

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

Putri Wulandari¹, Herawati²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta Padang,
Putrii12wulandari@gmail.com , hera_devopi@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti secara empiris dampak transformasi digital dan orientasi pasar terhadap kinerja keuangan bisnis, dengan keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi dalam hubungan ini. Penelitian ini menggunakan *simple random sampling* untuk memilih sampel yang terdiri dari 100 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berlokasi di Pasaman Barat. Data dikumpulkan melalui survei, di mana kuesioner menyebarkan baik dengan mengunjungi UMKM secara langsung di tempat bisnis mereka maupun dengan menggunakan *Google Forms* untuk menjangkau responden di daerah yang sulit diakses secara fisik. Analisis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis jalur, menggunakan perangkat lunak *Smart-PLS* untuk memproses data. Temuan ini mengungkapkan bahwa transformasi digital dan orientasi pasar secara signifikan memengaruhi keunggulan bersaing, dan di samping itu, kedua faktor ini juga memiliki dampak positif langsung terhadap kinerja keuangan UMKM yang diteliti.

Kata kunci: transformasi digital dan orientasi pasar, keunggulan bersaing, kinerja keuangan

ABSTRACT

This research seeks to empirically investigate the impact of digital transformation and market orientation on the financial performance of businesses, with competitive advantage serving as a mediating factor in this relationship. The study used purposive sampling to select a sample consisting of 100 Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) located in West Pasaman. Data were gathered through surveys, where questionnaires were distributed both by visiting the MSMEs directly at their business sites and by using Google Forms to reach respondents in areas that were difficult to access physically. The analysis was conducted using path analysis techniques, employing Smart-PLS software to process the data. The findings reveal that both digital transformation and market orientation significantly influence competitive advantage, and in addition, these two factors also have a direct positive impact on the financial performance of the MSMEs studied.

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

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam kerangka perekonomian Indonesia karena berperan sebagai penggerak utama kesempatan kerja, membantu meningkatkan tingkat pendapatan masyarakat, dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan dan stabilitas ekonomi nasional secara keseluruhan. (Daud et al., 2022). Di Kabupaten Pasaman Barat, khususnya di sektor kuliner, UMKM menjadi

penggerak utama ekonomi lokal. Namun, persaingan yang semakin ketat membuat sebagian UMKM mengalami kendala dalam mempertahankan kinerja keuangan.

Transformasi digital menjadi salah satu strategi penting untuk meningkatkan kinerja UMKM. Integrasi platform *e-commerce*, kanal media sosial, dan berbagai aplikasi digital telah terbukti berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan menyediakan layanan dengan lebih cepat. Perangkat digital ini tidak hanya menyederhanakan proses bisnis, tetapi juga menciptakan peluang untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan merespons kebutuhan pelanggan secara lebih tepat waktu dan efektif. (Baihaqi & Huda, 2023). Meski demikian, hambatan seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, dan minimnya infrastruktur masih menjadi tantangan.

Selain teknologi, orientasi pasar yakni memahami kebutuhan pelanggan, memantau pesaing, dan menyesuaikan produk sesuai tren juga berpengaruh positif terhadap kinerja usaha (Harini et al., 2022; Daniella & Utama, 2022). Namun, teknologi dan orientasi pasar saja tidak cukup. UMKM juga memerlukan keunggulan bersaing, seperti produk unik, harga kompetitif, kualitas layanan yang baik, dan kemampuan cepat beradaptasi terhadap perubahan pasar (Feranita & Setiawan, 2018; Yuniar & Amanah, 2021).

Penelitian terbaru bahkan menunjukkan keunggulan bersaing dapat menjadi penghubung (mediator) yang memperkuat pengaruh transformasi digital dan orientasi pasar terhadap kinerja keuangan (Baihaqi & Huda, 2023; Kusumo et al., 2024; Sefanya et al., 2024). Masih terbatasnya penelitian terkait peran keunggulan bersaing pada UMKM di Pasaman Barat menjadi alasan pentingnya penelitian ini. Hasilnya diharapkan dapat membantu UMKM memanfaatkan teknologi, memahami pasar, dan menciptakan keunggulan yang mampu meningkatkan pendapatan serta keberlanjutan usaha.

KAJIAN LITERUR DAN HIPOTESIS

Resource Based View (RBV) Theory

Teori Resource-Based View (RBV) menekankan bahwa keberhasilan jangka panjang UMKM tidak hanya ditentukan oleh faktor eksternal, tetapi juga oleh kemampuan dalam mengelola sumber daya internal yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak tergantikan (VRIN) (Barney, 1991). Sumber daya tersebut dapat berupa aset fisik, modal, keterampilan, pengetahuan teknologi, hingga informasi strategis. Jika dikelola dengan baik, kombinasi sumber daya ini mampu menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Dalam konteks UMKM, pengelolaan inovasi, kapasitas produksi, dan keterampilan pemasaran menjadi faktor penting yang mendukung strategi inovatif, keberlanjutan usaha, serta peningkatan kinerja keuangan jangka panjang (Aidara et al., 2021).

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan mencerminkan kemampuan UMKM dalam mengelola sumber daya secara efisien dan efektif untuk mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan. Penilaian kinerja dilakukan melalui analisis laporan keuangan dengan indikator utama profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas (Daud dkk., 2022), yang berfungsi menilai efektivitas operasional sekaligus meningkatkan kepercayaan investor maupun kreditor (Purnamasari & Asharie, 2024). Faktor-faktor seperti likuiditas, solvabilitas, profitabilitas, serta stabilitas usaha menjadi penentu utama, yang dievaluasi melalui tahapan peninjauan laporan, perhitungan, perbandingan, penafsiran, hingga pencarian solusi (Lumantow & Karuntu, 2022). Dengan pengelolaan yang tepat, kinerja keuangan tidak hanya memperkuat daya saing tetapi juga menjamin keberlanjutan UMKM dalam pasar yang kompetitif.

Transformasi Digital

Transformasi digital Adalah perubahan strategi dan proses bisnis dengan memanfaatkan teknologi seperti big data analytics, cloud, perangkat seluler, dan media sosial untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing (Solechan et al., 2023). Melalui transformasi digital, Perusahaan dapat mengakses data cepat, menganalisis secara real time, dan membuat Keputusan yang lebih aman. Proses ini menyesuaikan strategi bisnis, produksi, dan pemasaran sesuai tren pasar, serta berdampak positif pada kinerja keuangan melalui penghematan waktu, efisiensi biaya, dan peningkatan inovasi (Kusumo et al., 2024). Tahapan transformasi digital meliputi: *e-Presence, Interaction, Transaction, Transformation, e-Participation, hingga e-Border*. Di era ini, software menjadi tulang punggung operasional bisnis mulai dari pengelolaan keuangan, SDM, rantai pasokan, hingga analisis data yang terbukti meningkatkan produktivitas dan keuntungan (Kusumo et al., 2024).

