



Pengaruh Transformasi Digital dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha di Mediasi Keunggulan Bersaing Pada Usaha Laundry di Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batang Hari

Hilyati Ananda Putri¹, Dahmiri¹, Moh. Ihsan¹

¹Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi, Indonesia

*Corresponding author email: hilyatianandap@gmail.com

Article Info

Article history:

Received April 22, 2025

Approved May 23, 2025

Keywords:

*Digital Transformation,
Market Orientation,
Competitive Advantage,
Business Performance*

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine and analyze the influence of digital transformation and market orientation on business performance in the mediation of competitive advantage in Laundry Business in Muara Bulian District, Batang Hari Regency. The analysis tool used is Partial Least Squares analysis. The results of the study show that digital transformation has a positive and significant effect on the business performance of business owners or employees of Laundry in Muara Bulian District, Batang Hari Regency, Market orientation has a positive and significant effect on the business performance of business owners or employees of Laundry in Muara Bulian District, Batang Hari Regency, Digital transformation has a positive and significant effect on the competitive advantage of business owners or employees of Laundry in Muara Bulian District, Batang Hari Regency, Market orientation has a positive and significant effect on the competitive advantage of business owners or employees of Laundry in Muara Bulian District, Batang Hari Regency, Competitive advantage has a positive and significant effect on the business performance of business owners or employees of Laundry in Muara Bulian District, Batang Hari Regency, Digital transformation has a positive and significant effect on performance through competitive advantage of business owners or employees of Laundry in Muara Bulian District, Batang Hari Regency and Market orientation has a positive and significant effect on performance through competitive advantage of business owners or employees of Laundry in Muara Bulian District, Batang Hari Regency.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh transformasi digital dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha di mediasi keunggulan bersaing pada Usaha Laundry di Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batang Hari. Alat Analisis yang digunakan adalah analisis Partial Least Squares. Hasil penelitian menunjukkan Transformasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha pemilik usaha atau karyawan Laundry di Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batang Hari, Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha pemilik usaha atau karyawan Laundry di Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batang Hari, Transformasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pemilik usaha atau karyawan Laundry di Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batang Hari, Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pemilik usaha atau karyawan Laundry di Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batang Hari, Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha pemilik usaha atau karyawan Laundry di Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batang Hari, Transformasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja melalui keunggulan bersaing pemilik usaha atau karyawan Laundry di Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batang Hari dan Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kinerja melalui keunggulan bersaing pemilik usaha atau karyawan Laundry di Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batang Hari.

Copyright © 2025, The Author(s).

This is an open access article under the CC-BY-SA license



How to cite: Putri, H. A., Dahmiri, D., & Ihsan, M. (2025). Pengaruh Transformasi Digital dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha di Mediasi Keunggulan Bersaing Pada Usaha Laundry di Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batang Hari. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 6(2), 761–778. <https://doi.org/10.55681/jige.v6i2.3741>

PENDAHULUAN

Kinerja usaha diukur dari berbagai aspek, antara lain profitabilitas, efisiensi operasional, pangsa pasar, dan kepuasan pelanggan (Sari, 2025). Usaha yang memiliki kinerja baik biasanya dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang serta mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan. Di sisi lain, usaha yang kinerjanya buruk akan kesulitan bertahan, bahkan berpotensi mengalami penutupan (Jauharoh et al., 2023). Ketika sebuah perusahaan dievaluasi dengan cara mencermati tingkat penjualannya, ukuran perusahaan, tingkat efektif dan efisiennya, barulah istilah kinerja perusahaan terungkap dalam arti utuhnya (Djirimu, 2021).

Satu faktor yang semakin berpengaruh dalam meningkatkan kinerja usaha adalah transformasi digital. Transformasi digital dapat didefinisikan sebagai penggunaan teknologi digital dalam berbagai aspek masyarakat modern yang jauh melampaui literasi dan kompetensi digital, hal ini terkait dengan kemampuan perusahaan untuk berhasil menerapkan teknologi dan prosedur baru untuk meningkatkan operasi bisnis mereka (Rochmawati et al., 2023). Di era teknologi seperti sekarang, keberadaan platform digital dan pemanfaatan perangkat lunak modern menjadi faktor penting dalam menciptakan efisiensi, mempercepat alur kerja, dan memperluas jangkauan pasar (Antika & Nasution, 2025). Dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM), transformasi digital tidak hanya memungkinkan penghematan biaya, tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif yang lebih besar (Solechan et al., 2023).

Selain itu, orientasi pasar menjadi aspek krusial yang tidak dapat diabaikan. Orientasi pasar adalah suatu pendekatan yang berfokus pada pemahaman dan pemenuhan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Usaha yang memiliki orientasi pasar yang baik biasanya akan lebih cepat beradaptasi dengan tren pasar dan lebih mampu untuk memenuhi ekspektasi konsumen (Raintung et al., 2024). Orientasi pasar merupakan konsep multidimensional yang dapat dirumuskan melalui konsep orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi antar departemen (Assauri, 2020). Orientasi pasar adalah konsep penting untuk UMKM. Orientasi pasar mengacu pada sejauh mana Perusahaan berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggannya (Riswanto et al., 2020). UMKM yang berorientasi pasar cenderung memiliki kinerja usaha yang lebih baik. Orientasi pasar juga dapat meningkatkan kinerja keuangan UMKM (Octavia et al., 2020).

