

Perkembangan Framework Dynamic Capability: Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Umkm di Era Digital

Intan Puspita Sari¹, Intan Rahayu Kusuma¹, Vicky F Sanjaya¹

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung,, Indonesia

✉ intansaripuspita.022@gmail.com *

Article Information:

Received Okt 15, 2025

Revised Nov 28, 2025

Accepted Des 27, 2025

Keywords: *Dynamic capability, UMKM, Digitalisasi, Daya Saing, Inovasi*

Abstract

Era digital mengharuskan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk dengan cepat beradaptasi terhadap perubahan dalam iklim bisnis yang kian beragam. Penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah kerangka kerja dynamic capability sebagai dasar strategis guna memperkuat daya saing UMKM. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi kasus eksploratif dan wawancara mendalam pada satu unit UMKM di sektor jus buah. Penelitian ini menemukan tiga elemen utama dari dynamic capability, yaitu sensing, seizing, dan reconfiguring. Temuan menunjukkan bahwa kemampuan untuk mengidentifikasi peluang digital, memanfaatkan teknologi, serta melakukan inovasi dalam struktur bisnis sangat krusial bagi keberhasilan UMKM dalam menghadapi persaingan di era digital. Kerangka kerja ini diharapkan dapat menjadi panduan praktis dalam memperkuat daya saing ekonomi UMKM yang berbasis teknologi

PENDAHULUAN

Sektor UMKM memegang peranan vital dan strategis sebagai tulang punggung ekonomi Indonesia, di tinjau dari kontribusinya terhadap agregat Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Meskipun demikian, akselerasi transformasi teknologi digital secara global menghadirkan tekanan yang signifikan, menuntut adaptasi cepat terhadap lingkungan yang ditandai oleh inovasi yang sporadis dan perubahan preferensi konsumen yang dinamis. Hambatan utama yang dihadapi UMKM meliputi defisit literasi digital, keterbatasan akses modal untuk inovasi, dan penguasaan teknologi yang secara sistematis menghambat pembentukan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan ((UNCTAD), 2021).

How to cite:

Sari, I, P., Kusuma, I, R., Sanjaya, V, F. (2025) Perkembangan Framework Dynamic Capability: Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Umkm di Era Digital. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(44), 451-454.

E-ISSN:

3046-8655

Published by:

The Institute for Research and Community Service

Dalam konteks lingkungan yang hiperkompetitif dan dinamis, kemampuan adaptasi strategi menjadi penentu kelangsungan hidup. Konsep *dynamic capability* muncul sebagai perpanjangan dari *Resource-Based View*, yang menjelaskan bahwa disparitas kinerja antar perusahaan bukan hanya ditentukan oleh kepemilikan sumber daya yang unik, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan untuk memperbarui, mengubah, dan mengintegrasikan sumber daya tersebut secara adaptif. Menurut Teece (2007), *dynamic capability* mengacu pada kapasitas perusahaan untuk mengintegrasikan, mengembangkan dan menata ulang sumber daya guna menanggapi perubahan di lingkungan (Teece, 2007). *Dynamic capability* memiliki tiga elemen utama. Pertama, *sensing*, yaitu keahlian organisasi untuk mendeteksi peluang serta ancaman melalui evaluasi pasar, tren industri, dan data digital. Kedua, *seizing*, yaitu kapabilitas dalam memanfaatkan peluang dengan cara menerapkan teknologi, menciptakan model bisnis baru, dan melaksanakan strategi yang inovatif. Ketiga, *reconfiguring*, menjelaskan kemampuan organisasi untuk merombak dan menyesuaikan kembali proses bisnis, struktur organisasi, serta sumber daya manusia agar tetap bersaing (Teece et al., 1997).

Kapabilitas ini menjadi sangat penting bagi UMKM agar mampu bertahan, berkembang dan bersaing di zaman digital. Transformasi digital bagi UMKM tidak hanya sekedar adopsi teknologi, tetapi merupakan perubahan mendasar dalam proses bisnis dan pola pikir (Nambisan et al., 2019). Manfaat utama digitalisasi bagi UMKM meliputi ekspansi jangkauan pasar yang luas, peningkatan efisiensi operasional melalui otomatisasi, dan kemampuan pengambilan keputusan berbasis data driven decision making (Kurniawati et al., 2021). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkonstruksi dan menganalisis implementasi kerangka kerja *dynamic capability* yang terstruktur sebagai strategi terbukti untuk meningkatkan daya saing UMKM.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus intrinsik. Objek penelitian adalah satu unit UMKM di sektor jus buah yang berlokasi di Lampung, dipilih secara *purposive sampling* berdasarkan kriteria telah melaksanakan inisiatif digital yang signifikan dan menunjukkan ketahanan di pasar yang kompetitif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pengelola UMKM, observasi langsung terhadap kegiatan produksi dan pemasaran, serta dokumentasi dalam bentuk foto kegiatan, dan konten iklan digital (Nowell et al., 2017). Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis tematik melalui pengurangan data, penyajian data dalam bentuk naratif dan kutipan, dan penarikan kesimpulan yang terverifikasi. Keabsahan data *trustworthiness* di pastikan melalui triangulasi sumber, yaitu dari wawancara, observasi, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan *Sensing* pada UMKM Jus Buah

UMKM yang di teliti menunjukkan kemampuan *sensing* yang efektif dengan mengikuti perkembangan tren minuman sehat, dan *hashtag* kesehatan di media sosial. meningkatnya permintaan untuk gaya hidup sehat, serta memantau tindakan pesaing di platform media social, data digital memungkinkan UMKM untuk menemukan kesempatan pasar baru dan menyesuaikan pilihan jus mereka sesuai dengan keinginan pelanggan (May et al., 2025).

Penerapan *sensing* ini memungkinkan UMKM memperoleh informasi pasar yang real time dan esensial. Hal ini sejalan dengan konsep yang diungkapkan oleh Eisenhardt & Martin (2000), yang mengemukakan bahwa Perusahaan perlu memanfaatkan

informasi yang ada di pasar untuk menemukan peluang strategis dalam ekosistem digital (Eisenhardt et al., 2000). informasi ini kemudian menjadi input kritis untuk tahap selanjutnya.

Penerapan Seizing melalui Teknologi Digital

Berdasarkan peluang yang dideteksi melalui *seizing*, Usaha Mikro Kecil Menengah menggunakan beragam teknologi digital seperti Gofood, Grabfood, Instagram, dan Tiktok sebagai saluran untuk meningkatkan promosi untuk memperluas akses pasar dan juga sebagai feedback pelanggan dan basis data geografis. Penggunaan aplikasi digital juga memungkinkan UMKM untuk mengelola informasi penjualan, seperti meluncurkan varian baru dalam waktu singkat setelah trennya terdeteksi, menunjukkan respon pasar yang cepat dan gesit (Eisenhardt & Martin, 2000). menyederhanakan transaksi, dan mempercepat layanan bagi pelanggan (Rahayu & Day, 2017).

Kapabilitas *sizing* yang efektif memastikan bahwa peluang yang diidentifikasi tidak terbuang, melainkan diubah menjadi strategi bisnis yang menghasilkan keuntungan. Hal ini sejalan dengan pendapat Bharadwaj (2012) yang menyoroti betapa pentingnya strategi bisnis berbasis digital untuk memanfaatkan peluang ekonomi melalui pemanfaatan teknologi (Bharadwaj et al., 2012)

Penerapan Reconfiguring untuk Adaptasi Bisnis

Usaha Mikro Kecil Menengah melakukan penyesuaian dalam proses produksi mereka, contohnya melakukan restrukturisasi tim melalui pergeseran fokus dari offline cashier menjadi tim order Handler Digital yang bertugas mengelola semua pesanan dan ulasan dari platform daring, mengelola jadwal operasional berdasarkan data penjualan digital, menciptakan inovasi, menu sesuai musim atau tren, serta meningkatkan kemampuan karyawan dalam penggunaan teknologi digital. Penyesuaian internal tersebut dapat memperkuat posisi bisnis di tengah persaingan dunia digital. *Reconfiguring* adalah elemen utama dari *dynamic capability* yang menekankan pentingnya adanya struktur organisasi yang dapat beradaptasi (Teece, 2014)

KESIMPULAN

Penelitian ini menekankan bahwa pengembangan framework *dynamic capability* merupakan persyaratan strategis untuk meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di zaman digital. Studi kasus pada UMKM jus buah menjadi fokus penelitian menunjukkan bahwa kemampuan untuk mengidentifikasi (*sensing*), mengambil peluang (*seizing*), dan menata ulang (*reconfiguring*) adalah aspek krusial dalam proses inovasi dan adaptasi bisnis. Dengan memanfaatkan teknologi digital dan melakukan penyesuaian internal, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan produktivitas, serta menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Kerangka kerja ini dapat menjadi pedoman bagi UMKM lain yang ingin mengembangkan strategi digital dengan lebih efisien serta menjadi landasan untuk penelitian empiris di masa mendatang.

REFERENSI

- (UNCTAD), U. N. C. on T. and D. (2021). Digital Economy Report 2021 : Cross-border data flows and development : For whom the data flow.
- Bharadwaj, A., El Sawy, O., Pavlou, P., & Venkatraman, N. (2012). Bus4050W - Business Strategy. 37(November), 471–482.
- Eisenhardt, K. M., Stanford, D., Teknik, D., Stanford, U., & Eisenhardt, K. M. (2000). Kemampuan Dinamis : Apa Itu ? 1121, 1105–1121.
- Kurniawati, E., Idris, I., Handayati, P., & Osman, S. (2021). Digital transformation of

- MSMEs in Indonesia during the pandemic. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 9(2), 316–331. [https://doi.org/10.9770/jesi.2021.9.2\(21\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2021.9.2(21))
- May, E. E., Bunmi, E. E., Oyekunle, D. O., Ugbomeh, W. O., & Matthew, U. O. (2025). Digital Marketing Adoption in SMEs: A Technology-Organization-Environment (TOE)-Based Assessment of Business Growth and Competitiveness. *Recent Research Reviews Journal*, 4(1), 50–71. <https://doi.org/10.36548/rrrj.2025.1.004>
- Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes. *Research Policy*, 48(8), 103773. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.018>
- Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic Analysis: Striving to Meet the Trustworthiness Criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1), 1–13. <https://doi.org/10.1177/1609406917733847>
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25–41. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0044-6>
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319–1350. <https://doi.org/10.1002/smj.640>
- Teece, D. J. (2014). The Foundations of Enterprise Performance: Dynamic and Ordinary Capabilities in an (Economic) Theory of Firms. *Academy of Management Perspectives*, 28(4), 328–352. <https://doi.org/10.5465/amp.2013.0116>
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). *Kapabilitas Dinamis dan Manajemen Strategis* Penulis: David J. Teece, Gary Pisano, dan Amy Shuen Sumber: 18(7). <https://www.jstor.org/stable/3088148%0AJSTOR>

Copyright holder:

© Sari, I, P., Kusuma, I, R., Sanjaya, V, F. (2025)

First publication right:

Jurnal Riset Manajemen

This article is licensed under:

CC-BY-SA