

**PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA UMKM DI
KABUPATEN PASURUAN**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN MEMPEROLEH
GELAR SARJANA STRATA-1 (S1)**



AKHMAD BAIHAQI

2019.69.10.0093

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

2023

TANDA PERSETUJUAN PENELITIAN

Judul : **PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL
DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
KEUNGGULAN BERSAING DAN
KINERJA UMKM DI KABUPATEN
PASURUAN**

Disusun oleh : Akhmad Baihaqi
NIM : 2019.69.10.0093
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Jurusan : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan didepan tim penguji

Pasuruan, 22 Agustus 2023


Menyetujui,

Kaprodi,



(Nur Azzah, S.Sos., M.AB)
NIP.Y. 0691502001

Pembimbing,



(Miftahul Huda, S.Sos., M.AB)
NIP.Y. 0691508056

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
YUDHARTA PASURUAN PADA :

HARI : **SELASA**

TANGGAL : **22 AGUSTUS 2023**

JAM : **12.00**

JUDUL : **PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL DAN
INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN
BERSAING DAN KINERJA UMK DI KABUPATEN
PASURUAN**

DINYATAKAN LULUS


MAJELIS PENGUJI

KETUA PENGUJI

ANGGOTA PENGUJI



Dr. Kholid Murtadlo, S.E., M.E
NIP. Y. 0690203006



Nur Ajizah, S.Sos., M.AB
NIP. Y. 0691502001

MENGESAHKAN,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Ayu Urwatul W., S.Sos., M.AB
NIP. Y. 0691103037

“BISMILLAHIRROHMANIRROHIM

DIJALANI

DINIKMATI

DAN

DISYUKURI”

“ALLAH SWT MENGUJI HAMBANYA

SESUAI DENGAN KEMAMPUANNYA”

LEMBAR PERSEMBAHAN

Skripsi ini kutujukan kepada :

Semua Keluargaku Bapak dan Ibu tercinta

yang selalu mendidik dan mendo'akanku

Kakakku Lailatus Sa'diyah dan Lailatul Muslimah

Yang sangat aku sayangi yang selalu mendampingi setiap langkahku

Teman-temanku yang selalu mendukung dan men sport aku

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah S.W.T yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA UMKM KABUPATEN PASURUAN” Proposal skripsi ini disusun sebagai syarat menyelesaikan studi jenjang srata satu (S1) , Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Yudharta Pasuruan.

Penulis menyadari sebelumnya, telah mendapat banyak dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan waktu, tenaga, dan pikirannya. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Romo K.H Sholeh Bahrudin selaku pengasuh Yayasan Pondok Pesantren Ngalah yang senantiasa membimbing kami, baik jasmani maupun rohani.
- 2) Bapak Dr. Kholid Murtadlo S.E selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
- 3) Ibu Any Urwatul Wusko S.Sos , M.AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial IlmuPolitik.
- 4) Ibu Nur Ajizah S.Sos , M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis.
- 5) Bapak Miftahul Huda, S.Sos., M.AB selaku dosen pembimbing skripsi

saya.

- 6) Kedua orang tua yang senantiasa memberi support dan doanya.
- 7) Kakak-kakakku , dan seseorang disana yang selalu memberi semangat dan arahan.
- 8) Teman-teman yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam proses penyusunan proposal ini.
- 9) Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis yang telah berjasa dan membantu baik moril maupun semangat dalam proses penyusunan proposal ini.

Akhir kata, penyusunan proposal ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan proposal skripsi kedepannya.

Pasuruan, 16 Agustus 2023

Penulis

Akhmad Baihaqi

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Akhmad Baihaqi
NIM : 201969100093
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 16 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,

Akhmad Baihaqi

ABSTRAK

Akhmad Baihaqi. Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Yudharta Pasuruan. 16 Agustus 2023. Pengaruh Transformasi Digital dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja UMKM di Kabupaten Pasuruan.

Transformasi digital sangat berpengaruh pada perubahan aktivitas pada UMKM dalam menghasilkan keunggulan bersaing. Transformasi digital pada UMKM yang berfokus pada inovasi, adopsi teknologi, dan penciptaan nilai baru yang bertujuan untuk membangun kinerja pemasaran. Oleh karena itu untuk dapat bertahan dalam persaingan pasar harus dapat bertindak cepat untuk meningkatkan kinerja pemasaran dalam era digital ini, yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha adalah dapat meningkatkan kemampuannya dalam pemasaran digital dan dapat melakukan transformasi digital dengan cepat.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Transformasi Digital dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Umkm di Kabupaten Pasuruan. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif, dengan penyebaran kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dimana orang yang dipilih sebagai sampel sesuai dengan tujuan dilakukannya penelitian, sampel yang digunakan sebanyak 99 responden melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Path Analisis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Transformasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing, Transformasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM, Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing, Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM, dan Transformasi Digital dan Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja UMKM.

