

Keunggulan Bersaing Kantin Kontainer Dompot Dhuafa Berbasis Resource Based View

Juliana¹⁾, Julia Anggraini^{2)*} Vicky F Sanjaya³⁾

¹² Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung, Indonesia
Email Correspondence: juliaanggraini959@gmail.com

Article History

Received : 30/11/2025
Revised : 09/12/2025
Accepted : 15/12/2025
Published : 15/12/2025

Kata Kunci :

Resource-Based View;
Keunggulan Bersaing;
Analisis VRIO

Keywords :

Resource-Based
View; Competitive Advantage;
VRIO Analysis

Abstrak

Kantin Kontainer Dompot Dhuafa FEBI UIN Raden Intan Lampung merupakan unit usaha berbasis pemberdayaan mahasiswa yang beroperasi di lingkungan kampus serta menghadapi persaingan dengan kantin lain. Penelitian ini bertujuan menganalisis pemanfaatan sumber daya internal kantin dalam menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan berdasarkan perspektif Resource-Based View (RBV) dan analisis VRIO. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sumber daya Kantin Kontainer memenuhi seluruh dimensi VRIO. Nilai sumber daya tercermin dari variasi produk yang sesuai preferensi mahasiswa dan lokasi yang strategis. Kelangkaan terlihat melalui menu serta desain ruang makan yang tidak dimiliki kantin lain. Keunggulan yang sulit ditiru muncul dari dukungan kelembagaan dan misi sosial berupa pemberian beasiswa. Selain itu, proses operasional yang terorganisasi melalui sistem manajemen dan evaluasi rutin mendukung optimalisasi sumber daya. Dengan demikian, Kantin Kontainer berpotensi mempertahankan keunggulan bersaing berkelanjutan di lingkungan kuliner kampus. Penelitian ini juga menekankan pentingnya inovasi menu dan peningkatan kualitas pelayanan sebagai strategi adaptif, serta merekomendasikan perluasan objek dan pendekatan pada penelitian selanjutnya.

Abstract

The Container Canteen of Dompot Dhuafa FEBI UIN Raden Intan Lampung is a student-empowerment-based business unit operating within the campus environment and facing competition from other canteens. This study aims to analyze the utilization of the canteen's internal resources in creating sustainable competitive advantage based on the Resource-Based View (RBV) and VRIO analysis. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques including interviews, observation, and documentation. The results show that the canteen's resources meet all VRIO dimensions. Valuable resources are reflected in the variety of products that match student preferences and its strategic location. Rarity is seen through menu offerings and dining space designs not found in other campus canteens. Inimitability is achieved through institutional support and a social mission in the form of scholarship provision. Furthermore, organized operational processes through management systems and routine evaluations optimize resource utilization. Thus, the Container Canteen has the potential to maintain a sustainable competitive advantage in the campus culinary environment. This study also highlights the importance of

menu innovation and service quality improvement as adaptive strategies, and recommends expanding research objects and approaches for future studies.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0) license

PENDAHULUAN

Persaingan di industri makanan dan minuman terus meningkat, termasuk bagi usaha kecil yang beroperasi di lingkungan perguruan tinggi. Perubahan preferensi konsumen terhadap produk praktis, cepat, dan terjangkau menuntut pelaku usaha kuliner untuk beradaptasi agar tetap kompetitif. Selain itu, meningkatnya jumlah UMKM di area kampus memperketat persaingan, sehingga strategi yang tepat menjadi kunci keberlanjutan unit usaha. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan sektor makanan dan minuman memiliki tingkat persaingan tinggi dan membutuhkan kemampuan adaptasi untuk mempertahankan keunggulan bersaing (Chrisnando et al., 2024). Selain itu, dinamika perilaku konsumen di kampus yang cenderung dipengaruhi oleh tren dan kebutuhan yang cepat berubah membuat fleksibilitas usaha menjadi semakin penting untuk dijaga. Kondisi tersebut semakin menegaskan perlunya setiap pelaku usaha untuk memahami dinamika pasar kampus yang cenderung berubah dengan cepat.

Karakteristik unik usaha berbasis kampus menuntut strategi yang tidak hanya fokus pada pemasaran, tetapi juga efektivitas pengelolaan internal. Penelitian tentang pendidikan kewirausahaan menunjukkan bahwa kualitas implementasi program kewirausahaan kampus memengaruhi keberhasilan aktivitas usaha mahasiswa (Juwita et al., 2022). Hal ini menggambarkan bahwa aspek internal organisasi tidak dapat diabaikan, terutama karena keberhasilan usaha berbasis mahasiswa sangat dipengaruhi oleh kompetensi dan kesiapan individu yang terlibat. Dengan kata lain, keberlanjutan usaha tidak hanya ditentukan oleh produk yang dijual, tetapi juga oleh kualitas sumber daya manusia yang menjadi penggeraknya.

Dalam manajemen strategis, pemahaman tentang bagaimana usaha kecil membangun keunggulan bersaing menjadi penting. Sebagian besar penelitian sebelumnya fokus pada faktor eksternal seperti inovasi produk, kualitas layanan, dan hubungan pelanggan, sedangkan analisis pengelolaan sumber daya internal masih terbatas. *Resource-Based View* (RBV) relevan karena menekankan bahwa keunggulan bersaing dapat dicapai ketika organisasi memiliki sumber daya bernilai, langka, sulit ditiru, dan terorganisasi dengan baik. Pemanfaatan sumber daya internal seperti *human capital*, *social capital*, dan reputasi merek terbukti berkontribusi signifikan terhadap keunggulan bersaing yang berkelanjutan pada usaha kecil (Nemar et al., 2022). Dengan demikian, perspektif RBV memberikan landasan penting bagi usaha kecil untuk mengevaluasi potensi internal dan memaksimalkan setiap sumber daya yang ada. Kerangka ini juga membantu organisasi untuk lebih fokus pada kekuatan inti yang sudah dimiliki daripada hanya bergantung pada kondisi pasar eksternal yang sulit dikendalikan.

RBV, diperkenalkan oleh Wernerfelt dan dikembangkan oleh (Barney, 1991), menekankan bahwa keunggulan bersaing berkelanjutan muncul dari pengelolaan sumber daya yang memenuhi kriteria VRIO: *Valuable, Rare, Inimitable, dan Organized to Capture Value*. Pemahaman VRIO membantu usaha kecil mengidentifikasi aset internal yang dapat diperkuat untuk mencapai posisi kompetitif unggul. Penerapan RBV pada UMKM menekankan pemanfaatan sumber daya unik, heterogen, dan sulit ditiru sebagai strategi utama mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar lokal maupun regional (Aisyah et al., 2022). Kerangka ini juga mendorong pelaku usaha untuk lebih reflektif dalam mengelola kekuatan inti yang sudah dimiliki sehingga mampu bersaing secara lebih efektif. Selain itu, pendekatan ini menuntut adanya evaluasi berkelanjutan terhadap kapasitas organisasi agar tetap relevan menghadapi perubahan lingkungan usaha.

Kantin Kontainer Dompot Dhuafa, beroperasi di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBI) UIN Raden Intan Lampung, merupakan laboratorium praktikum kewirausahaan mahasiswa. Dikelola oleh penerima manfaat basiswa program pemberdayaan UMKM menggunakan sistem konsinyasi, kantin menawarkan makanan siap santap dan camilan populer. Lokasinya yang strategis memungkinkan bersaing langsung dengan unit usaha lain di sekitar kampus. Program ini memberi

mahasiswa kesempatan memperoleh penghasilan tambahan sekaligus menerapkan ilmu ekonomi, khususnya ekonomi syariah, dalam praktik nyata, sehingga menarik dianalisis dari perspektif RBV. Keberadaan kantin ini juga mencerminkan peran institusi pendidikan dalam menciptakan lingkungan wirausaha yang aplikatif dan inklusif bagi mahasiswa. Keterlibatan lembaga sosial seperti Dompot Dhuafa juga menambah dimensi sosial dalam operasionalnya, menjadikan kantin ini lebih dari sekadar unit bisnis biasa.

Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah membahas penerapan RBV pada UMKM, koperasi, maupun bisnis sosial, fokus kajian tersebut umumnya berada pada usaha komersial di masyarakat luas. Penelitian (Chrisnando et al., 2024), (Juwita et al., 2022), serta (Aisyah et al., 2022) menyoroti aspek persaingan, implementasi kewirausahaan, dan pemanfaatan sumber daya internal, namun belum secara spesifik mengkaji bagaimana model usaha berbasis kampus dikelola untuk membentuk keunggulan bersaing. Demikian pula, studi (Lukovszki & Sipos, 2020) menekankan relevansi RBV bagi UMKM, tetapi belum menyinggung konteks laboratorium kewirausahaan mahasiswa yang memiliki karakteristik berbeda, terutama dari sisi tujuan sosial, struktur organisasi, dan pola pengelolaan. Hal ini menunjukkan adanya ruang penelitian yang belum terjelajahi secara memadai, khususnya terkait bagaimana usaha berbasis kampus memanfaatkan sumber daya sosial dan akademik untuk menciptakan nilai. Dengan demikian, konteks usaha kampus menghadirkan tantangan sekaligus peluang yang berbeda dibandingkan UMKM pada umumnya.

