

**PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL DAN ORIENTASI PASAR
TERHADAP KINERJA KEUANGAN UMKM DI PASAMAN BARAT :
PERAN KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI



Oleh:

PUTRI WULANDARI

2010011311076

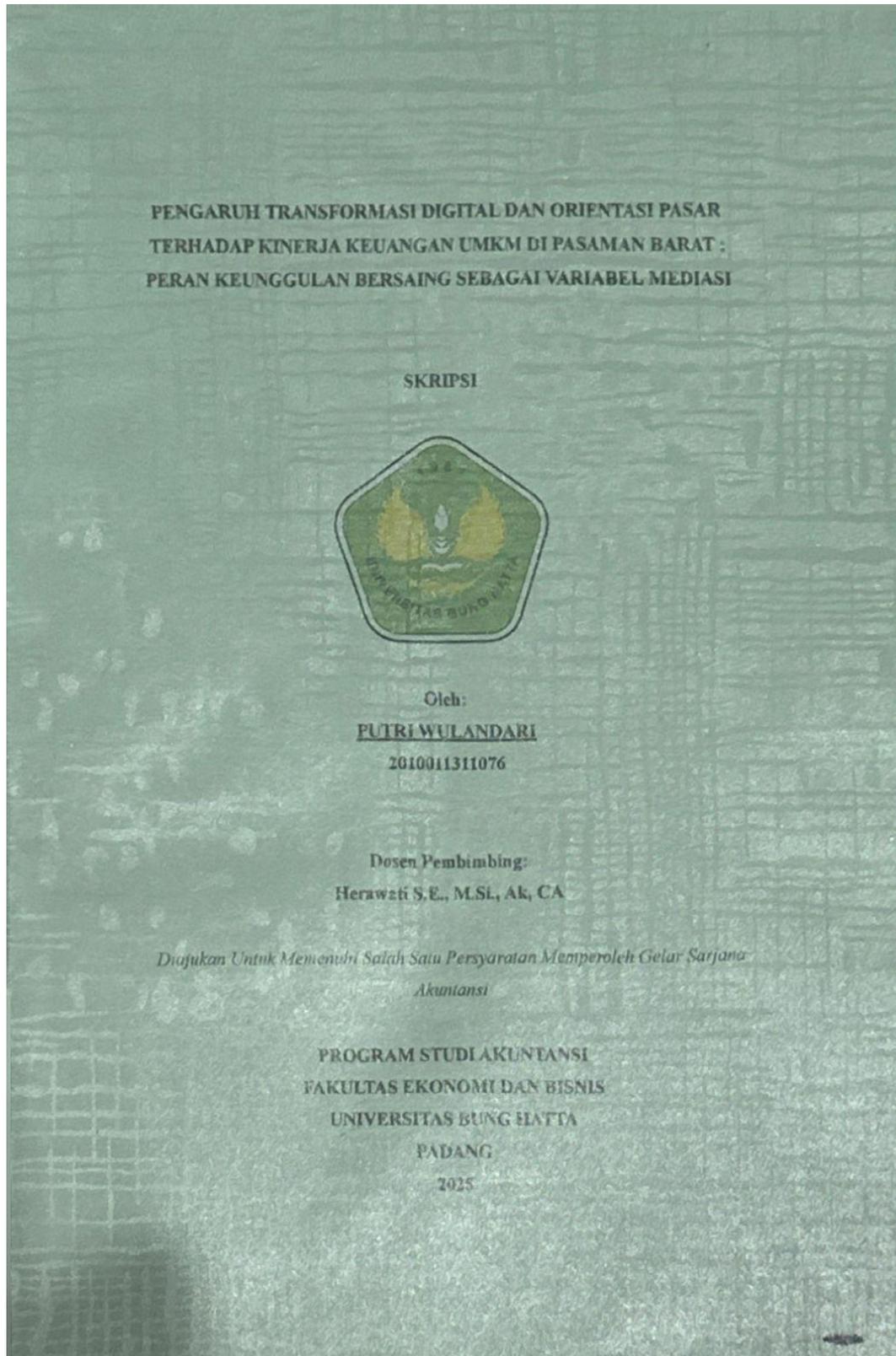
Dosen Pembimbing:

Herawati S.E., M.Si., Ak, CA

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Akuntansi*

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
PADANG
2025**

HALAMAN COVER



HALAMAN JUDUL

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL DAN ORIENTASI PASAR
TERHADAP KINERJA KEUANGAN UMKM DI PASAMAN BARAT:
PERAN KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Oleh:

Nama :Putri Wulandari

NPM : 2010011311076

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal 28 Agustus 2025

Menyetujui

Pembimbing

Ketua Program Studi



(Herawati, S.E., M.Si., Ak., CA)



(Neva Novianti, S.E., M.Acc)

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL DAN ORIENTASI PASAR
TERHADAP KINERJA KEUANGAN UMKM DI PASAMAN BARAT:
PERAN KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Oleh:

Nama : Putri Wulandari

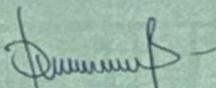
NPM : 2010011311076

Tim Penguji

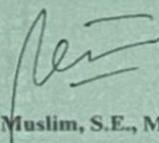
Ketua

Sekretaris


(Herawati, S.E., M.Si., Ak., CA)


(Prof. Dr. Zaitul, S.E., MBA., Ak., CA., ASEAN CPA)

Anggota


(Resti Yulistia Muslim, S.E., M.Si., Ak., CA)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Serjana Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Pada tanggal 28 Agustus 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta


(Dr. Erni Fatmahan Harahap, S.E., M.Si)

 Dipindai dengan CamScanner

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Putri Wulandari

NPM : 2010011311076

Jurusan : Akutansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat karya dan pendapat ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka sebagai acuan atau kutipan dengan mengikutitata penulisan karya ilmiah yang lazim

Padang, Maret 2025

Peneliti

Putri Wulandari

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran ALLAH SWT yang telah memberikan berkah, rahmat dan hidayat-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ **Transformasi Digital Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Di Pasaman Barat: Peran Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi**”. Sebagai syarat untuk menyelesaikan program sarjana akuntansi fakultas ekonomi dan bisnis universitas bung hatta. Dalam penyusunan skripsi ini sangat banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Tuhan sang pencipta langit dan bumi serta alam semesta yakni Allah SWT yang selalu senantiasa ada disetiap langkah penulis dan selalu memberikan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Diri sendiri, terima kasih karena telah berjuang, bertahan dan yakin sehingga bisa berada di titik ini.
3. Terima kasih sebesar- besarnya kepada ayah dan ibu tercinta, yaitu bapak Damlis dan ibu Susi Yanti yang telah memberikan dukungan, cinta, dan pengorbanan luar biasa selama perjalanan pendidikan saya. Kalianlah yang selalu memberi semangat saat saya jatuh, memberikan nasehat yang penuh hikmah, dan selalu percaya bahwa saya bisa mencapai tujuan ini. Tanpa doa dan dukungan kalian, saya tidak akan bisa menyelesaikan tugas ini. Kalian adalah pahlawan sejati dalam hidup saya, yang tanpa lelah mendampingi setiap langkah saya.
4. Ibu Prof. Dr. Diana Kartika selaku Rektor Universitas Bung hatta.
5. Ibu Dr. Erni Febriana Harahap, S.E., M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Bung hatta

6. Ibu Herawati, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Wakil dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta. Dan juga selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga serta pikirannya dalam memberikan bimbingan baik berupa ilmu, maupun saran-saran atau pendapat yang sangat saya butuhkan dalam penulisan skripsi ini. Saran dan didikan yang luar biasa telah ibu berikan sehingga peneliti dapat menjalankan proses skripsi hingga selesai. Peneliti juga minta maaf apabila ada kata-kata yang menyinggung ibu selama proses bimbingan.
7. Ibu Neva Novianti S.E., M.Acc ketua jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
8. Seluruh Dosen, Staf Pengajar dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bantuan kepada penulis selama masa studi hingga penyusunan skripsi penulis sampai selesai.
9. Kepada keluarga saya abang Jecky Putra dan adik- adik saya Putri Santika Dan Mirdan Putra yang penulis sayangi, terima kasih atas semangat, doa dan dukungannya.
10. Dan semua pihak terkait yang telah membantu dalam penyusunan skripsi sampai dengan selesai yang tidak dapat penulis sebut satu persatu. Terima kasih atas segala arahan dan bantuan selama ini, semoga arahan dan bantuan yang telah diberikan semoga menjadi amal ibadah serta mendapatkan balasan yang lebih dari Allah SWT.

**PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL DAN ORIENTASI PASAR
TERHADAP KINERJA KEUANGAN UMKM DI PASAMAN BARAT:
PERAN KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Putri Wulandari¹, Herawati²

Mahasiswa dan Dosen Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Bung Hatta, Padang, Indonesia

e-mail: putrii12wulandari@gmail.com, hera_devopi@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh transformasi digital dan orientasi pasar terhadap kinerja keuangan, dengan keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan *simple random sampling* dengan sampel sebanyak 100 UMKM yang berada di Pasaman Barat. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survei*. Kuesioner disebar dengan mengunjungi UMKM ke tempat usahanya secara langsung dan dengan menggunakan *google formulir* untuk daerah yang tidak terjangkau oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*), untuk menganalisis data menggunakan program *Smart-PLS*. Hasil penelitian membuktikan bahwa transformasi digital, orientasi pasar berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dan transformasi digital, orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja keuangan serta transformasi digital, orientasi pasar yang dimediasi oleh keunggulan bersaing berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan

Kata Kunci: Transformasi Digital, Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing, Kinerja Keuangan.

"The Influence of Digital Transformation and Market Orientation on the Financial Performance of MSMEs in Pasaman Barat: The Role of Competitive Advantage as a Mediating Variable"

Putri Wulandari¹, Herawati²

Students and Lecturers of the Department of Accounting, Faculty of Economics and Business, Hatta University, Padang, Indonesia

e-mail: putri12wulandari@gmail.com, hera_devopi@yahoo.com

ABSTRACT

This study aims to empirically examine the effect of digital transformation and market orientation on financial performance, with competitive advantage as a mediating variable. The research employed simple random sampling with a sample of 100 MSMEs located in West Pasaman. The data collection method used in this study was a survey. Questionnaires were distributed by directly visiting MSMEs at their business locations and through Google Forms for areas that were inaccessible to the researcher. This study utilized path analysis, and data were analyzed using the Smart-PLS software. The results demonstrate that digital transformation and market orientation have an effect on competitive advantage; digital transformation and market orientation also directly affect financial performance.

Keywords: digital transformation and market orientation, competitive advantage, financial performance

DAFTAR ISI

<u>PERNYATAAN</u>	i
<u>KATA PENGANTAR</u>	v
<u>ABSTRAK</u>	vii
<u>DAFTAR ISI</u>	ix
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	xi
<u>DAFTAR TABEL</u>	xii
<u>BAB I PENDAHULUAN</u>	13
1.1 Latar Belakang Masalah	13
1.2 Rumusan Masalah	22
1.3 Tujuan Penelitian	23
1.4 Manfaat Penelitian	23
1.5 Sistematika Penulisan	24
<u>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</u>	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 <i>Resource Based View (RBV) Theory</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2 Kinerja Keuangan	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Definisi Kinerja Keuangan	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Tahapan Menganalisis Kinerja Keuangan	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 Indikator Kinerja Keuangan	Error! Bookmark not defined.
2.3 Transformasi Digital	Error! Bookmark not defined.
2.4 Orientasi Pasar	Error! Bookmark not defined.
2.4.1 Pengertian Orientasi Pasar	Error! Bookmark not defined.
2.4.2 Tingkat Bisnis Orientasi Pasar	Error! Bookmark not defined.
2.4.3 Indikator Orientasi Pasar	Error! Bookmark not defined.
2.5 Keunggulan Bersaing	Error! Bookmark not defined.
2.5.1 Definisi Keunggulan Bersaing	Error! Bookmark not defined.
2.5.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing	Error! Bookmark not defined.
2.5.3 Indikator Keunggulan Bersaing	Error! Bookmark not defined.
2.6 Pengembangan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
2.6.1 Pengaruh Tranformasi Digital Terhadap Keunggulan Bersaing	Error! Bookmark not defined.
2.6.2 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing	Error! Bookmark not defined.
2.6.3 Pengaruh Digital Transformasi Terhadap Kinerja Keuangan	Error! Bookmark not defined.
2.6.4 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Keuangan	Error! Bookmark not defined.

<u>2.6.5 Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Keuangan.....</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>2.6.6 Pengaruh Tranformasi Digital Terhadap Kinerja Keuangan Yang Dimediasi Oleh Keunggulan Bersaing</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>2.6.7 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Keuangan Yang Dimediasi Oleh Keunggulan Bersaing.....</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>2.7 Kerangka Konseptual</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>BAB III METODE PENELITIAN</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>3.1 Populasi dan Teknik Pengumpulan Sampel.</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>3.2 Jenis dan Metode Pengumpulan Data</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>3.3 Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>3.3.1 Kinerja Keuangan.....</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>3.3.2 Transformasi Digital.....</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>3.3.3 Orientasi Pasar</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>3.3.4 Keunggulan Bersaing</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>3.4 Metode Analisis.....</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>3.4.1 Measurement Model Assesment.....</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>3.4.2 Sructural Model Assesment</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>4.1 Hasil Penelitian</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>4.1.1 Distribusi Hasil Penyebaran Kuesioner ..</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>4.1.2 Demografis Responden.....</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>4.1.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian...</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>4.1.4 Measurement Modal Assessment</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>4.1.5 Structural Model Assessment.....</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>4.1.6 Uji Hipotesis.....</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>4.2 Pembahasan</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>4.2.1 Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Keunggulan Bersaing...<i>Error! Bookmark not defined.</i></u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>4.2.2 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing.....<i>Error! Bookmark not defined.</i></u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>4.2.3 Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Kinerja Keuangan</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>4.2.4 Pengaruh Orentasi Pasar Terhadap Kinerja Keuangan <i>Error! Bookmark not defined.</i></u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>4.2.5 Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja keuangan.....<i>Error! Bookmark not defined.</i></u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>4.2.6 Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Kinerja Keuangan yang Dimediasi Oleh Keunggulan Bersaing</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>4.2.7 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Keunagan yang Dimediasi Oleh Keunggulan Bersaing.....</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>BAB V PENUTUP.....</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>5.1 Kesimpulan</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<u>5.2 Implikasi</u>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>

<u>5.3 Keterbatasan</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>5.4 Saran</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 1 kuesioner</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 2 Demografi Responden</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 3 Descriptive Statistics</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 4 Outor loading</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 5 Composite Reliability dan Discriminant Validity</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 6 Discriminant Validity</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 7 R Square</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 9 Bentuk Kuesioner Google Form</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 10 Tabulasi Data Kuesioner Secara Langsung</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 11 Tabulasi Data Kuesioner Dengan Google Form</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 12 Dokumentasu Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar 1. 1 Jumlah UMKM Go Digital (Dalam Jutaan)</u>	15
<u>Gambar 1. 2 Alasan Mengapa UMKM Belum Go Digital</u>	17
<u>Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Gambar 4. 1 Output Smart PLS</u>	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

<u>Tabel 3. 1 Data UMKM di Pasaman Barat.....</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 3. 2 Pengertian Variabel- Variabel.....</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4. 1 Perolehan Data Kuesioner.....</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4. 2 Prosedur Penyebaran Kuesioner.....</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4. 3 Deskriptif Umum Responden.....</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4. 5 <i>Outer Loading</i> Variabel Transformasi Digital</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4. 6 <i>Outer Loading</i> Variabel Orientasi Pasar</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4. 7 <i>Outer Loading</i> Variabel Orientasi Pasar</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4. 8 <i>Outor Loading</i> Variabel Keunggulan Bersaing</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4. 9 <i>Outor Loading</i> Variabel Keunggulan Bersaing</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4. 10 <i>Outor Loading</i> Variabel Kinerja Keuangan</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4. 11 Ringkasan Indikator Drop</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4. 12 Reabilitas Konstruk</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4. 13 Hasil pengujian Discriminant validity</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4. 14 Hasil cross loading.....</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4. 15 Hasil R square</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Hipotesis</u>	Error! Bookmark not defined.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Ketika berbicara tentang mendorong dan mengembangkan perekonomian suatu negara, (UMKM) memegang peranan yang sangat penting. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan pilar penting dalam pembangunan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja di Indonesia. Tantangan tetap ada, terutama dalam hal kinerja keuangan, meskipun UMKM memiliki potensi yang besar. Karena UMKM memainkan peran penting dalam mendorong perkembangan ekonomi di Indonesia, kinerja keuangan mereka sering menjadi fokus perhatian. Meskipun demikian, UMKM terus menghadapi sejumlah tantangan yang mempengaruhi kinerja keuangan mereka. Tingkat persaingan pasar yang semakin meningkat merupakan salah satu hambatan paling umum serta signifikan (Purnamasari & Asharie, 2024).

Agar tetap kompetitif serta meningkatkan efisiensi operasional di era digital yang terus berkembang pesat, inisiatif transformasi digital telah difokuskan pada UMKM. Dalam konteks ini, penting untuk memahami pergeseran serta tantangan dihadapi UMKM guna memahami tren digital yang mereka hadapi. Tidak hanya teknologi digital yang tepat dapat membantu UMKM bertahan di tengah persaingan global yang ketat, tetapi juga membuka peluang baru untuk inovasi, ekspansi pasar, dan peningkatan kualitas layanan kepada pelanggan.

Beberapa indikator menunjukkan peningkatan penggunaan *e-commerce* oleh UMKM guna menjual produk mereka secara online serta menjangkau pasar lokal serta internasional baru. Selain itu, terdapat lonjakan pesat dalam penggunaan

aplikasi seluler, media sosial, dan situs web untuk tujuan pemasaran. Penggunaan platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, TikTok, dan lainnya telah memungkinkan UMKM untuk memperluas basis konsumen mereka, dibandingkan dengan ketergantungan mereka pada pemasaran offline saja di masa lalu (Merín-Rodríguez et al., 2024).

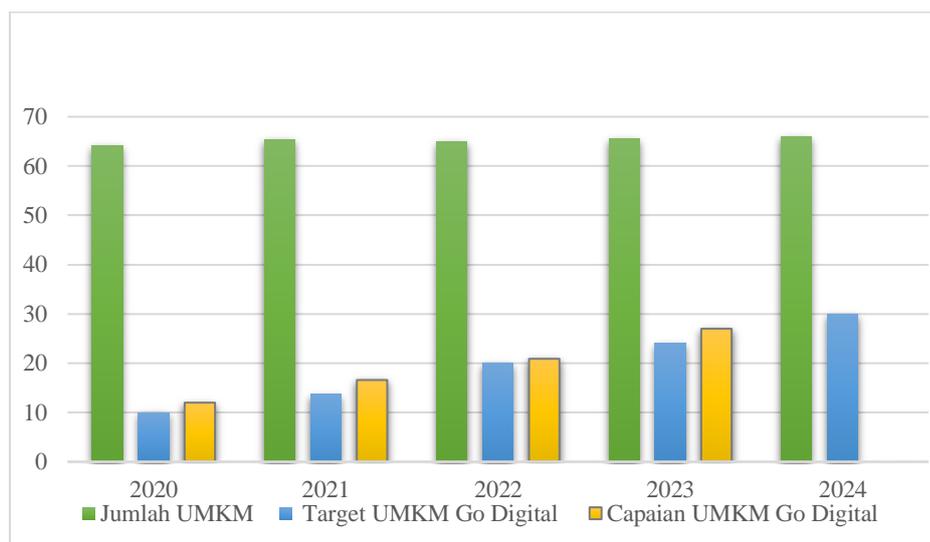
Di era teknologi saat ini, transformasi digital merupakan salah satu faktor kunci yang mendorong peningkatan daya saing dan kesuksesan organisasi (Baihaqi & Huda, 2023). Dengan mengintegrasikan teknologi digital ke berbagai aspek operasional bisnis, pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, menarik lebih banyak pelanggan, dan memberikan nilai tambah yang lebih besar kepada pelanggan yang sudah ada.

Transformasi digital bisa membagikan kebermanfaatannya guna *bottom line* perusahaan pada berbagai cara, termasuk peningkatan efisiensi operasional, pengambilan keputusan yang lebih cepat berdasarkan data, dan peluncuran produk serta layanan baru. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mempunyai peluang emas guna menaikkan daya saing produk, memperluas jangkauan pasar, dan bersaing di tingkat global melalui transformasi digital yang sukses.

Karenannya, untuk memodernisasi UMKM, sangat penting untuk meningkatkan literasi digital dan memastikan aksesibilitas teknologi selaras (Merín-Rodríguez et al., 2024). Beberapa studi menunjukkan bahwa manajemen keuangan berbasis teknologi, pemasaran digital, dan pembayaran digital semuanya berkontribusi pada hasil keuangan yang lebih baik bagi bisnis. Peneliti di Indonesia menemukan (UMKM) memperoleh manfaat besar dari pemasaran digital,

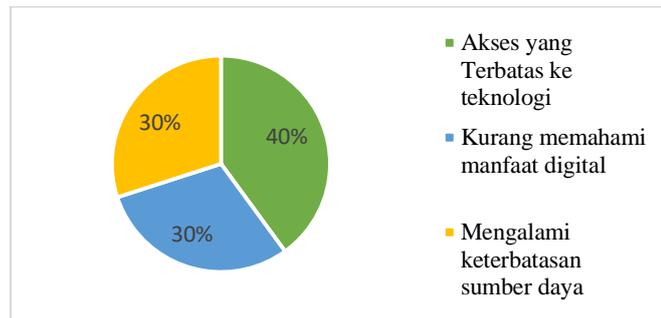
pembayaran digital, dan pembiayaan digital (Daud dkk., 2022). Transparansi dan akuntabilitas dalam manajemen keuangan diperkuat oleh transformasi digital, dua komponen krusial untuk kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang.

Sesuai dengan perintah yang dikeluarkan oleh Wakil Gubernur Bank Indonesia, Aida S. Budiman, pada 4 Agustus 2024 (Dkom. Jakarta, No. 26/162), UMKM sedang bersiap untuk membangun lingkungan bisnis yang inklusif dan berkelanjutan dengan menjadi digital dan mengeksport produk dan layanan mereka dari awal hingga akhir. UMKM kini dapat memanfaatkan peluang baru untuk masuk ke pasar global dan berinovasi guna meningkatkan kualitas produk mereka. Membangun dan mempertahankan kehadiran UMKM di media sosial, meningkatkan penggunaan platform *e-commerce global*, serta memanfaatkan sistem pembayaran digital ialah beberapa cara membantu UMKM bertransformasi digital.



Gambar 1. 1 Jumlah UMKM Go Digital (Dalam Jutaan)
Sumber: East Ventures

Dari data yang ditampilkan dalam grafik, jelas jumlah total UMKM telah meningkat secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Di luar negeri, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia telah berhasil mempercepat transformasi digital mereka berkat inisiatif *Go Digital* pemerintah, yang telah berjalan dengan baik sejak 2020. Perkembangan ekonomi digital sangat didukung oleh inisiatif ini, yang juga membantu UMKM bergerak lebih cepat. Dari target 10 juta, 12 juta UMKM telah terdigitalisasi pada tahun 2020. Pola ini akan berlanjut hingga tahun 2023. (Gernas BBI) berhasil menggandakan persentase UMKM telah digital pada tahun 2020, dari 14% menjadi 25%. Selain itu, transaksi senilai IDR 118,8 triliun tercatat pada tahun 2021 melalui inisiatif Pasar Digital (PaDi) untuk UMKM. Dengan e-commerce sebagai pendorong utama, perkembangan ekonomi digital mencapai US\$77 miliar pada tahun 2022, didorong oleh digitalisasi UMKM. Hampir 21 juta UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) beralih ke digital pada tahun 2022. Menurut penelitian INDEF tahun 2023, digitalisasi telah memberikan dampak positif pada penciptaan lapangan kerja dan efisiensi biaya operasional, sehingga UMKM lebih mampu berinvestasi dalam peningkatan produktivitas. Secara keseluruhan, digitalisasi membantu UMKM menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja, dan mengurangi biaya produksi hingga 44%. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya inisiatif digitalisasi bagi pertumbuhan UMKM serta perekonomian Indonesia. Gambar di bawah menggambarkan mengapa UMKM belum bergabung beserta inisiatif *Go Digital*.



Gambar 1. 2 Alasan Mengapa UMKM Belum Go Digital

Sumber: Survei Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah

Kurangnya partisipasi dari UMKM dalam inisiatif *Go Digital* dapat dijelaskan oleh fakta bahwa, berlandaskan data ditampilkan dalam grafik di atas, hanya sekitar 34% UMKM di Indonesia yang tercatat memanfaatkan platform digital per Agustus 2023. Meskipun digitalisasi menawarkan banyak keuntungan bagi UMKM, seperti peningkatan efisiensi operasional, jaringan baru dalam berinteraksi dengan pemangku kepentingan bisnis, dan kemungkinan untuk memperluas skala perusahaan, tingkat partisipasi dalam *e-commerce* di kalangan organisasi ini masih rendah.

UMKM yang dulu bergantung pada saluran pemasaran konvensional kini menghadapi persaingan yang lebih ketat dari pengecer online besar. Dengan banyaknya diskon yang tersedia, belanja online semakin populer sebagai cara praktis dan efektif bagi orang untuk membeli produk dan makanan (Kusumo dkk., 2024). Di era digital saat ini, ketika penggunaan internet mencapai tingkat tertinggi, banyak individu membuka toko online, menjual segala sesuatu mulai dari buku hingga elektronik di media sosial (Pratamansyah, 2024). Hal ini akan berdampak positif pada daya saing dan kinerja keuangan UMKM. Selain itu, di era ini, UMKM memiliki akses ke berbagai saluran digital yang membantu mereka

mempromosikan produk mereka kepada audiens yang lebih luas. Transformasi digital terjadi ketika bisnis beralih ke toko online (Kurniawati dkk., 2021).

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan unit ekonomi produktif yang mendukung perkembangan mikro dan makroekonomi serta memiliki pengaruh positif pada sektor lain. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) perlu dipromosikan karena pentingnya peran mereka dalam pertumbuhan dan perkembangan ekonomi setiap negara, mulai dari usaha kecil seperti warung kelontong hingga korporasi besar (Octavina & Rio Rita, 2021). Masalah yang dihadapi UMKM meliputi kurangnya keterampilan manajemen bisnis, pemahaman keuangan yang tidak memadai, pelaporan keuangan yang tidak memadai, serta kurangnya pemisahan antara dana pribadi dan perusahaan. Kita perlu berupaya meningkatkan kinerja UMKM karena tantangan ini dapat mempengaruhi kinerja keuangan mereka, sulit dievaluasi (Rayhan, 2024).

Orientasi pasar dan variabel lain memengaruhi kesuksesan finansial. Menurut Narver dan Slater (1990), orientasi pasar berfokus pada kepuasan konsumen, yang dapat meningkatkan keuntungan. Kemampuan beradaptasi dengan dinamika pasar sering ditunjukkan (UMKM) mempunyai fokus kuat pada pasar. Salah satu konsep kunci bagi UMKM ialah “orientasi pasar,” yang didefinisikan sebagai “derajat di mana suatu perusahaan fokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggannya” (Harini dkk., 2022). Ada banyak keuntungan yang dapat diharapkan pekerja dari UMKM yang berorientasi pasar, termasuk kinerja perusahaan yang lebih baik dan penghargaan psikologis seperti kebanggaan dan rasa memiliki. Penggunaannya meningkatkan daya saing perusahaan dan memungkinkan

perusahaan memberikan nilai tambah yang lebih baik kepada konsumen (Daniella & Utama, 2022). Meskipun memiliki keterbatasan, Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dapat memperoleh manfaat finansial dari orientasi pasar. UMKM Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki keunggulan signifikan ketika dikelola dengan baik karena kemampuannya beradaptasi dengan pasar. Octavia dkk. (2020) menemukan UMKM dapat mencapai pertumbuhan keuangan yang lebih stabil serta berkelanjutan dengan menerapkan strategi pasar yang terstruktur.

Hipotesis nilai (RBV) menyebut kemampuan perusahaan ialah faktor terpenting dalam menentukan kinerjanya dan keunggulan kompetitifnya. (Studi 2024 oleh Kusumo dkk.) Dalam upaya meningkatkan kinerja keuangan dan mengatasi hambatan kompetitif, UMKM harus memprioritaskan transformasi digital. Inovasi teknis ini memiliki potensi untuk mengubah orientasi pasar mereka. Transformasi digital ialah elemen kunci dalam strategi perusahaan untuk mencapai kinerja keuangan optimal (Pratamansyah, 2024). Untuk memperoleh keunggulan kompetitif baru dalam model bisnis, transformasi digital bertujuan untuk mengumpulkan data pasar baru dan menerapkan strategi berbasis data. Bagi (UMKM), transformasi digital berarti peningkatan kemajuan teknis di masa depan yang dimungkinkan proses kompleks serta terus berkembang dinamis (Kurniawati dkk et al., 2021).

Kesuksesan guna mengembangkan serta meningkatkan kinerja keuangan sangat erat kaitannya dengan kemampuan unit bisnis untuk mempertahankan dan memaksimalkan laba dalam pasar sangat kompetitif. Kualitas, layanan pelanggan,

inovasi, pembentukan tim, serta fleksibilitas merupakan bagian dari apa yang dimaksud dengan keunggulan kompetitif. Menurut Yanti serta Astuti (2023), komponen kunci untuk perluasan dan peningkatan industri ini di Indonesia ialah keunggulan kompetitif dalam kinerja keuangan. Komponen esensial untuk pengembangan serta ekspansi perusahaan di Indonesia adalah keunggulan kompetitif dalam kinerja keuangan. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dapat meningkatkan daya tarik pasar mereka dengan mengembangkan keunggulan kompetitif, yang secara langsung terkait dengan kesuksesan keuangan (Feranita & Setiawan, 2018). Keunggulan ini dapat diwujudkan melalui penyediaan barang berkualitas tinggi dengan harga kompetitif, pelayanan pelanggan yang unggul, dan inovasi berkelanjutan. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) telah menunjukkan memperoleh keunggulan kompetitif sangat penting untuk memaksimalkan kinerja keuangan mereka, terlepas dari kemampuan internal atau eksternal mereka. Posisi pasar, efisiensi operasional, serta hasil keuangan UMKM dapat ditingkatkan melalui pengelolaan strategis sumber daya internal serta pemanfaatan peluang eksternal (Yuniar & Amanah, 2021)

Misalnya, Daud dkk. (2022) meneliti bagaimana pemasaran digital, keuangan digital, dan pembayaran digital mempengaruhi kinerja keuangan usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia. Studi ini hanyalah salah satu dari beberapa penelitian yang telah secara mendalam menyelidiki unsur-unsur yang secara langsung mempengaruhi kinerja keuangan. Digitalisasi UMKM serta dampak literasi keuangan terhadap kinerja keuangan di Solo, Jawa Tengah, diteliti oleh Octavina dan Rio Rita (2021). Dampak pembayaran digital dan literasi

keuangan terhadap kinerja UMKM di Pangkal Pinang diteliti oleh Indah (2024), sementara Pratamansyah (2024) meneliti efek transformasi digital dan pertumbuhan UMKM terhadap kinerja keuangan UMKM di Indonesia. Dian Harja dkk. (2024) meneliti dampak model bisnis digital terhadap kinerja UMKM di Padang. Daljono (2023) menganalisis bagaimana revolusi digital memengaruhi hasil keuangan.

Orientasi pasar merupakan komponen yang membantu UMKM secara finansial, bersama dengan transformasi digital. Beberapa studi telah meneliti hubungan antara orientasi pasar dan kinerja keuangan UMKM. Misalnya, Heryadi (2023) meneliti bagaimana UMKM di Jawa Barat terpengaruh oleh kehadiran media sosial dan orientasi pasar, sedangkan Antari dan Widagda K (2022) meneliti bagaimana UMKM di Kabupaten Sidemen Karangasem terpengaruh oleh orientasi pasar dan kinerja bisnis mereka. Virgia dkk. (2023) meneliti dampak orientasi pasar dan literasi keuangan atas kinerja UMKM. Dampak orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan atas kinerja UMKM di Kabupaten Jember diteliti (Feranita & Setiawan, 2018).

Dampak transformasi digital serta inovasi produk terhadap kinerja UMKM diteliti oleh Baihaqi dan Huda (2023) memanfaatkan konsep keunggulan kompetitif. Kusumo (2024) menganalisis bagaimana transformasi digital memengaruhi kinerja keuangan UMKM. Selain itu, untuk meningkatkan kinerja keuangan, Sefanya dkk. (2024) menggunakan keunggulan kompetitif sebagai jembatan antara orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar.

Berbeda beserta studi lain, studi ini fokus pada bagaimana keunggulan bersaing memediasi hubungan transformasi digital serta orientasi pasar beserta kinerja keuangan UMKM di Pasaman Barat. Keunggulan bersaing memediasi hubungan antara transformasi digital dan orientasi pasar, memungkinkan UMKM menyesuaikan permintaan konsumen sambil memberikan nilai tambah yang lebih tinggi kepada klien mereka. Hasil akhirnya adalah peningkatan kinerja dan pendapatan bisnis. Tidak ada studi sebelumnya yang menargetkan UMKM di Indonesia telah diidentifikasi, sejauh pengetahuan para peneliti. Karenannya, studi ini sangat penting karena memberikan sudut pandang baru terkait UMKM di Pasaman Barat, yang berpotensi menghasilkan hasil keuangan yang lebih baik bagi bisnis-bisnis tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah transformasi digital berpengaruh terhadap keunggulan bersaing?
2. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap keunggulan bersaing?
3. Apakah transformasi digital berpengaruh terhadap kinerja keuangan?
4. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja keuangan?
5. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja keuangan?
6. Apakah transformasi digital berpengaruh terhadap kinerja keuangan dengan keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi?
7. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja keuangan dengan keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris tentang :

1. Untuk menganalisis pengaruh transformasi digital terhadap keunggulan bersaing?
2. Untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing?
3. Untuk menganalisis pengaruh transformasi digital terhadap kinerja keuangan?
4. Untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja keuangan?
5. Untuk menganalisis pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja keuangan?
6. Untuk menganalisis pengaruh transformasi digital berpengaruh terhadap kinerja keuangan dengan keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi?
7. Untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja keuangan terhadap bersaing sebagai variabel mediasi?

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan memberikan informasi mengenai pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja umkm di Sumatra Barat dengan lebih spesifik dan relevan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan untuk menambah pengetahuan khususnya bagi pihak-pihak yang tertarik pada masalah yang ada dalam penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi para pelaku umkm sehingga dapat mengembangkan produk dan layanan yang lebih relevan dengan pasar, meningkatkan kualitas produk, dan mengembangkan strategi pemasaran

yang lebih efektif. Selain itu, penelitian ini juga membantu umkm dalam pengelolaan keuangan yang lebih baik, meningkatkan akses ke sumber daya dan pendanaan, serta memperkuat kapasitas manajerial dan kewirausahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Pembahasan yang dilakukan oleh penulis sehubungan dengan penulisan skripsi ini akan dibagi dalam beberapa sub-bab. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis membaginya ke dalam lima bab sebagai berikut:

BAB I: Bab ini menguraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: Bab ini menguraikan landasan teori yang membahas tentang variabel variabel yang berhubungan dengan judul penelitian dan pengembangan setiap hipotesis.

BAB III: Bab ini menguraikan tentang variabel penelitian, definisi operasional, jenis dan sumber data, metode penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan perumusan hipotesis.