

Analisis Resource Based View Strategy (Study Pada UMKM Boombo Lezato Lampung)

Samsul Ma'arif¹, Uria Salsabila², Rahma Salsabilla³, Vicky F Sanjaya⁴

^{1,2,3,4} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan
Lampung, Bandar Lampung, Indonesia

e-mail: ¹smsl.maarif3@gmail.com, ²uriasalsabila3@gmail.com,
³rhmaslsabilla04@gmail.com, ⁴vicky@radenintan.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sumber daya internal UMKM Boombo Lezato berdasarkan pendekatan *Resource-Based View* (RBV) untuk mengetahui keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis dilakukan menggunakan kerangka VRIO serta pendekatan *Capability Lifecycle* (CLC) untuk memetakan karakteristik sumber daya dan posisi kompetitifnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Boombo Lezato memiliki kombinasi sumber daya yang berada pada empat tingkat keunggulan, yaitu *competitive parity*, *temporary competitive advantage*, *unused advantage*, dan *sustainable competitive advantage*. Sumber daya yang memberikan keunggulan berkelanjutan meliputi kemampuan owner dalam digital marketing dan personal branding, stabilitas keuangan usaha, strategi pemasaran digital yang konsisten, rencana ekspansi yang terarah, serta kepemimpinan owner yang kuat. Sementara itu, tantangan utama berasal dari aspek sumber daya manusia yang belum optimal, khususnya terkait kedisiplinan dan produktivitas. Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan Boombo Lezato sangat dipengaruhi oleh pemanfaatan aset intangible yang sulit ditiru pesaing, dan strategi internal yang adaptif menjadi kunci dalam mempertahankan daya saing di industri F&B yang kompetitif.

Kata Kunci: *RBV, VRIO, Sumber Daya, Keunggulan Bersaing.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the internal resources of Boombo Lezato using the Resource-Based View (RBV) framework to identify the company's competitive advantages. A qualitative research method was employed, utilizing interviews, observations, and documentation as data collection techniques. The analysis applied the VRIO framework and the Capability Lifecycle (CLC) approach to examine the characteristics of the firm's resources and their competitive implications. The findings indicate that Boombo Lezato possesses resources positioned across four competitive levels: competitive parity, temporary competitive advantage, unused advantage, and sustainable competitive advantage. The resources that provide long-term advantages include the owner's expertise in digital marketing and personal branding, stable financial conditions, consistent digital marketing strategies, structured expansion plans, and strong leadership. Meanwhile, the main challenge lies in the human resource aspect, particularly related to discipline and productivity. Overall, the study concludes that Boombo Lezato's success is driven by its ability to leverage intangible resources that are difficult for competitors to imitate, and that adaptive internal strategies are essential to sustaining competitiveness within the dynamic F&B industry.

Keywords: RBV, VRIO, Resources, Competitive Advantage

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan UMKM di sektor makanan dan minuman di Indonesia terus menunjukkan peningkatan, termasuk di Provinsi Lampung. Persaingan yang semakin ketat antar pelaku usaha makanan ringan dan camilan kekinian menuntut setiap UMKM untuk memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi. Berbagai brand baru bermunculan dengan inovasi rasa, kemasan kreatif, hingga strategi pemasaran digital yang agresif. Dalam kondisi tersebut, UMKM tidak cukup

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v6i1.27565>

hanya mengandalkan harga dan kualitas produk, tetapi juga memerlukan kekuatan sumber daya internal yang mampu menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan. UMKM Boombo Lezato Lampung merupakan salah satu pelaku usaha makanan ringan yang menghadapi tantangan tersebut, terutama terkait bagaimana memaksimalkan sumber daya yang dimiliki agar tetap bertahan, menarik pelanggan, dan mampu bersaing dengan produk-produk sejenis.

Dengan mempertimbangkan latar belakang tersebut, UMKM Boombo Lezato membutuhkan strategi yang terencana serta berorientasi pada pemanfaatan sumber daya internal yang unggul. Menurut pandangan *Resource-Based View* (RBV), sumber daya internal perusahaan memiliki peran yang lebih krusial dibandingkan struktur industri dalam upaya mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif (Masyitoh et al., 2019). Oleh karena itu, pendekatan RBV menjadi kerangka yang relevan untuk menjamin keberlanjutan dan keberhasilan bisnis di tengah persaingan yang terus berubah.

