



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

*Terakreditasi Unggul*

*BAN –PT NO. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023*

**Analisis Perumusan Strategi Pengembangan Bisnis *Street Food* Korea  
“Dang Gida Pocha”**

Oleh:

Nesti Anggraeni

6082001244

Bandung

2023



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

*Terakreditasi Unggul*

*BAN –PT NO. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023*

**Analisis Perumusan Strategi Pengembangan Bisnis *Street Food* Korea**  
**“Dang Gida Pocha”**

Skripsi

Oleh:

Nesti Anggraeni

6082001244

Pembimbing:

Sanerya Hendrawan, Ph.D

Bandung

2023

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Nesti Anggraeni  
Nomor Pokok : 6082001244  
Judul : Analisis Perumusan Strategi Pengembangan Bisnis *Street Food* Korea “ Dang Gida Pocha”

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Rabu, 31 Januari 2024  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Yosefa, S.T., M.M.

: \_\_\_\_\_

**Sekretaris**

Sanerya Hendrawan, Ph.D

: \_\_\_\_\_

**Anggota**

Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T.

: \_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Pj. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

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

## Pernyataan

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nesti Anggraeni

NPM : 6082001244

Program Studi : Sarjana Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Perumusan Strategi Pengembangan Bisnis  
*Street Food Korea “ Dang Gida Pocha”*

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah yang berlaku

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 2 Januari 2023

A handwritten signature in black ink is written over a pink 10,000 Rupiah stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', 'METERAI', and '10000'.

Nesti Anggraeni

## ABSTRAK

Nama : Nesti Anggraeni  
NPM : 6082001244  
Judul : Analisis Perumusan Strategi Pengembangan *Bisnis Street Food* Korea “ Dang Gida Pocha

---

Perkembangan UMKM yang menjamur di Indonesia tidak dapat dipungkiri menyumbang 60,51% terhadap PDB nasional. Perubahan tren kuliner yang semakin beragam membuat Dang Gida Pocha hadir sebagai bisnis kuliner *street food* yang menjual makanan khas korea yang digemari oleh gen Z. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di dunia kuliner Dang Gida Pocha terus bersinergi untuk menciptakan perbaikan strategi dari berbagai aspek. Peningkatan kualitas produk dan pelayanan bagi konsumen menjadi aspek utama yang terus diupayakan untuk mendapatkan *customer satisfaction*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tantangan dan prospek yang dimiliki Dang Gida Pocha dalam proses pertumbuhan dan pengembangan bisnis. Mengetahui tantangan dan prospek akan membantu penulis untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan yang tepat untuk diterapkan pada gerai Dang Gida Pocha. Alternatif strategi dapat ditentukan oleh penelitian yang dilakukan secara kualitatif menggunakan metode wawancara dan observasi. Disisi lain didukung oleh teori-teori manajemen strategi yang relevan seperti *Porter's Five Force*, PESTLE, *Resource Based View*, dan 4 Fungsi Bisnis.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis pada gerai Dang Gida Pocha menunjukkan bahwa rumusan strategi bisnis Dang Gida Pocha pada dasarnya sudah baik. Hal yang menjadi catatan yaitu mengenai Implementasi dari strategi bisnis Dang Gida Pocha perlu dilakukan perbaikan secara keseluruhan. Perbaikan dilakukan agar bisnis dapat tumbuh dan berkembang sesuai harapan. Hal ini tentu akan berdampak pada keberlangsungan bisnis dalam jangka waktu yang lama.

**Kata Kunci :** Strategi Bisnis, Pengembangan Bisnis, Dang Gida Pocha

## ABSTRACT

Name : Nesti Anggraeni  
NPM : 6082001244  
Topic : *Analysis of Business Development Strategy Formulation of Korean Street Food “Dang Gida Pocha”*

---

*The mushrooming development of MSMEs in Indonesia cannot be denied, contributing 60.51% to national GDP. Changes in increasingly diverse culinary trends have made Dang Gida Pocha present as a street food culinary business that sells typical Korean food that is popular with Gen Z. In the face of increasingly fierce competition in the culinary world, Dang Gida Pocha continues to work together to create strategic improvements from various aspects. Improving the quality of products and services for consumers is the main aspect that continues to be pursued to achieve customer satisfaction.*

