BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Literatur

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, peneliti mengkaji dan mendalami beberapa sumber referensi untuk menggali inforasi yang relevan pada penelitian-penelitian sebelumnya. Berikut adalah beberapa literatur yang digunakan:

Tabel 2. 1 Literatur Penelitian

Judul	Penulis	Hasil	Persamaan	Perbedaan
Penerapan Konsep RBV (*Resource Based View*) Dalam Upaya Mempertahankan Keunggulan Bersaing Pada *Home Industry* Hori Sejahtera Mie Lidi.	Moh Taufiqur Rohman, Maheni Ika Sari, Ira Puspitadewi Samsuryaningrum.	Hasil menunjukkan *Home Industry* Hori Sejahtera Mie Lidi berada pada tahap *Sustainable Competitive Advantage* (SCA) dengan keunggulan: (1) Kreatifitas karyawan, dan (2) Hubungan dengan masyarakat dalam memperoleh *feedback* yang membangun.	Teori dan pendekatan yang sama, yakni menggunakan RBV (*Resource Based View*) dan analisis VRIO.	Objek penelitian pada sektor makanan, sedangkan peneliti Batik pada sektor budaya dan keragaman.
Perumusan Keunggulan Bersaing yang Berkelanjutan Menggunakan *Resource Based View* Pada Toko Perlengkapan Bayi di Kota X.	Savira Uchtia Rachma.	Hasil membuktikan bahwa toko perlengkapan bayi di kota X berada pada tahap *Sustainable Competitive Advantage* (SCA). Untuk dapat mempertahankan keunggulan kompetitif nya, perlu menstabilkan serta memperkuat sumber daya dan kemampannya.	Teori RBV (*Resource Based View*) dan analisis VRIO.	Objek pada sektor industri yang berbeda.

Judul	Penulis	Hasil	Persamaan	Perbedaan
Analisis RBV (*Resource Based View*) Pada *Home Industry* Kecamatan Wuluhan (Studi Kasus Pada Kedai Mi 98.	Rona Windi Maulidya Masitoh, Bayu Wijayanti, SE, MM, Haris H, SE. MM.	Kedai mie 98 memiliki kunggulan pada kreatifitas karyawan dalam pembuatan mie dan memberikan peluang kepada masyarakat sekitar untuk turut andil dalam usahanya.	Pendekatan RBV (*Resource Based View*) dan analisis VRIO.	Objek berada pada sektor usaha yang berbeda
Penerapan Konsep *Resource Based View* (RBV) Dalam Upaya Mempertahankan Keunggulan Beraing Perusahaan.	Siti Maysitoh, Muhammad Naely Azhad, Jekti Rahayu.	Hasil menyatakan perusahaan memiliki sumberdaya: (3) *Competitive Equality*, (3) *Temporary Competitive Advantage*, (5) *Competitive Advantage*	Menerapkan RBV (*Resource Based View*).	Menerapkan analisis RBV dengan pendekatan *Capability Lifecycle* (CLC)
Resource Based View (RBV) Dalam Meningkatkan Kapasitas Strategi Perusahaan.	Nurul Wardani Lubis.	Hasil menunjukkan bahwa RBV dapat memberikan keunggulan bersaing pada perusahaan yang berfokus pada sumber daya dan kapabilitas untuk meningkatkan kapasitas strategis perusahaan.	Teori pendekatan yang sama yakni RBV.	Tujuan berbeda peneliti menentukan keunggulan brsaing.
Analisis RBV (*Resources Based View*) untuk Menentukan Keunggulan Bersaing Perusahaan Pada UD. Tiga Putra.	Febri Rahmatullah, Bayu Wijayantini, Yohanes Gunawan Wibowo.	Hasi identifikasi menunjukkan keungulan kompetitif berkelanjutan pada 10 sumber daya dan kapabilitas perusahaan. Tiga aspek teratas diantaranya: (1) Reputasi, 2) Layanan, 3) Harga.	Teori RBV dan analisis VRIO.	Objek pada industri yang berbeda.
Analisis *Resource Based View* dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif (Studi Kasus Pada Pijak Bumi Bandung).	Dea Okte Pratiwi, Bayu Ilham Pradana.	Hasil identifikasi menggunakan kerangka VRIO menunjukkan adanya (20) sumber daya berwujud, (17) sumber daya tak berwujud, (28) kapabilitas yang berpotensi menjadi keunggulan kompetitif.	Teori dan pendekatan yang sama yakni RBV dan analisis VRIO.	Objek penelitian Pijak Bumi Bandung, sedangkan peneliti Batik.

