

THE EFFECT OF DYNAMIC CAPABILITIES, ENTREPRENEURIAL ORIENTATION, AND INNOVATION CAPABILITIES ON COMPETITIVE ADVANTAGE

PENGARUH DYNAMIC CAPABILITIES, ENTREPRENEURIAL ORIENTATION, DAN INNOVATION CAPABILITIES TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING

Dita Rizki Nuranisa¹, Kokom Komariah², Sopyan Saori³

Universitas Muhammadiyah Sukabumi^{1,2,3}

ditarizkinuranisa@ummi.ac.id¹, ko2mpuspa@ummi.ac.id², sopyansaori@ummi.ac.id³

ABSTRACT

Rapid technological developments create business opportunities, especially for MSMEs. To survive in tight competition, many business actors have begun implementing online sales to develop and expand their businesses, following dynamic market changes in order to create competitive advantages. This study aims to determine the effect of dynamic capabilities, entrepreneurial orientation, and innovation capabilities on competitive advantages in culinary MSMEs using Go-Food services in Sukabumi City. The method used in this study is an associative descriptive method with a quantitative approach. The sampling technique used is non-probability sampling or saturated sampling with a sample of 32 Go-Food culinary MSMEs with a rating of 4.5 and above as respondents. The Likert scale is used as a measurement scale, and data analysis techniques used include validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, correlation coefficient tests, determination coefficients, and simultaneous (F test) and partial (T test) hypothesis tests. Data processing was performed using SPSS version 29. The results showed that dynamic capabilities and entrepreneurial orientation significantly influenced competitive advantage, while innovation capabilities did not significantly influence the competitive advantage of culinary MSMEs using Go-Food services in Sukabumi City.

Keywords: Dynamic Capabilities, Entrepreneurial Orientation, Innovation Capabilities, And Competitive Advantage.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang cepat menciptakan peluang bisnis, khususnya bagi UMKM. Untuk bertahan dalam persaingan yang ketat, banyak pelaku usaha mulai mengimplementasikan penjualan online untuk mengembangkan dan memperluas bisnis, mengikuti perubahan pasar yang dinamis demi menciptakan keunggulan bersaing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *dynamic capabilities*, *entrepreneurial orientation*, dan *innovation capabilities* terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Kuliner pengguna layanan Go-Food di Kota Sukabumi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sample yang digunakan yaitu *non-probability sampling* atau sampling jenuh dengan jumlah sample sebanyak 32 pelaku UMKM Kuliner Go-Food dengan rating 4,5 keatas sebagai responden. Skala Likert digunakan sebagai skala pengukuran, dan teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien korelasi, koefisien determinasi, serta uji hipotesis secara simultan (uji F) dan parsial (uji T). Pengolahan data dilakukan dengan bantuan software SPSS versi 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *dynamic capabilities* dan *entrepreneurial orientation* berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing, sedangkan *innovation capabilities* tidak berpengaruh secara signifikan pada keunggulan bersaing UMKM Kuliner pengguna layanan Go-Food di Kota Sukabumi.

Kata Kunci: Dynamic Capabilities, Entrepreneurial Orientation, Innovation Capabilities, dan Keunggulan Bersaing

PENDAHULUAN

Kegiatan ekonomi Indonesia di abad ke-21 tidak bisa dilepaskan dari perkembangan teknologi. Perubahan teknologi yang begitu cepat menciptakan peluang bisnis yang terbuka lebar bagi semua kalangan, termasuk UMKM yang

memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan bisnis mereka (Santi et al., 2023). Implementasi teknologi untuk perkembangan bisnis merupakan suatu tantangan, namun juga dapat menjadi solusi atau alternatif yang cukup untuk menciptakan suatu keunggulan agar bisa

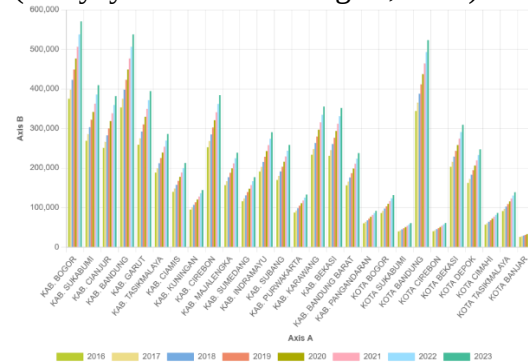
bertahan terhadap persaingan usaha yang ketat dalam bisnis UMKM.

Di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk, barang dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran (Saori et al., 2020). Para pengusaha UMKM harus menciptakan kreasi produk sedemikian rupa sehingga menarik perhatian pelanggan dan membuat produknya lebih unggul dibandingkan dengan para pesaingnya, atau dengan kata lain menciptakan keunggulan bersaing, maka setiap UMKM harus memiliki keunggulan bersaing untuk menghadapi persaingan yang ada (Musa et al., 2022)

Salah satu bentuk perkembangan kuliner ditandai dengan banyaknya jenis usaha kuliner yang di dirikan untuk saling menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas dan bermutu untuk dapat memenuhi tingkat kebutuhan konsumen. Berbagai aplikasi dan perubahan untuk mempercepat pelayanan selalu hadir dalam inovasi yang efektif demi kenyamanan dan kemudahan dalam berbelanja, khususnya memesan makanan dan minuman. Kebutuhan terhadap teknologi sebagai solusi untuk mendukung sistem kerja jarak jauh pun, menjadi keniscayaan guna meningkatkan produktivitas dan potensi yang dimiliki (Mellita et al., 2020).

Saat ini teknologi dan informasi sangat dibutuhkan termasuk dalam berbisnis kuliner. Pengusaha kuliner dapat memiliki layanan *delivery order* tanpa menambah SDM. Keuntungan dari layanan ini bisa dirasakan langsung oleh pengusaha kuliner karena mereka tidak harus menyediakan budget besar untuk mengembangkan layanan *delivery order*, dan layanan Go-Food bisa menjadi alternatif yang sangat membantu,

mempermudah, dan menguntungkan (Widyayanti & Insiatiningsih, 2021).



Gambar 1. Proyeksi Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat

Sumber: opendata.jabarprov.go.id, 2024

Dari gambar 1. menunjukkan proyeksi jumlah UMKM pada setiap tahunnya. Menurut data tersebut, terdapat peningkatan jumlah UMKM secara signifikan dari tahun ke tahun. Dibandingkan dengan daerah lain, jumlah UMKM di Kota Sukabumi tergolong sangat rendah setiap tahunnya. Peneliti menyimpulkan bahwa rendahnya jumlah UMKM di Kota Sukabumi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk tantangan dalam mempertahankan keberlanjutan usaha. Kota Sukabumi secara konsisten berada di kelompok terbawah dalam hal jumlah UMKM, berdasarkan data tahun 2017 hingga 2023 meskipun tren umum menunjukkan sedikit kenaikan dari tahun ke tahun.

Peningkatan jumlah UMKM tersebut akan membuat persaingan yang semakin ketat, mengharuskan setiap pelaku UMKM untuk menciptakan keunggulannya serta menerapkan strategi yang efektif dan berjangka panjang demi eksis dan bertahan di antara banyaknya pesaing yang akan tumbuh di masa yang akan mendatang. Persaingan ini mengharuskan para pelaku usaha untuk mampu berinovasi

dan menyesuaikan dengan perubahan pasar guna untuk mempertahankan usahanya. Namun, masih banyak UMKM yang tidak mampu bertahan dalam persaingan, walaupun sudah mengadopsi teknologi. Kurangnya inovasi teknologi secara maksimal oleh pelaku UMKM dapat menyebabkan UMKM kurang memiliki daya saing dalam perebutan pangsa pasar yang ada, sehingga belum sepenuhnya dapat bertindak sebagai salah satu dari beberapa soko guru dalam perekonomian nasional (Djatkiko, 2023).

Organisasi dapat mengubah sumber daya dan tetap kompetitif dengan menyebarkan pengetahuan kepada semua orang dalam organisasi dalam pola jangka panjang yang terus menerus (Suhendi et al., 2020). Menurut Nuranisa dalam (Safitri et al., 2024) *dynamic capabilities* memungkinkan organisasi beradaptasi cepat terhadap perubahan pasar dan teknologi, mengembangkan inovasi berkelanjutan. Di era digital ini, teknologi dapat menjadi inovasi baru bagi para pelaku UMKM kuliner untuk menerapkan digitalisasi bisnis di era sekarang khususnya kesiapan dalam menghadapi transformasi bisnis yang semakin canggih. Dengan memanfaatkan sumber daya berbasis teknologi *food delivery* seperti Go-Food, dapat menjadi kesempatan baru bagi para UMKM sebagai solusi yang efisien dan praktis, mengikuti perubahan perilaku konsumen saat ini yang cenderung lebih menyukai sesuatu yang *instant*.

Memahami peluang bisnis merupakan salah satu kunci dalam mengembangkan keunggulan kompetitif perusahaan. Hal ini melibatkan *innovation capabilities* dalam bisnis, sambil mempertimbangkan risiko yang harus diambil dan peluang yang dapat tercipta dari keputusan tersebut. Menurut

(Makhloufi et al., 2021) *entrepreneurial orientation* perusahaan dapat mempengaruhi aktivitas-aktivitas *innovation capabilities* melalui pembelajaran penciptaan ide baru, kegiatan rutin dan praktis dengan memanfaatkan aliran informasi pembaharuan proses dan desain produk.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Putri et al., 2024) *dynamic capabilities* berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ul Huda et al., 2020) menyimpulkan bahwa *dynamic capabilities* tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap keunggulan bersaing. Penelitian sejenis yang dilakukan oleh (Indriyani et al., 2024) mengatakan bahwa *entrepreneurial orientation* berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing, hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Rahmayuni et al., 2024) Namun temuan berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fadhillah et al., 2021; Ul Huda et al., 2020) yang menyatakan bahwa *entrepreneurial orientation* tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Zatia et al., 2023) *innovation capabilities* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wijaya & Simamora, 2022) menyatakan bahwa kapabilitas inovasi berpengaruh tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Berdasarkan *research gap* dan *empirical gap* yang telah dipaparkan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap UMKM kuliner yang sudah terdaftar pada aplikasi Go-Food dengan Bintang 4,5 ke atas yang ada di Kota Sukabumi dengan judul “**Pengaruh Dynamic Capabilities,**

Entrepreneurial Orientation, Dan Innovation Capabilities Terhadap Keunggulan Bersaing”

KAJIAN TEORI

Grand Theory yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori *Resource-Based View* (RBV). Menurut (Safari & Saleh, 2020) RBV menekankan pada heterogenitas sumber daya (dimiliki atau diakses perusahaan) yang merupakan sumber utama perbedaan kinerja antara perusahaan. Perusahaan yang mampu mengelola dan memadukan sumber daya secara inovatif akan memperoleh keunggulan kompetitif. RBV menekankan mengenai pentingnya sumber daya VRIN/O (Valuable, Rare, Inimitable, Non-substitutable/Organized) untuk membentuk keunggulan kompetitif berkelanjutan. Contohnya, dalam bidang rantai pasok, hubungan baik dengan pemasok serta informasi pelanggan digolongkan sebagai sumber daya VRIN/O yang strategis (Mailani et al., 2024).

Middle Theory yang digunakan oleh peneliti ialah *Technology Organization Environment* (TOE) *Framework*. Menurut (Marei et al., 2023) *Technology Organization Environment* (TOE) *Framework* merupakan kerangka yang menekankan bahwa faktor teknologi, organisasi, dan lingkungan sangat penting dalam adopsi teknologi pada organisasi. Kerangka TOE adalah paradigma yang berguna untuk memahami bagaimana kemajuan teknologi bekerja dan diterima.

Adapun *Applied Theory* yang digunakan oleh peneliti adalah, keunggulan bersaing, *dynamic capabilities*, *entrepreneurial orientation*, dan *innovation capabilities*.

Keunggulan Bersaing

Menurut (Nurwahida et al., 2024) keunggulan bersaing sebagai posisi strategis yang harus dicapai perusahaan untuk menghadapi persaingan ketat. Keunggulan ini muncul dari elemen seperti produk berkualitas, layanan memuaskan, variasi produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan, ketersediaan barang, serta harga yang bersaing. Keunggulan bersaing tercipta ketika nilai atau manfaat yang diberikan perusahaan kepada pembeli melebihi biaya yang dikeluarkan untuk menciptakannya, dan perusahaan mampu menawarkan harga lebih rendah atau manfaat unik dibanding pesaing.

Menurut Rustian & Widiastuti dalam (Zatia et al., 2023) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menawarkan dan menciptakan produk serta layanan yang unik sehingga dapat dirasakan dan bernilai di pasar, sehingga perusahaan memiliki keunikan dibanding pesaing. Keunggulan ini dapat diperoleh melalui strategi diferensiasi, keunggulan biaya, dan fokus.

Menurut Rahman & Rahmatullah dalam (Putri et al., 2024) keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan nilai yang lebih besar bagi pelanggannya dibandingkan pesaingnya. Adapun dimensi keunggulan bersaing meliputi; biaya, kualitas, waktu dan penyampaian, serta fleksibilitas (Wahyuni, 2022).

Dynamic Capabilities

Menurut (Syafia & Indriastuti, 2021) *dynamic capabilities* adalah kemampuan penting perusahaan untuk dapat beradaptasi dan berkembang dalam menghadapi lingkungan yang dinamis. Kemampuan ini meliputi mengumpulkan dan membangun sumber daya, transformasi sumber daya, dan inovasi berkelanjutan.

Dynamic capabilities mencerminkan kemampuan suatu organisasi untuk mencapai keunggulan kompetitif melalui tidak hanya pemanfaatan sumber daya yang ada, tetapi juga kemampuan untuk terus menerus menciptakan, mengintegrasikan, dan menyesuaikan sumber daya baru (Islami & Suryani, 2024).

Menurut (Isa & Ar Rahmah, 2023) menjelaskan *dynamic capabilities* membantu organisasi dalam pengelolaan risiko yang lebih baik dengan pengambilan keputusan yang gesit dan fleksibel, sehingga mampu merespons perubahan eksternal yang tidak terduga. Menurut (Teece, 2020), kapabilitas dinamis memiliki 3 dimensi yaitu *sensing*, *seizing* dan *transforming* yang di mana proses tersebut berguna untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dimana lingkungan bisnis yang berubah cepat.

Entrepreneurial Orientation (EO)

Menurut (Meekaewkunchorn et al., 2021) *entrepreneurial orientation* mengacu pada kecenderungan dan perilaku perusahaan terhadap inovasi, keaktifan, dan pengambilan risiko yang membantu kinerja perusahaan.

Menurut (Wales et al., 2023) mendefinisikan *entrepreneurial orientation* sebagai teori penciptaan nilai baru melalui komitmen terhadap kebaruan yang berkelanjutan dalam penawaran produk pasar organisasi. Mereka menekankan bahwa EO mencerminkan pola perilaku kewirausahaan yang berkelanjutan, ditandai dengan eksperimen produk pasar yang berani dan inovatif.

Konsep *entrepreneurial orientation* dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melibatkan beberapa aspek penting yang menjadi kunci dalam pengembangan

bisnis, yaitu inovasi, proaktifitas, dan keinginan untuk mengambil risiko (Audina, 2021). Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Nugroho, 2023) menyebutkan, terdapat lima dimensi yang secara *independent* dan kolektif menentukan domain EO yaitu *autonomy*, *risk taking*, *innovativeness*, *proactiveness*, *competitive aggressiveness*.

Innovation Capabilities

Innovation capability adalah kemampuan perusahaan atau organisasi dalam mengembangkan dan mengaplikasikan ide-ide kreatif menjadi produk, proses, atau layanan baru yang memiliki karakteristik unik dan berbeda dari pesaing untuk mempertahankan pasar dan keunggulan kompetitif (Wijaya & Simamora, 2022).

Inovasi ialah suatu proses berpikir dan bertindak kreatif dalam menciptakan suatu produk guna pencapaian keberhasilan dalam instansi (Novita, 2022). Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Odoom & Mensah, 2022) membagi dimensi *innovation capabilities* sebagai berikut: inovasi pelayanan, inovasi teknologi, inovasi produk, inovasi pasar, dan inovasi ide baru.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian deskriptif asosiatif dengan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan menggambarkan fenomena serta menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel *dynamic capabilities*, *entrepreneurial orientation*, *innovation capabilities*, dan keunggulan bersaing. Penelitian ini menggunakan sampel jenuh sebanyak 32 UMKM kuliner pengguna layanan Go-Food di Kota Sukabumi. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara tidak terstruktur,

studi kepustakaan, serta kuesioner berbasis skala Likert. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan SPSS versi 29 melalui beberapa tahapan, termasuk uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, serta pengujian hipotesis secara simultan dan parsial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Tabel Hasil Uji Koefisien Korelasi Ganda

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.734	0.539	0.490	3.006

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2025

Berdasarkan hasil yang didapat pada tabel diatas, hasil penelitian pengujian koefisien korelasi ganda *Dynamic Capabilities*, *Entrepreneurial Orientation*, dan *Innovation Capabilities* Terhadap Keunggulan Bersaing menghasilkan nilai 0,734 dan tingkat signifikan $\alpha = 0,05$, nilai tersebut berada pada kategori 0,60 – 0,799. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara *Dynamic Capabilities*, *Entrepreneurial Orientation*, dan *Innovation Capabilities* Terhadap Keunggulan Bersaing.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah nilai yang digunakan untuk mengukur

Tabel 2. Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.734	0.539	0.490	3.006

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2025

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, didapatkan nilai R Square (Koefisien Determinasi) sebesar 0,539, menunjukkan bahwa adanya hubungan yang kuat antara variabel independen (*Dynamic Capabilities*, *Entrepreneurial Orientation*, dan *Innovation*

HASIL

Uji Koefisien Korelasi Ganda

Korelasi ganda digunakan untuk mengetahui hubungan dua atau lebih variabel independent dengan satu variabel dependen dan menunjukkan arah serta kekuatan hubungan antar variabel, biasanya disimbolkan dengan R. Berikut hasil uji korelasi ganda menggunakan IBM SPSS 29:

besarnya kontribusi variabel independent (X) terhadap naik turunnya variabel dependent (Y). Pada analisis koefisien determinasi terdapat kriteria untuk menentukan lemah dan kuatnya variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen, kriteria tersebut adalah sebagai berikut:

1. Jika R^2 mendekati nol (0), maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent lemah.
2. Jika R^2 mendekati satu (1), maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent kuat.

Penelitian ini telah melakukan pengumpulan data dari berbagai sumber responden dan telah mengolah data menggunakan *software* IBM SPSS 29:

Capabilities) terhadap variabel dependen (Keunggulan Bersaing) karena mendekati angka 1, sisanya 0,461 dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil Uji Hipotesis**Analisis Regresi Linear Berganda**

Dalam peneitian ini, regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui

perubahan variabel terikat, yaitu keunggulan bersaing. Berikut hasil perhitungan regresi linear berganda menggunakan *software* IBM SPSS 29:

Tabel 3. Tabel Hasil Uji Analisis Regresi Linear

Coefficients					
Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		
Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	1.484	9.003		.165	0.000
X1	0.316	0.182	0.245	2.738	0.001
X2	0.377	0.124	0.449	3.044	0.001
X3	0.225	0.137	0.244	1.637	0.001

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2025

Berdasarkan Tabel 3. dapat dilihat nilai persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

$$a = 1,484$$

$$b_1 = 0,316$$

$$b_2 = 0,377$$

$$b_3 = 0,225$$

Maka didapatkan persamaan regresi linear berganda menurut (Ghozali, 2021) yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 1,484 + 0,316 X_1 + 0,377 X_2 + 0,225 X_3$$

Dari persamaan regresi linear berganda diatas, dapat disimpulkan:

1. Konstanta sebesar 1,484 menunjukkan bahwa jika pengaruh variabel X1, X2, dan X3 dianggap nol, maka Keunggulan Bersaing (Y) akan bernilai 1,484.
2. Koefisien regresi X1 sebesar 0,316 mengindikasikan bahwa setiap kenaikan 1 satuan pada *Dynamic Capabilities* (X1) akan meningkatkan Keunggulan Bersaing (Y) sebesar 0,316.
3. Koefisien regresi X2 sebesar 0,377 mengindikasikan bahwa setiap kenaikan 1 satuan pada *Entrepreneurial Orientation* (X2) akan meningkatkan Keunggulan Bersaing (Y) sebesar 0,377.

4. Koefisien regresi X3 sebesar 0,225 mengindikasikan bahwa setiap kenaikan 1 satuan pada *Innovation Capabilities* (X3) akan meningkatkan Keunggulan Bersaing (Y) sebesar 0,225.

Dapat disimpulkan secara keseluruhan, ketiga variabel yaitu *Dynamic Capabilities*, *Entrepreneurial Orientation*, dan *Innovation Capabilities* memiliki pengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing.

Uji Simultan (F Anova)

Uji Simultan (Uji-F) digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama variabel *Dynamic Capabilities*, *Entrepreneurial Orientation*, dan *Innovation Capabilities* terhadap Keunggulan Bersaing.

Kriteria yang digunakan untuk pengujian simultan ini adalah sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.

Berikut ini merupakan hasil dari pengujian simultan (Uji-F) yang diperoleh melalui perhitungan dalam aplikasi SPSS 29:

Tabel 4. Tabel Hasil Uji Simultan (Uji-F)

ANOVA					
Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	295.920	3	98.640	10.919	.000
Residual	252.955	28	9.034		
Total	548.875	31			

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2025

Menurut (Ghozali, 2021), variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) secara simultan jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$. Berdasarkan hasil uji F di atas melalui F tabel, maka diperlukan nilai df ($n-k-1$). Sehingga untuk $df = (32-3-1 = 28)$ dan tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$), nilai F_{tabel} adalah 2,947. Hasil uji simultan (F) menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar $10,919 > F_{tabel} (2,947)$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *Dynamic Capabilities* (X1), *Entrepreneurial Orientation* (X2), dan *Innovation Capabilities* (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing (Y).

Uji Parsial (Uji-T)

Uji Parsial (Uji-T) digunakan untuk menguji berarti atau tidaknya hubungan variabel *Dynamic Capabilities* (X1), *Entrepreneurial Orientation* (X2), dan *Innovation Capabilities* (X2) dengan variabel terikatnya Keunggulan Bersaing (Y).

Kriteria yang digunakan untuk pengujian parsial ini adalah sebagai berikut:

1. Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.
2. Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 5. Tabel Hasil Uji Parsial (Uji-T)

Coefficients					
Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		
Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	1.484	9.003		.165	0.000
X1	0.316	0.182	0.245	2.738	0.001
X2	0.377	0.124	0.449	3.044	0.001
X3	0.225	0.137	0.244	1.637	0.001

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2025

Berdasarkan hasil uji parsial (Uji-T) digunakan untuk menguji tingkat signifikansi variabel independent terhadap dependen secara parsial. Sample yang digunakan sebanyak 32 responden. Sehingga dikatakan berpengaruh signifikan jika nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ dengan $df = n-k$ atau $df = 31$, dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ maka diperoleh $T_{tabel} 1,695$. Berikut hasil pengujian pengaruh variabel X terhadap variabel Y, sebagai berikut:

1. Hasil pengujian variabel *Dynamic Capabilities* terhadap Keunggulan Bersaing menunjukkan nilai T_{hitung} variabel X1 sebesar $2,738 > 1,695$, dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Oleh karena itu, H1 yang menyatakan bahwa variabel *Dynamic Capabilities* (X1) memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap Keunggulan Bersaing (Y) diterima.
2. Hasil pengujian variabel *Entrepreneurial Orientation* terhadap Keunggulan Bersaing menunjukkan

nilai *T*-hitung variabel *X*2 sebesar $3,044 > 1,695$, dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Oleh karena itu, *H*2 yang menyatakan bahwa variabel *Entrepreneurial Orientation* (*X*2) memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap Keunggulan Bersaing (*Y*) diterima.

3. Hasil pengujian variabel *Innovation Capabilities* terhadap Keunggulan Bersaing menunjukkan nilai *T*-hitung variabel *X*3 sebesar $1,637 < 1,695$, dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Meskipun nilai signifikansi memenuhi syarat, karena *T*-hitung lebih kecil dari *T*-tabel, *H*3 yang menyatakan bahwa variabel *Innovation Capabilities* (*X*3) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keunggulan Bersaing (*Y*) ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa *Innovation Capabilities* (*X*3) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing (*Y*).

PEMBAHASAN

Pengaruh *Dynamic Capabilities* Terhadap Keunggulan Bersaing

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Dynamic Capabilities* (*X*1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing (*Y*), dengan nilai *T*-hitung $2,738 > 1,695$ dan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$, sehingga *H*1 diterima. Semakin tinggi kemampuan pelaku usaha di platform Go-Food dalam memantau perubahan pasar, mengambil keputusan strategis, dan beradaptasi dengan inovasi (*Dynamic Capabilities*), semakin besar kontribusi terhadap Keunggulan Bersaing. Kemampuan ini memungkinkan pelaku usaha untuk mengenali peluang pasar, mengalokasikan sumber daya secara efisien, dan mengembangkan model bisnis yang inovatif, sehingga

memperkuat posisi kompetitif mereka di platform Go-Food.

Pengaruh *Entrepreneurial Orientation* Terhadap Keunggulan Bersaing

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Entrepreneurial Orientation* (*X*2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing (*Y*), dengan nilai *T*-hitung $3,044 > 1,695$ dan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$, sehingga *H*2 diterima. Semakin tinggi orientasi kewirausahaan pelaku usaha di Go-Food, seperti mendorong inisiatif karyawan, mengambil risiko, dan proaktif dalam mencari peluang pasar, semakin besar kemungkinan mereka mencapai Keunggulan Bersaing. Orientasi kewirausahaan mendukung strategi pemasaran agresif, inovasi produk, dan kemampuan untuk menarik pelanggan melalui nilai tambah, sehingga meningkatkan daya saing usaha.

Pengaruh *Innovation Capabilities* Terhadap Keunggulan Bersaing

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Innovation Capabilities* (*X*3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing (*Y*), dengan nilai *T*-hitung $1,637 < 1,695$ meskipun tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$, sehingga *H*3 ditolak. Meskipun pelaku usaha di Go-Food aktif mengenalkan layanan baru, mengadopsi teknologi, dan menciptakan produk inovatif, pengaruhnya terhadap Keunggulan Bersaing tidak signifikan. Hal ini mungkin disebabkan oleh tingkat adopsi inovasi yang belum sepenuhnya dioptimalkan atau faktor eksternal seperti persaingan ketat di platform Go-Food.

Pengaruh *Dynamic Capabilities*, *Entrepreneurial Orientation*, dan *Innovation Capabilities* Terhadap Keunggulan Bersaing Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, variabel *Dynamic Capabilities* (*X*1),

Entrepreneurial Orientation (X2), dan *Innovation Capabilities* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing (Y). Berdasarkan nilai Fhitung 10,919 > Ftabel 2,947 dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, ketiga variabel ini secara bersama-sama berkontribusi terhadap Keunggulan Bersaing. Pengaruh ketiga variabel ini terhadap Keunggulan Bersaing sebesar 53,9%, sedangkan 46,1% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi kemampuan dinamis, orientasi kewirausahaan, dan kapabilitas inovasi secara bersama-sama meningkatkan daya saing pelaku usaha di *platform* Go-Food, melalui strategi adaptasi pasar, proaktifitas, dan pemanfaatan teknologi.

PENUTUP

Kesimpulan

Dynamic Capabilities terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuliner Go-Food di Kota Sukabumi. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan UMKM yang baik dalam mengidentifikasi peluang atau ancaman yang muncul di lingkungan internal atau eksternal, kemampuan dalam mengambil tindakan dalam mengalokasikan sumber daya yang diperlukan, dan melakukan perubahan atau penyesuaian strategis terhadap sumber daya guna untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di pasar Go-Food. *Entrepreneurial Orientation* terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuliner Go-Food di Kota Sukabumi. Tingginya dimensi kewirausahaan, seperti Proaktif, Inovatif, dan Pengambilan Risiko, mendorong UMKM untuk lebih berani menciptakan peluang baru, menawarkan menu unik,

dan mengambil langkah strategis yang membedakan mereka dari pesaing, yang pada akhirnya meningkatkan keunggulan bersaing. *Innovation Capabilities* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Meskipun pelaku usaha di Go-Food aktif mengenalkan layanan baru, mengadopsi teknologi, dan menciptakan produk inovatif, pengaruhnya terhadap Keunggulan Bersaing tidak signifikan. Hal ini disebabkan oleh tingkat adopsi inovasi yang belum sepenuhnya dioptimalkan atau faktor eksternal seperti persaingan ketat di *platform* Go-Food. Peneliti merekomendasikan agar penelitian selanjutnya memperluas objek penelitian serta mengembangkan variabel lain yang lebih beragam untuk memperkaya kajian terkait keunggulan bersaing UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Audina, S. H. (2021). Peranan Pelatihan Terhadap Pengembangan Pelaku Usaha Kecil dan Menengah Pada Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Bisnis Corporate*, 6(1), 29–50. <https://doi.org/https://doi.org/10.46576/jbc.v6i1.1486>
- Djarmiko, B. J. (2023). Penguatan Inovasi Teknologi dalam Rangka Mendukung Daya Saing UMKM. *Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia*.
- Fadhillah, Y., Yacob, S., & Lubis, T. A. (2021). Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Intervening Pada UKM di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 10(1), 1–15. <https://doi.org/https://doi.org/10.2437/jmk.v10i01.12175>

- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate (Dengan Program IBM SPSS 26)* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriyani, R., Geraldino, J., & Senak, T. (2024). Peranan Entrepreneurial Orientation dalam Meningkatkan Competitive Advantage Melalui Innovation Capability Sebagai Variabel Mediasi. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.9937>
- Isa, M., & Ar Rahmah, F. (2023). Knowledge Management and Organizational Performance: The Mediating Role of Dynamic Capabilities. *JBTI: Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi*, 14(3), 478–492. <https://doi.org/10.18196/jbti.v14i3.20404>
- Islami, F., & Suryani, I. (2024). Peran Mediasi Dynamic Capabilities Pada Pengaruh Entrepreneurial Leadership Terhadap Kinerja UMKM Sektor Penginapan di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 9(3), 782–796. <https://doi.org/https://doi.org/10.24815/jimen.v9i3.31245>
- Mailani, D., Hulu, M. Z. T., Simamora, M. R., & Kesuma, S. A. (2024). Resource-Based View Theory to Achieve a Sustainable Competitive Advantage of the Firm: Systematic Literature Review. *International Journal of Entrepreneurship and Sustainability Studies*, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.31098/ijeass.v4i1.2002>
- Makhloufi, L., Laghouag, A. A., Sahli, A. A., & Belaid, F. (2021). Impact of Entrepreneurial Orientation on Innovation Capability: The Mediating Role of Absorptive Capability and Organizational Learning Capabilities. *Sustainability (Switzerland)*, 13(10). <https://doi.org/10.3390/su13105399>
- Marei, A., Mustafa, J. A., Othman, M., Daoud, L., Lutfi, A., & Al-Amarneh, A. (2023). The Moderation of Organizational Readiness on The Relationship Between Toe Factors and Fintech Adoption and Financial Performance. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(3). <https://doi.org/10.55908/SDGS.V11I3.730>
- Meekaewkunchorn, N., Szczepańska-Woszczyna, K., Muangmee, C., Kassakorn, N., & Khalid, B. (2021). Entrepreneurial Orientation and SME Performance: The Mediating Role of Learning Orientation. *Economics and Sociology*, 14(2), 294–312. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2021/14-2/16>
- Mellita, D., Aliya, S., & Elpanso, E. (2020). Green Supply Chain Management at Cullinary Small Business: Some Notes to Consider. *DIJDBM: Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 1(4), 512–521. <https://doi.org/10.31933/DIJDBM>
- Musa, C. I., Kurniawan, A. W., Abadi, R. R., Musa, D. A. L., & Pratiwi, K. S. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM di Era Revolusi Industri 5.0. *LP2M-Universitas Negeri Makassar*. <https://ojs.unm.ac.id/semnaslemlit/article/view/40263>

- Novita, D. (2022). Individual Innovation Capability dalam Menciptakan Kinerja Optimal. *Jesya*, 5(2), 2052–2062.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.778>
- Nugroho, A. T. (2023). The Influence of Entrepreneurial Orientation, Network, Market Orientation on Small Business Performance in West Java Province. *The Eastasouth Management and Business*, 01(03), 81–89.
<https://doi.org/10.58812/esmb.v1.i03>
- Nurwahida, Saputri, J., & Awaluddin, M. (2024). Competitive Advantage dan Comparative Advantage. *Jurnal Ekonomi Revolusioner*, 7(12), 208–215.
<https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jer/article/view/8175>
- Odoo, R., & Mensah, P. (2022). Brand Orientation and Brand Performance in SME's: The Moderating Effects of Social Media and Innovation Capabilities. *Management Research Review*, 42(1), 155–171.
<https://doi.org/10.1108/MRR-12-2017-0441>
- Putri, D. R., Komariah, K., & Saori, S. (2024). Analysis of Dynamic Capabilities and Entrepreneurial Orientation on Competitive Advantage (Survey on Home Industry Culinary Sector With Google Maps Rating 4 and Above in The City of Sukabumi). *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(5), 1986–1990.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31539/costing.v7i5.12007>
- Rahmayuni, R., Yeni, Y. H., & Syafrizal. (2024). The Influence of Entrepreneurial Orientation and Competitive Advantage on Performance. *Journal Publicuho*, 7(1), 245–253.
<https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i1.358>
- Safari, A., & Saleh, A. S. (2020). Key Determinants of SME's Export Performance: a Resource-Based View and Contingency Theory Approach Using Potential Mediators. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 35(4), 635–654.
<https://doi.org/10.1108/JBIM-11-2018-0324>
- Safitri, A., Syarah, M. P., & WN, R. A. (2024). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Dynamic Capabilities Terhadap Inovasi Perusahaan di Pt. Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2).
- Santi, C., Utami, M., Setiawati, N. A., & Maryuni, Y. (2023). Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Tengah Perubahan Global: Membangun Bisnis Online Menghadapi Kompetitor. *Jurnal Sejarah Indonesia*, 6(2), 91–104.
<https://doi.org/https://doi.org/10.62924/jsi.v6i2.32601>
- Saori, S., Nurmala, R., & Komariah, K. (2020). Tinjauan Literatur Keunggulan Kompetitif Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Business Preneur: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(2), 85–101.
<https://doi.org/https://doi.org/10.23969/bp.v2i2.3510>
- Suhendi, C., Nugroho, M., Yahya, H., & Zahari, A. (2020). Dynamic Capabilities for SME's: Ready to Change and Cloud Service Role Toward Digital Business. *INSYMA*, 115, 129–133.
<https://doi.org/https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200127.026>

- Syafia, V. F., & Indriastuti, M. (2021). Peran E-Readiness dan Dynamic Capabilities Pada Peningkatan Kinerja UKM. *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Ekonomi*, 1(1).
- Ul Huda, I., Karsudjono, A. J., & Maharani, P. N. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah Dengan Variabel Intervening Keunggulan Bersaing (Studi Pada UKM di Banjarmasin). *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 4(3), 392–407.
<https://doi.org/https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i3.359>
- Wahyuni, A. E. (2022). Analisis Keunggulan Bersaing Pada UMKM Kota Surabaya. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(2).
<https://ejournal.goacademica.com/index.php/ja/article/download/581/542>
- Wales, W., Gupta, V. K., Marino, L., & Shirokova, G. (2023). Entrepreneurial Orientation: International, Global and Cross-Cultural Research. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 37(2), 95–104.
<https://doi.org/10.1177/0266242618813423>
- Widyayanti, E. R., & Insiatiningsih. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Dengan Aplikasi Gojek Fitur Gofood Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Kuliner di Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 8(1), 80–95.
<https://doi.org/10.32477/jrm.v8i1.249>
- Wijaya, L. D., & Simamora, V. (2022). Pengaruh Kapabilitas Teknologi Informasi dan Kapabilitas Inovasi Terhadap Strategi dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 7(1), 51–65.
<https://doi.org/https://doi.org/10.38043/jiab.v7i1.3474>
- Zatia, Z., Kumalasari, F., & Wonua, A. R. (2023). Pengaruh Kapabilitas Dinamis dan Kapabilitas Inovasi Terhadap Keunggulan Kompetitif (Studi Kasus UMKM Kabupaten Kolaka). *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(4), 176–188.
<https://doi.org/10.55606/makreju.v1i4.2168>