Orientasi Pasar

Orientasi pasar mengacu pada filosofi bisnis dan pendekatan strategis yang mengutamakan pemahaman dan pemenuhan kebutuhan pelanggan. Hal ini melibatkan analisis yang cermat terhadap kekuatan dan kelemahan pesaing sekaligus mendorong kolaborasi lintas departemen yang kuat untuk memberikan nilai maksimal kepada konsumen. Dengan mengadopsi orientasi ini, organisasi tidak hanya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga mengembangkan kapabilitas unik yang sulit ditiru oleh pesaing, yang berkontribusi pada keunggulan kompetitif berkelanjutan dan peningkatan kinerja keuangan seiring waktu.

Menurut Best (2015), orientasi pasar dipengaruhi oleh tiga hal:

- a. Pengetahuan pemasaran dari manajer dan karyawan.
- b. Kepemimpinan pemasaran yang jelas dari pimpinan perusahaan.
- c. Kepuasan karyawan agar mereka termotivasi memberi nilai terbaik kepada pelanggan.

Kombinasi ketiga faktor ini membuat perusahaan lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan persaingan

Keunggulan Bersaing

Menurut (Suryati,2022) keunggulan bersaing adalah kunci sukses perusahaan di tengah persaingan yang ketat. Keunggulan ini muncul ketika perusahaan mampu melakukan hal yang sulit ditiru pesaing, memberi nilai lebih dibanding kompetitor. Untuk mempertahankannya, perusahaan perlu terus berinovasi, memanfaatkan teknologi, dan menguatkan sumber daya manusia, meski tantangannya adalah risiko peniruan atau adaptasi oleh pesaing.

Menurut (Insee & Suttipun, 2023) menyatakan ada terdapat 4 (empat) indikator keunggulan bersaing sebagai berikut: Diferensiasi, Kepemimpinan Biaya, Fokus pada pasar, Responsivitas Cepat

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Keunggulan Bersaing

Transformasi digital saat ini menjadi faktor utama pendorong keunggulan bersaing, terutama melalui kemampuan adaptasi cepat terhadap inovasi, pemanfaatan data secara efisien, serta peningkatan efektivitas operasional (Rayhan, 2024). Solechan (2023) menegaskan bahwa transformasi digital bukan sekadar digitalisasi data, melainkan perubahan fundamental dalam model bisnis, proses operasional, hingga pengalaman pelanggan. Dengan demikian, transformasi digital dipandang sebagai langkah strategis yang membawa perubahan menyeluruh bagi keberlangsungan usaha di era modern.

menurut Baihaqi dan Huda (2023) menemukan bahwa UMKM yang mengadopsi transformasi digital memperoleh hasil yang lebih baik dibandingkan yang belum

mengadopsinya. Temuan serupa diungkapkan Kusumo (2024) yang menegaskan adanya hubungan kuat antara transformasi digital dan keunggulan kompetitif. Hal ini dipertegas oleh Indra Danardono dan Musa (2024) yang menyatakan bahwa transformasi digital berperan penting dalam memperkuat posisi kompetitif organisasi di tengah dinamika bisnis yang cepat berubah. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Transformasi Digital Berpengaruh Terhadap Keunggulan Bersaing

Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing

Orientasi pasar berperan penting dalam meningkatkan daya saing bisnis di tengah persaingan global dan perubahan preferensi pelanggan yang dinamis. Konsep pemasaran menekankan bahwa keberhasilan organisasi dalam memperluas pangsa pasar dan mencapai profitabilitas jangka panjang sangat bergantung pada kemampuannya memahami kebutuhan serta harapan konsumen, sekaligus menghadirkan produk atau layanan yang lebih efektif dan efisien dibanding pesaing. Dengan demikian, orientasi pasar menjadi landasan penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Menurut penelitian Afandi dan Ajizah (2023), Dewi (2019), Putri dan Sari (2022), serta Rahmadi (2020) sepakat bahwa orientasi pasar berkontribusi signifikan dalam memperkuat posisi kompetitif perusahaan. Hal ini karena orientasi pasar mendorong perusahaan untuk memahami preferensi pelanggan, mengantisipasi strategi pesaing, berinovasi secara berkelanjutan, serta menyesuaikan strategi bisnis dengan perubahan pasar. Dengan pendekatan ini, perusahaan mampu mempertahankan daya saing jangka panjang sekaligus memperkokoh kehadirannya di pasar. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2: Orientasi Pasar Berpengaruh Terhadap Keunggulan Bersaing

Pengaruh Digital Transformasi Terhadap Kinerja Keuangan

Transformasi digital dapat memperluas penawaran dan aktivitas bisnis, terutama di era globalisasi dengan teknologi yang cepat berubah dan persaingan ketat. Menekankan bahwa digital marketing mampu menjangkau konsumen tanpa batas waktu dan tempat, memudahkan mereka membandingkan, meneliti, dan memesan produk. Karena itu, pelaku bisnis perlu meningkatkan kemampuan pemasaran digital dan beradaptasi cepat agar kinerja pemasaran tetap optimal. (Pradisti, 2022).

Menurut penelitian Naningsih (2022) yang menyatakan bahwa transformasi digital berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Menurut Baihaqi & Huda (2023) menyatakan transformasi digital berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Menurut Daljono (2023) menyatakan transformasi digital berpengaruh dan di terima terhadap kinerja keuangan. Menurut Kusumo (2024) menyatakan transformasi digital berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H3: Peran Digital Transformasi Berpengaruh Terhadap Kinerja Keuangan

Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Keuangan

Orientasi pasar merupakan strategi bisnis yang menekankan pemahaman, antisipasi, dan pemenuhan kebutuhan pelanggan secara menyeluruh. Pendekatan ini membantu perusahaan memperoleh wawasan mendalam mengenai preferensi konsumen, perilaku pembelian, dan ekspektasi yang terus berkembang, sehingga produk atau layanan yang ditawarkan lebih selaras dengan kebutuhan pasar. Dampaknya terlihat pada peningkatan relevansi pasar, penjualan, serta kinerja keuangan. Selain itu, orientasi pasar juga berkontribusi pada terbentuknya loyalitas pelanggan yang mendorong pembelian berulang, pertumbuhan pendapatan jangka panjang, serta rekomendasi positif dari pelanggan yang puas (Wahyuni, 2022). Menurut temuan

Virgia dan Meirina (2023), orientasi pasar berperan positif dalam meningkatkan kinerja keuangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Senada dengan itu, Heryadi (2023) juga menyoroti bahwa penerapan orientasi pasar yang kuat berdampak positif terhadap kinerja UMKM secara keseluruhan. Lebih lanjut, Kusumo (2024) menekankan bahwa pengaruh ini tidak hanya positif tetapi juga signifikan secara statistik, menunjukkan pola yang konsisten di berbagai studi. Berdasarkan temuan-temuan penelitian sebelumnya ini, penelitian ini merumuskan hipotesis berikut:

H4: Orientasi Pasar Berpengaruh Terhadap Kinerja Keuangan

Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Keuangan

UMKM yang memiliki keunggulan kompetitif mampu menarik lebih banyak pelanggan, mempertahankan pangsa pasar, serta mencapai pertumbuhan pendapatan yang konsisten. Keunggulan ini membuat bisnis lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan mampu membangun loyalitas pelanggan yang kuat. Dengan demikian, keunggulan kompetitif berkontribusi positif terhadap kinerja keuangan melalui peningkatan profitabilitas dan penciptaan nilai tambah bagi pemegang saham (Dahmiri et al., 2021).