Namun, untuk mencapai kinerja yang optimal, usaha tidak hanya memerlukan transformasi digital dan orientasi pasar, tetapi juga keunggulan bersaing. Menurut Assauri (2020), keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menawarkan nilai lebih kepada konsumen dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh pesaingnya. Selain itu Keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk mengoptimalkan semua sumber daya yang dimilikinya guna memproduksi produk yang lebih baik dari pesaing dalam segala hal sehingga konsumen merasa

puas dan pangsa pasar perusahaan semakin luas (Baihaqi & Huda, 2023). Keunggulan bersaing dapat dicapai melalui berbagai strategi seperti kualitas pelayanan, kecepatan layanan, dan penggunaan teknologi (Assauri, 2020).

Patel (2020) menggarisbawahi peran penting industri laundry dalam kehidupan modern, khususnya bagi masyarakat perkotaan yang sibuk. Bisnis laundry menawarkan solusi praktis untuk individu, keluarga, dan bisnis yang membutuhkan layanan pencucian pakaian profesional. Bisnis laundry semakin berkembang seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang cenderung lebih praktis dan efisien. Pertumbuhan bisnis laundry di Indonesia mencapai 8,9% pada tahun 2022 (Zain et al., 2024)

Industri laundry merupakan salah satu contoh usaha kecil yang dapat merasakan manfaat signifikan dari penerapan transformasi digital. Laundry adalah jenis usaha yang berorientasi pada kebutuhan konsumen sehari-hari dan cukup populer, terutama di area perkotaan atau daerah dengan mobilitas tinggi. Di Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batang Hari, industri laundry memiliki potensi besar untuk berkembang, mengingat semakin banyaknya masyarakat yang membutuhkan layanan praktis dan efisien dalam mencuci pakaian. Namun, meskipun pasar laundry cukup besar, tidak semua usaha di sektor ini dapat bersaing dengan baik, terutama jika mereka belum memanfaatkan teknologi modern atau tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang kebutuhan pasar.

Dari total 51 unit usaha, rata-rata aset awal sebesar Rp8.000.000 menunjukkan bahwa sebagian besar usaha ini tergolong sebagai usaha mikro dengan modal yang terbatas. Namun, terdapat perbedaan signifikan antara aset awal terendah Rp1.000.000 dan aset awal tertinggi Rp350.000.000, yang mencerminkan adanya ketimpangan modal di antara para pelaku usaha.

Dari segi pendapatan tahunan, rata-rata pendapatan sebesar Rp40.000.000 relatif rendah untuk usaha laundry. Pendapatan tahunan terendah tercatat Rp2.000.000, sedangkan pendapatan tertinggi mencapai Rp180.000.000. Perbedaan yang besar ini dapat mengindikasikan bahwa sebagian besar usaha mengalami kesulitan untuk mencapai pendapatan yang optimal. Hal ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kualitas layanan yang kurang konsisten, lokasi usaha yang kurang strategis, atau persaingan yang ketat dengan usaha laundry lainnya di daerah tersebut.

Selain itu, rata-rata lama usaha yang hanya mencapai 5 tahun, dengan masa operasi minimum 1 tahun dan maksimum 7 tahun, menunjukkan bahwa bisnis laundry di kawasan ini belum cukup matang. Ketahanan usaha yang singkat ini bisa menjadi indikasi bahwa pelaku usaha laundry kesulitan untuk mempertahankan bisnis dalam jangka panjang. Tantangan dalam hal manajemen keuangan, pemasaran, dan daya saing mungkin menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja mereka.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Baihaqi & Huda, 2023), (Lantip, 2023) dan (Lie et al., 2024) mengatakan bahwa Transformasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Panggayuh & Krisprimandoyo (2024) dan (Dian Harja et al., 2024) mengatakan bahwa tidak ada pengaruh langsung yang signifikan antara transformasi digital dan kinerja usaha.

Selanjutnya berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Elvina, 2020), (Octavia et al., 2020), (Riswanto et al., 2020), (Sondra & Widjaja, 2021) dan (D. Yadi Heryadi et al., 2023) mengatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Taufik, 2020) mengatakan bahwa tidak ada pengaruh antara orientasi pasar terhadap kinerja usaha.

Selanjutnya berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Putri et al., 2020) mengatakan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Anggraini et al., 2022) mengatakan bahwa tidak ada pengaruh antara keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Kusumo et al., 2024) bahwa Keunggulan bersaing terbukti memediasi pengaruh transformasi digital dan orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran UMKM. Belum adanya konsistensi hasil penelitian tentang pengaruh Transformasi Digital dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha adalah alasan digunakannya variabel keunggulan bersaing untuk penelitian ini.