Judul	Penulis	Hasil	Persamaan	Perbedaan
Pengaruh Strategi *Resource Based View* dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra Jeans Cihampelas Bandung.	Siva Sartika, Trustorini Handayani.	Hasil menunjukkan strategi *Resource Based View* (RBV) dan orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keungulan bersaing pada Sentra Jeans Cihampelas Bandung.	Teori dan pendekatan yang sama yakni RBV.	Metode penelitian kuantitatif.
Analisis Strategi Bersaing Melalui Pendekatan *Resource Based View* Guna Mencapai *Sustainable Competitive Advantage*.	Rofi Miftahul Amin, Dr. Mintarti Rahayu, SE., MS.	Hasil menunjukkan strategi yang dapat dilakukan adalah difrensiasi. Mempertahankan sumber daya pada tahap *Sustained Competitive Advantage* serta mengembangkan sumber daya pada tahap *Competitive Parity* dan *Temporary Competitive Advantage*.	Teori dan pendekatan yang sama yakni RBV dan analisis VRIO.	Membahas strategi alternatif yang dapat dilakukan pada objek untuk mencapai SCA.
Strategi Pengembangan Industri Kreatif Kerajinan Rajapolah Melalui Pendekatan *Resource Based View* (RBV).	Arif, Gian Riksa Wibawa.	Hasil meunjukkan bahwa UMKM Kerajinan Rajapolah memiliki keunggulan kompetitif pada kapabilitas untuk memproduksi produk sesuai dan tepat dengan pesanan.	Teori dan pendekatan yang sama yakni RBV dan analisis VRIO.	Penelitian membahas tentang strategi pengembang an industri.
Analisis VRIO Model Perusahaan Fintech dalam Menciptakan Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan.	Fenny Damayanti, Lili Adiwibowo.	Hasil menyatakan pemanfaatan aspek *resource* seperti infrastruktur teknologi dan SDM sebagai upaya mempertahankan keungulan kompetitif, serta peningkatan aktivitas media sosia dengan mitra.	Alat analisis VRIO.	Metode penelitian kuantittatif.

Judul	Penulis	Hasil	Persamaan	Perbedaan
Analisis *Resource-Based View* Sebagai Strategi Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Pada CV Mubarokfood Cipta Delicia.	Maulidya Rintalla, Acep Samsudin.	Hasil menyatakan keuntungan kompetitif pada perusahaan didapat dari (13) sumber daya serta (8) kapabilitas (keuntungan sementara dan berkelajutan). Hasil digunakan mengoptimalkan dan meningkatkan daya saing perusahaan.	Teori dan pendekatan yang sama yakni RBV dan analisis VRIO.	Objek penelitian dan tujuan penelitian meningkatkan keunggulan bersaing.
Analisis *Resource-Based View* dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis BUM Desa.	Faridah Rahman, Asnita Frida B.R. Sebayang.	Hasil menyatakan hanya ada satu keunggulan kompetitif, Mata Air Sirah Cipelang. Permasalahan utama pada SDM (pegelolaan administerasi, pelaporan, dan akuntabilitas) yang mempengaruhi pengembangan wisata.	Teori dan pendekatan yang sama yakni RBV dan analisis VRIO.	Membahas pengembangan pariwisata berbasis BUM desa.
Analisis VRIO untuk Memperoleh Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Dalam Industri Pangan Organik (Studi Pada PT X).	Rici Solihin.	Hasil menunjukkan PT X berada pada tahap Sustainable Competiitve Advantage dengan aspek inovasi, kualitas produk, customer experience dan brand image. Sumber daya lain terus diperbarui dan dikembangkan mengikuti perubahan teknologi dan zaman.	Alat analisis VRIO.	Objek penelitian pada industri pangan organik, sedangkan peneliti Batik.
Strategy Development of Innovation Capability of Coffee SME Using Resource-Based View Approach: Knowledge Sharing Perspective.	Tinneke Hermina, Acep Abdul Basit, Muslim Alkautsar.	Hasil menunjukkan teknik pengolahan kopi mengalami peningkatan melalui berbagai pengetahuan yang melibatkan pakar industri dan konsumen. Knowledge Sharing Perspective digunakan untuk mentransfer keahlian pengelolaan kopi kepada karyawan.	Teori dan pendekatan yang sama yakni RBV dan analisis VRIO.	Menggunakan pendeketan *Knowledge Sharing Perspektive*.

Sumber Data: Diolah Peneliti, 2024

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 RBV (*Resouce Based-View*)

RBV (*Recource Based-View*) merupakan pendekatan berupa analisis pada sumberdaya dan kapabilitas internal yang akan digunakan sebagai rancangan strategi bersaing suatu perusahaan. Karakteristik sumberdaya yang memiiki keunggulan bersaing dapat dicapai jika mengahasilkan nilai yang unik, sulit untuk ditiru, serta sulit untuk mendapatkan barang subtitusinya (Bachtiar et al., 2022). (Barney & Hesterly, 2019) mendefinisikan RBV sebagai alat kinerja yang berfokus terhadap sumberdaya dan kapabilitas sebagai sumber keunggulan kompetitif. RBV menjadi kerangka acuan dalam meneliti kekuatan dan kelemahan perusahaan dengan memahami keunikan sumberdaya internal perusahaan. Pendekatan pada RBV mampu menentukan strategi bersaing yang tepat dengan menekankan pendekatan sumberdaya dan kapabilitas (Kholik & Laeli, 2020).

Menurut Miller (2019), prosedur pengembangan RBV pada perusahaan meliputi: (1) Mengidentifikasi sumberdaya dan kapabilitas perusahaan yang efiiend dan efektif; (2) Mengidentifikasi distribusi sumber daya perusahaan. Semakin sulit ditemukan maka dapat menjadi sumber keungulan kompetitif; (3) Menaksir keunggulan kompetitif dari sumberdaya perusahaan. Sumberdaya dalam RBV dipandang sebagai aset berwujud (*tangible*) dan aset tak berwujud (*intangible*) (Barney & Hesterly, 2019). Pada konsep RBV akan berfokus pada masalah sumberdaya internal perusahaan.

Menurut Barney (2011) dalam (Masyitoh et al., 2019), keberhasilan suatu perusahaan ditentukan pada sumberdaya internal yang meliputi: (1) Sumber daya fisik, yaitu pabrik, peralatan, bahan baku; (2) Sumber daya manusia, yaitu pegawai termasuk pengalaman, pengetahuan, keterampilan dan kemampuan; (3) Sumber daya organisasi, yaitu struktur perusahaan, sistem informasi, hak cipta, dan lainnya. Penerapan RBV yaang tepat mengaharuskan perusahaan mampu mengelola sumberdaya internalnya serta unggul dalam waktu yang lama (Muharam, 2017).

2.2.2 Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif (*Competitive Advantage*) merupakan tahap akhir suatu perusahaan dikatakan berhasil menciptakan posisi bertahan dari semua pesaingnya. Perusahaan memiliki kemampuan menjadi yang paling unggul dan unik dengan keputusan manajemen sebagai tolak ukur dari pengamatan mendalam terhadap situasi (Suharyati, Ediwarman, 2021). Keunggulan kompetitif dimaknai sebagai superioritas perusahaan dalam menghadapi para pesaingnya. Keunggulan kompetitif tidak hanya dicapai untuk sementara waktu melainkan secara terus-menerus (Maruta et al., 2017). Kemampuan bersaing yang tepat pada industri kreatif akan menciptakan inovasi yang baru pada produk/jasa yang tidak dimiliki pesaing (Caballero-Morales, 2021).

Dimensi keunggulan kompetitif meliputi: harga/biaya, kualitas, kendala pengiriman, inovasi produk, dan waktu ke pasar (Li et al., 2006). Keunggulan kompetitif pada perusahaan memiliki beberapa indikator, yaitu: (1) *Valuable*, produk dan layanan yang ditawarkan perusahaan memiliki nilai;

(2) *Imitability*, produk dan layanan tersebut tidak mudah ditiru; (3) *durability*, produk dan layanan unggul secara terus-menerus/dalam waktu yang lama dibanding pesaing; dan (4) *Transferability*, tingkat kemampuan suatu produk dan layanan perusahaan untuk bersaing dan mengungguli pesaing (Maruta et al., 2017).

2.2.3 Rantai Nilai

Analisis rantai nilai merupakan serangkaian proses yang berasal dari sumber daya dan kapabilitas dalam suatu perusahaan yang digunakan untuk mengetahui dan meningkatkan nilai dari pelanggan. Analisis ini nantinya akan mengelompokkan kegiatan-kegiatan strategik perusahaan yang kemudian akan diklasifikasikan agar dapat memahami ketepatan struktur biaya perusahaan serta sumber diferensiasi seperti apa yang akan digunakan. Aktivtas ini selanjutnya akan dibagi menjadi dua yaitu aktivitas utama dan pendukung (Mulachela, 2020). Analisis dari rantai nilai akan mampu menunjukkan serangkaian aktivitas pada perusahaan yang akan dianalisis dengan tepat untuk dapat mengetahui dengan baik sumber daya dan kapabilitas seperti apa yang perusahaan miliki dan merupakan aktivitas keberlanjutan yang mendukung kinerja (Wisanggara et al., 2018).

2.2.4 Kapabilitas

Kapabilitas merupakan suatu proses dalam bisnis yang terus-menerus dilakukan perusahaan dalam mengelola sumberdaya sehingga mampu menyesuaikan dan berkembang dengan perubahan lingkungan (Khouroh et al., 2020). Capability (*kapabilitas*) tergabung dalam *resource* perusahaan yang teridentifikasi sebagai dua kategori utama yaitu: aset berwujud dan aset

tak berwujud yang dapat memungkinkan perusahaan untuk memaksimalkan *output* dari sumberdaya lain yang dikelola perusahaan. Pendekatan resource-based tersebut mencapai keunggulan kompetitif dengan berfokus pada sumberdaya internal perusahaan serta kinerja perusahaan merupakan tolak ukur menejemen dalam menangani sumberdaya bernilai, langka, sulit terganti, serta sulit ditiru (Bachtiar et al., 2022)

Kapabilitas sumberdaya internal nantinya akan menentukan strategi yang tepat sesuai dengan kondisi lingkungan eksternal. Kapabilitas perusahaan juga memungkinkan untuk mementukan strategi dalam menambah pelanggan, mengembangkan produk yang sudah ada/membuat produk baru serta memperluas jaringan pasar (Ardin & Hidayat, 2020). Strategi yang tepat setelahmempertimbangkan sumberdaya dan kapabilitas akan meningkatkan terciptanya keunikan perusahaan dan keungulan bersaing yang superior, meskipun pesaing dalam sebuah industri yang sama pasti memiliki kemampuan sumber daya dan kapabilitasnya yang berbeda.

2.2.5 VRIO

Menurut (Barney & Hesterly, 2019) analisis VRIO disebut sebagai kerangka kerja untuk menganalisis sumberdaya internal suatu perusahaan. Sebagai alat yang mengidentifikasi sumberdaya untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan apa yang dimiliki perusahaan, hasil analisis akan melihat potensi yang relevan untuk mencapai suatu keunggulan kompetitif. Analisis VRIO menggunakan kerangka yang disebut VRIO *Framwork* dengan empat parameter kunci berbasis sumberdaya melalui pertanyaan tentang kegiatan

bisnis perusahaan. Pertanyaan kunci tersebut meliputi: *Valueable* (nilai), *Rarity* (langka), *Imitability* (meniru) dan Organization (organisasi).

Sumberdaya atau *Resource-Based View* merupakan pendekatan untuk menentukan dan mendapatkan keunggulan bersaing pada suatu perusahaan, analisis VRIO akan bekerja sebagai alat/kerangka kerja yang menentukan dan mengukur sumberdaya sebagai keunggulan kompetitif (Yudiono et al., 2019). VRIO akan menunjukkan perbandingan kekuatan dan kelemahan pada sumberdaya internal perusahaan (Astana, 2021). Analisis VRIO akan membantu menentukan nilai sumberdaya dan kapabilitas, apakah dapat mencapai keunggulan kompetitif ataukah perlu adanya strategi baru untuk dapat bersaing secara berkelanjutan.

Tabel 2. 2 Kerangka VRIO

Is a resource or capability					
Valueable?	***Rare?***	***Costly to Imitate?***	***Exploited by Organization***	***Competitive Implications***	***Competitive Implications***
No			No	Competitive Disadvantage	Weakness
Yes	No			Competitive Parity	Strength
Yes	Yes	No		Temporary Competitive Advantage	Strength and Distinctive Competence
Yes	Yes	Yes		Unused Competitive Advantage	Strength and Unused Competitive Advantage
Yes	Yes	Yes	Yes	Sustainable Competitive Advantage	Strength and Sustainable Didtinctive Competence

Sumber: Barney (2002) dalam (Rahmatullah et al., 2023)

Tabel 2. 3 *Question of VRIO Framwork*

The Question of Value: Do a firm's resources and capabilities enable the firm to respond to environmental threats or opportunities?
The Qustion of Rarity: Is a resoutce currently controlled by only a small number of compening firm's?
The Question of Imitability: Do a firm's without a recource face a cost disadvantage in obtaining or developing it?
The Question of Organization: Are a firm's other policies and prosedures organized to support the exploitation of its valuable, rare, and costly-to-imitate resource?

Sumber: (Barney & Clark, 2007) dalam (Dinanti, 2023)

Dalam analisis VRIO, perusahaan akan menganalisa dari empat pertanyaan sebagai berikut (Cardeal & Antonio, 2012):

1. *Valuable* (Berharga)

   Pertanyaan pertama dari kerangka analitis ini adalah apakah perusahaan memiliki sumber daya untuk menambah nilai guna memanfaatkan peluang dan bertahan dalam menghadapi ancaman. Jika jawaban atas pertanyaan ini adalah ya, maka sumber daya tersebut dianggap berharga. Selain itu, dikatakan berharga jika sumber daya dapat meningkatkan nilai yang dirasakan pelanggan. Hal ini dicapai melalui peningkatan diferensiasi dan penurunan harga produk. Jika sumber daya perusahaan tidak dapat memenuhi kondisi tersebut, maka perusahaan memiliki kelemahan dalam keunggulan kompetitif atau *Competitive Disadvantage*.

2. *Rare* (Langka)

   Sumber daya yag langka merupakan sumber daya yang hanya bisa didapatkan oleh satu atau sedikit perusahaan. Perusahaan dinilai memiliki keunggulan kompetitif semetara apabila memiliki sumber daya yang dapat dikatakan langka. Sebaliknya, jika sumber daya tersebut dimiliki dan digunakand dengan cara yang sama oleh beberapa perusahaan, maka perusahaan dapat dikatakan memiliki keunggulan paritas atau *Competitive Parity.*

3. *Inimitable* (Sulit Ditiru)

Sumber daya yang memiliki biaya tinggi akan sulit ditiru, dibeli, bahkan digantikan oleh pesaing karena cara yang dapat dilakukan pesaing hanya dua yaitu dengan meniru secara langsung/menduplikasi sumber daya dengan menyediakan produk atau jasa sebanding. Jika perusahaan memiliki sumber daya yang berharga, langka, dan mahal untuk dapat ditiru pesaing, maka perusahaan dapat dikatakan memiliki keungggulan bersaing berkelanjutan atau Sustainable Competitive Advantage. Barney (1991) dalam (Cardeal & Antonio, 2012) menyatakan terdapat tiga alasan sebuah perusahaan sulit ditiru diantaranya:

a) Kodisi Sejarah: Perusahaan akan sulit ditiru jika perusahaan tersebut dikembangkan karena peristiwa sejarah atau sudah berdiri dalam jangka waktu yang lama.
b) Ambiguitas Kausal: Perusahaan pesaing tidak dapat mengakses dan mengidentifikasi sumber daya tertentu yang menyebabkan keunggulan kompetitif.
c) Kompleksitas Sosial: Sumber daya dan kemampuan yang didasarkan dan terbentuk dari budaya perusahaan atau hubungan interpersonal.

4. *Organized* (Terorganisir)

Sumber daya tidak akan memberikan keuntungan apapun pada perusahaan jika tidak terorganisir untuk dapat menangkap nilai dari masing-masing sumber daya dan kemampuan yang dimiliki. Perusahaan harus mengatur sistem manajemen, proses, kebijakan,

struktur, dan budaya organisasi untuk dapat sepenuhnya mengetahui potensi yang berharga, langka, dan mahal untuk dapat mencapai keunggulan kompetitif berkelanjutan atau *Sustainable Competitive Advantage*.

2.2.6 Sumber Daya

(Barney 2001) dalam (Josua Sembiring, Murpin, Fatihudin, 2020) mendefinisan sumber daya merupakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan. Terdiri dari sumber daya aset berwujud (*Tangible*) dan sumber daya set tak berwujud (*Intangible*) yang digunakan untuk menentukan dan menerapkan strategi perusahan. Jika perusahaan memeiliki perbedaan sumber daya dengan perusahaan pesaing, maka perusahaan akan memperoleh keuntugan kompetitif bahkan meningkatkan pendapatan apabila mengimplementasikan strategi yang dimilikinya Menurut (Pearce & Robinson, 2014) Resource Based-View yang menciptakan pendekatan yang berfokus mengukur analisis internal memisahkan dua jenis sumber daya inti yag ada pada perusahaan:

1. *Tangible Assets*: Sumber daya nyata berbentuk fisik yang dapat dilihat, diamati, serta diukur. Sumber daya ini dibagi menjadi empat kategori:
    a) Sumber Daya dan Kemampuan Keuangan: Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan dana internal dan meningktakan modal eksternal.
    b) Sumber Daya dan Kemampuan Fisik: Lokasi perusahaan atau gedung yang ditempati, peralatan produksi, tanah.

c) Sumber Daya dan Kemampuan Teknologi: Aset produk/layanan yang memiliki hak paten, merek dagang, dan hak cipta.

d) Sumber Daya dan Kemampuan Organisasi: Perencanaan, kontrol sistem, intruksi.

2. *Intangible Assets*: Sumber daya yang tidak berbentuk fisik. Dibagi menjadi tiga kategori:

a) Sumber Daya Manusia dan Kemampuan: Pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, bakat, pelatihan, kecerdasan, wawasan individu dan sumber daya modal organisasi misalnya budaya perusahaan, pengendalian dan koordinasi sistem serta hubungan antara kelompok.

b) Sumber Daya Manusia dan Kemampuan: Keterampilan perusahaan dalam mengembangkan produk/layanan dan berinovasi.

c) Sumber Daya dan Kemamuan Reputasi: Kemampuan perusahaan meningkatkan dan memanfaatkan reputasi, hubungan sosial, serta tanggung jawab sosial.

2.3 Metodologi

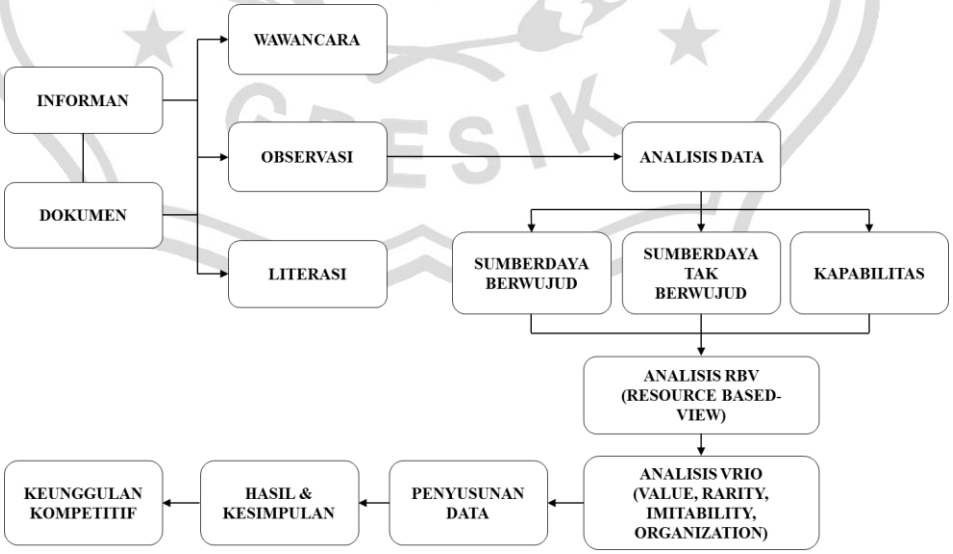
Penelitian ini menggunakan pendekatan metodologi kualitatif – studi kasus. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang tidak menggunakan prosedur statistik atau kuantifikasi, karakteristiknya dapat dlihat pada pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dari informan/narasumber. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif dengan analisis induktif yang

menekankan pada masalah-masalah dalam kondisi nyata kehidupan masyarakat secara kompleks dan rinci (Murdiyanto, 2020).

Studi kasus merupakan studi yang mempelajari suatu masalah dengan batasan terperinci serta teknik pengambilan data yang mendalam dengan menyertakan berbagai sumber informasi. Penelitian ini berfokus pada individu atau suatu unit sosial dengan kurun waktu tertentu (Murdiyanto, 2020). Penelitan ini menggunakan teknik analisis VRIO (*Value, Rarity, Imitability, Organization*). Analisis VRIO nantinya akan digunakan untuk mengetahui kondisi internal perusahaan. Data akan diproleh melalui wawancara dengan narasumber, observasi, serta dokumentasi. Lokasi penelitian akan dilaksanakan di Batik Gajah Mugkur yang bertempat di Kecamatan Gresk, tepatnya di Jl. Nyai Ageng Arem Arem.

2.4 Kerangka Penelitian

Permasalaan yang nantinya akan di analisis membutuhkan kerangka teoritis sebagai dasar pemikiran, yang diuraikan dalam bagan berikut:



Sumber: Rancangan Peneliti, 2024

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian

Kerangka teoritis pada penelitian ini dimulai dengan mengumulkan informasi dari pemilik Batik Gajah Mungkur yang nantinya akan digunakan sebaga data utama. Penelitian akan menggunakan kerangka VRIO sebagai alat analisis berbasis sumberdaya dan kapabilitas. Pertanyaan akan berfokus kepada sumberdaya tak berwujud, sumberdaya berwujud, dan kapabilitas perusahaan untuk mengidentifikasi aspek internal perusahaan yang merupakan keunggulan kompetitif serta merupakan kekuatan dan kelemahan perusahaan. Hasil yang akan didapatkan nantinya akan memberikan keputusan apakah perusahaan berada pada *Sustainble Competitive Advantage*, serta strategi yang harus dilakukan kedepannya.