Kata kunci : *Transformasi Digital, Inovasi Produk, Keunggulan bersaing dan Kinerja UMKM*

ABSTRACT

Akhmad Baihaqi. Yudharta Pasuruan University Business Administration Study Program. 16 August 2023. Effects of Digital Transformation and Product Innovation on Competitive Advantage and Performance of MSMEs in Pasuruan Regency.

Digital transformation is very influential in changing activities in MSMEs in generating competitive advantage. Digital transformation for MSMEs that focuses on innovation, technology adoption, and the creation of new value that aims to build marketing performance. Therefore, to be able to survive in market competition, they must be able to act quickly to improve marketing performance in this digital era. What businesses need to pay attention to is being able to improve their abilities in digital marketing and be able to carry out digital transformation quickly.

This research was conducted to determine the Effect of Digital Transformation and Product Innovation on the Competitive Advantage and Performance of MSMEs in Pasuruan Regency. This type of research uses causal associative research with a quantitative approach, by distributing questionnaires as a data collection technique. The sampling method used is purposive sampling, which is a sampling technique in which people are selected as samples according to the purpose of conducting research, the sample used is 99 respondents through questionnaires. The data analysis method used in this research is Path Analysis.

The results of this study indicate that Digital Transformation has a positive and significant effect on Competitive Advantage, Digital Transformation has a positive and significant effect on MSME Performance, Product Innovation has a positive and significant effect on Competitive Advantage, Product Innovation has a positive and significant effect on MSME Performance, and Digital Transformation and Innovation Products have a positive and significant effect on MSME Competitive Advantage and Performance.

Keywords: *Digital Transformation, Product Innovation, Competitive advantage and MSME Performance*

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN PENELITIAN	II
KATA PENGANTAR	VI
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	VIII
ABSTRAK	IX
DAFTAR ISI.....	XI
DAFTAR TABEL.....	XIV
DAFTAR GAMBAR	XVI
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Teori	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	12
2.1.3 Transformasi Digital	17
2.1.4 Inovasi Produk	20
2.1.5 Keunggulan Bersaing.....	25
2.1.6 Kinerja UMKM	29
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	43
2.3.1 Hubungan Antara Transformasi Digital Terhadap Keunggulan Bersaing (X1-Y1)	43
2.3.2 Hubungan Antara Transformasi Digital Terhadap Kinerja UMKM (X1-Y2).....	44
2.3.3 Hubungan Antara Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (X2-Y1)	45

2.3.4	Hubungan Antara Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM (X2-Y2)	45
2.3.5	Hubungan Antara Transformasi Digital dengan Inovasi Produk (X1-X2).....	46
2.3.6	Hubungan Antara Keunggulan Bersaing dengan Kinerja UMKM (Y1-Y2).....	47
2.4	Kerangka Konseptual.....	48
2.5	Hipotesis	49
BAB III		51
METODE PENELITIAN		51
3.1	Jenis Penelitian	51
3.2	Lokasi Penelitian	52
3.3	Populasi Dan Sampel	52
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5	Definisi Operasional Variabel	55
3.6	Uji Instrumen Penelitian.....	59
3.6.1	Uji Validitas	59
3.6.2	Uji Reabilitas	60
3.7	Teknik Analisis Data	60
BAB IV		74
HASIL DAN PEMBAHASAN		74
4.1.	Penyajian Data	74
4.1.1	Gambaran Umum Objek penelitian	74
4.1.2	Gambaran Umum Responden.....	76
4.1.3	Hasil Analisis Deskriptif.....	77
4.1.4	Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas	88
4.1.5	Hasil Uji Asumsi Klasik	90
4.1.6	Hasil Uji Hipotesis (Uji T)	97
4.1.7	Hasil Uji Analisis Jalur (Path Analysis)	101
4.1.8	Koefisien Determinasi R2.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Presentase Penjualan Digital	2
Tabel 1.2 Data UMKM yang Go Digital.....	4
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	40
Tabel 3.1 Skala Likert	55
Tabel 3.2 Indikator Transformasi Digital.....	56
Tabel 3.3 Indikator Inovasi Produk.....	57
Tabel 3.4 Indikator Keunggulan Bersaing	58
Tabel 3.5 Indikator Kinerja UMKM	59
Tabel 3.6 Klasifikasi Koefisien Reliabilitas.....	60
Tabel 4.1 Kriteria UMKM Berdasarkan Aset dan Omset.....	75
Tabel 4.2 Distribusi Usia Responden	77
Tabel 4.3 Distribusi Omset Responden	77
Tabel 4.4 Distribusi frekuensi jawaban responden variabel transformasi digital	78
Tabel 4.5 Distribusi frekuensi jawaban responden variabel Inovasi Produk	81
Tabel 4.6 Distribusi frekuensi jawaban responden variabel Keunggulan Bersaing.....	83
Tabel 4.7 Distribusi frekuensi jawaban responden variabel Kinerja UMKM	86
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	89

