

**PERAN STRATEGI DIVERSIFIKASI *FOOD AND BEVERAGE*  
UNTUK MENINGKATKAN *COMPETITIVE ADVANTAGE*  
DI RAYZ HOTEL UMM**

**SCRIPTPRENEUR**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Manajemen



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
JANUARI 2024**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### PERAN STRATEGI DIVERSIFIKASI FOOD AND BEVERAGE

### UNTUK MENINGKATKAN COMPETITIVE ADVANTAGE DI RAYZ HOTEL UMM

Yang disiapkan dan disusun oleh :  
Nama : Yulika Wahyu Mara Rizka  
NIM : 20201016031132

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan pengaji pada tanggal 23 Januari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana

Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Pengaji:

Pengaji I : Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.

Pengaji II : Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M.

Pengaji III : Ardiq Praharto, S.AB., M.AB.

Pengaji IV : Dr. Nurul Asfiah, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan, Anggota Komisi dan Ketua Jurusan

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Yulika Wahyu Mara Rizka  
NIM : 202010160311332  
Program Studi : Manajemen  
E-mail : yulikawahyumarizka0307@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Scriptpreneur ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik Sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penipian (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (*referensi*) dalam Scriptpreneur ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Malang, 15 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Yulika Wahyu Mara Rizka

**THE ROLE OF FOOD AND BEVERAGE DIVERSIFICATION  
STRATEGIES TO INCREASE COMPETITIVE ADVANTAGE**  
**AT THE RAYZ UMM HOTEL**

Yulika Wahyu Mara Rizka, Dr. Nurul Asfiah, M.M., Ardk Praharjo, M.AB

*Department of Management, University of Muhammadiyah Malang*

*E-mail: [yulikawahyumarizka0307@gmail.com](mailto:yulikawahyumarizka0307@gmail.com)*

**ABSTRACT**

*Competition in the hotel business in Indonesia is getting tighter from year to year, in fact almost no hotel runs alone without having competitors. Competitive advantage is important for companies to achieve success and maintain their sustainability in a competitive market. Therefore, diversification strategies have an important role in realizing the success of a hotel. This research aims to determine the role of food and beverage diversification strategies to increase competitive advantage at Rayz Hotel UMM. The type of research used in this research is descriptive research with a qualitative approach. The data collection techniques used were observation, interviews and documentation. The informants taken for data analysis were internal parties at Hotel Rayz UMM and customers. The data analysis method used in this research is the Miles and Huberman interactive data analysis model, namely data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of the research show that the food and beverage diversification strategy plays a role in increasing competitive advantage at Rayz Hotel UMM, but its implementation is still not optimal and there needs to be improvements such as rotate food and drinks every day, carry out selection in the F&B team recruitment process, program regular F&B team training, create attractive food and drink themes, procure air conditioning and bread baking equipment.*

**Keywords:** diversification strategy, food and beverage, competitive advantage

**PERAN STRATEGI DIVERSIFIKASI FOOD AND BEVERAGE**  
**UNTUK MENINGKATKAN COMPETITIVE ADVANTAGE**  
**DI HOTEL RAYZ UMM**

Yulika Wahyu Mara Rizka, Dr. Nurul Asfiah, M.M., Ardiq Praharjo, M.AB

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang

E-mail: [yulkawahyumarizka0307@gmail.com](mailto:yulkawahyumarizka0307@gmail.com)

**ABSTRAK**

Persaingan bisnis hotel di Indonesia dari tahun ke tahun semakin ketat, bahkan hampir tidak ada hotel yang berjalan sendiri tanpa memiliki kompetitor. Keunggulan bersaing merupakan hal penting bagi perusahaan untuk meraih keberhasilan dan mempertahankan keberlanjutan mereka di pasar yang kompetitif. Oleh karena itu strategi diversifikasi mempunyai peran yang penting dalam mewujudkan keberhasilan suatu hotel. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran strategi diversifikasi *food and beverage* untuk meningkatkan *competitive advantage* di Rayz Hotel UMM. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan yang diambil untuk analisis data ialah dari pihak internal Hotel Rayz UMM dan pelanggan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis data interaktif Miles and Huberman yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi diversifikasi *food and beverage* berperan untuk meningkatkan *competitive advantage* di Rayz Hotel UMM namun dalam penerapannya masih belum optimal dan perlu adanya suatu perbaikan seperti merotasi makanan dan minuman setiap hari, melakukan seleksi pada proses rekrutmen tim F&B, memprogram pelatihan tim F&B secara berkala, membuat tema makanan dan minuman yang menarik, melakukan pengadaan AC dan alat pengembang roti.