Penelitian ini mengkaji empat variabel utama yang saling terkait, yaitu kinerja usaha, transformasi digital, orientasi pasar, dan keunggulan bersaing. Variabel kinerja usaha (Rahayu, 2013) terdiri dari tiga dimensi, yaitu peningkatan penjualan, peningkatan profit, dan pertumbuhan memuaskan. Variabel transformasi digital (Matt et al., 2015) memiliki empat dimensi utama, yaitu penggunaan teknologi (*use of technologies*), penciptaan nilai (*changes in value creation*), perubahan struktural (*structural changes*), dan aspek keuangan (*financial aspects*). Variabel orientasi pasar (Assauri, 2020) meliputi tiga dimensi penting, yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi antar fungsi. Sementara itu, variabel keunggulan bersaing (Assauri, 2020) terdiri atas tiga dimensi, yaitu harga, kualitas produk, dan keunikan produk. Keempat variabel ini diharapkan dapat saling memengaruhi dan membentuk pemahaman yang komprehensif terhadap kinerja dan daya saing usaha dalam konteks digital dan pasar.

Fenomena dari riset gap yang terdapat pada hasil penelitian sebelumnya menunjukkan adanya ketidakkonsistenan atau perbedaan hasil temuan terkait pengaruh variabel-variabel tertentu terhadap kinerja usaha. Berdasarkan permasalahan tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti penelitian ini dalam bentuk tesis yang berjudul : Pengaruh Transformasi Digital dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha di Mediasi Keunggulan Bersaing pada Usaha Laundry di Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batang Hari.

METODE

Penelitian ini adalah tranformasi digital dan orientasi pasar, keunggulan bersaing dan kinerja usaha. Subjek penelitian adalah pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian. Adapun subjek penelitian dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik usaha laundry dan karyawannya di Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batang Hari. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2023) mendefinisikan metode verifikatif yaitu metode penelitian melalui pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan perhitungan statistika sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik usaha laundry dan karyawannya di Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batang Hari yang berjumlah 296 orang. Berdasarkan perhitungan menggunakan metode slovin, sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 75 orang. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif. Analisis Kuantitatif adalah pengukuran yang digunakan dalam suatu penelitian yang dapat dihitung dengan jumlah satuan tertentu atau dinyatakan dengan angka-angka. Analisis ini meliputi pengolahan data, pengorganisasian data dan penemuan hasil. Untuk mengukur secara kuantitatif pengaruh langsung variabel independent terhadap variabel indenpenden melalui variabel intervening digunakan alat analisis Structural Equation Model (SEM) Software yang digunakan dalam penelitian ini adalah Smart PLS 3.0.

Menyebutkan, SEM berbasis komponen dengan menggunakan PLS dipilih sebagai alat analisis pada penelitian karena SEM-PLS dapat bekerja secara efisien dengan ukuran sampel yang kecil dan model yang kompleks. Selain itu, SEM PLS juga dapat menganalisis model pengukuran reflektif dan formatif serta variabel laten dengan satu indikator tanpa menimbulkan masalah SEM-PLS banyak dipakai untuk analisis kausal-prediktif (*causal-predictive analysis*) dan rumit merupakan teknik yang sesuai untuk digunakan dalam aplikasi prediksi dan pengembangan teori seperti pada penelitian ini. PLS tidak membutuhkan banyak asumsi. Data tidak harus terdistribusi secara normal multivariate dan jumlah sampel tidak harus besar.

Ghozali dan Latan (2015) menyebutkan model evaluasi PLS dilakukan dengan menilai *outer model* dan *inner model*. Evaluasi model pengukuran atau *outer model* dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas model. *Outer model* dilakukan reflektif *convergent validity* dan *discriminant validity* dan indikator pembentuk konstruk laten dan *composite reliability* serta *cronbach alpha* untuk blok indikatornya. Sedangkan evaluasi model atau *inner model* untuk memprediksi hubungan antar variabel laten.

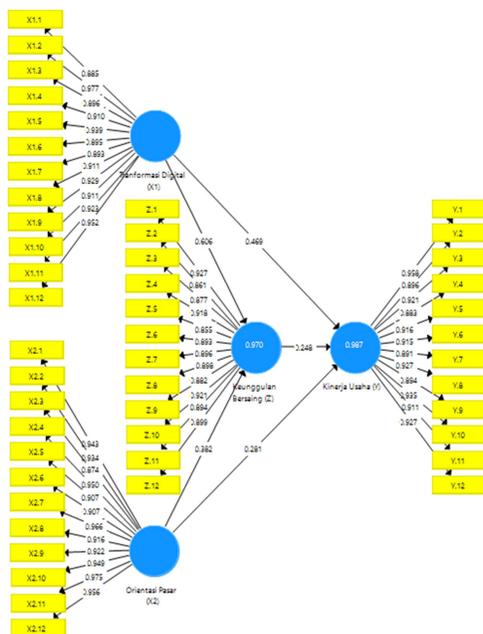
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Validitas Convergent

Pengujian validitas konvergen adalah salah satu jenis validitas yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana suatu instrumen atau alat ukur mengukur konstruk yang sama dengan baik. Dalam konteks statistik dan analisis data, terutama dalam model berbasis variabel laten seperti *Partial Least Squares* (PLS), validitas konvergen penting untuk memastikan bahwa indikator atau item yang digunakan dalam model benar-benar merefleksikan konstruk yang sama.

