

Implementasi VRIO Framework untuk Mendeteksi Sumber Daya Unik Dalam Upaya Keberlanjutan Bisnis Kuliner dan Manajemen Keuangan

Yunita Niqrisah Dwi Pratiwi*¹, Milka Susana Theorupun², Amelia³

^{1,2} Program Studi Akuntansi, Universitas Boyolali, Provinsi Jawa Tengah

³ Program Studi Teknik Informatika, Universitas Boyolali, Provinsi Jawa Tengah

Correspondence: iblock.semarang@gmail.com

Received: 5 November 2025 | Revised: 15 November 2025 | Accepted: 15 Desember 2025

Keywords:

Culinary Business;
Sustainability;
Financial
Management;
Unique Resources;
VRIO Framework

Abstract

Competitive advantage is crucial for business continuity in a competitive market. It is not merely a strategy but also a crucial component for creating a successful culinary business. The VRIO (Value, Rarity, Imitability, and Organization) framework can be used to evaluate existing resources and identify competitive advantages. The urgency of this research is to understand the unique potential of the culinary business and its impact on profitability and business sustainability. The purpose of this study is to delve deeper into the unique resources in the culinary business and how applying the VRIO framework can help identify competitive advantages related to business sustainability. The method used in this study is mixed methods analysis (a combination of qualitative and quantitative). The population in this study was restaurants in Boyolali City. The sampling technique used was purposive sampling. The results of the study showed that resources that meet the criteria of Value, Rarity, Imitability, and Organization contribute significantly to the sustainability of culinary business operations. The VRIO Framework successfully identified unique resources such as original recipes and distinctive cooking techniques.

Kata Kunci:

Bisnis Kuliner;
Keberlanjutan;
Manajemen
Keuangan; Sumber
Daya Unik; VRIO
Framework

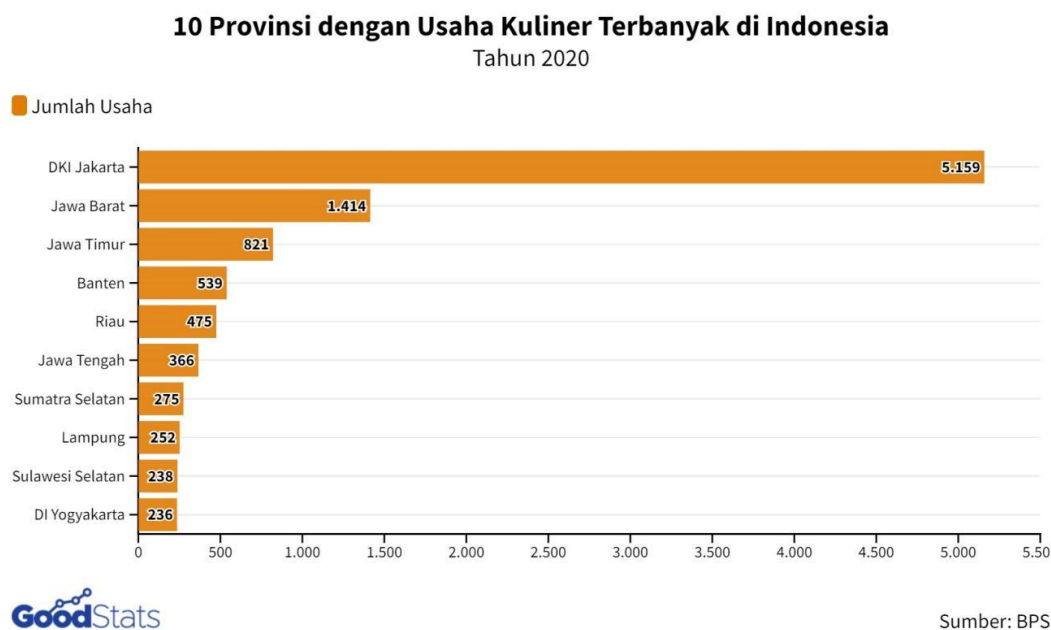
Abstract

Keunggulan bersaing menjadi penting untuk kelangsungan bisnis di pasar yang kompetitif. Hal ini bukan hanya sekedar strategi, tetapi juga komponen penting untuk menciptakan bisnis kuliner yang sukses. Kerangka VRIO (Value, Rarity, Imitability, Organization) dapat digunakan untuk mengevaluasi sumber daya yang ada dan mengidentifikasi keunggulan kompetitif. Urgensi penelitian ini untuk memahami potensi unik dalam bisnis kuliner serta dampaknya terhadap profitabilitas dan keberlangsungan usaha. Tujuan penelitian ini untuk menggali lebih dalam mengenai sumber daya unik dalam bisnis kuliner dan bagaimana menerapkan kerangka VRIO dapat membantu dalam mengidentifikasi keunggulan kompetitif yang berkaitan dengan keberlanjutan usaha. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah analisis mixed methods, yang menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari rumah makan yang berlokasi di Kota Boyolali. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Hasil penelitian sumber daya yang memenuhi kriteria VRIO berkontribusi secara signifikan terhadap keberlanjutan operasi bisnis kuliner. VRIO Framework berhasil mengidentifikasi sumber daya unik seperti resep asli, teknik memasak khas.

PENDAHULUAN

Bisnis kuliner merupakan sektor yang terus berkembang pesat dan dinamis di Indonesia, hal ini terpengaruh oleh perubahan pola konsumsi, teknologi, dan preferensi masyarakat (Alfarizi, 2022). Mengacu pada data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang dirilis pada Juni 2022, terdapat 11.223 usaha kuliner yang tersebar di seluruh Indonesia pada tahun 2020. Dari jumlah tersebut, sebanyak 8.042 usaha (71,65 persen) merupakan restoran atau rumah makan, 269 usaha (2,40 persen) adalah katering, sementara sisanya, sebanyak 2.912 usaha (25,95 persen), termasuk dalam kategori lainnya.

Data tentang 10 provinsi dengan jumlah usaha kuliner terbanyak pada tahun 2020 dapat dilihat pada Gambar 1. Sementara itu, menurut Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali, jumlah UMKM di Kota/Kecamatan Boyolali mencapai 3.118, dengan jumlah usaha di bidang rumah makan, kuliner, restoran, dan kafe sebanyak 135. (<https://esemu.boyolali.go.id/>).



Gambar 1. 10 Provinsi Dengan Usaha Kuliner Terbanyak Tahun 2020

https://goodstats.id/article/lebih-dari-10000-usaha-kuliner-ada-di-indonesia-bagaimana-statistiknya-OTIU5#google_vignette

Perkembangan bisnis kuliner di Indonesia dipengaruhi oleh beberapa aspek penting: 1) Kesadaran konsumen meningkat terhadap kesehatan dan keberlanjutan, mendorong pencarian makanan sehat dan berbasis nabati. 2) Teknologi dan digitalisasi mempermudah jangkauan pelanggan melalui platform e-commerce dan aplikasi pengantaran. 3) Inovasi produk dan pengalaman, seperti kelas memasak, semakin diminati. 4) Dukungan regulasi pemerintah mencakup inisiatif bagi UMKM dan kebijakan keberlanjutan. 5) Pertumbuhan UMKM sektor kuliner, dengan fokus pada kualitas dan diferensiasi. 6) Perubahan preferensi makanan memperluas minat pada masakan daerah dan internasional. 7) Tantangan fluktuasi harga bahan baku dan persaingan yang ketat (Kusumaningtyas, 2024).

Pelaku bisnis kuliner menghadapi tantangan fluktuasi harga, persaingan ketat, dan kebutuhan beradaptasi dengan tren cepat. Keunggulan bersaing menjadi krusial untuk

kelangsungan dan kesuksesan di pasar kompetitif (Krisnanto, 2017). Manajemen keuangan yang baik juga menjadi aspek penting, terutama bagi UMKM di sektor kuliner. (Irenetia & Ompusungu, 2023). Pengelolaan yang efisien memungkinkan investasi dalam inovasi, peningkatan kualitas produk, dan strategi pemasaran yang efektif (Fadhilah et al., 2022).

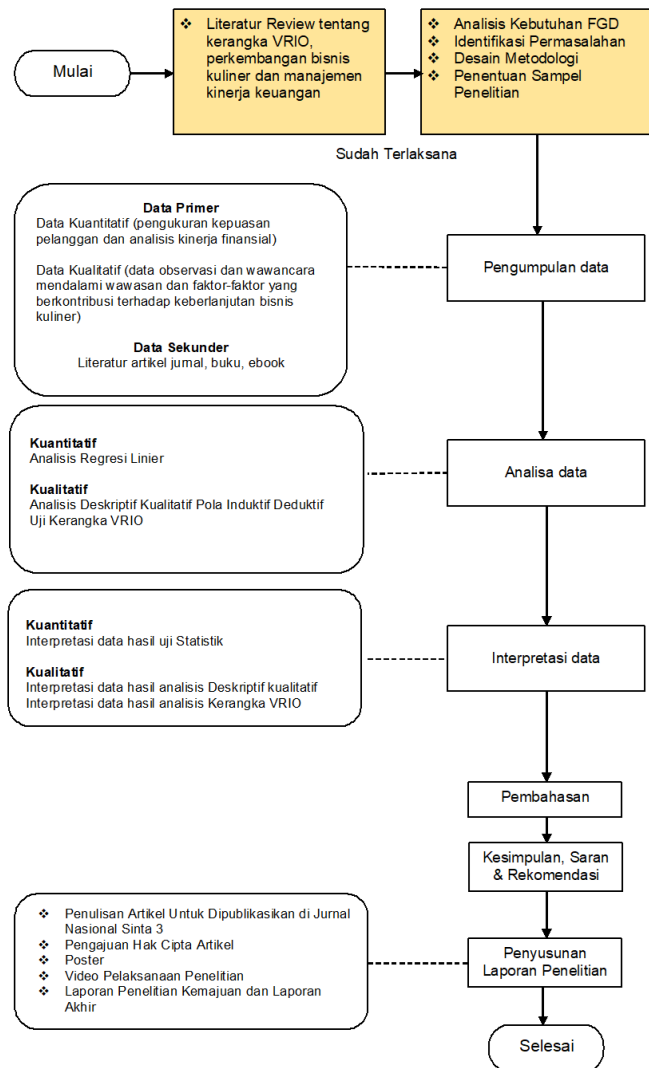
Dalam konteks ini, kerangka VRIO (Value, Rarity, Imitability, Organization) dapat diterapkan untuk mengevaluasi sumber daya yang dimiliki serta mengidentifikasi keunggulan kompetitif. Proses analisis menggunakan kerangka VRIO dilakukan secara sistematis mencakup identifikasi sumber daya, analisis sumber daya menggunakan kriteria VRIO, kategorisasi berdasarkan hasil analisis, pengembangan strategi, serta implementasi dan monitoring (Kusuma et al., 2022). Dengan menerapkan model ini, bisnis kuliner dapat mengidentifikasi sumber daya unik yang mendukung keberlanjutan dan meningkatkan manajemen keuangan. Sumber daya ini meliputi bahan baku, metode produksi, lokasi, serta pengalaman dan keahlian karyawan, memberikan keunggulan kompetitif (Giawa & Saragih, 2020). Berbagai sumber daya yang dimiliki oleh setiap industri dapat menjadi keunggulan kompetitif, seperti ketersediaan bahan baku yang diperoleh dari pemasok yang memiliki reputasi baik dalam hal kualitas (Sianipar et al., 2024). Novelty dari penelitian ini terletak pada penerapan kerangka VRIO secara spesifik dalam konteks UMKM kuliner di Boyolali, yang belum banyak diteliti sebelumnya. Penelitian ini juga menekankan hubungan antara keunikan sumber daya dan keberlanjutan, serta menggali signifikansi manajemen keuangan di sektor kuliner. Dengan mengintegrasikan pendekatan VRIO dengan fokus pada inovasi produk dan layanan berkelanjutan, penelitian ini memberikan wawasan baru bagi pelaku usaha dalam meningkatkan daya saing serta mempertahankan kelangsungan usaha di tengah tantangan pasar.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, rumusan masalahnya adalah 1). Apa saja sumber daya unik yang dimiliki oleh bisnis kuliner yang berkontribusi terhadap keunggulan kompetitif?, 2). Bagaimana penerapan VRIO Framework dapat mengidentifikasi nilai, kelangkaan, kesulitan dalam meniru, dan organisasi dari sumber daya tersebut?, 3). Bagaimana kontribusi sumber daya unik, yang dievaluasi menggunakan VRIO Framework, mempengaruhi keberlanjutan usaha dan kinerja manajemen keuangan?. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai sumber daya unik dalam bisnis kuliner dan bagaimana menerapkan kerangka VRIO dapat membantu dalam mengidentifikasi keunggulan kompetitif yang berkaitan dengan keberlanjutan usaha. Dengan memperhatikan pengelolaan sumber daya ini, pelaku bisnis kuliner tidak hanya dapat bertahan dalam persaingan, tetapi juga menciptakan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat. Dengan demikian, urgensi penelitian ini untuk memahami potensi unik dalam bisnis kuliner serta dampaknya terhadap profitabilitas dan keberlangsungan usaha

METODE

Merujuk pada rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan di atas, solusi untuk masalah ini akan menggunakan pendekatan *mixed methods* yaitu gabungan antara kualitatif dan kuantitatif. Hal Ini dilakukan supaya mendapatkan pemahaman yang luas serta mendalam tentang sumber daya unik dalam konteks keberlanjutan. Langkah pertama diawali studi kualitatif untuk mendalami wawasan dan faktor-faktor yang berkontribusi terhadap keberlanjutan bisnis kuliner. Kemudian penelitian kuantitatif untuk mengukur indikator kinerja

dan menguji hipotesis yang muncul dari studi kualitatif, melalui pengukuran kepuasan pelanggan dan analisis kinerja finansial (Alimudin & Dharmawati, 2022). Proses penelitian diuraikan seperti yang ditampilkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram Alir Penelitian

Penjelasannya adalah sebagai berikut:

Tahap Pengumpulan Data, tahap ini ada dua kegiatan yaitu kegiatan yang telah dilakukan sebagai data awal dengan melakukan literatur review tentang kerangka VRIO, perkembangan bisnis kuliner dan manajemen kinerja keuangan. Selain itu, melakukan analisis Kebutuhan FGD tim bersama beberapa pengelola kuliner untuk mengidentifikasi permasalahan. Selanjutnya membuat desain metodologi dan menentukan sampel penelitian.

Penelitian dilaksanakan dalam kurun waktu 1 tahun dan responden penelitian ini adalah tempat kuliner yang berada di Kota Boyolali. Proses pengumpulan dan pengambilan data dilakukan dengan membuat angket atau kuesioner secara online menggunakan google form. Populasi berdasarkan data dari dinas terdiri dari 135 UMKM kuliner. Pemilihan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu dengan menetapkan kriteria tertentu

tempat kuliner antara lain: 1). Telah berdiri atau beroperasi minimal 3-5 tahun 2). Inovasi menu atau konsep 3). Rumah makan yang memiliki reputasi baik 4). menerapkan praktik manajemen keuangan yang baik. Berdasarkan data yang dikumpulkan dan yang sesuai kriteria tersebut sebanyak 76 UMKM. Sementara itu, data sekunder yang diperoleh tidak berasal dari informasi mitra, melainkan dari sumber lain, yaitu studi kepustakaan yang relevan dengan kasus yang diteliti.

Tahap Analisa Data, teknik analisa data menggunakan tiga cara yaitu

1. **Menganalisis menggunakan model Miles & Huberman.** Tahapan reduksi data merupakan proses pemilihan dan fokus pada penyederhanaan, pengabstrakan, serta transformasi data mentah yang diperoleh dari catatan tertulis di lapangan. Reduksi tidak harus dimaknai sebagai kuantifikasi data. Berikut adalah cara-cara dalam melakukan reduksi data (Miles et al., 1994) : a) Seleksi ketat atas data; b) Ringkasan atau uraian singkat; c) Menggolongkannya dalam pola yang lebih luas.

Penyajian data adalah proses pengorganisasian informasi dalam bentuk narasi yang membantu peneliti menarik kesimpulan. Proses ini melibatkan kalimat-kalimat yang disusun logis dan sistematis, memudahkan pembaca memahami peristiwa dan mendukung analisis. Selain kalimat, penyajian data juga mencakup matriks, gambar, skema, jaringan kerja, dan tabel yang teratur untuk mendukung narasi. Tahap penarikan kesimpulan dan verifikasi baru dapat dilakukan setelah pengumpulan data selesai. Verifikasi penting untuk memastikan bahwa kesimpulan yang diambil kuat dan dapat dipertanggungjawabkan. Pengulangan aktivitas, termasuk penelusuran data secara cepat, membantu memperkuat pemahaman dan memunculkan ide baru saat peneliti menulis. Proses validasi data juga dilakukan untuk memastikan bahwa observasi peneliti sesuai kenyataan dan penjelasan yang diberikan mencerminkan kondisi yang sebenarnya. Validasi dalam penelitian ini dilakukan melalui proses triangulasi dengan sumber data. Proses ini melibatkan perbandingan dan pemeriksaan kembali tingkat kepercayaan informasi yang diperoleh dengan menggunakan waktu dan alat yang berbeda dalam pendekatan kualitatif.

2. **Analisis Kerangka VRIO**, berikut adalah tahapan-tahapannya:
 - a). Identifikasi Sumber Daya dan Kapabilitas, mengumpulkan dan mendaftar semua sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki oleh organisasi. Sumber daya dapat berupa aset fisik, finansial, manusia, dan teknologi, sementara kapabilitas merujuk pada kemampuan organisasi untuk mengelola dan memanfaatkan sumber daya tersebut secara efektif.
 - b). Analisis Nilai (*Value*), mengevaluasi apakah sumber daya atau kapabilitas tersebut memberikan nilai tambah bagi organisasi.
 - c). Analisis Kelangkaan (*Rarity*), menentukan apakah sumber daya atau kapabilitas tersebut jarang dimiliki oleh pesaing.
 - d). Analisis Imitasi (*Imitability*), menanyakan apakah sumber daya atau kapabilitas tersebut sulit untuk ditiru oleh pesaing.
 - e). Analisis Organisasi (*Organization*), mengevaluasi apakah organisasi siap dan memiliki struktur yang tepat untuk memanfaatkan sumber daya tersebut secara efektif.
3. **Analisis Regresi Linear** dengan menentukan pengaruh Variabel X1 (*Value*) X2 (*Rarity*) X3 (*Imitability*) X3 (*Organization*) terhadap variabel terikat (Y1) Keberlanjutan Usaha dan (Y2) Manajemen Keuangan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

HASIL

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 1, diketahui nilai Sig 0,00 ($p < 0,05$). Dengan hasil demikian maka dapat disimpulkan bahwa variabel VRIO, secara bersamaan, memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel keberlanjutan usaha dan manajemen keuangan.

Tabel 1. Hasil Uji F

Variabel	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
VRIO* Keberlanjutan Usaha	Reggresion	104.446	4	26.111	28.196	0.000
VRIO* Manajemen Keuangan	Reggresion	17.695	4	4.424	12.786	0.000

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 2, variabel VRIO terhadap variabel Keberlanjutan Usaha, diketahui hasil bahwa memiliki pengaruh yang signifikan. Hasil uji t variabel VRIO terhadap variabel Manajemen Keuangan menunjukkan hasil pengaruh yang signifikan.

Tabel 2. Hasil Uji t

Variabel	t	Sig	Keterangan
Value* Keberlanjutan Usaha	7.654	0.000	Signifikan
Rarity*Keberlanjutan Usaha	2.111	0.038	Signifikan
Imitability*Keberlanjutan Usaha	5.587	0.000	Signifikan
Organization*Keberlanjutan Usaha	2.455	0.017	Signifikan
Value* Manajemen Keuangan	4.924	0.000	Signifikan
Rarity*Manajemen Keuangan	4.957	0.000	Signifikan
Imitability*Manajemen Keuangan	2.422	0.018	Signifikan
Organization*Manajemen Keuangan	2.540	0.013	Signifikan

PEMBAHASAN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menggali lebih dalam mengenai sumber daya unik dalam bisnis kuliner serta bagaimana penerapan kerangka VRIO dapat membantu dalam mengidentifikasi keunggulan kompetitif yang berkaitan dengan keberlanjutan usaha dan manajemen keuangan UMKM kuliner di Boyolali. Berdasarkan pertanyaan terbuka yang diberikan kepada responden maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

Masing-masing responden mengklaim bahwa memiliki produk kuliner unggulan yang paling disukai oleh pelanggan mereka seperti soto, ayam geprek, nasi jagung, nasi tumpang, dan lain sebagainya. Selanjutnya untuk pertanyaan bagaimana cara mereka meningkatkan pengalaman pelanggan atau cara memuaskan pelanggannya, jawaban responden sebanyak 51% dengan memberikan pelayanan yang baik, tetap menjaga resep sebanyak 26% dan sisanya sebanyak 22% terkait kualitas rasa. Kualitas pelayanan yang diberikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan memberikan lebih dari harapan pelanggan maka perusahaan akan memiliki potensi meningkatkan loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan di pasar (Sukaesih et al., 2022).

Menurut responden bahwa produk yang dihasilkan memiliki keunikan dibandingkan dengan produk serupa milik pesaing. Responden menyatakan keunikan dari segi cita rasa sebanyak 54% dan sisanya 46% merupakan keunikan antara lain dari segi varian, bahan baku, dan harga. Dalam konteks industri makanan dan minuman, cita rasa memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. begitupun dengan faktor harga memiliki dampak

positif dan signifikan pada kepuasan konsumen (Mutiara et al., 2020). Faktor cita rasa tetap terjaga karena pelaku usaha mempunyai bahan atau resep khusus untuk meraciknya. Responden menjawab ada resep khusus yang digunakan dalam menu masakannya sebanyak 83% dan sisanya 17% menjawab tidak mempunyai resep khusus. Salah satu contoh pada kuliner “mie jebew” menambahkan daun jeruk dan kayu manis pada olahannya.

Responden sebagai pelaku usaha dalam upaya menjaga agar produk dan layanannya tidak mudah ditiru oleh pesaing adalah menjaga kualitas rasa, menjaga kerahasiaan resep dan teknik pengolahannya. Beberapa langkah yang dapat dilakukan agar tidak mudah ditiru antara lain: menghadirkan inovasi dalam produk dan layanan, baik dari segi fitur, desain, maupun teknologi. Inovasi yang terus menerus membuat produk lebih sulit ditiru (Ambarini et al., 2024). Responden menyatakan memiliki strategi untuk melindungi inovasinya sebanyak 80% dan sebanyak 20% responden tidak memiliki strategi. Perlindungan merek adalah langkah strategis yang penting bagi UMKM untuk menciptakan identitas, membangun kepercayaan pelanggan, dan menjaga keunggulan kompetitif. Hal ini tidak hanya melindungi usaha mereka dari peniruan, tetapi juga memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis di pasar yang semakin kompetitif (Satyahadi & Disemadi, 2023). Selanjutnya dengan mendaftarkan paten atau perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI) untuk melindungi inovasi dan desain unik, sehingga memberikan keunggulan kompetitif yang legal (Agung et al., 2024).

UMKM perlu memiliki organisasi yang terstruktur begitupun dengan usaha kuliner. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, pelaku usaha yang sudah memiliki struktur organisasi sebesar 45% dan sisanya 55% pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya dilakukan sendiri. UMKM seharusnya memiliki struktur organisasi, hal ini untuk memastikan operasi yang efisien, kualitas produk yang konsisten, pelayanan pelanggan yang baik, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar. Struktur yang tepat memungkinkan usaha kuliner untuk berkembang dan mencapai kesuksesan jangka panjang. Dengan organisasi yang jelas, manajemen sumber daya, termasuk bahan baku, tenaga kerja, dan alat, menjadi lebih efektif. Hal ini dapat membantu dalam pengendalian biaya dan penghindaran pemborosan (Jamil et al., 2025).

Sebagai upaya langkah keberlanjutan usaha, menanggapi masukan dari pelanggan merupakan langkah penting dalam mengelola hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan kinerja bisnis. Dengan memprioritaskan umpan balik, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan produk dan layanan mereka, tetapi juga menciptakan lingkungan di mana pelanggan merasa dihargai dan didengar (Sahgira et al., 2025).

Pelaku usaha menyatakan bahwa bisnis mereka lebih efisien dan dapat meningkatkan kualitasnya karena adanya peran media sosial yang mereka gunakan yaitu sebesar 50%. Sedangkan sisanya peran alat masak modern sebesar 33% dan peran pembayaran digital sebesar 17%. Media sosial digunakan untuk tujuan promosi, karena jangkauan lebih luas dan cepat, selain itu dapat membantu menarik pelanggan baru melalui foto menu, video proses masak, dan testimoni (Saling & Zakaria, 2024).

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dihubungkan dengan variabel VRIO adalah sebagai berikut:

Kualitas produk dan resep khas, untuk variabel Value berhasil melampaui ekspektasi pelanggan berkat penggunaan resep autentik dan bahan baku lokal yang segar secara konsisten. Nilai tambah yang kuat ini secara langsung menghasilkan peningkatan kepuasan pelanggan, repeat order, dan loyalitas. Variabel Rarity dijelaskan adanya resep dikembangkan berdasarkan pengalaman pemilik, kombinasi dan komposisi bumbu khas yang digunakan tidak umum ditemukan di tempat pesaing. Langkah ini menciptakan keunikan tersendiri dalam cita rasa produk. Variabel Imitability karena kualitas produk sulit ditiru secara langsung oleh pesaing hal ini disebabkan konsistensi rasa dan mutu yang dijaga melalui pengawasan langsung oleh

pemilik. Sedangkan variabel Organization, usaha kuliner telah menerapkan Sistem Operasional Prosedur (SOP) serta disiplin dalam meracik bumbu dan mengolah bahan.

Selanjutnya, hasil analisis regresi linear berganda dengan uji F menunjukkan bahwa secara bersamaan terdapat hubungan yang signifikan antara penerapan VRIO framework terhadap keberlanjutan usaha dan manajemen keuangan UMKM kuliner di Boyolali. Hasil tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Brilliana dkk (2025) mengungkapkan bahwa analisis VRIO dan kapabilitas dinamis menyoroti bagaimana penyesuaian strategis beberapa sumber daya internal, termasuk sumber daya manusia, budaya organisasi, kapabilitas teknologi, dan efisiensi operasional, dikategorikan sebagai berharga, langka, tak ada bandingannya, dan terorganisasi dengan baik, yang menunjukkan bahwa sumber daya tersebut membentuk fondasi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan serta meningkatkan strategis dalam menghadapi lingkungan industri yang semakin kompetitif.

Selaras dengan hasil penelitian ini, yang menunjukkan hubungan signifikan antara VRIO dengan keberlanjutan usaha dan kinerja keuangan membuktikan bahwa sumber daya internal unik yang dimiliki UMKM kuliner Boyolali (seperti resep khas, keterampilan karyawan, atau pengenalan merek lokal) adalah penentu utama kesuksesan, bukan hanya faktor eksternal pasar. Selain itu, pelaku industri kuliner yang mampu mengelola sumber daya internalnya agar memenuhi kriteria VRIO akan secara otomatis mencapai keberlanjutan usaha dan manajemen keuangan yang lebih baik.

Hasil uji regresi linear berganda pada uji t menunjukkan adanya hubungan dengan arah positif yang signifikan antara kerangka VRIO (Value, Rarity, Imitability, Organization) secara masing-masing terhadap keberlanjutan usaha dan manajemen keuangan usaha.

Hasil tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Guntarayana (2023), yang mengungkapkan bahwa analisis VRIO menunjukkan bahwa kapabilitas inti, seperti pengalaman pelanggan yang berkualitas dan personal, serta keahlian barista yang terspesialisasi, memenuhi keempat kriteria VRIO (Value, Rarity, Imitability, dan Organization). Sumber daya ini menghasilkan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Sementara itu, aspek-aspek seperti lokasi strategis hanya memberikan keunggulan kompetitif sementara karena mudah ditiru. Selain itu juga penelitian oleh Alifia dan Dalimunthe (2025) mengungkapkan hasil dari identifikasi sumber daya terkait merk dan penerapan analisis VRIO menunjukkan bahwa usaha kopi tersebut memiliki beberapa sumber daya yang berharga dan langka, namun memiliki manajemen organisasi yang lemah menghambat potensi strategisnya.

Pada hasil penelitian ini menunjukkan hubungan positif antara setiap elemen V, R, I, dan O terhadap keberlanjutan usaha dan manajemen keuangan, membuktikan bahwa VRIO bukan hanya konsep teoretis, tetapi merupakan penggerak fungsional yang secara individual memengaruhi hasil bisnis yang luas. Hasil analisis regresi berganda (uji t) yang menunjukkan bahwa setiap kriteria Value, Rarity, Imitability, dan Organization memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha dan manajemen keuangan, memberikan interpretasi kuat berikut:

1. Status Sumber Daya: Sumber daya utama UMKM kuliner di Boyolali (seperti resep khas, *brand image* lokal, dan disiplin keuangan) berhasil melewati semua elemen V, R, I, dan O.
2. Keunggulan Kompetitif: Dengan terpenuhinya semua kriteria VRIO (V, R, I, O), dapat disimpulkan bahwa UMKM kuliner di Boyolali yang berhasil menerapkan kerangka ini telah mencapai Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan (*Sustainable Competitive Advantage*).
3. Dampak Kinerja: Keunggulan kompetitif berkelanjutan inilah yang menjadi pendorong utama di balik unggulnya keberlanjutan usaha yang mampu bertahan serta tumbuh dan kemampuan manajemen keuangan yang berdampak pada profitabilitas dan efisiensi UMKM kuliner tersebut.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi sumber daya unik dalam bisnis kuliner dan penerapan kerangka VRIO untuk mengidentifikasi keunggulan kompetitif terkait keberlanjutan dan manajemen keuangan UMKM kuliner di Boyolali. Hasil analisis menunjukkan responden memiliki produk unggulan yang disukai, dengan kualitas pelayanan dan resep khusus sebagai faktor penting dalam meningkatkan pengalaman pelanggan. Keunikan cita rasa menjadi pembeda utama dari pesaing. Penerapan kerangka VRIO efektif dalam mengidentifikasi sumber daya yang memberikan keunggulan kompetitif, dengan interaksi antara *Value*, *Rarity*, *Imitability*, dan *Organization* memberi kontribusi signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Analisis regresi linear menunjukkan hubungan signifikan antara penerapan VRIO dan kinerja bisnis. Berdasarkan temuan ini, disarankan pelaku bisnis kuliner terus berinovasi dalam produk dan layanan, memperkenalkan variasi baru, serta meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan staf. Merek perlu didaftarkan dan inovasi dilindungi dengan hak kekayaan intelektual untuk menciptakan keunggulan yang sulit ditiru. Selain itu, pelaku usaha harus aktif menanggapi umpan balik pelanggan dan melakukan evaluasi berkala terhadap strategi untuk menilai efektivitas penerapan kerangka VRIO dan kinerja usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini berkat bantuan dari Kemdiktisaintek melalui Hibah DPPM TA. 2025 skema Penelitian Dosen Pemula, dan supoort dari LPPM Universitas Boyolali.

DAFTAR RUJUKAN

- Agung, D., Purba, R. L., Annisa, D. N., & Hafizah, A. E. (2024). Blockchain dan Transformasi Hak Kekayaan Intelektual Sebagai Upaya Perlindungan Inovasi di Masa Depan. *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains*, 3(01), 32–41. <https://doi.org/10.58812/jhhws.v3i01.919>
- Alfarizi, M. K. (2022). Sandiaga Ungkap UMKM Kuliner Lebih dan Cepat Mengembangkan Usaha. *Bisnis Tempo*. tempo.co/arsip/sandiaga-ungkap-umkm-kuliner-lebih-dan-cepat-mengembangkan-usaha-313893
- Alimudin, M., & Dharmawati, D. M. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Minat Pariwisata Pulau Pari (Mix Method: Exploratory Sequential Design). *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 342–350. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.689>
- Ambarini, L., Trisnawati, N., & Marhalinda, M. (2024). Inovasi Produk Pada UMKM Bisnis Kuliner Di Pasar Pagi Pejuang Bekasi. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 8(1), 258–264. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v8i1.3199>
- Fadhilah, A., Rahadian, M. F., Nurlina, N., Wijaya, S., Sigit, Y. A. M., Holiawati, H., & Sunardi, N. (2022). Implementasi Manajemen Keuangan dalam Pengembangan UMKM Desa Curug Gunung Sindur Bogor Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Mengabdi (JimawAbdi)*, 2(1), 23. <https://doi.org/10.32493/jmab.v2i1.18620>
- Giawa, R., & Saragih, L. (2020). Analisis Resources Based View (RBV) Studi Kasus: Pada Yayasan Pendidikan GKPS. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 2(1), 1–17. <https://doi.org/10.36985/qqst0258>

- Irenetia, N., & Ompusungu, D. (2023). Pentingnya Manajemen Keuangan Bagi Perusahaan. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, Vol. 3(2), 140–147. <https://prin.or.id/index.php/cemerlang/article/view/1129>
- Jamil, M., Khairil Azmi, & Faeza Rezi S. (2025). Pengembangan dan Perubahan Organisasi Oppa Box dalam Menghadapi Dinamika Industri Kuliner Korea UMKM di Padang. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(4), 6190–6199. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i4.9684>
- Krisnanto, A. B. (2017). Strategi Manajemen Hijau Untuk Keunggulan Bersaing Berkelanjutan. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(1), 50–58. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i1.17>
- Kusuma, T. P., Nurjaman, A., Salahudin, S., & Malawat, S. H. (2022). Analisis Tantangan Dan Potensi Pengembangan Digitalisasi Desa. *AS-SIYASAH: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7(2), 100. <https://doi.org/10.31602/as.v7i2.6362>
- Kusumaningtyas, A. W. (2024). *Sandiaga Ungkap UMKM Kuliner Lebih dan Cepat Mengembangkan Usaha*. <https://binus.ac.id/entrepreneur/2024/07/31/trend-bisnis-kuliner-di-indonesia-2024/>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (1994). *Qualitative Data Analys: An Expanded Sourcebook*. https://books.google.co.id/books?id=U4lU_-wJ5QEC&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q=reduction&f=false
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411–427. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.300>
- Sahgira, N. N., Dewi, H. P., & Harahap, Z. C. M. (2025). Pengaruh Customer Experience, Review Product dan Perceived Value terhadap Repurchase Intention Konsumen Shopee pada Mahasiswa Universitas Battuta. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 5(2), 1039–1053. <https://doi.org/10.37481/jmh.v5i2.1441>
- Saling, S., & Zakaria, Z. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen. *Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 7(1), 1–10. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v7i1.740>
- Satyahadi, D., & Disemadi, H. S. (2023). Perlindungan Merek Produk UMKM: Konstruksi Hukum dan Peran Pemerintah. *Jurnal Yustisiabel*, 7(1), 65–87. <https://doi.org/10.32529/yustisiabel.v7i1.2137>
- Sianipar, G. T., Mardiana, M., & Isbah, U. (2024). Penerapan Konsep Resources Based View (RBV) dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif Industri Rumah Tangga Pengolahan Amplang Udang Di Kecamatan Tembilahan Kota. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 1558–1566. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v4i2.9611>
- Sukaesih, U., Miswan, M., Anjani, R., & Wahyudi, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Kakung Sableng Jakarta. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 5(2). <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v5i2.1298>