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	90
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas Struktural 1	91
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Struktural 2.....	93
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas Sub Struktural 1.....	94
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas Sub Struktural 2.....	94
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis 1	98
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis 2	99
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis 3	99
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis 4	100
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis 5	100
Tabel 4.19 Hasil Analisis Jalur Persamaan Struktural 1.....	102
Tabel 4.20 Hasil Analisis Jalur Persamaan Struktural 2.....	103
Tabel 4.21 Pengujian Langsung dan Tidak Langusng.....	106
Tabel 4.22 Hasil R Square Sub Struktural 1	107
Tabel 4.23 Hasil R Square Sub Struktural 2.....	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Cravens dalam penelitian Dismawan (2013:27).....	28
Gambar 2.2 Model Penelitian M. Nor Efendi	32
Gambar 2.3 Model Penelitian Inda Lestari	33
Gambar 2.4 Model Penelitian Nur Fatimah dan Nur Azlina.....	34
Gambar 2.5 Model Penelitian Eman Sulaiman	35
Gambar 2.6 Model Penelitian Agus Kurniawan (2021).....	35
Gambar 2.7 Model Penelitian Merry Moy Mita (2021).....	36
Gambar 2.8 Model Penelitian Ridho M. Iqbal	37
Gambar 2.9 Model Penelitian Manumpil, Dandang Munandar (2022).....	38
Gambar 2.10 Model Penelitian Dani Liana Wijaya (2022).....	39
Gambar 2.11 Model Penelitian Larisa Pradisti (2022).....	40
Gambar 2.12 Gambar Kerangka Konseptual (2023).....	49
Gambar 3.1 Model Analisis Jalur 1	66
Gambar 3.2 Model Analisis Jalur 2.....	66
Gambar 3.3 Model Analisis Path	67
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas P-P Plot Sub Struktural 1	91
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-P Plot Sub Struktural 2	92
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas Scatterplot Sub Struktural 1.....	96
Gambar 4.4 Hasil Uji Heterokedastisitas Scatterplot Sub Struktural 2.....	97
Gambar 4.5 Model Analisis Path	101
Gambar 4.6 Model Analisis Jalur 1.....	102

Gambar 4.7 Model Analisis Jalur 2.....104

ABSTRAK

Akhmad Baihaqi. Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Yudharta Pasuruan. 16 Agustus 2023. Pengaruh Transformasi Digital dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja UMKM di Kabupaten Pasuruan.

Transformasi digital sangat berpengaruh pada perubahan aktivitas pada UMKM dalam menghasilkan keunggulan bersaing. Transformasi digital pada UMKM yang berfokus pada inovasi, adopsi teknologi, dan penciptaan nilai baru yang bertujuan untuk membangun kinerja pemasaran. Oleh karena itu untuk dapat bertahan dalam persaingan pasar harus dapat bertindak cepat untuk meningkatkan kinerja pemasaran dalam era digital ini, yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha adalah dapat meningkatkan kemampuannya dalam pemasaran digital dan dapat melakukan transformasi digital dengan cepat.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Transformasi Digital dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Umkm di Kabupaten Pasuruan. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif, dengan penyebaran kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dimana orang yang dipilih sebagai sampel sesuai dengan tujuan dilakukannya penelitian, sampel yang digunakan sebanyak 99 responden melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Path Analisis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Transformasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing, Transformasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM, Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing, Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM, dan Transformasi Digital dan Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja UMKM.

Kata kunci : *Transformasi Digital, Inovasi Produk, Keunggulan bersaing dan Kinerja UMKM*

ABSTRACT

Akhmad Baihaqi. Yudharta Pasuruan University Business Administration Study Program. 16 August 2023. Effects of Digital Transformation and Product Innovation on Competitive Advantage and Performance of MSMEs in Pasuruan Regency.