*This research aims to determine the challenges and prospects that Dang Gida Pocha has in the process of business growth and development. Knowing the challenges and prospects will help the author to formulate appropriate alternative development strategies to be implemented at the Dang Gida Pocha outlet. Alternative strategies can be determined by research conducted qualitatively using interview and observation methods. On the other hand, it is supported by relevant strategic management theories such as Porter's Five Forces, PESTLE, Resource Based View, and 4 Business Functions.*

*Based on the results of research conducted by the author at the Dang Gida Pocha outlet, it shows that the Dang Gida Pocha business strategy formulation is basically good. The thing to note is that the implementation of the Dang Gida Pocha business strategy needs to be improved as a whole. Improvements are made so that the business can grow and develop as expected. This will certainly have an impact on business continuity in the long term.*

**Keywords:** *Business Strategy, Business Development, Dang Gida Pocha*

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Analisis Perumusan Strategi Pengembangan Bisnis : Studi Kasus Street Food Korea “ Dang Gida Pocha”. Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan penulis untuk menyanggah gelar Sarjana Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.

Sebagai manusia yang tidak luput dari kesalahan, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan permohonan maaf atas penulisan skripsi yang kurang atau tidak sempurna. Hal tersebut dikarenakan oleh keterbatasan dan kemampuan penulis dalam memahami berbagai konteks yang ada dalam penelitian ini. Oleh karena itu, semoga skripsi ini menjadi ladang belajar bagi penulis kedepannya untuk lebih baik dalam proses pemahaman.

Ucapan terimakasih untuk seluruh pihak yang mendorong dan memberikan semangat kepada penulis, sehingga terselesaikannya skripsi ini :

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis.
2. Kedua Orang tua penulis yang senantiasa memberikan dukungan secara moral dan material bagi penulis.
3. Bapak Sanerya Hermawan, Ph.D selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan banyak saran dan masukan yang membuat penulis sangat terbantu dalam proses pengerjaan skripsi ini.
4. Dosen Program Studi Administrasi Bisnis dan seluruh civitas Universitas Katolik Parahyangan yang senantiasa memberikan jasanya bagi penulis selama masa perkuliahan.
5. Owner Dang Gida Pocha sekaligus kakak ipar saya Nadila Setya Sistriyanti yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian pada usahanya dan membantu proses penelitian dengan memberikan informasi pada sesi wawancara.

6. Shafira Juniar, Kiara Putri, dan Shyrel Maurent yang selalu memberikan afirmasi positif kepada penulis menyelesaikan skripsi serta selalu menemani penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini.
7. Clara Regita, Anggiva Syahlakhansa, Alvi Restiawati, dan Tania Giovani sebagai teman-teman penulis pada masa perkuliahan yang senantiasa memberikan motivasi dan semangat belajar bagi penulis.
8. Nuraini Hasna, Ghaida Nurin, Tiara Mustikawati, Paka Cahya, Kinanti putri, Astri Dwi, Zara Griselda, dan Sena Meiselyn selaku teman-teman penulis di luar perkuliahan yang senantiasa memberikan semangat dan motivasi untuk penulis.
9. Seseorang yang sangat spesial untuk penulis yang selalu memberikan semangat, menemani, dan memberikan motivasi penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
10. Teman-teman Program Studi Administrasi Bisnis 2020.

Penulis berharap agar penelitian ini dapat berguna dan memberikan wawasan baru bagi banyak pihak.

Bandung, ..... 2023

Nesti Anggraeni

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Profil Usaha.....	9
1.5.1 Visi dan Misi Usaha.....	11
1.5.2 Produk usaha.....	11
BAB 2 METODOLOGI PENELITIAN DAN KERANGKA KONSEPTUAL	
PENELITIAN.....	12
2.1 Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) .....	12
2.2 Pengertian Analisis Industri .....	13
2.3 Analisis Faktor Eksternal Bisnis.....	14
2.3.1 Pengertian <i>Porter's Five Forces</i> .....	14
2.3.2 Analisis PESTLE .....	17
2.4 Analisis Faktor Internal Bisnis .....	21
2.4.1 <i>Resource Based View</i> (RBV) .....	22
2.4.2 4 Fungsi Bisnis (Pemasaran, Operasional, Keuangan, dan SDM).....	25
2.5 Pengertian SWOT ( <i>Strength, Weakness, Opportunity, dan Threats</i> ) .....	27
2.6 Pengertian Strategi.....	31
2.7 Manajemen Strategi .....	31
2.8 Strategi Generik Michael E. Porter.....	33
2.8.1 <i>Low Cost Strategy</i> .....	34
2.8.2 <i>Differentiation Strategy</i> .....	34

2.8.3 <i>Focus Strategy</i> .....	34
2.9 Kerangka Penelitian.....	35
2.10 Penelitian Terdahulu .....	36
2.11 Metodologi Penelitian.....	40
2.11.1 Metode Penelitian .....	41
2.11.2 Jenis Penelitian .....	41
2.11.3 Sumber Data .....	42
2.11.4 Operasional variabel.....	43
2.11.5 Teknik Pengumpulan Data .....	47
BAB 3 HASIL PEMBAHASAN.....	50
3.1 Tantangan Perusahaan.....	51
3.2 Prospek Perusahaan .....	54
3.3 Strategi yang Dijalankan.....	58
3.4 Rumusan Strategi Dang Gida Pocha.....	61
3.5 Analisis Eksternal Bisnis.....	62
3.5.1 Analisis Eksternal Porter’s Five Force.....	62
3.5.2 Analisis Eksternal PESTLE ( <i>Political, Economic, Social,</i> <i>Technological, legal, dan Environment</i> ).....	65
3.6 Analisis Internal.....	69
3.6.1 <i>Resource Based View</i> (RBV) .....	69
3.6.2 4 Fungsi Bisnis (Pemasaran, Operasional, Keuangan, dan SDM).....	73
3.7 Analisis SWOT ( <i>Strength, Weakness, Opportunity, dan Threats</i> ) .....	77
3.7.1 Analisis Matrix SWOT .....	80
3.8 Rekomendasi Strategi .....	84
BAB 4 KESIMPULAN DAN SARAN .....	86
4.1 Kesimpulan .....	86
4.2 Saran .....	90
DAFTAR PUSTAKA .....	92
LAMPIRAN .....	96

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Profil Usaha .....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 2.2 Operasional Variabel.....	43
Tabel 4.1 Laporan Laba Rugi Tahun Berjalan Dang Gida Pocha .....	76
Tabel 5.1 Matrix SWOT .....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Jumlah Pengunjung Dang Gida Pocha dalam 1 Tahun .....	6
Gambar 2. Pendapatan Dang Gida Pocha dalam 1 Tahun .....	6
Gambar 3. Dang Gida Pocha .....	9
Gambar 4. Produk Dang Gida Pocha .....	11
Gambar 5. Strategic Management Model .....	33
Gambar 6. Kerangka Penelitian .....	35
Gambar 7. Produk Dang Gida Pocha pada Aplikasi Gojek .....	58
Gambar 8. Promosi Produk Dang Gida Pocha dan Kolaborasi dengan <i>Food Vlogger</i> pada <i>platform</i> Instagram dan Tiktok .....	74

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Keberadaan UMKM di Indonesia tidak bisa dipungkiri adalah suatu badan usaha yang sangat membantu pertumbuhan ekonomi Indonesia (Abdurohim, 2019). UMKM semakin menuju kepada tren yang positif dimana jumlahnya terus bertambah setiap tahun. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM, kontribusi UMKM terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) nasional merupakan kontribusi yang paling besar dengan persentase 60,51%. UMKM mampu menyerap tenaga kerja nasional yang persentasenya terbilang sangat besar yaitu 96,92%. Oleh karena itu, pemerintah sangat mendukung perkembangan UMKM di Indonesia karena UMKM berpotensi menjadi modal dalam ekosistem pengembangan ekonomi nasional. Pemerintah mendorong para pelaku UMKM untuk senantiasa beradaptasi terhadap perkembangan teknologi di era 4.0 agar bisnis yang sedang dijalani dapat berjalan mengikuti perkembangan zaman.

