



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

*Terakreditasi A*

*SK BAN-PT NO:468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Analisis Strategi Bertahan Gogijib Korean Barbeque di Bandung**

Skripsi

Oleh

Sharleen Abigail

2014320059

**Bandung**

No. Koda	: AB ABI 2 / 18	2018
Tanggal	: 18 Februari 2019	
No. Ind.	: 8385 - FISIP / SKP 36982	
Divisi	:	
Hadiah / Beri	:	
Dari	: FISIP	



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

*Terakreditasi A*

*SK BAN-PT NO:468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Analisis Strategi Bertahan Gogijib Korean Barbeque di Bandung**

Skripsi

Oleh

Sharleen Abigail

2014320059

Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph.D

**Bandung**

**2018**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Sharleen Abigail  
Nomor Pokok : 2014320059  
Judul : Analisis Strategi Bertahan Gogijib Korean Barbeque di Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Kamis, 26 Juli 2018  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**  
Gandhi Pawitan, Ph.D

: 

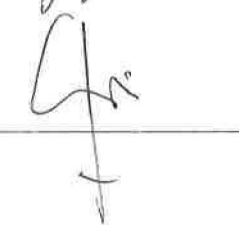
**Sekretaris**

Sanerya Hendrawan, Ph.D

: 

**Anggota**

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

: 

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



## Pernyataan

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Sharleen Abigail

NPM : 2014320059

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Bertahan Gogijib Korean Barbeque di Bandung

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

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

Bandung, 31 Mei 2018



Sharleen Abigail

## ABSTRAK

Nama : Sharleen Abigail

NPM : 2014320059

Judul : Analisis Strategi Bertahan Gogijib Korean Barbeque di Bandung

---

Pada masa sekarang, jumlah restoran yang berada di Kota Bandung semakin meningkat, hal ini tidak terlepas dari semakin banyaknya pusat perbelanjaan di Kota Bandung. Banyaknya konsumen dari luar dan dalam kota yang ingin merasakan sebuah citarasa baru dalam dunia kuliner, menuntut restoran – restoran yang satu dan lainnya untuk bisa memberikan sesuatu yang unik, menarik, dan membuat konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan. Restoran juga harus mampu dan mengerti apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Masuknya pendatang baru ataupun café – café yang unik dengan ciri khas nya masing – masing, menuntut restoran untuk terus bisa berinovasi dan kemudian mempertahankan kualitas yang sudah ada untuk dapat mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan – pelanggan baru.

Penelitian ini menggunakan manajemen stratejik sebagai kearangka kerja untuk menyelesaikan masalah strategi di dalam perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus, sedangkan jenis penelitian yang digunakan *deskriptif analysis*. Pengumpulan data yang dilakukan yaitu melalui penelitian lapangan dengan wawancara dan observasi langsung. Dalam merumuskan strategi, alat analisis yang digunakan adalah matriks, yang diintegrasikan menjadi dua tahap yaitu, *input stage* dan *matching stage*.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditemukan bahwa Gogijib Korean Barbeque menggunakan strategi bertahan. Strategi ini diaplikasikan supaya pengunjung dapat merasakan pengalaman yang berbeda dari segi pelayanan, konsep restoran, juga dekorasi tempat, penyajian makanan dan suasananya. Dari matriks internal dan eksternal dapat menunjukkan bahwa Gogijib Korean Barbeque dapat melaksanakan beberapa strategi yang berbeda seperti strategi peningkatan produk dan pembaharuan produk untuk membantu perusahaan dalam meningkatkan pasarnya agar lebih besar dan mempertahankan posisi bertahan yang lebih kuat.

