



Identifikasi Sumber Daya Unggulan melalui Persepektif Resource-Based View (RBV) Studi Kasus: Geprek Abu Ahda

Adel Afrillia^{1,*}, Elsya Aprila¹, Ransi Shintia Welda¹, Vicky F Sanjaya¹

¹Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, Indonesia

Article Information

Article History:

Submit: 01 November 2025

Revision: 04 November 2025

Accepted: 17 November 2025

Published: 30 November 2025

Keywords

Resource-Based View; VRIN; Sumber Daya Unggulan; Keunggulan Kompetitif; Studi Kasus

Correspondence

E-mail: adelafrillia9c@gmail.com*

A B S T R A C T

Persaingan bisnis kuliner di kawasan kampus UIN Raden Intan Lampung mendorong pelaku usaha untuk mengoptimalkan sumber daya internal guna menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi sumber daya unggulan Geprek Abu Ahda Cabang UIN Raden Intan Lampung melalui pendekatan *Resource-Based View* (RBV) dengan analisis VRIN. Penelitian menggunakan metode kualitatif studi kasus dengan pengumpulan data melalui wawancara semistruktur, observasi, dan dokumentasi. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan metode. Data dianalisis dengan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan berdasarkan kriteria *Valuable*, *Rare*, *Inimitable*, dan *Non-Substitutable*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahan baku segar dan pelayanan ramah bersifat *valuable* namun mudah ditiru sehingga hanya menghasilkan keunggulan kompetitif sementara. Sementara itu, racikan sambal rahasia memenuhi seluruh kriteria VRIN dan menjadi sumber daya unggulan yang menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Temuan ini menegaskan pentingnya *aset intangible* sebagai kekuatan strategis utama dalam mempertahankan daya saing usaha kuliner di lingkungan kampus.

Abstract

The culinary business competition in the UIN Raden Intan Lampung campus area encourages business actors to optimize internal resources to create sustainable competitive advantages. This study aims to identify the superior resources of Geprek Abu Ahda, UIN Raden Intan Lampung Branch, through the Resource-Based View (RBV) approach with VRIN analysis. The study used a qualitative case study method with data collection through semi-structured interviews, observation, and documentation. Data validity was tested through triangulation of sources and methods. Data were analyzed by reduction, presentation, and drawing conclusions based on the criteria of *Valuable*, *Rare*, *Inimitable*, and *Non-Substitutable*. The results show that fresh raw materials and friendly service are *valuable* but easily imitated, resulting in only a temporary competitive advantage. Meanwhile, the secret chili sauce recipe meets all VRIN criteria and is a superior resource that creates a sustainable competitive advantage. These findings emphasize the importance of *intangible assets* as a key strategic strength in maintaining the competitiveness of culinary businesses in the campus environment.

This is an open access article under the CC-BY-SA license



1. Pendahuluan

Persaingan bisnis kuliner disekitar lingkungan kampus semakin meningkat seiring bertambahnya jumlah mahasiswa dan berkembangnya preferensi konsumen terhadap makanan cepat saji yang terjangkau namun tetap berkualitas. Hal ini juga terjadi dikawasan UIN Raden Intan

Lampung, di mana muncul berbagai usaha makanan dengan konsep serupa, salah satunya Geprek Abu Ahda. Sebagai salah satu brand kuliner yang cukup dikenal di wilayah tersebut, Geprek Abu Ahda cabang UIN Raden Intan Lampung terus berupaya mempertahankan daya tariknya ditengah kompetisi yang ketat, perubahan selera konsumen serta tuntutan kualitas pelayanan yang semakin tinggi.

Dalam menghadapi persaingan tersebut, penting bagi pelaku bisnis untuk memahami sumber daya internal yang dimilikinya. Keunggulan kompetitif tidak hanya ditentukan oleh faktor eksternal seperti tren pasar atau kondisi lingkungan, tetapi juga oleh kemampuan usaha memanfaatkan aset internal secara maksimal (Aslamiyah et al., 2024). Oleh karena itu, kerangka teori *Resource-Based View* (RBV) menjadi pendekatan yang relevan dalam menganalisis kekuatan internal Geprek Abu Ahda. RBV menekankan bahwa perusahaan dapat mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan apabila memiliki sumber daya yang memenuhi kriteria VRIN (*Valuable, Rare, Inimitable, dan Non-substitutable*) (Ridwansyah et al., 2025).