Berbagai bisnis dijalankan oleh para pelaku UMKM dari berbagai bidang salah satunya adalah pada aspek bisnis kuliner. Bisnis kuliner merupakan bisnis yang bergerak dalam bidang produksi sampai dengan penyajian makanan kepada konsumen yang dilakukan oleh individu atau kelompok tertentu. Pelaku UMKM semakin kreatif dengan selalu mengikuti perkembangan zaman dan mengikuti tren kuliner yang sedang viral atau banyak disukai oleh calon pelanggan. Makanan khas dari berbagai negara diproduksi dengan memberikan sentuhan kreativitas baru pada

produk tersebut. Salah satu dari sekian banyak tren makanan yang sedang viral dan banyak digemari terutama oleh gen Z adalah makanan khas Korea.

*Korean Wave* merupakan fenomena dimana budaya korea mampumenyebar ke seluruh penjuru dunia termasuk di Indonesia. Di Indonesia budaya korea rata-rata disukai oleh kawula muda yaitu gen Z. Gen Z merupakan generasi yang lahir pada kisaran tahun 1997-2012. Bukan hanya *dance*, musik, atau lagu- lagu korea, namun juga sampai memengaruhi *lifestyle* generasi muda Indonesia dari mulai *fashion* sampai dengan pilihan makanan korea yang saat ini tengah viraldi media sosial. Hal ini rupanya sangat menarik perhatian kawula muda, baik yang memang secara personal menyukai makanan khas Korea maupun yang masih awamdengan makanan khas Korea. Bahkan, tak jarang hanya sekedar ingin mencoba karena merasa tergiur dengan konten makanan khas Korea yang ada di tiktok ataupun media sosial lainnya.

Pada masa sekarang ini dapat dilihat bahwa tren makanan korea menjadi salah satu makanan gaul yang semakin populer dikalangan gen Z. Makanan khas Korea yang marak dijadikan konten oleh *foodvloger* pada kanal youtube, instagram, dan tiktok dengan memiliki *viewers* yang banyak dan komentar yang positif. Hal ini yang mengisyaratkan bahwa makanan khas Korea ini banyak digemari oleh berbagai kalangan khususnya kalangan gen Z. Berbisnis makanan khas Korea tentu menjadi ide bisnis yang relevan dengan sasaran utama konsumen dari kalangan Gen Z. Pelaku bisnis makanan khas Korea ini biasanya menggunakan media sosial sebagai media untuk memasarkan produknya serta mencari informasi terkait dengan calon konsumen.Salah satu dari sekian banyaknya makanan khas Korea

yang merepresentasikan makanan khas dari negara Korea dan digemari di Indonesia adalah kimchi. Kimchi merupakan makanan khas Korea yang biasanya dijadikan sebagai makanan pendamping yang terbuat dari fermentasi sawi putih. Makanan khas Korea lainnya pun tak kalah memiliki banyak penggemar seperti corndog, ramyeon, kimbab, tteokbokki, odeng, oden, dan lain lain. Makanan khas Korea cocok di lidah Masyarakat Indonesia karena dibuat dengan rempah-rempah yang kental seperti masakan-masakan khas Indonesia. Hal yang tidak kalah menarik juga ada pada cara penyajian yang beragam. Salah satunya seperti penyajian mie ramyeon yang disajikan langsung dalam panci yang lengkap dengan kompornya agar mie ramyeon tetap hangat.

Berbekal teknologi yang semakin canggih akan mempermudah jalannya proses strategi pemasaran dan mampu mengoptimalkan jalannya bisnis jika strategi bisnis yang dilakukan tepat. Saat ini sudah masuk di era 4.0 atau era digital dimana perkembangan yang luar biasa terjadi pada teknologi. Hal ini menyebabkan meningkatnya komunikasi manusia tanpa pandang jarak dan segala bentuk informasi akan tersebar secara masif bahkan dalam hitungan detik. Dengan adanya perkembangan teknologi sebagai sarana dan prasarana yang menunjang pebisnis makanan dalam memasarkan produknya. Ditambah dengan banyaknya alasan mengapa banyak orang Indonesia khususnya gen Z menyukai makanan khas Korea dapat digunakan oleh pebisnis untuk merancang strategi dan mampu melakukan banyak strategi dengan penggunaan teknologi dan media sosial secara optimal sehingga mampu menggaet konsumen dari berbagai aspek baik secara *offline* maupun *online*. Banyaknya platform seperti tiktok dan instagram yang dapat

