

SKRIPSI

**PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL TERHADAP
KINERJA DENGAN INOVASI DAN KEUNGGULAN
KOMPETITIF SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: APRIYANTI

NIM: 115210444

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2025

SKRIPSI

**PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL TERHADAP
KINERJA DENGAN INOVASI DAN KEUNGGULAN
KOMPETITIF SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: APRIYANTI

NIM: 115210444

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

JAKARTA

2025

SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :
Nama Mahasiswa : Apriyanti
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210449
Program Studi : Manajemen
Alamat : Jl. Mawar No. 8 Kec. Mandau Kab. Bengkalis
Telp: -
HP: 0823 8588 8542

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/ menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 23 Juni 2025



Apriyanti

Nama Lengkap Mahasiswa

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : APRIYANTI
NIM : 115210444
PROGRAM/JURUSAN : MANAJEMEN BISNIS
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL
TERHADAP KINERJA DENGAN INOVASI
DAN KEUNGGULAN KOMPETITIF SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI

Jakarta, 18 Juni 2025

Pembimbing,



(Dr. Ida Puspitowati, S.E., M.E.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : APRIYANTI
NIM : 115210444
PROGRAM/JURUSAN : MANAJEMEN BISNIS
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL
TERHADAP KINERJA DENGAN INOVASI
DAN KEUNGGULAN KOMPETITIF SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 2 Juli 2025 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Dr. Nuryasman MN, S.E., M.M.
2. Anggota Penguji : Dr. Ida Puspitowati, S.E., M.E.
Dr. Ronnie Resdianto Masman, S.E., M.A., M.M.

Jakarta, 2 Juli 2025

Pembimbing,



(Dr. Ida Puspitowati, S.E., M.E.)

ABSTRACT

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA**

(A) APRIYANTI 115210444

(B) *THE EFFECT OF DIGITAL TRANSFORMATION ON PERFORMANCE
WITH INNOVATION AND COMPETITIVE ADVANTAGE AS MEDIATION
VARIABLES*

(C) XVII + 104 Pages, 25 Tables, 3 Pictures, 4 Attachments

(D) *ENTREPRENEURSHIP*

(E) *Abstract: This study aims to determine the effect of digital transformation on the performance of local fried chicken MSMEs in West Jakarta with innovation and competitive advantage as mediating variables. The sampling technique used in this study was non-probability sampling with a purposive sampling approach. The respondents who were sampled in this study were 80 owners or managers of local fried chicken MSMEs in West Jakarta who had implemented digitalization in their operational activities. The data analysis technique in this study used SmartPLS version 4.0. The results of the study showed that digital transformation had a positive and significant effect on performance, innovation, and competitive advantage, innovation and competitive advantage had an effect on performance, and innovation and competitive advantage could mediate the effect between digital transformation on performance.*

(F) *Keywords: Digital Transformation, Innovation, Competitive Advantage, Performance*

(G) *References 47 (1985-2025)*

(H) Dr. Ida Puspitowati, S.E., M.E.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

(A) APRIYANTI 115210444

(B) PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL TERHADAP KINERJA
DENGAN INOVASI DAN KEUNGGULAN KOMPETITIF SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI

(C) XVII + 104 Halaman, 25 Tabel, 3 Gambar, 4 Lampiran

(D) KEWIRAUSAHAAN

(E) Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh transformasi digital terhadap kinerja UMKM ayam goreng lokal di Jakarta Barat dengan inovasi dan keunggulan kompetitif sebagai variabel mediasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu 80 pemilik atau manajer UMKM ayam goreng lokal di Jakarta Barat yang telah menerapkan digitalisasi dalam kegiatan operasionalnya. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan SmartPLS versi 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja, inovasi, dan keunggulan kompetitif, inovasi dan keunggulan kompetitif berpengaruh terhadap kinerja, serta inovasi dan keunggulan kompetitif dapat memediasi pengaruh antara transformasi digital terhadap kinerja.

(F) Kata Kunci: Transformasi Digital, Inovasi, Keunggulan Kompetitif, Kinerja

(G) Daftar Acuan 47 (1985-2025)

(H) Dr. Ida Puspitowati, S.E., M.E.