Kata kunci: strategi diversifikasi, *food and beverage*, *competitive advantage*

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrohim

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan Scriptpreneur dengan judul “Peran Strategi Diversifikasi *Food and Beverage* untuk Meningkatkan *Competitive Advantage* di Hotel Rayz UMM”, dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan.

Teriring do'a dan sholawat, senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad S.A.W., Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Semoga tumpahan do'a sholawat menetes kepada segenap keluarga dana sahabatnya, para syuhada’, para mushonnifin, para ulama’, dan seluruh umatnya, yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan Scriptpreneur ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ucapan syukur, dalam kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Fauzan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Dr. Idah Zuhroh, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M. selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang
4. Novi Puji Lestari, SE., MM. selaku dosen wali Manajemen G 2020 Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Dr. Nurul Asfiah, M.M. selaku dosen pembimbing satu yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengoreksi serta memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini.

6. Ardirik Praharjo S.AB., M.AB selaku dosen pembimbing dua yang penuh kesabaran telah mengoreksi dan memberikan bimbingan serta petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan hingga terselesaiannya skripsi ini.
7. Ayahanda Suparto dan Ibunda Umi Badriyah serta kakak Avi Sunani yang telah banyak memberikan do'a, ridho, dukungan dan pengorbanan baik secara moral maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
8. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis lainnya yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan hingga akhir penyusunan skripsi ini.
9. Sahabat penulis, Anindya Ayu Prameswari dan Tazkia Khoirunnisa terima kasih atas dukungan, pengalaman dan kerjasamanya selama perkuliahan dan penyelesaian tugas akhir.

Hanya ungkapan terima kasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya, tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Aamiin Yaa Robbal Aallamiin.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik yang konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terima kasih.

Malang, 15 Januari 2024

Penulis,

Yulika Wahyu Mara Rizka

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
ABSTRAK BERBAHASA INGGRIS.....	iii
ABSTRAK BERBAHASA INDONESIA .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II: TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori .....	8
1. Strategi Diversifikasi Produk .....	8
2. <i>Competitive Advantage</i> (Keunggulan Bersaing) .....	14
3. Hubungan Strategi Diversifikasi Produk dan <i>Competitive Advantage</i> .....	17
4. Pentingnya Diversifikasi Produk pada Industri <i>Food and Beverage</i> untuk Meningkatkan <i>Competitive Advantage</i> .....	18
B. Penelitian Terdahulu.....	19
C. Kerangka Konseptual .....	20
<b>BAB III: METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	21
B. Fokus Penelitian .....	21

C. Lokasi Penelitian .....	22
D. Subjek Penelitian .....	22
E. Metode Pengumpulan Data .....	22
F. Metode Analisis Data .....	24
BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Profil Rayz Hotel UMM.....	26
B. Analisa Hasil .....	27
C. Pembahasan .....	35
BAB V: PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	41
B. Saran .....	42
DAFTAR PUSTAKA .....	44
LAMPIRAN .....	47

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data Keluhan Pelanggan pada Outlet The Sunshine Restaurant, The Legacy, Sky Rooftop dan Banquet.....	5
--	---



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	20
Gambar 3.1 Model Analisis Data Interaktif Miles and Huberman .....	24
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Rayz Hotel UMM.....	27



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Pedoman Wawancara .....	.47
Lampiran 2. Hasil Wawancara .....	60
Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara .....	78



