

## INTISARI

PT Sekarlite Creative adalah perusahaan agensi digital yang menawarkan layanan pemasaran digital seperti penyediaan dan manajemen *influencer*, produksi konten, manajemen sosial media, dan *event organizer*. Seiring dengan gencarnya penggunaan media sosial dan semakin pentingnya peran para *influencer* dan *KOL* dalam pembelian sebuah produk dan jasa, PT Sekarlite Creative melihat hal ini sebagai peluang untuk berkompetisi di pasar yang semakin bertumbuh. Di sisi lain, PT Sekarlite Creative masih belum mampu memenuhi target pemasukan yang sudah ditetapkan oleh manajemen selama tiga tahun berturut-turut. Untuk merespon hal ini, Sekarlite dirasa perlu untuk melakukan analisa internal terhadap sumber daya dan kapabilitas yang saat ini dimiliki agar posisi mereka dapat menjadi lebih kompetitif dan juga mampu memenuhi target yang ditetapkan. Analisa menggunakan pendekatan RBV (Resource Based View) dapat dilakukan untuk mengidentifikasi sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki oleh PT Sekarlite di setiap aktivitas rantai nilainya. Hasil analisa tersebut kemudian diintegrasikan dengan kerangka kerja VRIO sehingga bisa menjadi acuan bagi PT Sekarlite Creative untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dimana wawancara mendalam dengan tiga narasumber dari PT Sekarlite Creative. Hasil penelitian yang didapatkan adalah sumber daya dan kapabilitas PT Sekarlite Creative yang dapat menjadi sumber keunggulan adalah *database* dan pemilihan *KOL* di aktivitas *inbound logistics*; proses *input* menjadi *output* yang cepat di aktivitas *outbound logistics*; *Search Engine Optimization*, desain konten dan *copywriting*, kampanye pemasaran di berbagai sektor di aktivitas *operation*; *customer engagement* dan aktivitas pemasaran *offline* di aktivitas pemasaran dan penjualan; kualitas layanan di aktivitas pelayanan; kemudian untuk infrastruktur ada kemampuan berbagi klien dengan induk dan status legalitas sebagai agensi; pengadaan yang meliputi kerjasama yang kuat dengan *KOL* dan pemasok; sumber daya manusia yang terdiri dari demografi karyawan, struktur organisasi yang fleksibel, dan kultur perusahaan.

**Kata kunci:** *Resource based view*, sumber daya dan kapabilitas, *value chain analysis*, kerangka VRIO, analisa rantai nilai, keunggulan kompetitif berkelanjutan.

## ABSTRACT

*PT Sekarlite Creative is a digital agency providing services such as influencer management, content production, social media management, and event organization. With the increasing importance of influencers and KOLs in consumer decisions, the company sees this as an opportunity to grow in a competitive market. However, it has failed to meet revenue targets for three years. To address this, the company plans to conduct an internal analysis using the Resource-Based View (RBV) and VRIO frameworks to identify its strengths and achieve sustainable competitive advantage through its key resources and capabilities. The research method used is qualitative descriptive, involving in-depth interviews with three informants from PT Sekarlite Creative. The findings identify key resources and capabilities that can serve as sources of competitive advantage: database and KOL selection in inbound logistics; efficient input-to-output processes in outbound logistics; SEO, content design, and copywriting in operations; customer engagement and offline marketing in sales; service quality in service activity; infrastructure advantages like client sharing and legal status; procurement through strong KOL and suppliers' partnerships; and human resources with flexible structures and a strong company culture.*

**Keywords:** *Resource based view, sumber daya dan kapabilitas, value chain analysis, kerangka VRIO, analisa rantai nilai, keunggulan kompetitif berkelanjutan.*