



Analisis Resource Based View dan Motivasi Pemilik dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Kuliner: Studi pada Ayam Salto ID di Bandar Lampung

Ratih Mayasari¹, Ramdani², Vicky F Sanjaya³

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

Email: ratihmaya135@gmail.com

Email: ramdanidn4x@gmail.com

Email: vicky@radenintan.ac.id

*Corresponding Author:

ratihmaya135@gmail.com

Abstrak

UMKM kuliner merupakan sektor yang terus bertumbuh dan berperan penting dalam perekonomian daerah, termasuk di Bandar Lampung yang memiliki konsumen mahasiswa dan pekerja muda. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk mengelola sumber daya internal secara optimal serta mempertahankan motivasi tinggi dalam menjalankan usaha. Penelitian ini bertujuan menganalisis pemanfaatan sumber daya internal berdasarkan perspektif *Resource Based View* (RBV) serta peran motivasi pemilik dalam meningkatkan kinerja UMKM kuliner Ayam Salto ID. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam dengan pemilik, yang didukung oleh data sekunder dari jurnal ilmiah dan literatur terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aset fisik, aset non-fisik, kapabilitas manajerial, inovasi produk, dan hubungan dengan pelanggan merupakan komponen utama yang saling berkaitan dalam meningkatkan kinerja usaha. Motivasi pemilik yang mencakup komitmen, orientasi kewirausahaan, dan tujuan pengembangan usaha terbukti mendorong pengelolaan sumber daya menjadi lebih efektif. Secara keseluruhan, penerapan prinsip RBV yang konsisten dan motivasi kuat mampu menciptakan keunggulan kompetitif serta menjaga keberlanjutan usaha. Temuan ini dapat menjadi acuan bagi UMKM lain dalam memperkuat strategi pengelolaan sumber daya internal.

Kata Kunci: *Kinerja UMKM, Motivasi Pemilik, RBV, Sumber Daya Internal*

Abstract

Culinary MSMEs continue to grow and play an important role in regional economic development, especially in Bandar Lampung where students and young workers form a major consumer segment. Increasing competition requires business owners to optimize internal resources and maintain strong motivation in running their businesses. This study aims to analyze the utilization of internal resources based on the *Resource Based View* (RBV) and the role of owner motivation in improving the performance of Ayam Salto ID. Using a descriptive qualitative approach, data were collected through in-depth interviews with the owner and supported by secondary references from journals and relevant literature. The results show that physical resources, non-physical assets, managerial capabilities, product innovation, and customer relationships are key components that jointly enhance business performance. The owner's motivation, including commitment, entrepreneurial orientation, and business development goals, encourages more effective resource management. Overall, consistent application of RBV combined with strong motivation creates competitive advantages and supports business sustainability. These findings provide insights for other MSMEs in strengthening internal resource management strategies.

Keywords: *Internal Resources, MSME Performance, Owner Motivation, RBV*

PENDAHULUAN

UMKM kuliner di Indonesia menjadi salah satu sektor yang terus menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam beberapa tahun terakhir, terutama di kota-kota besar yang memiliki populasi mahasiswa dan pekerja muda yang aktif serta cenderung mencari alternatif makanan yang terjangkau namun berkualitas. Persaingan yang semakin ketat membuat setiap pelaku UMKM dituntut untuk tidak hanya memiliki produk yang inovatif tetapi juga memanfaatkan seluruh sumber daya internal yang dimiliki secara efektif. Selain itu, adaptasi digital dan penerapan strategi pemasaran modern terbukti meningkatkan pendapatan dan daya saing UMKM kuliner, khususnya dalam menjangkau konsumen muda yang aktif menggunakan platform online (Tantri et al., 2024). Sumber daya internal tersebut mencakup aset fisik, modal manusia, kapabilitas manajerial, kreativitas dalam pengembangan produk, serta kemampuan membangun relasi dengan konsumen yang dapat menjadi keunggulan kompetitif jika dikelola secara optimal. Fenomena ini tampak jelas pada Ayam Salto ID di Bandar Lampung, yang sejak berdiri pada tahun 2018 berhasil menarik perhatian mahasiswa dan masyarakat umum melalui konsep inovatif dalam penyajian ayam serta pelayanan yang ramah, meskipun bersaing dengan berbagai UMKM kuliner lain di sekitarnya.

