



Strategi Keunggulan Berkelanjutan UMKM Mie Ayam Melalui *Core Competencies* Berbasis *Resource-Based View*

Bayu Damar Samudra^{1*}, Chayla Thania Chitra², Vicky F. Sanjaya³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Email: bayudamar020605@gmail.com

Received: 14-12-2025

Revised : 07-01-2026; 17-01-2026

Accepted : 19-01-2026

Abstract

This study aims to analyze how Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), particularly Mie Ayam Kang Boy in Bandar Lampung, are able to build sustainable competitive advantage through the utilization of core competencies based on the Resource-Based View (RBV) framework. The research method employed is descriptive qualitative, with data collected through in-depth interviews, observations, and documentation. The findings indicate that Mie Ayam Kang Boy possesses tangible resources such as a strategic location, cooking equipment, and raw materials, as well as intangible resources including the shop's reputation, unique recipes, diverse toppings, and customer loyalty. Organizational capabilities encompass cooking skills, friendly service, operational management, and consistent promotional strategies. The VRIO analysis demonstrates that these resources are valuable, rare, inimitable, and well-organized, thereby enabling the creation of sustainable competitive advantage. Core competencies in distinctive flavors and unique topping combinations serve as differentiating factors that strengthen customer appeal. Thus, the application of RBV in Mie Ayam Kang Boy shows that the optimal management of internal resources and organizational capabilities can reinforce the strategic position of MSMEs in the local culinary market while contributing to the broader development of the MSME sector in Indonesia.

Keywords: Resource-Based View (RBV), Core Competencies, Sustainable Competitive Advantage, UMKM, MSME Strategy

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Mie Ayam Kang Boy di Bandar Lampung mampu membangun keunggulan kompetitif berkelanjutan melalui pemanfaatan sumber daya inti (core competencies) berdasarkan kerangka teori Resource-Based View (RBV). Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Mie Ayam Kang Boy memiliki sumber daya berwujud seperti lokasi strategis, peralatan masak, dan bahan baku, serta sumber daya tak berwujud berupa reputasi kedai, resep khas, variasi topping unik, dan loyalitas pelanggan. Kapabilitas organisasi meliputi keterampilan memasak, pelayanan ramah, manajemen operasional, serta strategi promosi yang konsisten. Analisis VRIO membuktikan bahwa sumber daya tersebut bernilai (valuable), langka (rare), sulit ditiru (inimitable), dan terorganisir dengan baik (organized), sehingga mampu menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Kompetensi inti berupa cita rasa khas dan kombinasi topping unik menjadi faktor pembeda yang memperkuat daya tarik pelanggan. Dengan demikian, penerapan RBV pada UMKM Mie Ayam Kang Boy menunjukkan bahwa pengelolaan sumber daya dan kapabilitas internal secara optimal dapat memperkuat posisi strategis UMKM dalam pasar kuliner lokal sekaligus berkontribusi pada pengembangan sektor UMKM di Indonesia.

Kata kunci: Resource-Based View (RBV), Sumber Daya Inti, Keunggulan Berkelanjutan, UMKM, Strategi UMKM



Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, terutama sebagai penyedia lapangan kerja, penggerak ekonomi lokal, dan penjaga stabilitas sosial. Salah satu sektor kuliner yang berkembang pesat adalah usaha mie ayam, yang tidak hanya menjadi bagian dari budaya konsumsi masyarakat tetapi juga menawarkan peluang bisnis yang relatif rendah hambatan masuknya. UMKM terbukti mampu membangun ekonomi secara signifikan di beberapa negara karena mereka dapat menggerakkan tingkat ekonomi, sampai ke tingkat mikro “Povolná, dkk (dalam Hesty, dkk, 2022)”.

Pertumbuhan UMKM yang samakin pesat menjadikan para pengusaha mencari cara untuk dapat bersaing dan bertahan ditengah perubahan lingkungan yang semakin dinamis. Di Indonesia, UMKM dianggap sebagai tulang punggung perekonomian nasional. Bisnis ini dapat dijangkau dari wilayah pedesaan hingga perkotaan yang padat penduduk. “Rianto, dkk (dalam Diana & amsir, 2025)”.

Teori Resource Based View (RBV) menyatakan bahwa sumber daya yang unik dan langka menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan (J. Barney, 1991). Pendekatan RBV menekankan bahwa keunggulan bersaing tidak hanya ditentukan oleh faktor eksternal, tetapi juga oleh kemampuan internal dalam mengelola sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan terorganisasi dengan baik. Dalam konteks UMKM mie ayam, sumber daya inti (*core competencies*) seperti resep khas, kualitas bahan baku, keterampilan produksi, pelayanan pelanggan, serta brand lokal menjadi aset strategis yang dapat dikembangkan untuk menciptakan diferensiasi dan loyalitas konsumen.

Meskipun kajian RBV telah banyak diaplikasikan pada perusahaan berskala besar, studi empiris yang secara mendalam mengeksplorasi penerapan RBV dan penguatan core competencies pada UMKM kuliner lokal masih relatif terbatas. Sebagian penelitian UMKM masih berfokus pada aspek pemasaran, pembiayaan, atau digitalisasi, tanpa mengkaji secara komprehensif bagaimana sumber daya internal UMKM diolah menjadi keunggulan kompetitif berkelanjutan. Cela ini menunjukkan perlunya penelitian yang mengaitkan kerangka RBV dengan praktik nyata UMKM kuliner dalam konteks lokal.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana UMKM Mie Ayam Kang Boy di Bandar Lampung membangun keunggulan kompetitif berkelanjutan melalui pemanfaatan sumber daya dan kapabilitas internal berbasis Resource-Based View (RBV). Secara khusus, penelitian ini mengidentifikasi sumber daya berwujud dan tidak berwujud, kapabilitas organisasi, serta kompetensi inti yang memenuhi kriteria VRIO sebagai fondasi daya saing usaha.

Kontribusi penelitian ini bersifat ganda. Secara teoretis, studi ini memperkaya literatur RBV dengan memberikan bukti empiris pada konteks UMKM kuliner, yang selama ini relatif kurang mendapat perhatian dalam kajian strategi berbasis sumber daya. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan menjadi rujukan strategis bagi pelaku UMKM dalam mengelola sumber daya internal secara lebih terarah untuk menciptakan keunggulan berkelanjutan, serta menjadi masukan bagi pembuat kebijakan dalam merancang program pengembangan UMKM yang berbasis penguatan kompetensi inti.

Tinjauan Pustaka

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan salah satu bagian terpenting



di dalam membangun perekonomian suatu negara maupun daerah, tidak terkecuali di Indonesia. UMKM yaitu sebuah industri penggerak kesejahteraan bagi masyarakat daerah yang dapat membantu masyarakat kecil untuk memperoleh pekerjaan dan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari “Dariana (dalam M. Rifqi, dkk, 2024). Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 Usaha Mikro Kecil dan Menengah didirikan dengan tujuan yaitu untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan, menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan usaha mikro kecil dan menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri dan meningkatkan peran usaha mikro kecil dan menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan.

Core Competencies/Sumber Daya Inti

Sumber daya inti (*core competencies*) adalah kemampuan unik organisasi yang terbentuk melalui pembelajaran kolektif, koordinasi keterampilan, dan integrasi teknologi memberikan nilai pada produk/jasa yang sulit ditiru pesaing. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh Prahalad dan Hamel (1990), yang menegaskan bahwa kompetensi inti menjadi dasar perusahaan menciptakan nilai dan memasuki berbagai pasar. strategi pengembangan UMKM bisa bermanfaat bagi keberlanjutan UMKM dilihat dari berbagai aspek, diantaranya: 1) mampu mempertahankan siklus perputaran produk dengan baik sehingga menjaga kelangsungan hidup perusahaan, 2) memiliki potensi yang tinggi untuk berkembang karena berpeluang untuk memiliki hubungan kerjasama dengan perusahaan yang telah ada, dan 3) mampu menciptakan keunggulan atas produk yang dihasilkan sehingga menarik permintaan pasar “Lestari (dalam Hesty, dkk, 2022)”. Para peneliti pendukung RBV berpendapat bahwa sumber daya sangat penting sebagai sumber keunggulan kompetitif berkelanjutan. Sumber daya tersebut disebut sebagai aset strategis, kompetensi inti dan Distinctive Competencies. Penemuan empiris pada bidang keunggulan bersaing berkelanjutan UMKM menunjukkan bahwa kemampuan menciptakan daya saing ditentukan oleh seberapa jauh perusahaan mampu mengelola sumber dayanya (Annisa Mardatillah, 2021, hal. 35).

Keunggulan Berkelanjutan

Keunggulan berkelanjutan adalah kemampuan organisasi atau bisnis untuk mempertahankan posisi kompetitif dalam jangka panjang dengan menyeimbangkan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Porter (1993), mengatakan pada dasarnya mengembangkan strategi bersaing adalah mengembangkan formula umum mengenai bagaimana bisnis akan bersaing, apa sebenarnya yang menjadi tujuannya, dan kebijakan apa yang akan diperlukan untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut. Strategi harus didesain untuk mewujudkan keunggulan bersaing yang terus menerus, sehingga perusahaan dapat mendominasi pasar lama maupun pasar baru (Ratna Kusumawati, 2010). Konsep ini relevan pula bagi UMKM mie ayam. Dengan mengintegrasikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan, UMKM tidak hanya bertahan dalam persaingan, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan.

Teori Resource Based View (RBV)

RBV merupakan kerangka teori strategi yang menekankan bahwa keunggulan kompetitif berkelanjutan bersumber dari sumber daya internal perusahaan. Pendekatan berbasis sumber daya ini relevan untuk mengatasi tantangan rantai pasok modern yang semakin kompleks, terutama di era transformasi digital. RBV mengasumsikan bahwa setiap



perusahaan memiliki himpunan sumber daya yang berbeda (*resource heterogeneity*) dan bahwa sumber daya tertentu sulit untuk dipindahkan atau ditiru antarperusahaan (*resource immobility*). sumber daya yang memenuhi kriteria VRIO mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. (Barney, 1991).

Valuable (Berharga), Bagian *valuable* menjelaskan apakah sumber daya dan kapabilitas berharga atau tidak bagi perusahaan. Sumber daya juga berharga jika mereka membantu organisasi untuk meningkatkan nilai pelanggan yang dirasakan. Jika sumber daya tersebut berharga maka sumber daya tersebut merupakan keunggulan kompetitif. *Rare* (langka), Sumber daya yang hanya bisa dipakai oleh dua atau tiga organisasi dapat digolongkan sumber daya yang langka, Sumber daya yang langka dapat menghasilkan keunggulan kompetitif.

Inimitable (sulit ditiru). Jika perusahaan memiliki sumber daya atau kapabilitas yang sulit untuk ditiru maka ini merupakan keunggulan kompetitif, karena perusahaan pesaing tidak akan dapat meniru, membeli, dan mengantikannya, atau menerapkan strategi yang sama, setidaknya dalam waktu dekat, terlebih jika dalam waktu yang lama (Febri dkk, 2023) *Organized* (terorganisir). Sumber daya dan kapabilitas yang terorganisir akan meningkatkan nilai dari sumber daya dan kapabilitas itu sendiri, sehingga dapat menciptakan peluang hingga keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Tidak peduli seberapa berharga, langka dan tidak dapat ditiru, sumber daya dan kapabilitas itu sendiri tidak akan memberikan keuntungan bagi perusahaan jika sumber daya tersebut tidak terorganisir dengan baik untuk menangkap nilai yang dimiliki sumber daya tersebut.

Metode

Jenis Penelitian

Studi ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menelaah permasalahan secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi daya saing UMKM pada usaha mie ayam melalui penerapan teori *Resource-Based View* (RBV). Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk mengeksplorasi dan memverifikasi pemanfaatan sumber daya inti (*core competencies*) UMKM mie ayam dalam kerangka RBV guna membangun keunggulan berkelanjutan.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada UMKM usaha mie ayam, yang berada di Jalan Ryacudu Kota Bandar Lampung, yang telah beroperasi selama 2 tahun selama periode November 2025. Lokasi ini dipilih karena memiliki konsentrasi UMKM kuliner yang cukup tinggi, sehingga relevan untuk mengkaji pemanfaatan sumber daya inti dalam kerangka *Resource-Based View* (RBV).

Sumber dan Jenis Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data:

- Data Primer

Data Primer diperoleh langsung dari lapangan melalui wawancara mendalam dengan pemilik UMKM mie ayam, observasi proses produksi dan layanan, serta penyebaran kuesioner kepada pelanggan.

- Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari literatur akademik, jurnal penelitian terkait RBV dan core competencies.



Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa wawancara, observasi, dan dokumen studi kasus lapangan.

- Wawancara semi-terstruktur dengan pemilik dan pengelola UMKM mie ayam untuk menggali informasi mendalam mengenai pemanfaatan sumber daya inti, strategi operasional, serta tantangan yang dihadapi.
- Observasi langsung terhadap proses produksi dan pelayanan pelanggan untuk mengidentifikasi praktik nyata yang mencerminkan kompetensi inti.
- Dokumentasi bahan tertulis atau rekaman yang dijadikan sebagai bukti pendukung dalam penelitian. Peneliti mengumpulkan data dan dokumen dari lapangan, termasuk hasil wawancara yang terus berlangsung dengan karyawan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian yang didapatkan melalui wawancara mendalam dengan pelaku usaha Mikro, Kecil,Menengah (UMKM) dari sector makanan khususnya mie ayam di bandar lampung, Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana UMKM Mie Ayam menunjukkan bahwa memiliki nilai tinggi (*value*), langka (*rare*), sulit ditiru (*inimitable*), dan didukung oleh pengelolaan yang baik (*organized*) dapat membangun keunggulan kompetitif berkelanjutan dengan memanfaatkan sumber daya inti dan kapabilitas yang dimiliki berdasarkan perspektif Resource-Based View (RBV).

Sumber Daya dan Kapabilitas Utama

UMKM Mie Ayam Kang Boy memiliki sumber daya berwujud seperti lokasi strategis, peralatan masak, modal, bahan baku, serta fasilitas fisik berupa meja, kursi, dan dapur. Selain itu, terdapat sumber daya tak berwujud berupa reputasi kedai, resep khas rasa mie ayam, topping mie ayam yang berbeda, merek branding, relasi dengan pemasok, dan loyalitas pelanggan. Kapabilitas organisasi meliputi keahlian memasak dan layanan, manajemen operasional, strategi pemasaran layanan, serta kemampuan mempertahankan kualitas produk dan layanan secara konsisten.

Sumber daya dan kapabilitas berpotensi menjadi keunggulan kompetitif berkelanjutan apabila memenuhi kriteria VRIO (*Value, Rare, Inimitable, Organized*). Contohnya resep khas yang memiliki nilai tinggi (*value*), langka (*rare*), sulit ditiru (*inimitable*), dan didukung oleh pengelolaan yang baik (*organized*). Reputasi kedai dan loyalitas pelanggan juga termasuk sumber daya tak berwujud yang sulit ditiru oleh pesaing. Kapabilitas operasional dan layanan pelanggan yang terorganisir memungkinkan optimalisasi pemanfaatan sumber daya tersebut. Kombinasi faktor ini menciptakan core competencies yang menjadi fondasi keunggulan kompetitif berkelanjutan bagi UMKM Mie Ayam Kang Boy. Dengan memanfaatkan sumber daya inti dan kapabilitas utama ini secara optimal, UMKM Mie Ayam Kang Boy dapat membangun keunggulan berkelanjutan yang menjadi basis daya saing dalam industri mie ayam berbasis teori RBV.

Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan

Keunggulan kompetitif berkelanjutan bagi UMKM ini berasal dari sumber daya dan kapabilitas yang memenuhi empat kriteria VRIO: bernilai (*Value*), langka (*Rare*), sulit ditiru (*Inimitable*), dan terorganisir dengan baik (*Organized*). Contohnya adalah resep khas yang



memiliki rasa unik dan sulit ditiru, reputasi kedai dan loyalitas pelanggan yang merupakan aset tak berwujud sulit disaingi, serta kapabilitas operasional dan pelayanan yang diorganisasi secara optimal. Perpaduan antara keunikan rasa, kepercayaan pelanggan, dan kapabilitas organisasi inilah yang membentuk kompetensi inti sekaligus menjadi sumber keunggulan kompetitif berkelanjutan bagi UMKM Mie Ayam Kang Boy. Menurut pegawai Mie ayam kang boy “Sebenarnya mie ayam itu hampir sama, tapi mie ayam Kang Boy punya keunikan sendiri. Topping-nya lebih beragam, seperti telur puyuh, ceker, dan ampela. Selain itu, ada juga varian mie ayam pedas yang banyak disukai pelanggan. Hal inilah yang membuat mie ayam Kang Boy jadi pilihan banyak orang”.

UMKM Mie Ayam Kang Boy memiliki keunikan yang membedakannya dari mie ayam lainnya, seperti variasi topping yang lebih lengkap meliputi telur puyuh, ceker, dan ampela, serta varian mie ayam pedas yang menjadi favorit pelanggan. Keunikan ini menjadi daya tarik utama sehingga mie ayam Kang Boy selalu menjadi pilihan masyarakat. Usaha menerapkan strategi menjaga rasa enak, kebersihan, dan pelayanan ramah untuk mempertahankan pelanggan tetap. Penambahan menu baru serta promo secara berkala memastikan daya tarik berkelanjutan, memanfaatkan core competencies berbasis RBV agar pesaing sulit mengejar. Pendekatan ini mengeksplorasi sumber daya unik untuk keunggulan jangka panjang. Menurut (Barney et al., 2001) sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki oleh suatu perusahaan dikatakan memiliki keunggulan bersaing jika memenuhi karakteristik VRIO (Valuable, Rare, Imitable, Organization).

Tabel 1. Karakteristik VRIO

Kriteria VRIO	Contoh Sumber Daya	Potensi Keunggulan Berkelanjutan
Valuable (Bernilai)	Topping beragam & varian pedas	Meningkatkan kepuasan pelanggan
Rare (Langka)	Rasa khas bumbu	Sulit ditemukan di kompetitor lain
Inimitable (Sulit Ditiru)	Kombinasi topping unik	Memerlukan waktu dan keahlian khusus
Organized (Terorganisir)	Pelayanan cepat & promo	Dimanfaatkan optimal untuk retensi pelanggan

Kerangka VRIO (*Value, Rarity, Imitability, Organization*) inilah yang dipakai untuk mengidentifikasi apakah sumber daya dan kapabilitas yang ada di perusahaan tersebut merupakan kekuatan atau kelemahan (Febri DKK, 2023). Berdasarkan analisis VRIO, UMKM Mie Ayam Kang Boy memiliki sumber daya dan kapabilitas yang *valuable, rare, inimitable*, dan *organized*, sehingga mampu menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan. *Core competencies* berupa rasa khas bumbu dan kombinasi topping unik, ditopang oleh *intangible resources* seperti reputasi dan loyalitas pelanggan, serta kapabilitas organisasi yang terkelola dengan baik, menjadikan UMKM ini selaras dengan prinsip *Resource-Based View* (RBV). UMKM Mie Ayam Kang Boy menunjukkan keunggulan berkelanjutan berdasarkan sumber daya inti yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan didukung organisasi yang efektif. Ini memperkuat posisi kompetitif UMKM secara strategis dalam pasar mie ayam lokal.



Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai penerapan strategi RBV UMKM Mie Ayam Kang Boy mampu membangun keunggulan kompetitif berkelanjutan melalui pemanfaatan sumber daya inti dan kapabilitas organisasi yang memenuhi kriteria VRIO (*Valuable, Rare, Inimitable, Organized*). Rasa khas bumbu dan kombinasi topping unik menjadi kompetensi inti yang bernilai tinggi, langka, dan sulit ditiru, sementara reputasi kedai serta loyalitas pelanggan berfungsi sebagai sumber daya tak berwujud yang memperkuat posisi usaha. Kapabilitas organisasi yang terkelola dengan baik, seperti pelayanan cepat, kebersihan, dan strategi promosi, memastikan pemanfaatan optimal atas sumber daya tersebut. Perpaduan antara keunikan produk, kepercayaan pelanggan, dan manajemen operasional yang efektif menjadikan UMKM Mie Ayam Kang Boy selaras dengan prinsip *Resource-Based View* (RBV), sehingga mampu mempertahankan daya saing dan memperkuat posisinya secara strategis dalam pasar mie ayam lokal. Dengan demikian, penerapan teori *Resource-Based View* (RBV) membuktikan bahwa keunggulan berkelanjutan dapat dicapai melalui pengelolaan sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan terorganisir dengan baik, sehingga UMKM Mie Ayam Kang Boy mampu mempertahankan daya saing sekaligus berkontribusi pada penguatan sektor UMKM kuliner di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Eravia, D., & Samsir. (2025). Meningkatkan daya saing UMKM melalui integrasi Resource Based View (RBV) dan digital marketing: Tinjauan literatur empiris. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(5), 2672-2684. <https://doi.org/10.60036/jbm.801>
- Hesty Aisyah, Sari Puspita, & Elizamiharti. (2022). Resource-based view strategi UMKM di Sumatera Barat untuk mencapai keunggulan kompetitif. *JMD Jurnal Manajemen dan Bisnis Dewantara*, 5(2), 109-120.
- Kusumawati, R. (2010). Pengaruh karakteristik pimpinan dan inovasi produk baru terhadap kinerja perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan. *AKSES: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(9), 53–64.
- Mardatillah, A. (2021). *Manajemen strategi berbasis intangible assets: Sumber daya tidak berwujud*. Pustaka Aksara.
- Permana, M. R., Barus, J., & Priyatama, A. (2024). Analisis harga pokok produksi pada UMKM “Mie Ayam Pakde” dengan menggunakan metode full costing. *Jurnal JEKMA*, 3(2), 110–125.
- Rahmatullah, F., Wijayantini, B., & Wibowo, Y. G. (2023). Analisis RBV (Resources Based View) untuk Menentukan Keunggulan Bersaing Perusahaan Pada UD. Tiga Putra. *Journal of Economics, Assets, and Evaluation*, 1(1), 1–17.