## ABSTRACT

*Name : Sharleen Abigail*

*NPM : 2014320059*

*Title : The Analysis of Gogijib Korean Barbeque's Defend Strategy*

---

*In recent years, the amount of restaurant in Bandung increase every day, the increasing number of restaurant is tied to the high number of shopping center in the city of Bandung. The amount of consumer from outside and inside the city that want to feel the new sensation in culinary world demand one another restaurants to give something that unique, interesting and make consumer attracted with the offered product. Those restaurants also need to be capable and understand what the consumer's needs and desired. The entry of newcomers both in consumer and competitors that unique within' their own specialty, demand restaurant to keep innovate and then maintain their existing quality to keep their existing customers and attract new ones.*

*This research uses strategic management as a framework to solve strategy problems in a company. The research methods that is used is case study, while the research type used is descriptive analytics. The method of data collection that is used by the researchers are through field study by doing interview and direct observation. While they formulate strategies, the analytic tools that are used are matrix that can be integrated into two stages which are input stage and matching stage.*

*It is concluded that Gogijib Korean Barbeque uses defend strategic. This strategic is applied so that the customers can feel a different experience from the terms of service, restaurant's concept, also place's decoration, food presentation and restaurant's atmosphere. From this internal and external matrix can show that Gogijib Korean Barbeque can do some different strategies, such as enhancement product strategy and renewal product to help the company in improving its market so that it can expand and maintain its defend position that is stronger.*

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan anugerah dan kasih setia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Bertahan Gogijib Korean Barbeque Bandung “. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Administrasi Bisnis (S1) pada Program Studi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Fakultas Administrasi Bisnis Universitas Katholik Parahyangan Bandung.

Penulis menyadari bahwa proses penulisan skripsi ini tidak lepas dari doa, arahan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu, dalam kesempatan ini perkenankan penulis untuk mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Papih, Mamih, Cici Sharon, Cihu Happy terima kasih buat dukungan dan kepercayaan yang dikasih selama ini dan akhirnya bisa lulus dari Unpar, terutama untuk doa – doa nya selama ini.
2. Ibu Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si, selaku dosen wali.
3. Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang telah mengarahkan dan membimbing untuk menyusun skripsi ini.
4. Cici Vinessa Audrey Salim selaku pemilik Gogijib Korean Barbeque yang telah memberikan informasi - informasi, membantu proses penelitian ini dan membantu menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Fransisca Mulyono yang selalu memberi semangat, wejangan dan motivasi untuk bisa terselesaikannya skripsi ini.

6. Seluruh dosen jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang telah membantu, memberikan pengajaran yang baik, perhatian, saran dan pengetahuan – pengetahuan baru untuk membantu terselesaikannya skripsi ini.
7. Richard Ilyus, selaku teman pria terdekat yang selalu memberikan dukungan, perhatian, dan membantu penulis jika mengalami kendala.
8. Amanda Leonita sahabat sejati yang memberikan dukungan, saran, dan bantuan selama pengerjaan skripsi ini.
9. Ratu Shelma Rickie sahabat yang selalu bisa menghibur dimana pun situasinya.
10. Louis Fernando, Cindy Vinsensa, Gride Britania Saragih, Kenneth Timotius, Albert Cius Pasaribu.
11. Angela Inka Kresentia dan Victoria Jessica Magdalena Sitorus.
12. Cici Michelle Yomori, Cici Mourenfa Shendiana, Cici Stanie Pinkan dan Vioreen Yomori Hatsuko selaku penghibur ditengah kegalauan skripsi ini.
13. Koko Yeshey selaku yang meyakinkan bisa lulus dari Unpar.
14. Koko Chrisnanda, Koko Camuh, Koko Erwin, Koko Aming.
15. Felix Reynaldi dan Alexander Revaldi terimakasih untuk dukungannya.