Beberapa penelitian yang membahas *Resource Base View* (RBV) diantaranya pertama, Penelitian oleh Febri Rahmatullah, Bayu Wijayantini, dan Yohanes Gunawan Wibowo dengan judul “Analisis RBV (*Resources Based View*) untuk Menentukan Keunggulan Bersaing Perusahaan Pada UD. Tiga Putra” hasil penelitiannya disimpulkan bahwa keunggulan bersaing perusahaan dapat diidentifikasi melalui analisis VRIO, di mana UD. Tiga Putra memiliki 10 sumber daya dan kapabilitas yang masuk kategori *sustainable competitive advantage* sehingga menjadi kekuatan strategis perusahaan (Rahmatullah et al., 2023). Kedua, Penelitian oleh Akbar Wahbi dan Adrian Tawai dengan judul “Strategi Bersaing Media Online dalam Perspektif *Resource Based View* (RBV)” hasil penelitiannya disimpulkan bahwa Edunews.id memiliki dua sumber daya dan dua kapabilitas yang memenuhi kriteria VRIO dan dapat dijadikan sebagai keunggulan bersaing, terutama melalui komitmen pegawai, reputasi di mata pembaca, serta kemampuan memanfaatkan jaringan organisasi (Wahbi & Tawai, 2023). Ketiga, Penelitian oleh Ardi Hirmansah dengan judul “Analisis Strategi Bersaing melalui Pendekatan *Resource Based-View* guna Mencapai *Sustainable Competitive Advantage* (Studi Desa Wisata Ketambe)” hasil penelitiannya disimpulkan bahwa Desa Wisata Ketambe memiliki 12 sumber daya dan 18 kapabilitas yang mendukung terciptanya keunggulan kompetitif berkelanjutan, di mana sebagian masuk kategori *sustained competitive advantage* berdasarkan analisis VRIO, sehingga desa mampu bersaing melalui pemanfaatan ekowisata, pemberdayaan masyarakat, dan strategi diferensiasi (Hirmansah, 2024).

Berdasarkan kondisi persaingan dan literatur RBV tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sumber daya apa saja yang dimiliki Boombo Lezato. Dengan menggabungkan

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v6i1.27565>

fakta lapangan melalui wawancara dan kerangka konsep RBV, penelitian ini berupaya menghasilkan pemahaman mendalam mengenai strategi internal yang digunakan UMKM ini untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan ketat industri F&B Lampung.

2. LANDASAN TEORI

Resource Based-View

Resource-Based View (RBV) adalah model kinerja perusahaan yang berfokus pada sumber daya dan kapabilitas yang dikendalikan oleh perusahaan sebagai sumber utama keunggulan kompetitif (Hirmansah, 2024). Definisi ini menegaskan bahwa RBV menjadi kerangka acuan untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan perusahaan melalui pengenalan terhadap keunikan seluruh sumber daya internal yang dimiliki, baik berupa aset fisik, keterampilan manusia, struktur organisasi, maupun proses kerja. *Resource-Based View* (RBV) menekankan bahwa keunggulan kompetitif berkelanjutan tidak hanya ditentukan oleh kondisi eksternal atau struktur industri, tetapi lebih pada bagaimana perusahaan memanfaatkan sumber daya internal yang dimilikinya (Barney, 1991). Wernerfelt (1984) menyebut RBV sebagai pendekatan yang melihat perusahaan sebagai kumpulan sumber daya yang dapat digunakan untuk meraih keunggulan kompetitif.

Kerangka VRIO

Barney (1991) mengembangkan kerangka VRIO sebagai alat untuk menilai apakah suatu sumber daya dapat menjadi keunggulan kompetitif berkelanjutan. VRIO terdiri dari:

- 1) *Valuable* (Bernilai): Sumber daya harus memberikan nilai tambah, meningkatkan efisiensi, atau menciptakan kepuasan pelanggan.
- 2) *Rare* (Langka): Sumber daya harus jarang dimiliki oleh pesaing.
- 3) *Inimitable* (Sulit Ditiru): Sumber daya tidak mudah ditiru karena faktor sejarah, budaya, atau kompleksitas sosial.
- 4) *Organized* (Terorganisasi): Perusahaan harus mampu mengorganisasi dan memobilisasi sumber daya tersebut secara efektif.

Jika suatu sumber daya memenuhi keempat kriteria VRIO, maka perusahaan dapat mencapai *sustainable competitive advantage*. Sebaliknya, jika hanya memenuhi sebagian, maka keunggulan yang diperoleh bersifat sementara atau bahkan tidak signifikan.