Digital transformation is very influential in changing activities in MSMEs in generating competitive advantage. Digital transformation for MSMEs that focuses on innovation, technology adoption, and the creation of new value that aims to build marketing performance. Therefore, to be able to survive in market competition, they must be able to act quickly to improve marketing performance in this digital era. What businesses need to pay attention to is being able to improve their abilities in digital marketing and be able to carry out digital transformation quickly.

This research was conducted to determine the Effect of Digital Transformation and Product Innovation on the Competitive Advantage and Performance of MSMEs in Pasuruan Regency. This type of research uses causal associative research with a quantitative approach, by distributing questionnaires as a data collection technique. The sampling method used is purposive sampling, which is a sampling technique in which people are selected as samples according to the purpose of conducting research, the sample used is 99 respondents through questionnaires. The data analysis method used in this research is Path Analysis.

The results of this study indicate that Digital Transformation has a positive and significant effect on Competitive Advantage, Digital Transformation has a positive and significant effect on MSME Performance, Product Innovation has a positive and significant effect on Competitive Advantage, Product Innovation has a positive and significant effect on MSME Performance, and Digital Transformation and Innovation Products have a positive and significant effect on MSME Competitive Advantage and Performance.

Keywords: *Digital Transformation, Product Innovation, Competitive advantage and MSME Performance*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

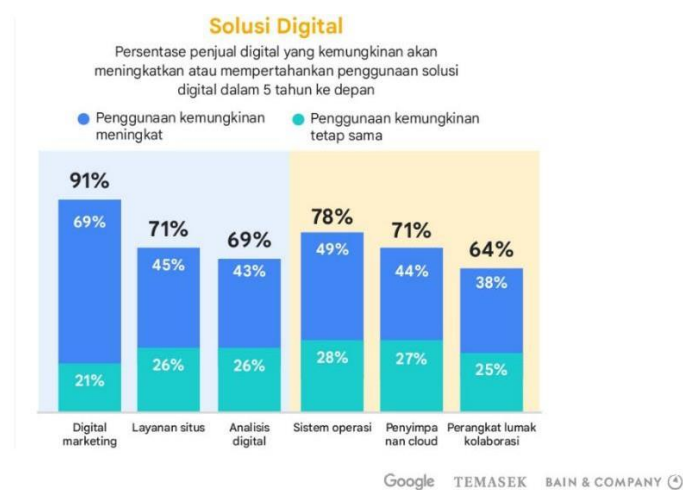
Di Jawa Timur berdasarkan sensus nasional di bidang ekonomi akhir tahun 2013 jumlah UMKM di Jatim sebanyak 4,2 juta, jumlah tersebut pada Sensus 2014 yang hasilnya dipublikasikan 2015 melompat menjadi 6,8 juta, dan tahun 2016 yang hasilnya dipublikasi 2018 kembali naik signifikan menjadi 9,59 juta. Bahkan pada tahun 2019, dari PDRB Jatim yang mencapai Rp. 2.019 triliun, sebesar Rp 1.290. triliun berasal dari Profitabilitas UMKM (Soetjipto, 2020). Bahkan Usaha Mikro Kecil Menengah di beberapa kabupaten mengalami pertumbuhan khususnya di Kabupaten Pasuruan.

UMKM di Kabupaten Pasuruan membuktikan bahwa beberapa tahun terakhir ini mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Sejalan dengan Kabupaten Pasuruan dikenal sebagai daerah perindustrian yang mana terdapat banyak karyawan, hal tersebut menjadikan peluang bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya di sector apa saja. Namun Hal krusial yang saat ini menjadi “Pekerjaan Rumah” utama para pelaku UMKM adalah soal mengenai pemasaran produk, teknologi, kualitas produk yang tidak tercover dengan baik, permodalan dan perolehan bahan baku yang belum memadai, serta masih belum adanya

standart kualitas produk yang rendah dan kurang bermutu.

Dalam mengatasi permasalahan tersebut, pemerintah kabupaten pasuruan mulai melakukan pemberdayaan secara bertahap. Dimulai dari peningkatan kualitas UMKM dengan memperkenalkan pelaku UMKM terhadap pentingnya melakukan transformasi digital dan berinovasi dalam menghadapi persaingan. Pemerintah kabupaten pasuruan juga berupaya secara langsung dalam hal peningkatan kualitas umkm secara progresif. Hal ini dapat dilihat melalui peningkatan kualitas pembinaan terhadap pelaku usaha UMKM yang dilakukan secara rutin dan terukur dengan harapan dapat menghasilkan komoditas berkualitas ekspor. Terlebih lagi, di era Society 5.0 saat ini menjadi pintu masuk bagi para pelaku umkm untuk mengenalkan produknya dengan cara digitalisasi produk.