Loading Factor

Loading factor adalah nilai yang menunjukkan seberapa besar indikator atau variabel observasi mampu merepresentasikan variabel laten dalam model pengukuran. factor, semakin kuat hubungan antara indikator dengan variabel laten yang diukur. Secara umum, nilai loading factor $\geq 0,70$ dianggap memenuhi kriteria validitas konvergen, namun dalam beberapa kasus eksploratif, nilai $\geq 0,50$ masih dapat diterima. Jika ada indikator dengan loading factor yang rendah, biasanya indikator tersebut akan dihapus atau perlu dilakukan perbaikan agar model menjadi lebih valid dan reliabel. Untuk mengetahui hasil uji loading factor dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 1. Hasil Perhitungan Model Awal Penelitian

Gambar di atas merupakan langkah awal dalam menjawab tujuan penelitian nomor 1 hingga 7. Pada gambar tersebut, terlihat bahwa seluruh indikator variabel memiliki nilai outer loading di atas 0,7, yang menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki keterkaitan yang kuat dengan variabel laten yang diukurnya.

Uji Reliability

Uji composite reliability dilakukan untuk mengetahui nilai yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya untuk digunakan. (Wiyono, 2011) Seluruh variabel dinyatakan reliable apabila nilai loading-nya di atas 0.70. Nilai composite reliability masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1
Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
Transformasi digital (X1)	0.985
Orientasi pasar (X2)	0.988
Keunggulan bersaing (Z)	0.979
Kinerja usaha (Y)	0.984

Sumber : Pengolahan Data dengan PLS, 2022

Berdasarkan tabel 1 Hasil uji *composite reliability* menunjukkan bahwa nilai seluruh variabel dapat dikatakan reliable karena memiliki nilai composite reliability lebih besar dari 0,70.

Evaluasi Inner Model

Evaluasi inner model dilakukan dengan uji bootstrapping yang menghasilkan nilai koefisien determinasi R square, Q square, dan pengujian hipotesis. Hasil evaluasi inner model dijelaskan sebagai berikut.

Koefisien Determinasi R Square

Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat R-Square untuk setiap variabel laten dependen. Tabel 2 merupakan hasil estimasi R-square dengan menggunakan SmartPLS 3.

Tabel 2
Nilai R-Square

Variabel	R-Square
Keunggulan bersaing (Z)	0.970
Kinerja usaha (Y)	0.987

Sumber : Pengolahan Data dengan PLS, 2022

Tabel 2 menunjukkan nilai R-Square (R^2) menunjukkan bahwa variabel Keunggulan Bersaing (Z) memiliki nilai R^2 sebesar 0,970, sedangkan variabel Kinerja Usaha (Y) memiliki nilai R^2 sebesar 0,987. Nilai ini mengindikasikan bahwa model penelitian memiliki kemampuan prediksi yang kuat, karena nilai R^2 mendekati 1.

Nilai R^2 sebesar 0,970 pada variabel Keunggulan Bersaing (Z) berarti bahwa 97% variabilitas Keunggulan Bersaing dapat dijelaskan oleh variabel eksogen dalam model, sementara 3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Demikian pula, nilai R^2 sebesar 0,987 pada variabel Kinerja Usaha (Y) menunjukkan bahwa 98,7% variabilitas Kinerja Usaha dapat dijelaskan oleh variabel-variabel dalam model, sedangkan hanya 1,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Q Square

Q-Square (Q^2) atau dikenal sebagai Stone-Geisser's Q^2 merupakan ukuran relevansi prediktif dalam model Partial Least Squares (PLS). Pengujian ini bertujuan untuk melihat seberapa baik model dapat memprediksi nilai variabel endogen. Nilai Q^2 dihitung menggunakan teknik blindfolding dan dapat digunakan sebagai indikator untuk menilai kualitas model dalam menjelaskan variabel laten dependen.

Semakin tinggi nilai Q^2 , semakin baik model dalam memprediksi variabel endogen. Secara umum, nilai Q^2 digunakan bersama dengan R-Square (R^2) untuk menilai kualitas model secara keseluruhan. Jika R^2 tinggi, tetapi Q^2 rendah atau negatif, maka model mungkin mengalami overfitting dan kurang memiliki daya prediktif di luar sampel yang digunakan dalam penelitian. Nilai *predictive-relevance* diperoleh dengan rumus:

$$Q^2 = 1 - (1 - R1^2) (1 - R2^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,970^2) (1 - 0,987^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,941) (1 - 0,974)$$

$$Q^2 = 1 - (0,059)(0,026)$$

$$Q^2 = 1 - 0,002$$

$$Q^2 = 0,998$$

Hasil perhitungan Q square pada penelitian ini adalah 0,998, artinya model dalam penelitian ini layak untuk menjelaskan variabel endogen karena nilai $0,998 > 0$.

Pengujian Hipotesis

Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara variabel-variabel penelitian. Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah nilai yang terdapat pada output result for inner weight. Tabel 3 memberikan output estimasi untuk pengujian model structural:

Tabel 3
Result for Inner Weights

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Tranformasi Digital (X1) -> Kinerja Usaha (Y)	0.469	0.471	0.102	4.608	0.000
Orientasi Pasar (X2) -> Kinerja Usaha (Y)	0.281	0.289	0.099	2.822	0.005
Tranformasi Digital (X1) -> Keunggulan Bersaing (Z)	0.606	0.609	0.106	5.707	0.000
Orientasi Pasar (X2) -> Keunggulan Bersaing (Z)	0.382	0.379	0.107	3.581	0.000
Keunggulan Bersaing (Z) -> Kinerja Usaha (Y)	0.248	0.238	0.095	2.608	0.009
Tranformasi Digital (X1) -> Keunggulan Bersaing (Z) -> Kinerja Usaha (Y)	0.150	0.145	0.064	2.344	0.019
Orientasi Pasar (X2) -> Keunggulan Bersaing (Z) -> Kinerja Usaha (Y)	0.095	0.090	0.046	2.062	0.040

Sumber : Pengolahan Data dengan PLS, 2022

Dalam PLS pengujian secara statistik setiap hubungan yang dihipotesiskan dilakukan dengan menggunakan simulasi. Dalam hal ini dilakukan metode Bootstrapping terhadap sampel. Pengujian dengan bootstrapping juga dimaksudkan untuk meminimalkan masalah ketidakknormalan data penelitian. Hasil pengujian dengan bootstrapping dari analisis PLS adalah sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa hubungan antara variabel transformasi digital dan kinerja usaha memiliki koefisien jalur sebesar 0,469. Dengan nilai t-statistik sebesar 4,608 yang lebih besar dari 1,96 serta nilai P-Values 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, hipotesis H1 diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa transformasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha, sehingga dapat disimpulkan bahwa penerapan transformasi digital berdampak pada peningkatan kinerja usaha.
2. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa hubungan antara variabel orientasi pasar dan kinerja usaha memiliki koefisien jalur sebesar 0,281. Dengan nilai t-statistik sebesar 2,822 yang lebih besar dari 1,96 serta nilai P-Values 0,005 yang lebih kecil dari 0,05, hipotesis H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kinerja usaha. Dengan kata lain, peningkatan orientasi pasar akan meningkatkan kinerja usaha.

3. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa hubungan antara variabel transformasi digital dan keunggulan bersaing memiliki koefisien jalur sebesar 0,606. Dengan nilai t-statistik sebesar 5,707 yang lebih besar dari 1,96 serta nilai P-Values 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, hipotesis H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Dengan kata lain, peningkatan dalam transformasi digital akan meningkatkan keunggulan bersaing secara signifikan.
4. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa hubungan antara variabel orientasi pasar dan keunggulan bersaing memiliki koefisien jalur sebesar 0,382. Dengan nilai t-statistik sebesar 3,581 yang lebih besar dari 1,96 serta nilai P-Values 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, hipotesis H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Dengan kata lain, peningkatan orientasi pasar akan meningkatkan keunggulan bersaing.
5. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa hubungan antara variabel keunggulan bersaing dan kinerja usaha memiliki koefisien jalur sebesar 0,248. Dengan nilai t-statistik sebesar 2,608 yang lebih besar dari 1,96 serta nilai P-Values 0,009 yang lebih kecil dari 0,05, hipotesis H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Dengan kata lain, peningkatan keunggulan bersaing akan meningkatkan kinerja usaha.
6. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa hubungan antara variabel transformasi digital dan kinerja usaha dengan keunggulan bersaing sebagai variabel intervening memiliki koefisien jalur sebesar 0,150. Dengan nilai t-statistik sebesar 2,344 yang lebih besar dari 1,96 serta nilai P-Values 0,019 yang lebih kecil dari 0,05, hipotesis H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi. Dengan kata lain, peningkatan transformasi digital akan meningkatkan keunggulan bersaing, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan kinerja usaha.
7. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa hubungan antara variabel orientasi pasar dan kinerja usaha dengan keunggulan bersaing sebagai variabel intervening memiliki koefisien jalur sebesar 0,095. Dengan nilai t-statistik sebesar 2,062 yang lebih besar dari 1,96 serta nilai P-Values 0,040 yang lebih kecil dari 0,05, hipotesis H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi. Dengan kata lain, peningkatan orientasi pasar akan meningkatkan keunggulan bersaing, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kinerja usaha.

Pembahasan

Pengaruh Transformasi digital Terhadap Kinerja usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan variabel transformasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Hasil ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Baihaqi & Huda, 2023), (Lantip, 2023) dan (Lie et al., 2024) mengatakan bahwa transformasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

Berpengaruhnya transformasi digital terhadap kinerja usaha dikarenakan Laundry menggunakan sistem pembayaran digital Manajemen pemesanan sudah terintegrasi dengan baik melalui aplikasi, Laundry menawarkan layanan antar jemput laundry melalui via whatsapp,

Laundry menerapkan model bisnis baru berbasis teknologi, Laundry memastikan pengalaman pelanggan yang memuaskan, Laundry telah menerapkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional, Laundry mengadopsi budaya organisasi yang mendukung teknologi dan inovasi, Laundry dalam pengambilan keputusan memanfaatkan teknologi digital, Laundry memberikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan kemampuan digital mereka Laundry mengalokasikan anggaran khusus untuk investasi dalam teknologi digital Investasi yang dilakukan dengan menggunakan teknologi digital memberikan dampak positif dan Laundry memiliki kebijakan atau prosedur yang jelas untuk mengelola risiko keuangan yang timbul dari penggunaan teknologi digital sehingga Penjualan layanan laundry ini meningkat secara konsisten, Pertumbuhan jumlah pelanggan menunjukkan popularitas layanan laundry, Laundry ini menjadi pilihan utama dibandingkan pesaing, Laundry ini mampu mempertahankan pelanggan lama melalui layanan yang memuaskan, Laundry ini menunjukkan peningkatan pendapatan bersih yang stabil Laundry menjaga keuntungan meskipun menghadapi persaingan yang ketat, Laundry mengelola biaya operasional dengan sangat efisien, Laundry menunjukkan kinerja yang baik dalam memanfaatkan modal investasinya, Laundry menawarkan berbagai layanan tambahan, Laundry ini telah meningkatkan kapasitasnya untuk melayani lebih banyak pelanggan, Laundry ini terus meningkatkan nilai asetnya dan Laundry ini memiliki reputasi yang baik di kalangan pelanggan.