Penerapan RBV Pada UMKM

Menurut Miller (2019) dalam Aisyah et al, (2022), prosedur penerapan model pengembangan RBV pada UMKM adalah sebagai berikut:

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v6i1.27565>

- 1) Mengidentifikasi sumber-sumber perusahaan yang mampu meningkatkan efisiensi dan efektivitas sehingga bisa meningkatkan kinerjanya dibanding para pesaing dan meningkatkan kepuasan pasar.
- 2) Mengidentifikasi distribusi sumber daya perusahaan. Jika sumber daya tersedia secara bebas untuk semua perusahaan, maka paritas kompetitif dapat diperoleh, memungkinkan perusahaan untuk memiliki sumber daya yang sama dengan pesaingnya. Namun, jika tidak tersedia secara bebas (didistribusikan secara heterogen), maka sumber daya tersebut dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif. Dengan kata lain, heterogenitas sumber daya menyiratkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang berbeda-beda. Oleh karena itu, perusahaan dengan sumber daya marjinal dapat berharap untuk mencapai titik impas, sementara perusahaan dengan sumber daya yang unggul harus mengharapkan untuk mendapatkan sewa.
- 3) Mengukur tingkat keunggulan kompetitif yang dapat diperoleh dari sumber daya yang diberikan. Ini dicapai dengan mempertanyakan mobilitas atau ketidakmampuan sumber daya. Jika sumber daya bergerak dengan sempurna maka sumber daya tersebut kemungkinan hanya menjadi sumber keunggulan kompetitif sementara, paling banter. Sifat sementara ini dikaitkan dengan keuntungan karena sumber daya dapat berpindah tangan. Keunggulan perusahaan didasarkan pada perusahaan yang memiliki strategi aset yang lebih unggul dari pesaing, oleh karena itu, kemampuan untuk mempertahankan keuntungan adalah fungsi dari heterogenitas sumber daya tersebut (Aisyah et al., 2022).

Dalam kasus Boombo Lezato, teori RBV membantu menjelaskan bagaimana branding, inovasi produk, dan keuangan stabil dapat menjadi sumber daya strategis yang mendukung keberlanjutan usaha di tengah persaingan ketat industri F&B Lampung.

Pada UMKM, personal branding owner juga dapat menjadi faktor pembeda yang signifikan. Hal ini sejalan dengan pandangan Wahbi & Tawai, (2023) bahwa reputasi dan komitmen individu dalam organisasi dapat menjadi sumber daya yang memenuhi VRIO.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penyusunan artikel ini adalah metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara langsung kepada pelaku UMKM Boombo Lezato di Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai bagaimana konsep *Resource Based View* (RBV) diterapkan dalam upaya mempertahankan keunggulan bersaing pada UMKM tersebut. Data kualitatif yang dikumpulkan mencakup

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v6i1.27565>

gambaran umum mengenai UMKM Boombo Lezato serta berbagai sumber daya internal yang dimiliki dan dikelola dalam menjalankan aktivitas usahanya. Lokasi penelitian berfokus pada UMKM Boombo Lezato yang beroperasi di wilayah Lampung.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari observasi observasi atas penyaksian kejadian-kejadian yang dituliskan (Syahza, 2021). Data primer diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara dengan pemilik usaha, yang memberikan informasi mengenai strategi bersaing UMKM Boombo Lezato berdasarkan pendekatan model RBV yang menitikberatkan pada pengelolaan sumber daya internal. Data sekunder yaitu peneliti melaporkan hasil observasi orang lain yang satu kali atau lebih telah lepas dari kejadian aslinya (Syahza, 2021). Data sekunder diperoleh dari berbagai laporan, dokumen, dan hasil observasi yang sebelumnya telah dilakukan oleh pihak lain. Seluruh sumber data, baik primer maupun sekunder, terutama dihimpun melalui wawancara dengan pemilik UMKM Boombo Lezato. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi, sehingga informasi yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi usaha secara komprehensif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Boombo Lezato adalah usaha di bidang *Food and Beverage* (F&B) yang berfokus pada jajanan kekinian seperti *pillow pastry*, cireng *crunchy*, wonton, berbagai varian *dimsum*, dan *gyoza*. Usaha ini berdiri sejak tahun 2022 dan berawal dari nama Boombo Basreng sebelum berkembang menjadi Boombo Lezato seiring bertambahnya menu. Usaha ini dirintis oleh Dewi Lestari yang sebelumnya bekerja sebagai *digital marketer*, sehingga memiliki kemampuan kuat dalam branding dan pemasaran. Meskipun dimulai dengan modal terbatas dan dikelola seorang diri, kini Boombo Lezato telah memiliki omzet yang stabil, pelanggan yang luas, serta brand yang dikenal melalui strategi konten, personal branding, dan promo rutin.