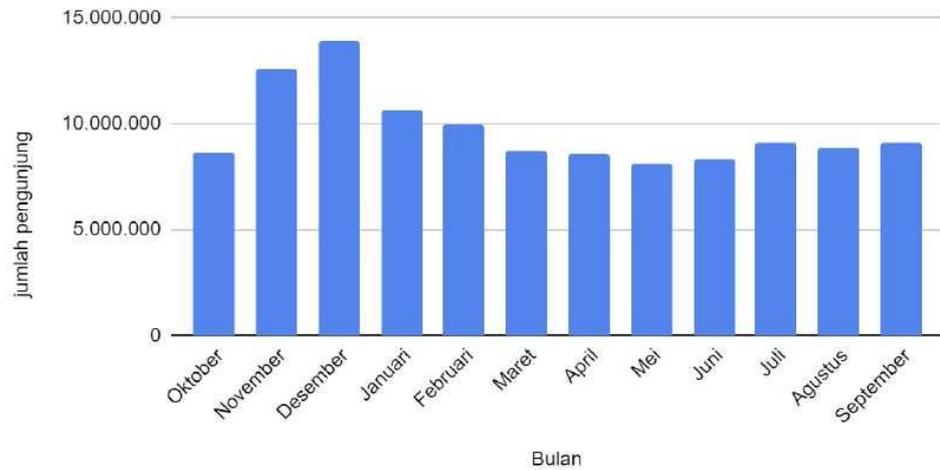
digunakan untuk melakukan strategi pemasaran menjadi platform yang sangat mempermudah individu dalam proses bisnisnya. Platform tersebut selain merupakan sarana untuk melakukan pemasaran juga dapat digunakan oleh calon pelaku bisnis sebagai sarana informasi yang akurat. Pebisnis akan mendapatkan komentar secara langsung dari calon pelanggan dilihat dari *review* pelanggan pada kolom komentar di media social. Kemudahan yang diberikan tentu dengan catatan pebisnis harus mampu secara kreatif dan inovatif dalam melakukan strategi bisnis yang baik agar mampu bersaing dengan kompetitor. Kemudahan tersebut harus disiasati dengan kecakapan mendesain strategi bisnis yang tepat dan relevan. Ketepatan desain strategi yang dilakukan oleh pelaku bisnis akan meminimalisir terjadinya kesalahan dan meminimalisir kerugian usaha.

Banyaknya kemudahan yang diberikan dari berbagai aspek serta peluang yang dilihat dari perkembangan tren yang semakin positif dari bisnis *street food* korea menjadi motivasi utama untuk dapat membangun bisnis. Hal tersebut membuat Nadila Setya dan Demby Rizky yang memiliki latar belakang pendidikan di jurusan manajemen bisnis merancang sebuah usaha *street food* Korea bernama “Dang Gida Pocha”. Usaha ini menjual berbagai makanan khas Korea. Kedua sejoli ini membuat sebuah rancangan bisnis pada pertengahan tahun 2022 dengan merancang strategi pemasaran dan mencari *supplier* kemudian memulai usahanya pada akhir tahun 2022.

Dang Gida yang merupakan nama usaha yang memiliki arti rumah keluarga, sedangkan pocha berarti “gerobak”. Pocha mengacu kepada pedagang gerobak yang biasanya berjualan dipinggir jalan atau saat ini terkenal dengan nama “*street food*”. Pemilik usaha berharap Dang Gida Pocha menjadi sebuah tempat berkumpul bukan hanya untuk anak muda tetapi juga untuk sebuah keluarga untuk sekedar makan bersama dalam satu meja di Dang Gida Pocha. Dang Gida Pocha melakukan *grand opening* pada tanggal 16 Oktober 2022 yang diadakan di lokasi usaha di Jalan Tamansari No.14, Lb. Siliwangi, Kota Bandung.

Pada proses jalannya usaha menjual makanan khas Korea ini Dang Gida Pocha masih terus mencari alternatif strategi yang diperlukan untuk membuat usaha dapat *survive* dalam keadaan apapun. Banyaknya pesaing dan banyaknya tuntutan baru dari pelanggan menjadi motivasi Dang Gida Pocha untuk terus mencari alternatif strategi yang dapat menarik lebih banyak konsumen dan memperbanyak profit yang dihasilkan dari bisnis. Rancangan strategi terus dilakukan dan diterapkan agar perusahaan dapat tumbuh dan berkembang serta dapat bersaing dengan kompetitor. Sejak pertengahan oktober 2022 sampai dengan saat ini terhitung bulan September 2023 pengunjung Dang Gida Pocha cenderung stagnan dan hal ini berpengaruh pada pendapatan tiap bulan. Berikut data yang data pengunjung dan pendapatan Dang Gida Pocha dalam kurun waktu satu tahun.

