



Research Article

Penerapan Dynamic Capability pada UMKM Kuliner: Studi Kasus Kedai Suho, Bandar Lampung

Dea Uswatun Hasanah¹, Icha Nur Fadilnia², M. Gibran Yudha³, Vicky F Sanjaya M.Sc⁴

1. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung; deauswatunhasanah78@gmail.com
2. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung; ichanurfadilnia12@gmail.com
3. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung; mgyp@gmail.com
4. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung; vicky@radenintan.ac.id

Copyright © 2026 by Authors, Published by **Managing: Jurnal Bisnis dan Manajemen**. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : March 13, 2026

Revised : April 15, 2026

Accepted : May 17, 2026

Available online : June 15, 2026

How to Cite: Dea Uswatun Hasanah, Icha Nur Fadilnia, M. Gibran Yudha, & Vicky F Sanjaya M.Sc. (2026). Implementation of Dynamic Capability in Culinary MSMEs: A Case Study of Kedai Suho, Bandar Lampung. *Managing: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 77-83. <https://doi.org/10.6166/managing.v3i1.91>

Implementation of Dynamic Capability in Culinary MSMEs: A Case Study of Kedai Suho, Bandar Lampung

Abstract. This study aims to analyze the implementation of dynamic capability in culinary SMEs, particularly Kedai Suho, in responding to market changes, customer needs, and operational challenges. The study employs a qualitative approach using a case study method. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation related to Kedai Suho's operations. The results indicate that Kedai Suho applies three dimensions of dynamic capability: sensing, seizing, and reconfiguring. The owner demonstrates sensing capability by identifying changes in customer preferences through menu innovation and topping variations. Seizing capability is reflected in strategies such as menu diversification, promotions, and customer-oriented service to enhance loyalty. Reconfiguring capability is implemented through improvements in raw material

quality, packaging, and food presentation. Despite stable business performance, significant challenges arise from digital platform fees and taxes, affecting profit margins. This study recommends strengthening digital adaptation strategies, systematic financial management, and continuous innovation to maintain competitiveness and business sustainability.

Keywords: Dynamic Capability, Culinary SMEs, Kedai Suho, Sensing, Seizing, Reconfiguring.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan dynamic capability pada UMKM kuliner, khususnya Kedai Suho, dalam menghadapi perubahan pasar, kebutuhan pelanggan, dan tantangan operasional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terkait operasional Kedai Suho. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kedai Suho menerapkan tiga dimensi dynamic capability, yaitu sensing, seizing, dan reconfiguring. Pemilik usaha menunjukkan kemampuan sensing dengan membaca perubahan preferensi pelanggan melalui inovasi menu dan variasi topping. Kemampuan seizing terlihat dari strategi diversifikasi menu, promosi, dan pelayanan yang ramah untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Kemampuan reconfiguring diterapkan melalui peningkatan kualitas bahan baku, perbaikan pengemasan, dan penyempurnaan penyajian. Meskipun usaha berjalan stabil, tantangan signifikan muncul dari biaya dan PPN platform digital, yang memengaruhi margin keuntungan. Penelitian ini menyarankan penguatan strategi adaptasi digital, pengelolaan keuangan yang lebih sistematis, dan inovasi berkelanjutan untuk mempertahankan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Kata kunci: Dynamic Capability, UMKM Kuliner, Kedai Suho, Sensing, Seizing, Reconfiguring.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis yang memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. (- et al., 2024) Pada industri kuliner, persaingan semakin ketat seiring dengan perubahan preferensi konsumen, kemunculan tren makanan baru, serta meningkatnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dan layanan. Kondisi ini menuntut UMKM untuk memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi agar tetap relevan, mampu bertahan, dan berkembang di tengah dinamika pasar yang cepat berubah. Dalam konteks tersebut, konsep dynamic capability menjadi sangat penting, karena menawarkan kerangka untuk memahami bagaimana sebuah usaha dapat mengenali perubahan lingkungan, memanfaatkan peluang baru, dan menata ulang sumber daya internal untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Dynamic capability terdiri dari tiga dimensi utama—sensing, seizing, dan reconfiguring. Sensing merujuk pada kemampuan perusahaan dalam mengidentifikasi peluang dan ancaman pasar. Seizing berfokus pada kemampuan memanfaatkan peluang yang telah ditemukan melalui pengembangan produk, inovasi layanan, atau strategi pemasaran yang tepat. Sementara itu, reconfiguring mencerminkan kemampuan usaha dalam menata ulang sumber daya, proses, dan struktur operasional agar lebih responsif terhadap perubahan lingkungan. Ketiga aspek ini saling terkait dan menjadi fondasi penting bagi keberhasilan UMKM kuliner dalam menghadapi ketidakpastian pasar. (Teece et al., 1997)

Kedai Suho sebagai salah satu UMKM kuliner menghadapi tantangan yang umum terjadi dalam industri makanan dan minuman, seperti variasi selera konsumen, fluktuasi jumlah pelanggan, intensitas persaingan antar kedai, serta perubahan pola konsumsi masyarakat menuju digitalisasi. Di tengah tantangan tersebut, kemampuan Kedai Suho dalam membaca kebutuhan konsumen, merespons tren kuliner, dan melakukan penyesuaian operasional menjadi faktor penting untuk mempertahankan keberlanjutan usaha. Namun, belum banyak penelitian yang menelaah secara mendalam bagaimana konsep dynamic capability diterapkan pada UMKM kuliner skala mikro seperti Kedai Suho. (Wimpertiwi et al., 2024)

Penelitian mengenai penerapan dynamic capability pada UMKM kuliner juga masih terbatas, terutama pada konteks usaha kecil yang mengelola bisnis secara sederhana namun dituntut untuk tetap adaptif. Banyak studi terdahulu lebih berfokus pada usaha menengah atau perusahaan besar, sehingga kajian pada UMKM kuliner mikro menjadi relevan untuk mengisi celah penelitian tersebut. Dengan menganalisis bagaimana Kedai Suho mengelola proses sensing kebutuhan pelanggan, seizing peluang bisnis, serta melakukan reconfiguring pada sumber daya dan operasional, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman empiris mengenai strategi adaptasi UMKM menghadapi perubahan pasar. (Engelmann, 2024)

Selain itu, kajian ini memberikan nilai praktis bagi pelaku UMKM lainnya, karena dapat menjadi contoh implementasi kapabilitas dinamis pada skala usaha kecil. Informasi mengenai strategi adaptasi Kedai Suho juga dapat menjadi rujukan bagi pengembangan kebijakan pembinaan UMKM, terutama pada sektor kuliner yang memiliki dinamika tinggi. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi secara teoritis terhadap pengembangan literatur dynamic capability, tetapi juga memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan daya saing UMKM kuliner di Indonesia. (Muhammad & Indarwati, 2023)

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena memberikan peluang untuk memahami secara mendalam penerapan dynamic capability pada Kedai Suho terutama bagaimana usaha kuliner ini beradaptasi terhadap perubahan lingkungan, memanfaatkan peluang, dan menata ulang sumber daya yang dimiliki.

Penelitian dilakukan di Kedai Suho sebagai lokasi utama. Informan penelitian terdiri dari pemilik usaha sendiri yaitu kak Aji sebagai pendukung triangulasi data. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yakni mereka yang dianggap paling mengetahui kondisi internal usaha, dan dapat diperluas dengan snowball sampling bila informasi tambahan diperlukan.

Fokus penelitian mengacu pada konsep Dynamic Capability yang meliputi tiga aspek utama: kemampuan sensing (mendeteksi peluang, tren, dan ancaman), kemampuan seizing (mengambil keputusan strategis dalam memanfaatkan peluang), serta kemampuan reconfiguring (melakukan penataan ulang sumber daya dan proses agar usaha tetap kompetitif dan adaptif).

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik utama. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali pengalaman, strategi, dan pemahaman informan mengenai perubahan yang terjadi dalam usaha mereka. Observasi lapangan dilakukan untuk melihat secara langsung aktivitas operasional, proses produksi, interaksi dengan pelanggan, serta bentuk adaptasi yang tampak dalam praktik sehari-hari. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan bahan pendukung seperti foto kegiatan, catatan penjualan, perubahan menu, materi promosi, dan dokumen lain yang menggambarkan strategi pengembangan usaha.

Data dianalisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña, yang mencakup tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data dalam bentuk narasi tematis, serta penarikan kesimpulan secara induktif berdasarkan pola dan temuan lapangan. Proses analisis dilakukan secara simultan dengan pengumpulan data agar pemahaman terhadap konteks semakin mendalam dan hasil lebih akurat.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber (pemilik, karyawan, pelanggan), triangulasi teknik (wawancara, observasi, dokumentasi), serta member check dengan mengonfirmasi temuan penelitian kepada informan. Selain itu, peneliti juga melakukan perpanjangan observasi untuk memastikan data konsisten dan sesuai dengan kondisi lapangan.

Penelitian dilaksanakan dengan memperhatikan etika penelitian, seperti menjaga kerahasiaan identitas informan, memberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian sebelum wawancara, serta memastikan bahwa seluruh data digunakan hanya untuk keperluan akademik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menggambarkan dinamika usaha yang terjadi pada Kedai Suho serta bagaimana pemilik usaha menerapkan kapabilitas dinamis (dynamic capability) yang meliputi kemampuan sensing, seizing, dan reconfiguring dalam menghadapi perubahan dan kebutuhan pelanggan. (Muhammad & Indarwati, 2023)

Dinamika yang Terjadi dalam Operasional Kedai Suho. Berdasarkan hasil wawancara, pemilik Kedai Suho menyampaikan bahwa selama berjualan, kondisi usaha cenderung stabil dan selalu ramai setiap harinya. Hal ini menunjukkan bahwa usaha relatif diterima dengan baik oleh pasar dan memiliki pelanggan yang cukup sejumlah. (Chaerunnisa Najib et al., 2025)

Namun demikian, terdapat dinamika yang muncul khususnya pada sistem pemesanan melalui aplikasi Shopee Food. Pemilik mengeluhkan adanya perubahan kebijakan pajak (PPN) dan potongan biaya yang dikenakan melalui platform tersebut. Kondisi ini menyebabkan keuntungan yang diterima penjual menjadi lebih kecil. Pemilik menyatakan bahwa hal ini merupakan salah satu kendala yang cukup dirasakan dan menjadi tantangan dalam mempertahankan margin keuntungan. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun usaha memiliki kinerja yang baik secara fisik, saluran digital menghadirkan tekanan yang memerlukan perhatian dan strategi adaptasi yang lebih cermat.

Penerapan Dynamic Capability, Kemampuan Sensing (Kepekaan terhadap Perubahan). Kemampuan sensing terlihat dari bagaimana pemilik Kedai Suho peka

terhadap perubahan kebutuhan dan selera pelanggan. Pada awalnya, kedai hanya menjual nasi goreng biasa tanpa tambahan rasa atau topping. Namun, setelah menerima banyak masukan dari pelanggan yang menginginkan variasi rasa, pemilik memutuskan untuk menambah berbagai pilihan topping dan cita rasa. Perubahan menu ini muncul sebagai respons langsung terhadap preferensi pelanggan, menunjukkan kepekaan pemilik dalam menangkap peluang serta membaca tren konsumsi makanan yang lebih variatif.

Kemampuan Seizing (Menangkap Peluang dan Mengambil Langkah Strategis). Kemampuan seizing terlihat dalam berbagai langkah strategis yang diambil pemilik setelah mengetahui adanya perubahan kebutuhan pelanggan. Pemilik tidak hanya menjual satu jenis menu, tetapi memperluas variasi menu agar pelanggan tidak merasa bosan. Selain itu, pemilik memberikan diskon kepada pelanggan, terutama pelanggan yang sering melakukan pemesanan ulang (repeat order). Pendekatan ini tidak hanya menumbuhkan loyalitas pelanggan, tetapi juga menjadi strategi untuk mempertahankan daya saing, khususnya di tengah banyaknya usaha kuliner serupa. Sikap ramah yang ditunjukkan kepada pelanggan dipadukan dengan kebijakan harga yang fleksibel menjadi bagian dari strategi seizing yang diterapkan Kedai Suho.

Kemampuan Reconfiguring (Penataan Ulang Sumber Daya). Dalam menghadapi perubahan selera pelanggan maupun dinamika usaha, pemilik juga melakukan penataan ulang sumber daya internal. Pemilik meningkatkan kualitas bahan baku, misalnya mengubah kecap tanpa merek menjadi kecap bermerek yang lebih berkualitas untuk menjaga cita rasa makanan. Selain itu, pemilik memperbaiki kualitas pengemasan dengan mengganti packaging menjadi tinwall yang lebih tahan panas, tidak mudah bocor, dan lebih aman digunakan. Pembaruan ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperbaiki citra produk agar terlihat lebih profesional. Pemilik juga melakukan penyesuaian dalam penyajian agar lebih rapi dan menarik. Langkah-langkah ini menunjukkan kemampuan reconfiguring, yaitu bagaimana usaha menata ulang komponen internal untuk meningkatkan kualitas dan menghadapi perubahan eksternal.

Ringkasan Temuan, berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Kedai Suho telah menerapkan kapabilitas dinamis secara nyata dalam kegiatan operasionalnya. Usaha mampu menangkap perubahan selera pelanggan (sensing).cUsaha mampu mengoptimalkan peluang dan menerapkan strategi pelayanan serta promosi (seizing). Usaha melakukan penyesuaian sumber daya dan kualitas produk (reconfiguring).

Meskipun demikian, tantangan terkait potongan biaya dan PPN dari platform penjualan online menjadi dinamika yang perlu dihadapi agar usaha tetap mempertahankan keuntungan optimal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan konsep dynamic capability sangat penting bagi UMKM kuliner seperti Kedai Suho di Bandar Lampung untuk tetap kompetitif dan berkelanjutan. Kedai Suho berhasil menerapkan tiga dimensi utama dari dynamic capability, yaitu sensing, seizing, dan reconfiguring, dalam mengidentifikasi tren pasar, memanfaatkan peluang, serta meningkatkan kualitas produk dan layanan.

Dari dimensi sensing, pemilik Kedai Suho menunjukkan kepekaan yang baik terhadap perubahan preferensi pelanggan. Hal ini tercermin dari respons cepat terhadap kebutuhan variasi menu melalui penambahan topping dan diversifikasi rasa nasi goreng. Kepekaan ini menandakan kemampuan usaha dalam membaca sinyal pasar dan menangkap peluang inovasi.

Pada dimensi seizing, pemilik mampu memanfaatkan peluang pasar melalui pengembangan menu baru, pemberian diskon untuk pelanggan tertentu, serta penerapan pendekatan pelayanan yang ramah dan komunikatif. Strategi-strategi ini terbukti memperkuat loyalitas pelanggan, meningkatkan pengalaman konsumsi, dan mempertahankan daya tarik usaha di tengah persaingan usaha kuliner yang ketat.

Sementara itu, pada dimensi reconfiguring, pemilik Kedai Suho melakukan penataan ulang sumber daya secara konsisten melalui peningkatan kualitas bahan baku, perbaikan jenis pengemasan menggunakan wadah tinwall yang lebih higienis dan tahan panas, serta penyempurnaan teknik penyajian. Langkah-langkah ini tidak hanya meningkatkan kualitas produk, tetapi juga memperkuat citra profesional dan menjaga kepuasan pelanggan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa Kedai Suho telah berhasil mengimplementasikan dynamic capability dalam operasional sehari-harinya. Namun, terdapat tantangan yang masih perlu mendapatkan perhatian, terutama terkait kebijakan biaya pada platform pemesanan online. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi adaptif yang lebih komprehensif untuk menghadapi tekanan eksternal tersebut agar usaha dapat terus berkembang secara berkelanjutan.

SARAN

1. Penguatan Strategi Digital: UMKM perlu meningkatkan penggunaan platform digital dan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar dan efisiensi operasional.
2. Pengelolaan Keuangan Sistematis: Penting untuk menerapkan pengelolaan keuangan yang lebih terstruktur guna mengatasi biaya-biaya tambahan dan meningkatkan margin keuntungan.
3. Inovasi Berkelanjutan: Terus melakukan inovasi produk dan layanan sesuai tren pasar dan kebutuhan pelanggan agar tetap relevan dan menarik.
4. Pelatihan dan Pengembangan SDM: Memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM mengenai strategi pemasaran digital dan manajemen keuangan.
5. Dukungan Pemerintah dan Stakeholder: Pemerintah dan stakeholder terkait diharapkan dapat memberikan insentif dan dukungan berupa pelatihan, akses

pembiayaan, dan pengembangan platform digital yang lebih terjangkau bagi UMKM.

REFERENSI

- Chaerunnisa Najib, Tuti Supatminingsih, Muhammad Hasan, Muhammad Asiz, Najamuddin, & Najib, M. (2025). SWOT-AHP Integrated Strategic Analysis of Culinary MSMEs: Optimizing Product Diversification to Increase Sales. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 6(1), 10–21. <https://doi.org/10.62794/je3s.v6i1.6079>
- Engelmann, A. (2024). A performative perspective on sensing, seizing, and transforming in small- and medium-sized enterprises. *Entrepreneurship and Regional Development*, 36(5–6), 632–658. <https://doi.org/10.1080/08985626.2023.2262430>
- Kholilur Rohman, & Abdur Rohman. (2024). Analysis of Product Halal Aspects in Pak Juhari Sate Business, Nyurmanis Village, Blega SKB Sharia Perspective. *Regulate: Jurnal Ilmu Pendidikan, Hukum Dan Bisnis*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.61166/regulate.v1i1.1>
- K. J. S., -, S. S., & -, B. J. S. (2024). Micro, Small, and Medium-Sized Enterprises (MSMEs): The Significant Role and Challenges in Indonesia's Economy. *International Journal For Multidisciplinary Research*, 6(3). <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i03.20824>
- Muhammad, W. R., & Indarwati, T. A. (2023). Analysis Influence of Market Orientation and Digital Marketing Capability on The Marketing Performance of Digital Culinary Sector MSMEs In Surabaya City. *International Journal of Economics, Management, Business, and Social Science (Ijembis)*, 3(2), 379–389. <https://doi.org/10.59889/ijembis.v3i2.152>
- Nadra Sagita, Suha Saputri, Rizki Maulana, & Titin Sumarni. (2024). Implementasi E-Commerce Untuk Mendukung Perekonomian Masyarakat Lokal Di Desa Selatbaru. *Interkoneksi: Journal of Computer Science and Digital Business*, 2(2), 64–73. <https://doi.org/10.61166/interkoneksi.v2i2.34>
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. M. Y. (1997). *Dynamic Capabilities and Strategic Management* Authors (s): David J . Teece , Gary Pisano and Amy Shuen Published by : Wiley Stable URL : <http://www.jstor.org/stable/3088R> archive indicates your a148 Accessed : 24-03-2016 16 : 22 UTC Your use of the JSTO. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.
- Vifin Nadzary AL Awaly, & Abdur Rohman. (2025). Analysis of Socio-Economic Aspects of MSMEs Processing Salak Taman Ambudi Makmur 2 in the Perspective of Business Feasibility Studies. *Demagogi: Journal of Social Sciences, Economics and Education*, 3(2), 67–76. <https://doi.org/10.61166/demagogi.v3i2.45>
- Wimpertiwi, D., Arief, M., Alamsjah, F., & Setiowati, R. (2024). Exploring small and medium enterprise performance through dynamic capability perspective. *Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, 16(1). <https://doi.org/10.4102/SAJESBM.V16I1.868>