Dalam konteks ini, *Resource Based View* (RBV) menjadi kerangka teoritis yang tepat untuk menganalisis bagaimana sumber daya internal dapat dimanfaatkan untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. RBV menekankan bahwa kemampuan perusahaan untuk mempertahankan keunggulan bergantung pada sumber daya yang bernilai, langka, tidak mudah ditiru, dan tidak dapat digantikan. Menurut (Citraresmi et al., 2021), pemanfaatan aset fisik, aset non-fisik, serta kapabilitas internal yang kuat menjadi fondasi penting dalam menciptakan keunggulan bersaing bagi UMKM, karena ketiga aspek tersebut menentukan kemampuan usaha dalam bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Dalam sektor UMKM kuliner, sumber daya tersebut tidak hanya berupa aset fisik seperti dapur dan peralatan masak, tetapi juga mencakup keterampilan dan pengalaman pemilik usaha, reputasi merek, kualitas layanan, serta inovasi produk yang mampu memenuhi selera konsumen dari berbagai segmen, terutama generasi mahasiswa yang menjadi mayoritas konsumen di Bandar Lampung. Selain itu, integrasi teknologi informasi dan *digital marketing* membantu UMKM kuliner meningkatkan efisiensi operasional serta kepuasan pelanggan, sekaligus memperluas jangkauan pasar secara lebih efektif (Kasanah & Wibowo, 2024). Penerapan RBV yang dikombinasikan dengan strategi pemasaran digital dapat meningkatkan daya saing UMKM secara signifikan (Eravia & Samsir, 2025), sedangkan (Sandityo & Munafi, 2023) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan yang tinggi memengaruhi inovasi produk dan kinerja UMKM kuliner, sehingga motivasi pemilik menjadi faktor penting yang berperan dalam kesuksesan usaha.

Selain itu, studi kuantitatif terbaru oleh (Putri et al., 2022) menunjukkan bahwa kecakapan organisasi dan pengelolaan rantai pasok internal berdampak positif terhadap kinerja UMKM kuliner, bahkan dalam lingkungan yang sangat kompetitif. Temuan tersebut menegaskan bahwa RBV tetap relevan diterapkan pada usaha kecil, karena sumber daya yang dimiliki dapat dioptimalkan untuk meningkatkan loyalitas konsumen, kualitas produk, dan keberlanjutan usaha.

Selanjutnya, pemilik yang memiliki motivasi tinggi cenderung lebih konsisten dalam mengelola usaha, meningkatkan layanan, serta melakukan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan pasar, sebagaimana ditunjukkan dalam hasil wawancara pemilik Ayam Salto ID yang menekankan pentingnya pelayanan ramah, kualitas produk, serta penyesuaian menu dengan selera konsumen mahasiswa dan masyarakat umum.

Beberapa penelitian terdahulu juga menekankan relevansi integrasi RBV dan motivasi dalam UMKM kuliner di Indonesia, termasuk penelitian yang menganalisis strategi pengelolaan sumber daya manusia, inovasi produk, dan pemasaran digital untuk meningkatkan kinerja usaha. Studi-studi ini menunjukkan bahwa meskipun faktor eksternal seperti pandemi atau persaingan meningkat, pemanfaatan sumber daya internal yang tepat dapat menjadi penentu keberhasilan jangka panjang. Oleh karena itu, memahami bagaimana pemilik UMKM mengelola sumber daya internal serta menjaga motivasi menjadi sangat penting untuk dianalisis, terutama dalam konteks kasus nyata seperti Ayam Salto ID (Haryadi et al., 2025).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sumber daya internal berdasarkan perspektif RBV serta motivasi pemilik dalam meningkatkan kinerja UMKM kuliner Ayam Salto ID di Bandar Lampung. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini berfokus pada wawancara mendalam dengan pemilik untuk menggali pemanfaatan sumber daya internal dan faktor motivasi yang mendukung pencapaian kinerja usaha. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi praktis bagi pelaku UMKM, akademisi, dan pihak-pihak yang tertarik pada pengembangan strategi pengelolaan sumber daya internal dan motivasi dalam sektor kuliner di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan fokus pada studi kasus UMKM kuliner Ayam Salto ID yang berlokasi di Bandar Lampung. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali secara mendalam fenomena yang terjadi, khususnya mengenai bagaimana pemilik memanfaatkan sumber daya internal dan motivasinya dalam meningkatkan kinerja usaha. Data utama diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik Ayam Salto ID, yang menjadi informan utama, sehingga peneliti dapat memahami perspektif internal terkait pengelolaan sumber daya dan strategi motivasi yang diterapkan. Wawancara difokuskan pada beberapa indikator utama berdasarkan perspektif *ResourceBased View*, yakni pengelolaan aset fisik dan non-fisik, kapabilitas manajerial, inovasi produk, kualitas layanan, dan hubungan dengan konsumen, serta aspek motivasi pemilik yang meliputi komitmen, orientasi kewirausahaan, dan tujuan pengembangan usaha.

