken Korean Barbeque* yang mengizinkan peneliti menggunakan *Béken Korean*

Barbeque sebagai objek penelitian dan membantu peneliti dalam setiap proses penelitian serta observasi.

10. Seluruh teman – teman Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2016 dan FISIP 2016 yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih untuk kenangan yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
11. Terima kasih untuk sahabat penulis Natasha Tanu yang selalu menemani penulis dari awal kuliah sampai dengan lulus dari kuliah. Terimakasih untuk setiap bantuan yang sudah diberikan, untuk semangat yang selalu diberikan, terimakasih sudah selalu ada di setiap semester untuk berjuang bersama.
12. Terima kasih untuk Yoana Mariana dan Trisha Merinda yang selalu menyemangati penulis di setiap semester, terimakasih untuk setiap waktunya untuk bisa belajar bersama, terimakasih untuk semua kenangan yang diberikan selama masa kuliah.
13. Sahabat penulis semasa SD sampai SMP yaitu Merisabeth, Widya Margo, Dea Delinda, Fera Andi, dan Dio Dwitama. Terima kasih atas dukungan dan doa yang tiada hentinya diberikan kepada peneliti mulai dari awal perkuliahan sampai dengan diselesaikannya skripsi ini.
14. Teman-teman dekat penulis semasa kuliah yaitu Miranda Deborah, Rointan Riri, Lea Tiara, dan teman lainnya yang sudah mengisi hari-hari penulis semasa kuliah.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan karena keterbatasan ilmu, sarana, dan kemampuan. Oleh karena itu,

untuk memperbaiki kekurangan dan kelemahan tersebut penulis membutuhkan kritik dan saran dari berbagai pihak yang membaca tulisan ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan khususnya bagi pihak – pihak yang terkait.

Bandung, _____ 2020

Peneliti,

Selie Vanessa

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5 Kerangka Pemikiran	9
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Pengertian Strategi.....	12
2.2 Tingkatan Strategi	13
2.3 Strategi Bersaing	14
2.3.1 Strategi Generik Michael Porter.....	15
2.4 Pengertian Manajemen Strategi.....	18
2.4.1 Analisis Lingkungan Internal.....	20
2.4.1.1 Operasional	21
2.4.1.2 Pemasaran	21
2.4.1.3 Keuangan dan Akuntansi	22

2.4.1.4 Sumber Daya Manusia	22
2.4.2 Analisis Lingkungan Eksternal	24
2.4.2.1 Analisis Lingkungan Eksternal PESTEL.....	25
2.4.2.2 Analisis Lingkungan Eksternal <i>The Five Forces Model</i>	28
2.5 Analisis SWOT & Matriks SWOT.....	31
2.6 Penelitian Terdahulu.....	33
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Metode Penelitian.....	35
3.3 Protokol Studi.....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data	38
3.4.1 Wawancara.....	38
3.4.2 Observasi.....	39
3.5 Sumber Data	39
3.5.1 Data Primer	39
3.5.2 Data Sekunder	39
3.6 Teknik Analisis Data	40
3.6.1 Aspek Internal	40
3.6.2 Aspek Eksternal	41
3.6.3 Matriks SWOT	42
BAB 4 OBJEK PENELITIAN.....	44
4.1 Profil Perusahaan.....	44

4.1.1	Logo Béken Korean Barbeque	45
4.1.2	Visi Misi Béken Korean Barbeque	45
4.2	Sejarah Perusahaan	46
4.3	Aktivitas Perusahaan	47
4.3.1	Produk dan Harga Perusahaan <i>Béken Korean Barbeque</i>	48
4.3.2	Suasana Béken Korean Barbeque	50
4.3.3	Pemasaran	51
4.4	Struktur Perusahaan	57
4.4.1	Uraian Pekerjaan	57
BAB 5 ANALISA DAN PEMBAHASAN		60
5.1	Strategi yang Digunakan Selama Ini	61
5.2	Rancangan Strategi Bisnis	66
5.2.1	Aspek Lingkungan Internal	66
5.2.1.1	Operasional	66
5.2.1.2	Pemasaran	68
5.2.1.3	Keuangan	70
5.2.1.4	Sumber Daya Manusia	71
5.2.2	Aspek Lingkungan Eksternal	75
5.2.2.1	Analisis PESTEL	76
5.2.2.2	Porter's Five Forces Model	87
5.3	Hasil Analisis Internal – Kekuatan dan Kelemahan <i>Béken Korean Barbeque</i>	101