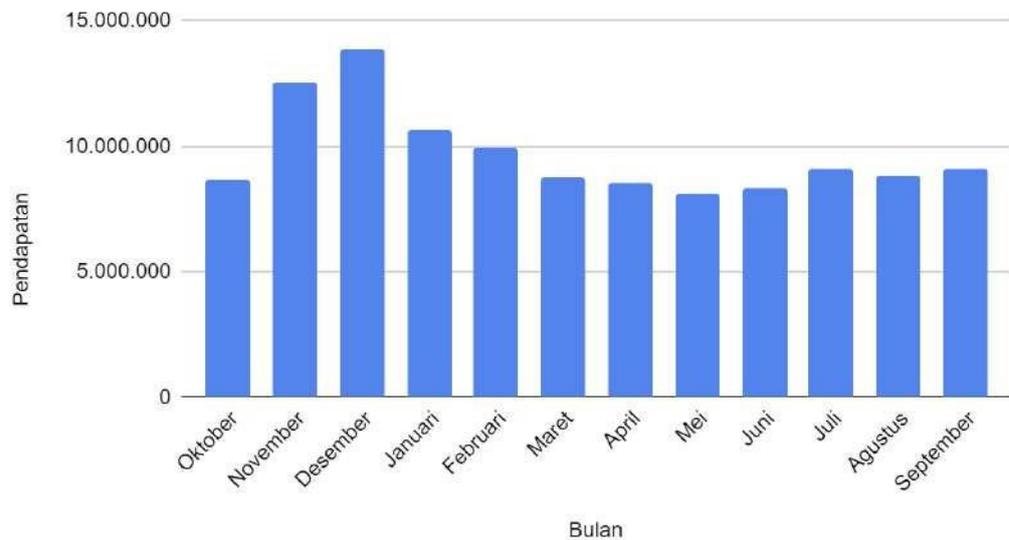
Jumlah Pengunjung Dang Gida Pocha Periode Okt 2022 -Sept 2023



Gambar 1. Data Jumlah Pengunjung Dang Gida Pocha dalam 1 Tahun

Sumber : (Dang Gida Pocha, 2023)

Pendapatan Dang Gida Pocha Periode Okt 2022- Sept 2023



Gambar 2. Pendapatan Dang Gida Pocha dalam 1 Tahun

Sumber : (Dang Gida Pocha, 2023)

Gerobak Korea dan Spicy Won menjadi kompetitor Dang Gida Pocha yang dampaknya sangat terasa. Bagaimana tidak, kedua usaha tersebut memiliki pelanggan yang banyak khususnya di kota Bandung. Gerobak korea dan Spicy Won pun yang menjual makanan khas Korea dalam sebuah gerobak. Gerai Gerobak Korea dan Spicy Won saat ini sudah mulai ada dimana-mana. Hal ini menjadi tantangan bagi Dang Gida Pocha untuk memperbanyak cabang di berbagai daerah khususnya di wilayah Bandung karena Dang Gida Pocha saat ini hanya memiliki satu gerai yang terdapat di Jalan Tamansari No.14, Lb. Siliwangi, Kota Bandung.

Persaingan yang ketat membuat Dang Gida Pocha perlu merancang strategi yang membedakan produk yang dimiliki dengan pesaingnya. Dilihat dari peluang yang besar dari menjual makanan khas Korea membuat banyak calon pelaku usaha berlomba lomba menjual makanan khas Korea dengan kreativitas dan inovasi yang beragam dan menarik. Hal tersebut tentu menjadi sebuah ancaman bagi Dang Gida Pocha. Oleh karena itu, Dang Gida Pocha perlu melakukan adaptasi secara terus menerus. Mengetahui bahwa tantangan seperti ketatnya persaingan, proses manajemen stok dan keuangan, serta strategi pemasaran yang tepat perlu menjadi pertimbangan. Dang Gida Pocha sebenarnya sudah memiliki banyak pelanggan namun jangkauannya belum terlalu luas. Oleh karena itu, Dang Gida Pocha memerlukan strategi yang tepat dan relevan untuk dijalankan agar usaha dapat tumbuh dan berkembang serta mampu bertahan dalam jangka waktu yang lama.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah merupakan sebuah pertanyaan dalam sebuah penelitian yang dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam memahami sebuah permasalahan yang akan diteliti sehingga penelitian akan lebih terukur. Berikut identifikasi masalah dalam penelitian ini :

1. Bagaimana tantangan dan prospek dalam pengembangan usaha *street food* Korea dalam studi kasus Dang Gida Pocha?
2. Bagaimana perumusan strategi yang tepat bagi perkembangan bisnis DangGida Pocha?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan peneliti dalam pembahasan karya ilmiah ini adalah agar peneliti mampu memberikan pandangan terkait arah pertumbuhan yang *visible* bagi perusahaan Dang Gida Pocha. Tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui tantangan dan prospek Dang Gida Pocha dalam proses pengembangan bisnis *street food* Korea di Kota Bandung dilihat dari ancaman dan peluang yang dimiliki.
2. Merumuskan alternatif strategi pengembangan yang tepat yang harus diterapkan oleh Dang Gida Pocha dalam menjalankan bisnisnya.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dibuat untuk membantu pengembangan bisnis Dang Gida Pocha yang bergerak dalam bisnis kuliner tepatnya bisnis yang menjual makanan khas Korea. Dalam penelitian ini membahas mengenai strategi yang tepat dan relevan untuk diterapkan oleh Dang Gida Pocha dalam menjalankan bisnisnya. Dengan beberapa gagasan-gagasan strategi yang telah dikaji oleh peneliti dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan *insight* baru dan referensi bagi pemilik bisnis Dang Gida Pocha bagi pertumbuhan dan perkembangan bisnis yang berguna bagi keberlangsungan bisnis.

#### 1.5 Profil Usaha



Gambar 3. Dang Gida Pocha

Sumber : (*Profil Usaha Dang Gida Pocha, 2022*)

Dang Gida Pocha merupakan sebuah usaha UMKM yang bergerak dalam bidang kuliner. Dang Gida Pocha menjual berbagai jenis makanan khas Korea yang saat ini banyak digemari oleh berbagai kalangan, khususnya Kalangan Gen Z. Dang Gida didirikan oleh 2 orang bernama Nadila Setya dan Demby Rizky yang merupakan suami istri muda yang sangat tertarik untuk menggeluti bisnis kuliner.

Tabel 0.1.1 Profil Usaha

Nama Usaha	Dang Gida Pocha
Tahun Didirikan	2022
Lokasi Usaha	Jalan Tamansari No.14, Lb. Siliwangi, Kota Bandung.
Nomor Telepon	0815-7282-8382
Alamat Email	<a href="mailto:danggida@gmail.com">danggida@gmail.com</a> <a href="mailto:nadilasetya@gmail.com">nadilasetya@gmail.com</a> <a href="mailto:dembyrizky@gmail.com">dembyrizky@gmail.com</a>
Media Sosial	1) Instagram : danggida_pocha  2) Tiktok : danggida

Sumber: (Profil Usaha Dang Gida Pocha, 2022)

### 1.5.1 Visi dan Misi Usaha

Visi misi yang dimiliki oleh Dang Gida Pocha adalah sebagai berikut :

- Visi

Menjadi makanan favorit bukan hanya untuk kalangan gen Z tetapi juga untuk sarana berkumpul keluarga dalam satu meja di Dang Gida Pocha.

- Misi

Menghadirkan hidangan makanan khas Korea dengan percikan citarasa nusantara agar tetap bersahabat dengan lidah orang Indonesia, khususnya orang tua para gen Z.

### 1.5.2 Produk usaha

Produk Dang Gida Pocha terdiri dari makanan-makanan khas Korea yang biasa dijumpai seperti pada daftar menu yang dimiliki oleh Dang Gida Pocha sebagai berikut :



Gambar 4. Produk Dang Gida Pocha

Sumber : (Dang Gida Pocha, 2022)