Sumber data sekunder diperoleh dari literatur akademik berupa jurnal, buku, laporan penelitian, dan artikel resmi yang relevan dengan UMKM kuliner, teori RBV, motivasi pemilik, serta kinerja usaha. Data sekunder digunakan untuk membandingkan dan memvalidasi temuan dari wawancara serta menempatkan kasus Ayam Salto ID dalam konteks penelitian empiris yang lebih luas. Analisis data dilakukan secara tematik, di mana seluruh transkrip wawancara dibaca secara mendalam untuk mengidentifikasi pola, kategori, dan tema yang muncul terkait

pemanfaatan sumber daya internal dan motivasi pemilik. Selanjutnya, tema-tema tersebut dikaitkan dengan kerangka teori RBV dan temuan penelitian terdahulu untuk menilai konsistensi, kesesuaian, serta kontribusi temuan terhadap pemahaman yang lebih luas mengenai kinerja UMKM kuliner.

Prosedur analisis dimulai dengan pengumpulan data melalui wawancara yang direkam dan ditranskripsikan, kemudian dilanjutkan dengan pengodean untuk mengelompokkan jawaban berdasarkan indikator yang telah ditentukan. Seluruh proses dianalisis secara sistematis agar hasil penelitian dapat dipahami oleh peneliti lain yang ingin meninjau atau mereplikasi studi ini. Pendekatan kualitatif deskriptif ini memungkinkan peneliti tidak hanya menyajikan data mentah, tetapi juga mendeskripsikan makna, implikasi, dan hubungan antara sumber daya internal serta motivasi pemilik dengan kinerja usaha secara mendetail dan kontekstual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil wawancara dengan pemilik Ayam Salto ID menunjukkan bahwa pengelolaan sumber daya internal menjadi elemen utama dalam pencapaian kinerja usaha. Pemilik menekankan bahwa aset fisik seperti dapur, peralatan masak, dan stok bahan baku selalu dikelola secara ketat untuk menjaga kualitas produk dan kelancaran operasional. Manajemen stok dilakukan dengan mencatat kebutuhan harian dan mingguan, sehingga bahan baku tetap segar dan persediaan tidak menumpuk. Pendekatan ini memungkinkan pemilik mengoptimalkan aset fisik yang dimiliki sehingga dapat mendukung produksi secara konsisten sesuai standar. Temuan ini sejalan dengan teori *Resource Based View* (RBV) yang menyatakan bahwa aset fisik yang bernilai dan sulit ditiru dapat menjadi keunggulan kompetitif (Barney, 1991).

Selain aset fisik, aset non-fisik seperti kualitas pelayanan, reputasi merek, kreativitas menu, dan loyalitas karyawan juga berperan penting. Pemilik menjelaskan bahwa karyawan dilatih untuk memberikan pelayanan ramah dan konsisten sehingga pelanggan merasa nyaman dan tertarik untuk kembali. Kreativitas dalam pengembangan menu ditunjukkan melalui variasi topping dan penyajian unik yang menyesuaikan selera mahasiswa dan masyarakat umum. Hal ini memperkuat posisi Ayam Salto ID di pasar kuliner Bandar Lampung, terutama di segmen mahasiswa yang menjadi konsumen mayoritas. (Eravia & Samsir, 2025) mendukung temuan ini dengan menegaskan bahwa pemanfaatan aset non-fisik seperti reputasi merek dan inovasi produk meningkatkan loyalitas pelanggan dan kinerja UMKM.

Kapabilitas manajerial pemilik juga menjadi faktor penentu kinerja. Pemilik menjelaskan bagaimana ia menjadwalkan kerja karyawan, memantau operasional harian, dan melakukan evaluasi mingguan terhadap proses produksi dan pelayanan. Kapabilitas manajerial ini selaras dengan teori RBV yang menekankan bahwa kemampuan manajemen yang efektif dapat meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya dan mengoptimalkan output usaha. Penelitian (Putri et al., 2022) menunjukkan bahwa UMKM kuliner dengan manajemen internal yang baik cenderung memiliki performa yang lebih tinggi karena sumber daya digunakan secara strategis untuk mencapai tujuan usaha.