5.4	Hasil Analisis Eksternal – Peluang dan Ancaman <i>Béken Korean Barbeque</i>	102
5.5	Matriks SWOT	103
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN.....		107
6.1	Kesimpulan.....	107
6.2	Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA		112
LAMPIRAN.....		114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran	11
Gambar 2.1 <i>Porter's Five Generic Strategies</i>	17
Gambar 2.2 Proses Manajemen Strategis.....	20
Gambar 3.1 Matriks SWOT	42
Gambar 4.1 Logo Beken	45
Gambar 4.2 Daftar Menu <i>Béken Korean Barbeque</i>	49
Gambar 4.3 Suasana <i>Béken Korean Barbeque</i>	51
Gambar 4.4 Instagram <i>Béken Korean Barbeque</i>	56
Gambar 4.5 Website <i>Béken Korean Barbeque</i>	56
Gambar 4.6 Struktur Organisasi.....	57
Gambar 4.7 Aspek Lingkungan Internal	66
Gambar 4.8 PESTEL dan <i>5 Forces Model</i>	76
Gambar 4.9 Grabfood <i>Béken Korean Barbeque</i>	82
Gambar 4.10 <i>Reviews Béken Korean Barbeque</i>	85
Gambar 4.11 <i>Review Béken Korean Barbeque</i>	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar <i>Korean Barbeque</i> di Kota Bandung	3
Tabel 1.2 Tiga Kompetitor	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Protokol Studi	36
Tabel 5.1 Matriks SWOT	103

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya zaman, industri-industri di Indonesiapun semakin banyak termasuk industri kuliner yang peminatnya semakin tahun semakin meningkat. Hal tersebut mempengaruhi banyaknya pusat perbelanjaan yang muncul di Kota Bandung, maka dapat menyebabkan jumlah restoran khususnya di Kota Bandung kian terus meningkat seiring berjalannya waktu. Karena semakin lama jumlahnya semakin meningkat, restoran-restoran di Kota Bandung harus dapat memberikan sesuatu yang unik dan menarik yang dapat membuat konsumen tertarik untuk mencoba produk yang ditawarkan oleh restoran. Hal ini juga dapat mendorong restoran-restoran di Kota Bandung untuk dapat bersaing dan mempertahankan ciri khas yang sudah mereka bangun dan dapat mempertahankannya dengan kualitas produk yang mereka tawarkan agar bisa menarik pelanggan-pelanggan baru lebih banyak lagi.

Dengan banyaknya perusahaan-perusahaan kuliner di Kota Bandung, akan memicu terjadinya persaingan antar perusahaan. Kota Bandung di kenal dengan kota kembang karena keindahannya dan mempunyai tempat wisata untuk berkumpul dan bermain bersama keluarga. Selain itu, Kota Bandung sendiri merupakan kota yang dikenal oleh kebanyakan orang sebagai kota kuliner yang mempunyai beraneka macam jenis kuliner makanan dan minuman. (Pertwi, 2015)

Industri makanan dan minuman terus mengalami pertumbuhan, hal ini juga dapat dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup konsumen yang bermacam-macam. Selain itu, konsumen yang menyukai kulinerpun banyak mulai dari anak kecil hingga orang tua akan mencari makanan dan minuman setiap hari nya. Tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan pokok tetapi juga dijadikan cemilan saat menonton tv, bermain, belajar, bekerja, dan sebagainya. Hal ini tentunya akan membuat industry makanan dan minuman akan terus mengalami perkembangan dan akan mempengaruhi pasar yang akan mengalami peningkatan daya beli.

