



ANALISIS *DYNAMIC CAPABILITY* DALAM MEMPERKUAT KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM JUS BUAH CALEC DI SUKARAME

Inggrit Firstia Deswari^{1*}, Tasya Aulia Putri², Tri Febrianto³, Vicky F. Sanjaya⁴
^{1,2,3,4}Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia
*Corresponding Email: Inggritfirstia@email.com

ABSTRACT

This study aims to understand the dynamic capabilities (DC) that contribute to strengthening the competitive advantage of UMKM Jus Buah Calec in Sukarame, Bandar Lampung. Referring to the framework of Teece, Pisano, and Shuen, which includes sensing, seizing, and transforming capabilities, this research examines the extent to which the business can identify market changes, generate innovations, and improve operational activities. Data were collected through interviews, observations, and documentation. The results indicate that UMKM Jus Buah Calec has relatively strong sensing and innovation capabilities, but its transforming capability remains limited due to constraints in capital and human resources. Enhancing dynamic capabilities is essential for the business to maintain sustainable competitive advantage.

Keywords: *dynamic capabilities; competitive advantage; MSMEs; business strategy*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami kondisi kapabilitas (DC) yang berperan dalam memperkuat keunggulan kompetitif UMKM Jus Buah Calec di Sukarame, Bandar Lampung. Dengan mengacu pada kerangka Teece, Pisano, dan Shuen yang mencakup kemampuan *sensing*, *seizing*, dan *transforming*, penelitian ini menilai sejauh mana usaha mampu membaca perubahan pasar, menghasilkan inovasi, serta meningkatkan aktivitas operasional. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari riset menunjukkan bahwa UMKM Jus Buah Calec memiliki kemampuan sensing dan inovasi yang cukup baik, namun kemampuan transforming masih rendah karena keterbatasan modal dan sumber daya. Peningkatan *dynamic capabilities* diperlukan agar usaha mampu mempertahankan keunggulan kompetitif secara berkelanjutan.

Kata kunci: *kapabilitas dinamis; keunggulan kompetitif; UMKM; strategi bisnis*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran sentral dalam pembangunan perekonomian nasional, mengingat kontribusinya yang signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja, penguatan struktur ekonomi lokal, serta pemerataan kesejahteraan masyarakat. UMKM terbukti menjadi sektor yang paling resilien ketika ekonomi menghadapi tekanan, termasuk pada masa krisis dan perlambatan ekonomi yang terjadi dalam beberapa tahun terakhir. Namun, realitas persaingan yang semakin ketat akibat kemunculan pelaku usaha baru dan meningkatnya inovasi di berbagai sektor ekonomi menjadikan pelaku UMKM menghadapi tantangan yang tidak lagi sederhana, terutama dalam mempertahankan kinerja usaha dan memenangkan preferensi pelanggan. Kondisi ini menuntut UMKM untuk melakukan adaptasi yang tidak hanya bertumpu pada ketersediaan sumber daya fisik, tetapi juga kemampuan mengelola, mengarahkan, dan mentransformasikan potensi internal untuk tetap relevan dan unggul di tengah dinamika perubahan pasar yang berlangsung cepat. Persaingan semakin terasa terutama pada sektor minuman segar, termasuk industri jus buah, yang berkembang pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya gaya hidup sehat serta kecenderungan konsumen untuk mencari produk yang alami, praktis, dan aman dikonsumsi.

