

ABSTRAK

UMKM memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, salah satunya di sektor industri minuman teh kekinian yang mengalami perkembangan pesat. Namun, UMKM di sektor ini menghadapi persaingan ketat dengan *brand* besar serta keterbatasan sumber daya. Keberhasilan *Selalu Teh* menjadi contoh bagaimana pengelolaan sumber daya dan kemitraan strategis dapat mendukung pertumbuhan bisnis UMKM. Mengacu pada teori *Resource-Based View* (RBV), penelitian ini mengkaji faktor-faktor kunci yang mendukung keberlanjutan dan ekspansi *Selalu Teh* di tengah persaingan industri minuman kekinian. Dalam konteks UMKM, teori *Resource-Based View* (RBV) menekankan bahwa sumber daya berwujud (*tangible resources*) dan tidak berwujud (*intangible resources*) berperan penting dalam meningkatkan daya saing dan kinerja perusahaan. Terdapat 2 faktor *tangible* yaitu produk dan finansial, sedangkan terdapat 5 faktor *intangible* yang memengaruhi keberhasilan bisnis yaitu aliansi, keahlian perencanaan, keahlian manajemen, strategi dan kepemimpinan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara dengan pemilik bisnis *Selalu Teh* dan *General Manager* *Selalu Teh*. Terdapat 18 pertanyaan yang diajukan oleh peneliti kepada narasumber untuk memperoleh informasi terkait penerapan teori *Resource Based View* pada keberhasilan bisnis *Selalu Teh*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan *Selalu Teh* tidak hanya ditentukan oleh popularitas produknya, tetapi juga oleh pengelolaan sumber daya internal, seperti kemampuan manajerial, strategi, dan finansial yang baik. Temuan ini sejalan dengan teori *Resource-Based View* (RBV), yang menekankan pentingnya faktor *tangible* dan *intangible* dalam mendukung keunggulan kompetitif UMKM. Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, semua faktor tersebut berperan signifikan dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnis *Selalu Teh* di tengah persaingan industri minuman kekinian.

Kata Kunci: *Resource-Based View, Keberhasilan, Selalu Teh, UMKM.*

ABSTRACT

SMEs play an important role in driving economic growth, one of which is in the contemporary tea beverage industry sector which is experiencing rapid development. However, MSMEs in this sector face fierce competition with big brands and limited resources. The success of Selalu Teh is an example of how resource management and strategic partnerships can support the growth of SME businesses. Referring to the Resource-Based View (RBV) theory, this study examines the key factors that support the sustainability and expansion of Selalu Teh amidst the competition in the contemporary beverage industry. In the context of SMEs, the Resource-Based View (RBV) theory emphasizes that tangible and intangible resources play an important role in increasing the competitiveness and performance of the company. There are 2 tangible factors, namely products and finances, while there are 5 intangible factors that influence business success, namely alliances, planning expertise, management expertise, strategy and leadership.

The method used in this study is a qualitative approach by conducting interviews with the owner of the Selalu Teh and general manager of Selalu Teh. The researcher asks 18 questions to the informants to obtain information related to the application of the Resource Based View theory to the success of the Selalu Teh. The results of the study show that the success of Selalu Teh is not only determined by the popularity of its products, but also by the management of internal resources, such as good managerial, strategic, and financial capabilities. This finding is in line with the Resource-Based View (RBV) theory, which emphasizes the importance of tangible and intangible factors in supporting the competitive advantage of MSMEs. Based on the results of interviews with business owners and general manager, all of these factors play a significant role in maintaining and developing the Selalu Teh business amidst the competition in the contemporary beverage industry.

Keywords: *Resource-Based View, Success, Selalu Teh, MSMEs.*