Motivasi pemilik terbukti menjadi penggerak utama di balik keberhasilan Ayam Salto ID. Pemilik memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi dan komitmen yang kuat untuk mengembangkan usaha, mulai dari menjaga kualitas produk hingga inovasi layanan. Motivasi ini mendorong pemilik untuk terus mencari peluang baru, menyesuaikan menu dengan tren konsumen, dan melakukan promosi secara konsisten melalui media sosial. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang menemukan bahwa motivasi pemilik secara langsung berpengaruh pada inovasi produk dan keberlanjutan UMKM kuliner (Sandityo & Munafi, 2023).

Selain itu, pemilik secara aktif membangun hubungan dengan pelanggan melalui komunikasi di media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp. Hubungan ini memungkinkan pemilik menerima masukan langsung dari konsumen dan menyesuaikan produk sesuai kebutuhan mereka. Berdasarkan wawancara, pelanggan sering memberikan feedback mengenai rasa, porsi, dan pelayanan, yang kemudian dijadikan bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas. Strategi ini memperlihatkan bahwa integrasi sumber daya internal dengan komunikasi aktif dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, sebuah indikator kinerja UMKM yang signifikan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa UMKM dapat memperoleh berbagai keuntungan melalui pemanfaatan platform media sosial, terutama dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Promosi lewat media sosial juga mampu mempererat hubungan antara penjual dan pembeli sehingga dapat membentuk loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, promosi digital memiliki pengaruh besar bagi UMKM karena mampu membantu bisnis menjangkau pelanggan dengan lebih luas (Bachrie et al., 2024).

Tabel 1 di bawah ini menyajikan ringkasan indikator utama sumber daya internal dan motivasi pemilik yang diidentifikasi selama wawancara:

Tabel 1. Indikator Sumber Daya Internal dan Motivasi Pemilik Ayam Salto ID

No	Indikator	Deskripsi Temuan
1	Aset Fisik	Dapur dan peralatan masak selalu terkontrol, bahan baku berkualitas dan tersimpan sesuai standar
2	Aset Non-Fisik	Layanan ramah, reputasi merek, kreativitas menu, inovasi topping dan penyajian
3	Kapabilitas Manajerial	Penjadwalan karyawan, pengelolaan stok, monitoring operasional, pelatihan internal
4	Motivasi Pemilik	Komitmen tinggi, orientasi kewirausahaan, inovasi berkelanjutan, tujuan pengembangan usaha
5	Hubungan dengan Konsumen	Loyalitas pelanggan, interaksi aktif melalui media sosial, respon cepat terhadap masukan

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa seluruh indikator saling terkait dan membentuk sinergi dalam meningkatkan kinerja usaha. Aset fisik dan non-fisik yang dikelola dengan baik mendukung konsistensi kualitas, sedangkan kapabilitas manajerial memastikan seluruh proses berjalan lancar. Motivasi pemilik menjadi penggerak internal yang mempengaruhi pengambilan keputusan strategis, inovasi produk, dan interaksi dengan konsumen. Hubungan dengan

pelanggan melalui media sosial memperkuat loyalitas dan meningkatkan penjualan, sehingga seluruh indikator berkontribusi pada pencapaian kinerja UMKM.

Selain indikator internal, inovasi produk juga menjadi salah satu faktor yang membuat Ayam Salto ID mampu bersaing di pasar kuliner Bandar Lampung. Pemilik menekankan pentingnya menyesuaikan menu dengan preferensi mahasiswa, seperti variasi rasa, porsi yang pas, serta harga yang terjangkau. Temuan ini konsisten dengan penelitian (Eravia & Samsir, 2025) yang menunjukkan bahwa inovasi produk berbasis kebutuhan konsumen dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan kinerja UMKM. Inovasi menu ini juga berdampak pada pertumbuhan penjualan, terutama saat ada tren baru yang diadopsi secara cepat, sehingga usaha tetap relevan di mata konsumen.

Selain inovasi, pelatihan internal bagi karyawan menjadi strategi penting dalam menjaga kualitas pelayanan. Pemilik mengadakan mentoring dan konsultasi psikologis untuk memahami tujuan kerja karyawan sehingga tercipta keselarasan tujuan antara pemilik dan tim operasional. Strategi ini mendukung teori RBV bahwa pengembangan kapabilitas manusia yang langka dan sulit ditiru dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif (Barney, 1991). Pendekatan ini memungkinkan Ayam Salto ID mempertahankan standar layanan yang tinggi, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan mengurangi risiko kehilangan konsumen karena pelayanan yang buruk.

Secara keseluruhan, hasil wawancara menunjukkan bahwa kinerja UMKM kuliner Ayam Salto ID dibangun melalui kombinasi pengelolaan sumber daya internal dan motivasi pemilik yang konsisten. Integrasi aset fisik, aset non-fisik, kapabilitas manajerial, inovasi produk, motivasi pemilik, dan loyalitas pelanggan membentuk ekosistem internal yang mendukung keberhasilan usaha. Temuan ini juga memberikan bukti empiris bahwa strategi internal yang matang, ditunjang motivasi tinggi, dapat menghasilkan kinerja UMKM yang unggul meskipun menghadapi persaingan ketat dan tantangan eksternal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif deskriptif pada UMKM kuliner Ayam Salto ID di Bandar Lampung, dapat disimpulkan bahwa kinerja usaha sangat dipengaruhi oleh pengelolaan sumber daya internal dan motivasi pemilik. Pemanfaatan aset fisik dan non-fisik, kapabilitas manajerial, inovasi produk, serta strategi pengelolaan hubungan dengan pelanggan membentuk fondasi yang kokoh untuk kelancaran operasional dan peningkatan kinerja. Motivasi pemilik, yang tercermin dari orientasi kewirausahaan, komitmen tinggi, dan keseriusan dalam mengembangkan usaha, menjadi faktor pendorong utama yang memastikan seluruh strategi internal berjalan efektif. Kombinasi faktor-faktor ini membuktikan bahwa penerapan prinsip *ResourceBased View* (RBV) secara konsisten dapat meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM kuliner sekaligus mempertahankan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan temuan tersebut, beberapa saran yang dapat diberikan antara lain, bagi pemilik UMKM sebaiknya terus mengembangkan kapabilitas internal melalui pelatihan

karyawan dan inovasi produk untuk menjaga kualitas layanan dan kepuasan konsumen. Praktisi dan peneliti disarankan untuk meninjau strategi RBV dan motivasi pemilik sebagai variabel kunci dalam studi lanjutan terkait kinerja UMKM, baik di sektor kuliner maupun sektor lain, agar memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai faktor penentu keberhasilan usaha. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi UMKM untuk memanfaatkan media sosial secara efektif dalam membangun interaksi dengan pelanggan dan mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

RUJUKAN

- Bachrie, E. F., Aspuri, A. S., Rahmawaty, N. Q., & Wildan, M. A. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Promosi Efektif Untuk Meningkatkan Penjualan Donat Bunda AL. *Jurnal Kajian Strategi Dan Manajemen*, 6(2), 100–107.
- Barney, J. (1991). *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage* (p. 99).
- Citraresmi, A. D. P., Rucitra, A. L., Haryati, N., & Amalia, F. (2021). Resource-based view model implementation toward business competitiveness (Case study in mushroom SMEs in Malang, Indonesia). *Advances in Food Science, Sustainable Agriculture and Agroindustrial Engineering*, 4(1), 18–24. <https://doi.org/10.21776/ub.afssae.2021.004.01.3>
- Eravia, D., & Samsir. (2025). Meningkatkan daya saing UMKM melalui integrasi Resource Based View (RBV) dan digital marketing : Tinjauan literatur empiris Improving the competitiveness of MSMEs through the integration of Resource- Based View (RBV) and digital marketing : An empiric. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(5), 2672–2685.
- Haryadi, W., Mustofa, A., & Yunus, E. (2025). *Integrasi Inovasi Produk, Digital Marketing, dan Kompetensi SDM sebagai Strategi Peningkatan Keunggulan Kompetitif UMKM di Era Society 5.0*. 4(11), 3401–3410.
- Kasanah, I., & Wibowo, W. (2024). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Teknologi Informasi terhadap Kinerja Keuangan UMKM Kuliner di Alun-alun Karanganyar. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 2(3), 265–274. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v2i3.2151>
- Putri, B. M., Muhar, A. M., & Miraza, Z. (2022). Resource-based view strategy as a determinant of business performance moderated by market orientation in MSMEs culinary sector in Medan city. *Journal of Management and Business*, 21(1), 48. <https://doi.org/10.24123/jmb.v21i1.570>
- Sandityo, B. N. I., & Munafi, M. (2023). Pengaruh Orientasi dan Inovasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Kuliner: Peran Mediasi Keunggulan Bersaing. *JURNAL VALUE : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 18 (3)(3), 937–950.
- Tantri, A. L., Sriwulan, R. T., & Nikensari, S. I. (2024). Revolutionizing Culinary Business: How Online Food Delivery, Fintech, and Digital Marketing Drive Income Growth For SMEs.

Jurnal Pendidikan, 5(2), 479–489.