Dalam menghadapi realitas tersebut, kemampuan perusahaan untuk bertahan dan berkembang tidak lagi cukup mengandalkan strategi konvensional atau rutinitas operasional yang kaku. Diperlukan kemampuan organisasi dalam menyesuaikan strategi bisnis secara cepat dan fleksibel untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman. Pandangan ini selaras dengan perspektif *dynamic capabilities* yang menempatkan kemampuan adaptif dan responsif organisasi sebagai faktor fundamental dalam membentuk keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. *Dynamic capabilities* menjelaskan bahwa perusahaan perlu memiliki kemampuan untuk melakukan sensing terhadap perubahan pasar dan kebutuhan konsumen, *seizing* dalam memanfaatkan peluang menjadi keunggulan yang bernilai ekonomi, serta *transforming* dalam merekonfigurasi sumber daya dan struktur bisnis untuk mempertahankan relevansi kompetitif meskipun lingkungan eksternal bergerak dinamis. Konsep ini bukan sekadar teori abstrak, tetapi diakui sebagai pendekatan strategis yang dapat membantu pelaku UMKM mengembangkan kemampuan bertumbuh secara berkelanjutan melalui inovasi yang terarah dan berkesinambungan. Sejumlah penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa organisasi yang berhasil membangun kapabilitas dinamis terbukti mampu bertahan menghadapi persaingan dan memiliki daya saing yang lebih kuat dibandingkan pesaing yang hanya mengandalkan keunggulan sumber daya fisik atau modal finansial.

Urgensi penelitian mengenai *dynamic capabilities* menjadi semakin relevan ketika diterapkan pada UMKM lokal seperti UMKM Jus Buah Calec di Sukarame yang bergerak dalam industri minuman segar yang kompetisinya semakin meningkat secara signifikan. Produk jus buah menjadi salah satu pilihan utama masyarakat urban karena selain menyegarkan juga dianggap sebagai bagian dari gaya hidup sehat, namun tingginya permintaan turut menghadirkan persaingan yang ketat antar pelaku usaha yang menawarkan konsep, inovasi rasa, dan pendekatan pemasaran yang berbeda-beda. Dalam situasi tersebut, UMKM dituntut untuk terus memahami karakter pelanggan, merespons perubahan selera dan pola konsumsi, menciptakan inovasi produk yang menarik dan relevan dengan kebutuhan pasar, serta memanfaatkan perkembangan teknologi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pelanggan. Jika kemampuan adaptasi tersebut tidak dikembangkan secara serius dan terencana, usaha akan menghadapi risiko kehilangan loyalitas pelanggan, menurunnya daya saing, dan pada akhirnya tidak mampu mempertahankan keberlanjutan usahanya.

Melihat pentingnya kemampuan adaptasi strategis tersebut, penelitian ini menjadi relevan untuk mengkaji bagaimana *dynamic capabilities* diterapkan dalam konteks UMKM Jus Buah Calec di Sukarame dalam upaya memperkuat keunggulan kompetitif. Penelitian ini

tidak hanya bertujuan untuk memahami implementasi proses sensing, seizing, dan transforming dalam operasional bisnis, tetapi juga untuk mengidentifikasi faktor-faktor strategis yang memengaruhi keberhasilan adaptasi usaha dalam menghadapi intensitas persaingan. Melalui analisis ini diharapkan terbangun pemahaman komprehensif mengenai bagaimana kapabilitas dinamis mampu mendukung keunggulan bersaing secara berkelanjutan dan bagaimana strategi tersebut dapat diterapkan oleh UMKM lain sebagai model pengembangan bisnis yang adaptif dan visioner. Dengan demikian, penelitian ini berpotensi memberi kontribusi baik secara akademik melalui penguatan literatur terkait strategi pengembangan UMKM, maupun secara praktis dalam memberikan rekomendasi implementatif bagi pelaku usaha agar mampu menghadapi persaingan pasar secara lebih strategis dan efektif.