Kondisi tersebut menegaskan adanya celah penelitian yang penting untuk diisi. Unit usaha kuliner berbasis kampus tidak hanya berperan sebagai entitas bisnis, tetapi juga sebagai sarana pendidikan, pemberdayaan, dan pelatihan keterampilan praktis bagi mahasiswa. Oleh karena itu, urgensi penelitian ini terletak pada perlunya memahami bagaimana sumber daya internal yang bersifat sosial seperti dukungan kelembagaan, model konsinyasi, dan keterlibatan mahasiswa penerima beasiswa dapat dioptimalkan untuk menciptakan keunggulan kompetitif pada lingkungan akademik yang dinamis. Kajian ini penting sebagai dasar pengembangan model bisnis kampus yang berkelanjutan, sekaligus memberikan kontribusi teoretis bagi literatur RBV dalam konteks usaha berbasis pendidikan. Khususnya, penelitian ini mengisi kekosongan kajian mengenai bagaimana unit usaha pendidikan dapat memadukan tujuan sosial dan tujuan ekonomi secara simultan.

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi bagaimana Kantin Kontainer Dompot Dhuafa membangun keunggulan bersaing melalui kerangka RBV, khususnya empat elemen VRIO: *Valuable*, *Rare*, *Inimitable*, dan *Organized to Capture Value*. Hasil penelitian diharapkan memberikan panduan praktis bagi pengelola kantin dan memperkaya literatur tentang penerapan RBV pada usaha berbasis kampus. Selain itu, penelitian ini penting untuk memberikan pemahaman mengenai bagaimana sumber daya internal yang bersifat sosial, seperti dukungan kelembagaan dan misi pemberdayaan, dapat berkontribusi terhadap penciptaan keunggulan kompetitif di lingkungan akademik. Temuan dari studi ini juga dapat menjadi acuan dalam pengembangan model bisnis berkelanjutan di sektor kuliner kampus, khususnya yang melibatkan program pembelajaran kewirausahaan. Ke depannya, hasil penelitian dapat berfungsi sebagai dasar dalam merumuskan strategi peningkatan daya saing UMKM kuliner lainnya di perguruan tinggi, sehingga mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif sekaligus menumbuhkan jiwa wirausaha mahasiswa. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan bagi konteks akademik, tetapi juga memberikan manfaat praktis bagi pengembangan ekosistem kewirausahaan di lingkungan kampus secara lebih luas. Hal ini sekaligus menegaskan bahwa penguatan ekosistem tersebut membutuhkan sinergi antara mahasiswa, fakultas, dan lembaga mitra untuk menciptakan keberlanjutan jangka panjang.

TINJAUAN PUSTAKA

Resource Based View (RBV)

Resource-Based View (RBV) merupakan pendekatan yang menempatkan sumber daya internal sebagai faktor utama pembentuk keunggulan bersaing organisasi (Barney, 1991). Teori ini berangkat dari pandangan bahwa perusahaan memiliki kumpulan sumber daya yang bersifat heterogen dan tidak mudah dipindahkan antar perusahaan, sehingga menimbulkan perbedaan dalam pencapaian kinerja dan posisi kompetitif. Pendekatan ini menekankan bahwa setiap organisasi pada dasarnya memiliki karakteristik internal yang unik, sehingga strategi yang berhasil pada satu usaha

belum tentu dapat direplikasi secara efektif oleh usaha lain. Dengan demikian, RBV memberikan cara pandang bahwa keunggulan tidak semata-mata bergantung pada tekanan eksternal atau kondisi pasar, tetapi lebih pada bagaimana organisasi mampu mengelola aset-aset internalnya secara efektif untuk menciptakan nilai yang berkelanjutan. Perspektif ini menjadi semakin relevan pada usaha berskala kecil yang sering kali menghadapi keterbatasan sumber daya, sehingga memerlukan strategi pengelolaan yang lebih terarah dan berfokus pada kekuatan inti yang dimiliki.

RBV mengklasifikasikan sumber daya ke dalam empat kategori utama, yaitu sumber daya fisik, manusia, organisasi, dan keuangan. Sumber daya fisik meliputi lokasi usaha, fasilitas, dan sarana pendukung yang memengaruhi pengalaman pelanggan. Sumber daya manusia berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan, dan perilaku pengelola dalam mengembangkan usaha. Sementara sumber daya organisasi terdiri dari struktur pengelolaan, sistem operasional, budaya, serta reputasi usaha. Keempat kategori tersebut apabila dioptimalkan dapat meningkatkan kemampuan bersaing UMKM (Lubis, 2022). Dengan kata lain, keberhasilan suatu UMKM tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk yang dijual, tetapi juga sejauh mana pengelola mampu mengatur dan memanfaatkan setiap sumber daya secara terpadu untuk menciptakan nilai tambah. Hal ini menunjukkan bahwa organisasi yang mampu memahami kekuatan internalnya secara mendalam akan lebih siap menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang cepat, termasuk perubahan preferensi konsumen, tren kuliner, dan pola perilaku mahasiswa sebagai target pasar. Optimalisasi sumber daya internal juga berperan besar dalam memastikan konsistensi kualitas layanan, efisiensi operasional, serta kemampuan beradaptasi terhadap persaingan.

Dalam konteks persaingan UMKM kuliner berbasis kampus seperti Kantin Kontainer Dompot Dhuafa, pemanfaatan sumber daya internal menjadi sangat krusial karena keterbatasan modal dan lingkungan persaingan langsung yang dinamis mengharuskan pengelola lebih strategis dalam mengelola potensi yang dimiliki. Persaingan di kampus yang relatif padat, dengan banyaknya pedagang kecil di sekitar area kampus, menuntut pengelola untuk lebih kreatif dan adaptif agar tetap mampu menarik minat mahasiswa sebagai konsumen utama. Selain itu, dinamika aktivitas perkuliahan yang fluktuatif membuat permintaan terhadap produk makanan di lingkungan kampus tidak selalu stabil. Hal ini menuntut pengelola untuk memiliki fleksibilitas dalam mengatur persediaan, mengembangkan variasi menu, serta menjaga kualitas layanan agar tetap relevan dengan kebutuhan mahasiswa. Penggunaan sumber daya internal secara optimal, seperti kemampuan interpersonal pengelola, efisiensi sistem konsinyasi, dan dukungan lembaga kampus, dapat menjadi faktor pembeda yang meningkatkan daya saing unit usaha di tengah persaingan yang ketat.

VRIO Framework

Kerangka VRIO dikembangkan sebagai alat untuk menilai apakah suatu sumber daya mampu menciptakan dan mempertahankan keunggulan bersaing secara berkelanjutan (Barney, 1991). Dimensi pertama yaitu *Valuable* merujuk pada kemampuan sumber daya dalam memberikan nilai tambah bagi organisasi, meningkatkan efisiensi operasional, dan membantu merespons peluang ataupun mengatasi ancaman pasar. Selanjutnya, *Rare* berarti bahwa sumber daya tersebut tidak dimiliki atau tidak mudah ditemukan pada sebagian besar pesaing, sehingga keberadaannya dapat memberikan diferensiasi yang signifikan. Dimensi ketiga, *Inimitable*, menekankan pada keunikan sumber daya yang sulit ditiru karena adanya faktor historis, budaya, maupun jaringan sosial yang berkembang secara eksklusif dalam organisasi. Terakhir, *Organized* menunjukkan bahwa organisasi harus memiliki struktur, sistem, dan proses yang mendukung pemanfaatan sumber daya secara optimal agar nilai yang tercipta dapat ditangkap dan dikonversi menjadi keunggulan kompetitif. Nilai tambah ini dapat muncul dalam bentuk peningkatan kualitas layanan, penghematan biaya, atau keunikan produk yang sulit ditemukan di tempat lain. Dengan kata lain, VRIO tidak hanya berfungsi sebagai alat analisis, tetapi juga sebagai pedoman strategis yang membantu organisasi memahami sumber daya mana yang perlu dipertahankan, dikembangkan, atau diinvestasikan lebih lanjut demi mencapai kinerja jangka panjang. Kerangka ini juga mendorong pengelola usaha untuk lebih selektif dalam menentukan prioritas pengembangan internal, sehingga setiap keputusan manajerial benar-benar selaras dengan potensi daya saing yang ingin dibangun.

Apabila seluruh dimensi VRIO terpenuhi, maka perusahaan memiliki *sustained competitive advantage* atau keunggulan bersaing yang tidak mudah direplikasi oleh pesaing (Ariwibowo & Saputro, 2021). Pendekatan ini banyak digunakan dalam penelitian terkait UMKM, koperasi, dan usaha pariwisata untuk mengidentifikasi kekuatan inti yang menjadi pembeda utama organisasi di pasar (Ariwibowo & Saputro, 2021). Dalam usaha kuliner kampus, kerangka VRIO membantu mengungkap mengapa beberapa usaha mampu bertahan dan tumbuh di tengah persaingan, sementara lainnya sulit bersaing. Hal ini membuktikan bahwa pemahaman atas sumber daya internal menjadi faktor kunci dalam menciptakan strategi bisnis yang efektif dan berkelanjutan.

Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner

Keunggulan bersaing merupakan kemampuan usaha dalam menciptakan nilai yang lebih baik dibandingkan pesaing melalui strategi yang tidak mudah ditiru, sehingga mampu mempertahankan posisi kompetitifnya di pasar (Verbyani & Handoyo, 2021). Pada sektor UMKM kuliner, keunggulan bersaing dapat terbentuk dari berbagai faktor seperti keunikan produk, kualitas layanan yang unggul, harga yang kompetitif, reputasi usaha yang baik, serta kenyamanan lokasi dan pengalaman positif yang diberikan kepada pelanggan. Setiap aspek tersebut berperan dalam membentuk persepsi konsumen terhadap keandalan dan kualitas suatu usaha kuliner. Dalam konteks persaingan yang semakin padat, faktor-faktor ini tidak hanya berfungsi sebagai pembeda utama, tetapi juga sebagai fondasi yang menentukan apakah suatu usaha mampu bertahan atau justru tersingkir dari pasar. Oleh karena itu, pemahaman mendalam terhadap faktor pembentuk keunggulan bersaing menjadi kebutuhan strategis bagi pelaku UMKM.

Selain itu, dinamika perubahan preferensi konsumen yang cepat menuntut pelaku UMKM untuk terus adaptif melalui inovasi menu, strategi pemasaran, serta perbaikan kualitas layanan. Secara empiris, inovasi terbukti mampu meningkatkan daya saing UMKM kuliner di tengah persaingan yang semakin ketat (Verbyani & Handoyo, 2021). Orientasi kewirausahaan juga berperan dalam memperkuat keberlanjutan usaha melalui keberanian mengambil peluang dan kreativitas dalam mengembangkan produk. Lebih lanjut, orientasi pasar menjadi aspek penting agar usaha dapat memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga mampu memberikan nilai yang relevan dan kompetitif. Kombinasi antara inovasi, orientasi kewirausahaan, dan pemahaman terhadap perilaku konsumen menjadikan UMKM lebih responsif dalam menghadapi tantangan pasar. Responsivitas ini sangat dibutuhkan karena konsumen kuliner, khususnya mahasiswa dan generasi muda, memiliki kecenderungan mudah bosan serta cepat berpindah preferensi. Kondisi tersebut menuntut pengelola usaha untuk melakukan evaluasi berkala, memperbarui strategi pemasaran digital, dan meningkatkan kualitas layanan agar tetap kompetitif.

Dengan demikian, keunggulan bersaing UMKM kuliner tidak hanya ditentukan oleh kondisi eksternal seperti perilaku pelanggan atau persaingan pasar, tetapi juga bergantung pada kemampuan pengelola dalam memanfaatkan dan mengoptimalkan sumber daya internal untuk menghasilkan nilai yang superior dan berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing pada dasarnya merupakan hasil dari sinergi antara faktor internal dan eksternal yang saling memperkuat keberlangsungan usaha. Ketika kedua faktor tersebut dikelola secara harmonis, UMKM kuliner memiliki peluang lebih besar untuk membangun posisi kompetitif yang stabil, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan menciptakan pertumbuhan usaha jangka panjang. Dengan kata lain, keberhasilan UMKM kuliner bukan hanya bergantung pada produk yang dijual, tetapi juga pada bagaimana usaha tersebut mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan sekaligus mengoptimalkan keunggulan yang dimilikinya.

Hubungan RBV-VRIO terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner Kampus

Mengacu pada konsep Resource-Based View (RBV), sumber daya internal seperti lokasi strategis, kompetensi pengelola, serta dukungan kelembagaan menjadi elemen penting dalam menciptakan keunggulan bersaing suatu usaha (Barney, 1991). Melalui pendekatan VRIO, sumber daya tersebut dinilai mampu memberikan keunggulan diferensiatif apabila memiliki karakteristik bernilai, langka, sulit ditiru, dan terorganisasi dengan baik sehingga dapat dioptimalkan dalam praktik bisnis (Ariwibowo & Saputro, 2021). Dalam konteks Kantin Kontainer Dompot Dhuafa, berbagai sumber daya seperti lokasi yang berada di pusat aktivitas kampus, reputasi usaha yang

berbasis pemberdayaan mahasiswa kurang mampu, serta modal sosial yang kuat melalui dukungan institusional Dompot Dhuafa, menjadi keunggulan yang tidak dimiliki oleh kompetitor di sekitarnya. Faktor-faktor ini tidak hanya meningkatkan daya tarik usaha, tetapi juga memperkuat legitimasi sosial yang sulit digantikan oleh pesaing. Keberadaan elemen-elemen ini menunjukkan bahwa keunggulan yang tercipta bukan hanya bersifat komersial, tetapi juga berasal dari nilai simbolik yang melekat pada identitas usaha. Nilai simbolik tersebut membentuk persepsi positif di kalangan mahasiswa sehingga menciptakan hubungan emosional yang tidak dapat dibangun hanya melalui strategi pemasaran biasa.

Selain itu, penerapan sistem konsinyasi dan inovasi menu yang menyesuaikan preferensi mahasiswa turut memperkuat posisi usaha dalam persaingan kuliner kampus. Karakteristik sumber daya tersebut sulit direplikasi oleh pesaing karena terkait dengan kerja sama kelembagaan dan misi sosial yang melekat pada usaha. Oleh karena itu, pemanfaatan sumber daya internal yang memenuhi kriteria VRIO berpotensi menjadikan kantin mampu mempertahankan keunggulan bersaing secara berkelanjutan (Aisyah et al., 2022). Konsistensi dalam mengembangkan variasi menu yang relevan, penyediaan harga terjangkau, serta mekanisme operasional yang disiplin juga semakin memperkuat kemampuan usaha untuk bertahan dalam jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing tidak hanya dihasilkan dari kepemilikan sumber daya unik, tetapi juga dari cara pengelola memadukan praktik manajerial dengan misi sosial sehingga terbentuk diferensiasi yang sulit ditiru. Keunggulan ini semakin kuat karena adanya nilai sosial yang terintegrasi dalam operasional usaha, sehingga menciptakan diferensiasi yang tidak hanya berbasis ekonomi tetapi juga berbasis pemberdayaan. Dengan demikian, Kantin Kontainer Dompot Dhuafa tidak hanya bersaing sebagai unit usaha kuliner, tetapi juga sebagai platform sosial yang memberikan dampak positif bagi lingkungan kampus, menjadikannya entitas yang memiliki keunggulan bersaing komprehensif dan berkelanjutan.

Keterkaitan Antar Teori

Pelitian ini didasarkan pada pemahaman bahwa sumber daya internal merupakan dasar dalam menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan sebagaimana dijelaskan oleh Resource-Based View (RBV). Melalui analisis VRIO, sumber daya yang dimiliki usaha akan memberikan kekuatan kompetitif apabila bernilai, langka, sulit ditiru, dan terorganisasi dengan baik sehingga mampu memberikan manfaat maksimal bagi keberlangsungan usaha. Dalam konteks Kantin Kontainer Dompot Dhuafa sebagai UMKM kuliner berbasis kampus, pemanfaatan sumber daya seperti lokasi strategis, dukungan kelembagaan, kompetensi pengelola mahasiswa, serta reputasi sosial lembaga pemberdayaan diyakini dapat memperkuat posisi usaha dalam persaingan. Keterpaduan elemen-elemen tersebut menjadi fondasi utama dalam membangun strategi usaha yang relevan dengan karakteristik pasar kampus. Lebih jauh, pemahaman terhadap struktur dan dinamika pasar kampus juga memperkuat kemampuan usaha dalam menerapkan pendekatan RBV secara lebih efektif, karena kebutuhan dan preferensi mahasiswa cenderung cepat berubah dan menuntut pengelolaan sumber daya yang adaptif serta responsif.

Dengan secara komprehensif memadukan konsep RBV dan analisis VRIO, penelitian ini menggunakan kerangka tersebut sebagai landasan dalam mengidentifikasi dan menilai pemanfaatan sumber daya internal Kantin Kontainer Dompot Dhuafa dalam menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan. Oleh karena itu, pada bagian selanjutnya, metode penelitian dirancang untuk menggali informasi mendalam terkait dimensi-dimensi VRIO melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi sebagai dasar analisis temuan penelitian. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai bagaimana setiap sumber daya berkontribusi terhadap keberhasilan usaha secara nyata. Selain itu, penggunaan berbagai teknik pengumpulan data memungkinkan peneliti untuk memvalidasi temuan secara triangulatif sehingga hasil penelitian menjadi lebih akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik. Hal ini penting mengingat pemanfaatan sumber daya internal sering kali bersifat kompleks dan tidak selalu terlihat secara langsung melalui satu jenis data saja.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis sumber daya internal Kantin Kontainer Dompot Dhuafa dalam membangun keunggulan bersaing berdasarkan kerangka Resource-Based View (RBV). Penelitian dilakukan di Kantin Kontainer Dompot Dhuafa, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung pada bulan Oktober 2025. Informan penelitian ditentukan secara purposive, terdiri dari satu informan kunci yaitu tim pengelola kantin yang merupakan penerima beasiswa pemberdayaan, serta beberapa mahasiswa sebagai informan pendukung. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri dengan dukungan pedoman wawancara dan observasi. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan metode. Analisis data dilakukan secara interaktif melalui proses pengorganisasian data, identifikasi pola, serta penarikan kesimpulan hingga diperoleh temuan yang mencerminkan pemanfaatan sumber daya Kantin Kontainer berdasarkan dimensi VRIO.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu tim pengelola Kantin Kontainer Dompot Dhuafa FEBI UIN Raden Intan Lampung bernama Idris (14 Oktober 2025), observasi langsung di lokasi penelitian, serta dokumentasi pendukung berupa arsip daring peresmian Kantin Kontainer oleh Dompot Dhuafa dan FEBI UIN RIL serta visual branding logo resmi yang terpasang di lokasi usaha, ditemukan bahwa pemanfaatan sumber daya internal kantin memenuhi elemen VRIO sebagaimana dimaksud dalam teori Resource-Based View (Barney, 1991). Hasil temuan ini diuraikan sebagai berikut.

Valuable (Bernilai)

Kantin Kontainer memiliki variasi menu yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa dan banyak diminati, seperti Sibento dan Risoles Mayo. Lokasinya sangat strategis karena berada tepat di pusat aktivitas mahasiswa, sehingga meningkatkan kemudahan akses dan efisiensi waktu. Selain itu, sebagian besar produk bersifat *ready to eat*, sehingga tidak perlu menunggu lama untuk menikmati makanan. Hal tersebut menunjukkan bahwa sumber daya yang dimiliki telah mampu menciptakan nilai dan meningkatkan kepuasan pelanggan sesuai indikator *valuable* (Barney, 1991). Temuan ini sejalan dengan (Wijaya et al., 2022), yang menyatakan bahwa variasi produk dan lokasi menjadi faktor penting penguatan daya saing UMKM kuliner kampus. Selain aspek variasi dan lokasi, kenyamanan lingkungan konsumsi juga menjadi nilai tambah yang membuat mahasiswa merasa lebih puas ketika memilih Kantin Kontainer sebagai tempat makan.

Selain itu, harga produk yang ditawarkan Kantin Kontainer relatif terjangkau bagi mahasiswa sehingga dapat diterima sesuai dengan daya beli mereka. Persepsi harga yang baik merupakan salah satu indikator yang menciptakan nilai bagi pelanggan, terutama ketika harga yang dibayar dianggap sesuai dengan kualitas dan manfaat produk yang diterima. Dalam konteks usaha kuliner kampus, keterjangkauan harga mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian berulang dan membentuk loyalitas secara bertahap. Hal ini sejalan dengan (Muhtarom et al., 2022), yang menjelaskan bahwa persepsi harga yang kompetitif dan sesuai dengan kebutuhan konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, harga yang wajar tidak hanya menambah value secara fungsional, tetapi juga memperkuat keterikatan emosional mahasiswa sebagai konsumen yang merasa mendapatkan manfaat optimal dari transaksi yang dilakukan. Persepsi harga yang baik menjadi salah satu sumber daya bernilai (*valuable*) karena mampu meningkatkan arus pelanggan dan memaksimalkan peluang pasar di lingkungan kampus secara berkelanjutan. Selain itu, kestabilan harga yang dijaga oleh pengelola turut menambah persepsi nilai karena mahasiswa merasa mendapatkan pengalaman konsumsi yang konsisten tanpa fluktuasi biaya yang berlebihan.

Rare (Langka)

Kantin Kontainer memiliki beberapa keunikan yang tidak dimiliki oleh kantin lain di lingkungan kampus UIN Raden Intan Lampung. Salah satu diferensiasi tersebut adalah tersedianya

menu minuman seperti *thai tea* dan es kuwut yang belum banyak dijumpai pada kantin mahasiswa pada umumnya. Selain itu, konsep desain tempat makan berbahan kontainer dua lantai yang terletak tepat di depan gedung FEBI menciptakan suasana yang nyaman (*cozy*) bagi mahasiswa untuk bersantai maupun menunggu jeda kuliah. Tidak hanya pada aspek fasilitas fisik, sumber daya yang dimiliki Kantin Kontainer juga bersifat langka karena adanya dukungan kelembagaan dan kemitraan formal antara Dompot Dhuafa dan FEBI UIN Raden Intan Lampung, yang tidak diperoleh oleh unit usaha kuliner lain di kampus. Kemitraan ini memberikan akses eksklusif terhadap lokasi strategis serta peluang pengembangan usaha berbasis pemberdayaan mahasiswa. Kolaborasi seperti ini menciptakan sumber daya yang unik karena melibatkan transfer pengetahuan, dukungan kelembagaan, dan akses yang terbatas. Kemitraan tersebut juga mencerminkan tingkat kepercayaan institusional yang tinggi, sehingga memberikan legitimasi lebih kuat bagi operasional usaha. (Audretsch et al., 2023) menjelaskan bahwa kemitraan strategis antara UMKM dan institusi, seperti universitas atau lembaga pendukung, dapat meningkatkan inovasi dan memberikan keunggulan bersaing karena sifat pengetahuan dan akses yang tidak tersedia bagi pesaing biasa. Dengan demikian, kemitraan kelembagaan menjadi salah satu sumber daya langka yang memperkuat diferensiasi Kantin Kontainer dibandingkan kompetitornya. Keberadaan hubungan ini juga memberikan stabilitas operasional yang tidak dimiliki oleh kantin lain yang berdiri secara independen sehingga tingkat kelangkaannya semakin tinggi. Stabilitas ini mencakup aspek keberlanjutan usaha, kepercayaan konsumen, serta konsistensi layanan yang sulit digantikan.

Berbeda dengan kantin lain di kampus yang umumnya berada di area terpisah dan memiliki fasilitas sederhana, Kantin Kontainer menawarkan pengalaman konsumsi yang lebih menarik secara visual dan fungsional. Eksklusivitas fisik dan kelembagaan yang dimiliki Kantin Kontainer menciptakan persepsi status yang berbeda dibandingkan kantin lain, sehingga meningkatkan value yang dirasakan mahasiswa baik secara fungsional maupun emosional. Hal ini sesuai dengan (Wang et al., 2024), yang menjelaskan bahwa *natural rarity* dan *perceived exclusivity* mampu meningkatkan *functional value*, *emotional value*, dan *social value* karena konsumen melihat layanan tersebut sebagai sesuatu yang lebih istimewa daripada yang dapat diakses publik secara umum. Efek persepsi eksklusivitas ini juga memperkuat ikatan psikologis mahasiswa terhadap kantin sebagai tempat pilihan utama. Dengan demikian, sumber daya yang bersifat langka ini bukan hanya membangun diferensiasi, tetapi juga membentuk citra unik yang sulit disamakan dengan kantin lain.

Hal ini sejalan dengan (Rahmatullah et al., 2023), yang menyatakan bahwa sumber daya yang hanya dimiliki oleh sedikit organisasi dapat digolongkan sebagai *rare* dan mampu menghasilkan keunggulan kompetitif. Penelitian terbaru juga menunjukkan bahwa sumber daya yang unik dan sulit ditiru akan memberikan manfaat strategis ketika mampu menciptakan nilai tambah bagi organisasi, sehingga memperkuat keunggulan bersaing (Dewi & Ananda, 2024). Oleh karena itu, sumber daya ini dapat dikategorikan sebagai *rare*, karena hanya Kantin Kontainer yang mampu menawarkan kombinasi layanan dan atmosfer unik tersebut di lingkungan kampus saat ini. Kelangkaan ini juga semakin diperkuat oleh konsistensi pengelola dalam mempertahankan konsep layanan, sehingga keunikan tersebut tetap terjaga dalam jangka panjang. Konsistensi tersebut menjadi faktor kunci yang memastikan diferensiasi dapat dipertahankan dari waktu ke waktu meskipun kompetisi semakin bertambah.

Inimitable (Sulit Ditiru)

Keunggulan Kantin Kontainer sulit ditiru oleh pesaing karena sumber daya yang dimiliki bersifat unik dan terlindungi oleh hubungan kelembagaan. Lokasinya yang berada di area internal kampus merupakan aset institusional sehingga tidak dapat diakses secara bebas oleh pelaku usaha luar. Di samping itu, Kantin Kontainer merupakan bagian dari program laboratorium kewirausahaan yang dikelola melalui kemitraan resmi antara Dompot Dhuafa dan FEBI UIN Raden Intan Lampung. Model bisnis berbasis misi sosial pemberdayaan mahasiswa termasuk pemberian beasiswa dari hasil pengelolaan usaha menciptakan diferensiasi kuat yang tidak dapat direplikasi oleh kantin lain tanpa dukungan organisasi dan jaringan serupa. Keterikatan antara tujuan komersial dan tujuan sosial ini menjadi faktor tambahan yang memperkuat sifat sulit ditiru (*inimitability*) dari

usaha. Keterpaduan elemen-elemen tersebut menunjukkan bahwa keunggulan usaha tidak hanya bertumpu pada aspek material, tetapi juga pada nilai-nilai sosial yang melekat secara mendalam.

Selain itu, kolaborasi antara institusi pendidikan dan lembaga sosial seperti Dompot Dhuafa menciptakan struktur modal sosial dan modal institusional yang tidak hanya bertumpu pada aspek finansial, tetapi juga pada jaringan, kepercayaan, serta norma kerja sama yang terbentuk melalui hubungan jangka panjang. Hubungan lintas institusi ini menciptakan social complexity karena melibatkan aktor-aktor berbeda fakultas, lembaga sosial, pemasok, dan mahasiswa yang berinteraksi dalam sistem yang saling bergantung. Kondisi ini serupa dengan temuan (Coccia, 2023) yang menjelaskan bahwa ekosistem organisasi terbentuk melalui interaksi kompleks antara aktor, institusi, dan proses yang saling terhubung, sehingga menciptakan struktur yang sulit direplikasi oleh pihak luar. Kompleksitas relasional semacam ini memperkuat causal ambiguity, karena pesaing tidak dapat dengan mudah memetakan bagaimana kombinasi dukungan institusional, tujuan sosial, dan jaringan kolaboratif tersebut berkontribusi pada performa dan daya saing usaha. Dengan demikian, keberadaan modal sosial dan institusional tersebut semakin memperkuat karakter inimitability dari sumber daya Kantin Kontainer. (Maulana & Maimun, 2023) menunjukkan bahwa social capital berperan penting dalam memperkuat kapabilitas usaha kecil melalui hubungan yang sulit ditiru, terutama karena bonding dan *bridging mechanisms* yang terbentuk dari kepercayaan, jaringan, dan hubungan jangka panjang antar pemangku kepentingan. Hubungan yang berkelanjutan ini membuat organisasi memiliki keunggulan yang tidak dapat direplikasi hanya dengan menyalin sumber daya fisiknya. Hal ini menegaskan bahwa kekuatan relasional memiliki peran strategis dalam menciptakan keunggulan yang tidak dapat disubstitusi oleh pesaing.

Temuan tersebut sejalan dengan pandangan (Zvarimwa & Zimuto, 2022). bahwa suatu sumber daya digolongkan *inimitable* apabila terdapat *isolating mechanisms* seperti *social complexity* dan *causal ambiguity* yang melindunginya dari peniruan. Dalam konteks Kantin Kontainer, dukungan lembaga, struktur pengelolaan sosial, serta hubungan kolaboratif antar pemangku kepentingan menjadi faktor yang sulit diduplikasi oleh pesaing. Dengan demikian, *inimitability* yang dimiliki Kantin Kontainer memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan dalam persaingan kuliner kampus. Oleh karena itu, kemampuan mempertahankan struktur relasional dan dukungan institusional tersebut menjadi aspek penting yang menjaga keberlanjutan keunggulan usaha. Konsistensi dalam menjaga hubungan ini juga membantu membangun fondasi kepercayaan jangka panjang yang semakin mempertebal karakter sulit ditiru dari usaha tersebut.

Organized to Capture Value (Terorganisasi Mengelola Nilai)

Kantin Kontainer memiliki sistem pengelolaan yang terstruktur sehingga mampu memaksimalkan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki. Hal ini tercermin dari pembagian peran dalam tim pengelola, koordinasi operasional harian, serta evaluasi bulanan untuk mengidentifikasi aspek yang perlu diperbaiki maupun dipertahankan. Selain itu, proses seleksi produk konsinyasi dilakukan secara ketat untuk memastikan kesesuaian dengan preferensi mahasiswa, sehingga usaha dapat beroperasi secara efektif dan adaptif terhadap dinamika kebutuhan konsumen kampus. Keteraturan dalam proses operasional ini juga memastikan bahwa kualitas pelayanan dapat dipertahankan secara konsisten setiap hari. Sistem yang rapi ini turut mencerminkan tingkat profesionalisme pengelolaan yang jarang ditemukan pada unit usaha kuliner mahasiswa pada umumnya.

Pengaturan manajerial yang sistematis ini memungkinkan kantin menangkap nilai yang tercipta dari sumber daya bernilai, langka, dan sulit ditiru. Pernyataan tersebut sejalan dengan (Ngoc et al., 2022). yang menyatakan bahwa organisasi hanya dapat mempertahankan keunggulan kompetitif apabila mampu mengelola proses penciptaan serta pemanfaatan sumber daya internal secara optimal. Struktur operasional Kantin Kontainer juga menunjukkan bahwa usaha ini memiliki pola koordinasi dan pengendalian yang tertata dengan baik. Hal tersebut tampak dari penggunaan alur pencatatan penjualan yang jelas, pembagian jadwal kerja melalui rotasi tugas, proses seleksi produk konsinyasi yang dilakukan secara cermat, hingga pemeriksaan kualitas produk yang dilakukan secara berkala. Rangkaian mekanisme ini memastikan setiap jenis sumber daya baik fisik, manusia, maupun sosial dapat berfungsi secara optimal untuk mendukung tujuan usaha.

Selain meningkatkan konsistensi operasional, sistem tersebut juga meminimalkan potensi kesalahan kerja dan membantu kantin beradaptasi ketika terjadi perubahan kebutuhan atau preferensi mahasiswa. Kemampuan adaptif ini menjadi indikator penting bahwa organisasi mampu merespons perubahan secara cepat dan tetap menjaga efisiensi operasional. Dalam kerangka RBV, kemampuan organisasi dalam mengoordinasikan dan memanfaatkan sumber dayanya secara efektif merupakan inti dari elemen organized yang memungkinkan nilai dari sumber daya VRIN benar-benar tercapai. Temuan ini sejalan dengan literatur yang menekankan bahwa rutinitas organisasi, proses integrasi, serta kemampuan koordinasi merupakan faktor penting bagi usaha kecil dalam melakukan value capture atas sumber daya yang bernilai dan sulit ditiru (Dejardin et al., 2023). Dengan demikian, sistem pengelolaan yang terstruktur menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan keunggulan bersaing Kantin Kontainer. Mekanisme ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga memastikan bahwa setiap potensi sumber daya dapat dimaksimalkan untuk menghasilkan nilai strategis.

Di samping pengelolaan internal yang terstruktur, keberadaan dukungan kelembagaan dari Dompot Dhuafa dan fakultas turut memperkuat kapabilitas organisasi Kantin Kontainer. Keterlibatan lembaga tersebut dalam supervisi, pendampingan operasional, serta penyediaan pelatihan membantu membangun legitimasi dan memberikan arah strategis sehingga proses internal berjalan lebih profesional dan terstandarisasi. Dukungan institusional semacam ini juga berkontribusi pada peningkatan pengetahuan manajerial dan kemampuan pengelolaan sumber daya, yang pada akhirnya memperkuat kapasitas organisasi dalam melakukan koordinasi, integrasi, dan pengambilan keputusan. Temuan ini selaras dengan studi (Falihat et al., 2021) yang menunjukkan bahwa institutional support berperan penting dalam meningkatkan kapabilitas organisasi melalui penyediaan pelatihan, informasi, dan pendampingan, sehingga organisasi mampu memaksimalkan pemanfaatan sumber daya dan memperkuat keunggulan bersaingnya. Dengan demikian, kombinasi antara efisiensi struktur kerja dan dukungan kelembagaan yang kuat menjadikan Kantin Kontainer memiliki kapabilitas organisasi yang matang untuk menangkap nilai (*value capture*) dari sumber daya yang dimiliki secara berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan yang baik tidak hanya bersifat internal, tetapi juga diperkuat oleh jejaring eksternal yang mendukung keberhasilan usaha. Sinergi antara sistem internal dan dukungan eksternal ini memberikan keunggulan strategis yang menjadikan operasional kantin lebih stabil, kompetitif, dan berorientasi jangka panjang.

Sustained Competitive Advantage (Keunggulan Bersaing Berkelanjutan)

Kantin Kontainer menerapkan serangkaian strategi untuk memastikan posisinya tetap unggul dalam jangka panjang. Upaya tersebut meliputi pemeliharaan kualitas dan kebersihan produk, peningkatan kenyamanan ruang makan, serta adaptasi menu melalui sistem konsinyasi yang memungkinkan hadirnya produk baru yang sesuai dengan selera mahasiswa. Sistem ini juga memberi ruang bagi inovasi cepat karena pemasok dapat berganti mengikuti tren makanan mahasiswa, sehingga siklus pembaruan menu berlangsung secara lebih responsif. Selain itu, pengaturan standar operasional seperti pengecekan kebersihan harian, pengawasan masa simpan makanan, dan pengaturan display produk menciptakan pengalaman konsumen yang stabil dan konsisten. Praktik ini membantu usaha mempertahankan reputasi positif yang menjadi salah satu faktor penting untuk daya saing berkelanjutan. Konsistensi ini menjadi fondasi penting yang memastikan setiap layanan yang diberikan tetap memenuhi ekspektasi pelanggan dari waktu ke waktu.

Selain itu, adanya misi sosial berupa pemberdayaan dan pemberian beasiswa kepada mahasiswa kurang mampu memperkuat citra usaha, sehingga menciptakan kedekatan emosional dengan civitas akademika. Nilai sosial yang melekat pada identitas usaha ini tidak hanya meningkatkan loyalitas pelanggan, tetapi juga berfungsi sebagai diferensiasi berbasis misi (*mission-driven differentiation*) yang sulit diproduksi ulang oleh kantin pesaing yang hanya berorientasi komersial. Citra berbasis nilai (*value-driven image*) seperti ini menjadi diferensiasi yang sulit direplikasi oleh pesaing, karena penelitian menunjukkan bahwa misi sosial dapat membentuk persepsi layanan dan brand image yang lebih kuat, sekaligus menciptakan hubungan emosional antara pelanggan dan organisasi (Lin et al., 2021). Hal ini menjadikan Kantin Kontainer

bukan hanya sebagai tempat makan, tetapi juga simbol dukungan sosial di lingkungan kampus. Kedekatan emosional ini semakin menegaskan posisi kantin sebagai bagian integral dari ekosistem kampus, bukan sekadar unit usaha biasa.

Konsistensi organisasi dalam mengelola nilai tersebut selaras dengan konsep *sustained competitive advantage* dalam RBV, di mana keunggulan usaha hanya dapat bertahan apabila pesaing sulit meniru sumber daya dan mekanisme pengelolaannya (Barney, 1991). Perspektif ini diperkuat oleh (Lieberman & Angeles, 2021) yang menjelaskan bahwa keunggulan bersaing berkelanjutan tercipta ketika suatu organisasi mampu menjaga kinerja unggul secara konsisten melalui diferensiasi yang tetap relevan bagi kebutuhan pasar. Dalam konteks Kantin Kontainer, diferensiasi ini muncul tidak hanya dari produk dan layanan, tetapi juga dari budaya organisasi yang terbentuk melalui kombinasi praktik komersial dan tujuan sosial, sehingga menciptakan struktur nilai yang lebih kompleks dan lebih sulit ditiru. Kombinasi nilai tersebut membuat daya saing kantin memiliki dimensi ganda, yakni dimensi ekonomi dan dimensi sosial, yang memberikan kekokohan dalam jangka panjang.

Dengan demikian, strategi yang diterapkan Kantin Kontainer menunjukkan kemampuan adaptif dan keberlanjutan keunggulan usaha dalam menghadapi persaingan kuliner kampus yang dinamis. Hal ini diperkuat oleh temuan (Mukti et al., 2024) yang menunjukkan bahwa misi sosial mampu meningkatkan kualitas layanan, memperkuat brand image, dan pada akhirnya mendorong keunggulan kompetitif melalui mekanisme internal yang saling melengkapi. Temuan tersebut menegaskan bahwa organisasi dengan social mission yang terinstitusionalisasi cenderung memiliki diferensiasi yang lebih kuat dan berkelanjutan karena nilai sosialnya berperan langsung dalam membangun persepsi pelanggan dan loyalitas. Oleh sebab itu, keberlanjutan keunggulan Kantin Kontainer tidak hanya bergantung pada inovasi atau kualitas produk, tetapi juga pada nilai sosial yang konsisten dipertahankan dalam setiap aktivitas operasionalnya. Keselarasan antara inovasi, kualitas, dan nilai sosial ini menjadi kunci yang memastikan keunggulan bersaing tetap terjaga meskipun persaingan terus berubah.



Gambar 1. Dokumentasi Wawancara Lapangan

Dokumentasi kegiatan wawancara penulis dengan Idris, penerima beasiswa sekaligus pengelola Kantin Kontainer Dompot Dhuafa FEBI UIN Raden Intan Lampung (14 Oktober 2025), yang menjadi sumber data primer dalam penyusunan analisis VRIO berdasarkan pendekatan Resource-Based View



Gambar 2. Dokumentasi Lokasi Penelitian

Penulis berfoto di depan Kantin Kontainer Dompot Dhuafa FEBI UIN Raden Intan Lampung sebagai bukti observasi lapangan dan keberadaan objek penelitian. Dokumentasi ini diambil dari rekaman video wawancara yang telah diunggah pada platform YouTube sebagai bagian publikasi awal penelitian.



Gambar 3. Arsip Daring

Peresmian Kantin Kontainer Dompot Dhuafa di UIN Raden Intan Lampung Tangkapan layar publikasi resmi Dompot Dhuafa berjudul “Pertama di Sumatra, Kantin Kontainer di UIN Lampung Resmi Berdiri” (3 Maret 2024). Dokumentasi ini menjadi bukti historis pendirian Kantin Kontainer dan digunakan sebagai data pendukung dalam menganalisis keberadaan serta pengelolaan unit usaha berbasis pemberdayaan mahasiswa.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan sumber daya Kantin Kontainer Dompot Dhuafa FEBI UIN Raden Intan Lampung memenuhi seluruh elemen VRIO dalam kerangka *Resource-Based View* (RBV). Hal ini mengindikasikan bahwa keunggulan usaha yang dimiliki tidak sekadar berasal dari faktor fisik seperti produk atau lokasi, tetapi juga dari kombinasi faktor kelembagaan, misi sosial, dan praktik manajerial yang terstruktur. Temuan ini memperlihatkan bahwa kekuatan usaha tidak hanya bertumpu pada aspek komersial semata, melainkan juga pada

nilai sosial dan dukungan institusional yang memberikan diferensiasi alami dibandingkan pesaing. Penemuan ini juga menegaskan bahwa seluruh elemen yang membentuk keunggulan kompetitif tersebut bekerja secara saling melengkapi, sehingga menghasilkan fondasi daya saing yang lebih solid dibandingkan usaha kuliner lain yang hanya mengandalkan strategi operasional standar. Temuan tersebut menunjukkan bahwa Kantin Kontainer tidak hanya mengandalkan daya tarik komersial, tetapi juga memanfaatkan karakteristik internal yang bersifat unik, langka, sulit ditiru, dan didukung oleh sistem organisasi yang efektif.

Pertama, pada aspek *valuable*, hasil penelitian memperlihatkan bahwa variasi menu, harga terjangkau, serta lokasi strategis menjadi sumber daya yang memberikan nilai tinggi bagi mahasiswa sebagai konsumen utama. Sesuai dengan teori RBV, nilai tercipta ketika sumber daya mampu meningkatkan kepuasan pelanggan atau efisiensi organisasi (Barney, 1991). Temuan lapangan menunjukkan bahwa produk ready to eat yang sesuai dengan selera mahasiswa, harga yang kompetitif, serta aksesibilitas lokasi menjadikan Kantin Kontainer memiliki nilai fungsional dan emosional yang kuat. Selain itu, kemudahan akses dan kenyamanan tempat juga meningkatkan persepsi manfaat bagi mahasiswa, sehingga mendorong preferensi pembelian yang lebih konsisten. Nilai tambah tersebut menjadi semakin penting dalam lingkungan kampus yang dinamis, di mana mahasiswa cenderung memilih tempat makan yang tidak hanya murah dan enak, tetapi juga cepat, mudah dijangkau, serta menawarkan suasana yang mendukung aktivitas belajar maupun diskusi. Hal ini selaras dengan penelitian (Wijaya et al., 2022) dan (Muhtarom et al., 2022) yang menegaskan bahwa variasi produk, lokasi, dan persepsi harga merupakan determinan penting dalam penguatan nilai bagi usaha kuliner mahasiswa. Dengan demikian, aspek *valuable* tidak hanya dihasilkan oleh produk yang ditawarkan, tetapi juga oleh pengalaman konsumsi secara keseluruhan yang dirasakan mahasiswa.

Kedua, pada dimensi *rare*, keunikan Kantin Kontainer tidak hanya terletak pada variasi menu atau desain kontainer dua lantai, tetapi lebih pada eksklusivitas hubungan kelembagaan antara Dompot Dhuafa dan fakultas. Keberadaan kemitraan formal ini memberikan akses khusus ke lokasi strategis dan dukungan mentor yang tidak dimiliki oleh kantin lain. Hal ini sejalan dengan pandangan (Audretsch et al., 2023) yang menyatakan bahwa kolaborasi UMKM dengan institusi pendidikan menciptakan keunggulan berbasis pengetahuan dan akses yang tidak tersedia bagi pesaing. Selain itu, eksklusivitas fasilitas dan suasana nyaman menjadikan pengalaman yang ditawarkan bersifat langka, sesuai dengan teori (Wang et al., 2024) mengenai *natural rarity* dan *perceived exclusivity* sebagai sumber nilai tambahan. Keberadaan nilai langka ini juga berdampak pada terbentuknya identitas usaha yang lebih kuat, karena konsumen menyadari bahwa pengalaman yang mereka dapatkan tidak dapat ditemukan di kantin atau warung kampus lainnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa kelangkaan yang dimiliki Kantin Kontainer bukan sekadar bersifat fisik, tetapi juga institusional, yang tidak dapat diperoleh pesaing tanpa kerja sama formal dan legitimasi dari lembaga terkait.

Ketiga, dimensi *inimitable* pada Kantin Kontainer sangat dipengaruhi oleh keberadaan modal sosial dan modal institusional. Berbeda dengan kantin biasa yang berdiri secara mandiri, Kantin Kontainer bekerja dalam ekosistem kolaboratif yang melibatkan lembaga sosial, fakultas, pemasok, dan mahasiswa. Interaksi multipihak ini menciptakan *social complexity* serta *causal ambiguity* yang membuat pesaing sulit meniru model bisnis tersebut secara utuh. Sejalan dengan (Coccia, 2023), kompleksitas ekosistem organisasi yang terbentuk dari hubungan lintas aktor merupakan faktor isolasi yang kuat dalam menahan imitasi. Penelitian (Maulana & Maimun, 2023) dan (Zvarimwa & Zimuto, 2022) juga mendukung bahwa modal sosial, kepercayaan, jaringan, dan kemitraan jangka panjang merupakan isolating mechanisms yang membuat keunggulan bersifat defensif terhadap peniruan. Selain itu, integrasi antara misi sosial dan praktik bisnis menciptakan sumber daya unik yang tidak hanya berbentuk aset, tetapi juga nilai-nilai budaya organisasi yang berkembang dari waktu ke waktu dan sulit dipindahkan ke konteks lain. Hal ini menyebabkan pesaing tidak hanya kesulitan meniru produk atau layanan, tetapi juga cara kerja, nilai-nilai, serta hubungan emosional yang telah terbentuk antara Kantin Kontainer dan civitas akademika.

Keempat, temuan mengenai *organized to capture value* menunjukkan bahwa Kantin Kontainer tidak hanya memiliki sumber daya VRIN, tetapi juga mengoperasikannya dengan sistem yang efektif. Struktur kerja yang jelas, pembagian tugas, alur pencatatan penjualan, proses seleksi produk

konsinyasi, serta evaluasi rutin merupakan bukti bahwa organisasi telah mengelola sumber daya dengan mekanisme formal. Dalam teori RBV, keunggulan hanya dapat dimanfaatkan secara optimal apabila organisasi memiliki sistem internal yang memungkinkan perusahaan menangkap nilai dari sumber daya VRIN (Barney, 1991). Hal ini konsisten dengan temuan (Dejardin et al., 2023) dan (Ngoc et al., 2022) yang menegaskan bahwa rutinitas organisasi, koordinasi internal, dan integrasi proses menjadi faktor penting dalam mengonversi sumber daya menjadi keunggulan kompetitif. Konsistensi dalam menjalankan prosedur operasional harian juga membantu menjaga stabilitas kualitas layanan, sehingga nilai yang dihasilkan tetap dapat dirasakan oleh konsumen secara berkelanjutan. Pengelolaan yang sistematis tersebut memperlihatkan bahwa Kantin Kontainer tidak hanya memiliki potensi sumber daya, tetapi juga kapabilitas operasional yang matang untuk memaksimalkan manfaat dari sumber daya tersebut.

Selain itu, dukungan kelembagaan dari Dompot Dhuafa dan fakultas memperkuat kapasitas organisasi dalam pengambilan keputusan, penyediaan pelatihan, serta perencanaan strategis. Hal ini konsisten dengan (Falahat et al., 2021) yang menjelaskan bahwa *institutional support* meningkatkan kapabilitas organisasi melalui peningkatan pengetahuan, legitimasi, dan arah strategis. Dukungan ini juga memastikan bahwa Kantin Kontainer memiliki kerangka tata kelola yang lebih matang dibandingkan kantin biasa yang beroperasi secara individual. Dengan demikian, keberadaan dukungan kelembagaan bukan hanya pelengkap, tetapi bagian integral dari mekanisme organisasi dalam menangkap nilai. Keterlibatan institusi juga menciptakan jaminan keberlanjutan, karena usaha tidak hanya bergantung pada manajemen internal, tetapi juga pada dukungan eksternal yang memberikan stabilitas jangka panjang.

Terakhir, pada aspek *sustained competitive advantage*, kombinasi antara inovasi menu, konsistensi operasional, dan misi sosial menjadi sumber keunggulan yang lebih tahan lama. Integrasi nilai komersial dan nilai sosial menciptakan *mission-driven differentiation* yang tidak mudah ditiru oleh pesaing yang hanya berorientasi profit. Temuan ini sejalan dengan (Lin et al., 2021) yang menunjukkan bahwa misi sosial dapat meningkatkan persepsi layanan, memperkuat brand image, dan menciptakan kedekatan emosional pelanggan. Selain itu, keberlanjutan diferensiasi juga diperkuat oleh budaya organisasi yang menggabungkan praktik bisnis dan tujuan pemberdayaan struktur nilai yang kompleks dan sulit direplikasi. Kekuatan diferensiasi ini juga membuat konsumen memiliki loyalitas emosional, bukan sekadar rasional, yang menjadi fondasi keunggulan jangka panjang. Perspektif ini mendukung pandangan (Barney, 1991) dan (Lieberman & Angeles, 2021) bahwa keunggulan bersaing berkelanjutan hanya tercapai apabila organisasi mampu mempertahankan diferensiasi yang relevan dan sulit ditiru dalam jangka panjang. Dengan kata lain, keunggulan tersebut tidak hanya muncul dari inovasi sesaat, tetapi merupakan hasil dari konsistensi organisasi dalam mempertahankan nilai-nilai inti, pola pelayanan, dan karakter usaha yang sudah melekat kuat pada persepsi pelanggan. Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa Kantin Kontainer memenuhi seluruh elemen VRIO dan berhasil mengonversi sumber daya internalnya menjadi keunggulan bersaing berkelanjutan melalui kombinasi nilai fungsional, nilai sosial, eksklusivitas kelembagaan, dan sistem organisasi yang kuat. Dengan demikian, keunggulan Kantin Kontainer tidak hanya bersumber pada keunikan fisik, tetapi juga pada akumulasi pengalaman, relasi, dan nilai sosial yang memperkuat posisi kompetitif secara komprehensif. Kolaborasi institusional serta misi sosial terbukti menjadi elemen kunci yang membedakan Kantin Kontainer dari pesaing lain di lingkungan kampus.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan sumber daya internal Kantin Kontainer Dompot Dhuafa FEBI UIN Raden Intan Lampung telah memenuhi seluruh elemen VRIO sebagaimana dimaksud dalam kerangka Resource-Based View. Sumber daya yang dimiliki terbukti bernilai karena mampu menjawab kebutuhan mahasiswa melalui variasi produk, harga terjangkau, dan aksesibilitas lokasi; langka melalui kombinasi fasilitas fisik, desain kontainer dua lantai, serta dukungan kelembagaan yang tidak dimiliki kantin lain; sulit ditiru karena adanya *social complexity* dan kemitraan institusional yang menciptakan *causal ambiguity*; serta terorganisasi dengan baik melalui sistem pengelolaan, evaluasi, dan alur operasional yang terstruktur. Kombinasi keempat dimensi tersebut menunjukkan bahwa Kantin Kontainer memiliki kapasitas yang kuat untuk

menangkap nilai dan mempertahankan posisi kompetitif di lingkungan kampus.

Lebih jauh, penelitian ini menemukan bahwa keberadaan misi sosial yang terintegrasi dengan aktivitas bisnis turut memperkuat diferensiasi dan persepsi positif mahasiswa terhadap layanan yang diberikan. Integrasi antara nilai sosial, konsistensi operasional, serta kemampuan adaptasi menu menjadikan keunggulan bersaing yang terbentuk tidak hanya berorientasi profit, tetapi juga menciptakan hubungan emosional, kepercayaan, dan identitas sosial di kalangan civitas akademika. Temuan ini menegaskan bahwa faktor-faktor sosial yang melekat pada karakter organisasi memiliki pengaruh signifikan dalam memperkuat keunggulan bersaing berkelanjutan di sektor kuliner kampus.

Meskipun penelitian ini memberikan pemahaman mendalam mengenai pemanfaatan sumber daya Kantin Kontainer, terdapat beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian hanya berfokus pada satu unit usaha sehingga temuan belum dapat digeneralisasi pada seluruh usaha kuliner kampus. Kedua, data diperoleh melalui wawancara dan observasi dalam periode waktu terbatas sehingga mungkin belum menangkap dinamika operasional jangka panjang. Ketiga, penelitian ini belum mengukur secara kuantitatif pengaruh masing-masing dimensi VRIO terhadap kinerja usaha, sehingga hubungan antarvariabel belum dapat dibuktikan secara statistik.

Penelitian berikutnya dapat memperluas objek kajian dengan membandingkan beberapa unit usaha kampus yang memiliki model bisnis serupa untuk memperkuat generalisasi hasil. Pendekatan campuran (mixed methods) atau kuantitatif juga dapat digunakan untuk mengukur secara empiris pengaruh misi sosial, kualitas layanan, atau persepsi merek terhadap loyalitas mahasiswa. Selain itu, aspek digitalisasi layanan, perilaku konsumsi mahasiswa, serta strategi branding dapat dijadikan variabel penting untuk menganalisis keberlanjutan daya saing UMKM kuliner berbasis sosial di lingkungan perguruan tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, H., Puspita, S., & Metamedia, U. (2022). Resource-based view: Strategi UMKM di Sumatera Barat untuk mencapai keunggulan kompetitif. 5(2), 109–120. <https://doi.org/10.26533/jmd.v5i2.1029>
- Ariwibowo, P., & Saputro, F. B. (2021). *Analysis of Strength & Weakness , Using the Concept of Resource-Based View with the VRIO Framework in Sharia Cooperatives*. 4(1), 279–294. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i1.313>
- Audretsch, D. B., Belitski, M., Caiazza, R., & Phan, P. (2023). Collaboration strategies and SME innovation performance. *Journal of Business Research*, 164(May), 114018. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114018>
- Barney, J. (1991). *Firm resources and sustained competitive advantage* (pp. 99–120). *Journal of Management*. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Chrisnando, N., Widjanarko, H., & Hikmah, K. (2024). *Factors Affecting Profitability of Food and Beverage Industries : A Resource-Based View and Competitiveness Approach*. 8(2), 39–50. <https://doi.org/10.22441/indikator.v8i2.25861>
- Coccia, M. (2023). *Evolutionary Pathways of Ecosystem Literature in Organization and Management Studies*. 1–35. <https://doi.org/Research Square, 1–35>. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-2499460/v1>
- Dejardin, M., Raposo, M. L., Ferreira, J. J., Fernandes, C. I., Veiga, P. M., & Farinha, L. (2023). The impact of dynamic capabilities on SME performance. *Review of Managerial Science*, 17(5), 1703–1729. <https://doi.org/10.1007/s11846-022-00569-x>
- Dewi, R., & Ananda, S. U. (2024). *Equity green innovation, green intellectual capital, and organizational green culture on competitive advantage: Evidence from high-profile sector*. 27(1), 72–95. <https://doi.org/10.34209/equ.v27i1.8116>
- Falahat, M., Yin, Y., Ramayah, T., & Soto-acosta, P. (2021). *Modelling the effects of institutional support and international knowledge on competitive capabilities and international performance : Evidence from an emerging economy*. 26(June), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2020.100779>
- Juwita, O., Firdonsyah, A., Ali, M., Widodo, A. P., & Isnanto, R. R. (2022). *Studi Literatur Platform Digital Sebagai Sarana Dalam Mengembangkan UMKM*. 7(1), 59–63.

- <https://doi.org/10.19184/isj.v7i1.31547>
- Lieberman, M. B., & Angeles, L. (2021). *Is Competitive Advantage Intellectually Sustainable ? January*. <https://doi.org/10.1561/111.00000016>
- Lin, Y., Lin, F., & Wang, K. (2021). The effect of social mission on service quality and brand image. *Journal of Business Research*, June. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.054>
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.054>
- Lubis, N. W. (2022). *Resource Based View (RBV) in Improving Company Strategic*. 2(6), 587–596. <https://doi.org/10.54518/rh.2.6.2022.85>
- Lukovszki, L., & Sipos, N. (2020). *Resource-based view of innovation activity in SMEs : an empirical analysis based on the global competitiveness project*. <https://doi.org/10.1108/CR-01-2020-0018>
- Maulana, H., & Maimun, M. H. (2023). *The Role of Social Capital , Innovation , and Capabilities on MSMEs ' Resilience in Economic Hard Times*. 14(1). <https://doi.org/10.18196/mb.v14i1.15887>
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). *Analisis Persepsi Harga , Lokasi , Fasilitas , dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM) - Partial Least Square (PLS)*. 10, 391–402. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i51>
- Mukti, Y. Y., Ashila, S., & Bakar, A. (2024). *Peningkatan keunggulan kompetitif melalui social mission, service quality, intention to buy, dan brand image*. 19(1), 39–51. <https://doi.org/10.30659/jp.19.1.39-51>
- Nemar, S. El, El-chaarani, H., Dandachi, I., & Castellano, S. (2022). Resource-based view and sustainable advantage : a framework for SMEs Resource-based view and sustainable advantage : a. *Journal of Strategic Marketing*, 00(00), 1–24. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2022.2160486>
- Ngoc, T. H. I., Doan, T., & Phan, M. T. (2022). *Analysis of Apple's competitive advantage: An RBV perspective*. 03(05), 108–118. Retrieved from <https://ijrehc.com/vol-3-issue-5/analysis-of-apples-competitive-advantage-an-rbv-perspective/>
- Rahmatullah, F., Wijayantini, B., & Wibowo, Y. G. (2023). *Analisis RBV (Resources Based View) untuk Menentukan. 2000*, 1–17. <https://doi.org/10.47134/jeae.v1i1.23>
- Verbyani, V., & Handoyo, E. (2021). *Pengaruh inovasi, orientasi kewirausahaan dan pasar terhadap keunggulan bersaing ukm kuliner*. III(3), 875–883. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13219>
- Wang, X., Sung, B., & Phau, I. (2024). How rarity and exclusivity influence types of perceived value for luxury. *Journal of Brand Management*, 31(6), 576–592. <https://doi.org/10.1057/s41262-024-00359-8>
- Wijaya, L. D., Simamora, V., & Inovasi, K. (2022). *Pengaruh kapabilitas teknologi informasi dan kapabilitas inovasi terhadap strategi dan dampaknya terhadap keunggulan bersaing umkm kuliner*. 7(1), 51–65. <https://doi.org/10.38043/jiab.v7i1.3474>
- Zvarimwa, C., & Zimuto, J. (2022). *Valuable , rare , inimitable , non-substitutable and exploitable (VRINE) resources on competitive advantage*. 1, 9–22. <https://doi.org/10.53555/epbms.v8i1.1915>