## DAFTAR PUSTAKA

- Al Aidhi, A., Ade, M., Harahap, K., Rukmana, A. Y., Palembang, S. P., & Bakri, A. A. (2022). Peningkatan Daya Saing Ekonomi melalui peranan Inovasi. *Jurnal Multidisiplin West Science* (Vol. 2, Issue 02).
- Andayaningsih, S., & Marhumi, S. (2022). *Jurnal Mirai Management Analisis Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Penjualan Pada PT. Wicaksana Overseas International. Tbk Cabang Gowa.* 7, 540–548.
- Assauri, S., & Assauri, F. (2011). *Strategic management: sustainable competitive advantages*. Penerbit Lembaga Management, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.
- Assauri Sofjan. (2016). *Strategic Management Sustainable Competitive Advantages* (2nd ed.). Rajawali Pers.
- Astuti, P. P. (2022). STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK SEBAGAI UPAYA MENGHADAPI PERSAINGAN. *Jurnal Utilitas*, 7(1), 1–6.
- Cresswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methode Approaches* (4th ed.; V. et. a. Knight, ed.). New Delhi: Sage Publications.
- Davis, B., Lockwood, A., Alcott, P., & Pantelidis, L. (2018). *Food and Beverage Management*.
- Gobel, J., Yantu, I., & Juanna, A. (2022). Pengaruh Strategi Diversifikasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing Kentucky Fried Chicken (KFC) Jl. Hb Jassin Gorontalo. *JAMBURA*, 5(2).
- Haris Herdiansyah, Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial, (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), hlm. 116
- Hasanah, H. (2016). *TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial)*.
- Hermawan, L. (2015). *DILEMA DIVERSIFIKASI PRODUK: MENINGKATKAN PENDAPATAN ATAU MENIMBULKAN KANIBALISME PRODUK?*
- Kotler, P. K. K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (A. Maulana & W. Hardani, Eds.; 13th ed.). Erlangga.

- Kusumawardhani, Y. (2020). Kajian 14 Pillar Pada Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) Sebagai Indikator Daya Saing Pariwisata Suatu Negara. *Tourism Scientific Journal*, 6(1), 79-95.
- Lestari, D., & Bernika, C. (2022). PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ESSENTIEL COFFEE SHOP DI BANDUNG. *TRANSEKONOMIKA: AKUNTANSI, BISNIS DAN KEUANGAN*, 2(5), 449–468.
- Markides, C. C., & Williamson, P. J. (2007). Related diversification, core competences and corporate performance. *Strategic Management Journal*, 15(S2), 149–165.
- Moleong, L.J. (2005). Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, E. (2019). Upaya Pemberdayaan Ekonomi, Sosial dan Budaya pada Masyarakat Melalui Pengembangan Bisnis Ekowisata. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 1(1), 38–43.
- Nainggolan, A. (2018). *Competitive Advantage Dan Upaya Meningkatkan Laba Perusahaan*.
- Nijman, J H., & Wolk, Van Der. (1983). Strategi Pemasaran Modern. Jakarta: Erlangga.
- Prasetyo, B. Y., & Daroini, A. (2022). Strategi Pengembangan Produk Kimia. *Otonomi*, 22(1), 138.
- Porter, Michael E. 1998. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York : Free Press.
- Purnama Hery Setiawan, bani. (2003). ANALISIS PENGARUH SUMBER-SUMBER KEUNGGULAN BERSAING BIDANG PEMASARAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA (Vol. 2, Issue 8).
- Sinarti, S., & Darmajati, J. (2019). PENGARUH LEVERAGE, DIVERSIFIKASI PRODUK DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PROFITABILITAS. *JOURNAL OF APPLIED MANAGERIAL ACCOUNTING*, 3(1), 96–106.
- Suprina, R., Hendrayati, H., Gaffar, V., & Hurriyati, R. (2022). Memahami Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan Hotel: Suatu Tinjauan Pustaka Sistematis Understanding Customer Satisfaction toward Hotel Service: A

- Systematic Literature Review. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)*, 13(3), 233–243.
- Swastha, Basu dan Irawan. 1990. Manajemen Pemasaran Modern. Edisi kedua. Cetakan ke sebelas. Yogyakarta : Liberty Yogyakarta.
- Syafi'i, A., Shobichah, S., & Mulyani, M. (2023). PENGARUH DIVERSIFIKASI PRODUK TERHADAP PERTUMBUHAN DAN KEUNGGULAN BERSAING: STUDI KASUS PADA INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN. *Jurnal Impresi Indonesia*, 2(6), 592–599.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*.
- Markides & Williamson. (1994). Related Diversification, Core Competencies and Corporate Performance. *Strategic Management Journal*. 15, 149–165.
- Yuviani Kusumawardhani. (2020). Kajian 14 Pillar Pada Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) Sebagai Indikator Daya Saing Pariwisata Suatu Negara. *Tourism Scientific Journal*, 6(1), 79–95.



