

INTISARI

Industri kuliner berkaitan erat dengan sektor industri pariwisata karena dalam keduanya ada aktivitas simbiosis mutualisme. Industri kuliner tidak hanya memberikan kontribusi pada sektor pariwisata namun juga memberikan kontribusi terhadap perekonomian dan ketenagakerjaan. Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki potensi sumber daya pariwisata yang menjadi daya tarik bagi turis domestik maupun internasional. Hal ini didukung dengan data yang menunjukkan adanya pertumbuhan kunjungan wisatawan ke Jogjakarta tahun 2013 hingga 2017. Dengan perkembangan infrastruktur untuk kemajuan pariwisata dan pertumbuhan tingkat pengunjung ke Yogyakarta akan menjadi peluang yang baik bagi pengusaha yang bergerak dibidang kuliner. Untuk memanfaatkan peluang tersebut, para pengusaha yang bergerak dibidang kuliner harus mempersiapkan strategi dalam menghadapi persaingan.

The House of Raminten merupakan unit usaha dibawah naungan PT Hamzah Batik yang bergerak di bidang kuliner yang mengusung konsep unik, antik dan elegan yang menjadi pembeda dari para kompetitor yang bergerak dibidang kuliner di Yogyakarta. Dalam hal ini *the House Raminten* memiliki keunggulan kompetitif untuk menghadapi persaingan dipasar. Keunggulan bersaing diperoleh dengan melakukan pengelolaan aktivitas-aktivitas rantai nilai (*value chain*) dengan baik agar dapat menjalankan strategi yang sesuai untuk mencapai tujuan usaha.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan kajian tentang bagaimana the House of Raminten mengelola aktivitas penting yang terdapat di sepanjang rantai nilai (*value chain*). Dengan analisis rantai nilai maka akan dapat di identifikasikan aktivitas-aktivitas apa yang menjadi kekuatan dan keunggulan kompetitif berkelanjutan.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa *the House of Raminten* memiliki kekuatan yang menjadi sumber keunggulan bersaing berkelanjutan yang terdapat pada aktivitas rantai nilai. Terdapat 6 sumber daya dan kapabilitas yang merupakan *cost driver* (keunggulan biaya) dan 9 sumber daya yang merupakan *uniqueness driver* (keunikan). Keunggulan kompetitif berkelanjutan ini menjadi dasar penerapan strategi differensiasi yang terorganisasi dan terintegrasi untuk memberikan nilai tambah kepada konsumen.

ABSTRACT

The culinary industry is closely related to the sector of the tourism industry because in both there is a symbiotic activity of mutualism. The culinary industry contributes not only to the tourism sector but also contributes to the economy and employment. The province of Yogyakarta has potential tourism resources that become an attraction for both domestic and international tourists. It is supported by data indicating the growth of tourist visits to Jogjakarta from 2013 to 2017. With the development of infrastructure for the advancement of tourism and the growth rate of visitors to Yogyakarta will be a good opportunity for entrepreneurs engaged in culinary. To take advantage of these opportunities, entrepreneurs engaged in the culinary must prepare a strategy in the face of competition.

The House of Raminten is a business unit under the auspices of PT Hamzah Batik engaged in the culinary field that carries the concept of unique, antique and elegant that become a differentiator of the Compeior engaged in the culinary in Jogjakarta. In this case The House Raminten has a competitive advantage to face the market competition. Competitive advantage is achieved by managing the value chain activities well in order to run the appropriate strategy to achieve the business objectives.

This research aims to conduct a study on how The House of Raminten manages the important activities found along the value chain. With the analysis of the value chain, it will be able to identify what activities are strengths and the competitive advantage of sustainability.

The results of the study found that The House of Raminten had the power to be a source of sustainable competing excellence in value chain activity. There are 4 resources and capability which is cost driver (cost advantage) and 11 resources which is uniqueness driver (uniqueness). This sustainable competitive advantage is achieved by implementing an organized and integrated differentiation strategy to provide added value to consumers.