

KAPABILITAS DINAMIK USAHA FASHION D&D.NEEDED DALAM MERESPON PERUBAHAN TREND BISNIS

Cantika Rahma Aulia¹, Nahdatul Karimah², Novita Kurnia Sari³, Vicky F Sanjaya⁴

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung^{1,2,3,4}

cantikarahma2703@gmail.com¹, rima69378@gmail.com², kurniasarinovita9@gmail.com³, vicky@radenintan.ac.id⁴

Abstract

This study aims to analyze the ability of D&D.Needed to compete amidst the rapid changes in market trends in the fashion sector. The main issues faced include adaptive capabilities, absorptive capabilities and innovative capabilities. The research approach used is qualitative with a descriptive approach, with data obtained directly through observation, interviews with D&D.Needed business owners. The results of the study indicate that the D&D.Needed business is able to adapt to rapid changes in market trends in the fashion industry and implement strategies to create customer loyalty, produce various interesting innovation ideas so that they are able to retain customers and create unique and different products from other brands, have the ability to adjust promotional strategies that are developing but are less effective in absorbing information. This study recommends carrying out special activities in information collection such as collaborating with research institutions and optimizing digital technology as an analysis tool to identify external information. With the implementation of these recommendations, it is hoped that the D&D.Needed business can develop sustainably while maintaining quality and expanding market reach.

Keywords: *Dynamic Capabilities, Adaptive Capabilities, Absorptive Capabilities, Innovative Capabilities*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kemampuan D&D.Needed dalam bersaing di tengah perubahan trend pasar di bidang fashion yang sangat cepat. isu utama yang di hadapi meliputi kapabilitas adaptif, kapabilitas absorptif dan kapabilitas inovatif. pendekatan penelitian yang digunakan adalah menggunakan kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan data diperoleh secara langsung melalui observasi, wawancara dengan pemilik usaha D&D.Needed. Hasil penelitian Menunjukkan bahwa usaha D&D.Needed mampu untuk beradaptasi dengan perubahan trend pasar yang cepat dalam industri fashion dan menerapkan strategi untuk menciptakan loyalitas pelanggan, menghasilkan berbagai ide inovasi yang menarik sehingga mampu mempertahankan pelanggan dan serta menciptakan produk yang unik dan berbeda dari brand lain, memiliki kemampuan menyesuaikan strategi promosi yang berkembang tetapi kurang efektif dalam melakukan penyerapan informasi. penelitian ini merekomendasikan untuk melakukan kegiatan khusus dalam penyerapan informasi seperti melakukan kerja sama dengan lembaga riset serta mengoptimalkan teknologi digital sebagai alat analisis untuk mengidentifikasi informasi eksternal. Dengan implementasi rekomendasi tersebut, diharapkan usaha D&D.Needed dapat berkembang secara berkelanjutan dengan tetap menjaga kualitas dan memperluas jangkauan pasar.

Kata Kunci: *Kapabilitas Dinamik, Kapabilitas Adaptif, Kapabilitas Absorptif, Kapabilitas Inovatif*

PENDAHULUAN

Banyaknya jumlah UMKM di Indonesia diharapkan mampu bersaing. Untuk dapat bersaing, UMKM perlu memiliki keunggulan kompetitif yang memungkinkan mereka membangun kekuatan seperti tenaga kerja yang terampil, pelanggan yang setia, produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, inovasi dalam produk dan proses produksi, serta lahan usaha yang memadai. Peluang yang dapat dimanfaatkan meliputi peningkatan kualitas proses produksi, perluasan jangkauan pemasaran baik di dalam maupun luar negeri, serta

kemampuan manajerial yang menerapkan sistem manajemen mutu sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen.(Zatia Zatia et al., 2023)

UMKM perlu mengambil langkah strategis untuk menghadapi berbagai ancaman yang dapat menyebabkan kebangkrutan. Salah satu solusi yang dapat dilakukan adalah dengan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan, menciptakan inovasi, membentuk ulang strategi, serta mengasimilasi pengetahuan dan keterampilan. Untuk itu, UMKM memerlukan kemampuan dinamis yang mencakup tiga elemen utama: sensing, seizing, dan transforming atau reconfiguration. Sensing adalah kemampuan untuk mengidentifikasi perubahan atau dinamika yang terjadi di lingkungan, yang kemudian diterjemahkan ke dalam aktivitas rutin melalui seizing, sehingga organisasi dapat bertransformasi dan menyesuaikan diri dengan kondisi baru melalui transforming atau reconfiguration. (Soeparto et al., n.d.)

Persaingan yang ketat menjadi tantangan bagi UMKM untuk terus berkembang. Banyaknya pelaku dalam suatu industri yang menawarkan berbagai produk atau jasa menyebabkan sumber daya dan produk yang ditawarkan menjadi serupa. Selain itu, lingkungan bisnis yang terus berubah secara dinamis membuat sumber daya dan kapabilitas unggulan cepat menjadi usang. Perubahan cepat di lingkungan eksternal kini menjadi bagian tak terpisahkan dari realitas bisnis, didorong oleh kemajuan informasi, kurva belajar yang lebih pendek untuk menciptakan inovasi atau teknologi baru, serta perubahan faktor sosial, ekonomi, dan politik yang sulit diprediksi. Dalam situasi ini, kapabilitas dinamis menjadi pendekatan yang paling relevan untuk menghadapi persaingan yang semakin dinamis. Kapabilitas dinamis adalah pola pikir yang berfokus pada integrasi, rekonstruksi, pembaruan, dan penciptaan ulang kemampuan inti untuk merespons perubahan lingkungan guna mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Kapabilitas ini terbentuk melalui pengembangan tiga kemampuan utama: adaptif, absorptif, dan inovatif. Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa kapabilitas dinamis membantu UMKM mempertahankan serta menciptakan kembali keunggulan kompetitif sehingga menjadi keunggulan yang berkelanjutan, khususnya dalam lingkungan yang terus berubah.(Wiliana, n.d.)

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa lingkungan dapat mendorong penerapan strategi bersaing yang berkontribusi pada pencapaian keunggulan kompetitif. Lingkungan juga terbukti secara signifikan meningkatkan keunggulan bersaing dan memberikan indikator kinerja yang lebih baik. Namun, temuan ini bertentangan dengan beberapa penelitian lain yang menyimpulkan bahwa lingkungan memiliki dampak negatif terhadap kinerja, karena menciptakan ketidakpastian yang signifikan dalam jangka panjang.(Khouroh et al., 2020)

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji potensi pengembangan bisnis hijab D&D.Needed yang bergerak di sektor fashion di Tanggamus, khususnya dalam merespons perubahan lingkungan bisnis dengan pendekatan kapabilitas dinamis. Pertanyaan utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana kemampuan bisnis fashion D&D.Needed dalam menghadapi dinamika perubahan lingkungan bisnis?

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi pelaku UMKM, wirausahawan, dan lembaga pengembangan UMKM, serta dapat memperluas wawasan dalam kajian teori kapabilitas dinamis, manajemen usaha kecil, dan inovasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Peneliti memilih untuk menggunakan metode kualitatif karena metode ini memungkinkan untuk mencari, mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data secara mendalam dan

komprehensif. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat Mempelajari pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang diteliti. Metode kualitatif sangat efektif dalam menggali interaksi sosial, salah satunya melalui wawancara mendalam, yang memberikan wawasan lebih dalam mengenai pengalaman, perspektif, dan pola-pola yang ada dalam masyarakat atau kelompok tertentu. penelitian ini dilakukan secara langsung dan informan penelitian adalah pemilik usaha D&D.Needed. wawancara dilaksanakan pada Hari Minggu, 15 Desember 2024. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi pola-pola yang jelas yang dapat memberikan pemahaman lebih baik tentang topik yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Kapabilitas Adaptif

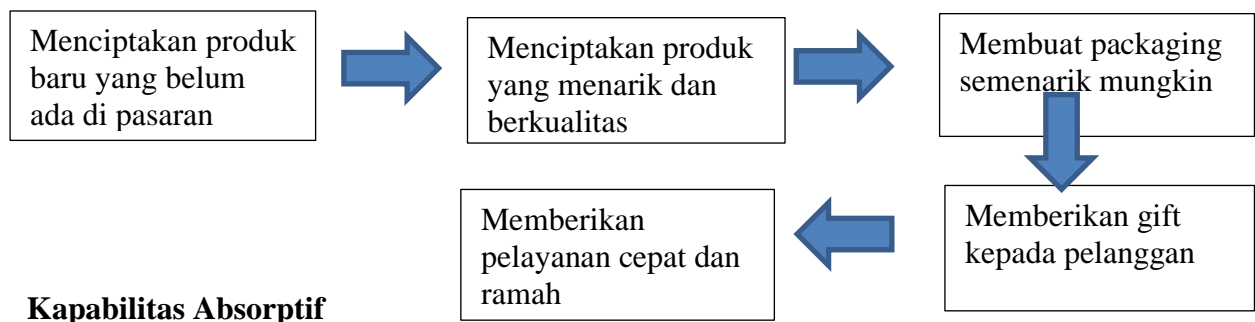
Penelitian di lakukan pada usaha D&D.Needed yang berlokasi di tanggamus, usaha ini di dirikan pada 18 agustus 2024, D&D.Needed ini merupakan usaha di bidang fashion yang menjual hijab dan baju yang berkonsep coquette dan feminim, Hasil wawancara dengan pemilik usaha fashion ini mengungkapkan bahwa usaha yang di Kelola bisa mengikuti perubahan trend pasar di bidang fashion yang sangat cepat. Responden menjelaskan:

“usaha saya dapat mengikuti trend pasar ditengah perubahan trend fashion yg sangat cepat ini tentunya karena saya dan team selalu berinovasi/membuat inovasi baru dari produk” yg saya jual, saya selalu mencari ide” baru dan menerapkannya ke dalam usaha saya”

D&D.Needed memiliki strategi khusus yang bertujuan untuk menciptakan loyalitas pelanggan sekaligus menarik minat mereka agar terus memilih produk yang ditawarkan, dibandingkan membeli di tempat lain. Strategi ini melibatkan pendekatan yang personal dan inovatif, seperti menyediakan produk yang unik dan berbeda, memberikan pelayanan yang ramah dan memuaskan, serta menciptakan pengalaman belanja yang menyenangkan bagi pelanggan. Selain itu, D&D.Needed juga aktif berkomunikasi dengan pelanggan, baik melalui media sosial maupun secara langsung, untuk memastikan mereka merasa diperhatikan dan dihargai. Dengan memahami kebutuhan serta keinginan pelanggan, D&D.Needed mampu menciptakan hubungan yang erat dan membuat pelanggan merasa nyaman untuk terus membeli produk di sini dibandingkan dengan toko lain. Strategi-strategi ini menjadi kunci keberhasilan D&D.Needed dalam menjaga kepercayaan pelanggan dan mempertahankan mereka untuk jangka panjang.

Berikut adalah bagan sederhana yang menggambarkan strategi D&D.Needed Dalam Menciptakan Loyalitas Pelanggan:

Gambar 1. Strategi D&D.Needed Dalam Menciptakan Loyalitas Pelanggan



D&D.Needed belum maksimal untuk menyerap informasi dan mempelajari peluang baru tetapi mampu menyesuaikan strategi promosi yang sedang berkembang. Dari hasil wawancara pemilik usaha menjelaskan bahwa:

“banyak strategi yg saya lakukan untuk saya mempromosikan usaha saya, beberapa diantaranya yakni, promosi menggunakan video tiktok dengan hook kata kata yg menarik dan grafik yg bagus, live tiktok untuk menspill produk saya agar lebih jelas dan sekaligus mengadakan Q&A dengan pelanggan & calon pelanggan, di instagram stories dan juga feed ig saya buat semenarik mungkin”

D&D mampu menerima masukan dari pelanggan guna menyesuaikan produk mereka agar selaras dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan:

“tentu saya akan mempertimbangkan dulu masukan dari pelanggan, apakah ini bagus & bermanfaat untuk usaha saya atau tidak, jika bagus & bermanfaat saya ikuti, dan jika sebaliknya maka tidak saya ikuti”

Tabel 1. Analisis Kapabilitas Absorptif

Aspek	penjelasan
Kemampuan utama Strategi promosi	-Menyesuaikan strategi promosi yang berkembang -Promosi melalui video TikTok dengan hook kata-kata menarik dan grafik yang bagus. -Live TikTok untuk menjelaskan produk, mengadakan Q&A dengan pelanggan. -Konten Instagram (stories dan feed) dibuat semenarik mungkin
Penerimaan masukan pelanggan	-Mempertimbangkan masukan pelanggan untuk menyesuaikan produk dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan. -Hanya mengikuti masukan yang bermanfaat dan relevan.

sumber:peneliti 2024

Kapabilitas Inovatif

D&D memiliki kemampuan untuk menghasilkan berbagai ide inovasi yang menarik dan mampu menerapkan ide tersebut sehingga mampu mempertahankan pelanggan, hal ini memungkinkan D&D untuk terus berkembang, seperti yang disampaikan oleh responden:

“ide inovasi baru yg saya hasilkan harus benar benar telah dipikirkan dan dipertimbangkan secara matang apakah ide ini mampu menarik pelanggan dan mempertahankan pelanggan, jika iya maka ide tersebut baru saya terapkan”

Yang membuat brand ini berbeda dari brand hijab lain:

“logo brand hijab saya berbeda dengan hijab lain, tema D&D mengusung ke coquettean atau feminime energy, jadi logo-logo dan model-model yg saya ciptakan berdasarkan ide saya sendiri dan tidak meniru pihak manapun, D&D dikenal dengan kecantikan dan keimutan pada produknya,brand saya menerima request dari customer, D&D tidak hanya menjual hijab tapi juga menjual produk fashion dan acc yg bertema feminim & coquette”

Dari kesimpulan kapabilitas inovatif pada usaha D&D.Needed dapat di buat tabel analisis sebagai berikut ini:

Tabel 2. Analisis Kapabilitas Inovatif

Aspek	Penjelasan
Kemampuan berinovasi	D&D mampu menghasilkan ide inovasi baru yang menarik dan menerapkannya

	dengan matang untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.
Keunikan brand	<ul style="list-style-type: none"> - Logo brand berbeda dari brand hijab lain. - Mengusung tema coquette atau feminine energy. - Logo dan model produk dibuat berdasarkan ide orisinal tanpa meniru pihak lain.
Ciri khas produk	<ul style="list-style-type: none"> - Produk D&D dikenal dengan kecantikan dan keimutan. -Menerima permintaan khusus dari pelanggan (custom request). -Tidak hanya menjual hijab, tetapi juga produk fashion dan aksesoris bertema feminim & coquette.

sumber:penelitian 2024

PEMBAHASAN

Kapabilitas Adaptif

D&D.Needed menunjukkan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan trend pasar yang cepat dalam industri fashion. Hal ini terungkap melalui strategi unik yang digunakan untuk menciptakan loyalitas pelanggan dan menarik minat mereka, sehingga konsumen lebih memilih produk D&D dibandingkan toko lain. Temuan ini konsisten dengan penelitian(Shinta Dewi et al., n.d. 2020) yang menegaskan bahwa kapabilitas adaptif pada UMKM dapat meningkatkan inovasi dan daya saing melalui kemampuan untuk terus beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis.

Kabilitas Absorptif

D&D.Needed memiliki kemampuan yang yang belum maksimal dalam menyerap informasi dan peluang baru tetapi memiliki kemampuan untuk menyesuaikan strategi promosi sesuai dengan perubahan pasar kemampuan adaptasi ini sangat penting untuk menjaga daya saing mampu menerima masukan dari pelanggan. temuan ini sesuai dengan(Zahra & George, 2002) yang mengatakan bahwa kapabilitas absorptif memungkinkan perusahaan melakukan perubahan yang memberikan mereka strategi yang fleksibel untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan memberikan respon terhadap masukan pelanggan yang lebih efektif.

Kapabilitas Inovatif

D&D memiliki kemampuan untuk menghasilkan berbagai ide inovasi yang menarik dan mampu menerapkan ide tersebut sehingga mampu mempertahankan pelanggan serta mampu menciptakan produk yang unik dan berbeda dari brand lain. Temuan ini sesuai dengan (Saunila, 2016) yang mengatakan Para pemilik UMKM telah berupaya melakukan inovasi dan pengembangan usaha, namun langkah-langkah tersebut masih memerlukan optimalisasi lebih lanjut. Kapabilitas inovatif perusahaan dipengaruhi oleh pengetahuan yang dimiliki serta kemampuan dalam mengimplementasikan nya.

Merrespon Perubahan Melalui Kapabilitas Dinamis

Menurut (Wang & Ahmed, 2007) jika ingin memiliki kapabilitas yang dinamis, sebuah perusahaan perlu mengembangkan tiga kemampuan utama, yaitu kemampuan untuk

beradaptasi, menyerap informasi atau absorptif, dan berinovasi. berdasarkan analisis data dapat dilihat bahwa usaha D&D yang di teliti sudah optimal dalam merespon perubahan trend pasar yang cepat dan mampu untuk berkembang dengan melakukan perbaikan.

Ditinjau dari kapabilitas adaptif bahwa usaha dapat beradaptasi dengan perubahan trend pasar. Kemampuan usaha dalam mengenali, menerapkan informasi eksternal yang baru untuk tujuan komersial. Serta untuk mengungkapkan peluang eksternal, memonitor pasar, mengamati pelanggan dan pesaing, sekaligus mendistribusikan sumber daya untuk aktivitas pemasaran..(Hofer et al., 2015)

Ditinjau dari kapabilitas absorptif pengelola belum maksimal dalam melakukan kegiatan khusus untuk penyerapan informasi, Oleh karena itu, pemilik dan pengelola harus menjalankan operasional secara teratur khusus dalam penyerapan informasi dari luar usaha. Kemampuan untuk mengevaluasi dan memanfaatkan pengetahuan dari luar, yang sebagian besar bergantung pada tingkat pengetahuan yang telah dimiliki sebelumnya.(Sudrajat, 2013)

Ditinjau dari kapabilitas inovatif pengelola memiliki kemampuan untuk menghasilkan berbagai ide inovatif yang menarik dan dapat menerapkannya dengan efektif, sehingga mampu mempertahankan pelanggan dan menciptakan produk yang unik serta berbeda dari merek lainnya. Mengacu pada kemampuan Yang diperlukan untuk menciptakan, mengembangkan, dan mengimplementasikan konfigurasi baru dalam teknologi produk dan proses, serta melakukan perubahan dan perbaikan pada teknologi yang sudah ada.(Bell, 2009)

SIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN:

Penelitian ini menemukan bahwa usaha D&D.Needed sudah mampu beradaptasi dengan perubahan trend pasar menghasilkan berbagai ide inovasi yang menarik dan mampu menerapkan ide tersebut sehingga mampu mempertahankan pelanggan serta mampu menciptakan produk yang unik dan berbeda dari brand lain serta dalam mengenali, dan menerapkan informasi eksternal yang baru untuk tujuan komersial. tetapi D&D.Needed belum maksimal dalam melakukan kegiatan khusus dalam penyerapan informasi.

SARAN

1. Meningkatkan Penyerapan Informasi Eksternal
 - a. Membangun Kerja Sama dengan melakukan kolaborasi bersama komunitas, lembaga riset, atau organisasi lain untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai trend pasar.
 - b. Mengoptimalkan Teknologi Digital dengan Manfaatkan alat untuk analisis seperti Google Trends, media sosial, atau platform survei untuk mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi pelanggan.
2. Memeperluas Sumber Informasi
 - a. membuat Buat tim atau tunjuk individu yang bertugas secara khusus untuk mencari, menganalisis, dan menerapkan informasi terbaru secara berkala.
 - b. Adakan sesi diskusi secara rutin untuk menghimpun ide-ide dari anggota tim berdasarkan informasi eksternal yang telah diperoleh.

REFERENSI

- Bell, M. (2009). *Capabilities Innovation Capabilities and Directions of Development*. www.steps-centre.org
- Hofer, K. M., Niehoff, L. M., & Wuehrer, G. A. (2015). The effects of dynamic capabilities on value-based pricing and export performance. *Advances in International Marketing*, 25, 109–127. <https://doi.org/10.1108/S1474-797920140000025005>

- Khourouh, U., Windhyastiti, I., & Ratnaningsih, C. S. (2020). Kapabilitas Dinamik dan Keunggulan Bersaing: Dinamisme Lingkungan Moderator atukah Driver? *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 18–34. <https://doi.org/10.33059/jseb.v12i1.2322>
- Saunila, M. (2016). Performance measurement approach for innovation capability in SMEs. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 65(2), 162–176. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-08-2014-0123>
- Shinta Dewi, R., Alhabsji, T., Arifin, Z., & Abdillah, Y. (n.d.). Adaptive Capability: Capability to Create Innovation and Competitive Advantages of SME'S in the Industry 4.0 Era. In *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. www.ijicc.net (Vol. 11, Issue 2). www.ijicc.net
- Situmorang, J. R. (n.d.). *MENGENAL LEBIH DALAM APA ITU KAPABILITAS DINAMIK*.
- Soeparto, W. H., Faktor, A., & Soeparto, W. H. (n.d.). *ANALISIS FAKTOR KAPABILITAS DINAMIS TERHADAP FIRM SURVIVE*.
- Sudrajat, D. (2013). KAPABILITAS DINAMIK, KINERJA INOVASI, DAN KINERJA PERUSAHAAN JASA LOGISTIK DI INDONESIA (Suatu Kerangka Penelitian). In *BINUS BUSINESS REVIEW* (Vol. 4, Issue 2).
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199708\)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z)
- Vu, H. M. (2020). A review of dynamic capabilities, innovation capabilities, entrepreneurial capabilities and their consequences. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 485–494. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO8.485>
- Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2007). Dynamic capabilities: A review and research agenda. In *International Journal of Management Reviews* (Vol. 9, Issue 1, pp. 31–51). <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2007.00201.x>
- Wiliana, J. (n.d.). *Kapabilitas Dinamis UMKM dalam Merespons Perubahan Lingkungan Bisnis*.
- Zahra, S. A., & George, G. (2002). The net-enabled business innovation cycle and the evolution of dynamic capabilities. *Information Systems Research*, 13(2), 147–150. <https://doi.org/10.1287/isre.13.2.147.90>
- Zatia Zatia, Fitri Kumalasari, & Almansyah Rundu Wonua. (2023). Pengaruh Kapabilitas Dinamis Dan Kapabilitas Inovasi Terhadap Keunggulan Kompetitif. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(4), 176–188. <https://doi.org/10.55606/makreju.v1i4.2168>