Geprek abu ahda memiliki karakteristik usaha yang menarik untuk dikaji melalui perspektif RBV, terutama karena keberhasilannya menjangkau pasar mahasiswa serta kemampuannya bersaing dengan berbagai merek kuliner lain disekitar kampus. Faktor-faktor seperti kualitas produk, cita rasa khas, harga terjangkau, lokasi strategis, keterampilan karyawan, hingga manajemen operasional menjadi aspek penting yang memungkinkan usaha ini bertahan dan berkembang. Namun, belum banyak penelitian yang secara khusus mengidentifikasi sumber daya unggulan yang dimiliki Geprek Abu Ahda, khususnya pada cabang UIN Raden Intan Lampung.

Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini berupaya menggali secara mendalam sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki Geprek Abu Ahda sehingga dapat diidentifikasi mana saja yang benar-benar memberikan nilai unggul dan sulit ditiru oleh pesaing. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi bisnis Geprek Abu Ahda serta memperkaya literatur mengenai penerapan RBV pada usaha kuliner lokal. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi UMKM lain dalam memahami potensi internal mereka sebagai dasar untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

2. Metode Penelitian

2.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus (*case study*). Studi kasus dipilih karena bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis secara mendalam sumber daya spesifik yang dimiliki oleh satu unit usaha, yaitu: Geprek Abu Ahda Cabang UIN Rden Intan Lampung, serta memahami bagaimana sumber daya tersebut menjadi sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*) melalui lensa *Resorce-Based View* (RBV).

2.2. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada Geprek Abu Ahda yang berlokasi di sekitar kawasan UIN Raden Intan Lampung. Subjek penelitian adalah pemilik/penngelola usaha, sebagai pihak yang memahami operasional, strategi, dan proses pengelolaan sumber daya usaha.

2.3. Sumber Data

Penelitian menggunakan dua jenis sumber data yaitu: Data Primer, diperoleh melalui wawancara semistruktur dengan pemilik/ pengelola usaha, yang membahas menegani strategi bisnis, pengelolaan sumber daya, kualitas produk, budaya pelayanan, dan faktor pembeda dari pesaing. Dan Data Sekunder, berasal dari dokumentasi, observasi lingkungan usaha, serta literatur terkait konsep *Resorce Cased View* (RBV) dan analisis VRIN.

2.4. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui:

1. Wawancara Semistruktur, digunakan untuk memperoleh informasi mendalam dari pemilik menegnai sumber daya fisik, manusia, dan tak berwujud;
2. Observasi Langsung, dilakukan untuk melihat proses operasional, aktivitas layanan, kualitas penyajian makanan, serta interaksi dengan pelanggan;
3. Dokumentasi, meliputi catatan usaha, sejarah berdiri, metode promosi, serta kondisi lingkungan persaingan di sekitar kampus.

2.5. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan mengikuti tahapan:

1. Reduksi Data, memilih dan memfokuskan informasi relavan terkait identifikasi sumber daya unggulan;
2. Penyajian Data, menyusun hasil temuan dalam bentuk deskripsi terstruktur sesuai kategori sumber daya RBV;
3. Penarikan Kesimpulan, data diverifikasi daan dianalisis menggunakan kerangka VRIN (*Valuable, Rare, Inimitable, dan Non-Substitutable*) untuk menentukan apakah suatu sumber daya menjadi sumber keunggulan kompetitif berkelanjutan.

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, Geprek Abu Ahda menunjukkan karakteristik sebagai usaha kuliner mikro yang beroperasi di lingkungan kampus dengan segmentasi pasar yang jelas, yaitu mahasiswa UIN Raden Intan Lampung. Lingkungan bisnis yang kompetitif di mana banyak usaha ayam geprek juga yang beroperasi di sekitar kawasan kampus membuat Geprek Abu Ahda perlu memiliki sumber daya dan kapabilitas yang berbeda untuk mempertahankan posisinya.