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM. Wongsansukcharoen & Thaweepaiboonwong (2023) menemukan hal ini pada UMKM di Thailand, sementara Rakib et al. (2024) juga menegaskan pengaruh adopsi keunggulan kompetitif terhadap kinerja keuangan. Temuan serupa dilaporkan oleh Hoa & Tuyen (2021) pada UMKM di Vietnam, di mana strategi seperti fokus produk, diversifikasi, dan kepemilikan pemasok memberikan dampak positif. Di Indonesia, Noviyana dkk. (2023) juga mengonfirmasi bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja keuangan UMKM. Temuan-temuan ini menegaskan pentingnya penguatan kapabilitas kompetitif sebagai pendorong utama hasil keuangan yang lebih baik, hipotesis yang diajukan untuk studi ini dirumuskan sebagai berikut:

H5: Keunggulan Bersaing Berpengaruh Terhadap Kinerja Keuangan

Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Kinerja Keuangan Yang Dimediasi Oleh Keunggulan Bersaing

Menurut (Daljono, 2023) Transformasi digital mendorong inovasi, menciptakan keunggulan kompetitif, dan meningkatkan kinerja keuangan. Melalui penyesuaian layanan, peningkatan kepuasan pelanggan, dan efisiensi biaya, digitalisasi membantu perusahaan menghasilkan produk berkualitas yang meningkatkan laba

Berdasarkan temuan yang dilaporkan oleh Baihaqi dan Huda (2023), transformasi digital memberikan pengaruh yang substansial dan positif terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Selain itu, studi yang dilakukan oleh Yuniar (2021) menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif memainkan peran yang signifikan dan positif dalam meningkatkan kinerja keuangan. Bukti lebih lanjut dari Kusumo (2024) menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara transformasi digital dan kinerja UMKM, sehingga mengonfirmasi penerimaan hipotesis keenam. Dengan mempertimbangkan wawasan penelitian sebelumnya ini, hipotesis yang dirumuskan untuk studi ini diuraikan sebagai berikut:

H6: Transformasi Digital Berpengaruh Terhadap Kinerja Keuangan Yang Dimediasi Oleh Keunggulan Bersaing

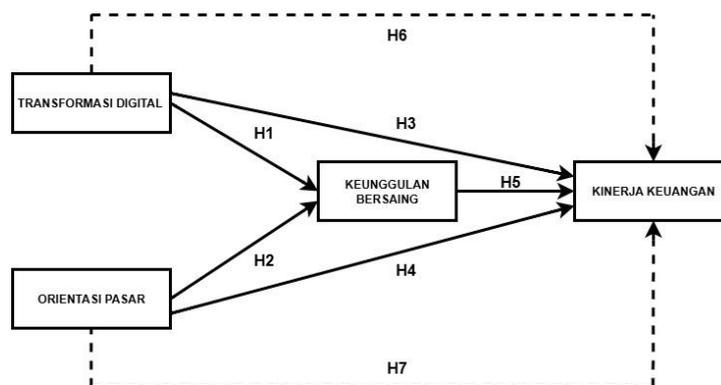
Pengaruh Orientasi pasar Terhadap Kinerja Keuangan Yang Dimediasi Oleh Keunggulan Bersaing

Orientasi pasar yang kuat memungkinkan UMKM memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan lebih baik dibandingkan pesaing, sehingga mampu meningkatkan penjualan, profitabilitas, dan pangsa pasar. Fokus pada pelanggan serta layanan berkualitas memperkuat keunggulan bersaing, yang pada akhirnya mendorong kinerja keuangan (Daniella & Utama, 2022; Dewi, 2019).

Sejumlah penelitian memperkuat hubungan ini. Feranita & Setiawan (2018) menemukan bahwa orientasi pasar berperan penting dalam meningkatkan kinerja bisnis melalui keunggulan kompetitif. Hal yang sama diungkapkan oleh Kusumo (2024) dan Rahmadi (2020) yang menegaskan bahwa orientasi pasar berdampak positif terhadap kinerja UMKM dengan dimediasi oleh penguatan keunggulan bersaing. Secara keseluruhan, temuan-temuan tersebut menegaskan bahwa orientasi pasar menjadi faktor strategis yang mendorong hasil bisnis yang lebih baik dengan membangun serta mempertahankan keunggulan kompetitif. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H7: Orientasi Pasar Berpengaruh Terhadap Kinerja Keuangan Yang Dimediasi Oleh Keunggulan Bersaing

Kerangka Penelitian



METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM yang terdapat di Kabupaten Pasaman Barat. “Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode *simple random sampling* dengan rumus slovin. Rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Total Populasi

e = Nilai kritis atau batas toleransi kesalahan

Dalam rumus slovin terdapat dua ketentuan untuk menentukan toleransi kesalahan, yaitu:

1. Nilai e = 10% (0,1) apabila populasi dalam jumlah yang besar
2. Nilai e = 20% (0,2) apabila populasi dalam jumlah yang kecil

Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Kinerja Keuangan

Menurut Octavina & Rio Rita (2021) “kinerja keuangan merupakan suatu tolak ukur mengenai pencapaian dalam penjualan produk, Peningkatan laba atau profit, dan pencapaian target pendapatan.” “Kuesioner yang digunakan dalam penelitian pada variabel ini diadopsi dari penelitian (Hoa & Tuyen, 2021: Rapih et al., 2015) terdiri 9 pertanyaan menggunakan *likert scale* dengan penilaian dari 1-5.

Transformasi Digital

Menurut Solechan (2023) “transformasi digital perubahan fundamental yang terjadi dalam suatu organisasi dengan memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, mengoptimalkan proses internal, dan menciptakan model bisnis baru. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian pada variabel ini diadopsi dari penelitian” (Merín-Rodríguez et al., 2024) terdiri 5 pertanyaan menggunakan *likert scale* dengan penilaian dari 1-5.