TINJAUAN PUSTAKA

Dynamic Capabilities

Konsep *dynamic capabilities* atau kapabilitas dinamis muncul sebagai pengembangan lanjutan dari teori berbasis sumber daya (*Resource-Based View / RBV*) yang sebelumnya menekankan bahwa keunggulan kompetitif diperoleh dari kepemilikan sumber daya unik. Namun, paradigma tersebut dipandang tidak lagi memadai ketika perusahaan menghadapi lingkungan bisnis yang penuh ketidakpastian dan perubahan yang berlangsung sangat cepat. Teece, Pisano, & Shuen (1997) mengemukakan bahwa sumber daya statis tidak akan mampu mempertahankan keunggulan bersaing jika tidak dikelola secara adaptif. Oleh karena itu, kapabilitas dinamis dipahami sebagai kemampuan organisasi untuk mengkoordinasikan, memperbarui, dan membangun kembali sumber daya internal maupun eksternal sesuai tuntutan lingkungan yang berubah. Perspektif ini menjelaskan bahwa daya saing berkelanjutan bukan terletak pada apa yang dimiliki perusahaan, tetapi pada bagaimana kemampuan memanfaatkan dan mengembangkan sumber daya tersebut secara terus menerus.

Dalam perkembangannya, Teece (2016) menjelaskan kapabilitas dinamis melalui tiga elemen fundamental, yaitu *sensing*, *seizing*, dan *transforming*. *Sensing* mengacu pada kemampuan organisasi untuk menangkap sinyal perubahan pasar, kebutuhan pelanggan, kebijakan baru, perkembangan teknologi, maupun ancaman kompetitif. Proses *sensing* membutuhkan kepekaan analitis, keterlibatan langsung dengan pelanggan, serta pemantauan aktif terhadap tren industri. *Seizing* merupakan kemampuan mengubah peluang pasar yang telah diidentifikasi menjadi strategi yang menghasilkan nilai bisnis melalui pengambilan keputusan yang cepat, inovatif, dan berorientasi pada manfaat ekonomi. Sementara itu, *transforming* merujuk pada kemampuan beradaptasi melalui penataan ulang prosedur kerja, perubahan struktur internal, serta inovasi proses dan produk yang memungkinkan organisasi mempertahankan relevansi dan daya saing jangka panjang.

Temuan penelitian sebelumnya memperkuat bahwa kapabilitas dinamis memiliki pengaruh penting terhadap kinerja kompetitif organisasi. Munir, Cahyono, & Patricia (2023) menegaskan bahwa perusahaan yang mampu mengembangkan kapabilitas *sensing*, *seizing*, dan *transforming* secara simultan akan memiliki peluang lebih besar untuk menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Mereka menunjukkan bahwa kapabilitas dinamis berperan sebagai instrumen strategis yang memungkinkan organisasi merespons perubahan lingkungan secara tepat waktu dan tepat sasaran. Selain itu, penelitian Khourouh, Windhyastiti, & Ratnaningsih (2021) menemukan bahwa dinamisme lingkungan eksternal seperti persaingan, perubahan teknologi, dan kebutuhan pelanggan memiliki peran signifikan dalam mendorong perkembangan kapabilitas dinamis. Lingkungan yang terus berubah memaksa organisasi untuk beradaptasi, dan kemampuan beradaptasi inilah yang menentukan kesuksesan kompetitif.

Berdasarkan pandangan tersebut, dapat dipahami bahwa kapabilitas dinamis menjadi landasan penting bagi UMKM yang harus beroperasi dalam kondisi pasar yang kompetitif dan cepat berubah. UMKM tidak cukup hanya mengandalkan modal finansial atau keunikan produk, tetapi harus memiliki kemampuan membaca peluang, mengambil keputusan strategis yang tepat, serta melakukan transformasi operasional secara berkelanjutan. Dalam konteks UMKM Jus Buah Calec di Sukarame, kemampuan sensing terlihat dari kepekaan terhadap perubahan tren gaya hidup sehat, kemampuan *seizing* tercermin dari inovasi rasa dan strategi pemasaran yang adaptif, sementara kemampuan *transforming* muncul melalui penyesuaian proses produksi dan pelayanan pelanggan. Dengan demikian, kapabilitas dinamis menjadi elemen strategis untuk mempertahankan dan memperkuat posisi kompetitif usaha di tengah persaingan sektor minuman segar yang semakin padat.

Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif merupakan kondisi ketika sebuah organisasi memiliki kemampuan untuk menciptakan nilai yang berbeda dan sulit ditiru sehingga menghasilkan posisi yang lebih unggul dibandingkan pesaing. Porter (1985) menyatakan bahwa keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui dua pendekatan strategis utama yaitu diferensiasi dan keunggulan biaya. Diferensiasi tercermin melalui inovasi produk, layanan, atau karakter unik yang tidak dimiliki pesaing. Sedangkan keunggulan biaya memungkinkan perusahaan menawarkan harga yang lebih terjangkau tanpa mengorbankan kualitas. Dalam konteks UMKM, keunggulan kompetitif dapat muncul dari keunikan produk, respon cepat terhadap kebutuhan pelanggan, pelayanan yang personal, penggunaan teknologi digital, serta fleksibilitas operasional yang tidak dimiliki perusahaan besar. Wahyudi (2021) menekankan bahwa keunggulan kompetitif erat kaitannya dengan kemampuan adaptif perusahaan dalam menghadapi dinamika persaingan. Semakin cepat perubahan yang terjadi, semakin besar tuntutan bagi pelaku bisnis untuk melakukan inovasi yang terus menerus.

Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif bukan sekadar hasil akhir, tetapi merupakan proses yang harus dibangun secara berkelanjutan melalui strategi yang tepat. Pada UMKM khususnya, adaptabilitas menjadi faktor pembeda yang signifikan karena struktur organisasi sederhana memungkinkan pengambilan keputusan lebih cepat dan fleksibel. Jika dikaitkan dengan perspektif kapabilitas dinamis, maka keunggulan kompetitif tercipta ketika organisasi memiliki kemampuan sensing yang mampu mengidentifikasi peluang, kemampuan *seizing* untuk memanfaatkan peluang tersebut menjadi nilai bisnis nyata, serta kemampuan *transforming* untuk memastikan keberlanjutan inovasi. Dengan demikian, kapabilitas dinamis berfungsi sebagai jembatan strategis yang menghubungkan potensi internal perusahaan dengan keberhasilan kompetitif. Dalam kasus UMKM Jus Buah Calec di Sukarame, kemampuan sensing membantu mengenali preferensi konsumen, kemampuan *seizing* mendukung pengembangan varian produk dan strategi pemasaran, sementara *transforming* menjamin keberlanjutan inovasi melalui evaluasi dan perbaikan rutin. Hal ini membuktikan bahwa kapabilitas dinamis menjadi fondasi penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai bagaimana kapabilitas dinamis diterapkan dalam memperkuat keunggulan kompetitif pada UMKM Jus Buah Calec yang berlokasi di Sukarame. Pendekatan kualitatif dipilih karena metode ini memungkinkan peneliti untuk menggali secara komprehensif berbagai proses internal yang dilakukan pelaku usaha, mulai dari *sensing*, yaitu kemampuan mendeteksi peluang dan ancaman di pasar, *seizing*, yaitu

pemanfaatan peluang tersebut untuk menciptakan nilai, hingga *transforming*, yakni kemampuan mengubah sumber daya dan proses untuk mempertahankan atau meningkatkan keunggulan kompetitif. Metode ini sangat relevan untuk menangkap fenomena yang terjadi secara nyata dalam konteks UMKM, di mana praktik manajerial dan strategi inovatif tidak selalu dapat diukur secara kuantitatif, tetapi lebih dipahami melalui pengalaman dan perspektif pelaku usaha (Teece, 2016; Wahyudi, 2021).

Penggunaan jenis penelitian deskriptif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara faktual, sistematis, dan rinci strategi pengembangan kapabilitas dinamis yang diterapkan oleh UMKM Jus Buah Calec. Selain itu, penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi tersebut berdampak terhadap pencapaian keunggulan kompetitif, termasuk peningkatan kualitas produk, efisiensi operasional, dan kepuasan pelanggan. Pendekatan serupa juga telah digunakan oleh Munir, Cahyono, & Patricia (2023) dalam meneliti strategi pengembangan kapabilitas dinamis pada perusahaan properti, di mana pemahaman diperoleh melalui observasi langsung terhadap praktik manajerial, inovasi produk, dan pengambilan keputusan yang dilakukan di lapangan. Selaras dengan itu, Khourouh, Windhyastiti, & Ratnaningsih (2021) menekankan bahwa analisis kapabilitas dinamis harus mempertimbangkan dinamika lingkungan sebagai faktor penting yang mendorong atau mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam membangun keunggulan bersaing.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kombinasi beberapa metode, yaitu wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada pemilik UMKM, manajer, dan karyawan yang terlibat langsung dalam proses operasional dan strategi bisnis. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi yang kaya terkait bagaimana UMKM melakukan sensing terhadap perubahan tren pasar dan preferensi konsumen, bagaimana mereka melakukan seizing dalam memanfaatkan peluang bisnis, serta bagaimana transforming dijalankan untuk menghadirkan inovasi produk, meningkatkan kualitas layanan, dan memperkuat daya saing usaha. Selain itu, observasi langsung dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh pemahaman kontekstual mengenai aktivitas sehari-hari UMKM, termasuk proses produksi jus, strategi pemasaran, interaksi dengan pelanggan, dan manajemen operasional secara keseluruhan. Observasi ini memungkinkan peneliti melihat praktik nyata yang mungkin tidak sepenuhnya dapat diungkapkan melalui wawancara, sehingga menambah validitas dan kedalaman data penelitian.

Sementara itu, dokumentasi dilakukan untuk melengkapi data primer, berupa catatan operasional, laporan kegiatan usaha, foto kegiatan produksi dan pemasaran, serta materi promosi yang digunakan UMKM. Dokumentasi ini berfungsi sebagai sumber verifikasi dan referensi tambahan untuk menegaskan temuan dari wawancara dan observasi, sekaligus memberikan gambaran yang lebih holistik mengenai strategi kapabilitas dinamis yang diterapkan (Porter, 1985; Adeniran & Johnston, 2012). Dengan kombinasi ketiga teknik pengumpulan data ini, penelitian diharapkan mampu menggambarkan secara menyeluruh bagaimana UMKM Jus Buah Calec mengelola kapabilitas dinamis untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Analisis dilakukan dengan memfokuskan pada pola-pola strategi, proses pengambilan keputusan, serta adaptasi terhadap perubahan pasar, sehingga dapat memberikan insight yang komprehensif tentang praktik bisnis nyata di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kapabilitas Sensing dalam Mengidentifikasi Peluang Pasar

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa kemampuan sensing pada UMKM Jus Buah Calec di Sukarame berjalan secara aktif melalui berbagai mekanisme informal namun efektif,

mulai dari observasi langsung terhadap perilaku konsumen, komunikasi interpersonal dengan pelanggan, hingga pemantauan tren melalui media sosial dan aktivitas pesaing lokal. Pelaku usaha menunjukkan kepekaan dalam memahami perubahan preferensi pelanggan, terutama meningkatnya minat terhadap minuman sehat dan alami tanpa bahan tambahan kimia. Proses sensing ini tidak hanya dilakukan pada saat terjadi penurunan penjualan, tetapi telah menjadi bagian dari rutinitas manajemen usaha dalam merumuskan strategi pengembangan produk. Buktinya, UMKM secara konsisten memperbarui menu berdasarkan umpan balik konsumen, mengembangkan varian rasa musiman seperti buah naga dan alpukat, serta mempertahankan penggunaan bahan baku segar sebagai keunggulan utama. Tindakan tersebut memperlihatkan bahwa proses sensing berperan sebagai basis utama dalam pembentukan ide inovasi produk dan strategi penjualan.

Temuan lapangan ini menunjukkan adanya kesesuaian kuat dengan teori yang dikemukakan Teece (2016), bahwa kemampuan sensing merupakan aspek fundamental yang memungkinkan perusahaan mengenali peluang pasar secara tepat sehingga dapat mengarahkan strategi bisnis yang berbasis kebutuhan pelanggan. Pandangan tersebut didukung oleh Munir, Cahyono, & Patricia (2023) yang menegaskan bahwa sensing berperan dalam menentukan arah inovasi yang relevan dengan perubahan permintaan pelanggan dan dinamika pasar. Fakta empiris yang ditemukan pada UMKM Jus Buah Calec membuktikan bahwa sensing berperan sebagai instrumen untuk menciptakan informasi pasar yang akurat melalui pendekatan yang dekat dengan konsumen. Selain itu, temuan ini memperkuat penelitian Khourouh, Windhyastiti, & Ratnaningsih (2021), yang menyatakan bahwa dinamisme lingkungan pasar mendorong pelaku usaha untuk memperkuat kemampuan pengamatan dan analisis lingkungan sebagai bentuk respon terhadap meningkatnya tekanan persaingan.

Kebaruan temuan ini terletak pada pemahaman bahwa pelaksanaan sensing dalam konteks UMKM tidak memerlukan mekanisme riset formal yang kompleks, melainkan dapat dilakukan melalui strategi yang sederhana dan bersifat sosial, namun mampu menghasilkan informasi yang kaya untuk menentukan arah inovasi produk. Pola sensing yang dilakukan UMKM Jus Buah Calec membuktikan bahwa kedekatan emosional dan interaksi langsung dengan pelanggan menjadi modal strategis yang tidak dimiliki oleh perusahaan skala besar yang berjarak secara struktural. Temuan ini memperlihatkan bahwa kapabilitas sensing yang kuat dapat terbangun bahkan dalam kondisi sumber daya yang terbatas, asalkan dilakukan secara konsisten dan diarahkan untuk menciptakan nilai pelanggan yang lebih baik.

Kapabilitas *Seizing* dan *Transforming* dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif

Selain kemampuan *sensing*, temuan penelitian memperlihatkan bahwa UMKM Jus Buah Calec telah berhasil mengoptimalkan proses *seizing* melalui pengambilan keputusan strategis yang berorientasi pada peningkatan nilai produk dan perluasan pasar. *Seizing* tercermin dari kemampuan usaha dalam memanfaatkan peluang melalui inovasi rasa, peningkatan kualitas bahan baku, penggunaan kemasan yang lebih menarik dan higienis, serta pemanfaatan media digital seperti *WhatsApp Business* dan Instagram untuk melakukan promosi, penawaran menu, dan komunikasi dengan pelanggan. Langkah-langkah tersebut menjadi bentuk nyata dari penerjemahan peluang pasar menjadi strategi operasional yang meningkatkan ketertarikan konsumen. Praktik ini selaras dengan temuan Wahyudi (2021), yang menunjukkan bahwa kemampuan memanfaatkan peluang melalui strategi bisnis yang tepat berpengaruh signifikan terhadap kelangsungan usaha, terlebih di tengah persaingan yang semakin intensif dan dinamis.

Selanjutnya, kapabilitas *transforming* tampak dari kemampuan UMKM dalam melakukan penyesuaian sistem produksi dan layanan secara berkelanjutan. Transformasi dilakukan melalui evaluasi rutin terhadap standar kualitas produk, penyempurnaan komposisi bahan, penyesuaian metode penyimpanan buah agar lebih tahan segar, serta pembenahan

manajemen waktu produksi untuk menyesuaikan puncak permintaan. Transforming juga terlihat dari perubahan kebijakan operasional terkait strategi promosi dan diversifikasi produk berdasarkan waktu tertentu, seperti paket jus untuk acara sekolah atau kegiatan komunitas. Hal ini mencerminkan proses rekonstruksi sumber daya internal sebagaimana dijelaskan oleh Teece, Pisano, & Shuen (1997) yang menyebutkan bahwa transforming merupakan kemampuan perusahaan dalam merekonfigurasi struktur internal sehingga tetap relevan menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Pandangan tersebut didukung oleh penelitian Khourouh et al. (2021) yang menyimpulkan bahwa pelaku usaha yang mampu membangun inovasi dan penyesuaian berkelanjutan memiliki peluang lebih besar dalam menciptakan keunggulan bersaing.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterpaduan antara seizing dan transforming menjadi kunci utama UMKM Jus Buah Caled dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Kebaruan temuan ini terletak pada pemahaman bahwa transformasi dalam UMKM tidak selalu membutuhkan investasi besar pada teknologi maupun peralatan canggih, tetapi dapat dilakukan melalui perubahan internal sederhana yang berfokus pada peningkatan kualitas, konsistensi layanan, dan pembangunan hubungan pelanggan yang kuat. Fakta empiris membuktikan bahwa strategi kecil yang dilakukan secara tepat dan berkelanjutan dapat menghasilkan dampak signifikan dalam meningkatkan nilai produk di mata konsumen serta membedakan posisi usaha dari pesaing di sektor minuman segar. Dengan demikian, kapabilitas dinamis berfungsi sebagai instrumen strategis yang memungkinkan UMKM tidak hanya bertahan dalam persaingan, tetapi juga berkembang melalui inovasi yang relevan dan berbasis kebutuhan pasar.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penerapan Dynamic Capabilities pada UMKM Jus Buah Caled di Sukarame, dapat disimpulkan bahwa kemampuan sensing, seizing, dan transforming memainkan peran yang sangat krusial dalam memperkuat keunggulan kompetitif UMKM. Kapabilitas sensing terlihat melalui kemampuan pelaku usaha dalam mendeteksi dan memahami kebutuhan konsumen, membaca tren gaya hidup sehat yang tengah berkembang, serta merespons perubahan selera pelanggan melalui pemantauan pasar yang sistematis dan komunikasi langsung dengan konsumen. Kemampuan ini memungkinkan UMKM untuk tetap peka terhadap dinamika lingkungan bisnis, sehingga dapat mengambil keputusan yang tepat dalam mengembangkan produk dan layanan. Kapabilitas seizing tampak dari strategi pemanfaatan peluang yang dilakukan UMKM secara proaktif. Hal ini tercermin melalui inovasi pada variasi rasa produk, peningkatan kualitas bahan dan proses produksi, serta pemanfaatan media digital untuk memperluas jangkauan pasar dan menarik konsumen baru. Strategi ini membuktikan bahwa kemampuan merespons peluang secara cepat dan tepat menjadi faktor penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Sementara itu, kapabilitas transforming direalisasikan melalui penyesuaian terus-menerus dalam proses produksi, manajemen operasional, dan pelayanan kepada pelanggan.

Transformasi ini mencakup inovasi dalam cara produksi, pengelolaan sumber daya manusia, hingga strategi pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Dengan kemampuan transformasi yang kuat, UMKM mampu tetap adaptif, relevan, dan tangguh dalam menghadapi perubahan pasar yang cepat dan persaingan yang semakin kompetitif. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa keunggulan kompetitif UMKM tidak hanya ditentukan oleh jumlah atau kualitas sumber daya yang dimiliki, tetapi lebih ditentukan oleh kemampuan untuk mengelola, memanfaatkan, dan mentransformasikan sumber daya secara strategis dan berkelanjutan. Dengan kata lain, kapabilitas dinamis menjadi kunci bagi UMKM untuk bertahan dan tumbuh di tengah persaingan yang ketat, karena kemampuan ini

memungkinkan perusahaan menyesuaikan diri dengan perubahan eksternal dan menciptakan nilai baru secara konsisten.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu menjadi perhatian untuk pengembangan studi berikutnya, khususnya terkait cakupan, konteks, dan sumber data. Pertama, penelitian hanya difokuskan pada satu UMKM, yaitu Jus Buah Calec di Sukarame, sehingga hasil yang diperoleh bersifat spesifik pada satu kasus dan belum dapat digeneralisasi untuk seluruh sektor UMKM minuman segar di wilayah lain. Dengan kata lain, temuan penelitian lebih mencerminkan pengalaman, strategi, dan dinamika internal UMKM tersebut, sementara kondisi dan praktik di UMKM lain mungkin berbeda secara signifikan. Kedua, data yang diperoleh sangat bergantung pada pengalaman, persepsi, dan penilaian informan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Meskipun peneliti telah melakukan triangulasi untuk memperkuat validitas informasi, tetap ada kemungkinan bias subjektivitas yang memengaruhi hasil penelitian. Ketiga, keterbatasan waktu penelitian mengurangi kesempatan untuk mengamati perubahan strategi, adaptasi usaha, dan perkembangan kapabilitas dinamis secara berkelanjutan, sehingga dinamika jangka panjang dalam merespons perubahan pasar tidak sepenuhnya tertangkap.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan dengan melibatkan lebih banyak UMKM dari berbagai lokasi, ukuran, dan latar belakang usaha. Dengan melibatkan sejumlah UMKM, peneliti dapat memperoleh wawasan yang lebih kaya mengenai variasi strategi, praktik, dan penerapan kapabilitas dinamis, sekaligus menghasilkan temuan yang lebih representatif bagi sektor UMKM minuman segar secara umum. Selain itu, pendekatan penelitian dapat lebih mendalam dengan memperluas teknik pengumpulan data kualitatif, seperti melakukan wawancara mendalam berulang (in-depth interview) dengan pemilik usaha, untuk menangkap berbagai perspektif dan memperkaya pemahaman terkait proses sensing, seizing, dan transforming yang dijalankan UMKM. Observasi partisipatif juga dapat digunakan untuk memahami secara langsung interaksi, pengambilan keputusan, inovasi, dan dinamika operasional sehari-hari yang tidak selalu tercermin melalui wawancara.

Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi faktor-faktor tambahan yang kini semakin penting bagi daya saing UMKM, seperti inovasi produk, pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, pengelolaan hubungan pelanggan, serta strategi adaptasi terhadap perubahan tren konsumen dan teknologi. Dengan pendekatan kualitatif yang mendalam, peneliti dapat menelusuri secara rinci bagaimana strategi-strategi tersebut diterapkan dalam praktik sehari-hari dan bagaimana hal itu berdampak pada kapabilitas dinamis dan keunggulan kompetitif UMKM. Penelitian jangka panjang atau studi lapangan berkelanjutan juga sangat dianjurkan untuk menangkap perubahan, tantangan, dan inovasi yang terjadi dari waktu ke waktu, sehingga memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai bagaimana UMKM beradaptasi dalam menghadapi dinamika pasar yang cepat dan persaingan yang semakin ketat. Dengan menerapkan saran-saran tersebut, penelitian berikutnya tidak hanya dapat memperkaya temuan akademik, tetapi juga memberikan panduan praktis yang berguna bagi pelaku UMKM dalam mengelola sumber daya, memperkuat kapabilitas dinamis, dan meningkatkan daya saing usaha secara berkesinambungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adeniran, T., & Johnston, K. (2012). Investigating the dynamic capabilities and competitive advantage of South African SMEs. *African Journal of Business Management*.
- Khourouh, U., Windhyastiti, I., & Ratnaningsih, C. S. (2021). Kapabilitas dinamik dan keunggulan bersaing: Dinamisme lingkungan moderator ataukah driver? *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 18–34.

- Munir, N. S., Cahyono, R. D., & Patricia, M. C. (2023). Strategi peningkatan kapabilitas dinamis perusahaan properti. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 7(1), 18–25.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Teece, D. J. (2016). Dynamic capabilities and entrepreneurial management. *Journal of Management & Organization*.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.
- Wahyudi, H. S. (2021). Analisis faktor kapabilitas dinamis terhadap firm survive. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi*, 8(3), 833–844.