



Peran Kapabilitas Dinamis dalam Meningkatkan Daya Saing Toko Kue Family di Sukarame

Laili Fitri^{1,*}, Fadilla Seviyana¹, Vicky F Sanjaya¹

¹Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, Indonesia

Article Information

Article History:

Submit: 11 Desember 2025

Revision: 12 April 2026

Accepted: 20 April 2026

Published: 30 Mei 2026

Keywords

Kapabilitas Dinamis; Sensing; Seizing; Reconfiguring; Daya Saing

Correspondence

E-mail: lailif585@gmail.com*

A B S T R A C T

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi peran kapabilitas dinamis dalam meningkatkan daya saing Toko Kue Family, sebuah UMKM kuliner di Sukarame, Bandar Lampung. Kapabilitas dinamis, yang mencakup *sensing*, *seizing*, dan *reconfiguring*, memungkinkan usaha untuk menanggapi perubahan pasar, memanfaatkan peluang strategis, serta menata ulang sumber daya secara efisien. Pendekatan penelitian menggunakan studi kasus kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap operasional, strategi pemasaran, inovasi produk, dan manajemen sumber daya manusia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *sensing* membantu toko mengidentifikasi tren pasar, preferensi konsumen, dan strategi pesaing; *seizing* mendukung pengembangan produk baru, promosi melalui media digital, pengelolaan SDM, dan penetapan harga yang kompetitif; sedangkan *reconfiguring* memungkinkan penyesuaian proses internal, evaluasi produk, dan peningkatan efisiensi operasional. Integrasi ketiga kemampuan ini mendorong inovasi produk, kualitas layanan yang lebih baik, loyalitas pelanggan, dan keberlanjutan usaha. Temuan ini menegaskan bahwa penerapan kapabilitas dinamis menjadi fondasi strategis bagi UMKM dalam melakukan adaptasi proaktif, memperkuat posisi kompetitif, serta mendukung pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

Abstract

This study aims to explore the role of dynamic capabilities in enhancing the competitiveness of Toko Kue Family, a culinary MSME in Sukarame, Bandar Lampung. Dynamic capabilities, encompassing sensing, seizing, and reconfiguring, enable the business to respond to market changes, leverage strategic opportunities, and reorganize resources efficiently. The study employed a qualitative case study approach, collecting data through in-depth interviews and observations of operations, marketing strategies, product innovation, and human resource management. The findings indicate that sensing assists the business in identifying market trends, consumer preferences, and competitor strategies; seizing supports the development of new products, digital promotion, HR management, and competitive pricing; while reconfiguring facilitates internal process adjustments, product evaluation, and operational efficiency improvements. The integration of these three capabilities drives product innovation, enhanced service quality, customer loyalty, and business sustainability. The results affirm that implementing dynamic capabilities serves as a strategic foundation for MSMEs to proactively adapt, strengthen competitive positioning, and support sustainable business growth.

This is an open access article under the CC-BY-SA license





1. Pendahuluan

Sektor UMKM kuliner di Sukarame, Bandar Lampung menghadapi persaingan yang sangat ketat, ditandai oleh banyaknya pelaku usaha sejenis, percepatan inovasi produk, serta perubahan selera konsumen yang dinamis. Dalam kondisi tersebut, Toko Kue Family di Sukarame, Bandar Lampung tidak hanya dituntut untuk bertahan, tetapi juga mampu beradaptasi dan berkembang secara berkelanjutan. Kapabilitas dinamis menjadi aspek penting karena mencerminkan kemampuan usaha dalam merespons perubahan pasar, menangkap peluang, serta mengelola ulang sumber daya agar tetap relevan dengan kebutuhan konsumen.

Ardyan et al. (2023) mengungkapkan bahwa kemampuan merespons kebutuhan pelanggan dan menjalin kolaborasi strategis merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kinerja pemasaran UKM. Penerapan prinsip tersebut memungkinkan pelaku usaha untuk lebih adaptif terhadap preferensi konsumen, mempercepat inovasi produk, serta meningkatkan kualitas layanan. Selain itu, kolaborasi dengan pemasok, komunitas kuliner, dan pelaku UMKM lainnya dapat memperluas jaringan, meningkatkan kapasitas produksi, serta mendorong terciptanya inovasi bersama yang memperkuat daya saing usaha.