Orientasi Pasar

Menurut (Harini 2022) “orientasi pasar merupakan pendekatan strategis dalam manajemen bisnis yang menekankan pentingnya memahami dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan sebagai inti dari semua aktivitas perusahaan.” Kuesioner yang digunakan dalam penelitian pada variabel ini diadopsi dari penelitian (Marlina, 2020) terdiri 6 pertanyaan menggunakan *likert scale* dengan penilaian dari 1-5.

Keunggulan Bersaing

Menurut Rayhan (2024) “keunggulan bersaing merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan nilai yang lebih baik kepada pelanggan dibandingkan dengan pesaingnya. Ini dapat dicapai melalui berbagai cara, seperti menawarkan produk atau layanan yang lebih baik, harga yang lebih kompetitif, inovasi, atau layanan pelanggan yang baik.” Pengukuran variabel dengan kuesioner, kuesioner yang digunakan dalam pada variabel ini di teliti oleh Suhong *et al.*, (2006) terdiri dari 10 pertanyaan menggunakan *likert scale* dengan penilaian dari 1-5.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Demografis Responden

Setelah semua data dan informasi yang diperlukan terkumpul, langkah selanjutnya adalah memproses data tersebut. Pemrosesan data ini dilakukan menggunakan perangkat lunak Smart PLS. Dari hasil analisis ini, ringkasan deskriptif yang terperinci dapat disajikan untuk menggambarkan karakteristik responden yang berpartisipasi dalam penelitian. Detail ini diilustrasikan pada Tabel 4.1 di bawah ini.

Tabel 4. 1 Deskriptif Umum Responden

Demografisn	Jumlah (N)	Persentase (%)
Posisi Bisnis		
Pemilik	73	73%
Staff	27	27%
Lama Usaha		
< dari 2 tahun	25	25%
3 s/d 5 tahun	69	69%
6 s/d 8 tahun	6	6%
9 tahun lebih		

Tingkat Pendidikan		
SMP	5	5%
SMA	66	66%
D3	2	2%
S1	27	27%
S2		
Usia		
20 sampai 25	22	22%
25 sampai 30	31	31%
30 sampai 35	43	43%
35 sampai 40		
40 sampai 45	4	4%
Jenis Kelamin		
Laki- Laki	19	19%
Perempuan	81	81%
Transformasi Digital Digunakan		
Sistem Media Untuk Pemasaran	64	64%
Layanan Pelanggan Digital	11	11%
Sistem Pembayaran Digital	24	24%
Pemasaran Secara Digital		
Manajemen Keuangan Digital	1	1%

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 4.1, mayoritas responden berposisi sebagai pemilik usaha (73%) dan sisanya staf (27%). Dari segi gender, sebagian besar responden adalah perempuan (81%) dan laki-laki (19%). Usia responden didominasi kelompok 30–35 tahun (43%), diikuti 25–30 tahun (31%), 20–25 tahun (22%), dan 40–44 tahun (4%). Tingkat pendidikan responden mayoritas lulusan SMA (66%), disusul S1 (27%), SMP (5%), dan D3 (2%). Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha di Pasaman Barat didominasi oleh individu berpendidikan menengah, dengan sebagian sudah menempuh pendidikan tinggi. Dilihat dari lama usaha, mayoritas responden telah menjalankan usaha 3–5 tahun (69%), sedangkan yang <2 tahun sebanyak 25%, 6–8 tahun sebesar 6%, dan >9 tahun hanya 0%. Dalam penerapan transformasi digital, sistem media pemasaran menjadi yang paling banyak digunakan (64%), diikuti sistem pembayaran digital (24%), layanan pelanggan digital (11%), dan manajemen keuangan digital (1%). Rendahnya pemanfaatan digital terutama disebabkan kurangnya pemahaman manfaat, kekhawatiran keamanan data, serta minimnya regulasi pemerintah terkait transformasi digital di UMKM.

Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Sebelum melakukan pengujian pada sampel data, analisis statistik deskriptif terlebih dahulu dilakukan. Jenis analisis ini berfungsi untuk memberikan gambaran umum atau ringkasan komprehensif tentang karakteristik utama variabel penelitian, termasuk rerata (rata-rata), simpangan baku, rentang aktual yang diamati, rentang teoritis yang memungkinkan, dan jumlah total item yang diukur. Dari pengolahan data yang dilakukan, ringkasan singkat dari temuan-temuan ini dihasilkan, yang disajikan pada Tabel 4.2 di bawah ini. Analisis awal ini membantu memahami distribusi umum dan variabilitas data sebelum melanjutkan ke pengujian statistik yang lebih lanjut:

Tabel 4. 2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Jumlah Item	Kisaran Teoritis	Kisaran Aktual	Rata-rata	Standar Deviasi
Transformasi Digital	5	5 – 25	13 – 25	20,09	2,97
Orientasi Pasar	6	6 – 30	15 – 30	24,84	2,70
Keunggulan Bersaing	10	10 – 50	30 – 49	41,34	4,79
Kinerja Keuangan	9	9 – 45	20 – 44	36,68	4,83

Sumber: Hasil pengelolaan Kuesioner

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel transformasi digital memiliki rata-rata 20,09 (dari maksimum 25) dengan standar deviasi 2,97, yang menandakan sebagian besar UMKM telah memanfaatkan digitalisasi meskipun belum merata. Variabel orientasi pasar memperoleh rata-rata 24,84 (maksimum 30) dengan standar deviasi 2,70, menunjukkan bahwa UMKM memiliki orientasi pasar yang kuat dan konsisten dalam menyesuaikan diri dengan kebutuhan konsumen serta persaingan. Selanjutnya, variabel keunggulan bersaing memiliki rata-rata 41,34 (maksimum 50) dengan standar deviasi 4,79, menunjukkan keyakinan UMKM terhadap keunggulan mereka dalam harga, kualitas, inovasi, dan pelayanan, meskipun terdapat variasi antar responden. Variabel kinerja keuangan memperoleh rata-rata 36,68 (maksimum 45) dengan standar deviasi 4,83, yang menggambarkan bahwa kinerja UMKM tergolong baik dengan peningkatan penjualan dan efisiensi biaya, namun dengan perbedaan capaian antar usaha.