Transformasi digital memiliki peran krusial dalam meningkatkan kinerja usaha laundry di era modern. Dengan adopsi teknologi, proses operasional menjadi lebih efisien, mulai dari manajemen pesanan, pencatatan transaksi, hingga pengelolaan inventaris. Penggunaan aplikasi atau platform digital memungkinkan pelanggan untuk memesan layanan secara online, melacak status cucian, serta melakukan pembayaran tanpa harus datang langsung ke tempat usaha. Hal ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan pelanggan, tetapi juga mengurangi kesalahan administratif yang sering terjadi dalam pencatatan manual. Selain itu, teknologi digital membantu pemilik usaha dalam mengelola data pelanggan, sehingga mereka dapat menerapkan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, seperti memberikan diskon atau promo berdasarkan riwayat penggunaan jasa. Dengan analisis data yang lebih akurat, pemilik usaha juga dapat memahami tren permintaan layanan, sehingga dapat menyesuaikan kapasitas operasional sesuai kebutuhan pasar.

Selain meningkatkan efisiensi operasional, transformasi digital juga membuka peluang ekspansi pasar bagi usaha laundry. Dengan kehadiran di platform digital, usaha dapat menjangkau lebih banyak pelanggan, bahkan di luar wilayah operasional fisiknya, melalui layanan antar-jemput berbasis aplikasi. Integrasi dengan layanan pihak ketiga, seperti e-wallet atau marketplace, juga memungkinkan transaksi menjadi lebih cepat dan aman. Selain itu, penerapan sistem manajemen berbasis cloud memungkinkan pemilik usaha untuk mengawasi operasional dari jarak jauh, mengurangi ketergantungan pada pengawasan manual di lokasi usaha. Penggunaan teknologi seperti mesin cuci otomatis yang terhubung dengan sistem digital juga dapat meningkatkan produktivitas serta menghemat biaya operasional dalam jangka panjang. Dengan transformasi digital, usaha laundry tidak hanya mampu bersaing dalam industri yang semakin kompetitif, tetapi juga lebih adaptif terhadap perubahan kebutuhan pelanggan serta tren pasar yang dinamis.

Pengaruh Orientasi pasar Terhadap Kinerja usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan variabel orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Hasil ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Elvina, 2020), (Octavia et al., 2020), (Riswanto et al., 2020), (Sondra & Widjaja, 2021) dan (D. Yadi Heryadi et al., 2023) mengatakan bahwa Pengembangan karier memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja usaha.

Berpengaruhnya orientasi pasar terhadap kinerja usaha dikarenakan Laundry mampu mengidentifikasi kebutuhan spesifik pelanggan, Laundry dapat fleksibel terhadap perubahan pasar, Usaha laundry terus mengikuti tren baru, Laundry mempersilahkan pelanggan untuk memberikan masukan atau keluhan, Laundry menghadirkan layanan yang lebih menarik dibandingkan pesaing, Laundry menawarkan kualitas atau harga yang lebih baik dibandingkan pesaing, Laundry merespons perubahan atau strategi kompetitor dengan cepat, Laundry memanfaatkan kelemahan pesaing untuk meningkatkan daya tariknya, Semua karyawan di laundry bekerja dengan baik untuk memberikan layanan terbaik, Adanya Komunikasi internal yang baik, Semua karyawan memiliki tujuan yang sama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Laundry membuat keputusan didasarkan pada masukan karyawan dan pelanggan sehingga Penjualan layanan laundry ini meningkat secara konsisten, Pertumbuhan jumlah pelanggan menunjukkan popularitas layanan laundry, Laundry ini menjadi pilihan utama dibandingkan pesaing, Laundry ini mampu mempertahankan pelanggan lama melalui layanan yang memuaskan, Laundry ini menunjukkan peningkatan pendapatan bersih yang stabil Laundry menjaga keuntungan meskipun menghadapi persaingan yang ketat, Laundry mengelola biaya operasional dengan sangat efisien, Laundry menunjukkan kinerja yang baik dalam memanfaatkan modal investasinya, Laundry menawarkan berbagai layanan tambahan, Laundry ini telah meningkatkan kapasitasnya untuk melayani lebih banyak pelanggan, Laundry ini terus meningkatkan nilai asetnya dan Laundry ini memiliki reputasi yang baik di kalangan pelanggan.

Orientasi pasar sangat penting bagi usaha laundry untuk memastikan layanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Dengan memahami pasar, usaha laundry dapat mengidentifikasi segmen pelanggan yang berbeda, seperti individu, keluarga, atau bisnis seperti hotel dan restoran, sehingga dapat menawarkan layanan yang lebih spesifik dan relevan. Misalnya, dengan meningkatnya permintaan layanan laundry ekspres, usaha dapat menyediakan paket layanan cepat dengan harga yang kompetitif. Selain itu, orientasi pasar memungkinkan usaha untuk mengikuti tren terbaru, seperti penggunaan deterjen ramah lingkungan atau layanan antar-jemput berbasis aplikasi, yang semakin diminati oleh pelanggan modern. Dengan menyesuaikan layanan berdasarkan permintaan pasar, usaha laundry dapat meningkatkan daya saingnya dan menarik lebih banyak pelanggan dibandingkan pesaing.

Selain itu, orientasi pasar membantu usaha laundry dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan memahami preferensi pelanggan, usaha dapat menentukan harga yang sesuai, menawarkan promo yang menarik, dan menggunakan strategi komunikasi yang tepat, seperti pemasaran digital melalui media sosial. Respons cepat terhadap perubahan pasar juga menjadi keuntungan besar, karena usaha dapat menyesuaikan strategi bisnisnya dengan pergerakan kompetitor. Selain itu, orientasi pasar memungkinkan usaha untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui layanan berkualitas dan interaksi yang baik. Pelanggan yang merasa puas akan lebih loyal dan cenderung merekomendasikan layanan kepada orang lain, yang pada akhirnya meningkatkan profitabilitas usaha. Dengan pendekatan yang

berfokus pada pasar, usaha laundry dapat terus berkembang dan mempertahankan posisinya di industri yang kompetitif.

Pengaruh Transformasi digital Terhadap Keunggulan bersaing

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel transformasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hasil ini sependapat dengan penelitian (Baihaqi & Huda, 2023) dan (Ghassani, 2024) mengatakan bahwa transformasi digital berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Berpengaruhnya transformasi digital terhadap keunggulan bersaing karena Laundry menggunakan sistem pembayaran digital Manajemen pemesanan sudah terintegrasi dengan baik melalui aplikasi Laundry menawarkan layanan antar jemput laundry melalui via whatsapp Laundry menerapkan model bisnis baru berbasis teknologi Laundry memastikan pengalaman pelanggan yang memuaskan Laundry telah menerapkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional Laundry mengadopsi budaya organisasi yang mendukung teknologi dan inovasi Laundry dalam pengambilan keputusan memanfaatkan teknologi digital Laundry memberikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan kemampuan digital mereka Laundry mengalokasikan anggaran khusus untuk investasi dalam teknologi digital Investasi yang dilakukan dengan menggunakan teknologi digital memberikan dampak positif Laundry memiliki kebijakan atau prosedur yang jelas untuk mengelola risiko keuangan yang timbul dari penggunaan teknologi digital Sehingga Harga layanan laundry ini lebih rendah dibandingkan dengan usaha laundry lain Harga laundry ini mencerminkan kualitas dan manfaat yang diberikan Laundry menyediakan berbagai pilihan harga sesuai dengan kebutuhan pelanggan Informasi mengenai biaya layanan laundry ini disampaikan secara jelas dan transparan Laundry ini konsisten memberikan kualitas layanan yang dapat diandalkan Layanan yang diberikan laundry ini konsisten dengan standar mutu yang tinggi Laundry ini berupaya memenuhi kebutuhan pelanggan Laundry ini selalu memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan Laundry ini menawarkan layanan baru yang tidak tersedia di usaha laundry lain Laundry ini memiliki identitas merek yang mudah diingat dan menarik Laundry ini menyediakan layanan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan Laundry ini memberikan layanan yang efisien dan mudah digunakan.

Transformasi digital menjadi faktor utama dalam menciptakan keunggulan bersaing bagi usaha laundry di era modern. Dengan adopsi teknologi, usaha laundry dapat meningkatkan efisiensi operasional, mulai dari sistem pemesanan online, pembayaran digital, hingga manajemen data pelanggan yang lebih terstruktur. Melalui aplikasi atau platform digital, pelanggan dapat dengan mudah memesan layanan, memilih jenis pencucian, serta melacak status cucian mereka secara real-time. Hal ini memberikan pengalaman yang lebih nyaman dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, digitalisasi memungkinkan usaha untuk mengotomatisasi berbagai proses, seperti pencatatan transaksi dan pengelolaan inventaris deterjen atau perlengkapan lainnya, sehingga mengurangi risiko kesalahan dan meningkatkan produktivitas karyawan. Dengan sistem yang lebih terintegrasi, usaha laundry dapat beroperasi lebih cepat dan responsif dalam menghadapi lonjakan permintaan, memberikan mereka keunggulan dibandingkan pesaing yang masih menggunakan metode konvensional.