Boombo Lezato memiliki struktur organisasi sederhana yang terdiri dari owner, partner, tim produksi, dan pengelola SDM, dengan sebagian besar karyawan merupakan ibu rumah tangga. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana penerapan teori *Resource Based View* (RBV) pada Boombo Lezato, terutama terkait pemanfaatan sumber daya manusia, fisik, dan organisasi dalam menciptakan keunggulan bersaing. Hal ini dilakukan Untuk menentukan apakah sumber daya di Boombo Lezato merupakan suatu kelemahan atau kekuatan, analisis terhadap data yang telah diperoleh menunjukkan bahwa:

A. Sumber Daya Manusia

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Boombo Lezato, didapatkan informasi bahwa:

- 1) Dalam menjalankan operasional usaha, Boombo Lezato mengandalkan sumber daya manusia yang terdiri dari owner, partner, tim produksi, serta karyawan yang sebagian besar merupakan ibu rumah tangga. Owner dan partner memiliki pembagian tugas yang jelas, owner berfokus pada strategi pemasaran, personal branding, dan pengembangan arah bisnis, sedangkan partner bertanggung jawab pada pengelolaan SDM dan kontrol operasional produksi. Pembagian peran ini membuat proses kerja lebih terstruktur dan memudahkan koordinasi di lapangan.
- 2) Namun, tantangan muncul karena sebagian besar tenaga kerja berasal dari kalangan ibu rumah tangga. Keterbatasan waktu dan tanggung jawab keluarga sering memengaruhi produktivitas. Meskipun banyak karyawan berasal dari kalangan ibu rumah tangga, pemilik tetap berupaya membangun kualitas SDM melalui pembiasaan kerja, pendampingan, serta arahan yang jelas terkait standar produksi. Namun demikian, pemilik mengakui bahwa SDM merupakan tantangan terbesar saat ini karena sebagian karyawan memiliki keterbatasan waktu akibat urusan keluarga. Oleh sebab itu, pemilik mulai membuka peluang rekrutmen untuk tenaga kerja usia muda (hingga 30 tahun) yang dinilai lebih disiplin dan lebih mudah diarahkan, sehingga proses produksi dapat berjalan lebih optimal.
- 3) Evaluasi kerja rutin dilakukan oleh owner dan partner untuk menilai kedisiplinan, efektivitas kerja, serta kualitas hasil produksi. Selain itu, komunikasi antara pemilik dan karyawan berlangsung cukup dekat sehingga memudahkan penyampaian masukan maupun perbaikan. Melalui evaluasi ini, standar kerja dapat terus diperbarui dan ditingkatkan sesuai kebutuhan usaha, sehingga kualitas produk tetap terjaga meskipun variasi menu semakin banyak. Namun, kedekatan ini juga menimbulkan tantangan berupa kurangnya rasa hormat dari karyawan terhadap owner.

B. Sumber Daya Fisik

1) Keuangan

Boombo Lezato dapat dikatakan memiliki kondisi keuangan yang stabil. Berdasarkan hasil wawancara langsung dengan pemilik, dijelaskan bahwa pada masa awal usaha tantangan finansial cukup besar karena modal yang digunakan terbatas dan hampir seluruh proses dikelola sendiri. Namun setelah usaha berjalan selama tiga hingga empat tahun, kondisi keuangan mulai membaik, omzet menjadi stabil, dan pendapatan

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v6i1.27565>

usaha lebih teratur. Dewi menekankan bahwa semangat, konsistensi, dan ketekunan lebih penting dibandingkan modal besar. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa komitmen internal dapat menjadi sumber daya yang memenuhi kriteria VRIO (Wahbi & Tawai, 2023).

2) Peralatan produksi

Boombo Lezato memiliki peralatan produksi yang cukup memadai untuk mengolah berbagai menu. Dengan peralatan, kualitas dan konsistensi produk dapat dijaga meskipun permintaan terus meningkat dan menu semakin beragam.