Industri kuliner yang kompetitif menuntut pelaku usaha untuk terus mengikuti perkembangan tren, baik dari segi rasa, kualitas, maupun variasi produk. Pergeseran pola konsumsi modern menyebabkan preferensi pelanggan menjadi semakin dinamis dan sulit diprediksi (Mayasari, 2021). Oleh karena itu, kemampuan dalam menyesuaikan strategi, memahami kebutuhan pasar, serta melakukan inovasi berkelanjutan menjadi sangat krusial. UMKM yang mampu membangun mekanisme adaptasi yang cepat dan sistematis cenderung lebih unggul karena tidak hanya bersifat reaktif, tetapi juga proaktif dalam memanfaatkan peluang pasar.

Meyana et al. (2023) menegaskan bahwa inovasi berkelanjutan dan pengelolaan sumber daya secara strategis merupakan kunci utama bagi UMKM untuk tetap eksis dan kompetitif. Dalam konteks objek penelitian, penguatan kapabilitas ini memungkinkan peningkatan pemahaman terhadap kebutuhan konsumen, perbaikan kualitas produk, serta penciptaan layanan yang lebih unggul. Keberhasilan UMKM tidak hanya ditentukan oleh kemampuan produksi, tetapi juga oleh strategi pengelolaan sumber daya yang adaptif dalam menciptakan nilai tambah dan membangun loyalitas pelanggan.

Djaini et al. (2025) juga menekankan pentingnya strategi adaptif di era transformasi digital yang menuntut kecepatan dalam menangkap peluang dan menghadapi tantangan baru. Pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dan operasional menjadi faktor penting dalam meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat interaksi dengan pelanggan. Dengan demikian, integrasi antara inovasi produk dan teknologi digital menjadi elemen kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM kuliner.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas kapabilitas dinamis pada UMKM, sebagian besar masih berfokus pada sektor umum atau perusahaan skala besar. Penelitian spesifik pada usaha kuliner lokal, khususnya toko kue dengan karakteristik pasar yang sangat dinamis, masih relatif terbatas. Selain itu, belum banyak kajian yang secara mendalam mengkaji bagaimana kapabilitas *sensing*, *seizing*, dan *transforming* diterapkan secara nyata dalam menghadapi persaingan lokal yang intens. Toko Kue Family sebagai objek penelitian memiliki keunikan dibandingkan toko kue lainnya, yaitu adanya kombinasi antara pengalaman usaha, kedekatan dengan konsumen lokal, serta upaya

inovasi produk yang berkelanjutan. Namun, di sisi lain, usaha ini juga menghadapi tantangan berupa keterbatasan sumber daya dan tekanan persaingan yang tinggi, sehingga menjadi menarik untuk dikaji lebih lanjut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk kapabilitas dinamis yang dimiliki objek penelitian sebagai dasar dalam menghadapi perubahan industri kuliner. Proses ini mencakup kemampuan *sensing* dalam menangkap tren pasar, memahami kebutuhan pelanggan, serta mengamati pergerakan pesaing. Selain itu, penelitian juga menganalisis kemampuan *seizing* dan *transforming* yang diwujudkan melalui inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, serta penyesuaian proses produksi.

Tujuan berikutnya adalah menganalisis peran kapabilitas dinamis dalam meningkatkan daya saing usaha. Analisis difokuskan pada kontribusi kemampuan *sensing*, *seizing*, dan *transforming* dalam memperkuat posisi pasar, memanfaatkan peluang, serta mendukung strategi pemasaran yang lebih efektif. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat penerapan kapabilitas dinamis, seperti kualitas sumber daya manusia, kemampuan manajerial, pemanfaatan teknologi digital, keterbatasan modal, serta dinamika perubahan selera konsumen.

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai kapabilitas dinamis pada UMKM, khususnya di sektor kuliner. Kajian ini menunjukkan bahwa kapabilitas *sensing*, *seizing*, dan *transforming* tidak hanya relevan bagi perusahaan besar, tetapi juga dapat diterapkan secara efektif pada usaha kecil dalam menghadapi perubahan pasar. Selain itu, penelitian ini memberikan implikasi praktis berupa rekomendasi strategi adaptif untuk meningkatkan daya saing usaha melalui inovasi produk, efisiensi operasional, serta pemanfaatan teknologi digital secara optimal.

Kapabilitas dinamis pada Toko Kue Family di Sukarame, Bandar Lampung dapat dijelaskan melalui tiga komponen utama, yaitu *sensing* (mendeteksi peluang dan tantangan), *seizing* (menangkap peluang), dan *transforming/reconfiguring* (penyesuaian dan reformasi internal). Pada aspek *sensing*, Toko Kue Family harus mampu mengenali tren pasar, perubahan selera konsumen, dan inovasi di industri kuliner, dengan indikator pengukuran berupa kepekaan terhadap tren pasar, kemampuan mendeteksi perubahan kebutuhan pelanggan, dan frekuensi inovasi produk. Selanjutnya, pada aspek *seizing*, setelah peluang teridentifikasi, langkah selanjutnya adalah memanfaatkannya melalui strategi tepat, misalnya pengembangan produk baru, promosi melalui media sosial, dan peningkatan kualitas layanan, dengan indikator pengukuran meliputi kecepatan peluncuran produk baru, efektivitas strategi pemasaran, serta pertumbuhan pelanggan dan penjualan. Sementara itu, pada aspek *transforming/reconfiguring*, Toko Kue Family perlu menyesuaikan proses internal, struktur organisasi, dan alokasi sumber daya agar selaras dengan peluang yang telah ditangkap, dengan indikator pengukuran berupa fleksibilitas operasional, efisiensi penggunaan sumber daya, dan kemampuan menyesuaikan sistem kerja dengan kebutuhan pasar (Munir, Cahyono, & Patricia, 2023).

Dengan menerapkan ketiga komponen ini secara terpadu, Toko Kue Family dapat meningkatkan inovasi, memperkuat loyalitas pelanggan, dan mempertahankan posisi kompetitif di industri kuliner yang dinamis (Khourouh, Windhyastiti, & Ratnaningsih, 2021). Kapabilitas dinamis menjadi fondasi strategis yang krusial bagi pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di Bandar Lampung.

Muksin dan Wahyuni (2020) melalui kajian sistematisnya menunjukkan bahwa *dynamic capability* merupakan kemampuan strategis yang sangat penting bagi UMKM dalam merespons perubahan pasar yang berlangsung cepat. Berdasarkan telaah mereka, tiga unsur kunci *sensing*, *seizing*, dan *reconfiguring* menjadi fondasi yang menentukan bagaimana UMKM dapat beradaptasi sekaligus meningkatkan keunggulan kompetitifnya. *Sensing* mengarahkan pelaku usaha untuk mengenali peluang serta perubahan kebutuhan konsumen, sedangkan *seizing* memungkinkan UMKM memilih strategi dan inovasi yang paling tepat untuk memanfaatkan peluang tersebut. Adapun *reconfiguring*

berfokus pada penataan ulang sumber daya dan proses internal agar dapat mendukung strategi yang baru diterapkan. Penelitian ini juga mengungkap bahwa *dynamic capability* tidak hanya berpengaruh langsung terhadap kinerja UMKM, tetapi juga memainkan peran penting sebagai penghubung antara inovasi, pengelolaan pengetahuan, dan strategi pemasaran dengan performa usaha. Secara keseluruhan, hasil studi tersebut menegaskan bahwa penguatan *dynamic capabilities* merupakan syarat utama bagi UMKM untuk mempertahankan keberlanjutan bisnis dan meraih daya saing jangka panjang.