Tabel : 1.1 Presentase penjualan digital



Seperti halnya tabel diatas dapat diketahui bahwa kemungkinan penggunaan fasilitas digital pada UMKM mengalami peningkatan yang pesat. Dengan potensi meningkatnya UMKM yang menggunakan digital maka untuk usaha yang belum mengadopsi hal tersebut sudah harus mulai bertransformasi secara digital dan berinovasi supaya memiliki kinerja yang baik dan bisa lebih berdaya saing.

Seperti halnya sekarang fenomena yang terjadi yaitu meningkatnya persaingan antar UMKM yang menjual produknya dengan cara tradisional dengan UMKM yang menjual produknya dengan cara online shop. Masyarakat sekarang lebih banyak memanfaatkan online shop untuk melakukan transaksi pembelian barang ataupun makanan karena lebih praktis dan menghemat tenaga, apalagi sekarang di online shop banyak promo diskon dalam sebuah pembelian. Serta maraknya masyarakat sekarang yang menggunakan internet untuk membuka online shop apalagi di era society 5.0 sekarang banyak ibu-ibu yang memanfaatkan internet untuk membuka usaha seperti berjualan produk aneka macam produknya di media sosial. Hal seperti inilah yang akan membantu UMKM untuk meningkatkan daya saing antar UMKM dan kinerja UMKM. Apalagi Padaera society 5.0 saat ini banyak sekali platform yang berbasis digital yang sangat menguntungkan dan memudahkan bagi para pelaku UMKM dalam hal memasarkan produknya ke

pangsa pasar yang lebih luas lagi. Ketika suatu usaha telah mengadopsi online shop yang berbasis digital, maka pada saat itu juga usaha tersebut sedang melakukan transformasi digital. Transformasi digital merupakan sebuah strategi dimana dalam pelaksanaannya memanfaatkan sebuah teknologi digital untuk mengubah suatu pola dalam berbisnis, baik dalam mengoperasikan maupun dalam melayani konsumen, dari beberapa perusahaan yang menerapkan transformasi digital.

Tabel : 1.2 Data UMKM yang Go Digital

Nama UMKM	Produk	Pengguna Go Digital
Tuku Ngombe	Aneka Macam Minuman	Go Jek
Ayam Geprek Bu Puje	Aneka Macam Makanan dan Minuman	Go Jek
Omah Jajan	Aneka macam makanan	Go Jek
Bakso Krikil	Bakso	Go Jek
Nina Bordir	Pakaian Muslim Wanita	Shopee
Nizar Bordir	Pakaian Muslim Pria	Shopee
Toko Sebelah	Aneka Aksesoris dan Elektronik	Shopee & Tokopedia

Online Market yang dilakukan pihak UMKM di Kabupaten Pasuruan pada Produk mereka bertujuan untuk memudahkan konsumen untuk membeli produk kita.

Di era digital seperti saat ini, kebutuhan akan transformasi digital di berbagai industri menjadi sebuah fenomena penting yang

tidak dapat dihindari. Terlebih seperti tahun-tahun belakangan ini, saat seluruh dunia menghadapi pandemi COVID-19 yang mengharuskan terjadi perubahan besar terhadap gaya hidup dan cara perusahaan bekerja. Seperti halnya di Kabupaten pasuruan dalam proses penerapan Transformasi digital bagi UMKM, pemerintah dapat mendukung pelaku UMKM dalam melakukan branding pada produk produk setiap UMKM dengan memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas operasi internal dan penawaran pasar eksternal juga pengenalan produk unggulan melalui media sosial yang bahkan berskala nasional. Pengenalan produk melalui media sosial sangat efektif sebagai media promosi produk UMKMagar semakin dikenal masyarakat.

Transformasi digital sangat berpengaruh pada perubahan aktivitas pada UMKM dalam menghasilkan keunggulan bersaing. Transformasi digital pada UMKM yang berfokus pada inovasi, adopsi teknologi, dan penciptaan nilai baru yang bertujuan untuk membangun kinerja pemasaran.oleh karena itu untuk dapat bertahan dalam persaingan pasar harus dapat bertindak cepat untuk meningkatkan kinerja pemasaran dalam era digital ini, yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah dapat meningkatkan kemampuannya dalam pemasaran digital dan dapat melakukan transformasidigital dengan cepat.