HALAMAN MOTTO

“mengalah bukan berarti kalah”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada keluarga tercinta, dosen pembimbing, teman-teman mahasiswa, sahabat, dan para pengajar, yang telah memberikan motivasi dan dukungan selama kuliah.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini berjudul “PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL TERHADAP KINERJA DENGAN INOVASI DAN KEUNGGULAN KOMPETITIF SEBAGAI VARIABEL MEDIASI”, yang disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Jakarta.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang lebih lima bulan, dengan wilayah penelitian di Jakarta Barat dan subjek penelitian berupa pelaku usaha UMKM ayam goreng yang beroperasi di wilayah tersebut. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak masukan, arahan, dukungan, serta motivasi dari berbagai pihak yang telah berkontribusi secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan selama proses penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Ibu Dr. Ida Puspitowati, S.E., M.E., selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah memberikan seluruh waktunya untuk membantu, memberi masukan, memeriksa skripsi ini, memberikan arahan dan juga bimbingan penuh agar penulis mampu untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Sawidji Widodoatmodjo, S.E., M.M., MBA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Frangky Selamat, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Seluruh dosen dan juga staf pengajar Universitas Tarumanagara, yang telah membimbing, memberikan seluruh ilmu dan juga pengajarannya

kepada penulis selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

5. Kepada Papa, Mama, Adik, Keluarga, Partner, dan Teman Saya yaitu Gunawan, Lema, Chandra, Dandy Rimanto, Suryani Dewi, dan Clarissa Julia.
6. Seluruh pihak dan juga orang-orang yang tidak bisa penulis sebutkan, terimakasih banyak untuk kalian yang selama ini ikut membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini.

Skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 23 Juni 2025

APRIYANTI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	i
SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Permasalahan.....	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah	5
3. Batasan Masalah.....	5
4. Rumusan Masalah	7
B. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian	8
2. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	10

A. Gambaran Umum Teori	10
B. Definisi Konseptual Variabel	11
1. Transformasi Digital	11
2. Inovasi	11
3. Keunggulan Kompetitif.....	12
4. Kinerja Perusahaan.....	13
C. Kaitan Antara Variabel-Variabel	14
1. Transformasi Digital terhadap Kinerja Perusahaan (Kinerja UMKM). 14	
2. Transformasi Digital terhadap Inovasi.....	14
3. Inovasi terhadap Keunggulan Kompetitif.....	14
4. Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja Perusahaan.....	15
5. Peran Mediasi Inovasi dan Keunggulan Kompetitif.....	15
D. Penelitian yang Relevan	16
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	19
1. Kerangka Pemikiran.....	19
2. Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
A. Desain Penelitian.....	21
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel.....	21
1. Populasi.....	21
2. Teknik Pemilihan Sampel	22
3. Ukuran Sampel.....	22
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen.....	23
1. Operasionalisasi Variabel.....	23
2. Instrumen Penelitian.....	26

D.	Analisis Validitas dan Reliabilitas	27
1.	Uji Validitas	27
2.	Uji Reliabilitas	32
E.	Analisis Data	33
1.	Koefisien Determinasi (R^2)	33
2.	<i>Effect Size</i> (f^2)	34
3.	<i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	34
4.	<i>Path Coefficients</i>	34
5.	<i>Goodness of Fit</i> (GoF)	35
6.	Uji Hipotesis	35
7.	Analisis Mediasi	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		37
A.	Deskripsi Subjek Penelitian	37
1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Hasil Penjualan	38
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Internet	39
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Teknologi Digital yang Digunakan	40
B.	Deskripsi Objek Penelitian	41
1.	Transformasi Digital	41
2.	Inovasi	43
3.	Keunggulan Kompetitif	45
4.	Kinerja Usaha	46
C.	Hasil Analisis Data	48

1. Koefisien Determinasi (R^2)	48
2. <i>Effect Size</i> (f^2).....	49
3. <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	50
4. <i>Path Coefficients</i>	50
5. <i>Goodness of Fit</i> (GoF)	51
6. Uji Hipotesis	52
7. Uji Mediasi.....	55
D. Pembahasan.....	55
BAB V PENUTUP.....	62
A. Kesimpulan	62
B. Keterbatasan dan Saran	62
1. Keterbatasan.....	62
2. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	85
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Operasionalisasi Transformasi Digital	23
Tabel 3.2 Operasionalisasi Inovasi.....	24
Tabel 3.3 Operasionalisasi Keunggulan Kompetitif	25
Tabel 3.4 Operasionalisasi Kinerja Perusahaan	25
Tabel 3.5 Pengukuran Skala Likert	26
Tabel 3.6 Hasil Analisis <i>Outer Loadings</i> Awal	28
Tabel 3.7 Hasil Analisis <i>Outer Loadings</i> Akhir	29
Tabel 3.8 Hasil Analisis <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	31
Tabel 3.9 Hasil Analisis Validitas Diskriminan <i>Cross-Loading</i>	31
Tabel 3.10 Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	32
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Penjualan Per Bulan	38
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Internet (Tahun).....	39
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemanfaatan Digitalisasi	40
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Transformasi Digital	41
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Inovasi.....	43
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Keunggulan Kompetitif	45
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Usaha	46
Tabel 4.10 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	48
Tabel 4.11 Hasil Analisis <i>Effect Size</i> (f^2)	49
Tabel 4.12 Hasil Analisis <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	50
Tabel 4.13 Hasil Analisis <i>Path Coefficients</i>	50
Tabel 4.14 Hasil Analisis <i>Bootstrapping</i> untuk Uji Hipotesis	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	19
Gambar 3.1 Hasil Analisis <i>Outer Loadings</i> Awal	29
Gambar 3.2 Hasil Analisis <i>Outer Loadings</i> Akhir	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	70
Lampiran 2. Hasil Olah Data SmartPLS	74
Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian	78
Lampiran 4. Daftar UMKM Ayam Goreng di Jakarta Barat.....	84

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Kinerja perusahaan secara umum merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan oleh suatu organisasi dalam periode tertentu. Kinerja ini mencerminkan seberapa efektif dan efisien perusahaan dalam mengelola sumber daya untuk menghasilkan produk atau layanan yang bernilai bagi konsumen dan pemangku kepentingan lainnya. Indikator kinerja dapat diukur melalui berbagai aspek seperti pertumbuhan pendapatan, profitabilitas, produktivitas, pangsa pasar, kepuasan pelanggan, serta inovasi produk (Adur *et al.*, 2019). Selain aspek keuangan, kinerja non-keuangan seperti kualitas sumber daya manusia, kepuasan karyawan, reputasi merek, dan tanggung jawab sosial juga semakin diperhatikan dalam penilaian kinerja secara menyeluruh.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, kinerja UMKM dipengaruhi oleh berbagai variabel, antara lain strategi bisnis, *digital marketing*, dan orientasi pasar (Nursansiwi & Armiani, 2023; Sucitha *et al.*, 2023; Mahadewi & Suasana, 2023). Dalam konteks persaingan bisnis yang ketat dan dinamis, perusahaan dituntut untuk terus beradaptasi, berinovasi, serta memanfaatkan teknologi guna meningkatkan keunggulan kompetitif dan mempertahankan keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, evaluasi kinerja secara berkala menjadi hal penting untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, serta peluang peningkatan strategi operasional dan manajerial perusahaan (Kurniawan & Martadisastra, 2022).

Dalam kegiatan usaha dengan banyak pesaing, pemilik usaha perlu memiliki keunggulan bersaing untuk bertahan dan mengembangkan usaha. Keunggulan bersaing dalam bisnis ayam goreng lokal bisa

berasal dari berbagai faktor, seperti harga yang lebih terjangkau dibandingkan merek global, rasa yang sesuai dengan preferensi pasar lokal, serta strategi pemasaran berbasis komunitas.

Dalam konteks transformasi digital, keunggulan bersaing dapat diperoleh melalui peningkatan pengalaman pelanggan (*customer experience*) dengan layanan yang lebih cepat, sistem pembayaran yang lebih fleksibel, serta strategi promosi digital yang lebih efektif (Hermawan *et al.*, 2019). Misalnya, penggunaan media sosial untuk interaksi langsung dengan pelanggan dan kampanye berbasis data dapat memberikan nilai tambah dibandingkan dengan pesaing yang masih menggunakan metode pemasaran konvensional (Budiyanto, 2018).

Dalam era digital yang berkembang pesat, transformasi digital telah menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya saing dan kinerja bisnis, termasuk bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Christiana *et al.*, 2022). Di sektor makanan cepat saji, khususnya bisnis ayam goreng lokal, adopsi teknologi digital berperan penting dalam menciptakan efisiensi operasional, meningkatkan inovasi, dan memperkuat keunggulan bersaing. Beberapa merek ayam goreng lokal seperti Sabana, D'Besto, dan D'Kriuk telah berusaha mengadopsi strategi digital dengan menggunakan sosial media untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kinerja bisnis.

Transformasi digital dalam bisnis makanan cepat saji mencakup berbagai aspek, mulai dari penggunaan platform digital untuk pemasaran, sistem pemesanan *online*, pembayaran digital, hingga optimalisasi rantai pasok berbasis teknologi. Dalam konteks UMKM ayam goreng lokal, penerapan teknologi digital tidak hanya sekadar tren, tetapi juga menjadi kebutuhan untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat, baik dari sesama merek lokal maupun dari merek-merek global seperti KFC dan McDonald's. Meskipun transformasi digital menawarkan berbagai peluang, tidak semua UMKM mampu mengimplementasikannya secara efektif. Beberapa

tantangan yang dihadapi oleh UMKM ayam goreng lokal meliputi keterbatasan sumber daya, kurangnya pengetahuan digital, serta resistensi terhadap perubahan.

Penelitian mengenai hubungan antara transformasi digital, inovasi, dan keunggulan kompetitif dalam UMKM memiliki urgensi yang tinggi, terutama dalam menghadapi tantangan globalisasi dan perkembangan teknologi yang semakin pesat. UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian banyak negara, termasuk Indonesia, dengan kontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Namun, ditengah persaingan bisnis yang semakin ketat, banyak UMKM masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan modal, akses pasar yang terbatas, serta kurangnya pemanfaatan teknologi dalam operasional bisnis (Nando *et al.*, 2021). Oleh karena itu, penelitian ini menjadi sangat penting untuk mengidentifikasi bagaimana transformasi digital dan inovasi dapat meningkatkan daya saing UMKM agar tetap relevan dan berkembang di era modern.

Transformasi digital menjadi kebutuhan mendesak bagi UMKM untuk dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan pengalaman pelanggan. Adopsi teknologi oleh UMKM masih tergolong rendah akibat keterbatasan literasi digital, minimnya infrastruktur, dan hambatan dalam investasi teknologi, meskipun potensi manfaatnya cukup besar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong atau menghambat digitalisasi UMKM serta memberikan rekomendasi strategis bagi pelaku usaha dan pemangku kepentingan guna mempercepat adaptasi digital dalam bisnis. Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, kinerja perusahaan menjadi salah satu indikator utama untuk menilai sejauh mana sebuah organisasi berhasil mencapai tujuan strategisnya. Kinerja tidak hanya mencerminkan

pencapaian finansial seperti peningkatan laba, efisiensi biaya, atau pertumbuhan aset, tetapi juga mencakup aspek non-finansial seperti kepuasan pelanggan, inovasi produk, dan produktivitas sumber daya manusia (Sihombing *et al.*, 2020). Oleh karena itu, pengukuran kinerja yang dihitung yang secara kuantitatif sangat penting bagi perusahaan, terutama bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bersaing di tengah keterbatasan sumber daya dan tekanan pasar yang tinggi.

Dalam konteks perkembangan teknologi saat ini, transformasi digital menjadi salah satu strategi penting yang digunakan untuk mendorong peningkatan kinerja. Transformasi digital mengacu pada proses integrasi teknologi digital ke dalam seluruh aspek operasional bisnis, yang bertujuan untuk menciptakan nilai tambah, efisiensi proses, serta inovasi dalam produk dan layanan. Penerapan teknologi seperti e-commerce, media sosial, big data, dan sistem informasi manajemen dapat membantu UMKM menjangkau pasar yang lebih luas, mempercepat proses pelayanan, serta menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen.

Transformasi digital memiliki potensi besar, tidak semua UMKM mampu menerapkannya secara optimal karena keterbatasan pengetahuan, biaya investasi teknologi, dan kesiapan organisasi. Hal ini menunjukkan perlunya pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana transformasi digital dapat memengaruhi kinerja, baik secara langsung maupun melalui variabel lain seperti inovasi atau keunggulan kompetitif. Seperti yang ditunjukkan oleh Adisaksana (2022) dalam penelitiannya, transformasi digital tidak berpengaruh langsung terhadap kinerja, namun memberikan dampak positif secara tidak langsung melalui peningkatan keunggulan kompetitif. Hal ini menegaskan pentingnya strategi yang terintegrasi antara digitalisasi dan keunggulan daya saing agar UMKM dapat bertahan dan berkembang di era digital.

Penelitian yang dilakukan oleh Susanti *et al.* (2023) mengkaji bagaimana keunggulan kompetitif dapat memediasi pengaruh transformasi digital dan inovasi terhadap kinerja UMKM yang dimiliki oleh perempuan di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital tidak berpengaruh langsung terhadap kinerja UMKM perempuan, tetapi berpengaruh terhadap inovasi dan keunggulan kompetitif.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“Pengaruh Transformasi Digital terhadap Kinerja dengan Inovasi dan Keunggulan Kompetitif sebagai Variabel Mediasi.”**

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disampaikan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Era digitalisasi memungkinkan pemilik usaha dapat memanfaatkan perkembangan digitalisasi.
- b. Transformasi digital dapat bermanfaat bagi pemilik UMKM untuk melakukan inovasi.
- c. Transformasi digital mampu mendorong terciptanya keunggulan kompetitif pada UMKM.
- d. Inovasi berpengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM.
- e. Keunggulan kompetitif berkaitan dengan kinerja UMKM.
- f. Belum diketahui apakah inovasi berperan sebagai mediator dalam hubungan antara transformasi digital dan kinerja UMKM ayam goreng lokal.
- g. Peran keunggulan kompetitif sebagai mediator antara transformasi digital dan kinerja UMKM.

3. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah, batasan masalah yang diterapkan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Penelitian hanya berfokus pada UMKM ayam goreng lokal di Jakarta Barat karena merupakan salah satu wilayah dengan tingkat pertumbuhan UMKM yang cukup tinggi, khususnya di sektor kuliner, termasuk usaha ayam goreng lokal yang semakin menjamur dan memiliki persaingan yang ketat.
- b. Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini hanya terbatas pada transformasi digital sebagai variabel independen, inovasi dan keunggulan kompetitif sebagai variabel mediasi, serta kinerja perusahaan sebagai variabel dependen. Adapun alasan pemilihan masing-masing variabel adalah sebagai berikut:
 - 1) Transformasi digital dipilih sebagai variabel independen karena perkembangan teknologi digital telah menjadi faktor eksternal utama yang mendorong perubahan dalam cara UMKM beroperasi. Transformasi digital diharapkan memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap peningkatan kinerja usaha, melalui integrasi teknologi dalam proses bisnis.
 - 2) Inovasi digunakan sebagai variabel mediasi karena adopsi teknologi digital tidak serta-merta meningkatkan kinerja tanpa diiringi dengan upaya inovatif dari pelaku usaha. Inovasi berperan sebagai jembatan antara transformasi digital dan pencapaian keunggulan kompetitif, serta menjadi penentu dalam menciptakan nilai tambah dan keunikan produk di pasar.
 - 3) Keunggulan kompetitif dijadikan sebagai variabel mediasi karena merupakan hasil strategis dari penerapan inovasi dan transformasi digital yang efektif. Keunggulan kompetitif yang dimiliki UMKM menjadi

faktor penentu dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan keberlangsungan usaha.

- 4) Kinerja dipilih sebagai variabel dependen karena menjadi indikator akhir dari keberhasilan usaha, yang dapat dilihat dari aspek keuangan maupun non-keuangan.
- c. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dan dikumpulkan melalui survei kepada pemilik atau manajer UMKM.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan batasan masalah sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini mencakup pertanyaan-pertanyaan berikut:

- a. Apakah transformasi digital berpengaruh terhadap kinerja UMKM ayam goreng lokal di Jakarta Barat?
- b. Apakah transformasi digital berpengaruh terhadap inovasi pada UMKM ayam goreng lokal di Jakarta Barat?
- c. Apakah transformasi digital berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif pada UMKM ayam goreng lokal di Jakarta Barat?
- d. Apakah inovasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM ayam goreng lokal di Jakarta Barat?
- e. Apakah keunggulan kompetitif berpengaruh terhadap kinerja UMKM ayam goreng lokal di Jakarta Barat?
- f. Apakah inovasi memediasi pengaruh transformasi digital terhadap kinerja UMKM ayam goreng lokal di Jakarta Barat?
- g. Apakah keunggulan kompetitif memediasi pengaruh transformasi digital terhadap kinerja UMKM ayam goreng lokal di Jakarta Barat?

B. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Menguji secara empiris pengaruh transformasi digital terhadap kinerja UMKM ayam goreng lokal di Jakarta Barat.
- b. Menguji secara empiris pengaruh transformasi digital terhadap inovasi pada UMKM ayam goreng lokal di Jakarta Barat.
- c. Menguji secara empiris pengaruh transformasi digital terhadap keunggulan kompetitif pada UMKM ayam goreng lokal di Jakarta Barat.
- d. Menguji secara empiris pengaruh inovasi terhadap kinerja UMKM ayam goreng lokal di Jakarta Barat.
- e. Menguji secara empiris pengaruh keunggulan kompetitif terhadap kinerja UMKM ayam goreng lokal di Jakarta Barat.
- f. Menguji secara empiris apakah inovasi memediasi hubungan antara transformasi digital dan kinerja UMKM ayam goreng lokal di Jakarta Barat.
- g. Menguji secara empiris apakah keunggulan kompetitif memediasi hubungan antara transformasi digital dan kinerja UMKM ayam goreng lokal di Jakarta Barat.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini, yaitu:

- a. Manfaat Akademis
 - 1) Menambah literatur mengenai pengaruh transformasi digital terhadap kinerja UMKM.
 - 2) Mengembangkan pemahaman tentang peran inovasi dan keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara transformasi digital dan kinerja bisnis.

- 3) Memberikan referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas strategi digitalisasi pada UMKM di industri makanan.

b. Manfaat Praktis

- 1) Memberikan wawasan bagi pemilik dan manajer UMKM ayam goreng lokal tentang pentingnya transformasi digital dalam meningkatkan inovasi dan daya saing bisnis.
- 2) Membantu UMKM dalam menyusun strategi digitalisasi yang lebih efektif untuk meningkatkan kinerja usaha dan daya saing di pasar yang kompetitif.
- 3) Memberikan rekomendasi kepada pelaku industri mengenai bagaimana pemanfaatan teknologi digital dapat dioptimalkan dalam operasional dan pemasaran bisnis ayam goreng lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaksana, H. (2022). The Effect of Digital Transformation, Business Innovation Models, and Creativity on MSME Performance with Competitive Advantage as Intervening Variable. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 5(2), 608-629. <https://doi.org/10.31538/iijsse.v5i2.2159>
- Adur, M. D., Wiyani, W., & Ratri, A. M. (2019). Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Rokok. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 5(2), 204–212. <https://doi.org/10.26905/jbm.v5i2.2664>
- Bangun, R. H. (2020). Peningkatan kualitas manusia dalam implementasi tujuan pembangunan berkelanjutan di Provinsi Sumatera Utara (improvement of human quality in implementation of sustainable development goals of North Sumatera Province). *Inovasi*, 17(2), 219–229. <https://doi.org/10.33626/inovasi.v17i2.175>
- Bresciani, S., Huarng, K. H., Malhotra, A., & Ferraris, A. (2021). Digital transformation as a springboard for product, process and business model innovation. *Journal of Business Research*, 128(2), 204–210. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.02.003>
- Budiyanto, A. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Brand Image terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen di PT. Yerry Primatama Hosindo. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(3), 71–80. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v1i3.1144>
- Christiana, I., Bahagia, R., Putri, L. P., & Sitorus, R. S. (2022). Peran komunikasi bisnis dalam membantu perkembangan UMKM. *Jurnal Somasi*, 3(1), 100-108. <https://doi.org/10.53695/js.v3i1.700>
- Cohen, J. (2011). *Statistical Power Analysis for the Behavioural Sciences*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Damanpour, F., & Aravind, D. (2012) Managerial Innovation: Conceptions, Processes, and Antecedents. *Management and Organization Review*, 8, 423-454. <https://doi.org/10.1111/j.1740-8784.2011.00233.x>
- Dinar, M., Handayani, A. A., Mustari, Nurdiana, & Hasan, M. (2021). Inovasi Financial Technology dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Provinsi Sulawesi Selatan. *Proceeding Seminar Nasional Teknologi Pendidikan*, 1(8), 155–164.
- Fadilah, F., & Banin, Q. A. (2022). Pengaruh Pelatihan, Lingkungan Kerja, dan Fasilitas Kerja terhadap Kinerja Pegawai di Puskesmas Bantarkawung. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBis)*, 1(2), 154-170. <https://doi.org/10.24034/jimbis.v1i2.5362>
- Fajar, M., Zwerenz, D., & Setianingrum, R. B. (2019). Disruptive Innovation on Competition Law: Regulation Issues of Online Transportation in Indonesia. *European Journal of Economics and Business Studies*, 8(2), 74-98. <https://doi.org/10.26417/ejes.v5i2.p23-37>
- Gaitniece, E. (2018). Digital marketing performance evaluation methods. *CBU International Conference Proceedings*, 6, 135–140. <https://doi.org/10.12955/cbup.v6.i145>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Third Edition*. London: Sage. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool in

- Business Research. *European Business Review*, 26, 106-121.
<https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hair, J., Risher, J., Sarstedt, M., & Ringle, C. (2019). When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24.
<https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hermawan, E., Sulastri, N., & Yonata, H. (2019). Analisis Sistem Informasi Manajemen Kinerja dan Prestasi Pekerja dalam menentukan Keunggulan Bersaing. *PERSPEKTIF: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(1), 1-8.
- Kapustina, L., Gaiterova, O., Izakova, N., & Lazukov, M. (2021). Digital Marketing Communications: Selection Criteria. *KnE Social Sciences*, 5(2), 181–190.
<https://doi.org/10.18502/kss.v5i2.8351>
- Kurniawan, A., & Martadisastra, D. S. (2022). Pengaruh manajemen kualitas total dan manajemen pengetahuan terhadap kinerja organisasi pada Perusahaan Properti. *Kinerja*, 19(2), 277–285. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i2.10983>
- Lestari, D. F., Purbowo, & Fadhil, K. (2022). Strategi Pengembangan Wisata Kuliner pada Jombang Kuliner. *Inovasi Penelitian*, 3(2), 5047–5054.
<https://doi.org/10.47492/jip.v3i2.1770>
- Mahadewi, A. A. A. D. P., & Suasana, I. G. A. K. G. (2023). The Role of Competitive Advantage in Mediating the Effect of Market Orientation on Marketing Performance Florist in Denpasar City. *International Journal of Social Science and Business*, 7(3), 528–539.
<https://doi.org/10.23887/ijssb.v7i3.60840>
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation Sixth Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Nando, R. A. P., Setiawan, R., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Digital Marketing terhadap Peningkatan Laba UMKM. *Jurnal Ekonomak*, 7(3), 43–48.

- Nurhaliza, F., Nadila Putri, S., Atika, M., & Nofirda, F. A. (2023). Analisis Dampak Pengaruh QRIS terhadap Transaksi Bisnis Digital UMKM. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 30465–30468. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.11923>
- Nursansiwati, D. A., & Armiani, A. (2023). Peran Strategi Bisnis Fintech Payment Gateway dalam Meningkatkan Kinerja UMKM di NTB. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 7(1), 367-378. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1219>
- Panggayuh, C. A. R., & Krisprimandoyo, D. A. (2024). Analisis Transformasi Digital terhadap Kinerja Perusahaan dengan Inovasi Digital sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Program CPMS pada Kontraktor Ciputra Group). *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(5), 1844-1857. <https://doi.org/10.31539/jomb.v6i5.12684>
- Pierree, Kobel Bruce, Pranveraa, & K llezi. (2024). *LIDC Contributions on Antitrust Law, Intellectual Property and Unfair Competition Sustainability Objectives in Competition and Intellectual Property Law*. Springer.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Rahmawati. (2024). Competitive Advantage Tourism Village for Sustainable Development in Serang Regency. *Proceedings of the 1st International Conference on Public Administration and Social Science (ICoPASS 2024) Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*, 233-240.
- Rashin, M. A., & Ghina, A. (2018). Identifikasi Inovasi dan Kinerja Bisnis dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 18(2), 213–219. <https://doi.org/10.17509/jpp.v18i2.12963>
- Salam, R. (2021). Perubahan dan Inovasi Pelayanan Publik di Era New Normal Pandemi Covid-19 (Changes and Innovations in Public Services in the New Normal). *Journal of Public Administration and Government*, 3(1), 28–36. <https://doi.org/10.22487/jpag.v3i1.138>

- Sari, S. K., Isrofani, A. N., Pratiwi, C., & Batu, R. L. (2021). Pentingnya Inovasi Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Berulang pada Brand Iphone di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 181–187. <https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5605>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach Seventh Edition*. United Kingdom: Wiley.
- Sihombing, T., Belmart, K., & Rano, S. (2020). Analisis kinerja keuangan terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. *JURANKUNMAN: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 13(2), 53-64.
- Strengers, J., Mutsaers, L., van Rossum, L., & Graamans, E. (2022). The organizational culture of scale-ups and performance. *Journal of Organizational Change Management*, 35(8), 115–130. <https://doi.org/10.1108/JOCM-09-2021-0268>
- Sucitha, I. G. A., Giantari, I. G. A. K., Widagda, N. J. A. K., & Dana, I. M. (2023). Peran Competitive Advantage memediasi Pengaruh Digital Marketing terhadap Marketing Performance pada UMKM Coffee Shop. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(04), 666-676. <https://doi.org/10.24843/EEB.2023.v12.i04.p07>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretitif, dan Konstruktif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suhada, A., & Hendrayanti, E. (2019). Analisis kinerja perusahaan dengan pendekatan Balanced Scorecard. *Optimal: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 13(1), 57–72. <https://doi.org/10.33558/optimal.v13i1.1852>

- Sundoro, H., & Putlia, G. (2024). Keunggulan Kompetitif Dkriuk Fried Chicken di Industri Makanan dan Minuman. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi (MEA)*, 8(3), 1227-1243. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i3.4434>
- Susanti, E., Mulyanti, R. Y., & Wati, L. N. (2023). MSMEs performance and competitive advantage: Evidence from women's MSMEs in Indonesia. *Cogent Business and Management*, 10(2), 2239423. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2239423>
- Syahwildan, M., & Damayanti, T. (2022). Fintech terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 438–443. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.608>
- Widhiastuti, R., Kardiyem, K., & Farliana, N. (2019). Model Akuntansi Sederhana Bagi UMKM Makanan Kota Semarang. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(1), 165-171. <https://doi.org/10.30595/jppm.v3i1.4043>
- Wijaya, R. A., Qurratu'aini, N. I., & Paramastri, B. (2019). Pentingnya Pengelolaan Inovasi dalam Era Persaingan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 217–227. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v5i2.2922>
- Winata, F. A., & Sugiarto, J. (2016). Pengaruh Kualitas Hubungan dan Kemampuan Adaptasi terhadap lingkungan yang mempengaruhi Keunggulan Bersaing dan Implikasinya pada Kinerja Perusahaan (Studi Pada PT. AGA PRATAMA). *Jurnal Bisnis Strategi*, 25(2), 111-124. <https://doi.org/10.14710/jbs.25.2.111-124>
- Yeung, A. W. K., Torkamani, A., Butte, A. J., Glicksberg, B. S., Schuller, B., Rodriguez, B., Ting, D. S. W., Bates, D., Schaden, E., Peng, H., Willschke, H., van der Laak, J., Car, J., Rahimi, K., Celi, L. A., Banach, M., Kletecka-Pulker, M., Kimberger, O., Elis, R., Islam, S. M. S., Wong, S. T., Wong, T. Y., Gao, W., Brunak, S., & Atanasov, A. G. (2023). The promise of digital healthcare technologies. *Frontiers in Public Health*, 11, Frontiers Media SA. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2023.1196596>