Pemilik mengungkapkan bahwa sejak berdiri lebih dari 2 tahun, penjualan sangat dipengaruhi oleh dinamika akademik mahasiswa. Pada saat masa libur kuliah, omzet mengalami penurunan signifikan. Namun ketika aktivitas perkuliahan normal, tingkat kunjungan pelanggan cukup stabil. Kondisi ini menunjukkan bahwa usaha sangat bergantung pada pola aktivitas mahasiswa, sehingga strategi diferensi dan loyalitas pelanggan menjadi penting.

Dalam menghadapi persaingan, pemilik menekankan tiga strategi inti yaitu: Menjaga kualitas rasa, memberikan pelayanan ramah, dan menyesuaikan produk sesuai permintaan. Ketiga strategi ini dijalankan secara konsisten dan menjadi dasar diferensi usaha, terutama karena pesaing di sekitar kampus menjual produk dengan kategori yang serupa.

Penelitian ini mengidentifikasi sumber daya unggulan melalui persepektif *Resource-Based View* (RBV). RBV menekankan sumber daya internal yang langka, bernilai, sulit ditiru, dan diorganisir dengan baik untuk mencapai keunggulan kompetitif (Rengkung, 2015). Temuan utama dari penelitian kami pada Geprek Abu Ahda meliputi identifikasi tiga kategori sumber daya utama yaitu sumber daya fisik, manusia, dan *intangible*.

3.1. Hasil

Berdasarkan wawancara, sumber daya utama (*resource*) yang diklasifikasikan sebagai aset strategis Geprek Abu Ahda adalah:

Sumber Daya Fisik: Bahan Baku Segar Dan Berkualitas, Pemilik menekankan penggunaan bahan baku ayam yang fresh setiap hari. Bahan baku yang berkualitas ini berkontribusi langsung pada cita

rasa dan keamanan makanan. Dalam konteks RBV, bahan baku berkualitas adalah valuable namun tidak rare, karena banyak pesaing lain juga mampu mengakses bahan baku yang serupa.

Sumber Daya Manusia: Budaya Pelayanan Ramah, Pelayanan menjadi elemen penting dalam bisnis kuliner yang bersifat kontak langsung dengan pelanggan. Keramahan yang diberikan pemilik dan karyawan bukan hanya bentuk layanan, namun bentuk *culture-based capability*, yaitu: kapabilitas yang bertumpu pada budaya organisasi (Afianti & Kurnia M, 2025). Ini termasuk memberikan perhatian pada prefensi pelanggan, seperti tingkat kepedasan sambal dan porsi tertentu. Keramahan dapat ditiru oleh pesaing, tetapi intensitas dan konsistensi pelayanan seringkali sulit direplikasi karena sifatnya yang berbasis hubungan sosial (*sosial complexity*). Hal ini memberikan nilai kompetitif tersendiri meskipun tidak sepenuhnya menghasilkan keunggulan jangka panjang.

Sumber Daya Tak Berwujud: Racikan Sambal Rahasia, Sumber daya yang paling strategis adalah racikan sambal rahasia yang menjadi signature Geprek Abu Ahda. Karakteristik sambal pedas manis dengan menggunakan cabe pilihan menjadi pembeda utama yang dirasakan pelanggan. Pemilik juga menegaskan bahwa kontrol penuh terhadap racikan sambal tidak diberikan kepada karyawan untuk menjaga konsistensi rasa dan mencegah pemalsuan resep. Dalam persepektif RBV, resep sambal ini termasuk aset *intangible* yang sangat strategis dan memiliki tingkat inimitability yang tinggi karena: Pesaing sulit mengetahui detail proses dan bahan spesifik yang membuat sambal memiliki rasa unik (*Causal Ambiguity*), Pengalaman pemilik selama meracik sambal menjadi keahlian yang tidak dapat dipindahkan begitu saja (*Social Complexity*), Adanya sistem untuk menjaga kerahasiaan racikan (*Protection Mechanism*). Karena memiliki unsur VRIN, sumber daya ini menjadi penyumbang utama keunggulan kompetitif berkelanjutan.