Pada era society 5.0 saat ini dengan banyaknya permintaan

berbagai macam produk dari konsumen sehingga menuntut UMKM untuk melakukan kreativitas inovasi untuk menciptakan produk yang benar-benar baru dan unik yang masih belum dimiliki oleh UMKM lain, karena produk yang dianggap bernilai adalah produk yang berbeda. Kebijakan inovasi dapat memberikan pengaruh yang signifikan bagi UMKM, untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan yang merupakan inti dalam sebuah bisnis dan menjadi yugas UMKM untuk meningkatkan kinerjabisnisnya.

Melalui fenomena tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa pentingnya transformasi digital dalam menghadapi persaingan dan proses inovasi dalam meningkatkan daya saing antar UMKM dan kinerja UMKM bagi para pelaku UMKM. Faktor tersebut juga menjadi indikasi seberapa berkembangnya UMKM tersebut dan seberapa unggulnya daya saing antar UMKM keunggulan atas pesaing yang didapat dengan menyampaikan nilai pelanggan yang lebih besar, melalui harga yang lebih murah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat sesuai dengan penetapan harga yang lebih tinggi. Keunggulan bersaing merupakan faktor utama yang mempengaruhi kinerja suatu usaha dan aspek lembaga terkait, sehingga keunggulan bersaing dan kinerja usaha sama-sama memiliki urgensi sebagai barometer berhasilnya suatu usaha.

Dalam menjalankan kontribusi perekonomian nasional, UMKM Kabupaten Pasuruan tidak terlepas dari masalah.

Permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM diatas diharapkan menjadi sebuah pembelajaran dalam proses berkembangnya. Kondisi ini merupakan salah satu pendorong peneliti untuk mengetahui sejauh mana pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan inovasi yang diduga mempunyai pengaruh terhadap keunggulan bersaing UMKM Pasuruan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti memutuskan melakukan penelitian dengan perumusan masalah yang berjudul **“Pengaruh Transformasi Digital dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja UMKM di Kabupaten Pasuruan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut :

1. Apakah variabel (X1) Transformasi Digital berpengaruh terhadap variabel (Y1) Keunggulan Bersaing UMKM di Kabupaten Pasuruan?
2. Apakah variabel (X1) Transformasi Digital berpengaruh terhadap variabel (Y2) Kinerja UMKM di Kabupaten Pasuruan?
3. Apakah variabel (X2) Inovasi produk berpengaruh terhadap variabel (Y1) Keunggulan bersaing UMKM di Kabupaten Pasuruan?
4. Apakah variabel (X2) Inovasi produk berpengaruh terhadap

variabel (Y2) Kinerja UMKM di Kabupaten Pasuruan?

5. Apakah variabel (X1) Transformasi Digital, variabel (X2) Inovasi produk berpengaruh terhadap variabel (Y1) Keunggulan Bersaing, (Y2) Kinerja UMKM di Kabupaten Pasuruan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat diketahui tujuan penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel (X1) Transformasi Digital terhadap variabel (Y1) Keunggulan Bersaing UMKM di Kabupaten Pasuruan
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel (X1) Transformasi Digital terhadap variabel (Y2) Kinerja UMKM di Kabupaten Pasuruan
3. Untuk mengetahui pengaruh variabel variabel (X2) Inovasi produk terhadap variabel (Y1) Keunggulan bersaing UMKM di Kabupaten Pasuruan.
4. Untuk mengetahui pengaruh variabel (X2) Inovasi P r o d u k terhadap variabel (Y2) Kinerja UMKM di Kabupaten Pasuruan
5. Untuk mengetahui dan memahami variabel (X1) Transformasi Digital, variabel (X2) I n o v a s i produk berpengaruh terhadap variabel (Y1) Keunggulan Bersaing, (Y2) Kinerja UMKM di Kabupaten Pasuruan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkaya Ilmu manajemen khususnya dalam kajian tentang strategi pemasaran, transformasi digital, program pemasaran, keunggulan bersaing , dan keputusan pembelian.