Covergent Validity

Covergent Validity model pengukuran dengan indikator reflektif dinilai dengan memeriksa korelasi antara skor masing-masing item dan skor konstruksinya, yang dihitung menggunakan perangkat lunak *Smart PLS*. Untuk mengonfirmasi validitas dalam penelitian ini, nilai Faktor Pemuatan (*Loading Factor*) diharapkan melebihi 0,7. Namun, untuk tujuan penjelasan dalam penelitian ini, nilai Faktor Pemuatan (*Loading Factor*) yang berkisar antara 0,6 hingga 0,7 masih dapat diterima. Selain itu, *Average Variance Extracted (AVE)* idealnya berada di atas 0,5, yang merupakan ambang batas yang diterima secara luas untuk menentukan validitas konvergen yang memadai. Meskipun terdapat beberapa keterbatasan dalam kriteria ini, validitas konvergen yang ditunjukkan dalam penelitian ini dianggap cukup robust untuk mendukung tujuan dan temuan penelitian. (Ghozali, 2015).

Tabel 4. 3 Outer Loading Tahap 1

	KB	KK	OP	TD
KB1	0,8021			
KB10	0,3722			
KB2	0,7727			
KB3	0,7535			
KB4	0,7449			
KB5	0,7426			
KB6	0,8025			
KB7	0,7425			
KB8	0,7987			
KB9	0,8073			
KK1		0,7691		
KK2		0,7599		
KK3		0,7642		

KK4		0,7928		
KK5		0,8064		
KK6		0,8245		
KK7		0,7658		
KK8		0,7593		
KK9		0,7478		
OP1			0,7854	
OP2			0,7512	
OP3			0,7637	
OP4			0,8051	
OP5			0,8324	
OP6			0,5806	
TD1				0,8387
TD2				0,8412
TD3				0,7930
TD4				0,7082
TD5				0,8573

Sumber: Output Program Smart PLS, 2025

Pada tabel yang disajikan di atas, indikator OP6 dan KB10 menunjukkan pemuatan faktor lebih besar dari 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut tidak mewakili konstruksinya masing-masing secara valid dan oleh karena itu harus dikeluarkan dari analisis. Setelah indikator-indikator yang tidak valid ini dihapus dan dilakukan perhitungan ulang, hasil *Partial Least Squares (PLS)* diperbarui dan ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Outer Loadings Tahap 2

	KB	KK	OP	TD
KB1	0,8078			
KB2	0,7748			
KB3	0,7616			
KB4	0,7412			
KB5	0,7397			
KB6	0,8047			
KB7	0,7449			
KB8	0,7946			
KB9	0,8050			
KK1		0,7650		
KK2		0,7573		
KK3		0,7619		
KK4		0,7929		
KK5		0,8086		
KK6		0,8268		
KK7		0,7669		
KK8		0,7609		
KK9		0,7488		
OP1			0,8290	
OP2			0,7658	
OP3			0,7652	
OP4			0,8076	
OP5			0,8479	
TD1				0,8389
TD2				0,8414
TD3				0,7927
TD4				0,7080
TD5				0,8573

Sumber: Output Program Smart PLS, 2025

Setelah mengeliminasi indikator yang tidak valid dan melakukan tahap kedua proses pemuatan eksternal, diagram yang dihasilkan menunjukkan bahwa setiap indikator yang tersisa memiliki nilai Pemuatan Faktor lebih besar dari 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator tersebut dianggap valid dan reliabel untuk mengukur konstruk yang dimaksud secara akurat. Dengan kata lain, setiap indikator memenuhi ambang batas yang dipersyaratkan, yang menegaskan kesesuaian dan signifikansinya dalam merepresentasikan konstruk dalam model pengukuran.

Reliability Construct (Reliabilitas Konstruk)

Tabel 4. 5 Reabilitas Konstruk

Laten Variabel	Cronbach'sAlpha	Composite Reliability	AVE
Transformasi Digital	0,867	0,904	0,655
Orientasi Pasar	0,848	0,889	0,574
Keunggulan bersaing	0,906	0,924	0,554
Kinerja keuangan	0,918	0,932	0,604

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS (2025)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.5, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk penelitian memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas yang dipersyaratkan. Konstruk transformasi digital memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,867 dan composite reliability 0,904, yang keduanya berada di atas ambang batas minimum 0,70. Selain itu, nilai AVE sebesar 0,655 juga lebih tinggi dari batas 0,50, sehingga seluruh indikator yang digunakan dapat dinyatakan konsisten dan valid. Pada konstruk orientasi pasar, diperoleh nilai Cronbach's Alpha 0,848, composite reliability 0,889, dan AVE 0,574. Nilai tersebut mengindikasikan konsistensi internal yang baik serta validitas konvergen yang terpenuhi. Selanjutnya, untuk variabel keunggulan bersaing, nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,906, composite reliability 0,934, dan AVE 0,554 juga menunjukkan reliabilitas yang sangat baik dan validitas konvergen yang memadai. Terakhir, konstruk kinerja keuangan memperoleh nilai Cronbach's Alpha 0,918, composite reliability 0,932, serta AVE 0,604 yang keseluruhannya berada di atas standar minimum, menegaskan bahwa instrumen yang digunakan sangat reliabel dan valid. Dengan demikian, dapat dipastikan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini layak digunakan untuk pengujian model lebih lanjut.

Discriminant Validity

Tabel 4. 6 Hasil pengujian Discriminant validity

	Keunggulan Bersaing	Kinerja Keuangan	Orientasi Pasar	Transformasi Digital
Keunggulan Bersaing	0,744			
Kinerja Keuangan	0,727	0,777		
Orientasi Pasar	0,571	0,610	0,758	
Transformasi Digital	0,593	0,607	0,551	0,810

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS (2025)

Berdasarkan tabel 4.13 pengujian *discriminant validity*, dapat disimpulkan bahwa setiap

konstruk memiliki validitas diskriminan yang memadai. Nilai diagonal (nilai korelasi konstruk dengan dirinya sendiri) menunjukkan nilai AVE akar kuadrat yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk lainnya. Transformasi Digital memiliki nilai 0,810, yang lebih besar daripada korelasinya dengan keunggulan bersaing, kinerja keuangan, dan orientasi pasar. Keunggulan bersaing memiliki nilai 0,744, yang juga lebih besar dari nilai koeransi masing-masing konstraknya. Orientasi Pasar menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,758, yang jauh lebih tinggi daripada nilai korelasinya dengan konstruk lain dalam penelitian ini. Demikian pula, kinerja keuangan menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,777, melampaui angka korelasi semua variabel lain yang terlibat. Hasil ini menunjukkan bahwa semua variabel laten menunjukkan validitas diskriminan dan konvergen yang kuat, yang menegaskan kekhasan dan konsistensi setiap konstruk.

Lebih lanjut, analisis *cross-loading* memainkan peran penting dalam memverifikasi bahwa setiap variabel penelitian terwakili secara akurat oleh indikator yang andal dan valid. Analisis ini dilakukan pada dua model terpisah untuk memastikan kekokohan. Dalam model *cross-loading* awal, variabel-variabel yang terkait dengan dimensi transformasi digital dikelompokkan bersama. Hasil dari proses analisis ini disajikan dalam tabel berikut untuk pemeriksaan lebih lanjut:

Tabel 4. 7 Hasil *cross loading*

Item	Transformasi Digital	Orientasi Pasar	Keunggulan Bersaing	Kinerja Keuangan
TD1	0,8387			
TD2	0,8412			
TD3	0,7930			
TD4	0,7082			
TD5	0,8573			
OP1		0,7854		
OP2		0,7512		
OP3		0,7637		
OP4		0,8051		
OP5		0,8324		
KB1			0,8021	
KB2			0,7727	
KB3			0,7535	
KB4			0,7449	
KB5			0,7426	
KB6			0,8025	
KB7			0,7425	
KB8			0,7987	
KB9			0,8073	
KK1				0,7691
KK2				0,7599
KK3				0,7642
KK4				0,7928
KK5				0,8064
KK6				0,8245
KK7				0,7658
KK8				0,7593
KK9				0,7478

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS (2025)

Note: TD, Transformasi Digital; OP, Orientasi Pasar; KB,Keunggulan Bersaing; KK, Kinerja Keuangan

Berdasarkan hasil uji yang disajikan pada Tabel 4.7, terlihat jelas bahwa setiap variabel menunjukkan faktor muatan konstruk yang melebihi faktor muatan variabel-variabel di bawahnya atau di sebelahnya. Hal ini menunjukkan bahwa semua pernyataan yang digunakan untuk mengukur setiap variabel penelitian valid dan reliabel. Dengan demikian, pernyataan-pernyataan ini layak untuk digunakan lebih lanjut pada tahap analisis dan pemrosesan data selanjutnya. Validasi ini memastikan kekokohan instrumen pengukuran dan mendukung integritas prosedur penelitian selanjutnya.

Koefisien Determinasi (R²)

Uji *R-square* digunakan untuk memverifikasi kesesuaian variabel penelitian yang membentuk model analisis dengan mengukur tingkat kontribusinya, yang dinyatakan dalam persentase, terhadap keseluruhan hasil uji. Berdasarkan data yang diperoleh dari tahap pemrosesan, hasilnya dapat diringkas sebagai berikut. Langkah ini krusial untuk memastikan bahwa variabel yang dipilih mewakili model yang diteliti:

Tabel 4. 8 Hasil *R square*

Variabel	R Square	R Square Adjusted	Hasil
Keunggulan Bersaing	0,437	0,425	Sedang
Kinerja Keuangan	0,607	0,595	Sedang

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 3.0 (2025)

Berdasarkan analisis data yang ditunjukkan dalam tabel, variabel keunggulan bersaing memiliki nilai *R-square* sebesar 0,437 dan nilai *R-square* adjusted sebesar 0,425. Variabel Kinerja Keuangan menunjukkan nilai yang lebih tinggi, yaitu 0,607, dengan nilai *R-square* adjusted sebesar 0,595. Hasil ini juga menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki kategori hasil yang sedang, model regresi untuk kinerja keuangan memiliki kekuatan penjelasan yang lebih baik dibandingkan dengan model untuk keunggulan bersaing. Penyesuaian pada nilai *R-square* menunjukkan bahwa kedua model tetap valid dan cukup kuat dalam menjelaskan variasi hasil.

Uji Hipotesis

Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (Stdev)	T Statistics (O/Stdev)	P Values	Hasil Hipotesis
TD → KB	0,399	0,385	0,132	3,018	0,003	H1 Diterima
OP → KB	0,351	0,386	0,153	2,290	0,024	H2 Diterima
TD → KK	0,198	0,183	0,083	2,378	0,019	H3 Diterima
OP → KK	0,226	0,247	0,094	2,406	0,018	H4 Diterima
KB → KK	0,480	0,480	0,099	4,842	0,000	H5 Diterima
TD → KB → KK	0,192	0,188	0,079	2,415	0,018	H6 Diterima

OP → KB → KK	0,169	0,184	0,080	2,107	0,038	H7 Diterima
-----------------	-------	-------	-------	-------	-------	----------------

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS (2025)

Hasil analisis menunjukkan bahwa transformasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing ($O = 0,399$; $T = 3,018$; $p = 0,003$), sehingga Hipotesis 1 diterima. Selanjutnya, orientasi pasar juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing ($O = 0,351$; $T = 2,290$; $p = 0,024$), sehingga Hipotesis 2 diterima. Lebih lanjut, transformasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan ($O = 0,198$; $T = 2,378$; $p = 0,019$), sehingga Hipotesis 3 diterima. Demikian pula, orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan ($O = 0,226$; $T = 2,406$; $p = 0,018$), sehingga Hipotesis 4 diterima. Sementara itu, keunggulan bersaing memberikan pengaruh paling kuat terhadap kinerja keuangan ($O = 0,480$; $T = 4,842$; $p = 0,000$), yang mendukung penerimaan Hipotesis 5.

Selain pengaruh langsung, ditemukan pula pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi. Transformasi digital berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan melalui keunggulan bersaing ($O = 0,192$; $T = 2,415$; $p = 0,018$), sehingga Hipotesis 6 diterima. Demikian juga, orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan melalui keunggulan bersaing ($O = 0,169$; $T = 2,107$; $p = 0,038$), yang menegaskan bahwa Hipotesis 7 diterima

Pembahasan

Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama, ditemukan bahwa transformasi digital memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keunggulan bersaing pada UMKM di Kabupaten Pasaman Barat. Pengujian menunjukkan bahwa koefisien jalur yang dihasilkan bertanda positif. Hal ini berarti penggunaan teknologi digital membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional, menekan biaya, mempercepat transaksi, meningkatkan kualitas layanan, dan memperluas *e-commerce* serta pembayaran digital

Penelitian ini yang selaras dengan penelitian (Baihaqi & Huda 2023) dan (Kusumo 2024) yang secara empiris membuktikan bahwa transformasi digital berkorelasi positif dengan peningkatan keunggulan bersaing, yang membuktikan bahwa integrasi teknologi digital dapat memperkuat keunggulan bersaing, baik dari efisiensi internal maupun interaksi yang lebih dinamis dengan pasar

Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing.

Berdasarkan temuan pengujian hipotesis kedua, ditentukan bahwa orientasi pasar memberikan dampak yang signifikan dan positif terhadap pencapaian keunggulan kompetitif di Kabupaten Pasaman Barat. Hal ini menunjukkan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang memahami kebutuhan pelanggan secara menyeluruh, merespons perubahan lingkungan pasar dengan cepat, secara konsisten meningkatkan kualitas layanan, dan menerapkan strategi kompetitif yang dirumuskan dengan baik berada pada posisi yang lebih baik untuk menghasilkan nilai yang unik.

Hasil ini menguatkan temuan dari penelitian (Afandi & Ajizah 2023) dan (Dewi 2019) yang secara konsisten menunjukkan bahwa orientasi pasar adalah prasyarat penting untuk membangun dan mempertahankan keunggulan bersaing. yang menegaskan bahwa orientasi pasar adalah faktor penting untuk membangun dan mempertahankan keunggulan bersaing.

Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Kinerja Keuangan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga, ditemukan bahwa transformasi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Pasaman Barat. Artinya, penggunaan teknologi digital membantu meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat proses bisnis, mengurangi biaya, memperluas pasar, dan meningkatkan pendapatan, terutama melalui penjualan online.

Temuan ini konsisten dengan penelitian (Naningsih 2022) dan (Daljono 2023) yang menegaskan bahwa investasi dalam transformasi digital dapat menghasilkan peningkatan kinerja keuangan yang signifikan. yang menegaskan bahwa digitalisasi menjadi keharusan bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang di era ekonomi digital.

Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Keuangan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat, ditemukan bahwa orientasi pasar berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja keuangan pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Pasaman Barat. Artinya, fokus pada kebutuhan dan kepuasan pelanggan membantu meningkatkan pendapatan, loyalitas, efisiensi biaya, dan kualitas keputusan bisnis.

Hasil ini sejalan dengan penelitian (Virgia & Meirina 2023) dan (Kusumo 2024) yang menegaskan bahwa orientasi pasar adalah faktor kunci pertumbuhan finansial berkelanjutan melalui kemampuan beradaptasi terhadap perubahan konsumen dan persaingan.

Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja keuangan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kelima, ditemukan bahwa keunggulan bersaing memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Barat. Pengujian menunjukkan bahwa koefisien jalur yang dihasilkan bertanda positif. Dengan demikian, hipotesis kelima diterima, dan hasil yang diperoleh konsisten dengan hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Pasaman Barat. Artinya, semakin baik kemampuan UMKM untuk unggul dibanding pesaing, semakin tinggi pula pendapatan dan keuntungan yang diperoleh.

Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nguyen *et al.*, 2021)(Noviyana & Rotua Sitorus, 2023), (Rakib *et al.*, 2024), (Wongsansukcharoen & Thaweepaiboonwong, 2023). yang menegaskan bahwa keunggulan bersaing adalah prediktor kuat kinerja keuangan karena mampu menciptakan nilai superior secara konsisten bagi pelanggan.

Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Kinerja Keuangan yang Dimediasi Oleh Keunggulan Bersaing

Hasil pengujian hipotesis keenam menunjukkan bahwa transformasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Pasaman Barat. dengan keunggulan bersaing sebagai *mediator*. Artinya, digitalisasi akan memberi hasil maksimal jika diiringi strategi untuk menciptakan keunggulan bersaing, seperti produk unggul, inovatif, dan layanan responsif. Tanpa keunggulan bersaing, manfaat digitalisasi cenderung hanya jangka pendek.

Temuan ini menguatkan penelitian (Kusumo 2024) yang secara eksplisit menunjukkan bahwa keunggulan bersaing mampu memediasi pengaruh transformasi digital terhadap kinerja usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Ini menegaskan bahwa digitalisasi harus strategis, tidak hanya sekadar adopsi teknologi, tetapi bagaimana teknologi tersebut digunakan untuk membangun posisi kompetitif yang superior dan berkelanjutan di pasar.

Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Keuangan yang Dimediasi Oleh Keunggulan Bersaing

Hasil pengujian hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Pasaman Barat, dengan keunggulan bersaing sebagai *mediator*. Artinya, pemahaman pasar perlu diikuti strategi untuk menciptakan keunggulan kompetitif agar dampaknya pada keuangan optimal. Orientasi pasar yang tepat dapat menarik dan mempertahankan pelanggan, sekaligus memperkuat posisi di pasar.

Temuan ini konsisten dengan penelitian (Feranita & Setiawan 2018) dan (Rahmadi 2020) yang menegaskan bahwa keunggulan bersaing menjadi penghubung penting antara orientasi pasar dan kinerja keuangan yang berkelanjutan.

Kesimpulan, Keterbatasan dan Saran

Penelitian ini menguji pengaruh transformasi digital dan orientasi pasar terhadap kinerja keuangan, dengan keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi, pada 100 UMKM kuliner di Kabupaten Pasaman Barat. Data dikumpulkan melalui kuesioner langsung dan online, lalu dianalisis menggunakan path analysis dengan SmartPLS. Hasil Penelitian sebagai berikut:

1. Transformasi digital berpengaruh signifikan dan positif terhadap keunggulan bersaing.
2. Orientasi pasar juga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keunggulan bersaing.
3. Transformasi digital berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja keuangan.
4. Orientasi pasar memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja keuangan.
5. Keunggulan bersaing memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.
6. Transformasi digital berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan melalui keunggulan bersaing sebagai mediator.
7. Orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan melalui keunggulan bersaing sebagai mediator.

Keterbatasan ini memiliki keterbatasan, yaitu studi ini hanya difokuskan pada wilayah Pasaman Barat, sehingga hasilnya mungkin tidak mewakili karakteristik usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di daerah lain yang memiliki kondisi sosial ekonomi atau infrastruktur digital yang berbeda. Responden dalam penelitian ini belum mencakup keseluruhan jenis dan skala usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Perbedaan karakteristik usaha (seperti industri kuliner, fashion, jasa, atau kerajinan) dapat memengaruhi relevansi hasil, namun belum dianalisis secara mendalam. Karena menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini belum menggali secara menyeluruh aspek-aspek kualitatif, seperti tantangan praktis usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam bertransformasi digital atau nilai-nilai lokal yang memengaruhi orientasi pasar. Variabel yang diteliti hanya mencakup transformasi digital, orientasi pasar, dan keunggulan bersaing. Padahal masih banyak faktor lain yang potensial memengaruhi kinerja keuangan, seperti jaringan usaha, kemampuan manajerial, inovasi produk, hingga kebijakan pemerintah.