Sumber daya yang teridentifikasi dianalisis menggunakan kerangka VRIN (*Value, Rare, Inimitable, Non-Substitutable*) untuk menentukan sumber daya mana yang menghasilkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Sumber Daya Bahan Baku Segar Ayam Fresh: Bersifat *Valuable* (V) karena menjamin kualitas, tetapi Tidak *Rare* (R-) karena banyak pesaing bisa *sourcing* ayam segar dan *Substitutable* (N-). Bahan baku segar sangat mendukung kualitas rasa dan kenyamanan konsumen, namun tidak jarang relatif mudah ditiru. Oleh karena itu, berdasarkan VRIN, bahan baku segar hanya memberikan keunggulan kompetitif sementara, bukan keunggulan berkelanjutan.

Sumber Daya Manusia Pelayanan Ramah: Bersifat *Valuable* (V) karena membangun loyalitas, tetapi Tidak *Rare* (R-) dan Dapat Ditiru (I-) serta *Substitutable* (N-) melalui pelatihan karyawan. Pelayanan ramah dinilai valuable karena meningkatkan pengalaman pelanggan dan menumbuhkan loyalitas. Namun pelayanan ini tidak rare karena sifatnya mudah diasimilasi oleh pesaing. Meski demikian, kultur yang konsisten bisa sedikit sulit ditiru secara sempurna, karena membutuhkan komitmen, pelatihan, dan pembiasaan. Maka sumber daya ini termasuk kategori temporary advantage atau keunggulan kompetitif jangka menengah. Sumber Daya Tak Berwujud Racikan sambal: Diidentifikasi sebagai sumber daya tak berwujud yang paling strategis sebagaimana diuraikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis VRIN Racikan Sambal Rahasia

Kriteria	Uraian Penerapan Pada Racikan Sambal	Kesimpulan VRIN
<i>Valuable</i> (V)	Memenuhi. Sambal adalah diferensiator utama yang menarik pelanggan baru dan membuat pelanggan lama ketagihan, meningkatkan daya jual.	V
<i>Rare</i> (R)	Memenuhi. Rasa sambal yang spesifik ("pedas manis" dengan cabe pilihan) dan unik tidak mudah ditemukan pada kompetitor lain di sekitar UIN Raden Intan	V, R
<i>Inimitable</i> (I)	Memenuhi. Pemilik secara sadar menjaga racikan bumbu bersifat rahasia dan tidak dipasarkan kepada karyawan. Hal ini menciptakan <i>casual ambiguity</i> (ketidak jelasan kasual) yang	V, R, I

<i>Non-substitutable (N)</i>	membuat pesaing sulit meniru proses dan hasil rasa akhir. Memenuhi. Ciri khas rasa sambal ini tidak dapat digantikan (<i>non-substitutable</i>) secara efektif oleh sambal lain di pasar. Jika sambal diganti, pelanggan langganan akan kehilangan daya tarik utama Geprek Abu Ahda, sehingga posisi kompetitifnya melemah.	V, R, I, N
------------------------------	---	------------

Dengan memenuhi seluruh unsur tersebut, racikan sambal rahasia masuk kategori *sustained competitive advantage*, yaitu keunggulan kompetitif berkelanjutan.

3.2. Pembahasan

Pembahasan secara keseluruhan menunjukkan bahwa Geprek Abu Ahda memiliki kombinasi sumber daya yang saling mendukung dalam mempertahankan posisinya di pasar yang kompetitif. Keunggulan sementara diperoleh dari pelayanan yang ramah, penggunaan bahan baku yang segar, serta lokasi usaha yang strategis dan dekat dengan mahasiswa, sehingga mampu menarik konsumen dalam jangka pendek. Namun, keunggulan kompetitif berkelanjutan hanya bersumber dari racikan sambal rahasia yang dimiliki, karena bersifat unik, sulit ditiru, dan secara konsisten dijaga serta dikembangkan oleh pemilik, sehingga menjadi pembeda utama Geprek Abu Ahda dibandingkan pesaing sejenis.