1.4.2 Secara Praktis

Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan manfaatlain, yaitu sebagai berikut :

1. Bagi UMKM Kabupaten Pasuruan, hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan, khususnya dalam memotivasi para pelaku UMKM untuk meningkatkan serta memperluas pemasaran dan minat pembelian produk maupun jasa selama era society 5.0.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pemikiran sebagai pijakan para peneliti untuk meneliti unsur manajemen pemasaran yang sama yaitu keunggulan bersaing atau objek penelitian lain yang berbeda.
3. Bagi penulis, hasil penelitian ini dapat dijadikan sarana untuk menerapkan pengetahuan teoritis yang telah diperoleh dari masalah Transformasi Digital dan program pemasaran selama masa Pandemi Covid-19 dengan upaya

keunggulan bersaing untuk meningkatkan profitabilitas pelanggan di UMKM Kabupaten Pasuruan .

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisa yang dilakukan mengenai Pengaruh Transformasi Digital dan Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja UMKM di Kabupaten Pasuruan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Transformasi Digital secara langsung memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Keunggulan Bersaing.
2. Variabel Inovasi Produk secara langsung memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Keunggulan Bersaing.
3. Variabel Transformasi Digital secara langsung memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Kinerja UMKM.
4. Variabel Inovasi Produk secara langsung memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Kinerja UMKM.
5. Variabel Transformasi Digital dan Inovasi Produk secara langsung memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja UMKM.

5.2. Saran

1. UMKM akan semakin maju, berkembang dan bisa bersaing dipasar ketika UMKM tersebut juga menggunakan sistem penjualan berbasis online dan untuk memperluas pangsa pasar mereka, dan hal ini yang membuat nilai komersial yang akan meningkatkan kinerja UMKM.

2. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya untuk menambah variabel lain dan mengembangkan hasil penelitian seputar Transformasi Digital, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing dan Kinerja UMKM agar dapat memperkuat hasil penelitian, menyempurnakan penelitian dan memperkaya khasanah peneleitian kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahwan, Z., & Marzuki, M. E. (2021). Model Konstruksi Komunikasi antar Faith Based Organization dalam Meminimalisir Interfaithconflict pada Pelestarian Adat dan Tradisi Budaya Suku Tengger Tosari Pasuruan. *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, 13(1), 136-149.
- Adriansyah, D. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Go-Food Bandung. 3(3), 123–128.
- Akkas, N., & Marwana, H. (2019). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Cv . Anugerah Perdana Palu Analysis Of The Effect Of Marketing Mixed Strategy On Purchase Decisions To Buy Honda Motorcycle In Cv . Anugerah Perdana Palu. 6, 105–110.
- Amilia, S. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kanasha Kota Langsa. 4(1), 26–37.
- Azizah, W., & Nuzil, N. R. (2023). Pengaruh Selebgram Endorse Dika Bj, Paid Promote, Dan Online Costumer Review Terhadap Minat Beli Produk Tas Lucu Pada Pengguna Media Sosial Instagram. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 4394-4408.
- Bahrudin, S., Munir, M., Rohmah, S. A., Saidah, I. N., Nurrochmani, A., & Ahwan, Z. (2021). Model Komunikasi Strategis Religious Leader dalam Pengurangan Stigma dan Diskriminasi Covid-19:(Tinjauan Teori Opinion Leader Paul Lazarfield). *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam*, 13(1), 101-114.
- Basuki, N. G. (2020). Penguatan Strategi Pemasaran Puduk Di Tengah Pandemi Covid-19 Untuk Meningkatkan Keunggulan. 6(1), 48–54.
- Bernard E.S, E. (2019). *Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Jakarta*. 22(2), 92–114.
- bps. (2021). *Perekonomian Indonesia Selama Masa Pandemi*. Bps.Go.Id. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/05/1811/ekonomi-indonesia-2020-turun-sebesar-2-07-persen--c-to-c-.html>
- Budiono, A. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian*. 17(02), 1–15. <https://doi.org/10.25134/equi.v17i02.ABSTRACT>
- Cambridge, D. (2020). No Titl. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-indonesian/kepuasanpelanggan>
- Cravens, D.W, Piercy, N. . (2013). *Strategic Marketing*. *Asian*

Journal of Innovation and Intrepreneurship, 03(September 2018), 261–271.

- Dinkop, K..(2021)..*Jumlah UMKM Kabupaten Mojokerto*. Pungging.Mojokerto.kab.go.id.
<http://pungging.mojokertokab.go.id/berita/bantuan-produktif-usaha-mikro-bpum-sebesar-rp-12-juta-per-orang-1628142457>
- Dwi, Y. (2016). *Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Profitabilitas Pada UmkmKripik Buah Di Kota Batu*. 231–238.
- F.W.Mamonto, W. J. F. A. T. (2021). Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru Analysis Of Marketing Mixed Factors (4p) On Purchase Decisions At Podomoro Poigar Eating House In New Normal Era Jurnal Emba Vol .9. ISSN 2303-1174, 9(2), 110–121.
- Febriyani, F. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Pengembangan Produk Terhadap Minat Beli. 4, 243–247.
- Ghozali, L. (2015). *Partial Least Squares SmartPLS 3.0* (2nd ed.).
- Henny, W. (2019). Pengaruh Kualiatas Layanan dan Store Atmosphere TerhadapKepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen di Restoran Toean Watiman Yogyakarta) Henny Welsa Muhamad Khoironi. 1–16.
- Hesty Octafiani, & Zainul Ahwan. (2022). Assistance in Strengthening Tourism Communication Skills in The Coban Goa Jalmo Tourism Awareness Group, Cendono Village, Pasuruan Regency. Soeropati: *Journal of Community Service*, 4(2), 92-105.
- Hurley, R. (2015). *Innovation , Market Orientation , and Organizational Learning : An Integration and Empirical Examination*. August 2015. <https://doi.org/10.2307/1251742>
- Ikerismawati, S., Sholiha, I., & Hardiyanti, S. (2023). Pendampingan Pemanfaatan Google Maps dan Whatsapp Bisnis Sebagai Media Digital Marketing Bagi UMKM di Kelurahan Sebani Kota Pasuruan. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(3), 1294-1302.
- Jogaratnam, G. (2017). *International Journal of Hospitality Management The effect of market orientation , entrepreneurial orientation and human capital onpositional advantage : Evidence from the restaurant industry. International Journal of Hospitality Management*, 60, 104–113. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.10.002>
- Kotler, K. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E- Jurnal Riset Manajemen*, 1–11.
- Lestari, R. (2019). Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Profitabilitas . 4. Mahfudy, K. A. (2020). MATRIK Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Hasil Omset UMKM Mahasiswa Teknik industri UMG. XXI(1). <https://doi.org/10.350587/Matrik>

- Murtadlo, K., & Utomo, D. (2024). Sustainability Analysis of MSMES in Sampang Regency Based on Multidimensional Scaling. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 4(03), 1211-1226.
- Nubaila, R. S., & Huda, M. (2024). Upaya Peningkatan Perempuan dalam Berwirausaha pada Sektor UMKM Melalui Social Entrepreneurship (Studi pada Perempuan di Kecamatan Rembang Kabupaten Pasuruan). *Journal of Management and Business (JOMB)*, 6(1), 305-314.
- Nyoman, N. (2020). *Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Pasar terhadap Profitabilitas melalui Minat Beli Customer sebagai Variabel Intervening pada Usaha Pudding Art di Kota Denpasar*. 03, 327–335.
- Putra, J. (2018). *Peran Keunggulan Bersaing Sebagai Mediasi Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Pasar Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 5(2), 181–190.
- Putrawan, I. M. (2017). *Pengujian Hipotesis Dalam Penelitian-penelitian* (1st ed.). Riduwan, K. (2021). *Cara Menggunakan Dan Memaknai Path Analysis* (8th ed.).
- Satria, T. (2021). Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Profitabilitas UMKM dimoderasi Teknologi pada masa Pandemi Covid-19 The Effect of Marketing Strategy on Improving
- Sulhan, S. S. (2024). Pengaruh Brand Personality dan Produk Quality Terhadap Brand Love dan Brand Brand Loyalty pada Depo Bangunan Sidoarjo. *Journal of Economic, Management and Entrepreneurship*, 2(1), 21-31. *SMEs Performance is moderated by Technology during the Covid-19 Pandemic*. 22(2), 245–260. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7395>
- Setyawati, I. (2017). *Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM*. 20, 343–347.
- Slater, S. F., & Narver, J. C. (2018). *Market Orientation and Learning Organization*. July 1995. <https://doi.org/10.2307/1252120>
- Soetjipto, N. (2020). *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid-19*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (2nd ed.).
- Tjiptono, F. dan G. C. (2018). Tinjauan Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Oleh : Andri Rizko Yulianto. Bina Sarana Informatika (BSI). *Jurnal Ekonomi*, 20.
- Utamingsih, A. (2016). *Pengaruh Orientasi Pasar Inovasi dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Profitabilitas Pada UMKM Kerajinan Rotan Desa Teluk Wetan Jepara*. 31(2), 77–87.
- Riduwan, K. (2021). *Cara Menggunakan Dan Memaknai Path Analysis* (8th ed.).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (2nd ed.).