

Analisis Capability UMKM Teh Tubruk Dalam Menyesuaikan Diri Terhadap Tren Minuman Kekinian Di Lingkungan Kampus UIN Raden Intan Lampung

Ella Hayati¹ Nadira Isaura Prameswari², Vicky F Sanjaya³

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

e-mail: ellahayati053@gmail.com, nadiraisaurap@gmail.com

Abstract

This study aims to examine how the Teh Tubruk micro-enterprise develops dynamic capabilities to adapt to contemporary beverage trends within the UIN Raden Intan Lampung campus area. The research applies a descriptive qualitative method, with data obtained through in-depth interviews and direct observation of the business owner. The results indicate that sensing capability emerges from the owner's efforts to monitor shifts in student preferences and keep track of popular beverage trends. The seizing capability is reflected in product innovations, price adjustments, and simple promotional strategies designed to attract campus consumers. Meanwhile, transforming capability is demonstrated through improvements in production procedures, more efficient raw material management, and ongoing operational adjustments to sustain the business amid increasing competition from modern beverage products. This study concludes that the integration of these three capabilities plays a vital role in supporting the resilience of Teh Tubruk. The findings contribute to the theoretical understanding of dynamic capability within traditional micro-enterprises and provide practical implications regarding the need for market awareness, innovation flexibility, and adaptive resource management among small businesses.

Keywords: Dynamic Capability, UMKM, Product Innovation, Market Adaptation, Beverage Trends.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana UMKM Teh Tubruk mampu membangun kapabilitas dinamis dalam merespons tren minuman kekinian yang berkembang di lingkungan Kampus UIN Raden Intan Lampung. Pendekatan penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap pemilik usaha. Hasil temuan menunjukkan bahwa kemampuan sensing tampak dari upaya pemilik usaha dalam memonitor perubahan selera mahasiswa dan mengikuti arus tren minuman yang sedang populer. Kemampuan seizing terlihat melalui langkah inovasi produk, penyesuaian harga, serta strategi pemasaran sederhana yang digunakan untuk menarik konsumen kampus. Adapun kemampuan transforming tercermin dari perbaikan proses penyajian, pengelolaan bahan

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v6i1.27707>

baku yang lebih efektif, dan penyesuaian operasional yang dilakukan secara berkelanjutan guna menjaga keberlangsungan usaha di tengah persaingan minuman modern. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan UMKM Teh Tubruk dalam mempertahankan eksistensi usahanya sangat dipengaruhi oleh integrasi ketiga kemampuan dinamis tersebut. Temuan ini memperkaya kajian dynamic capability pada UMKM berbasis minuman tradisional serta memberikan implikasi praktis mengenai pentingnya kepekaan pasar, fleksibilitas inovasi, dan pengelolaan sumber daya yang adaptif bagi pelaku usaha kecil.

Kata kunci: *Dynamic Capability, UMKM, Inovasi Produk, Adaptasi Pasar, Minuman Kekinian.*

1. PENDAHULUAN

Perubahan tren minuman kekinian di lingkungan kampus dalam beberapa tahun terakhir membawa dampak besar terhadap preferensi konsumsi mahasiswa (Danang Sunyoto, SE, and CBLDM 2025), termasuk di Kampus UIN Raden Intan Lampung. Munculnya beragam minuman modern seperti kopi susu, boba, hingga varian teh racikan yang dipromosikan melalui media sosial menjadikan mahasiswa semakin mempertimbangkan aspek rasa, tampilan, dan citra gaya hidup dalam memilih produk (AMIR 2024). Kondisi ini menghadirkan tekanan bagi UMKM Teh Tubruk yang sebelumnya mengandalkan cita rasa tradisional serta harga yang ramah mahasiswa sebagai keunggulan utama (Taufik 2022). Dinamika kompetisi semacam ini mendorong pelaku usaha untuk mengembangkan kemampuan adaptif agar mampu bertahan dalam pasar yang berubah cepat. Melalui perspektif capability, kemampuan untuk mengenali perubahan pasar, menangkap peluang, dan melakukan penyesuaian internal menjadi indikator penting dalam merespons tantangan persaingan yang berkembang (Kusumawijaya and Astuti 2025).

Motivasi penelitian ini didorong oleh kebutuhan untuk

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v6i1.27707>

memahami bagaimana UMKM Teh Tubruk berupaya meningkatkan kapasitas adaptasinya terhadap tren minuman kekinian yang semakin populer di kalangan mahasiswa (Ramadan et al. 2025). Meningkatnya tuntutan konsumen terhadap produk minuman yang inovatif menunjukkan bahwa UMKM tradisional memerlukan strategi yang lebih sistematis, terutama dalam menyesuaikan produk, memanfaatkan peluang, serta memperbaiki pola operasional agar tetap mampu bersaing (Uswatun Hasanah 2025). Oleh sebab itu, penelitian ini menjadi penting untuk menelaah bagaimana proses adaptasi tersebut berlangsung dan sejauh mana kemampuan tersebut berperan dalam mempertahankan keberlanjutan usaha.

Pertanyaan penelitian ini disusun mengarah pada hubungan antara kemampuan adaptasi UMKM dan perubahan kondisi pasar, yaitu: bagaimana kemampuan sensing UMKM Teh Tubruk dalam membaca perubahan preferensi mahasiswa bagaimana kemampuan seizing diterapkan dalam menangkap peluang dari tren minuman kekinian; serta bagaimana kemampuan reconfiguring dilakukan untuk menata ulang aktivitas usaha dan inovasi produk sehingga tetap memiliki nilai saing. Rumusan ini disusun untuk memahami bagaimana dinamika perilaku konsumen dan strategi adaptif saling terkait dalam memperkuat capability UMKM.

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis kemampuan adaptasi UMKM Teh Tubruk dalam menghadapi tren minuman kekinian di lingkungan Kampus UIN Raden Intan Lampung, mengidentifikasi strategi yang digunakan pelaku usaha dalam

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v6i1.27707>

merespons perubahan kebutuhan mahasiswa, serta mengevaluasi proses penyesuaian internal yang dilakukan untuk memastikan keberlanjutan usaha. Temuan penelitian diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian capability pada UMKM sekaligus menjadi rujukan praktis bagi pelaku usaha tradisional dalam mengembangkan strategi adaptasi yang lebih efektif

2. TELAAH TEORITIS

1. Dynamic Capability pada UMKM Minuman Tradisional

Pembahasan mengenai dynamic capability telah berkembang menjadi kerangka penting dalam menjelaskan bagaimana organisasi mampu bertahan dan menyesuaikan diri ketika menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang cepat. Nurjanah (2025) mengemukakan bahwa dynamic capability mencerminkan kemampuan sebuah organisasi untuk membentuk, mengoordinasikan, serta menata ulang berbagai sumber daya dan kompetensi sehingga dapat merespons dinamika pasar secara efektif. Dalam konteks UMKM, konsep ini menjadi sangat relevan mengingat pelaku usaha sering bekerja dengan keterbatasan modal, persaingan yang semakin beragam, serta perubahan permintaan konsumen yang sulit diprediksi. Beberapa penelitian menegaskan bahwa UMKM dengan tingkat kemampuan sensing, seizing, dan reconfiguring yang baik cenderung lebih siap menghadapi perubahan dan memiliki peluang keberlanjutan usaha yang lebih besar (Dzakirah, Defana, and Noviyanti 2024).

Komponen pertama, sensing, merujuk pada kecakapan pelaku usaha untuk menangkap perubahan perilaku konsumen,

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v6i1.27707>

kemunculan peluang baru, serta ancaman kompetitif yang ada di sekitarnya. Pada usaha minuman tradisional seperti Teh Tubruk, kemampuan ini menjadi penting untuk memahami perkembangan selera mahasiswa yang saat ini lebih condong pada minuman kekinian dengan variasi rasa dan tampilan visual yang menarik (Soeparto 2021). Sejumlah kajian menunjukkan bahwa UMKM yang mampu melakukan pencermatan lingkungan dan merespons sinyal pasar secara cepat lebih berpeluang untuk beradaptasi secara tepat (Fatonah, 2020). Dengan begitu, sensing tidak hanya sebatas observasi, tetapi juga interpretasi informasi yang memungkinkan pelaku usaha menentukan langkah strategis berikutnya (Judijanto, Destiana, and Pertiwi 2025).

Komponen kedua, *seizing*, berkaitan dengan kemampuan pelaku UMKM untuk memanfaatkan peluang pasar melalui keputusan inovatif, pengembangan produk, serta strategi pemasaran yang tepat sasaran. Dalam penelitian UMKM, kemampuan ini dianggap krusial untuk menciptakan keunggulan kompetitif dan peningkatan nilai produk (Wulansari 2018). Bagi UMKM Teh Tubruk di sekitar kampus UIN Raden Intan Lampung, *seizing* dapat diwujudkan melalui modifikasi menu, pembaruan kemasan, hingga penggunaan media promosi yang sesuai dengan preferensi mahasiswa. Langkah-langkah tersebut merupakan bentuk konkret dalam menangkap peluang yang muncul dari tren minuman kekinian yang terus berkembang.

Komponen ketiga, *reconfiguring*, merupakan kapasitas UMKM

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v6i1.27707>

untuk menata ulang proses, sumber daya, dan sistem kerja agar tetap relevan terhadap tuntutan pasar. Menurut Teece (2007), kemampuan ini menjadi salah satu faktor utama yang menentukan daya tahan bisnis dalam lingkungan yang berubah cepat. UMKM yang mampu melakukan reconfiguring biasanya lebih fleksibel dalam mengadopsi teknologi sederhana, meningkatkan efisiensi produksi, maupun menjalin kolaborasi dengan mitra usaha (Putri 2020). Hasil penelitian pada sektor UMKM tradisional menunjukkan bahwa kemampuan tersebut membantu pelaku usaha tetap bertahan meskipun tekanan modernisasi semakin kuat (Hasibuan, Harahap, and Rizka Ar Rahmah 2025). Dalam konteks Teh Tubruk, reconfiguring dapat berupa pembenahan proses penyajian, peningkatan kebersihan dan kualitas layanan, hingga pengaturan ulang strategi usaha agar lebih adaptif.

Dengan demikian, kajian mengenai dynamic capability memberikan dasar teoritis yang kuat untuk memahami upaya UMKM Teh Tubruk dalam menyesuaikan diri terhadap minuman kekinian yang diminati mahasiswa. Ketiga dimensi utama sensing, seizing, dan reconfiguring berkaitan langsung dengan tujuan penelitian ini, yaitu menganalisis bagaimana UMKM dapat mempertahankan relevansinya di lingkungan kampus UIN Raden Intan Lampung. Landasan teoritis ini juga menegaskan bahwa keberhasilan adaptasi UMKM tidak hanya bergantung pada inovasi produk, tetapi juga pada kemampuan strategis dalam mengelola perubahan pasar secara berkelanjutan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, karena penelitian ini berupaya menggambarkan secara luas bagaimana UMKM Teh Tubruk melakukan penyesuaian terhadap tren minuman kekinian di lingkungan kampus UIN Raden Intan Lampung. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai proses adaptasi yang dijalankan pelaku usaha melalui pengamatan langsung dan penuturan informan.

Jenis data dalam penelitian mencakup data primer dan data sekunder. Data primer berupa informasi yang diperoleh secara langsung dari pemilik UMKM Teh Tubruk melalui wawancara dan pengamatan lapangan, sedangkan data sekunder berasal dari berbagai referensi ilmiah, seperti buku, artikel jurnal, dan dokumen lain yang mendukung pembahasan mengenai UMKM dan teori dynamic capability.

Sumber data utama berasal dari pelaku UMKM Teh Tubruk yang beroperasi di sekitar kampus UIN Raden Intan Lampung, serta lingkungan usaha yang diamati secara langsung untuk memahami bagaimana strategi penyesuaian dilakukan. Selain itu, berbagai literatur ilmiah digunakan sebagai sumber pendukung untuk memperkuat landasan teori dan analisis penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu observasi, wawancara semi-terstruktur, dan pengumpulan dokumen. Observasi dilakukan untuk melihat praktik usaha sehari-hari dan langkah adaptasi yang diterapkan, sementara wawancara digunakan untuk menggali lebih dalam pengalaman,

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v6i1.27707>

pertimbangan, dan strategi yang diambil pemilik usaha. Dokumentasi dilakukan dengan menghimpun foto aktivitas, catatan usaha, serta materi pendukung lain yang dapat memperkaya temuan penelitian.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Teknik ini melibatkan proses pengelompokan data berdasarkan pola atau tema tertentu yang berkaitan dengan kemampuan sensing, seizing, dan reconfiguring. Analisis dilakukan melalui tahapan pemilahan data, penyajian data secara terstruktur, dan penarikan kesimpulan sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai upaya UMKM Teh Tubruk dalam merespons perubahan selera dan tren minuman kekinian di lingkungan kampus.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan adaptasi UMKM Teh Tubruk terhadap dinamika tren minuman kekinian di lingkungan Kampus UIN Raden Intan Lampung sangat dipengaruhi oleh proses pengembangan kapabilitas dinamis yang berjalan secara bertahap. Temuan lapangan memperlihatkan bahwa pemilik usaha mampu membaca perubahan kebutuhan mahasiswa, merumuskan pilihan strategis, dan mengubah proses operasional agar tetap kompetitif di tengah maraknya minuman modern seperti boba, kopi susu, dan minuman siap saji lainnya.

Pada aspek sensing, pemilik usaha menunjukkan kepekaan terhadap perubahan pasar melalui observasi rutin terhadap perilaku mahasiswa dan tren minuman yang beredar di area kampus. Berdasarkan hasil wawancara, pelaku usaha mengaku sering

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v6i1.27707>

memperhatikan jenis minuman yang sedang populer di media sosial dan melihat bagaimana mahasiswa merespons produk pesaing. Informasi tersebut kemudian digunakan untuk menilai apakah produk Teh Tubruk masih sesuai dengan selera konsumen muda. Respons cepat terhadap perubahan selera ini menjadi dasar penting bagi usaha untuk tetap bertahan.

Selanjutnya pada tahap seizing, UMKM Teh Tubruk mulai mengembangkan inovasi produk sebagai bentuk tindak lanjut dari kemampuan sensing yang telah dilakukan. Pemilik usaha melakukan penyesuaian rasa, menawarkan varian baru, serta menyesuaikan harga agar tetap menarik bagi mahasiswa yang memiliki keterbatasan anggaran. Wawancara mengungkapkan bahwa keputusan inovasi tersebut tidak hanya didasari intuisi, tetapi juga hasil evaluasi penjualan harian dan masukan konsumen. Pemilik usaha juga memanfaatkan strategi pemasaran sederhana seperti promosi mulut ke mulut dan penawaran varian baru untuk menguji respon konsumen secara langsung.

Tahap transforming terlihat dari upaya UMKM dalam memperbaiki proses bisnis dan mengelola sumber daya agar lebih efisien (Annisa et al. 2023). Transformasi dilakukan melalui penyederhanaan alur produksi, pengelolaan bahan baku yang lebih terencana, serta penyesuaian peralatan agar dapat mempercepat penyajian pesanan. Berdasarkan wawancara, pemilik UMKM menyatakan bahwa perubahan-perubahan kecil dalam cara kerja membantu mereka mengurangi biaya operasional dan meningkatkan kualitas produk. Adaptasi ini juga terlihat dari kemauan pemilik usaha untuk terus melakukan evaluasi, sekalipun

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v6i1.27707>

usaha masih beroperasi secara sederhana.

Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa kemampuan sensing, seizing, dan transforming telah berjalan secara terpadu dalam aktivitas UMKM Teh Tubruk. Meski berskala kecil, pelaku usaha mampu memanfaatkan pengetahuan, pengalaman, dan informasi pasar untuk menjaga relevansi produknya. Kemampuan dinamis tersebut menjadi faktor utama yang memungkinkan UMKM untuk tetap bertahan di tengah kompetisi minuman kekinian yang semakin intens di lingkungan kampus. Dengan demikian, hasil penelitian ini mengonfirmasi bahwa kapabilitas dinamis memiliki peran strategis dalam memperkuat daya saing UMKM berbasis minuman tradisiona (Annisa et al. 2023).

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa kemampuan dinamis UMKM Teh Tubruk di lingkungan Kampus UIN Raden Intan Lampung menjadi faktor utama yang memungkinkan usaha untuk tetap eksis di tengah dominasi minuman kekinian. Pelaku usaha menunjukkan kemampuan sensing melalui kepekaan terhadap perubahan preferensi mahasiswa dan tren pasar yang berkembang cepat, lalu mengoptimalkan temuan tersebut melalui proses seizing berupa pengembangan produk, penyesuaian harga, serta strategi pemasaran yang sederhana namun efektif. Proses transforming terlihat dari upaya pemilik usaha dalam memperbarui cara kerja, meningkatkan efisiensi produksi, dan mengatur ulang sumber daya agar lebih selaras dengan kebutuhan konsumen muda. Ketiga kemampuan ini saling melengkapi dan membentuk fondasi adaptasi UMKM

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v6i1.27707>

dalam menghadapi kompetisi minuman modern di area kampus.

Dari sisi teori, penelitian ini memberikan penguatan terhadap konsep dynamic capability dalam konteks usaha mikro yang berbasis minuman tradisional, sekaligus menunjukkan bahwa kapabilitas tersebut dapat berkembang meski usaha berada pada skala kecil. Secara praktis, hasil penelitian mengisyaratkan pentingnya respons cepat terhadap perubahan pasar, fleksibilitas pengelolaan sumber daya, dan keberanian melakukan inovasi untuk menjaga daya saing. Ke depan, penelitian dapat diarahkan pada perbandingan antar UMKM minuman tradisional atau diperluas ke lingkungan kampus lain untuk memperkaya pemahaman mengenai pola adaptasi UMKM dalam konteks yang lebih beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- AMIR, FAISAL. 2024. “Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Mixue Ice Cream And Tea Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan Tahun 2020-2023).” IAIN Kediri.
- Annisa, Riski, Raja Sabaruddin, Panny Agustia Rahayuningsih, and Monikka Nur Winnarto. 2023. “Pemanfaatan Transformasi Digital Mindset Dalam Kewirausahaan UMKM Untuk Pengembangan Ekonomi Lokal.” *SOROT: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2 (2): 78–81.
- Danang Sunyoto, S H, M M SE, and Magister Alfatah Kalijaga CBLDM. 2025. *NGOPI BUKAN SATU-SATUNYA: Revolusi Teh Di Era Gen Z*. PENERBIT KBM INDONESIA.
- Dzakirah, Nur Athifah, Muhammad Alifa Bintang Defana, and Indah Noviyanti. 2024. “BERADAPTASI DENGAN PERUBAHAN PASAR DALAM STRATEGI BERSAING YANG FLEKSIBEL DAN DINAMIS.” *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi* 4 (2): 24–29.
- Hasibuan, Rahmat Putra Ahmad, Ahmad Rizki Harahap, and M E Rizka Ar Rahmah. 2025. *Pengembangan UMKM Berbasis Budaya Sebagai Pondasi Ekonomi*. PT Penerbit Qriset Indonesia.
- Judijanto, Loso, Destiana Destiana, and Husna Putri Pertiwi. 2025. *UMKM Berdaya Saing*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Kusumawijaya, Ida Ketut, and Partiw Dwi Astuti. 2025. *Dynamic Capability Dalam UMKM: Menavigasi Inovasi, Ketahanan, Dan Transformasi Strategis*. Nilacakra.
- Nurjanah, Noneng. 2025. *MASA DEPAN KURIR INDONESIA INOVASI LAYANAN LOGISTIK SEBAGAI KUNCI SUKSES*. Penerbit Widina.
- Putri, Vera Nur Aini Oktaviani. 2020. “Kombinasi Inovasi Bisnis Model Inkremental Dan Radikal Berbasis Kapabilitas Dinamis Untuk Mendukung Keberlanjutan Organisasi Terhadap Disrupsi Teknologi.”
- Ramadan, Dini Anugrah, Piero Hidayat, Nia Kurniawati, and Oki Iqbal

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v6i1.27707>

- Khair. 2025. “Strategi Bertahan Hidup UMKM: Analisis Usaha Pedagang Es Cappuccino Cincau Di Tengah Persaingan Pasar Minuman.” *Jurnal Ilmiah Multidisipin* 3 (6): 358–65.
- Soeparto, Wahyudi Henky. 2021. “Analisis Faktor Kapabilitas Dinamis Terhadap Firm Survive.” *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*. 8 (3).
- Taufik, Andini. 2022. “Strategi Pengembangan Citra Merek Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Tuuk Tea Di Palopo.” Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Uswatun Hasanah, S E. 2025. *ARTISAN ENTREPRENEURSHIP: Peluang Dan Tantangan Dari Perspektif Manajemen Strategik*. PENERBIT KBM INDONESIA.
- Wulansari, Annisa. 2018. “ANALISA PENGEMBANGAN ELEMEN-ELEMEN MIKRO PADA DYNAMIC CAPABILITY UNTUK MENGEMBANGKAN KEMAMPUAN INOVASI DI PERUSAHAAN KELUARGA.” Universitas Islam Indonesia.