Industri makanan dan minuman bisa diprediksi untuk dijadikan penopang dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan manufaktur di masa yang akan datang. Menurut Asosiasi Perusahaan Jasa Boga Indonesia (APJI), sektor makanan dan minuman ini mampu memberikan kontribusi tertinggi dengan pertumbuhannya sebesar 12,7% pada tahun 2018. (Trihendrawan, 2019)

Salah satu kuliner yang berkembang pesat di Kota Bandung adalah *Korean Barbeque*. Dengan banyaknya perusahaan kuliner di Kota Bandung khususnya yang bertemakan *Korean Barbeque*, restoran diharuskan untuk mempunyai keunikan tersendiri untuk menghadapi ketatnya persaingan di Kota Bandung. Hal tersebut bisa dilakukan dengan cara mempertahankan kualitas yang sudah dilakukan untuk dapat mempertahankan pelanggan dan untuk menarik pelanggan-pelanggan yang baru. Salah satu industri kuliner yang berada di Kota Bandung yaitu *Béken Korean Barbeque*.

Tabel 1.1 Daftar *Korean Barbeque* di Kota Bandung

No.	Nama Restoran	Alamat
1.	Mujigae Korean Restaurant	Cihampelas Walk
2.	Korean House Restaurant	Jalan Sukajadi No.175
3.	Chingu Korean Fan Cafe	Jalan Sawunggaling No. 10
4.	Han Kook Gwan	Jalan Ir.Sutami No. 52 A
5.	Seorae Setiabudi Bandung	Jalan Dokter Setiabudhi No.49-51
6.	Wonjo Korean Barbeque	Jalan setiabudhi 191B
7.	Donwoori	Jalan Lombok No. 53
8.	Tokki Pokki	Jalan Melong Asih no. 168
9.	Ngorea Bistro	Jalan Progo no. 35
10.	Bing Soo	Jalan Sukajadi no. 198B
11.	Myeong Ga	Jalan Ir. Sutami no. 52
12.	Born Ga	Jalan Dr. Rajiman no. 5
13.	TTALs Korean BBQ	Taman Holis Indah 1 no. 21
14.	Chung Gi Wa	Jalan Leumah Neundeut no. 87
15.	Chagiya Korean Suki & BBQ	Jalan Sawunggaling no. 10
16.	Maboo BBQ Resto	Jalan Mekar Utama no. 81
17.	Charada Korean BBQ	Jalan Kebon Jukut no. 25-29
18.	GOGI Korean BBQ	Jalan Sawunggaling no. 10
19.	Sadang Korean BBQ	Jalan Wastukencana no. 63
20.	Fat Oppa Korean BBQ	Jalan Karapitan no. 82
21.	Nomu Nomu Koreal Grill	Jalan Gudang Selatan no. 22
22.	Haeng-Un Korean BBQ & Homemade Dishes	Jalan Buah Batu no. 117A
23.	Seoul Korean BBQ & Noodle	Jalan Sukajadi no. 232
24.	Gu-I Korean Grill	Jalan Batununggal Indah Raya no. 425
25.	Korean 28	Jalan Gandapura no. 71C
26.	Manse Korean Grill	Jalan Kopo Binhul no. 61

27.	Sarang Korean BBQ and Casual Korean Food	Balubur Town Square
28.	788 Pocha Korean BBQ	Jalan Cibadak no. 205
29.	Gogi Mogo Korean BBQ	Jalan Kopo no. 439
30.	Meokja Korean BBQ	Jalan Ciumbuleuit no. 63
31.	GAGE – Korean Grill & Café	Jalan Holis no. C-46
32.	Haki Korean BBQ	Paskal Hyper Square Blok B no. 51
33.	Cup Bob Korean BBQ In a Cup	Jalan Ibu Inggit Ganarsih no. 84
34.	Gogijib Korean BBQ	Paskal 23 Mall Bandung
35.	Celengan BBQ	Jalan Kesatriaan No. 14

Sumber: (Rahmawati, 2016)

Restoran *Korean Barbeque* yang penulis teliti pada kesempatan sekarang ini yaitu *Béken Korean Barbeque*, karena restoran ini terbilang masih baru namun dapat bertahan diantara restoran Korea yang lainnya.

Dengan persaingan industri kuliner khususnya *Korean Barbeque*, *Béken Korean Barbeque* mempunyai tiga pesaing utama yang menjadi acuan bagi *Béken Korean Barbeque* agar bisa terus bertahan dalam industri kuliner ini. Tiga restoran *Korean Barbeque* yang menjadi pesaing utama *Béken Korean Barbeque* tersebut antara lain *Charada Korean Barbeque*, *Celengan BBQ*, dan *788 Pocha Korean Barbeque*. Berikut uraian mengenai ketiga kompetitor tersebut.

Tabel 1.2 Tiga Kompetitor

Restoran	Menu	Harga	Fasilitas
<i>Charada Korean Barbeque</i>	1. Sapi Bumbu (Bulgogi)	Rp50.000 – Rp100.000/orang	Alat-alat masak berupa kompor, capitan daging, tempat

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Sapi Lemak Bumbu (Woo Samgyeob) 3. Babi Bumbu (Samgyeopsal Marinated) 4. Babi Tanpa Lemak Bumbu (Dwaeji Bulgogi) 5. Jamur Enoki 6. Nasi Putih 7. Teh Hangat 		<p>memanggang daging, cerobong asap, dan yang lainnya.</p> <p>Alat-alat makan seperti piring, sumpit, dan yang lainnya.</p>
Celengan BBQ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dalg Bulgogi (marinated boneless chicken) 2. Bulgogi (marinated beef tenderloin) 3. Samgyeobsal (marinated skinless pork belly) 4. Dwaeji Bulgogi (marinated pork) 5. Nasi 6. Tongbaechu Kimchi 	Rp50.000 – Rp100.000/orang	<p>Alat-alat masak berupa kompor, capitan daging, tempat memanggang daging, cerobong asap, dan yang lainnya.</p> <p>Alat-alat makan seperti piring, sumpit, dan yang lainnya.</p>
788 Pocha Korean Barbeque	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wagyu Beef (marinade beef, spicy, original) 	Rp50.000 – Rp100.000/orang	<p>Alat-alat masak berupa kompor, capitan daging,</p>

	cube, marinated cube, spicy cube)		tempat memanggang
	2. Premium Beef (original, marinated, spicy)		daging, cerobong asap, dan yang lainnya.
	3. Samgyeopsal (original, marinated, spicy)		Alat-alat makan seperti piring, sumpit, dan yang lainnya.
	4. Chicken (marinated, spicy)		
	5. Yangnyeom- Tongdak		
	6. Japchae		
	7. Bibimbab		

Sumber: (Irwansyah, 2019)

Béken Korean Barbeque adalah sebuah bisnis makanan yang didirikan pada tahun 2019. Lokasi yang dipilih oleh *Béken Korean Barbeque* adalah di Jalan Abdul Rahman Saleh No. 40 Bandung. *Béken Korean Barbeque* juga termasuk dalam industri persaingan restoran-restoran Korea di Kota Bandung. *Béken Korean Barbeque* menciptakan ciri khas yang berbeda dari restoran Korea yang lainnya, yakni membuat produk yang memadupadankan 12 selera Asia yang terdiri dari rasa original, kari, tomyam, seblak, rendang, asam manis, nasi goreng, rica-rica, betutu, maranggi, gulai rempah, dan woku. Tujuan dari *Béken Korean Barbeque* sebagai salah satu restoran Korea di Bandung adalah menjadi restoran Korea yang dapat menghasilkan keuntungan yang besar. Hal tersebut dilakukan dengan cara menawarkan ciri khas yang unik yakni 12 rasa daging kepada konsumen.

Namun bukan hanya menawarkan ciri khas menu yang ditawarkan saja, *Béken Korean Barbeque* juga perlu untuk meningkatkan kinerja dan memilih bagaimana dapat memasarkan dengan baik agar bisa tetap eksis jika dibandingkan dengan restoran-restoran yang sudah buka lebih dulu dibandingkan dengan *Béken Korean Barbeque*. Oleh karena itu, pemasaran merupakan salah satu hal yang terpenting dalam menjalankan bisnis mereka agar dapat terus maju.

Atas dasar yang sudah dipaparkan, penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai strategi dan hal apa saja yang menjadi pembeda dari *Béken Korean Barbeque* agar bisa bertahan di industri kuliner sampai saat ini, dan juga keuntungan apa saja yang diperoleh dari penerapan strategi yang sudah dijalani selama ini. Adapun judul atau topik yang diambil dalam penyusunan proposal ini adalah “Analisis Strategi Bersaing *Béken Korean Barbeque* Bandung”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan pertumbuhan industri kuliner yang semakin lama semakin meningkat jumlahnya yang tentunya akan mempengaruhi daya beli masyarakat, maka hal tersebut akan berdampak dan akan dirasakan langsung oleh perusahaan. Walaupun semakin lama industri kuliner terus mengalami peningkatan, *Béken Korean Barbeque* muncul dan dapat bertahan di lingkungan pasar yang persaingannya bisa dikatakan sulit. Hal tersebut membuat penulis ingin lebih mengetahui lebih dalam mengenai bagaimana strategi yang sudah dilakukan selama ini agar dapat bertahan dengan pesaing yang sudah muncul lebih lama dibandingkan dengan *Béken Korean*

Barbeque. Oleh karena itu, berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Strategi bersaing apa yang telah digunakan oleh *Béken Korean Barbeque* selama ini?
2. Bagaimana kekuatan eksternal dan internal yang dihadapi oleh *Béken Korean Barbeque*?
3. Strategi apa yang akan dibuat oleh *Béken Korean Barbeque* untuk bisnisnya di masa yang akan datang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi bersaing apa yang telah digunakan oleh *Béken Korean Barbeque* selama ini.
2. Untuk mengetahui kekuatan internal dan eksternal yang dihadapi oleh *Béken Korean Barbeque*.
3. Untuk mengetahui strategi yang akan dibuat oleh *Béken Korean Barbeque* untuk bisnisnya di masa yang akan datang

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas, manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **Bagi Penulis**

Hasil dari penelitian ini diharap akan menambah wawasan dan pengetahuan mengenai teori-teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan dan dapat menerapkannya dalam dunia usaha.

2. Bagi *Béken Korean Barbeque*

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan oleh perusahaan dalam merancang strategi yang masih belum dibuat oleh perusahaan dalam meningkatkan tujuan penjualan untuk mendapat penghasilan yang besar.\

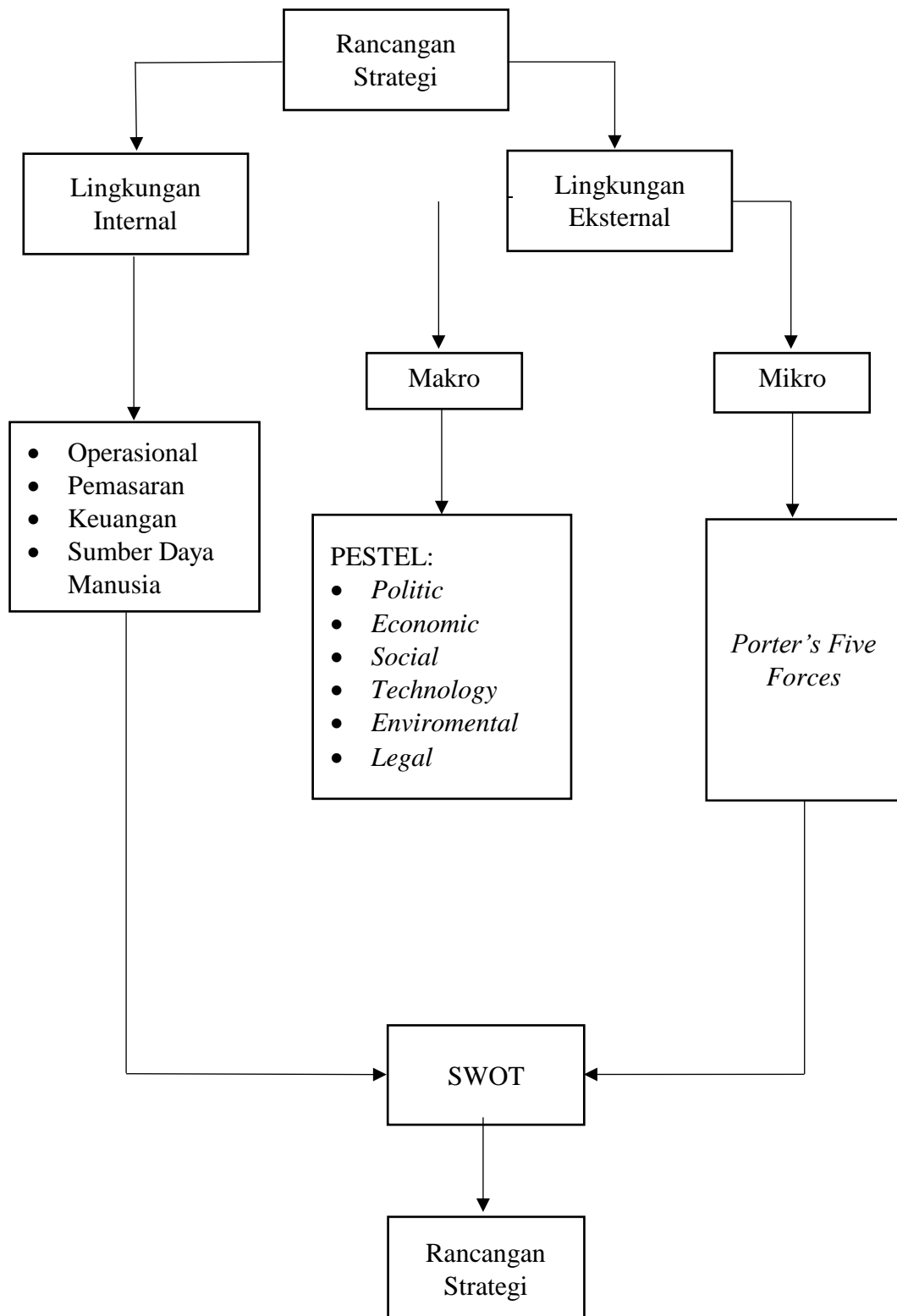
1.5 Kerangka Pemikiran

Dalam merancang strategi yang akan dilakukan oleh *Béken Korean Barbeque*, penulis akan melakukan analisis terlebih dulu. Analisis yang digunakan berupa analisis pada lingkungan internal dan analisis pada lingkungan eksternal, hal ini dikarenakan *Béken Korean Barbeque* baru berdiri sekitar 1 tahun dan menurut pemilik *Béken Korean Barbeque*, *Béken Korean Barbeque* masih belum memiliki strategi yang digunakan untuk bersaing dengan pesaing yang lain. Analisis pada lingkungan eksternal memiliki tujuan untuk dapat melihat bagaimana peluang dan juga ancaman dari luar perusahaan yang digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi *Béken Korean Barbeque* untuk kedepannya. Sedangkan analisis pada lingkungan internal ini dibutuhkan untuk dapat membantu proses pengembangan perusahaan untuk masa yang akan datang. Oleh karena itu, jika hal-hal tersebut sudah dirancang dan sudah dilakukan dengan efektif sesuai dengan yang sudah direncanakan, maka hal tersebut dapat membantu perusahaan untuk mempermudah mencapai tujuannya. Maka diperlukannya pengamatan pada kedua analisis tersebut

agar dapat mendapatkan keunggulan strategi yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan dari perusahaan tersebut.

Beberapa faktor yang terdapat di dalam lingkungan internal adalah terdiri dari Operasional, Pemasaran, Keuangan, dan Sumber Daya Manusia. Sedangkan analisis di dalam lingkungan eksternal dibagi menjadi makro dan mikro. Analisis Makro diuraikan menjadi analisis PESTEL yang terdiri dari *Politic, Economic, Social, Technology, Enviromental*, dan *Legal*. Sedangkan pada Analisis Mikro diuraikan menggunakan analisis *Porter's Five Forces* yang terdiri dari persaingan antar perusahaan, potensi masuknya pesaing baru, potensi dari pengembangan produk substitusi, kekuatan tawar menawar pemasok, dan kekuatan tawar menawar pembeli.

Dari kedua lingkungan tersebut yakni lingkungan internal dan lingkungan eksternal maka akan membuat SWOT yang akan menghasilkan sebuah rancangan strategi yang akan digunakan oleh perusahaan.



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran