

ANALISIS RESOURCE BASED VIEW USAHA PENGOLAHAN KOPI “UD. TYIANA COFFEE” DALAM MENCAPAI SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE

Yulia Windi Tanjung^{1*}, Anugrah Sri Widiasyih²

¹⁾ Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Teuku Umar, Indonesia

²⁾ Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Graha Nusantara, Indonesia

Email: yuliawinditanjung@utu.ac.id

Abstract

The aim of this study was to analyze the Resource Based View coffee processing business “UD. Tyyana Coffee” in achieving sustainable competitive advantage. Research methods are qualitative descriptive. Data analysis method uses a Resource Based View approach with the VRIO framework. The results of the study found that UD. Tyyana Coffee has the sustainable competitive advantage. Tangible resource in UD. Tyyana Coffee is ten resource that are sustainable competitive advantage, two resources are temporary competitive advantage, one resource is competitive parity, and two resources are competitive disadvantage. Intangible resources are fourteen resources are sustainable competitive advantage and one resource is competitive disadvantage. While the results for the capabilities possessed are twelve capabilities are sustainable competitive advantage.

Keywords: *Coffee, Sustainable Competitive Advantage, Resource Based View*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Resource Based View usaha pengolahan kopi “UD. Tyyana Coffee” dalam mencapai sustainable competitive advantage. Metode penelitian yaitu deskriptif kualitatif. Metode analisis data menggunakan pendekatan Resource based view dengan kerangka VRIO. Hasil penelitian didapatkan bahwa UD. Tyyana Coffee memiliki keunggulan bersaing berkelanjutan. Sumberdaya berwujud UD. Tyyana Coffee yaitu sepuluh sumberdaya yang bersifat sustainable competitive advantage, dua sumberdaya bersifat temporary competitive advantage, satu sumberdaya bersifat competitive parity, dan dua sumberdaya bersifat competitive disadvantage. Sumberdaya tak berwujud yaitu empat belas sumberdaya bersifat sustainable competitive advantage dan satu sumberdaya bersifat competitive disadvantage. Sedangkan hasil untuk kapabilitas yang dimiliki yaitu dua belas kapabilitas bersifat sustainable competitive advantage.

Kata kunci: *Kopi, Sustainable Competitive Advantage, Resource Based View*

PENDAHULUAN

Kopi (*Coffea* sp.) merupakan komoditas ekspor sebagai sumber devisa negara, perkembangan ekonomi daerah, dan pendapatan petani (Ferry, 2015). Pasar kopi di dalam negeri masih cukup besar, dimana industri kopi domestik tidak hanya bertumpu pada komoditas primer (biji kopi) melainkan dalam bentuk olahan guna memperoleh nilai tambah dan meningkatkan daya saing yang

akan meningkatkan konsumsi domestik (Nalurita, 2014). Persaingan yang sangat kompetitif diantara produsen atau pelaku bisnis kopi menyebabkan daya saing dan pendapatan menjadi berkurang. Pelaku usaha pada umumnya hanya mampu untuk mempertahankan keunggulan kompetitif untuk periode tertentu, karena ditiru oleh pesaing dan melemahnya keunggulan tersebut, sehingga harus berusaha untuk

mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan selalu beradaptasi atau dinamis dinamis dengan trend dan kejadian eksternal serta kemampuan, kompetensi dan sumberdaya internal, secara efektif memformulasi, mengimplementasi dan mengevaluasi strategi serta mengambil keuntungan dari faktor-faktor tersebut (Tupahamu, 2015).

Keunggulan bersaing berkelanjutan merupakan strategi usaha untuk mencapai tujuan akhirnya, yaitu keuntungan atau profit tinggi (Hakim, 2006). Bagi usaha yang ingin mempertahankan persaingan secara berkelanjutan diperlukan berbagai upaya untuk mengidentifikasi sumberdaya internal yang potensial, diantaranya melalui penyesuaian sumberdaya yang dimiliki dengan pasar yang ingin dituju tanpa mengabaikan kondisi lingkungannya. Usaha juga harus mampu memberikan nilai lebih kepada konsumen dan stakeholder, menciptakan atau menggenerasi suatu jenis sumberdaya dan kapabilitas yang khas perusahaan serta sulit ditiru (Nalurita, 2014).

Perusahaan yang memiliki dan menggunakan sumberdaya serta kemampuan secara efisien, memiliki peluang yang lebih besar untuk beroperasi secara ekonomis dan lebih baik dalam memuaskan pelanggan.

Konsep *Resource Based View* menekankan bahwa *competitive advantage* usaha yang berdasarkan sumberdaya dan kemampuan akan lebih lama eksis dalam menjalankan usahanya, daripada yang hanya berdasarkan *product/market positioning*. Sumberdaya usaha dalam hal ini dapat berupa finansial, manusia, sarana fisik, dan *intangible asset (knowledge)*. *Resource Based View* sangat mengandalkan pada sumberdaya dan kemampuan yang unik, *valuable*, dan sukar ditiru dalam upaya menciptakan keunggulan bersaing (Muharam, 2017).

UD. Tyyana Coffee merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang perkebunan dan pengolahan kopi. Kegiatan usaha dimulai dengan membuka lahan perkebunan budidaya kopi pada tahun 2011 di lahan seluas 2 hektar, kemudian melakukan produksi kopi diawal tahun 2016. UD. Tyyana Coffee menyajikan kopi *single origin* yaitu jenis kopi arabika Sipirok memiliki ciri khas sedikit asam yang langsung dipanen dari kebun sendiri serta kualitas kopi yang dijual adalah kopi *specialty* dimana setiap memasarkan produknya terjadi proses edukasi kepada pelanggan untuk mengenal, menikmati dan peduli terhadap kopi terbaik sebagai keunggulan kompetitif usaha kopinya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Resource Based View* usaha pengolahan kopi “UD. Tyyana Coffee” dalam mencapai sustainable competitive advantage. Melalui penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi dan bahan masukan bagi pelaku usaha agroindustri dan sebagai rujukan bagi pengambil kebijakan terkait pengembangan agroindustri secara umum.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di UD. Tyyana Coffee, Desa Aek Sabaon, Kec. Marancar, Kab. Tapanuli Selatan, Provinsi Sumatera Utara. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli - September 2021. Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Data yang digunakan yaitu data primer diperoleh dari observasi lapangan, wawancara mendalam dan FGD kepada pemilik usaha UD. Tyyana Coffee, customer dan dinas perindustrian dan pertanian Kab. Tapanuli Selatan dan data sekunder dari BPS, BPS Kab. Tapanuli Selatan, Dinas Perindustrian dan Pertanian Tapanuli Selatan, buku dan jurnal. Metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara mendalam, dan survey menggunakan kuesioner. Metode pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* dengan menetapkan kriteria khusus terhadap sampel yaitu : (1) Petani kopi yang memiliki luas lahan (>1,0 ha); (2) Pelaku usaha yang

menjalankan bisnis pengolahan kopi > 3 tahun; (3) sampel yang ahli/pakar di bidang kopi. Sampel yaitu pemilik/owner dari Tyyana Coffee yang berperan sebagai petani sekaligus pelaku usaha pengolahan kopi, pakar di bidang kopi, pelanggan, dan karyawan. Selanjutnya untuk menguji data dilakukan triangulasi data. Metode analisis data menggunakan pendekatan *Resource Based View*. Tahap pertama yaitu mengidentifikasi *Tangible Resource* yaitu sumberdaya usaha yang bisa dihitung (*Financial, Physical, Technological, Organizational*), *Intangible Resource* yaitu sumberdaya usaha yang tidak bisa dihitung (SDM, Improvisasi dan Kreativitas, Reputasi) dan Kemampuan *Organizational* untuk menemukan kapabilitas UD. Tyyana Coffee. Tahap kedua menggunakan kerangka VRIO (*Value, Rarity, Imitability, Organization*) yaitu mengidentifikasi nilai yang dimiliki, kelangkaan, tidak bisa ditiru dan organisasi UD. Tyyana Coffee. Tahap ketiga menghubungkan antara kerangka VRIO dengan kekuatan dan kelemahan UD. Tyyana Coffee untuk melihat tahap pencapaian keunggulan kompetitif yang diperoleh. Tahap akhir yaitu mengembangkan keunggulan kompetitif UD. Tyyana Coffee menjadi keunggulan kompetitif berkelanjutan (*Sustainable Competitive Advantage*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Resource base view merupakan model dari kinerja perusahaan yang memiliki fokus terhadap sumberdaya dan kapabilitas perusahaan sebagai sumber keunggulan kompetitif (Barney, 2015). Perusahaan merupakan sekumpulan sumberdaya strategis dan produktif yang unik, langka, kompleks, saling melengkapi dan sulit ditiru para pesaing (Rizki, 2020). UD. Tyyana Coffee fokus terhadap sumberdaya dan kemampuan yang dimiliki sehingga dapat mencapai *sustainable competitive advantage*, berdasarkan konsep *resource based view* sebagai berikut:

Sumberdaya UD. Tyyana Coffee

Sumberdaya (*Resource*) merupakan komponen dari ekosistem yang menyediakan barang dan jasa yang bermanfaat bagi manusia (Fauzi, 2010). Sumberdaya perusahaan sebagai semua aset, kapabilitas, kompetensi, proses organisasional, atribut perusahaan, pengetahuan yang dikendalikan oleh perusahaan (Barney, 2015). Jenis sumberdaya yang dimiliki perusahaan dapat berbentuk sumberdaya yang dapat dihitung/ berwujud (*tangible resource*) dan sumberdaya yang tidak bisa dihitung/ tidak berwujud (*intangible resource*).

Berikut kerangka evaluasi sumberdaya dalam RBV (Rizki, 2020) pada UD. Tyyana Coffee:

Tabel 1. Identifikasi Sumberdaya UD. Tyyana Coffee

No		Tangible Resource
1	Financial (Keuangan)	1. Keuangan internal 2. Kepercayaan Pihak luar 3. Sistem pembayaran cash/tunai
2	Physical (Fisik)	1. Lokasi kebun dan kafe 2. Fasilitas pengolahan kopi, kafe dan kebun 3. Alat budidaya pertanian 4. Mesin pengolah kopi 5. Cadangan bahan baku
3	Technological (Teknologi)	1. Pengetahuan teknologi 2. Hak paten teknologi yang dimiliki 3. Hak merek yang dimiliki 4. Hak cipta yang dimiliki 5. Hasil penelitian dan pengembangan 6. Sistem pertanian zero waste
4	Organizational (Organisasi)	1. Struktur Organisasi
Intangible Resource		
1	Human (Manusia)	1. Tingkat pendidikan karyawan 2. SDM dalam budidaya kopi 3. SDM dalam pengolahan kopi 4. SDM dalam penyajian kopi 5. Pelatihan untuk meningkatkan kualitas SDM
2	Innovation and Creativity (Inovasi dan Kreativitas)	1. Budaya Inovasi 2. Edukasi tentang kopi gratis 3. Mutu atau kualitas kopi 4. Dari kebun langsung ke cangkir 5. Agrowisata 6. Memiliki kerjasama kelompok strategis 7. Menerapkan willingness to pay/ kesediaan membayar sukarela
3	Reputation (Reputasi)	1. Kepuasan pelanggan 2. Brand positioning 3. Brand loyalty

Sumber: Data Olahan 2021

Kapabilitas UD. Tyyana Coffee

Kapabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk mengintegrasikan, membangun, dan merekonfigurasi kompetensi internal dan eksternal terhadap lingkungan yang cepat berubah (Sridadi, 2014). Berdasarkan pada hasil uji VRIO kapabilitas yang dimiliki UD. Tyyana Coffee sebagai berikut:

Tabel 2. Identifikasi Kapabilitas UD. Tyyana Coffee

No	Kapabilitas
1.	Kemampuan dalam teknik budidaya tanaman kopi
2.	Kemampuan dalam teknik pengolahan/produksi kopi
3.	Kemampuan pemasaran produk olahan kopi
4.	Kemampuan pengelolaan usaha cafe dengan barista yang tersertifikasi
5.	Kemampuan pengelolaan keuangan
6.	Kemampuan dalam menciptakan inovasi
7.	Kemampuan menciptakan loyalitas konsumen
8.	Kemampuan bekerjasama dalam tim
9.	Kemampuan pengelolaan limbah menjadi pupuk dan pestisida organik
10.	Kemampuan dalam memberikan edukasi mengenai kopi
11.	Kemampuan dalam penyedia lokasi Praktek Kerja Lapangan (PKL) mahasiswa
12.	Kemampuan menciptakan brand image sendiri

Sumber: Data Olahan 2021

Kerangka VRIO (*Value, Rarity, Imitability, Organization*) atau analisis VRIO digunakan dalam mengidentifikasi sumberdaya yang dimiliki perusahaan yang merupakan kekuatan atau kelemahan serta untuk mengetahui potensi yang relevan dalam mencapai keunggulan kompetitif (Pratiwi, 2018). Kerangka VRIO disusun dengan empat parameter kunci sebagai berikut; *Valuable* (nilai) yaitu sumberdaya dan kapabilitas yang dimiliki UD. Tyyana Coffee memanfaatkan peluang dan menetralsir ancaman dari pesaing usaha pengolahan kopi, *Rarity* (langka) yaitu sumberdaya yang dimiliki UD. Tyyana Coffee termasuk langka dan tidak semua pesaing memilikinya, *Imitability* (meniru) yaitu sumberdaya yang dimiliki oleh UD. Tyyana Coffee sulit untuk ditiru oleh pesaing dan akan membutuhkan biaya besar untuk menirunya dan *Organization* (Organisasi) yaitu Organisasi UD. Tyyana Coffee mendukung pemanfaatan sumberdaya. Implementasi sumberdaya pada UD. Tyyana Coffee.

Tabel 3. Uji VRIO terhadap sumberdaya UD. Tyyana Coffee

No	Tangible Resource	V	R	I	O	Competitive Implementation	
1	Financial (Keuangan)	1. Keuangan internal	V	V	V	V	SCA
		2. Kepercayaan Pihak luar	V	V	V	V	SCA
		3. Sistem pembayaran cash/tunai dan transfer	V	V	-	-	TCA
2	Physical (Fisik)	1. Lokasi kebun dan kafe	V	V	V	V	SCA
		2. Fasilitas pengolahan kopi, kafe dan kebun	V	-	V	V	CP
		3. Alat budidaya pertanian	V	V	V	V	SCA
		4. Mesin pengolah kopi	V	V	-	V	TCA
		5. Cadangan bahan baku	V	V	V	V	SCA
3	Technological (Teknologi)	1. Pengetahuan teknologi	V	V	V	V	SCA
		2. Hak paten teknologi yang dimiliki	-	-	-	-	CD
		3. Hak merek yang dimiliki	V	V	V	V	SCA
		4. Hak cipta yang dimiliki	V	V	V	V	SCA
		5. Hasil penelitian dan pengembangan	V	V	V	V	SCA
		6. Sistem pertanian zero waste	V	V	V	V	SCA

No		Tangible Resource	V	R	I	O	Competitive Implementation
4	Organizational (Organisasi)	1. Struktur Organisasi	-	-	-	-	CD
		Intangible Resource	V	R	I	O	Competitive Implementation
1	Human (Manusia)	1. Tingkat pendidikan karyawan	-	-	-	-	CD
		2. SDM dalam budidaya kopi	V	V	V	V	SCA
		3. SDM dalam pengolahan kopi	V	V	V	V	SCA
		4. SDM berserifikat Barista	V	V	V	V	SCA
		5. Pelatihan untuk meningkatkan kualitas SDM	V	V	V	V	SCA
2	Innovation and Creativity (Inovasi dan Kreativitas)	1. Budaya Inovasi	V	V	V	V	SCA
		2. Edukasi tentang kopi gratis	V	V	V	V	SCA
		3. Mutu atau kualitas kopi	V	V	V	V	SCA
		4. Dari kebun langsung ke cangkir	V	V	V	V	SCA
		5. Agrowisata	V	V	V	V	SCA
		6. Memiliki kerjasama kelompok strategis	V	V	V	V	SCA
		7. Menerapkan willingness to pay/kesediaan membayar sukarela	V	V	V	V	SCA
3	Reputation (Reputasi)	1. Kepuasan pelanggan	V	V	V	V	SCA
		2. Brand positioning	V	V	V	V	SCA
		3. Brand loyalty	V	V	V	V	SCA

Sumber: Data Olahan 2021

Berdasarkan Tabel 3, hasil uji analisis VRIO diidentifikasi bahwa UD. Tyyana Coffee memiliki keunggulan bersaing berkelanjutan (SCA). Suatu perusahaan dikatakan memiliki keunggulan kompetitif berkelanjutan ketika dapat melakukan strategi penciptaan nilai yang secara simultan tidak dijalankan oleh pesaing dan pesaing tidak mampu menggandakan keuntungan-keuntungan dari strategi ini (Hoffman, 2000).

Sumberdaya yang berwujud finansial/ keuangan memiliki keunggulan bersaing berkelanjutan (SCA) dimana diketahui bahwa UD Tyyana Coffee memiliki kemampuan dalam menghasilkan dana internal yaitu keuangan internal tidak pernah

menggunakan uang pinjaman dari luar usahanya meskipun sudah banyak pihak yang menawarkan pinjaman. Sistem pembayaran di UD. Tyyana Coffee memiliki keunikan sendiri yaitu apabila minum kopi langsung di kafe maka melakukan pembayaran secara sukarela tidak ditetapkan harga standar. Penjualan produk kopi olahan maupun cafe juga tidak terhambat selama pandemi covid 19.

Sumberdaya fisik secara keseluruhan sudah memiliki keunggulan bersaing berkelanjutan (SCA) seperti lokasi kebun/kafe di dalam satu lahan yang sama dan termasuk kedalam wilayah Agrowisata daerah Kabupaten Tapanuli Selatan, alat budidaya pertanian yang lengkap dan inovatif, cadangan

bahan baku yang berasal dari kebun sendiri yang produksinya selalu naik pertahun dikarenakan sistem budidaya dan perawatan yang optimal. Untuk fasilitas pengolahan kopi, kafe dan kebun masih mencapai *Competitive parity*/paritas kompetitif (CP) yaitu UD. Tyyana Coffee harus melakukan tindakan untuk memberi nilai tambah lagi terhadap sumberdaya tersebut. Untuk mesin pengolah kopi masih mencapai *Temporary competitive advantage* (TCA) atau keunggulan kompetitif yang sementara dikarenakan mesin pengolahan kopi yang digunakan masih sama dengan industri pesaing lainnya.

Sumberdaya teknologi yang dimiliki UD. Tyyana Coffee keseluruhan sudah memiliki keunggulan kompetitif berkelanjutan (SCA) dimana pengetahuan teknologi yang dimiliki sudah sangat advance atau tinggi bahkan owner UD. Tyyana Coffee sudah sering dijadikan pemateri diberbagai kegiatan seminar atau pelatihan terkait industri dan budidaya kopi, Hak merek dan hak cipta yang dimiliki sudah terdaftar di Dinas perindustrian, Hasil penelitian dan pengembangan sudah banyak peneliti yang melakukan penelitian di UD. Tyyana Coffee dari berbagai nusantara, sistem pertanian *zero waste* yang sangat ditanamkan di UD. Tyyana Coffee mengefisienkan penggunaan pupuk dan pestisida dengan memanfaatkan limbah organik rumah tangga maupun pertanian. Namun Hak paten teknologi yang dimiliki

memiliki *competitive disadvantage* (CD) atau tidak memiliki keunggulan kompetitif dikarenakan belum adanya teknologi UD. Tyyana Coffe yang memiliki sertifikat HAKI/Paten.

Sumberdaya organisasi UD. Tyyana Coffee tidak memiliki keunggulan bersaing atau *competitive disadvantage* (CD), dalam kegiatan bisnisnya tidak membuat struktur organisasi yang baku dan tidak tertulis. Sistem manajemen di dalam usaha dikelola langsung oleh pemilik usaha dengan melibatkan masing-masing anggota keluarga.

Sumberdaya tidak berwujud atau *intangible resource* UD. Tyyana Coffee keseluruhan sudah memiliki keunggulan bersaing yang berkelanjutan (SCA). SDM yang dimiliki UD. Tyyana Coffee tidak memiliki keunggulan kompetitif atau *competitive disadvantage* (CD), tingkat pendidikan karyawan yang belum semua tamatan sarjana, meskipun demikian skill karyawan sangat kompetitif dimana dalam budidaya kopi sudah memiliki pengalaman yang tinggi dengan banyaknya keikutsertaan dalam pelatihan maupun menjadi narasumber dalam pelatihan, terbukti dengan tingkat produksi selalu meningkat dikarenakan budidaya dilakukan sepenuh hati dan sangat disiplin dalam perawatan, pemupukan, dan pemanenan. SDM dalam pengolahan kopi sudah teampil bahkan petani kopi sekitar lokasi usaha melakukan di usaha UD.

Tyyana Coffee seperti meroasting kopi. Untuk SDM di cafe sudah memiliki sertifikat barista.

Sumberdaya inovasi dan kreatifitas yang diterapkan di UD. Tyyana Coffee sudah menerapkan budaya inovasi dalam usahanya sehingga memiliki keunggulan bersaing berkelanjutan (SCA) yaitu inovasi dengan memberikan edukasi tentang kopi gratis saat pelanggan mengunjungi cafe atau lahan budidaya kopi, mutu atau kualitas kopi premium dengan berbagai varian kopi yang dihasilkan yaitu *green bean, roast bean*, serta kopi bubuk kualitas premium, *honey* dan *fruity*. Slogan UD. Tyyana Coffee yaitu “Dari kebun ke cangkir” dimana pelanggan dapat langsung menikmati seduhan kopi Sipirok langsung yang dipetik dari kebun disekitar cafe dan langsung diolah di

usaha pengolahan sampai ke cangkir pelanggan, sehingga dapat memutus margin pemasaran dan produk yang dihasilkan juga murni terjaga kualitasnya tanpa bahan campuran tambahan yang berbahaya. Reputasi UD. Tyyana Coffee sudah tidak diragukan karena tingginya kepuasan pelanggan yang melakukan pembelian berulang sehingga dapat membentuk *brand positioning* serta *brand loyalty*. UD. Tyyana Coffee berperan sebagai *price maker* untuk usahanya dikarenakan harga yang ditetapkan tidak mengikuti harga pasar dan lebih mahal dibandingkan dengan pesaing, namun demikian para pelanggan tetap loyal membeli produknya. Prinsip yang diterapkan yaitu kekeluargaan. Berikut hasil Uji VRIO terhadap kapabilitas UD. Tyyana Coffee.

Tabel 4. Uji VRIO terhadap kapabilitas UD. Tyyana Coffee

No	Kapabilitas	V	R	I	O	Competitive Implementation
1.	Kemampuan dalam teknik budidaya tanaman kopi	V	V	V	V	SCA
2.	Kemampuan dalam teknik pengolahan/produksi kopi	V	V	V	V	SCA
3.	Kemampuan pemasaran produk olahan kopi	V	V	V	V	SCA
4.	Kemampuan pengelolaan usaha cafe dengan barista yang tersertifikasi	V	V	V	V	SCA
5.	Kemampuan pengelolaan keuangan	V	V	V	V	SCA
6.	Kemampuan dalam menciptakan inovasi	V	V	V	V	SCA
7.	Kemampuan menciptakan loyalitas konsumen	V	V	V	V	SCA
8.	Kemampuan bekerjasama dalam tim	V	V	V	V	SCA
9.	Kemampuan pengelolaan limbah menjadi pupuk dan pestisida organik	V	V	V	V	SCA
10.	Kemampuan dalam memberikan edukasi mengenai kopi	V	V	V	V	SCA
11.	Kemampuan dalam penyedia lokasi Praktek Kerja Lapangan (PKL) mahasiswa	V	V	V	V	SCA
12.	Kemampuan menciptakan brand image sendiri	V	V	V	V	SCA

Sumber: Data Olahan 2021

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji analisis VRIO kapabilitas UD. Tyyana Coffee diidentifikasi bahwa UD. Tyyana Coffee memiliki keunggulan bersaing berkelanjutan/*sustainable competitive advantage*. UD. Tyyana Coffe memiliki 12 kapabilitas.

KESIMPULAN

Hasil penelitian didapatkan bahwa UD. Tyyana Coffee memiliki keunggulan bersaing berkelanjutan. Sumberdaya berwujud UD. Tyyana Coffee yaitu sepuluh sumberdaya yang bersifat *sustainable competitive advantage*, dua sumberdaya bersifat *temporary competitive advantage*, satu sumberdaya bersifat *competitive parity*, dan dua sumberdaya bersifat *competitive disadvantage*. Sumberdaya tak berwujud yaitu empat belas sumberdaya bersifat *sustainable competitive advantage* dan satu sumberdaya bersifat *competitive disadvantage*. Sedangkan hasil untuk kapabilitas yang dimiliki yaitu dua belas kapabilitas bersifat *sustainable competitive advantage*.

SARAN PENELITIAN

Sebaiknya UD. Tyyana Coffee mempertahankan sumberdaya yang dimiliki dengan menambah kebaruan melalui kerjasama dengan mitra atau pemerintah.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi atas pendanaan Penelitian Dosen Pemula (PDP) Tahun 2021.

DAFTAR PUSTAKA

- Barney, B. Jay and William S. Hesterly. (2015). *Strategic Management and Competitive Advantage Concept and Cases 15th Edition*. Pearson Education Limited, England.
- Fauzi, Akhmad. (2010). *Ekonomi Sumberdaya Alam dan Lingkungan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 259 hal.
- Ferri, Yulius, dkk. (2015). *Teknologi Budi Daya Tanaman Kopi: Aplikasi Pada Perkebunan Rakyat*. Jakarta: Indonesian Agency For Agricultural Research And Development (IAARD) Press. 124 hal.
- Hakim, Nur Farih. (2006) *Strategi Peningkatan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Melalui Kinerja Teknologi Informasi dan Inovasi Teknologi (Studi Empiris pada Perusahaan Jasa Konstruksi Swasta Skala Besar di Indonesia)*. (Tesis). TESIS Program Studi Manajemen Universitas Diponegoro.
- Hoffman, Nicole P. (2000). An Examination of the "Sustainable Competitive Advantage" Concept: Past, Present, and Future. *Academy of Marketing Science Review*, Vol. 2000, No 4.
- Ferri, Yulius, dkk. (2015). *Teknologi Budi Daya Tanaman Kopi: Aplikasi Pada Perkebunan Rakyat*. Jakarta: Indonesian Agency For Agricultural Research And Development (IAARD) Press. 124 hal.

- Hakim, Nur Farih. (2006) Strategi Peningkatan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Melalui Kinerja Teknologi Informasi dan Inovasi Teknologi (Studi Empiris pada Perusahaan Jasa Konstruksi Swasta Skala Besar di Indonesia). (Tesis). TESIS Program Studi Manajemen Universitas Diponegoro.
- Hoffman, Nicole P. (2000). An Examination of the "Sustainable Competitive Advantage" Concept: Past, Present, and Future. *Academy of Marketing Science Review*, Vol. 2000, No 4.
- Muharam, Dani Rahadian. (2017) Penerapan Konsep Resources-Based View (RBV) Dalam Upaya Mempertahankan Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Jurnal Ilmu Administrasi Media Pengembangan Ilmu dan Praktek Administrasi*, 14(1). 82-95. doi: <https://doi.org/10.31113/jia.v14i1.4>
- Nalurita, Sari. (2014). Analisis Daya Saing dan Rumusan Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Indonesia. (Tesis). TESIS Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor.
- Pratiwi, Dea Okte dan Bayu Ilham Pradana. (2018). Analisis Resource Based View dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif (Studi Kasus Pada Pijak Bumi Bandung). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 6 (2). 17 hal.
- Rizqi, Firdaus Aditya dan Wahyu Nugroho. (2020). Implementasi Resource Based Strategy Dalam Mencapai Sustainable Competitive Advantage. *Arthavidya Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 22(1). doi: 10.37303/a.v22i1.155.
- Sridadi, Ahmad Rizki. (2014). Kajian Atas Konsep "Sustainable Competitive Advantage" dari Nicole P. Hoffman dan Pengembangannya. *Jurnal NeO-Bis*, (8 1)19-31. doi: <https://doi.org/10.21107/nbs.v8i1>
- Tupamahu. Fenri. A. S. (2015). Integrasi Budaya Terhadap Kapabilitas Dan Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan (Sustainable Competitive Advantage) Usaha Kecil Dan Usaha Mikro Etnis Maluku Di Kota Ambon. 2nd Conference in Business, Accounting, and Management. ISSN 2302 – 9791. Vol. 2 No.1 May 2015. 17 hal.