

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Literatur

Bab ini menyajikan kajian literatur dan landasan teori yang digunakan sebagai dasar dalam menganalisis hubungan antara *absorptive capacity*, *innovation capability*, *technological capability*, dan *innovation performance* pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sektor *Food and Beverage* (F&B) (Nuryakin & Qamari, 2026). Kajian literatur merupakan bagian penting dalam penelitian karena berfungsi sebagai fondasi konseptual untuk menjelaskan variabel penelitian, merumuskan hipotesis, serta membangun kerangka pemikiran yang sistematis dan logis (Hair et al., 2022). Melalui kajian literatur, peneliti dapat memahami perkembangan teori, hasil penelitian terdahulu, serta kesenjangan penelitian yang masih perlu dikaji lebih lanjut (Sekaran & Bougie, 2019).

Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, persaingan usaha menjadi semakin ketat sehingga perusahaan dituntut untuk memiliki kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis secara cepat dan tepat (Hassan et al., 2024). Kondisi tersebut juga dirasakan oleh UMKM, khususnya sektor *Food and Beverage* (F&B), yang memiliki karakteristik pasar dinamis dan sangat dipengaruhi oleh perubahan tren konsumen, kualitas layanan, harga produk, serta inovasi menu yang terus berkembang (Nuryakin & Qamari, 2026). Pelaku usaha F&B tidak lagi

cukup hanya mengandalkan modal usaha dan pengalaman, tetapi juga harus mampu memahami kebutuhan pelanggan, mengikuti perkembangan teknologi, serta menciptakan inovasi produk yang sesuai dengan permintaan pasar.

Dalam kondisi tersebut, kemampuan internal perusahaan menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan usaha, terutama kemampuan menyerap pengetahuan eksternal, kemampuan berinovasi, dan kemampuan memanfaatkan teknologi bisnis (Zahra & George, 2002). Kemampuan menyerap pengetahuan eksternal dikenal sebagai *absorptive capacity*, yaitu kemampuan perusahaan dalam memperoleh, memahami, dan menerapkan informasi baru menjadi nilai ekonomi bagi organisasi (W. M. Cohen & Levinthal, 1990). Sementara itu, *innovation capability* merupakan kemampuan perusahaan dalam menciptakan ide baru, mengembangkan produk, memperbaiki proses bisnis, serta menghasilkan inovasi yang bernilai bagi pelanggan (Phuong et al., 2022). Adapun *technological capability* merujuk pada kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan teknologi, baik teknologi produksi maupun teknologi digital, guna meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing usaha (Eller et al., 2020). Ketiga kemampuan tersebut diyakini memiliki pengaruh terhadap *innovation performance*, yaitu tingkat keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan inovasi produk, inovasi proses, serta peningkatan kinerja usaha melalui pembaruan yang dilakukan secara berkelanjutan (Clauss et al., 2021).

Bagi UMKM *Food and Beverage* (FnB), *innovation performance* dapat tercermin melalui keberhasilan peluncuran menu baru, peningkatan kualitas layanan, efisiensi proses produksi, pertumbuhan penjualan, serta meningkatnya loyalitas pelanggan (Nuryakin & Qamari, 2026a). Untuk menjelaskan hubungan antar variabel tersebut, penelitian ini menggunakan *grand theory* berupa *dynamic capabilities theory* yang menekankan pentingnya kemampuan perusahaan dalam mengintegrasikan, membangun, dan mengonfigurasi ulang sumber daya agar mampu merespons perubahan pasar secara efektif (Nagai, 2009; Teece, 2023). Dalam perspektif teori tersebut, *absorptive capacity* dipandang sebagai kemampuan *sensing*, *innovation capability* sebagai kemampuan *seizing*, dan *technological capability* sebagai kemampuan *reconfiguring* dalam upaya meningkatkan *innovation performance* perusahaan (Nuryakin & Qamari, 2026). Dengan demikian, kajian literatur pada penelitian ini akan membahas konsep masing-masing variabel, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, serta kerangka penelitian sebagai dasar analisis empiris pada UMKM sektor *Food and Beverage* (F&B).

2.1.1 Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Berbagai upaya pemerintah dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional tidak terlepas dari perhatian terhadap kelompok usaha berskala kecil yang dikenal sebagai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menurut Undang-Undang No 20 Tahun 2008 mendefinisikan UMKM sebagai usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan

usaha perorangan yang memenuhi kriteria tertentu berdasarkan kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan. Seiring perkembangan kondisi ekonomi, kalsifikasi tersebut diperbarui berdasarkan modal usaha dan omzet usaha sebagai berikut:

Tabel 2.1 Klasifikasi Modal Usaha dan Omzet Usaha

Klasifikasi	Modal Usaha	Omzet / tahun
Usaha Mikro	< 50 juta	< 300 juta
Usaha Kecil	50 juta – 500 juta	300 juta – 2,5 Miliar
Usaha Menengah	500 juta – 10 Miliar	2,5 Miliar – 50 Miliar

Sumber: UU UMKM Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 6

Pembaruan kriteria ini dimaksudkan untuk memberikan kepastian hukum yang lebih relevan bagi para pelaku usaha, sekaligus memperluas akses mereka terhadap berbagai program pemberdayaan dan pembiayaan yang disediakan oleh pemerintah.

Pengembangan UMKM merupakan prioritas utama bagi banyak pemerintah di seluruh dunia karena kontribusi UMKM dalam menciptakan kesempatan kerja dan mengembangkan inovasi (Uvarova, 2021). Di Indonesia sendiri Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM (2021), jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap peekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. Hal ini

sempat merosot dengan adanya pandemi Covid-19 yang menyebabkan banyak UMKM yang bangkrut karena tidak mampu untuk beradaptasi terhadap kondisi yang terjadi (Nuramdini & Gunawan, 2022). Oleh karena itu dilakukan penyesuaian untuk bertahan terhadap kondisi pasar yang tak menentu yang wajib untuk disikapi dengan bijak oleh pelaku bisnis UMKM, dengan meningkatkan strategi pengembangan bisnis salah satunya dari kemampuan berinovasi (Zastempowski, 2022).

Kemampuan inovasi didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi ide-ide baru dan mengubahnya menjadi produk, layanan, atau proses baru/yang lebih baik yang menguntungkan perusahaan (Aas & Breunig, 2017). Aktivitas berinovasi harus dikelola dan diukur, hal ini yang dapat menjadi tantangan besar bagi para pelaku UMKM untuk menentukan apakah upaya inovasi mereka dibearkan, dan akan mengakibatkan tujuan (Saunila, 2020). Inovasi tersebut ada ketika sebuah perusahaan memperkenalkan produk, layanan, atau proses baru untuk tujuan memenuhi kebutuhan para pemangku kepentingannya. Secara teoritis (Teece, 2018), mengembangkan dinamis perspektif kapabilitas sebagai perluasan dari pandangan berbasis sumber daya, yang menyatakan bahwa sumber daya dan kapabilitas perusahaan mewakili aset utama untuk membangun dan mempertahankan keunggulan kompetitifnya. Bentuk-bentuk inovasi ini diantaranya inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi pemasaran (Zastempowski, 2022).

2.1.2 Food and Beverage (F&B)

Industri kuliner merupakan salah satu sektor usaha yang paling dinamis dan kompetitif di Indonesia. Pada tahun 2023, jumlah usaha penyedia makanan dan minuman di Indonesia mencapai 4,85 juta usaha, meningkat sekitar 21,13% dibandingkan tahun-tahun sebelumnya yang tercatat sebesar kurang lebih 4 juta usaha (BPS, 2024). Sektor penyediaan akomodasi dan makan minum menempati posisi kedua terbesar dalam struktur UMKM nasional dengan 6,40 juta unit usaha, mencerminkan kuatnya peran sektor kuliner dalam menopang ekonomi lokal dan pariwisata (Kementerian UMKM, 2024). Tingginya jumlah pelaku usaha ini secara langsung menciptakan tekanan persaingan yang semakin ketat, khususnya bagi UMKM kuliner yang beroperasi dengan keterbatasan sumber daya.

Di tingkat provinsi, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) mencatatkan posisi yang cukup menonjol dalam peta persaingan kuliner nasional, DIY masuk dalam daftar 10 besar provinsi dengan jumlah usaha kuliner terbanyak di Indonesia (BPS, 2022). Hal ini tidak terlepas dari statusnya sebagai kota pelajar dan destinasi wisata, yang mendorong tingginya permintaan terhadap produk makanan dan minuman dari berbagai segmen konsumen. Menurut Data Databoks (2023) juga mencatat bahwa DIY masuk dalam 10 provinsi dengan restoran skala menengah-besar terbanyak secara nasional, yang mengindikasikan bahwa persaingan tidak hanya terjadi di level usaha kecil, tetapi juga melibatkan pelaku usaha berskala lebih besar yang beroperasi di wilayah yang sama.

2.1.3 *Resource-Based View (RBV) Theory*

Persaingan usaha yang semakin ketat mendorong setiap perusahaan, termasuk UMKM, untuk tidak lagi hanya mengandalkan kondisi eksternal seperti struktur industri atau tren pasar sebagai pijakan strategi bersaingnya. Fenomena yang terjadi pada UMKM, khususnya selama tekanan persaingan yang semakin berat, menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha cenderung kurang mampu mempertahankan bisnisnya karena kurang tepatnya strategi yang diterapkan (Pekerti, 2022). Keunggulan bersaing terjadi Ketika terdapat kondisi heterogenitas sumber daya antar perusahaan, di mana masing-masing perusahaan memiliki sumber daya yang berbeda, serta imobilitas sumber daya yang membuat pesaing tidak dapat dengan mudah memperoleh sumber daya yang sama (Madhani, 2009). Dalam merespons fenomena tersebut, Menurut (Barney, 2001), mengemukakan bahwa perbedaan kinerja antar perusahaan lebih banyak dijelaskan oleh heterogenitas sumber daya internal yang dimiliki masing-masing perusahaan, bukan semata oleh faktor industri, dan perbedaan tersebut dapat bertahan dalam jangka Panjang karena sumber daya tidak terdistribusi secara merata di antara para pesaing.

Menurut pendekatan RBV, perusahaan merupakan sekumpulan sumber daya strategis dan produktif yang unik, langka, kompleks, saling melengkapi dan sulit untuk ditiru para pesaing yang dapat dimanfaatkan sebagai elemen untuk mempertahankan strategi bersaingnya (Elya Dasuki, 2021). Hal ini mengindikasikan bahwa bagi suatu bisnis, agar tetap bertahan hidup di tengah tekanan persaingan yang semakin tajam, perusahaan harus

mengambil tindakan yang dapat mempertahankan dan memperkuat kompetensinya yang unik (Elya Dasuki, 2021). Strategi dapat dilihat sebagai sebuah continuing search for rent, dimana rent diartikan sebagai pendapatan atas kelebihan dari opportunity cost atas sumber daya pemilik. Sumber daya yang dapat diklasifikasikan dalam beberapa hal contohnya tanah, peralatan, tenaga kerja (termasuk kapabilitas dan pengetahuan karyawan) dan capital (organisasi, tangible dan intangible) serta hal lain yang memberikan nilai guna (Kor & Mahoney, 2004). Sumber daya dan kompetensi perusahaan dapat ditempatkan dalam sebuah kontinum untuk melihat bahwa sumber daya dan kompetensi tersebut dapat tahan lama dan tidak mudah ditiru oleh competitor (Elya Dasuki, 2021).

RBV relevan untuk menjelaskan variabel-variabel dalam penelitian ini karena *absorptive capacity*, *innovation capability*, dan *technological capability* merupakan bentuk sumber daya internal yang bersifat *intangible*, langka, dan sulit ditiru oleh pesaing. RBV menegaskan bahwa sumber daya internal seperti kemampuan inovasi dan kemampuan digital dapat menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan apabila sumber daya tersebut memenuhi kriteria, berharga (*valuable*), langka (*rare*), tidak dapat ditiru (*inimitable*), dan tidak dapat disubstitusi (*non-substitutable*) (Barney, 2001). Lebih lanjut, RBV secara kritis membentuk kapasitas inovasi perusahaan, di mana asset tidak berwujud, khususnya pengetahuan, terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kemampuan inovatif perusahaan, dan RBV dengan inovasi saling memperkuat satu sama lain dalam

mempertahankan keunggulan bersaing. Dalam konteks penelitian ini, *absorptive capacity* sebagai variabel independent merepresentasikan kemampuan UMKM dalam menyerap, mengasimilasi, dan memanfaatkan pengetahuan eksternal sebagai sumber daya strategis yang memenuhi kriteria berharga (*valuable*), langka (*rare*), tidak dapat ditiru (*inimitable*), dan tidak dapat disubstitusi (*non-substitutable*) tersebut. Kemampuan perusahaan dalam menyerap pengetahuan teknologi dari luar terbukti menjadi faktor yang cukup krusial dalam hubungan antar sumber daya *intangible* dan kapabilitas adaptif perusahaan, di mana *absorptive capacity* memudahkan implementasi aktivitas inovatif yang pada akhirnya meningkatkan kinerja bisnis (Mahmood & Shujaat, 2020). Secara empiris, penelitian pada UMKM sektor *Food and Beverage* di Yogyakarta membuktikan bahwa *absorptive capacity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *innovation capability*, *technological capability*, dan *innovation performance*. Namun, hanya satu kapabilitas yang terbukti berperan sebagai mediator yang krusial antara *absorptive capacity* dengan *innovation performance*. Hal ini mempertegas bahwa kerangka RBV cukup mampu dalam menjelaskan mengapa UMKM yang memiliki kemampuan penyerapan pengetahuan (*absorptive capacity*) lebih tinggi cenderung menghasilkan kinerja inovasi (*innovation performance*) yang lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya, karena pengetahuan dan kapabilitas tersebut bersifat melekat, kompleks, dan tidak mudah direplikasi oleh kompetitor (Nuryakin & Qamari, 2026a).

Sebagai perluasan dari RBV, *Knowledge Based View* (KBV) hadir untuk lebih memperjelas mengapa pengetahuan menjadi sumber daya yang paling menentukan dalam persaingan bisnis (Robert & Grant, 1996), memandang perusahaan bukan sekadar kumpulan aset fisik, melainkan sebagai sebuah institusi yang fungsi utamanya adalah mengintegrasikan pengetahuan yang dimiliki oleh anggota anggotanya, di mana pengetahuan itulah yang menjadi fondasi bagi kapabilitas organisasi. KBV berargumen bahwa perbedaan basis pengetahuan dan kapabilitas antar perusahaan merupakan faktor penentu utama mengapa sebagian perusahaan mampu mempertahankan keunggulan bersaingnya secara berkelanjutan sementara yang lain tidak (Robert & Grant, 1996).

Dalam kerangka KBV, konsep yang paling relevan dengan penelitian ini adalah *knowledge stickiness* dan *absorptive capacity* (Pettigrew et al., 2012), menemukan bahwa hambatan terbesar dalam proses transfer pengetahuan di dalam perusahaan adalah kurangnya *absorptive capacity* dari pihak penerima pengetahuan, adanya ambiguitas kausal atas pengetahuan yang ditransfer, serta sulitnya membangun interaksi personal antara sumber sumber dan penerima pengetahuan, dan kombinasi dari faktor faktor inilah yang menciptakan kondisi *knowledge stickiness*, yaitu situasi di mana pengetahuan menjadi lengket dan tidak mudah berpindah maupun direplikasi oleh pihak lain. Kondisi *knowledge stickiness* inilah yang justru menjadi keuntungan tersembunyi bagi UMKM, karena pengetahuan yang sulit ditiru pesaing menjadi fondasi tumbuhnya *innovation capability* dan

technological capability yang tidak mudah untuk dicontoh. Sejalan dengan itu, sesuai perpektif KBV pondasi kinerja perusahaan sesungguhnya terletak pada kemampuannya dalam menghasilkan, mengombinasikan, dan mengeksploitasi pengetahuan (Robert & Grant, 1996), di mana *absorptive capacity* terbukti berhubungan positif dengan *innovation performance* perusahaan melalui proses tranformasi dan eksploitasi pengetahuan yang dimilikinya. Dengan demikian, RBV dan KBV secara bersama sama memberikan landasan teoritis yang saling melengkapi untuk menjelaskan bagaimana *absorptive capacity* sebagai kapabilitas berbasis pengetahuan dapat mendorong terbentuknya *innovation capability* dan *technological capability*, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan *innovation performance* UMKM sektor *Food and Beverage*.

2.1.4 Absorptive Capacity

Absorptive capacity pertama kali diperkenalkan oleh (W. M. Cohen & Levinthal, 1990) sebagai kemampuan perusahaan untuk mengenali nilai informasi eksternal baru, mengasimilasi informasi tersebut, serta menerapkannya ke dalam aktivitas komersial perusahaan. Konsep ini menegaskan bahwa sumber pengetahuan eksternal merupakan elemen penting dalam mendorong inovasi dan peningkatan daya saing usaha. Selanjutnya, (Zahra & George, 2002b) mengembangkan konsep *absorptive capacity* ke dalam empat dimensi utama, yaitu *acquisition*, *assimilation*, *transformation*, dan *exploitation*. Keempat dimensi tersebut menunjukkan bahwa kemampuan menyerap pengetahuan tidak hanya berhenti pada tahap

memperoleh informasi, tetapi juga mencakup kemampuan memahami, mengolah, serta menerapkannya menjadi nilai ekonomi bagi perusahaan.

Tabel 2.2 Dimensi Absorptive Capacity

Dimensi	Penjelasan	Contoh pada objek
Acquisition	Kemampuan memperoleh informasi dan pengetahuan baru dari lingkungan eksternal	Mengikuti tren menu viral, melihat strategi pesaing
Assimilation	Kemampuan memahami, menganalisis, dan mengolah informasi yang diperoleh	Membaca review pelanggan dan memahami kebutuhan pasar
Transformation	Kemampuan menggabungkan pengetahuan baru dengan pengetahuan inovasi	Memodifikasi resep lama menjadi produk baru sesuai tren
Exploitation	Kemampuan menerapkan pengetahuan menjadi inovasi nyata	Meluncurkan menu baru, promo baru, kemasan baru

Sumber : Zahra & George (2002)

Dalam perkembangan penelitian modern, *absorptive capacity* dipandang sebagai kapabilitas strategis yang membantu organisasi beradaptasi lebih cepat terhadap perubahan lingkungan bisnis dan perkembangan teknologi (Salas-Moreno et al., 2022). Perusahaan yang memiliki *absorptive capacity* tinggi cenderung lebih mampu membaca peluang pasar, memahami kebutuhan konsumen, serta melakukan pembaruan strategi bisnis secara berkelanjutan (Bongso & Dumonda

Silitonga, 2025). Bagi UMKM, *absorptive capacity* menjadi sangat penting karena keterbatasan sumber daya internal membuat pelaku usaha perlu memanfaatkan pengetahuan eksternal untuk berkembang (Nuryakin & Qamari, 2026). Dalam konteks UMKM sektor *food and beverage* (F&B), kemampuan ini dapat dilihat dari kecakapan pelaku usaha dalam membaca tren makanan dan minuman yang sedang diminati pasar, memahami perubahan selera konsumen, serta mempelajari strategi usaha pesaing (Nuryakin & Qamari, 2026a). Sebagai contoh, ketika konsumen mulai menyukai makanan sehat, minuman rendah gula, atau produk viral di media sosial, UMKM F&B yang memiliki *absorptive capacity* tinggi akan lebih cepat menangkap peluang tersebut dan mengembangkan produk baru sesuai kebutuhan pasar (Clauss et al., 2021).

Selain itu, *absorptive capacity* juga tercermin dari kemampuan pelaku usaha dalam mempelajari penggunaan media sosial, aplikasi pesan antar, sistem pembayaran digital, serta teknologi kasir modern guna meningkatkan efisiensi operasional usaha. UMKM yang mampu menyerap informasi dari ulasan pelanggan, kritik konsumen, maupun perubahan tren pasar cenderung lebih adaptif dalam melakukan perbaikan kualitas produk dan layanan secara berkelanjutan (Phuong et al., 2022). Sebaliknya, UMKM yang memiliki tingkat *absorptive capacity* rendah akan mengalami kesulitan dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan usaha karena lambat memanfaatkan informasi eksternal sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis (W. M. Cohen & Levinthal, 1990). Dalam

perspektif *Dynamic Capabilities Theory*, *absorptive capacity* termasuk ke dalam kemampuan *sensing*, yaitu kemampuan organisasi dalam mendeteksi peluang dan ancaman melalui pencarian serta pemanfaatan informasi eksternal (Teece, 2023). Oleh karena itu, *absorptive capacity* menjadi fondasi penting bagi UMKM F&B untuk memperkuat *innovation capability* dan *technological capability*, yang pada akhirnya akan mendorong peningkatan *innovation performance* secara berkelanjutan (Nuryakin & Qamari, 2026).

2.1.5 *Dynamic Capability Theory*

Grand theory yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Dynamic Capabilities Theory*, yaitu teori yang menjelaskan kemampuan perusahaan dalam mengintegrasikan, membangun, serta mengonfigurasi ulang sumber daya internal dan eksternal guna merespons perubahan lingkungan bisnis secara cepat dan tepat (Teece, 2023). Teori ini dikembangkan sebagai penyempurnaan dari *Resource Based View* (RBV) yang menekankan bahwa keunggulan kompetitif tidak hanya berasal dari kepemilikan sumber daya, tetapi juga kemampuan perusahaan dalam memperbarui dan menyesuaikan sumber daya tersebut sesuai perubahan lingkungan usaha (Barney, 2001). Menurut (Nagai, 2009) perusahaan yang berada dalam lingkungan bisnis dinamis memerlukan kemampuan untuk terus beradaptasi agar dapat mempertahankan daya saing jangka panjang.

Dalam perkembangan terbaru, *dynamic capabilities* didefinisikan sebagai kapasitas organisasi dalam menciptakan, memperluas, atau

memodifikasi basis sumber daya perusahaan secara sengaja untuk menghadapi perubahan pasar dan perkembangan teknologi (Teece, 2023). Teori ini menjadi relevan pada era modern karena persaingan bisnis saat ini ditandai dengan perubahan preferensi konsumen yang cepat, disrupti teknologi, serta tingginya intensitas kompetisi pasar (Hassan et al., 2024a). Bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya sektor *food and beverage* (F&B), *dynamic capabilities* menjadi sangat penting karena sektor ini memiliki karakteristik usaha yang sensitif terhadap tren pasar dan perubahan perilaku pelanggan (Nuryakin & Qamari, 2026a). Sebagai contoh, perubahan tren makanan sehat, menu viral di media sosial, layanan pesan antar, dan transaksi digital menuntut pelaku usaha F&B untuk terus menyesuaikan strategi bisnisnya

Menurut (Teece, 2023) *dynamic capabilities* terdiri dari tiga komponen utama, yaitu *sensing*, *seizing*, dan *reconfiguring*. *Sensing* merupakan kemampuan perusahaan dalam mengidentifikasi peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal, seperti perubahan kebutuhan pelanggan, strategi pesaing, serta tren pasar yang sedang berkembang (Zahra & George, 2002a). Dalam konteks UMKM F&B, *sensing* dapat dilihat dari kemampuan pelaku usaha membaca tren menu baru, memahami selera konsumen, dan menangkap peluang pasar yang sedang diminati pelanggan (Clauss et al., 2021). *Seizing* adalah kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan peluang yang telah diidentifikasi melalui

pengambilan keputusan strategis, inovasi produk, atau pengembangan model bisnis baru (Salas-Moreno et al., 2022)

Pada UMKM F&B, *seizing* dapat diwujudkan melalui peluncuran menu baru, promosi bundling, peningkatan kualitas layanan, atau ekspansi penjualan melalui platform digital (Nuryakin & Qamari, 2026a). *Reconfiguring* merupakan kemampuan perusahaan dalam menata ulang sumber daya, proses kerja, maupun teknologi agar tetap sesuai dengan perubahan lingkungan usaha (Teece, 2023). Contoh pada sektor F&B adalah penggunaan sistem kasir digital, perubahan desain kemasan, efisiensi alur produksi dapur, serta pergantian strategi pemasaran agar lebih efektif menjangkau konsumen (Nuryakin & Qamari, 2026). Dalam penelitian ini, *absorptive capacity* dipandang sebagai bagian dari *sensing* karena berkaitan dengan kemampuan memperoleh dan memahami informasi eksternal. *Innovation capability* mencerminkan *seizing* karena berhubungan dengan penciptaan inovasi baru. Sementara *technological capability* berkaitan dengan *reconfiguring* karena menitikberatkan pada pemanfaatan teknologi dan penyesuaian proses bisnis (Zahra & George, 2002b). Dengan demikian, *Dynamic Capabilities Theory* menjadi *grand theory* yang tepat untuk menjelaskan bagaimana UMKM sektor *food and beverage* mampu meningkatkan *innovation performance* melalui penguatan *absorptive capacity*, *innovation capability*, dan *technological capability* secara berkelanjutan (Nuryakin & Qamari, 2026a).

2.1.6 Innovation Capability

Innovation capability merupakan kemampuan perusahaan dalam menciptakan, mengembangkan, dan mengimplementasikan ide baru menjadi produk, proses, maupun sistem kerja yang memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan pelanggan (Lawson & Samson, 2001a). Konsep ini menekankan bahwa inovasi tidak hanya terbatas pada penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup kemampuan organisasi dalam memperbarui proses bisnis, strategi pemasaran, serta metode pelayanan agar tetap relevan dengan perubahan pasar (Lawson & Samson, 2001a). Dalam perspektif *Resource Based View* (RBV), *innovation capability* dipandang sebagai sumber daya strategis yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif karena bersifat bernilai, sulit ditiru, dan mampu meningkatkan kinerja perusahaan (Barney, 2001). Perusahaan yang memiliki *innovation capability* tinggi cenderung lebih mampu beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis, memenuhi kebutuhan pelanggan, serta merespons persaingan pasar secara lebih efektif (Phuong et al., 2022). Pada era persaingan modern, *innovation capability* menjadi faktor penting bagi perusahaan karena perubahan selera konsumen dan perkembangan teknologi menuntut organisasi untuk terus melakukan pembaruan secara berkelanjutan (Clauss et al., 2021).

Bagi UMKM, *innovation capability* berperan penting karena keterbatasan sumber daya yang dimiliki dapat diimbangi melalui kreativitas, fleksibilitas usaha, dan kemampuan menghasilkan inovasi yang sesuai

kebutuhan pasar (Nuryakin & Qamari, 2026a). Dalam konteks UMKM sektor *food and beverage* (F&B), *innovation capability* dapat diwujudkan melalui kemampuan menciptakan menu baru, modifikasi rasa produk, desain kemasan menarik, strategi promosi kreatif, serta peningkatan kualitas layanan pelanggan (Nuryakin & Qamari, 2026a). Sebagai contoh, usaha makanan yang mampu menghadirkan varian produk sesuai tren pasar, menggunakan kemasan yang estetik, serta memanfaatkan promosi digital cenderung memiliki daya tarik lebih tinggi di mata konsumen. Selain itu, *innovation capability* juga dapat terlihat dari kemampuan pelaku usaha dalam memperbaiki proses produksi agar lebih efisien, meningkatkan kecepatan pelayanan, serta menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik (Wati et al., 2025).

Dalam konteks UMKM *food and beverage*, kemampuan inovasi menjadi sangat penting karena keberhasilan usaha sering kali ditentukan oleh kecepatan merespons tren pasar, kreativitas produk, serta kualitas pengalaman pelanggan yang diberikan (Nuryakin & Qamari, 2026a). UMKM yang memiliki *innovation capability* tinggi cenderung lebih mudah meningkatkan *innovation performance* melalui keberhasilan peluncuran produk baru, pertumbuhan penjualan, serta meningkatnya loyalitas pelanggan (Phuong et al., 2022). Dalam perspektif *Dynamic Capabilities Theory*, *innovation capability* mencerminkan kemampuan *seizing*, yaitu kemampuan perusahaan dalam menangkap peluang pasar melalui tindakan nyata berupa inovasi dan pembaruan usaha (Teece, 2023). Oleh karena itu,

innovation capability menjadi faktor strategis yang berperan penting dalam meningkatkan *innovation performance* pada UMKM sektor *food and beverage* secara berkelanjutan (Nuryakin & Qamari, 2026).

2.1.7 Technological Capability

Technological capability merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh, mengembangkan, mengelola, serta memanfaatkan teknologi guna mendukung proses operasional, inovasi, dan peningkatan daya saing usaha (Eller et al., 2020). Konsep ini menekankan bahwa teknologi bukan hanya berupa mesin atau peralatan fisik, tetapi juga mencakup pengetahuan teknis, keterampilan sumber daya manusia, sistem informasi, serta kemampuan organisasi dalam mengadopsi teknologi baru (Madhani, 2009). Dalam perspektif *Resource Based View* (RBV), *technological capability* dipandang sebagai sumber daya strategis yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif apabila dikelola secara efektif dan sulit ditiru oleh pesaing (Barney, 2001). Perusahaan yang memiliki *technological capability* tinggi cenderung lebih efisien dalam menjalankan proses bisnis, lebih cepat berinovasi, serta lebih responsif terhadap perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan (Teece, 2018).

Pada era digital saat ini, *technological capability* menjadi semakin penting karena persaingan usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan pelayanan dan efisiensi operasional (OECD, 2022). Bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), *technological capability*

berperan penting karena pemanfaatan teknologi dapat membantu mengatasi keterbatasan sumber daya, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan produktivitas usaha (Nuryakin & Qamari, 2026).

Dalam konteks UMKM sektor *food and beverage* (F&B), *technological capability* dapat diwujudkan melalui penggunaan mesin produksi sederhana, aplikasi kasir digital, sistem pembayaran non-tunai, platform pemesanan online, media sosial sebagai sarana promosi, serta teknologi pencatatan keuangan usaha (Nuryakin & Qamari, 2026a). Sebagai contoh, pelaku usaha makanan yang menggunakan aplikasi pemesanan online dan sistem kasir digital cenderung lebih cepat melayani pelanggan, lebih akurat dalam pencatatan transaksi, serta lebih mudah melakukan evaluasi penjualan. Selain itu, kemampuan teknologi juga terlihat dari kecakapan pelaku usaha dalam memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business untuk menarik konsumen baru dan menjaga hubungan dengan pelanggan lama (Clauss et al., 2021).

Dalam konteks UMKM *food and beverage*, *technological capability* menjadi faktor penting karena konsumen saat ini menginginkan layanan cepat, transaksi praktis, serta akses pemesanan yang mudah melalui platform digital (Nuryakin & Qamari, 2026a). UMKM yang memiliki *technological capability* tinggi cenderung lebih mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, serta memperkuat *innovation performance* melalui pemanfaatan teknologi yang tepat (Teece, 2018). Dalam perspektif *Dynamic Capabilities Theory*, *technological capability*

mencerminkan kemampuan *reconfiguring*, yaitu kemampuan perusahaan dalam menata ulang sumber daya dan sistem kerja berbasis teknologi agar tetap sesuai dengan perubahan lingkungan usaha (Teece, 2023). Oleh karena itu, *technological capability* menjadi faktor strategis yang berperan penting dalam meningkatkan *innovation performance* pada UMKM sektor *food and beverage* secara berkelanjutan (Nuryakin & Qamari, 2026).

2.1.8 Innovation Performance

Innovation performance merupakan tingkat keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan, mengimplementasikan, dan mengubah inovasi yang memberikan dampak positif terhadap kinerja usaha. Konsep ini menunjukkan bahwa keberhasilan inovasi tidak hanya diukur dari munculnya ide baru, tetapi juga dari sejauh mana inovasi tersebut mampu meningkatkan nilai tambah perusahaan, kepuasan pelanggan, dan daya saing usaha (Clauss et al., 2021). Dalam perspektif manajemen strategis, *innovation performance* menjadi indikator penting karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mentransformasikan sumber daya dan pengetahuan menjadi hasil nyata yang bernilai ekonomi (Haoxing & System, n.d.). Perusahaan yang memiliki *innovation performance* tinggi cenderung lebih mampu bertahan dalam persaingan pasar, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta menciptakan pertumbuhan usaha secara berkelanjutan (Phuong et al., 2022).

Pada era persaingan modern, *innovation performance* menjadi sangat penting karena perubahan kebutuhan konsumen menuntut

perusahaan untuk terus menghadirkan produk, layanan, dan proses bisnis yang lebih baik dibandingkan pesaing (OECD, 2022). Bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), *innovation performance* berperan sebagai ukuran keberhasilan usaha dalam menerapkan inovasi meskipun memiliki keterbatasan modal, tenaga kerja, dan teknologi (Nuryakin & Qamari, 2026a). Dalam konteks UMKM sektor *food and beverage* (F&B), *innovation performance* dapat dilihat dari keberhasilan peluncuran menu baru, peningkatan kualitas rasa produk, desain kemasan yang lebih menarik, efisiensi proses pelayanan, serta pertumbuhan penjualan setelah inovasi dilakukan (Nuryakin & Qamari, 2026a). Sebagai contoh, usaha minuman yang berhasil menghadirkan varian produk baru sesuai tren pasar dan mendapat respons positif pelanggan dapat dikatakan memiliki *innovation performance* yang baik (Clauss et al., 2021). Selain itu, UMKM F&B yang mampu mempercepat proses pelayanan melalui sistem digital atau memperbaiki pengalaman pelanggan melalui inovasi layanan juga menunjukkan tingkat *innovation performance* yang tinggi.

Dalam konteks UMKM *food and beverage*, *innovation performance* menjadi sangat penting karena sektor ini memiliki tingkat persaingan tinggi dan sangat dipengaruhi oleh tren konsumen yang cepat berubah (Nuryakin & Qamari, 2026a). *Innovation performance* menjadi dapat tercermin dari keberhasilan UMKM dalam meluncurkan menu baru, mengembangkan variasi produk sesuai tren pasar, memperbaiki kualitas produk, mengadopsi kemasan yang lebih menarik, maupun memanfaatkan platform digital untuk

meningkatkan nilai produk. Sebagai contoh, UMKM sektor *food and beverage* yang berhasil dalam menciptakan variasi minuman kekinian atau menggunakan sistem pesanan online dapat memperoleh keunggulan dibandingkan pesaingnya. UMKM yang memiliki *innovation performance* tinggi cenderung lebih mampu mempertahankan pelanggan, memperluas pasar, serta meningkatkan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang (Phuong et al., 2022). Dalam penelitian ini, *innovation performance* diposisikan sebagai variabel dependen yang dipengaruhi oleh *absorptive capacity*, *innovation capability*, dan *technological capability*. Oleh karena itu, peningkatan *innovation performance* pada UMKM sektor *food and beverage* sangat bergantung pada kemampuan usaha dalam menyerap pengetahuan, berinovasi, dan memanfaatkan teknologi secara optimal (Nuryakin & Qamari, 2026).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai dasar dalam memahami hubungan antar variabel yang diteliti serta untuk mengidentifikasi research gap (kesenjangan penelitian). Beberapa penelitian yang relevan dengan variabel *absorptive capacity*, *technological capability*, *innovation capability*, dan *innovation performance* disajikan pada Tabel 2.3 berikut ini

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu

No	Judul, Penulis, dan Tahun Penulisan	Variabel Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
1	<i>Innovation Capability, Assessing the Impact on SMEs Performance in the New Normal Era</i> (Prakasa, Sujoko, Aziz & Muttaqin, 2022).	<i>Innovation Capability</i> <i>Business Performance</i>	dengan 189 UMKM Kreatif di Kota Malang	signifikan terhadap <i>business performance</i> dan <i>innovation capability</i> . Namun, <i>innovation capability</i> tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap <i>business performance</i> maupun sebagai mediator.
2	<i>The Influencer of Absorptive Capacity, Innovation Capability, and Open Innovation on SME Performance in Yogyakarta</i> (Putra & Hartono, 2024)	<i>Absorptive Capacity</i> , <i>Innovation Capability</i> , <i>Open Innovation</i> , <i>SME Performance</i>	Kuantitatif, SEM, UMKM di Yogyakarta	<i>Absorptive capacity</i> , <i>innovation capability</i> , dan <i>open innovation</i> seluruhnya berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. (Studi belum memasukkan <i>technological capability</i> dan tidak focus pada sektor FnB.)
3	<i>The Mediating Role of Innovation Capability and Technological Capability in the Relationship between Absorptive Capacity and SMEs' Business Performance</i> (Nuryakin & Qamari, 2025)	<i>Absorptive Capacity</i> , <i>Innovation Capability</i> , <i>Technological Capability</i> , <i>Business Performance</i>	Kuantitatif, SEM-PLS, 321 UMKM berorientasi pasar global di Jawa Tengah dan Yogyakarta	Semua hipotesis didukung, <i>absorptive capacity</i> berpengaruh positif terhadap <i>innovation capability</i> dan <i>technological capability</i> keduanya berperan sebagai mediator terhadap <i>business performance</i> . Variabel dependen masih berupa <i>business performance</i> , bukan <i>innovation performance</i> secara spesifik.

4	<i>The Role of Absorptive Capacity, Technological Capability, and Firm Performance in Indonesia's High-Tech Industry</i> (Mursitama, Noerlina & Arnakim, 2023).	<i>Absorptive Capacity, Technological Capability, Firm Performance</i>	Kuantitatif, regresi, perusahaan industri teknologi tinggi di Indonesia	<i>Absorptive capacity</i> berperan penting sebagai kemampuan menyerap teknologi dan inovasi <i>capability</i> . <i>Technological capability</i> terbukti meningkatkan daya saing perusahaan. Terbatas pada industri high-tech, tidak mencakup UMKM maupun sektor FnB.
5	<i>Impact of Innovation Strategy, Absorptive Capacity, and Open Innovation on SME Performance: A Chilean Case Study</i> (Carrasco-Carvajal, Garcia-Perez-de-Lema & Castillo-Vergara, 2023).	<i>Absorptive Capacity, Innovation Strategy, Open Innovation (inbound & outbound), SME Performance</i>	Kuantitatif, PLS-SEM, UMKM Chili	<i>Absorptive capacity</i> berpengaruh positif terhadap strategi inovasi dan open innovation, yang pada akhirnya meningkatkan kinerja UMKM. Konteks penelitian terbatas pada negara berkembang Amerika Latin, belum diterapkan di Asia Tenggara khususnya Indonesia.
6	<i>Linking digital Capacity to Innovation Performance: The Mediating Role of Absorptive Capacity</i> (Kastelli, Dimas, Stamopoulos & Tsakanikas, 2022).	<i>Digital Capacity, Absorptive Capacity, Innovation Performance</i>	Kuantitatif, SEM, 1.014 perusahaan manufaktur di Yunani.	Digital capacity berpengaruh positif terhadap <i>innovation performance</i> melalui mediasi <i>absorptive capacity</i> . Penelitian berfokus pada perusahaan manufaktur besar, belum menyentuh konteks UMKM sektor kuliner di
7	<i>Eco-Friendly Innovation Strategy: Analysis of Absorption Capacity and</i>	<i>Absorptive Capacity, Knowledge Management</i>	Kuantitatif, PLS-SEM, UMKM di Yogyakarta	<i>Absorptive capacity</i> berpengaruh signifikan terhadap implementasi green innovation,

	Knowledge Management of MSMEs in Yogyakarta (Jurnal Ilmu Manajemen UNY, 2025).	<i>Green Innovation</i>		sementara knowledge management tidak berpengaruh signifikan. Variabel <i>innovation capability</i> dan <i>technological capability</i> tidak dimasukkan dalam model.
8	Organisational Capabilities and Product Innovation Performance among Nigerian Food and Beverage Companies (BJC Journal, 2025).	<i>Organisational Capability, Product Innovation Performance</i>	Kuantitatif, perusahaan FnB Nigeria	Kapabilitas organisasional berpengaruh positif terhadap <i>innovation performance</i> pada perusahaan FnB. Penelitian dilakukan di konteks Afrika, belum menyertakan absorptive capacity sebagai konstruk utama, dan tidak mencakup UMKM.

Berdasarkan Tabel 2.3, sebagian besar penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *absorptive capacity*, *innovation capability*, dan *technological capability* memiliki hubungan positif terhadap *innovation performance* maupun kinerja perusahaan. Namun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya dilakukan pada konteks perusahaan manufaktur, UMKM umum, atau sektor di luar industri *food and beverage*, sehingga

Berdasarkan Tabel 2.3, sebagian besar penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *absorptive capacity*, *innovation capability*, dan *technological capability* memiliki hubungan positif terhadap *innovation performance* maupun kinerja perusahaan. Namun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya dilakukan pada konteks perusahaan manufaktur, UMKM umum, atau sektor di luar industri *food and beverage*

masih terbuka peluang penelitian lebih lanjut pada UMKM F&B di Indonesia. Selain itu, penelitian yang menguji ketiga variabel independen tersebut secara simultan terhadap *innovation performance* pada UMKM F&B masih relatif terbatas. Dengan demikian, penelitian ini memiliki kontribusi dalam memperluas kajian empiris mengenai *innovation performance* dengan menjadikan UMKM sektor *food and beverage* sebagai objek penelitian.

2.3 Model Konseptual dan Pengembangan Hipotesis

Model konseptual dalam penelitian ini disusun untuk menjelaskan hubungan antara *absorptive capacity*, *innovation capability*, *technological capability*, dan *innovation performance* pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sektor *food and beverage* (F&B). Pengembangan hipotesis dilakukan berdasarkan landasan teori *Dynamic Capabilities Theory*, yang menekankan pentingnya kemampuan organisasi dalam merespons perubahan lingkungan bisnis melalui penguasaan pengetahuan, inovasi, dan pemanfaatan teknologi (Teece, 2023). Dalam konteks UMKM F&B, perubahan tren konsumen, persaingan usaha yang tinggi, serta percepatan digitalisasi menuntut pelaku usaha untuk memiliki kemampuan menyerap informasi eksternal, mengembangkan inovasi, dan memanfaatkan teknologi agar mampu meningkatkan kinerja inovasi usaha secara berkelanjutan (Nuryakin & Qamari, 2026a). Oleh karena itu, penelitian ini menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung antar variabel untuk

memperoleh pemahaman empiris mengenai faktor-faktor yang mendorong *innovation performance* pada UMKM sektor *food and beverage*.

2.3.1 *Absorptive Capacity* berpengaruh terhadap *Innovation Capability*

Absorptive capacity telah menjadi faktor determinan dalam proses pembelajaran organisasi yang memengaruhi efektivitas aliran pengetahuan, baik secara internal maupun eksternal (W. M. Cohen & Levinthal, 1990). Secara prosedural *absorptive capacity* beroperasi melalui tiga tahap sekuensial yang saling berkaitan yakni, eksplorasi pengetahuan melalui akuisisi eksternal, retensi pengetahuan melalui mekanisme pemeliharaan di dalam organisasi, serta eksploitasi pengetahuan melalui penerapan hasil akuisisi tersebut dalam aktivitas operasional (Bedoya-Villa et al., 2023). Agar proses ini dapat berjalan optimal, perusahaan memerlukan komponen *prior knowledge* (pengetahuan awal) sebagai fondasi untuk mengidentifikasi dan mengintegrasikan teknologi eksternal yang relevan dengan dinamika pasar (Zahra & George, 2002b).

Dalam konteks usaha mikro kecil menengah (UMKM), *absorptive capacity* menjadi prasyarat utama untuk merespons tuntutan pasar internasional yang kompleks melalui penciptaan nilai bagi pelanggan (Flatten et al., 2011; Zahra & George, 2002a). Meskipun implementasi manajemen pengetahuan pada skala usaha mikro kecil menengah sering kali menghadapi tantangan keterbatasan praktik yang mapan, kemampuan perusahaan dalam menyelaraskan strategi bisnis dengan kapasitas

penyerapan terbukti mampu memperkuat *innovation capability* secara signifikan (Theeraviriya et al., 2020). Dengan demikian, tetapi juga sebagai mesin penggerak utama bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM) untuk mentransformasi pengetahuan menjadi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

H1: *Absorptive capacity* berpengaruh positif terhadap *innovation capability* dalam UMKM sektor *Food and Beverage* di DIY.

2.3.2 *Absorptive Capacity* berpengaruh terhadap *Innovation Performance*

Selain bekerja melalui mekanisme mediasi, *absorptive capacity* juga memiliki pengaruh langsung terhadap *innovation performance*. Menurut (Zahra & George, 2002a) menegaskan bahwa *realized absorptive capacity* secara langsung berkontribusi pada kemampuan organisasi menghasilkan inovasi yang bernilai. argumen ini diperkuat juga oleh (W. M. Cohen & Levinthal, 1990), yang menyatakan bahwa kemampuan mengenali, mengasimilasi, dan mengeksplotasi pengetahuan eksternal secara inheren menghasilkan output inovatif yang lebih baik. Secara empiris, (Bongso & Dumonda Silitonga, 2025), dalam studinya terhadap UMKM di Jakarta dan Tangerang menemukan bahwa *absorptive capacity* memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap *innovation performance*, di mana kemampuan UMKM menerima dan memproses informasi eksternal terbukti meningkatkan kapasitas inovasi bisnis secara langsung. Selain itu, penelitian terhadap 218 UMKM manufaktur China menunjukkan bahwa

absorptive capacity memediasi secara parsial hubungan antara *open innovation* dan *innovation performance* (Lu et al., 2024) yang secara implisit mengkonfirmasi bahwa *absorptive capacity* sendiri memiliki pengaruh langsung terhadap *innovation performance*. Menurut (Stettler et al., 2025), dalam analisisnya menemukan bahwa efek *absorptive capacity* terhadap inovasi pada UMKM lebih besar dibandingkan pada perusahaan besar.

H2: *Absorptive capacity* berpengaruh positif terhadap *innovation performance* dalam UMKM sektor *Food and Beverage* di DIY.

2.3.3 *Absorptive Capacity* berpengaruh terhadap *Technological Capability*

Absorptive capacity merupakan prasyarat esensial bagi perusahaan dalam upaya memperkuat *technological capability*, terutama melalui peningkatan keahlian dan efektivitas transfer pengetahuan (Zahra & George, 2002b). Secara konseptual, pengembangan *technological capability* tidak hanya terbatas pada penguasaan teknis, tetapi juga melibatkan proses adaptasi lingkungan dan penyesuaian strategi bisnis yang memerlukan akses cepat terhadap dinamika pasar serta preferensi pelanggan (Petti & Zhang, 2013). Dalam konteks usaha mikro kecil menengah (UMKM), pelaku usaha yang memiliki orientasi pasar yang kuat cenderung memanfaatkan informasi dari pelanggan dan pesaing untuk didistribusikan ke dalam seluruh aktivitas usaha, yang kemudian diolah melalui mekanisme penyerapan pengetahuan guna merespons kebutuhan

pasar secara lebih adaptif (Zahra & George, 2002a). Dengan demikian, *absorptive capacity* berkontribusi positif terhadap pengembangan *technological capability* dengan cara memperluas kapasitas pengetahuan organisasi, di mana keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan kinerja pada akhirnya sangat bergantung pada sejauh mana *technological capability* yang diperoleh melalui proses penyerapan tersebut mampu diimplementasikan dan dikembangkan secara berkelanjutan (W. M. Cohen & Levinthal, 1990; Zahra & George, 2002a).

H3: *Absorptive capacity* berpengaruh positif terhadap *technological capability* dalam UMKM sektor *Food and Beverage* di DIY.

2.3.4 Innovation Capability berpengaruh terhadap Innovation Performance

Innovation capability memiliki pengaruh positif terhadap *innovation performance* (Phuong et al., 2022), yang menunjukkan bahwa kemampuan dalam menciptakan dan mengimplementasikan inovasi menjadi faktor penting dalam meningkatkan *innovation performance*. Selain itu, perusahaan yang memiliki orientasi pasar yang proaktif cenderung lebih mampu mengembangkan *innovation capability* secara optimal untuk menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Dengan adanya fleksibilitas strategis, perusahaan dapat menyesuaikan inovasi yang dihasilkan sesuai dengan dinamika bisnis (Chaudhary, 2019). Selain itu, *innovation capability* dapat membantu perusahaan mengatasi keterbatasan finansial dalam upaya meningkatkan kinerja (Wang, 2007), serta mendorong terciptanya

keunggulan kompetitif melalui inovasi yang dihasilkan. Dalam konteks usaha mikro kecil menengah (UMKM), *innovation capability* yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk menghasilkan produk, proses, maupun strategi baru yang lebih adaptif terhadap kebutuhan pasar, sehingga berdampak langsung pada peningkatan *innovation performance*, seperti keberhasilan produk baru, efisiensi operasional, dan kecepatan inovasi. Hal ini didukung oleh temuan empiris yang menunjukkan bahwa *innovation capability* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, termasuk kinerja inovasi usaha mikro kecil menengah (UMKM) (Nuryakin & Qamari, 2026a). Dengan demikian, semakin tinggi *innovation capability* yang dimiliki suatu perusahaan, maka semakin besar pula potensi peningkatan *innovation performance* yang dapat dicapai.

H4: *Innovation capability* berpengaruh positif terhadap *innovation performance* dalam UMKM sektor *Food and Beverage* di DIY.

2.3.5 *Technological Capability* berpengaruh terhadap *Innovation Performance*

Hasil berbagai studi empiris menunjukkan bahwa *technological capability* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, hal ini dikarenakan perusahaan yang memiliki *technological capability* yang baik cenderung lebih efektif dalam mengakses jaringan bisnis, memperluas pasar, serta menciptakan keunggulan kompetitif (Lu et al., 2024). Selain itu, *technological capability* memungkinkan perusahaan untuk mengakses informasi secara lebih luas, serta merespons kebutuhan pelanggan secara

cepat (Teece, 2023). *Technological capability* , juga berperan langsung dalam meningkatkan *innovation performance*, seperti keberhasilan pengembangan produk baru, efisiensi proses inovasi, dan kecepatan dalam merespons perubahan pasar. (Martínez-Caro et al., 2020).

H5: Technological capability berpengaruh positif terhadap innovation performance dalam UMKM sektor *Food and Beverage* di DIY.

2.3.6 *Innovation capability* memediasi pengaruh *absorptive capacity* terhadap *innovation performance*

Menurut (Nuryakin & Qamari, 2026a), menunjukkan bahwa sumber daya internal berkontribusi dalam meningkatkan kinerja perusahaan secara optimal, sementara *innovation capability* terbentuk dari interaksi antara sumber daya internal dengan kinerja perusahaan itu sendiri. *Innovation capability* berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *absorptive capacity* dan *innovation performance* dalam mencapai kinerja (Sancho-zamora et al., 2022). *Absorptive capacity* memungkinkan perusahaan memperoleh dan mengolah pengetahuan eksternal, yang kemudian dikonversi menjadi inovasi melalui *innovation capability* (Nuryakin & Qamari, 2026). Dengan demikian, semakin tinggi *absorptive capacity* yang dimiliki perusahaan, maka semakin kuat *innovation capability*, yang pada akhirnya akan meningkatkan *innovation performance*.

H6: *Innovation capability* memediasi pengaruh *absorptive capacity* terhadap *innovation performace* dalam UMKM sektor *Food and Beverage* di DIY.

2.3.7 *Technological capability* memediasi pengaruh *absorptive capacity* terhadap *innovation performance*

Model penelitian ini terdiri dari kinerja bisnis sebagai variabel endogen dan *absorptive capacity* sebagai variabel eksogen. Sementara itu, *innovation capability* dan *technological capability* diposisikan sebagai variabel intervening berdasarkan penelitian sebelumnya (Aydin, 2021). Mengacu pada Deshpande (2018) yang menyatakan bahwa *absorptive capacity* merupakan penentu kinerja suatu bisnis. Penelitian ini menguji peran mediasi *innovation capability* dan *technological capability* dalam hubungan tersebut (Nuryakin & Qamari, 2026).

H7: *Technological capability* memediasi pengaruh *absorptive capacity* terhadap *innovation performance* dalam UMKM sektor *Food and Beverage* di DIY.

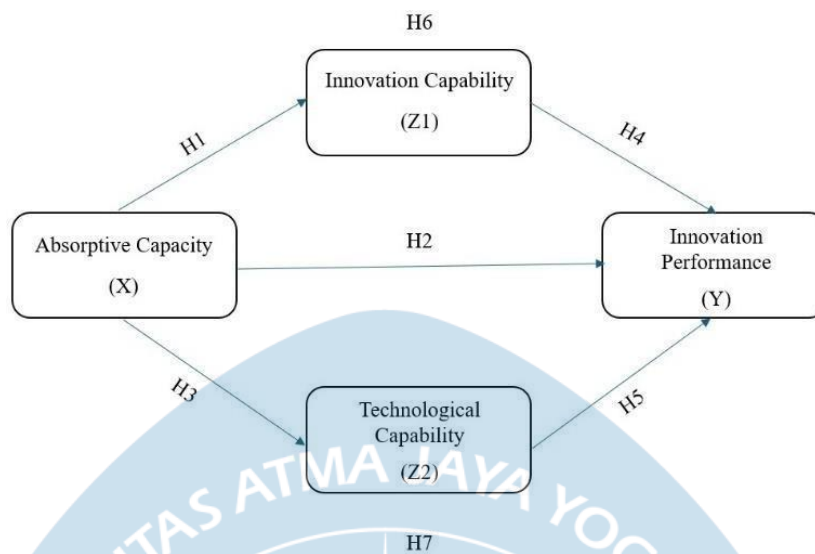
2.4 Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian merupakan gambaran konseptual yang menunjukkan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Kerangka penelitian disusun berdasarkan *Dynamic Capabilities Theory* yang menjelaskan bahwa perusahaan perlu memiliki kemampuan untuk mengintegrasikan, membangun, dan mengonfigurasi ulang sumber daya

agar mampu merespons perubahan lingkungan bisnis secara efektif (Nagai, 2009). Dalam perkembangan terbaru, teori ini semakin relevan karena lingkungan usaha ditandai oleh perubahan teknologi, persaingan pasar, dan dinamika kebutuhan pelanggan yang tinggi (Teece, 2023). Dalam penelitian ini, kemampuan tersebut direpresentasikan melalui *absorptive capacity*, *innovation capability*, dan *technological capability* sebagai determinan utama *innovation performance* pada UMKM sektor *food and beverage*. *Absorptive capacity* diposisikan sebagai variabel eksogen karena merupakan kemampuan perusahaan dalam mengenali nilai informasi baru, mengasimilasi pengetahuan eksternal, serta menerapkannya ke dalam aktivitas komersial perusahaan (W. M. Cohen & Levinthal, 1990). Dalam konteks penelitian ini, kemampuan menyerap pengetahuan eksternal diperkirakan mendorong peningkatan *innovation capability* dan *technological capability* sebagai bentuk respons strategis perusahaan terhadap perubahan pasar. *Innovation capability* mencerminkan kapasitas perusahaan dalam menghasilkan inovasi produk, proses, pemasaran, dan layanan yang bernilai tambah (Lawson & Samson, 2001a). Sementara itu, *technological capability* menunjukkan kemampuan organisasi dalam memperoleh, mengelola, dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi serta daya saing usaha (Zahra & George, 2002b).

Innovation performance diposisikan sebagai variabel endogen karena merupakan hasil akhir dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan dan mengimplementasikan inovasi yang memberikan

dampak positif terhadap kinerja usaha. *Innovation performance* dapat tercermin dari keberhasilan peluncuran produk baru, peningkatan kualitas layanan, efisiensi proses kerja, pertumbuhan penjualan, serta peningkatan posisi bersaing perusahaan (Lu et al., 2024). Pada UMKM sektor *food and beverage*, *innovation performance* menjadi penting karena persaingan usaha sangat dipengaruhi oleh kecepatan inovasi dan kemampuan merespons perubahan selera konsumen (Nuryakin & Qamari, 2026a). Selain pengaruh langsung, penelitian ini juga menguji pengaruh tidak langsung *absorptive capacity* terhadap *innovation performance* melalui *innovation capability* dan *technological capability* sebagai variabel mediasi. Secara teoritis, kemampuan menyerap pengetahuan eksternal memungkinkan perusahaan mengembangkan inovasi baru dan meningkatkan penggunaan teknologi yang relevan dengan kebutuhan usaha (Zahra & George, 2002a). Dengan demikian, *absorptive capacity* tidak hanya berdampak langsung terhadap kinerja inovasi, tetapi juga bekerja melalui penguatan kapabilitas internal perusahaan. Model ini diharapkan mampu menjelaskan mekanisme peningkatan *innovation performance* pada UMKM sektor *food and beverage* secara lebih komprehensif.



Gambar 1 Kerangka Penelitian

Sumber: Model Kerangka Penelitian (2025)