Hal ini menegaskan bahwa identitas produk (*product identity*) menjadi aset strategis paling vital bagi Geprek Abu Ahda dalam konteks RBV, usaha kecil seperti ini terbukti dapat memiliki *core competency* yang kuat jika mampu mengembangkan sumber daya tak berwujud yang sulit ditiru oleh pesaing. Keunggulan ini memungkinkan Geprek Abu Ahda bertahan dan tetap relevan meskipun berada di lingkungan dengan tingkat persaingan tinggi dan pelanggan dengan preferensi yang berubah-ubah.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis menggunakan perspektif *Resource-Based View* (RBV), dapat disimpulkan bahwa Geprek Abu Ahda Cabang UIN Raden Intan Lampung memiliki beberapa sumber daya internal yang berperan dalam mempertahankan posisinya di tengah persaingan usaha kuliner di kawasan kampus. Terdapat tiga kategori sumber daya utama yang teridentifikasi, yaitu: sumber daya fisik berupa bahan baku segar, sumber daya manusia berupa budaya pelayanan ramah, dan sumber daya tak berwujud berupa racikan sambal rahasia. Melalui analisis VRIN, ditemukan bahwa bahan baku segar dan pelayanan ramah memiliki nilai strategis namun tidak bersifat langka dan relatif mudah ditiru, sehingga hanya memberikan keunggulan kompetitif sementara. Sebaliknya, racikan sambal rahasia memenuhi seluruh kriteria *Valuable, Rare, Inimitable*, dan *Non-Substitutable*. Resep sambal ini memiliki keunikan rasa, dijaga kerahasianya, dan tidak dapat digantikan oleh alternatif lain sehingga menjadi kekuatan utama yang membedakan Geprek Abu Ahda dari para pesaing. Dengan demikian, racikan sambal rahasia merupakan sumber daya unggulan yang menjadi *sustained competitive advantage* bagi Geprek Abu Ahda. Keunggulan ini menjadi fondasi utama dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan relevansi usaha di tengah dinamika persaingan kuliner.

References

- Afianti, N. N., & Kurnia M, F. (2025). Peran Kepemimpinan dan Budaya Organisasi dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan PT Gold Emperor Dua. *Jaman: Jurnal Mahasiswa Manajemen*, 1(2), 56-67.
- Aslamiyah, F., Windarti, R. A., Farleni, S., & Sanjaya, V. F. (2024). Pendekatan *Resource-Based View* (RBV) dalam Manajemen Bisnis: Strategi Untuk Keunggulan. *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1, 176–183.
- Kero, C. A., & Bogale, A. T. (2023). A Systematic Review of *Resource-Based View* and Dynamic Capabilities of Firms and Future Research Avenues. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 18(10), 3137-3154.
- M. Dani, R. (2017). *Penerapan Konsep Resources-Based View (RBV) Dalam Upaya Mempertahankan Keunggulan Bersaing Perusahaan*. 14, 82-95.

- Muthoka, R., Kilika, J., & Muathe, S. (2022). *What Sustains Performance in A Strategic Alliance? The Role of Level of Collaboration.* 10(3), 113–123. <https://doi.org/10.12691/jbms-10-3-2>
- Nemar, S. El, El-chaarani, H., Dandachi, I., & Castellano, S. (2022). Resource-based view and sustainable advantage: a framework for SMEs Resource-based view and sustainable advantage: *Journal of Strategic Marketing*, 00(00), 1–24. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2022.2160486>
- Rachma, S. U. (n.d.). *Perumusan Keunggulan Bersaing yang Berkelanjutan Menggunakan Resource Based View pada Toko Perlengkapan Bayi X di Kota Gresik.* 10(2), 1095–1112.
- Rengkung, L. R. (2015). *Keuntungan Kompetitif Organisasi dalam Perpektif Resources Based View (RBV) Leonardus Ricky Rengkung.* 11(1994), 1–12.
- Ridwansyah, Supriyaningsih, O., & Annisa, Z. (2025). Pengaruh Strategi Resource Based View Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Study Pada Bigland Gallery Bandar Lampung). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(6), 76–91.
- Sianipar, G. T., & Isbah, U. (2024). *Penerapan Konsep Resources Based View (RBV) dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif Industri Rumah Tangga Pengolahan Amplang Udang di Kecamatan Tembilahan Kota.* 4, 1558–1566.
- Walambuka, L. (n.d.). *Bridging Management Control Systems and Sustainability: Systematic Reviews on Business Performance and Risk Editor.*