Untuk Peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti inovasi produk, kapasitas SDM, akses pembiayaan, atau faktor lingkungan bisnis, untuk melihat keterkaitan lebih luas terhadap kinerja. Studi lanjutan juga dapat difokuskan pada menilai efektivitas program pemerintah atau lembaga pendukung usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) seperti pelatihan digitalisasi, subsidi perangkat usaha, atau promosi di *marketplace*, terhadap pertumbuhan usaha dan pencapaian keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi & Ajizah. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran Pada Umkm Kabupaten Sidoarjo (Vol. 2, Issue 4).
- Aidara, S., Mamun, A. Al, Nasir, N. A. M., Mohiuddin, M., Nawi, N. C., & Zainol, N. R. (2021). *Competitive Advantages Of The Relationship Between Entrepreneurial Competencies And Economic Sustainability Performance. Sustainability (Switzerland)*, 13(2), 1–19. <https://doi.org/10.3390/Su13020864>
- Baihaqi, A., & Huda, M. (2023). Pengaruh Transformasi Digital Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Umkm Di Kabupaten Pasuruan. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(7), 120–130. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/triwikrama/article/view/294>
- Daljono. (2023). Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.
- Daniella & Utama. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar Dan Inovasi Terhadap Kinerja Umkm Bidang Fashion.
- Daud, I., Nurjannah, D., Mohyi, A., Ambarwati, T., Cahyono, Y., Haryoko, A. D. E., Handoko, A. L., Putra, R. S., Wijoyo, H., Ari-Yanto, A., & Jihadi, M. (2022). *The Effect Of Digital Marketing, Digital Finance And Digital Payment On Finance Performance Of Indonesian Smes. International Journal Of Data And Network Science*, 6(1), 37–44. <https://doi.org/10.5267/J.Ijdns.2021.10.006>
- Dewi, T. & I. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Kerajinan Perak Di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar.
- Feranita & Setiawan. (2018). Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Dampak Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Umkm. In *Majalah Ilmiah "Dian Ilmu (Vol. 18, Issue 1)*.
- Fillanov, & Fitriani. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening (Survey Pada Umkm Di Kabupaten Kuningan). <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>
- Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (2022). Pengaruh Orientasi Pasar, Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm. In *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen (Vol. 6, Issue 1)*. <https://republika.co.id>
- Heryadi, E. & C. (2023). *Pengaruh Kehadiran Media Sosial, Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Umkm Di Jawa Barat (Vol. 5, Issue 1)*. <http://bisnisman.nusaputra.ac.id>
- Hoa, N. T. X., & Tuyen, N. T. (2021). *A Model For Assessing The Digital Transformation Readiness For Vietnamese Smes. Journal Of Eastern European And Central Asian Research*, 8(4), 541–555. <https://doi.org/10.15549/Jecar.V8i4.848>
- Indra Danardono, & Soebowo Musa. (2024). Dampak Integrasi Perilaku TMT dan Kualitas Pengambilan Keputusan Terhadap Transformasi Digital, Keunggulan Bersaing yang Berkelanjutan dan Kinerja Perusahaan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(7), 5391 –. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i7.2731>
- Insee, K., & Suttipun, M. (2023). *R&D Spending, Competitive Advantage, And Firm Performance In Thailand. Cogent Business And Management*, 10(2). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2225831>
- Kusumo, H., Solechan, A., & Susatyono, J. D. (2024). Peran Transformasi Digital Dan Orientasi Pasar Dalam Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran UMKM. 4(2), 207–215. <http://journal.stiestekom.ac.id/index.php/dinamika>

- Lumantow, I. P., & Karuntu, M. M. (2022). Analisis Rasio Solvabilitas Dan Profitabilitas Pada Perusahaan Sub Sektor Asuransi Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020 *Solvency And Profitability Ratio Analysis Of Insurance Sub Sector Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange Year 2018-2020*. In 458 *Jurnal Emba* (Vol. 10, Issue 3). Www.Idx.Co.Id.
- Marlina (2020) PENGARUH ORIENTASI PASAR, INOVASI PRODUK DAN KREATIVITAS PELAKU USAHA TERHADAP KINERJAPEMASARAN PADA UMKM (STUDI PADA UMKMDI KOTA MAKASSAR <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/17856/>
- Merín-Rodríguez, J., Dasí, À., & Alegre, J. (2024). *Digital Transformation And Firm Performance In Innovative Smes: The Mediating Role Of Business Modelinnovation.Technovation,134*.
<https://doi.org/10.1016/j.Technovation.2024.103027>
- Octavina & Rio Rita. (2021). Digitalisasi Umkm, Literasi Keuangan, Dan Kinerja Keuangan: Studi Pada Masa Pandemi Covid-19.
- Purnamasari, E. D., & Asharie, A. (2024). Digitalisasi Umkm, Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Umkm di Era New Normal Pandemi Covid 19. *Jesya*, 7(1), 348–361.
<https://doi.org/10.36778/Jesya.V7i1.1416>
- Putri & Sari. (2022). Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Pelaku Umkm Binaan Rumah Bumn Purwokerto Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi.
- Noviyana, D., Rotua Sitorus, R., & Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul, F. (2023). The Effect of Competitive Advantage and Digital Business Strategy on Financial Performance with Digital Marketing as Moderating Variable Pengaruh Competitive Advantage dan Digital Business Strategy terhadap Financial Performance dengan Digital Marketing S. *Management Studies and Entrepreneurship* <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej> Journal, 4(2), 1288–1304.
- Rahmadi, A. N., Jauhari, T., Dewandaru, B., Manajemen, P., Ekonomi, F., Analisis, P., Fakultas, K., Kesehatan, I., & Pembangunan, P. E. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM (Vol. 21, Issue 2).
- Rakib, M., Azis, M., Najib, M., & Isma, A. (2024). Impact of Digital Literacy, Business Innovation, Competitive Advantage on the Existence of SMEs: A quantitative study in Makassar City, Indonesia. *Quality - Access to Success*, 25(198), 277–283.
<https://doi.org/10.47750/QAS/25.198.30>
- Rayhan, H. & Furqon. (2024). Adaptasi Transformasi Teknologi Digital Dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Umkm Kuliner: Studi Kasus Tiktok Shop.
- Sefanya, S., Kinerja, A., Dengan Dimediasi, U., & Kompetitif, K. (2024). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap.
- Solechan & Hartono, B. (2023). Transformasi Digital Pada Umkm Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. *Jurnal Informatika Upgris*, 9(1), 2023.
- Suhong, Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T. S., & Subba Rao, S. (2006). The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance. *Omega*, <https://doi.org/10.1016/j.omega.2004.08.002> 34(2), 107–124.
- Suryati, M. Dan M. (2022). Keunggulan Kompetitif: Konsep Dan Studi Kasus.
- Syafira Al-Kubra, S., & Fikar, R. (2019). *Kinerja Usaha Sebagai Dampak Dari Orientasi Pasar Melalui Keunggulan Bersaing (Survei Pada Sentra Pengolahan Limbah Garment Tasikmalaya)*.

- Wongsansukcharoen, J., & Thawepaiboonwong, J. (2023). Effect of innovations in human resource practices, innovation capabilities, and competitive advantage on small and medium enterprises' performance in Thailand. *European Research on Management and Business Economics*, 29(1). <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2022.100210>
- Yuniar (2021). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Keunggulan Kompetitif Sebagai Variabel Mediasi Lailatul Amanah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya.