

INTEGRASI DYNAMIC CAPABILITY DAN STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA UMKM KULINER

Sesa Dila Safitri^{1*}, Serni Mutiara², Vicky F. Sanjaya³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas, Islam Negeri Raden Intan Lampung

*E-mail Correspondence: sesadila8@gmail.com

ABSTRAK

UMKM kuliner menghadapi perubahan pasar yang semakin dinamis seiring berkembangnya preferensi konsumen, digitalisasi pembayaran, serta meningkatnya persaingan bisnis. Kemampuan adaptasi pelaku usaha menjadi faktor penting dalam mempertahankan kinerja dan relevansi usaha. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana integrasi dynamic capability dan strategi pelayanan berkontribusi terhadap peningkatan kinerja UMKM kuliner melalui studi kasus Bubur Ayam Mas Mul. Pendekatan penelitian menggunakan metode kualitatif dengan desain studi kasus. Data primer berasal dari transkrip wawancara pemilik usaha, sedangkan data sekunder diperoleh dari jurnal akademik terkait kapabilitas dinamis, pelayanan, dan UMKM. Analisis dilakukan menggunakan open coding untuk mengidentifikasi kategori sensing, seizing, transforming, strategi pelayanan, dan dampaknya terhadap kinerja usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan membaca perubahan pasar mendorong pengambilan keputusan strategis seperti penambahan menu, peningkatan kapasitas produksi, pemanfaatan media digital, serta penggunaan layanan pemesanan daring. Transformasi operasional tercermin melalui konsistensi rasa, kecepatan pelayanan, dan adaptasi terhadap teknologi pembayaran. Integrasi dynamic capability dan pelayanan terbukti meningkatkan pengalaman pelanggan dan memperkuat kinerja usaha. Penelitian ini memperlihatkan bahwa pelayanan berperan sebagai jembatan antara kemampuan adaptasi dan peningkatan performa UMKM dalam menghadapi perubahan pasar.

Kata Kunci: Adaptasi_Pasar, Dynamic_Capability, Kinerja_Usaha, Pelayanan, UMKM_Kuliner

ABSTRACT

Culinary MSMEs operate in a rapidly changing market shaped by shifting consumer preferences, digital payment adoption, and increasing competition. The ability to adapt becomes essential for sustaining performance and maintaining business relevance. This study aims to analyze how the integration of dynamic capability and service strategy contributes to improving the performance of culinary MSMEs through a case study of Bubur Ayam Mas Mul. The research applies a qualitative method using a case study design. Primary data were obtained from interview transcripts with the business owner, while secondary data were sourced from academic journals related to dynamic capabilities, service quality, and MSME performance. Data were analyzed using open coding to identify categories of sensing, seizing, transforming, service strategy, and their impact on business performance. The findings show that the owner's ability to sense market changes drives strategic decisions such as menu expansion, increased production capacity, digital promotion, and engagement with food delivery platforms. Operational transformation is reflected in consistent taste, fast service, and adaptation to digital payment technologies. The integration of dynamic capability and service quality enhances customer experience and strengthens business performance. This study highlights that service quality acts as a bridge linking adaptive capability with improved performance among culinary MSMEs facing market changes.

Keywords: Business_Performance, Dynamic_Capability, Market_Adaptation, MSMEs, Service_Strategy

PENDAHULUAN

UMKM kuliner menghadapi dinamika pasar yang bergerak cepat akibat perubahan preferensi konsumen, perkembangan teknologi, serta meningkatnya persaingan antarpelaku usaha (Pakpahan et al., 2025). Situasi ini menuntut kemampuan adaptasi yang tidak hanya bertumpu pada kualitas produk, tetapi juga pada ketepatan strategi bisnis dan pelayanan.

Perubahan pola konsumsi masyarakat, termasuk kebutuhan layanan yang cepat, pembayaran digital, serta akses mudah melalui platform daring, menciptakan tuntutan baru bagi pelaku UMKM untuk terus menyesuaikan diri. Fenomena ini menjadikan sektor kuliner sebagai ruang yang tepat untuk mengamati bagaimana pelaku usaha mengelola sumber daya, memaknai perubahan pasar, dan mempertahankan kinerja usaha.

Perkembangan perilaku pelanggan memperlihatkan bahwa konsumen tidak hanya mengevaluasi rasa makanan, tetapi juga pengalaman yang mereka rasakan selama proses pembelian. Interaksi, kecepatan layanan, dan kenyamanan transaksi menjadi aspek yang semakin menentukan keputusan konsumen dalam memilih sebuah tempat makan. Temuan penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa pemahaman terhadap perubahan perilaku konsumen memberikan dampak signifikan pada kemampuan UMKM dalam menjaga relevansi dan menarik pelanggan baru (Khouroh et al., 2021). Kualitas pelayanan berperan besar dalam menciptakan pengalaman tersebut, terlebih pada usaha kuliner yang bergantung pada hubungan langsung antara penjual dan pelanggan.

Konsep dynamic capability menawarkan kerangka teoritis yang relevan untuk memahami kemampuan adaptif pelaku UMKM dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Kerangka tersebut menekankan tiga aspek utama, yaitu sensing, seizing, dan transforming. Sensing merujuk pada kemampuan membaca perubahan dan peluang pasar. Seizing berkaitan dengan pemanfaatan peluang melalui keputusan strategis. Transforming menggambarkan kemampuan penyesuaian operasional yang menjaga keselarasan usaha dengan kondisi pasar yang terus berubah. Literatur menegaskan bahwa kapabilitas dinamis berpengaruh terhadap inovasi dan kinerja organisasi, termasuk dalam skala UMKM yang membutuhkan fleksibilitas tinggi (Febriawan et al., 2025).

Bubur Ayam Mas Mul hadir sebagai contoh nyata dari pelaku usaha kuliner yang mampu berkembang melalui proses adaptasi tersebut. Pemilik usaha menunjukkan kemampuan sensing/panca indra yang lebih dominan melalui pengamatan langsung terhadap peningkatan pelanggan, perubahan selera, dan meningkatnya penggunaan pembayaran digital. Informasi ini menjadi dasar pengambilan keputusan strategis seperti penambahan menu baru, peningkatan kapasitas produksi, serta pemanfaatan media sosial dan layanan pesan-antar. Penyesuaian operasional dilakukan dalam bentuk transformasi yang bertujuan menjaga kecepatan pelayanan, konsistensi rasa, dan kenyamanan transaksi (Wiyono, 2024). Seluruh proses ini

memperlihatkan integrasi antara kapabilitas dinamis dan pelayanan sebagai strategi yang saling melengkapi dalam menjaga keberlanjutan usaha.

Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana integrasi *dynamic capability* dan strategi pelayanan berkontribusi pada peningkatan kinerja UMKM kuliner melalui studi kasus Bubur Ayam Mas Mul. Analisis dilakukan untuk memahami bagaimana pemilik usaha membaca perubahan pasar, mengambil keputusan strategis, serta mengubah proses operasional agar tetap relevan. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan menunjukkan bahwa pelayanan tidak hanya berfungsi sebagai aspek pendukung, tetapi juga menjadi jembatan antara adaptasi strategis dan kepuasan pelanggan. Kontribusi praktis penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM yang ingin mengembangkan strategi adaptif sesuai dinamika pasar kuliner masa kini.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berupaya memahami proses adaptasi, strategi pelayanan, serta kapabilitas dinamis yang terjadi secara nyata dalam aktivitas sehari-hari UMKM kuliner. Studi kasus memungkinkan peneliti mengamati fenomena secara mendalam dan menyeluruh pada satu objek penelitian, yaitu Bubur Ayam Mas Mul. Penelitian kualitatif juga dianggap relevan karena informasi utama berasal dari pengalaman langsung pelaku usaha yang memiliki pemahaman otentik terhadap kondisi pasar dan dinamika bisnis di lingkungan sekitarnya.

Sumber data penelitian terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari hasil wawancara yang dilakukan melalui video dengan pemilik Bubur Ayam Mas Mul. Informasi yang diberikan meliputi sejarah usaha, perkembangan jumlah pelanggan, perubahan perilaku konsumen, strategi pelayanan, penggunaan teknologi digital, serta tantangan operasional yang muncul akibat meningkatnya permintaan. Data sekunder berasal dari jurnal-jurnal yang membahas *dynamic capability*, inovasi UMKM, pelayanan pelanggan, serta adaptasi usaha dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Sumber tambahan dari literatur akademik digunakan untuk memperkuat landasan teori dan mendukung interpretasi temuan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi transkrip wawancara. Transkrip video ditulis ulang secara lengkap sehingga seluruh informasi tersusun rapi dalam bentuk teks dan lebih mudah dianalisis. Literatur dari jurnal ilmiah dipilih berdasarkan kesesuaian topik dan relevansi teoritis. Setiap jurnal dibaca secara menyeluruh untuk diidentifikasi teori utama, variabel penting, serta hasil penelitian yang berkaitan dengan *dynamic capability*, pelayanan, dan kinerja UMKM.

Teknik analisis data menggunakan metode *open coding*. Proses ini dimulai dengan membaca transkrip wawancara secara berulang untuk menemukan kata kunci, pengalaman penting, serta penjelasan pemilik usaha yang berkaitan dengan perubahan pasar dan strategi adaptasi. Setiap informasi diberi kode awal seperti “kenaikan permintaan”, “penambahan menu”, “konsistensi rasa”, “pelayanan cepat”, atau “digitalisasi pembayaran”. Kode-kode ini kemudian dikelompokkan ke dalam kategori yang lebih besar seperti *sensing*, *seizing*, *transforming*, pelayanan, dan kinerja usaha. Tahap akhir analisis dilakukan dengan menghubungkan kategori tersebut dengan teori dari literatur untuk melihat kesesuaiannya dengan kerangka *dynamic capability*.

Prosedur penelitian dilaksanakan melalui beberapa tahap penting. Tahap pertama adalah menyiapkan transkrip wawancara dari video yang telah direkam. Tahap kedua adalah mengidentifikasi literatur yang relevan untuk membangun kerangka teori. Tahap ketiga adalah melakukan proses *open coding* dengan membaca transkrip secara detail dan memberikan kode pada setiap informasi penting. Tahap keempat adalah mengembangkan kategori temuan dan menghubungkannya dengan kerangka teori *dynamic capability* serta konsep pelayanan. Tahap terakhir adalah menyusun laporan hasil analisis dengan menggabungkan temuan lapangan dan literatur untuk menghasilkan pemahaman yang menyeluruh.

Keabsahan data dijaga melalui teknik *triangulation by sources*. Data primer diperiksa kesesuaiannya dengan konsep dan temuan penelitian terdahulu. Interpretasi temuan dilakukan berdasarkan bukti-bukti dari transkrip dan diperkuat oleh landasan teori yang sudah ada. Klarifikasi konteks juga dilakukan melalui penguatan narasi dari literatur agar analisis tidak hanya bergantung pada satu sumber. Penggunaan teknik ini membantu memastikan bahwa hasil penelitian tetap kredibel, konsisten, dan memiliki dasar argumentatif yang kuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses analisis dilakukan dengan membaca transkrip wawancara secara berulang dan menandai informasi penting melalui *open coding*. Kode yang muncul dari data menunjukkan pola adaptasi pelaku usaha terhadap perubahan pasar dan tuntutan pelayanan. Setiap kode kemudian dikelompokkan menjadi beberapa kategori besar sesuai kerangka teori *dynamic capability* serta fokus pelayanan. Hasil identifikasi menunjukkan adanya keterkaitan langsung antara kemampuan sensing, keputusan seizing, serta proses transforming dengan peningkatan kualitas pelayanan dan kinerja bisnis Bubur Ayam Mas Mul.

1. Hasil Open Coding

Tabel berikut merangkum hasil proses *open coding* berdasarkan transkrip wawancara:

Tabel 1. Hasil Open Coding Berdasarkan Wawancara Pemilik Usaha

Kode Awal	Makna Kode	Contoh Kutipan dari Wawancara
Kenaikan permintaan	Indikasi peningkatan jumlah pelanggan	“Awalnya 100 pelanggan, sekarang 200 sampai 300.”
Penambahan porsi	Respons terhadap kebutuhan produksi	“Dari 3 kilo jadi 4 sampai 5 kilo per hari.”
Penambahan menu	Strategi diversifikasi produk	“Kami tambah menu soto ayam, opor, kacang ijo.”
Konsistensi rasa	Upaya menjaga kualitas	“Kami lebih konsisten pada rasa dan pelayanan.”
Tantangan pelayanan	Tekanan akibat peningkatan pelanggan	“Kadang kewalahan karena pembeli makin banyak.”
Digitalisasi pembayaran	Adaptasi dengan teknologi konsumen	“Anak muda sudah pakai QRIS, jadi kami ikut.”
Layanan online	Perluasan akses penjualan	“Kami pakai ShopeeFood, GrabFood, Gojek.”
Promosi digital	Strategi menarik pelanggan	“Kami pakai TikTok, Facebook, dan pasang banner.”

Kode-kode tersebut menggambarkan pemahaman pemilik usaha terhadap situasi pasar yang terus berubah. Kemunculan kode terkait produksi, pelayanan, dan digitalisasi memperlihatkan adanya proses adaptasi yang berjalan secara alami berdasarkan pengalaman langsung di lapangan.

2. Pengelompokan Kategori Temuan

Setelah dilakukan pengodean awal, seluruh kode dikelompokkan ke dalam kategori utama berikut:

Tabel 2. Kategori Temuan

Kategori	Kode Turunan	Penjelasan
Sensing	kenaikan permintaan, perubahan selera, peningkatan pelanggan	Pemilik usaha memiliki kemampuan membaca perubahan jumlah pembeli dan pola konsumsi.
Seizing	penambahan menu, penyesuaian produksi, strategi promosi	Pengambilan keputusan dilakukan untuk menangkap peluang pasar yang muncul.
Transforming	digitalisasi pembayaran, layanan online, konsistensi rasa	Usaha mulai memanfaatkan teknologi dan memperbaiki proses internal untuk peningkatan layanan.
Pelayanan	kecepatan pelayanan, tantangan jam sibuk, interaksi pelanggan	Pelayanan menjadi faktor yang sangat berpengaruh terhadap pengalaman pelanggan.
Kinerja usaha	peningkatan omzet, pertumbuhan pelanggan	Kinerja meningkat seiring kemampuan adaptasi dan pelayanan.

Kategori ini selanjutnya digunakan untuk membangun model visual keterkaitan antar aspek.

Temuan Utama Berdasarkan Kategori

Sensing: Kemampuan Membaca Perubahan Pasar

Data wawancara menunjukkan bahwa pemilik usaha memiliki kemampuan tinggi dalam mengamati pola perubahan pelanggan. Informasi utama berasal dari:

- jumlah porsi bubur yang semakin meningkat
- lonjakan pelanggan harian
- dominasi mahasiswa dan pekerja kantor
- meningkatnya penggunaan pembayaran digital

Kemampuan sensing terlihat dari bagaimana pemilik usaha menyadari bahwa pola konsumsi semakin mengarah pada kebutuhan praktis dan cepat. Kesadaran ini menjadi dasar munculnya keputusan strategis berikutnya.

Seizing: Pengambilan Keputusan Strategis

Keputusan strategis dilakukan berdasarkan informasi yang diperoleh melalui sensing. Beberapa tindakan yang termasuk kategori seizing yaitu:

- a. menambah menu baru agar pelanggan memiliki pilihan lebih luas
- b. meningkatkan kapasitas produksi sebagai respons terhadap permintaan
- c. memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi
- d. bergabung dengan layanan pesan-antar

Keputusan-keputusan tersebut tidak dilakukan berdasarkan tren semata, tetapi dipicu oleh kebutuhan nyata di lapangan.

Transforming: Penyesuaian Operasional Jangka Panjang

Transformasi usaha terlihat melalui perubahan proses kerja untuk menyesuaikan diri dengan permintaan pasar. Pemilik usaha mulai:

- a. menerapkan pembayaran QRIS
- b. memperluas kanal penjualan melalui GrabFood, Gojek, dan ShopeeFood
- c. mempertahankan cita rasa yang konsisten
- d. memperbaiki kecepatan pelayanan pada jam sibuk

Transformasi ini memperlihatkan komitmen pelaku usaha dalam menjaga relevansi usaha di tengah perubahan.

Strategi Pelayanan: Inti Pengalaman Konsumen

Pelayanan menjadi fokus penting dalam usaha Bubur Ayam Mas Mul. Pemilik usaha menekankan:

- a. pelayanan cepat
- b. keramahan
- c. konsistensi rasa
- d. kesiediaan mengikuti metode pembayaran terbaru

Pelanggan datang bukan hanya karena bubur ayamnya, tetapi karena pengalaman pelayanan yang mereka dapatkan.

Dampak Terhadap Kinerja Usaha

Pertumbuhan pelanggan yang signifikan menjadi indikator keberhasilan adaptasi usaha. Omzet meningkat seiring dengan penambahan porsi produksi dan pemanfaatan saluran digital. Kinerja usaha diperkuat oleh kombinasi antara kapabilitas dinamis dan pelayanan yang responsif.

Model Visual Temuan Penelitian

Berikut model visual berbasis teks yang menunjukkan bagaimana *dynamic capability* terintegrasi dengan strategi pelayanan dalam meningkatkan kinerja UMKM kuliner.



Gambar 1. Temuan Penelitian

Pembahasan

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan sensing, seizing, dan transforming memiliki pengaruh langsung terhadap keberhasilan usaha dalam menghadapi perubahan pasar. Pemilik Bubur Ayam Mas Mul memperlihatkan pola adaptasi yang konsisten dengan kerangka *dynamic capability* sebagaimana dijelaskan dalam literatur. Pola peningkatan pelanggan, penambahan menu, dan penyesuaian terhadap teknologi pembayaran memberi gambaran konkret bahwa *dynamic capability* dapat hadir secara alami melalui pengalaman empiris pelaku usaha. Kesesuaian ini memperkuat pandangan bahwa

kemampuan membaca pasar menjadi unsur paling mendasar dalam proses adaptasi usaha (Khouroh et al., 2021).

Kondisi pasar kuliner yang terus berubah menjadi arena nyata bagi pelaku usaha untuk mengembangkan kemampuan sensing. Pemilik usaha mengamati perubahan berdasarkan aktivitas harian seperti jumlah porsi yang terjual, permintaan pelanggan baru, serta meningkatnya penggunaan metode pembayaran digital. Cara ini menggambarkan proses sensing yang muncul dari kedekatan pelaku usaha dengan pelanggan. Temuan tersebut selaras dengan teori yang menekankan pentingnya pengamatan lingkungan sebagai fondasi adaptasi organisasi (Febriawan et al., 2025). Kedekatan UMKM dengan pelanggan memberi mereka keunggulan dalam membaca perubahan secara langsung tanpa memerlukan prosedur analisis pasar yang kompleks (Krisna, 2024).

Proses seizing tampak dari keputusan strategis yang diambil pemilik usaha berdasarkan hasil pengamatan tersebut. Penambahan menu, peningkatan kapasitas produksi, serta pemanfaatan media sosial merupakan langkah yang menggambarkan upaya menangkap peluang yang muncul dari perubahan permintaan. Setiap keputusan muncul dari kebutuhan riil di lapangan, bukan sekadar mengikuti tren. Kesesuaian ini mendukung pemahaman bahwa seizing dalam UMKM berlangsung secara praktis dan responsif, berbeda dari organisasi besar yang kerap mengandalkan prosedur formal (Utomo et al., 2024)). Strategi ini memberi keluwesan bagi UMKM untuk bergerak cepat dalam memanfaatkan peluang yang muncul.

Transformasi usaha terlihat dari cara pemilik menata ulang proses bisnis mereka untuk tetap relevan di tengah perubahan pasar. Penerapan QRIS, pemanfaatan layanan pesan-antar, serta konsistensi rasa merupakan bentuk transformasi yang dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan. Transformasi dalam konteks UMKM sering kali tidak diwujudkan melalui restrukturisasi besar, tetapi melalui perubahan kecil yang dilakukan secara konsisten. Temuan tersebut memperkuat konsep bahwa transforming tidak selalu memerlukan inovasi radikal, tetapi dapat hadir melalui penyesuaian yang dilakukan terus-menerus (Safitri et al., 2024). Pola ini menegaskan bahwa pelaku UMKM mampu bertahan karena mereka mengubah cara bekerja sesuai tuntutan lingkungan.

Strategi pelayanan muncul sebagai faktor yang tidak dapat dipisahkan dari kapabilitas dinamis. Pelayanan menjadi elemen yang langsung dirasakan pelanggan sehingga kualitasnya

memiliki pengaruh besar terhadap persepsi konsumen. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kecepatan pelayanan, keramahan, dan konsistensi rasa menjadi kunci dalam menjaga pengalaman pelanggan. Pengalaman positif berdampak langsung pada loyalitas dan peningkatan jumlah konsumen. Hal ini selaras dengan literatur yang menyatakan bahwa pelayanan menjadi variabel penting dalam usaha kuliner karena menjadi titik pertama interaksi antara pelanggan dan usaha (Khouroh et al., 2021). Integrasi pelayanan dengan kapabilitas dinamis memperlihatkan hubungan sinergis yang belum banyak dijelaskan dalam penelitian sebelumnya.

Kinerja usaha Bubur Ayam Mas Mul meningkat seiring kemampuan pemilik usaha dalam menyeimbangkan antara adaptasi strategis dan pelayanan. Lonjakan pelanggan harian menunjukkan bahwa keputusan terkait penambahan menu, penggunaan layanan daring, serta perbaikan pelayanan memberikan dampak nyata. Kinerja yang meningkat tidak hanya terlihat dari jumlah pelanggan, tetapi juga dari pola pertumbuhan yang stabil dari waktu ke waktu. Temuan ini menguatkan pandangan bahwa *dynamic capability* memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha melalui proses adaptasi yang terencana maupun spontan (Febriawan et al., 2025). Keberhasilan Bubur Ayam Mas Mul memperlihatkan bahwa strategi adaptasi yang tepat dan pelayanan yang konsisten mampu menciptakan keunggulan kompetitif pada UMKM.

Penggabungan konsep *dynamic capability* dan pelayanan menghadirkan perspektif baru dalam memahami keberhasilan UMKM kuliner. Pelayanan tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas pendukung, tetapi menjadi penghubung antara kemampuan adaptasi dan pengalaman pelanggan. Keunggulan pelayanan membantu menyalurkan dampak positif dari kemampuan sensing, seizing, dan transforming kepada pelanggan, sehingga menciptakan pengalaman konsumsi yang lebih baik. Perspektif ini memperkaya temuan penelitian terdahulu yang cenderung memisahkan antara inovasi, adaptasi, dan kualitas pelayanan dalam pembahasan performa UMKM (Utomo et al., 2024).

Pemanfaatan media sosial dan layanan digital memperlihatkan bahwa UMKM memiliki potensi besar untuk memaksimalkan teknologi sebagai sarana memperluas pasar. Penggunaan TikTok, Facebook, dan platform pengantaran makanan memungkinkan usaha menjangkau segmen pelanggan yang lebih luas tanpa perlu menambah lokasi fisik. Pemilik usaha memanfaatkan teknologi berdasarkan kebutuhan pasar yang mereka amati. Temuan ini

mendukung pandangan bahwa digitalisasi dapat memperkuat *dynamic capability* ketika pelaku usaha mampu memanfaatkannya secara efektif (Safitri et al., 2024).

Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa tantangan pelayanan memiliki peran penting dalam membentuk pola adaptasi. Jam sibuk yang membuat pelayanan lebih lambat memaksa pemilik usaha meninjau ulang proses kerja dan berupaya menjaga kecepatan layanan. Situasi ini mendorong terjadinya transformasi yang berpengaruh pada konsistensi pelayanan. Tantangan tersebut menjadi proses pembelajaran yang memperkuat kemampuan adaptasi usaha. Pengalaman ini selaras dengan argumen bahwa pembelajaran organisasi merupakan bagian integral dari *dynamic capability* (Febriawan et al., 2025).

Pembahasan ini memperlihatkan bahwa keberhasilan UMKM kuliner tidak hanya bergantung pada rasa makanan, tetapi juga pada kemampuan menyesuaikan diri dan memberikan pelayanan yang memuaskan. Integrasi *dynamic capability* dan pelayanan menciptakan fondasi yang kuat untuk membangun keberlanjutan usaha. Perspektif ini memberi kontribusi baru bagi penelitian UMKM, karena memperlihatkan bahwa pelayanan dapat menjadi media yang menghubungkan adaptasi strategis dengan peningkatan kinerja usaha secara langsung.

PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan sensing, seizing, dan transforming berperan penting dalam membantu UMKM kuliner menyesuaikan diri dengan perubahan pasar. Pemilik Bubur Ayam Mas Mul mampu membaca kenaikan permintaan, meresponsnya melalui penambahan menu dan peningkatan kapasitas produksi, serta melakukan transformasi operasional melalui digitalisasi pembayaran dan layanan daring. Pelayanan yang cepat, konsisten, dan nyaman menjadi elemen yang memperkuat dampak kapabilitas dinamis terhadap pengalaman pelanggan. Kinerja usaha meningkat seiring keberhasilan usaha dalam mengintegrasikan kemampuan adaptasi dengan strategi pelayanan. Temuan penelitian menegaskan bahwa pelayanan dapat bertindak sebagai penghubung antara kapabilitas dinamis dan peningkatan kinerja UMKM kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

- Febriawan, M. R., Widani, N. A., & Sanjaya, V. F. (2025). Peran Dynamic Capability Dan Sumber Daya Manusia Dalam Menghadapi Perubahan Pasar Di Dunia Fashion: Studi Pada Candy Lady Store. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 1-10.
- Khouroh, 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.
- Krisna, A. E. (2024). Transformasi UMKM melalui industri kreatif: Pendekatan untuk meningkatkan daya saing dan inovasi. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(4), 66-81.
- Pakpahan, A., Manik, W. R., Sirait, N. R. A., Munthe, F., Simanjuntak, M. L., & Saragih, T. E. (2025). Inovasi Dan Adaptasi Umkm: Menghadapi Tantangan Persaingan Di Pasar Porsea. *Jurnal Pengabdian Multidisiplin Indonesia (JUPEMI)*, 3(1), 10-16.
- Safitri, A., Syarah, M. P., WN, R. A., & Sanjaya, V. F. (2024). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Dynamic Capabilities Terhadap Inovasi Perusahaan Di PT. Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk. *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2), 5-22.
- Utomo, M. N., Pratiwi, S. R., & Windani, S. S. (2024). Kapabilitas Dinamis Sebagai Penentu Dalam Mengadopsi Penerapan Bisnis Berbasis Teknologi Digital. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 9(1), 20-32.
- Wiyono, J. (2024). Penerapan Prinsip Ihsan Dalam Mendorong Pelayanan Prima Di Cafe Gadex Pacet Mojokerto. *FADZAT: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1).