Bandung, 6 Agustus 2018

Sharleen Abigail



## Daftar Isi

ABSTRAK.....	I
<i>ABSTRACT</i> .....	II
KATA PENGANTAR.....	III
DAFTAR ISI.....	V
DAFTAR TABEL.....	IV
DAFTAR GAMBAR.....	X
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II.....	10
KERANGKA TEORI / PEMIKIRAN.....	10
2.1 Pengertian Strategi.....	10

2.2 Five Forces Model.....	12
2.3 Strategi Bertahan.....	16
2.4 Swot Analisis.....	19
2.5 Manejemen Strategis.....	20
2.5.1 Pengertian Manajemen Strategis.....	20
2.5.2 Tahap-Tahap Manajemen Strategis.....	20
2.5.3 Hakikat Evaluasi Strategis.....	24
BAB III.....	26
METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Metode Penelitian.....	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4 Sumber Data.....	29
3.5 Pengolahan Dan Analisis Data.....	29
3.5.1 Pembuatan Strateegi.....	30
3.6 <i>Internal External</i> (Ie) Matrix.....	33
3.7 Lokasi Penelitian.....	34

BAB IV.....	36
OBJEK PENELITIAN.....	36
4.1 Sejarah Perusahaan.....	36
4.2 Struktur Perusahaan.....	36
4.3 Fasilitas Karyawan.....	41
4.4 Foto Gogijib Korean Barbeque.....	43
BAB V.....	47
HASIL & PEMBAHASAN.....	47
5.1 Analisis SWOT.....	47
5.1.1 Peluang Perusahaan ( <i>Opportunity</i> ).....	47
5.1.2 Ancaman Perusahaan ( <i>Threats</i> ).....	49
5.1.3 Kekuatan Perusahaan ( <i>Strength</i> ).....	51
5.1.4 Kelemahan Perusahaan ( <i>Weakness</i> ).....	55
5.1.5 Analisis Lingkungan Jauh.....	56
5.1.6 Analisis Lingkungan Industri.....	63
5.1.7 Analisis Lingkungan Operasional.....	66
5.1.8 Pengumpulan Data ( <i>Input Stage</i> ).....	70
5.2 Unsur Pembentuk.....	76

5.3 Evaluasi Strategi Perusahaan.....	83
BAB VI.....	88
KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
6.1 Kesimpulan.....	88
6.2 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	93

## **Daftar Tabel**

Tabel 1.1	Perkembangan restoran Korea di Bandung.....	1
Tabel 1.2	Jumlah Pengunjung Gogijib Korean Barbeque.....	6
Tabel 3.1	Matriks Internal – Eksternal.....	34
Tabel 4.1	Gaji Pokok Karyawan Gogijib Korean Barbeque.....	42
Tabel 5.1	Jumlah Konsumen Gogijib Korean Barbeque.....	54
Tabel 5.2	Data Penjualan Gogijib Korean Barbeque .....	54
Tabel 5.3	Tingkat Inflasi Indonesia .....	57
Tabel 5.4	Faktor Penentu Keberhasilan Perusahaan .....	67
Tabel 5.5	Internal Factor Evaluation (IFE Matrix) / Kemampuan Internal .....	71
Tabel 5.6	External Factor Evaluation Matrix (EFE Matrix) .....	73
Tabel 5.7	Matriks Internal-Eksternal .....	75
Tabel 5.8	Data Penjualan Gogijib Korean Barbeque .....	83
Tabel 5.9	Jumlah Konsumen Gogijib Korean Barbeque.....	85
Tabel 5.10	Data Penjualan Gogijib Korean Barbeque.....	87

## Daftar Gambar

Gambar 2.1 <i>Five Forces Model</i> .....	12
Gambar 3.1 Peta Lokasi Gogijib Korean Barbeque.....	35
Gambar 4.1 Suasana Gogijib Korean Barbeque.....	44
Gambar 4.2 Instagram Gogijib Korean Barbeque.....	44
Gambar 4.3 Logo Gogijib Korean Barbeque.....	45
Gambar 4.4 Makanan Gogijib Korean Barbeque.....	45
Gambar 4.5 Menu Gogijib Korean Barbeque.....	46

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di jaman sekarang jumlah restoran di Kota Bandung semakin meningkat, hal ini tidak terlepas dari semakin banyaknya pusat perbelanjaan yang berada di Kota Bandung. Semakin banyaknya pengunjung yang ingin merasakan sebuah citarasa baru dalam dunia kuliner, mengharuskan restoran - restoran untuk memberikan sesuatu yang unik dan memiliki ciri khas tersendiri untuk memenuhi selera konsumen. Restoran diharuskan untuk mampu mengerti apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen. Maraknya pendatang baru dalam dunia kuliner yaitu dengan bermunculannya restoran ataupun *café – café* yang unik dengan ciri khas atau keunikannya masing – masing, menuntut restoran untuk terus berinovasi dan kemudian mempertahankan kualitas yang sudah ada untuk mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan – pelanggan baru. Kemudian industri kuliner yang akan saya teliti yaitu restoran Korean Barbeque yang berada di Bandung.

Perkembangan restoran Korea di Bandung dapat dilihat dari data berikut ini:

Tabel 1.1 Perkembangan restoran Korea di Bandung

No.	Nama Restoran	Alamat
1.	Chingu Café	Jl. Sawunggaling no. 10
2.	Mujigae Resto	Cihampelas Walk, Festival Citylink
3.	Korean House Restaurant	Jl. Sukajadi no. 175

4.	Wonjo Korean Barbeque	Jl. Setiabudhi no. 193
5.	Chung Gi Wa	Jl. Leumah Neundeut no. 87-89
6.	Seorae	Jl. Setiabudhi no. 49-51
7.	Han Kook Gwan	Jl. Prof. Doktor Sutami no. 52A
8.	Bornga Restaurant	Jl. Doktor Rajiman no. 5
9.	Tokki Pokki	Jl. Raya Kopo, Cirangrang
10.	Donwoori	Jl. Lombok no. 53
11.	Bing Soo	Jl. Sukajadi no. 198B
12.	Nomu Nomu Korean Grill	Jl. Gudang Selatan no. 22
13.	Ttals – Korean BBQ	Taman Holis Indah 1 blok C1 no. 21
14.	Arang 123	Jl. Sukahaji no. 123
15.	Korean 28	Jl. Gandapura no. 71C
16.	Ngorea Bistro	Jl. Progo no. 35
17.	Happy Snow Korean Snow Bingsu Café	Jl. Aria Jipang no. 1
18.	GOGI Korean BBQ	Jl. Burangrang no. 3
19.	Busan Korean Food Street	Jl. Pajajaran no. 136
20.	Korean Monster	Jl. Braga no. 41
21.	Sadang Korean BBQ	Jl. Wastukencana no. 63
22.	Gogijib Korean BBQ	Paskal Hyper Square Ruko B70

Sumber: <http://www.infobdg.com>



Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa perkembangan di dalam industri kuliner Korean Barbeque di Bandung cukup pesat. Restoran Korean Barbeque di Bandung yang saya teliti yaitu Gogijib Korean Barbeque, karena restoran ini terbilang baru tetapi dapat bertahan diantara restoran Korea lainnya. Di zaman sekarang cukup sulit untuk menghadapi persaingan yang pesat, maka dibutuhkannya strategi bertahan di dalam persaingan di industri kuliner.

Perkembangan indsutri di bidang kuliner memicu meluasnya jaringan usaha dan juga peluang bisnis di Indonesia. Pada tahun 2014, tercatat perusahaan restoran dan rumah makan berskala menengah dan besar menurut jaringan usaha, sebagian besar (62,38 persen) merupakan perusahaan yang berstatus cabang. Sedangkan sebanyak 37,63 persen merupakan perusahaan yang berstatus tunggal (tidak mempunyai cabang ditempat lain). Pertumbuhan ini meningkat sebesar 5 persen dari sebelumnya, hal tersebut mengindikasikan bahwa bisnis yang bergerak dalam industri kuliner memiliki prospek yang bagus.

Meningkatnya permintaan konsumen pada industri kuliner ini didukung juga oleh pertumbuhan kelas menengah dari masyarakat Indonesia. Seperti yang dikutip dari [jurnal.narotama.ac.id](http://jurnal.narotama.ac.id) jumlah kelas menengah di Indonesia mengalami perkembangan pesat setelah krisis moneter 1997/1998. Bank Dunia mencatat, pertumbuhan kelas menengah di Indonesia tumbuh dari 45 juta pada 1999 (25% dari jumlah penduduk) menjadi 134 juta pada tahun 2010. Dan pada 2015 kelas menengah tersebut sudah diprediksi akan mencapai angka 170 juta atau 70% dari jumlah penduduk.

Selain itu menurut survei terbaru *MasterCard*, yang bertujuk *Consumer Purchasing Priorities*, memberikan pernyataan bahwa sebanyak 22 persen orang Indonesia memilih makan di restoran dan kafe kelas menengah. Hal ini tentu dipicu oleh daya beli masyarakat Indonesia yang semakin membaik seiring berjalannya waktu meningkatnya jumlah penduduk kelas menengah di Indonesia. Dan dalam survei ini juga diberitahukan bahwa secara umum tahun 2015, responden di Indonesia masih berencana untuk tetap makan dalam frekuensi yang sama (62 persen) dalam kurun waktu satu tahun kedepan.

Mayoritas dari masyarakat Indonesia juga berencana untuk tetap memilih dan menikmati santapan di restoran dengan harga yang sama (69 persen), diikuti dengan mereka yang berencana untuk makan ditempat yang lebih terjangkau (27 persen) dan 4 persen lainnya mempunyai rencana menikmati santapan di tempat yang lebih mahal.

Menurut pemilik restoran, Gogijib Korean Barbeque memutar otak untuk mendapat keuntungan yang besar, membuat bisnisnya bertahan dan stabil, dan mampu diterima oleh masyarakat luas dengan cara membuka restoran Korean Barbeque menggunakan strategi bertahan dalam industri kuliner di Bandung.

Gogijib Korean Barbeque adalah sebuah bisnis makanan dan minuman yang berasal dari Korea yang berbentuk restoran dan berdiri pada tahun 2017. Gogijib Korean Barbeque berada dalam industri persaingan restoran – restoran Korea di kota Bandung. Dengan semakin maraknya industri kuliner terutama restoran ala Korea ini, Gogijib Korean Barbeque menjadi sebuah pendatang baru yang memilih menjalankan strategi bertahan dalam menghadapi industri kuliner yang sudah

marak di Bandung. Sebagai salah satu restoran yang baru memulai bisnisnya Gogijib Korean Barbeque adalah sebuah restoran yang berkonsep Korea dan menawarkan bahan baku yang berkualitas seperti daging yang di import langsung dari US dan daging-daging lokal yang memiliki citarasa yang baik. Dengan konsep yang lengkap dan ditunjang dengan lokasi yang sangat strategis yaitu terletak di Paskal Hyper Square Ruko B70, Jalan Pasirkaliki no 25-27, Gogijib Korean Barbeque akan memperoleh kesempatan pasar yang luas. Untuk dapat memenuhi sasarannya, Gogijib Korean barbeque harus secara sadar dan sistematis memilih unsur strategi yang tepat. Dengan lokasi yang mudah dijangkau dan ditemui membuat restoran yang bertema Korean barbeque mendapat nilai lebih dalam persaingan di kota Bandung. Tujuan Gogijib Korean Barbeque sebagai perusahaan adalah untuk dapat bertahan didalam persaingan bisnis makanan dan minuman Korea dengan menghasilkan keuntungan yang besar. Dengan begitu Gogijib Korean Barbeque harus memenuhi sasarannya dengan menggunakan elemen - elemen strategi yang dimiliki. Elemen strategi masing – masing restoran Korea sangat bervariasi, tapi masing – masing restoran Korea memiliki elemen – elemen wajar seperti rasa makanan, variasi menu dan harga. Dengan meningkatkan kinerja dan memilih pemasaran yang baik dalam menjalankan suatu usaha merupakan cara yang tepat agar tetap eksis dalam persaingan dan produknya bisa dikenal dan diminati konsumen. Dengan kata lain, pemasaran sangat berperan penting dalam menjalankan kemajuan dan kelangsungan hidup suatu usaha, baik usaha dibidang jasa maupun dibidang penjualan suatu produk.

Dengan menu yang berbeda dari yang lain dan lokasi yang sangat strategis diharapkan dapat menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen tetap.

Dapat dilihat strategi bertahan dari Gogijib Korean Barbeque untuk tetap bisa mempertahankan usahanya dibidang kuliner ditengah pesatnya industri kuliner di Bandung. Untuk wisatawan yang berasal dari luar Bandung pasti ingin mencoba makanan korea ini yang berlokasi di Hyper Square, karena mudah dijangkau dan berlokasi ditengah kota. Untuk para pelanggan Gogijib Korean Barbeque cukup ramai di *weekday* dan sangat ramai di hari *weekend*. Karena dihari biasa pun banyak orang yang bermain ke mall yang baru di Hyper Square dan membuat peningkatan pelanggan yang cukup besar di Gogijib Korean Barbeque.

Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung Gogijib Korean Barbeque

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	April	2451
2	Mei	3421
3	Juni	2516

Sumber : Wawancara dengan pihak pengelola Gogijib Korean Barbeque (2017)

Menurut Meriam – Webster mendefinisikan defensif sebagai suatu usaha melindungi seseorang atau sesuatu dari sebuah serangan. Pengertian defensif adalah suatu hal yang bersifat melindungi seseorang atau sesuatu terhadap serangan, menjaga keamanan, membentengi diri dan sebagainya. Strategi defensif dalam bisnis merupakan strategi yang bertujuan untuk mempertahankan posisi perusahaan pasar. Strategi bisnis ini biasanya digunakan oleh organisasi bisnis yang akan untuk menghadapi serangan dari pesaing – pesaingnya. Strategi bertahan sangatlah penting dalam menghadapi situasi di dalam persaingan yang begitu pesat dan harus mampu menciptakan sesuatu yang berbeda dari orang lain. Strategi bertahan salah

satu upaya mencari posisi aman yang menguntungkan dalam suatu industri yang bisa menjadi unggul dan mempunyai tujuan bertumbuh di masa depan.

Dari data yang ada diatas dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan pengunjung Gogijib Korean Barbeque. Peningkatan ini terjadi karena Gogijib Korean Barbeque membuat strategi bertahan yang cukup efektif. Namun peningkatan yang di alami pengunjung Gogijib Korean Barbeque tidak bersifat berkepanjangan.

Dengan strategi ini terbukti bahwa Gogijib Korean Barbeque dapat bertahan dalam industry restoran di Kota Bandung maka, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul:

“Analisis Strategi Bertahan Gogijib Korean Barbeque di Kota Bandung”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

- Bagaimana posisi dan kondisi strategik dari Gogijib Korean Barbeque dalam konteks industri kuliner di Kota Bandung?
- Apa saja unsur yang menjadi pembentuknya keunggulan strategi bertahan Gogijib Korean Barbeque?
- Seberapa efektif strategi bertahan yang diterapkan bagi Gogijib Korean Barbeque?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

- Untuk mengetahui posisi dan kondisi strategik dari Korean barbeque dalam konteks industri kuliner di Kota Bandung
- Untuk mengetahui strategi bertahan yang digunakan Gogijib Korean Barbeque
- Untuk mengetahui seberapa efektif strategi bertahan yang diterapkan bagi Gogijib Korean Barbeque.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Dengan diadakannya penelitian ini, diharapkan dapat berguna bagi:

1. Pihak perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan oleh perusahaan dalam hal strategi bisnis dalam meningkatkan tujuan penjualan untuk kemajuan perusahaan

2. Pihak peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai penerapan ilmu dari teori-teori yang diperoleh selama masa perkuliahan dalam praktek dunia usaha.

### 3. Pihak pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan karya tulis ini sebagai tambahan wawasan yang menggambarkan bagaimana sebuah persaingan disebuah industri kuliner yang terjadi di Kota Bandung