3) Rumah produksi

Rumah produksi merupakan salah satu sumber daya fisik utama yang digunakan Boombo Lezato dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Seluruh proses produksi mulai dari persiapan bahan hingga pengolahan menu dilakukan di rumah produksi tersebut. Rumah ini menjadi pusat aktivitas dapur dan tempat seluruh menu diolah setiap hari sebelum didistribusikan kepada pelanggan. Kini, dengan volume pesanan semakin besar, kebutuhan ruang meningkat dan keuangan yang lebih sehat, Boombo Lezato menyewa rumah tambahan sebagai ruang produksi.

4) Outlet

Saat ini, Boombo Lezato memiliki total empat *outlet* yang tersebar di beberapa titik di Bandar Lampung. Kehadiran empat outlet ini menunjukkan bahwa lokasi-lokasi yang dipilih berada pada area dengan potensi pasar yang baik dan mudah dijangkau oleh target konsumennya, yaitu usia 15–40 tahun. Keberadaan banyak *outlet* juga mendukung distribusi produk dari rumah produksi ke berbagai wilayah kota secara lebih efektif. Selain itu, Pemilik juga berencana membuka cabang minimal satu setiap tahun dan merencanakan ekspansi ke daerah lain seperti Metro dan Pringsewu.

Berdasarkan informasi tersebut, dapat dilihat bahwa Boombo Lezato terus mengembangkan usahanya dan memiliki kekuatan keuangan yang cukup baik untuk mempertahankan dan memperluas operasionalnya.

C. Sumber Daya Organisasi

1) Struktur dan pembagian tugas

struktur organisasi Boombo Lezato bersifat sederhana namun memiliki pembagian tugas yang jelas. Pemilik berfokus pada strategi pemasaran, konten, personal branding, serta arah perkembangan usaha, sementara partner bertanggung jawab

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v6i1.27565>

mengelola SDM. Pembagian jobdesk ini membuat operasional lebih terarah dan memudahkan koordinasi harian.

2) Pengelolaan SDM dan proses internal

Tim produksi bertanggung jawab mengolah seluruh menu seperti *dimsum*, *wonton*, cireng *crunchy*, dan *pillow pastry*. Mayoritas karyawan adalah ibu rumah tangga, sehingga pemilik menghadapi tantangan dalam hal kedisiplinan dan profesionalitas karena kedekatan usia dan hubungan emosional. Pemilik melakukan evaluasi secara langsung terhadap kinerja karyawan, termasuk kedisiplinan dan sikap kerja.

Koordinasi dilakukan secara intens antara pemilik, partner, dan tim untuk menjaga kualitas dan kelancaran operasional.

3) Strategi Pemasaran dan branding

Dewi Lestari selaku owner memanfaatkan pengalaman sebagai digital marketer untuk membangun *brand image* melalui konten kreatif di media sosial. Personal branding owner menjadi sumber daya yang *rare* dan *inimitable*, sesuai dengan kerangka VRIO (Barney, 1991).

Strategi harga ditentukan melalui riset pasar dan kompetitor. Pemilik memilih pendekatan kuantitas, dengan margin keuntungan kecil per produk tetapi volume penjualan tinggi. Strategi ini efektif untuk menjangkau target pasar menengah ke bawah sekaligus tetap menarik minat kalangan menengah ke atas melalui penekanan kualitas bahan premium.

4) Inovasi produk

Boombo Lezato terus melakukan inovasi menu, mulai dari *pillow pastry* hingga berbagai varian *dimsum* dan *gyoza*. Inovasi produk merupakan bentuk kapabilitas yang *valuable* dan mendukung penciptaan keunggulan kompetitif berkelanjutan (Wernerfelt, 1984). Menurut pemilik, produk bisa saja ditiru, tetapi konsistensi inovasi dan keberanian mengekspos personal branding adalah hal yang sulit direplikasi oleh kompetitor.

5) Kepemimpin sebagai penggerak usaha

Pemilik menegaskan bahwa keberhasilan Boombo Lezato sangat dipengaruhi oleh peran *leader*. Konsistensi, ketekunan, dan kemampuan memimpin menjadi faktor yang menjaga usaha tetap berjalan dan berkembang. Kepemimpinan ini menjadi bagian penting dalam sumber daya organisasi dan menentukan arah strategi serta perkembangan usaha ke depan.

