



## Research Article

## Pendekatan Resource-Based View Dalam Memahami Dinamika Keunggulan Bersaing: Studi Kasus Ayam Salto Bandar Lampung

Adhe Elasn<sup>1</sup>, Daffa Ilyasa Aras<sup>2</sup>, Palupi Patmasari<sup>3</sup>, Vicky F Sanjaya<sup>4</sup>

1. UIN Raden Intan Lampung, Indonesia; [adheelasnog6@gmail.com](mailto:adheelasnog6@gmail.com)
2. UIN Raden Intan Lampung, Indonesia; [daffaarasilyasa@gmail.com](mailto:daffaarasilyasa@gmail.com)
3. UIN Raden Intan Lampung, Indonesia; [palupivatmasari@gmail.com](mailto:palupivatmasari@gmail.com)
4. UIN Raden Intan Lampung, Indonesia; [vicky@radenintan.ac.id](mailto:vicky@radenintan.ac.id)

Copyright © 2026 by Authors, Published by **Managing: Jurnal Bisnis dan Manajemen**. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : November 13, 2025  
Accepted : January 17, 2026

Revised : December 15, 2025  
Available online : February 25, 2026

**How to Cite:** Adhe Elasn<sup>1</sup>, Daffa Ilyasa Aras, Palupi Patmasari, & Vicky F Sanjaya. (2026). A Resource-Based View Approach to Understanding the Dynamics of Competitive Advantage: A Case Study of Ayam Salto Bandar Lampung. *Managing: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 44-50. <https://doi.org/10.61166/managing.v3i1.87>

### A Resource-Based View Approach to Understanding the Dynamics of Competitive Advantage: A Case Study of Ayam Salto Bandar Lampung

**Abstract.** The rapid development of fast food in Indonesia has placed MSMEs such as Ayam Salto in increasingly intense competition, making the management of resources that meet VRIN criteria a key factor for sustainable competitive advantage. This study aims to map the main resources and capabilities of Ayam Salto using the Resource-Based View framework and analyze their contribution to the formation of business differentiation. Through a qualitative case study approach involving interviews, observations, and document analysis, the findings show that unique recipes, consistent service patterns, and a brand image based on local identity are core assets that are difficult to imitate and not easily substituted, thereby strengthening the company's competitive position. This study confirms that the strategic utilization of VRIN resources, supported by adaptive and innovative

capabilities, is an important foundation for culinary MSMEs to maintain competitiveness in the fast food market.

**Keywords:** Resource-Based View, VRIN framework, sustainable competitive advantage, resource management, intangible assets, culinary MSMEs, differentiation strategy

**Abstrak.** Pesatnya perkembangan kuliner cepat saji di Indonesia menempatkan UMKM seperti Ayam Salto dalam persaingan yang semakin intens, sehingga pengelolaan sumber daya yang memenuhi kriteria VRIN menjadi faktor kunci bagi keunggulan bersaing berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan memetakan sumber daya dan kapabilitas utama Ayam Salto dengan kerangka Resource-Based View serta menganalisis kontribusinya terhadap pembentukan diferensiasi usaha. Melalui pendekatan kualitatif studi kasus dengan wawancara, observasi, dan analisis dokumentasi, temuan menunjukkan bahwa resep khas, pola layanan konsisten, dan citra merek berbasis identitas lokal merupakan aset inti yang sulit ditiru dan tidak mudah disubstitusi, sehingga memperkuat posisi kompetitif. Penelitian ini menegaskan bahwa pemanfaatan strategis sumber daya VRIN, yang didukung kapabilitas adaptif dan inovatif, menjadi fondasi penting bagi UMKM kuliner untuk mempertahankan daya saing di pasar cepat saji.

**Kata kunci:** Resource-Based View, kerangka VRIN, keunggulan bersaing berkelanjutan, pengelolaan sumber daya, aset tak berwujud, UMKM kuliner, strategi diferensiasi

## PENDAHULUAN

Industri kuliner cepat saji di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang impresif seiring berubahnya pola konsumsi masyarakat yang semakin menginginkan layanan praktis dan hidangan siap santap. Di tengah tren tersebut, UMKM—termasuk usaha Ayam Salto—memegang peranan penting sebagai penopang perekonomian nasional. Kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto ekonomi kreatif sangat besar, terutama di subsektor kuliner yang menyumbang lebih dari 40% dan menyediakan lapangan kerja bagi jutaan orang. (Puspitowati & Royhard, 2024) Meski demikian, persaingan yang makin sengit membuat pelaku UMKM harus terus memperbarui strategi dan meningkatkan kapasitas agar tetap mampu bertahan dalam dinamika pasar yang cepat berubah. (Parthasarathi & Ongkowijoyo, 2025)

Dalam merespons kondisi tersebut, pendekatan Resource-Based View (RBV) memberikan sudut pandang yang menekankan perlunya pengelolaan sumber daya yang memenuhi kriteria valuable, rare, inimitable, dan non-substitutable (VRIN). Sumber daya dengan karakter VRIN inilah yang menjadi fondasi untuk membangun keunggulan bersaing jangka panjang. (Mailani et al., 2024) Berbagai penelitian pada UMKM kuliner di Indonesia menunjukkan bahwa kemampuan mengelola sumber daya bernilai tinggi—seperti resep khas, pengetahuan unik, inovasi menu, maupun jaringan relasi bisnis—secara langsung berpengaruh pada peningkatan performa usaha serta daya saingnya di pasar. (Mardatillah, 2020)

Di samping sumber daya fisik, aset tak berwujud seperti budaya kerja, wawasan manajerial, dan jejaring sosial juga terbukti memainkan peranan yang sangat penting. Sejumlah studi pada bisnis kopi dan kuliner tradisional menunjukkan bahwa kepekaan dalam membaca kebutuhan konsumen,

kemampuan mengembangkan produk baru, serta kecerdasan dalam mengelola pengetahuan internal menjadi faktor kunci menghadapi kompetisi yang semakin dinamis. Inovasi yang berakar pada nilai budaya lokal—seperti menu tradisional Minangkabau—bahkan mampu menciptakan nilai tambah yang kuat dan meningkatkan loyalitas pelanggan. (Mardatillah, 2020)

Lebih jauh lagi, orientasi pada kewirausahaan, pemahaman terhadap dinamika pasar, serta kemampuan menyerap pengetahuan baru (*absorptive capacity*) menjadi elemen penting yang mempengaruhi keberhasilan UMKM. (Puspitowati & Royhard, 2024) Pelaku usaha yang aktif berinovasi, berani mengambil inisiatif, dan mampu memanfaatkan kolaborasi dengan komunitas lokal biasanya lebih cepat memperkuat sumber daya VRIN mereka. Model kolaboratif ini juga membantu memperluas jaringan usaha dan memberikan akses terhadap pasar yang lebih luas. (P. D. S. S. Iriani et al., 2025)

Kendati demikian, banyak UMKM masih menghadapi hambatan dalam memaksimalkan potensi sumber daya VRIN. Tidak sedikit yang masih berfokus pada aset berwujud dan belum menyadari bahwa keunggulan kompetitif sebenarnya terletak pada kemampuan mengelola aset tak berwujud secara strategis. (Akbari et al., 2025) Oleh sebab itu, dibutuhkan pendekatan yang lebih komprehensif dalam mengembangkan sumber daya tersebut, mulai dari peningkatan kapasitas SDM, penguatan hubungan bisnis, inovasi produk, hingga pemanfaatan teknologi informasi sebagai alat pendukung operasional. (Indrawati et al., 2024)

Dengan pengelolaan yang tepat, optimalisasi sumber daya VRIN dapat menjadi jalan utama bagi UMKM seperti Ayam Salto dalam mempertahankan kinerja usaha sekaligus memenangkan persaingan di segmen kuliner cepat saji. Selain memperkuat posisi bisnis, langkah ini turut memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi daerah serta mendorong pencapaian sasaran pembangunan berkelanjutan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk menelaah suatu fenomena secara lebih mendalam dalam lingkungan aslinya. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, pengamatan langsung, serta penelusuran dokumen terkait. Seluruh informasi yang diperoleh kemudian diproses melalui tahapan pengodean dan pengelompokan, yang selanjutnya dipetakan ke dalam kategori Valuable, Rare, Inimitable, dan Non-substitutable (VRIN) sebagai dasar analisis.

Pendekatan studi kasus dengan metode kualitatif digunakan karena mampu memberikan pemahaman yang utuh terhadap suatu fenomena melalui beragam jenis informasi dan perspektif. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menelusuri secara mendalam proses, pengalaman, serta dinamika interaksi yang berlangsung secara nyata di lingkungan penelitian, sehingga makna dan konteks yang melekat pada fenomena tersebut dapat terungkap dengan lebih jelas.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama. Pertama, wawancara mendalam yang memberikan gambaran mengenai pandangan, pengalaman, serta

makna yang diungkapkan langsung oleh para partisipan. Kedua, observasi lapangan yang memungkinkan peneliti merekam berbagai perilaku, interaksi, dan kondisi nyata yang terjadi selama proses penelitian. Ketiga, penelusuran dokumentasi berupa arsip, catatan tertulis, atau dokumen relevan lainnya yang berfungsi sebagai pelengkap sekaligus bahan verifikasi informasi. Kombinasi ketiga metode tersebut digunakan sebagai bentuk triangulasi untuk memperkuat keandalan data dan memperluas cakupan pemahaman terhadap fenomena yang dikaji.

Proses analisis data dilaksanakan secara bertahap dan terstruktur. Tahap pertama dimulai dengan mentranskripsikan seluruh hasil wawancara dan observasi secara lengkap sesuai ucapan asli partisipan. Selanjutnya, data yang telah ditranskripsi diberi kode menggunakan kombinasi pendekatan induktif dan deduktif, yakni dengan memanfaatkan kode yang telah disiapkan sebelumnya sekaligus mengembangkan kode baru yang muncul selama proses analisis berlangsung.

Kode-kode tersebut kemudian disusun ke dalam kategori yang mewakili empat atribut utama dalam kerangka VRIN—Valuable, Rare, Inimitable, dan Non-substitutable—sebagai dasar untuk mengelompokkan temuan penelitian. Untuk memastikan akurasi dan keandalan hasil analisis, proses validasi dilakukan melalui diskusi antar anggota tim, pengecekan kesesuaian kode antar peneliti (intercoder reliability), serta membandingkan temuan dari berbagai sumber data sebagai bentuk triangulasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ayam Salto memiliki sejumlah sumber daya utama—mulai dari racikan resep yang khas, karakter pelayanan yang konsisten, hingga identitas merek yang lekat dengan nilai lokal. Ketiga unsur tersebut terbukti memenuhi sebagian besar bahkan seluruh indikator dalam kerangka VRIN (Valuable, Rare, Inimitable, dan Non-substitutable). Keberadaan sumber daya semacam ini menjadi faktor penentu dalam menopang dan memperkuat keunggulan bersaing yang dapat dipertahankan dalam jangka panjang.

Penelitian ini mengungkap bahwa Ayam Salto memiliki beberapa sumber daya utama yang menjadi fondasi keunggulan kompetitifnya. Resep khas yang dikembangkan secara khusus menjadi salah satu aset paling signifikan karena menawarkan cita rasa unik yang sulit direplikasi maupun digantikan oleh pesaing. (Vuksanović et al., 2024) Keunikan inilah yang menjadikan resep tersebut bernilai tinggi, langka, serta sukar ditiru, sehingga memberikan kontribusi besar terhadap posisi kompetitif usaha. Selain itu, pola layanan yang konsisten dan berorientasi pada kenyamanan pelanggan juga menghadirkan pengalaman tersendiri yang tidak mudah disubstitusi. (Anning-Dorson, 2021) Standarisasi dalam pelayanan tidak hanya meningkatkan persepsi nilai, tetapi juga mendorong terbentuknya loyalitas konsumen. Di sisi lain, citra merek yang kuat dan terhubung erat dengan identitas lokal menjadi pembeda penting bagi Ayam Salto. Keterkaitan emosional yang tercipta melalui branding lokal tersebut memperkuat daya tarik usaha dan semakin menegaskan keunggulan bersaing di tengah kompetisi pasar yang ketat.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa sumber daya yang memenuhi karakteristik VRIN memberikan dampak besar terhadap terciptanya keunggulan bersaing serta peningkatan kinerja usaha, khususnya pada sektor kuliner dan pariwisata. (Barney, 1991) Temuan-temuan tersebut menegaskan bahwa sumber daya yang memiliki nilai tinggi dan bersifat langka berpengaruh langsung terhadap kemampuan bisnis untuk bersaing. (P. D. S. S. Iriani et al., 2025) Sementara itu, elemen yang sulit ditiru dan tidak mudah digantikan berperan dalam menjaga agar keunggulan tersebut tetap bertahan dalam jangka panjang. Selain itu, berbagai aset tak berwujud—seperti pengetahuan yang dikuasai pelaku usaha, reputasi yang terbentuk dari pengalaman, serta hubungan kolaboratif yang telah terbangun—menjadi faktor pembeda yang sangat menentukan posisi suatu bisnis di tengah persaingan.

Penekanan pada upaya mengembangkan sekaligus menjaga sumber daya yang memenuhi kriteria VRIN—terutama yang bersifat tidak berwujud seperti keunikan resep dan kekuatan citra merek—menjadi langkah krusial dalam mempertahankan posisi kompetitif. Peningkatan inovasi menu, konsistensi dalam memberikan layanan, serta penguatan identitas lokal merupakan bentuk investasi strategis yang dapat mendorong daya saing dan menjaga kinerja usaha tetap berkelanjutan. (Duarte Alonso et al., 2022)

Sumber daya utama yang dimiliki Ayam Salto, dan yang selaras dengan prinsip VRIN, terbukti memainkan peran besar dalam membentuk keunggulan kompetitif usaha. Cara perusahaan mengelola serta mengembangkan aset-aset tersebut menjadi faktor penentu dalam menjaga daya saing dan mempertahankan posisi mereka di industri kuliner yang semakin kompetitif.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Pemahaman yang mendalam mengenai karakteristik sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak dapat digantikan memberi dasar yang kuat bagi Ayam Salto dalam merumuskan strategi berbasis Resource-Based View (RBV). Pendekatan ini memungkinkan perusahaan menilai secara lebih terarah sumber daya mana yang benar-benar mampu menopang daya saing, terutama dalam industri kuliner yang persaingannya semakin kompetitif dan dinamis. Sumber daya yang memenuhi kriteria VRIN menjadi penopang utama bagi terbentuknya keunggulan bersaing jangka panjang. (Mailani et al., 2024)

Temuan penelitian menunjukkan bahwa unsur seperti racikan menu khas, pola pelayanan yang membentuk pengalaman pelanggan, dan citra merek yang melekat pada identitas lokal berperan besar dalam membangun diferensiasi. Keunikan ketiga sumber daya tersebut menjadikannya sulit untuk direplikasi maupun digantikan, sehingga memposisikan Ayam Salto secara lebih kuat di tengah persaingan. Nilai strategis yang terkandung didalamnya memberi kontribusi langsung terhadap penciptaan nilai dan loyalitas pelanggan. (Lin & Wu, 2014)

Namun, strategi berbasis RBV tidak dapat berdiri sendiri. Keberhasilannya bergantung pada kemampuan usaha untuk mengembangkan kapabilitas yang adaptif. Integrasi antara perlindungan sumber daya inti dan penguatan kemampuan menanggapi perubahan pasar terbukti mampu menjaga stabilitas keunggulan

bersaing. Dengan kata lain, Ayam Salto perlu mengombinasikan kekuatan internalnya dengan kemampuan membaca perubahan eksternal secara berkelanjutan. (Wenjie Sun et al., 2024)

Selain itu, investasi pada aset tidak berwujud seperti pengetahuan operasional, reputasi yang terbangun seiring waktu, dan pengalaman menjalin kemitraan juga memegang peran penting dalam memperkuat posisi kompetitif. Aset-aset intangible ini memberikan karakter yang membedakan Ayam Salto dari pemain lain, sekaligus memperluas peluang untuk meningkatkan kecenderungan pelanggan melakukan pembelian ulang. Pengelolaan yang tepat atas aset tersebut dapat memperkuat jejak merek dalam jangka panjang.

Hasil kajian juga menegaskan bahwa sumber daya yang bersifat generik—misalnya peralatan standar atau modal yang mudah diperoleh—tidak memberikan sumbangsih besar terhadap penciptaan keunggulan kompetitif. Oleh sebab itu, fokus pengembangan perlu diarahkan pada sumber daya yang benar-benar unik dan memiliki nilai strategis tinggi. Upaya berkelanjutan seperti inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, serta penguatan identitas merek menjadi langkah penting dalam menjaga relevansi usaha. (S. S. Iriani et al., 2024)

Akhirnya, strategi yang efektif harus dilengkapi dengan pemantauan yang konsisten terhadap dinamika internal maupun eksternal. Kolaborasi dengan komunitas lokal atau mitra usaha dapat membuka peluang baru bagi penguatan sumber daya VRIN, sekaligus meningkatkan keterlibatan pelanggan. Dengan pengelolaan sumber daya dan kapabilitas secara sistematis, Ayam Salto memiliki landasan yang kokoh untuk mempertahankan, bahkan memperluas, keunggulan bersaing di pasar kuliner. (Bhandari et al., 2020)

## REFRENSI

- Akbari, M., Rahman, H., & Games, D. (2025). Applying VRIO Analysis for Strategy Formulation to Increase Competitiveness Through Intangible Asset Mastery (Case Study on Kopi Kita in Padang Ciy). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 6(4), 2389–2398.
- Anning-Dorson, T. (2021). Organizational culture and leadership as antecedents to organizational flexibility: implications for SME competitiveness. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(5), 1309–1325. <https://doi.org/10.1108/JEEE-08-2020-0288>
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Bhandari, K. R., Rana, S., Paul, J., & Salo, J. (2020). Relative exploration and firm performance: Why resource-theory alone is not sufficient? *Journal of Business Research*, 118, 363–377. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.07.001>
- Duarte Alonso, A., O'Shea, M., & Kok, S. K. (2022). Managing knowledge in the context of gastronomy and culinary tourism: a knowledge-based view. *Tourism Recreation Research*, 47(2), 145–159. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1827566>
- Indrawati, A. D., Armanu, Troena, E. A., & Yuniarinto, A. (2024). Utilizing innovation

- and collective organizational engagement into SMEs' sustainable competitive advantage. *Uncertain Supply Chain Management*, 12(3), 1589–1602. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2024.3.021>
- Iriani, P. D. S. S., Dian Anita, N., Farid, P., Puspita Sari, S., Dwiarko, N., & Reynaldi Dwi, J. (2025). Harnessing competitive advantage: A resource-based perspective on sustainable business performance in tourism villages. *Jurnal Siasat Bisnis*, 263–274. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol28.iss2.art8>
- Iriani, S. S., Nuswantara, D. A., Nugrohoseno, D., Sukardani, P. S., Pribadi, F., & Junianta, R. D. (2024). Enhancing Tourism Villages Through VRIN Resources and Local Endorsement: A Resource-Based View on Achieving Sdgs in Rural Development. *Journal of Lifestyle and SDGs Review*, 5(2), e02740. <https://doi.org/10.47172/2965-730x.sdgreview.v5.no2.pe02740>
- Lin, Y., & Wu, L. Y. (2014). Exploring the role of dynamic capabilities in firm performance under the resource-based view framework. *Journal of Business Research*, 67(3), 407–413. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.12.019>
- Mailani, D., Hulu, M. Z. T., Simamora, M. R., & Kesuma, S. A. (2024). Resource-Based View Theory to Achieve a Sustainable Competitive Advantage of the Firm: Systematic Literature Review. *International Journal of Entrepreneurship and Sustainability Studies*, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.31098/ijeass.v4i1.2002>
- Mardatillah, A. (2020). The enterprise culture heritage of Minangkabau cuisine, West Sumatra of Indonesia as a source of sustainable competitive advantage. *Journal of Ethnic Foods*, 7(1). <https://doi.org/10.1186/s42779-020-00059-z>
- Parthasarathi, S., & Ongkowijoyo, G. (2025). Entrepreneurial Orientation Dimensions, Competitive advantage, and Indonesian F&B SMEs Performance. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 5(6), 6270–6285. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v5i6.4055>
- Puspitowati, I., & Royhard, I. K. (2024). Influence of Entrepreneurial Orientation, Market Orientation and Absorptive Capacity on Business Performance. *International Journal of Application on Economics and Business*, 2(1), 3025–3033. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v2i1.3025-3033>
- Vuksanović, N., Demirović Bajrami, D., Petrović, M. D., Radovanović, M. M., Malinović-Milićević, S., Radosavac, A., Obradović, V., & Ergović Ravančić, M. (2024). The Role of Culinary Tourism in Local Marketplace Business—New Outlook in the Selected Developing Area. *Agriculture (Switzerland)*, 14(1). <https://doi.org/10.3390/agriculture14010130>
- Wenjie Sun, Kecun Chen, & Jianhua Mei. (2024). Integrating the Resource-Based View and Dynamic Capabilities: a Comprehensive Framework for Sustaining Competitive Advantage in Dynamic Markets. *EPRA International Journal of Economic and Business Review*, 1–8. <https://doi.org/10.36713/epra18157>