

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji peran *Social Customer Relationship Management (Social-CRM)* dalam meningkatkan keunggulan kompetitif dan kemampuan dinamis di kalangan UKM di bidang olahan pangan Kota Semarang. Melalui analisis SEM-PLS, penelitian menguji hipotesis mengenai hubungan positif dan signifikan antara *Sosial-CRM*, *dynamic capability*, dan *competitive advantage*, serta efek moderasi dari *environmental turbulence* sebagai konstruksi penelitian. Temuan menegaskan bahwa *Sosial-CRM* memberikan kontribusi untuk *competitive advantage* baik secara langsung, maupun tidak langsung sebagai “driver” *dynamic capability*. Selain itu, *environmental turbulence* terbukti secara negatif memoderasi hubungan *Social-CRM* terhadap *competitive advantage*, menggarisbawahi pengaruhnya dalam konteks manajemen strategis. Secara teoritis, studi ini memperluas kerangka kemampuan dinamis dengan mengintegrasikan *Social-CRM* sebagai elemen penting. Secara manajerial, ini menunjukkan bahwa UKM di lingkungan yang bergejolak harus memprioritaskan pengembangan strategi *Sosial-CRM* dan kemampuan dinamisnya, untuk memandu UKM dalam mengambil keputusan yang tepat untuk meningkatkan posisi kompetitif usaha mereka di lingkungan bisnis yang serba dinamis saat ini.

Kata kunci: Social Customer Relationship Management (Social-CRM), Competitive Advantage, Dynamic Capabilities, Environmental Turbulence, UKM Olahan Pangan