D. Kerangka Kerja Analisa *Resource Based-View* (RBV)

Dalam pendekatan *Resource-Based View* (RBV), fokus utama berada pada kekuatan sumber daya yang dimiliki dari dalam organisasi. Barner (2001) dalam (Masyitoh et al., 2019) menegaskan bahwa keberhasilan sebuah organisasi sangat dipengaruhi oleh sumber daya internal yang terbagi ke dalam tiga kelompok utama:

- 1) Sumber daya fisik meliputi berbagai aspek penting seperti peralatan, lokasi usaha, teknologi yang digunakan, serta bahan baku yang mendukung proses operasional.
- 2) Sumber daya manusia mencakup seluruh tenaga pengajar beserta pelatihan, pengalaman, keahlian, pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi yang mereka miliki.
- 3) Sumber daya organisasi mencakup beragam komponen internal, termasuk struktur perusahaan, mekanisme perencanaan, sistem informasi, legalitas atau sertifikasi, basis data, serta modul dan kurikulum yang digunakan.

Perusahaan yang menerapkan pendekatan *Resource-Based View* (RBV) dituntut untuk memaksimalkan pengelolaan aset internalnya. Dengan pengelolaan yang tepat dan strategi yang kuat, perusahaan dapat membangun keunggulan bersaing yang mampu bertahan dalam tekanan kompetisi jangka panjang.

Tabel 1. Kerangka Analisis RBV pada Boombo Lezato

No.	Jenis Sumber Daya	Keterangan	Implikasi Kompetitif
1.	Sumber Daya Manusia	Kompetensi owner dalam digital marketing, konten, dan personal branding	<i>Sustainable Competitive Advantage</i>
		Tim produksi mayoritas ibu rumah tangga dengan pengalaman dalam produksi menu	<i>Competitive Parity Advantage</i>
		Karyawan dibina melalui pendampingan dan pembiasaan standar kerja	<i>Temporary Competitive Advantage</i>
		Evaluasi dilakukan langsung oleh owner & partner	<i>Unused Competitive Advantage</i>
2.	Sumber Daya Fisik	Keuangan stabil setelah 3–4 tahun beroperasi	<i>Sustainable Competitive Advantage</i>
		Peralatan produksi memadai untuk mengolah berbagai menu	<i>Competitive Parity Advantage</i>
		Rumah produksi sebagai pusat kegiatan dapur dan pengolahan menu	<i>Temporary Competitive Advantage</i>

No.	Jenis Sumber Daya	Keterangan	Implikasi Kompetitif
		Empat outlet yang tersebar di beberapa titik Bandar Lampung	<i>Temporary Competitive Advantage</i>
3.	Sumber Daya Organisasi	Pembagian tugas jelas antara owner dan partner	<i>Competitive Parity Advantage</i>
		Pemasaran aktif melalui konten video dan media sosial	<i>Sustainable Competitive Advantage</i>
		Rencana ekspansi: membuka minimal satu cabang per tahun dan menjangkau Metro & Pringsewu	<i>Sustainable Competitive Advantage</i>
		Inovasi menu yang terus dikembangkan sesuai tren	<i>Temporary Competitive Advantage</i>
		Kepemimpinan owner yang menjadi penggerak utama usaha	<i>Sustainable Competitive Advantage</i>

Sumber: Boombo Lezato 2025

Dalam perspektif *Resource-Based View* (RBV), pemahaman mengenai daur hidup kemampuan menjadi elemen penting yang dapat digunakan perusahaan untuk merespons tantangan maupun memanfaatkan peluang. *Capability Lifecycle* adalah konsep yang menjelaskan secara menyeluruh bagaimana kemampuan suatu organisasi berkembang mengikuti pendekatan teori sumber daya yang bersifat dinamis seiring berjalannya waktu (Masyitoh et al., 2019). Melalui kerangka ini, perusahaan dapat melihat bisnis sebagai sistem yang terus bergerak dan beradaptasi berdasarkan kapasitas internal yang dimiliki. RBV menegaskan bahwa perbedaan keunggulan dan kelemahan antar perusahaan muncul dari ketidaksamaan sumber daya dan kapabilitas yang mereka miliki, yang pada akhirnya menentukan kondisi keunggulan bersaing masing-masing. Dalam pendekatan berbasis sumber daya menjelaskan bahwa perbedaan *competitive advantage* muncul karena setiap pesaing yang berada dalam pasar yang sama memiliki variasi sumber daya dan kapabilitas. Perbedaan tersebut kemudian berpengaruh terhadap terbentuknya *competitive advantage* dan *competitive disadvantage* masing-masing Perusahaan (Masyitoh et al., 2019).