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan konsep *dynamic capability* dapat dicermati melalui studi yang dilakukan oleh Fadhillah, Yacob, dan Lubis (2021), yang menelusuri bagaimana orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan pemanfaatan media sosial berkontribusi terhadap peningkatan kinerja pemasaran. Meskipun penelitian tersebut tidak secara langsung mengangkat istilah *dynamic capability*, temuan yang diperoleh menunjukkan bahwa perusahaan membutuhkan kemampuan adaptif yang kuat untuk merespons perubahan lingkungan bisnis yang semakin cepat. Orientasi kewirausahaan dalam studi ini menggambarkan proses *sensing*, yaitu kemampuan organisasi dalam membaca peluang pasar, memahami kebutuhan konsumen, dan mengidentifikasi perubahan kompetitif. Sementara itu, inovasi produk yang menjadi salah satu variabel utama mencerminkan proses *seizing*, di mana perusahaan mampu memanfaatkan peluang melalui pengembangan produk yang lebih kreatif, relevan, dan kompetitif. Lebih jauh, penggunaan media sosial secara intensif menggambarkan proses *reconfiguring*, karena perusahaan perlu menata ulang, mengelola, dan mengoptimalkan sumber daya digital untuk membangun interaksi dengan pelanggan dan memperluas jangkauan pemasaran. Secara keseluruhan, penelitian ini mengilustrasikan bahwa peningkatan kinerja pemasaran tidak hanya ditentukan oleh strategi pemasaran tradisional, tetapi sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam beradaptasi, berinovasi, dan melakukan transformasi sumber daya secara berkelanjutan yang merupakan ciri utama *dynamic capability* dalam mempertahankan keunggulan kompetitif di tengah persaingan pasar yang dinamis.

Artika, Toiba, dan Andriani (2024) mengungkapkan bahwa kapabilitas dinamis memegang peran penting dalam membantu perusahaan mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan, terutama bagi industri yang menghadapi perubahan lingkungan usaha yang cepat. Dalam penelitian tersebut, ketiga elemen utama kapabilitas dinamis *sensing*, *seizing*, dan *reconfiguring* ditelaah sebagai kemampuan kunci yang memungkinkan perusahaan beradaptasi dan merespons dinamika pasar. Kemampuan *sensing* dianggap sebagai tahap fundamental karena memberi perusahaan kepekaan dalam mengenali perubahan kebutuhan konsumen, mendeteksi pergeseran pesaing, dan mengidentifikasi potensi peluang yang dapat dimanfaatkan. Setelah peluang tersebut terbaca, kemampuan *seizing* berfungsi mengubah informasi tersebut menjadi tindakan strategis melalui pengambilan keputusan yang tepat, pengembangan inovasi baru, serta pemanfaatan sumber daya secara efektif. Adapun kemampuan *reconfiguring* berperan memastikan perusahaan tetap tangguh dengan menata ulang dan menyesuaikan kembali sumber daya maupun proses operasional sehingga selalu sesuai dengan tuntutan lingkungan bisnis yang terus berubah. Penelitian ini juga menegaskan bahwa kinerja inovasi bukan hanya hasil dari kapabilitas dinamis, tetapi turut memperkuat hubungan antara *sensing*, *seizing*, dan *reconfiguring* dengan keunggulan bersaing berkelanjutan. Dengan demikian, perusahaan yang memiliki kapabilitas dinamis yang kuat akan lebih siap menghadapi perubahan, lebih cepat berinovasi, dan mampu mempertahankan posisi kompetitifnya dalam jangka panjang (Artika et al., 2024).

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan metode kualitatif, karena metode ini memungkinkan peneliti mengeksplorasi secara mendalam bagaimana Toko Kue Family mengimplementasikan kapabilitas dinamis dalam meningkatkan daya saingnya. Pendekatan kualitatif dipilih untuk menangkap konteks, praktik operasional, dan strategi internal yang

dijalankan, sesuai dengan karakteristik UMKM kuliner yang dinamis (Zatia, Kumalasari, & Wonua, 2023). Informan dalam penelitian ini terdiri dari pemilik usaha sebagai informan utama, serta beberapa karyawan dan pelanggan sebagai informan pendukung, sehingga diperoleh sudut pandang yang lebih komprehensif mengenai praktik bisnis yang dijalankan. Penelitian dilakukan di Toko Kue Family Sukarame, Bandar Lampung, sebagai objek yang representatif dalam sektor UMKM kuliner lokal, dengan pengumpulan data dilaksanakan pada Rabu, 5 November 2025, pukul 13.00, saat aktivitas operasional berlangsung, sehingga informasi yang diperoleh mencerminkan kondisi nyata bisnis. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pemilik sebagai informan utama, serta melibatkan karyawan dan beberapa pelanggan untuk memperoleh pemahaman tentang strategi bisnis, pengambilan keputusan, dan penerapan kapabilitas dinamis dari berbagai perspektif.

Selain itu, observasi langsung terhadap kegiatan operasional, pelayanan, dan pemasaran dilakukan untuk mendapatkan gambaran praktik nyata, serta digunakan teknik triangulasi data dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi agar meningkatkan validitas dan keabsahan data penelitian. Data dianalisis secara deskriptif kualitatif, dengan fokus pada identifikasi pola *sensing* dalam membaca peluang pasar dan *seizing* dalam pengambilan keputusan strategis. Analisis ini membantu menggambarkan bagaimana kapabilitas dinamis berperan dalam meningkatkan keunggulan kompetitif Toko Kue Family dan kemampuan adaptasinya terhadap perubahan pasar (Zatia, Kumalasari, & Wonua, 2023), serta diperkuat melalui triangulasi sumber dan metode untuk memastikan konsistensi dan keandalan hasil penelitian.

3. Hasil dan Pembahasan

Pada aspek *sensing*, kemampuan Toko Kue Family dalam membaca tren pasar melalui interaksi langsung dan media sosial menunjukkan pendekatan berbasis pengalaman (*experience-based sensing*). Temuan ini sejalan dengan penelitian UMKM kuliner di Yogyakarta yang juga mengandalkan kedekatan dengan pelanggan sebagai sumber utama informasi pasar. Namun, berbeda dengan UMKM di Bandung yang telah memanfaatkan data digital secara lebih sistematis (seperti analitik penjualan dan tren online), Toko Kue Family masih berada pada tahap semi-tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun *sensing* berjalan baik, masih terdapat peluang peningkatan melalui integrasi teknologi berbasis data.

Pada aspek *seizing*, strategi yang dilakukan seperti inovasi produk, pemanfaatan media sosial, dan penetapan harga kompetitif menunjukkan respons yang cukup cepat terhadap peluang pasar. Jika dibandingkan dengan UMKM di Surabaya, pola ini memiliki kesamaan dalam hal pemanfaatan platform digital untuk promosi berbiaya rendah. Namun, UMKM di daerah tersebut cenderung lebih agresif dalam membangun branding dan diferensiasi produk secara visual, sementara Toko Kue Family masih berfokus pada variasi produk dan harga. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan *seizing* sudah efektif, tetapi belum sepenuhnya optimal dalam aspek penguatan identitas merek.

Pada aspek *reconfiguring*, Toko Kue Family menunjukkan kemampuan adaptasi melalui evaluasi produk, perbaikan layanan, dan penggunaan pencatatan sederhana. Jika dibandingkan dengan UMKM di Jakarta, perbedaan terlihat pada tingkat kompleksitas pengelolaan internal. UMKM di kota besar umumnya telah menggunakan sistem digital terintegrasi, sementara Toko Kue Family masih menggunakan pendekatan manual. Namun demikian, fleksibilitas yang dimiliki justru menjadi keunggulan karena proses penyesuaian dapat dilakukan lebih cepat tanpa birokrasi yang kompleks. Untuk memperjelas perbandingan temuan, berikut ringkasan dalam bentuk tabel 1:

Tabel 1. Perbandingan Temuan

Aspek	Toko Kue Family (Bandar Lampung)	UMKM Yogyakarta	UMKM Bandung	UMKM Surabaya	
Sensing	Berbasis pengalaman &	Serupa	(berbasis	Lebih berbasis data	Kombinasi offline &

	interaksi langsung	relasi pelanggan)	digital	online
Seizing	Inovasi produk & harga kompetitif	Fokus pada keunikan lokal	Branding kuat & inovasi visual	Digital marketing aktif
Reconfiguring	Fleksibel, manual, cepat	Adaptif sederhana	Semi-digital	Terstruktur

Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa kekuatan utama Toko Kue Family terletak pada fleksibilitas dan kedekatan dengan pasar lokal, sementara kelemahannya berada pada keterbatasan pemanfaatan teknologi dan sistem manajerial yang belum terstruktur secara modern.

Secara khusus, proses *reconfiguring* menjadi sangat krusial ketika terjadi kegagalan produk. Pada kondisi tersebut, langkah yang dilakukan tidak hanya sebatas menghentikan produksi, tetapi melalui beberapa tahapan adaptif. Pertama, dilakukan identifikasi penyebab kegagalan, seperti rendahnya minat konsumen, rasa yang kurang sesuai, atau harga yang tidak kompetitif. Kedua, dilakukan evaluasi berbasis umpan balik pelanggan, baik secara langsung maupun melalui komunikasi digital. Ketiga, dilakukan penyesuaian produk, misalnya dengan mengubah varian rasa, ukuran, tampilan, atau harga agar lebih sesuai dengan preferensi pasar. Keempat, optimalisasi penggunaan bahan baku dengan mengalihkan sisa bahan ke produk lain yang lebih laku, sehingga mengurangi kerugian. Kelima, perbaikan proses produksi dan pelayanan untuk meningkatkan kualitas secara keseluruhan.

Proses ini menunjukkan bahwa *reconfiguring* tidak hanya bersifat reaktif, tetapi juga menjadi mekanisme pembelajaran organisasi (*organizational learning*) yang memperkuat kemampuan usaha dalam menghadapi perubahan di masa depan. Dengan demikian, kegagalan produk justru menjadi sumber informasi strategis untuk meningkatkan inovasi dan efisiensi. Secara keseluruhan, dibandingkan dengan UMKM di daerah lain, Toko Kue Family memiliki keunggulan pada aspek fleksibilitas dan kedekatan pasar, namun masih perlu memperkuat integrasi teknologi dan sistem manajerial. Oleh karena itu, pengembangan kapabilitas dinamis ke depan perlu diarahkan pada kombinasi antara pendekatan berbasis pengalaman dan pemanfaatan data digital agar mampu bersaing secara lebih luas dan berkelanjutan.

4. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kapabilitas dinamis memegang peran krusial dalam meningkatkan daya saing Toko Kue Family di Sukarame, Bandar Lampung. Melalui kemampuan *sensing*, pemilik mampu secara proaktif mengidentifikasi tren pasar, memahami preferensi konsumen, serta memantau strategi pesaing, sehingga pengambilan keputusan menjadi lebih tepat sasaran dan berbasis informasi akurat. Kemampuan *seizing* memungkinkan pemanfaatan peluang melalui pengembangan produk baru, strategi promosi yang efektif, manajemen sumber daya manusia yang efisien, serta penetapan harga yang kompetitif. Sementara kemampuan *transforming* atau *reconfiguring* mendukung penyesuaian proses internal, evaluasi produk, dan optimalisasi operasional agar lebih adaptif terhadap dinamika pasar. Sinergi ketiga kemampuan ini menghasilkan keunggulan kompetitif yang terlihat melalui inovasi produk, kualitas layanan yang meningkat, loyalitas pelanggan, serta keberlanjutan usaha, sehingga Toko Kue Family mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan industri kuliner yang dinamis. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada satu objek penelitian, sehingga hasil yang diperoleh belum tentu dapat digeneralisasikan pada seluruh UMKM kuliner dengan karakteristik yang berbeda, serta keterbatasan waktu dan jumlah informan yang dapat memengaruhi kedalaman data yang diperoleh. Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar Toko Kue Family terus mengembangkan kapabilitas dinamis melalui pelatihan, pemantauan tren pasar, dan penerapan praktik terbaik UMKM lainnya. Inovasi produk sebaiknya dilakukan secara berkelanjutan untuk menjaga relevansi dengan tren kuliner dan kebutuhan konsumen. Pemanfaatan teknologi digital, baik untuk pemasaran, manajemen pesanan, maupun interaksi dengan pelanggan, perlu dioptimalkan untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing. Selain itu, kolaborasi strategis dengan pemasok, komunitas kuliner, dan pelaku UMKM lain dapat memperluas jaringan, memaksimalkan sumber daya, dan mendorong inovasi bersama. Terakhir,

evaluasi dan penyesuaian proses internal secara berkala akan memastikan usaha tetap adaptif, efisien, dan responsif terhadap perubahan pasar, sehingga keberlanjutan dan pertumbuhan Toko Kue Family dapat terjamin.

References

- Artika, S., Toiba, H., & Andriani, D. R. (2024). Mengembangkan keunggulan kompetitif berkelanjutan: Peran kapabilitas dinamis dan kinerja inovasi dalam industri biji kopi Excelsa. *Jurnal Teknik Pertanian Lampung*, 13(4), 1410-1421.
- Ardyan, R., Nugroho, A., & Prasetyo, E. (2023). Responsivitas terhadap kebutuhan pelanggan dan kolaborasi strategis dalam meningkatkan kinerja pemasaran UMKM. *Journal of Business and Management Studies*, 10(2), 45-57.
- Djaini, N., Fadhilah, A., & Santosa, P. (2025). Strategi adaptif dalam era transformasi digital untuk usaha kecil dan menengah. *Indonesian Journal of Management and Technology*, 8(1), 101-115.
- Farida, L., Syahrial, & Utami, D. (2022). Kapabilitas dinamis sebagai pendorong keunggulan bersaing pada UMKM. *Journal of Strategic Entrepreneurship*, 14(3), 221-234.
- Fadhillah, Y., Yacob, S., & Lubis, T. A. (2021). Orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan media sosial terhadap kinerja pemasaran. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 78-91.
- Khouroh, U., Windhyastiti, N., & Ratnaningsih, D. (2021). Peran kapabilitas dinamis dalam mempertahankan daya saing UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(1), 33-45.
- Maulidan, F., Haryanto, B., & Saputra, I. (2025). Mengukur daya saing UMKM: Dimensi dan implikasinya terhadap kinerja pasar. *Indonesian Journal of Business Research*, 6(1), 55-69.
- Mayasari, R. (2021). Pergeseran perilaku konsumen dan inovasi produk pada UMKM kuliner. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(3), 112-125.
- Meyana, D., Putra, A., & Ananda, L. (2023). Inovasi berkelanjutan dan pengelolaan sumber daya strategis dalam keberlanjutan UMKM. *Journal of Small Business Strategy*, 12(2), 44-60.
- Munir, A., Cahyono, B., & Patricia, S. (2023). Transformasi dan rekonfigurasi: Rutinitas kunci bagi keunggulan bersaing UMKM. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 18(2), 99-110.
- Muksin, A., & Wahyuni, S. (2020). Dampak kapabilitas dinamis terhadap kinerja UMKM: Sebuah tinjauan sistematis. *Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 9(1), 15-29.
- Prianti, E. D., & Salsabila, R. A. (2023). Peran kapabilitas dinamis dan sumber daya manusia dalam merespons perubahan pasar di industri fesyen: Studi kasus pada Candy Lady Store. *Seminar Nasional Manajemen*, 1-12.
- Soeparto, W. H. (2021). Analisis faktor kapabilitas dinamis terhadap keberlangsungan perusahaan. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(3), 833-844. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i3.36183>
- Wahyudi, S., Suri, D. M., Munir, A., & Wan Mohd Adzim Bin Wan Mohd Zain. (2025). Sensing, seizing dan reconfiguring: Kemampuan utama dan rutinitas organisasi untuk pembangunan berkelanjutan di Negara Bagian Terengganu Darul Iman, Malaysia. *BHAKTI NAGORI (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)*, 5(1), 191-197. https://doi.org/10.36378/bhakti_nagori.v5i1.4065
- Zatia, A., Kumalasari, D., & Wonua, R. (2023). Studi kualitatif tentang kapabilitas dinamis pada UMKM kuliner. *Jurnal Manajemen UMKM*, 4(1), 25-38.