Untuk menelaah bagaimana sebuah perusahaan dapat membangun *competitive advantage*, diperlukan rujukan pada pendekatan *Resource-Based View* (RBV) yang menitikberatkan pada evolusi sumber daya serta kapabilitas internal sebagai dasar terciptanya keunggulan tersebut. Pemahaman tentang proses perkembangan kemampuan

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v6i1.27565>

dapat diperoleh melalui kerangka dinamis bernama *Capability Lifecycle* (CLC), yang menyoroti bagaimana kapabilitas organisasi berubah dan beradaptasi seiring waktu melalui pemanfaatan sumber daya yang dimilikinya.

E. Hasil RBV dengan pendekatan *Capability lifecycle* (CLC)

Tabel 2. Hasil Analisis RBV dengan pendekatan *Capability Lifecycle* (CLC) Pada Boombo Lezato

Implikasi Kompetitor	Sumber Daya Perusahaan		Keterangan
<i>Competitive Parity Advantage</i>	1	Tim produksi mayoritas ibu rumah tangga dengan pengalaman dalam produksi menu	√
	2	Peralatan produksi memadai untuk mengolah berbagai menu	
	3	Pembagian tugas jelas antara owner dan partner	
<i>Temporary Competitive Advantage</i>	1	Rumah produksi sebagai pusat kegiatan dapur dan pengolahan menu	√
	2	Inovasi menu yang terus dikembangkan sesuai tren	
	3	Empat <i>outlet</i> yang tersebar di beberapa titik Bandar Lampung	
<i>Unused Competitive Advantage</i>	1	Evaluasi dilakukan langsung oleh owner & partner, namun kedisiplinan SDM belum optimal sehingga potensi kinerja belum sepenuhnya dimanfaatkan	√
<i>Sustainable Competitive Advantage</i>	1	Kompetensi owner dalam <i>digital marketing</i> , konten, dan personal branding	√
	2	Strategi pemasaran aktif melalui konten video dan media sosial	
	3	Keuangan stabil setelah 3–4 tahun beroperasi	
	4	Rencana ekspansi: membuka minimal satu cabang per tahun dan menjangkau Metro & Pringsewu	
	5	Kepemimpinan owner yang menjadi penggerak utama usaha	

Sumber: Boombo Lezato 2025

Setelah menerapkan analisis RBV dengan model VRIO pada Boombo Lezato, peneliti dapat memetakan sejumlah sumber daya yang dimiliki serta mengetahui posisi

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v6i1.27565>

daya saing perusahaan. Berdasarkan hasil penilaian dalam tabel sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Boombo Lezato memiliki tiga sumber daya yang berada pada tingkat *Competitive Parity Advantage*, artinya sumber daya tersebut membuat bisnis berada pada posisi yang tidak kalah dibandingkan dengan pesaingnya. Sumber daya tersebut meliputi: tim produksi yang memiliki pengalaman dalam mengolah berbagai menu seperti dimsum dan wonton, peralatan produksi yang memadai untuk menunjang kegiatan operasional, serta struktur organisasi yang jelas antara owner dan partner. Ketiga sumber daya ini membantu Boombo Lezato menjaga kualitas dan kelancaran operasional, meskipun tidak memberikan keunggulan yang sulit ditiru.
- 2) Boombo Lezato juga memiliki tiga sumber daya yang berada pada tingkat *Temporary Competitive Advantage*, yaitu keunggulan sementara yang cepat atau lambat dapat ditiru oleh kompetitor. Sumber daya tersebut adalah rumah produksi yang menjadi pusat pengolahan seluruh menu, inovasi menu yang terus dikembangkan mengikuti tren pasar, serta keberadaan empat outlet yang tersebar di beberapa titik strategis di Bandar Lampung. Ketiga sumber daya ini memberikan nilai tambah dalam pemasaran dan distribusi, namun berpotensi hilang keunggulannya apabila pesaing menerapkan strategi serupa.
- 3) Pada level selanjutnya, Boombo Lezato memiliki satu sumber daya yang berada pada tingkat *Unused Competitive Advantage*, yaitu sumber daya yang bernilai tetapi belum dimanfaatkan secara optimal oleh perusahaan. Sumber daya tersebut adalah sistem evaluasi yang dilakukan langsung oleh owner dan partner, namun kedisiplinan tenaga kerja masih menjadi kendala. Hal ini menunjukkan bahwa potensi peningkatan kinerja belum sepenuhnya dimaksimalkan.
- 4) Pada level terakhir, terdapat lima sumber daya Boombo Lezato yang masuk pada kategori *Sustainable Competitive Advantage*, yaitu sumber daya yang sulit ditiru dan memberikan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Sumber daya tersebut meliputi kemampuan owner dalam *digital marketing*, konten, dan personal branding; kondisi keuangan yang stabil setelah beroperasi beberapa tahun; strategi pemasaran yang aktif melalui media digital; rencana ekspansi yang terstruktur; serta kepemimpinan owner yang kuat dalam mengelola dan mengembangkan usaha. Kelima sumber daya ini memberikan Boombo Lezato posisi kompetitif yang kuat dan berpotensi dipertahankan dalam jangka panjang.

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v6i1.27565>

Berdasarkan temuan penelitian, pendekatan *Resource-Based View* (RBV) menunjukkan bahwa Boombo Lezato memiliki sejumlah keunggulan utama, yaitu:

- 1) Kemampuan owner dalam *digital marketing*, pembuatan konten, dan personal branding, yang menjadi faktor utama dalam menarik pelanggan dan meningkatkan visibilitas brand.
- 2) Inovasi produk yang terus dilakukan, sehingga menu-menu Boombo Lezato tetap relevan dengan selera pasar yang berubah.
- 3) Jaringan *outlet* yang sudah berkembang (empat *outlet*), sehingga distribusi produk lebih luas dan akses konsumen lebih mudah.
- 4) Rencana ekspansi yang terstruktur, termasuk target membuka cabang baru setiap tahun dan memperluas pasar ke daerah lain seperti Metro dan Pringsewu.
- 5) Kepemimpinan owner yang kuat dan visioner, sehingga arah pengembangan usaha lebih terarah.

5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa keunggulan kompetitif Boombo Lezato terutama bertumpu pada pemanfaatan sumber daya internal yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan terorganisasi dengan baik, sebagaimana dijelaskan dalam kerangka RBV. Keahlian owner dalam *digital marketing*, personal branding, serta konsistensi strategi pemasaran digital terbukti menjadi aset *intangible* yang memberikan *sustainable competitive advantage*. Selain itu, stabilitas keuangan, inovasi produk yang berkelanjutan, serta rencana ekspansi yang terarah memperkuat posisi usaha dalam persaingan industri F&B. Namun, penelitian juga menemukan bahwa sumber daya manusia masih menjadi tantangan utama, karena kedisiplinan dan produktivitas belum dimanfaatkan secara optimal dan berada pada kategori *unused competitive advantage*. Implikasi teoritis dari penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM dapat mencapai keunggulan bersaing melalui penguatan aset *intangible* dan pengembangan kapabilitas organisasi. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi Boombo Lezato untuk meningkatkan sistem manajemen SDM serta memperkuat struktur organisasi agar potensi sumber daya dapat dimaksimalkan. Penelitian mendatang dapat mengembangkan analisis pada aspek eksternal atau membandingkan beberapa UMKM F&B lainnya untuk memperluas pemahaman mengenai penerapan RBV dalam konteks usaha kecil.

6. DAFTAR PUSTAKA

Aisyah, H., Puspita, S., & Elizamiharti. (2022). RESOURCE-BASED VIEW: STRATEGI

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v6i1.27565>

- UMKM DI SUMATERA BARAT UNTUK MENCAPAI KEUNGGULAN KOMPETITIF. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 5(2), 109–120.
- Barney, J. (1991). Firm Resource and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Hirmansah, A. (2024). Analisis Strategi Bersaing Melalui Pendekatan Resorce Based-View Guna Mencapai Sustainable Competitive Advantage (Studi Desa Wisata Ketambe). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 928–936.
- Masyitoh, S., Azhad, M. N., & Rahayu, J. (2019). Penerapan Konsep Resources-Based View Uni(Rbv) Dalam Upaya Mempertahankan Keunggulan Bersaing Perusahaan (Studi kasus pada Artshop Akifani Mutiara Mataram). *Universitas Muhammadiyah Jember*.
- Rahmatullah, F., Wijyantini, 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.
- Syahza, A. (2021). *Buku Metodologi Penelitian (Edisi Revisi 2021)*. UR Press.
- Wahbi, A., & Tawai, A. (2023). Strategi Bersaing Media Online Dalam Pespektif Resource Based View (Rbv). *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(2), 317–329. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i2.55>
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-based View of the Firm. *Strstegic Management Journal*, 5(2), 171–180.