Selain meningkatkan efisiensi, transformasi digital juga membuka peluang untuk strategi pemasaran yang lebih efektif dan inovatif. Dengan kehadiran di platform digital, seperti media sosial dan marketplace, usaha laundry dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan memperluas pasar mereka. Promosi berbasis digital, seperti diskon eksklusif untuk pelanggan

setia atau referral program, dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta menarik pelanggan baru. Selain itu, digitalisasi juga memungkinkan analisis data pelanggan yang lebih akurat, sehingga usaha dapat merancang strategi bisnis yang lebih tepat sasaran. Dengan memahami pola konsumsi pelanggan, usaha laundry dapat menyesuaikan layanan, harga, dan promosi agar lebih sesuai dengan kebutuhan pasar. Selain itu, kemampuan untuk merespons perubahan tren dan strategi kompetitor dengan cepat juga menjadi keunggulan bagi usaha laundry yang telah mengadopsi teknologi digital. Dengan inovasi berbasis digital, usaha laundry tidak hanya mampu bertahan di industri yang kompetitif, tetapi juga berkembang dan mendominasi pasar.

Pengaruh Orientasi pasar Terhadap Keunggulan bersaing

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hasil ini sependapat dengan (Satwika et al., 2023), (Kurnia et al., 2023), (Arraniri et al., 2019) dan (Irwan et al., 2023) yang menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing responden.

Berpengaruhnya orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing karena Laundry mampu mengidentifikasi kebutuhan spesifik pelanggan Laundry dapat fleksibel terhadap perubahan pasar Usaha laundry terus mengikuti tren baru Laundry mempersilahkan pelanggan untuk memberikan masukan atau keluhan Laundry menghadirkan layanan yang lebih menarik dibandingkan pesaing Laundry menawarkan kualitas atau harga yang lebih baik dibandingkan pesaing Laundry merespons perubahan atau strategi kompetitor dengan cepat Laundry memanfaatkan kelemahan pesaing untuk meningkatkan daya tariknya Semua karyawan di laundry bekerja dengan baik untuk memberikan layanan terbaik Adanya Komunikasi internal yang baik Semua karyawan memiliki tujuan yang sama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Laundry membuat keputusan didasarkan pada masukan karyawan dan pelanggan sehingga Harga layanan laundry ini lebih rendah dibandingkan dengan usaha laundry lain Harga laundry ini mencerminkan kualitas dan manfaat yang diberikan Laundry menyediakan berbagai pilihan harga sesuai dengan kebutuhan pelanggan Informasi mengenai biaya layanan laundry ini disampaikan secara jelas dan transparan Laundry ini konsisten memberikan kualitas layanan yang dapat diandalkan Layanan yang diberikan laundry ini konsisten dengan standar mutu yang tinggi Laundry ini berupaya memenuhi kebutuhan pelanggan Laundry ini selalu memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan Laundry ini menawarkan layanan baru yang tidak tersedia di usaha laundry lain Laundry ini memiliki identitas merek yang mudah diingat dan menarik Laundry ini menyediakan layanan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan Laundry ini memberikan layanan yang efisien dan mudah digunakan.

Orientasi pasar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing sebuah usaha, termasuk dalam industri laundry. Dengan berorientasi pada pasar, usaha laundry dapat memahami kebutuhan, preferensi, dan harapan pelanggan, sehingga mampu menghadirkan layanan yang lebih sesuai dengan keinginan mereka. Hal ini memungkinkan usaha untuk membangun loyalitas pelanggan yang lebih kuat dibandingkan pesaing yang tidak menyesuaikan layanannya dengan permintaan pasar. Selain itu, orientasi pasar juga membantu bisnis dalam mengidentifikasi tren dan perubahan pola konsumsi pelanggan, seperti meningkatnya permintaan akan layanan laundry ekspres atau pencucian dengan bahan ramah lingkungan. Dengan mengikuti tren ini, usaha laundry dapat terus berinovasi, menciptakan layanan yang lebih menarik, dan menjaga relevansi bisnisnya dalam persaingan yang semakin ketat.

Selain itu, orientasi pasar memberikan keuntungan strategis bagi usaha laundry dalam menghadapi kompetitor. Dengan memahami strategi pesaing dan meresponsnya dengan cepat, usaha laundry dapat menciptakan layanan yang lebih unggul, baik dari segi kualitas, harga, maupun kenyamanan. Analisis pasar yang baik juga memungkinkan bisnis untuk menargetkan segmen pelanggan yang lebih potensial serta menentukan strategi pemasaran yang efektif, seperti menawarkan program loyalitas, diskon khusus, atau layanan tambahan yang lebih bernilai. Kemampuan untuk menyesuaikan strategi bisnis dengan perubahan pasar membuat usaha laundry lebih fleksibel dan adaptif terhadap dinamika industri. Dengan demikian, orientasi pasar tidak hanya membantu usaha laundry dalam mempertahankan pelanggan yang ada, tetapi juga menarik pelanggan baru, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing secara keseluruhan.

Pengaruh Keunggulan bersaing Terhadap Kinerja usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Hasil ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian yang (Putri et al., 2020), (Anggraini et al., 2022) dan (Kusumo et al., 2024) yang menunjukkan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

Berpengaruhnya keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha dikarenakan Harga layanan laundry ini lebih rendah dibandingkan dengan usaha laundry lain Harga laundry ini mencerminkan kualitas dan manfaat yang diberikan Laundry menyediakan berbagai pilihan harga sesuai dengan kebutuhan pelanggan Informasi mengenai biaya layanan laundry ini disampaikan secara jelas dan transparan Laundry ini konsisten memberikan kualitas layanan yang dapat diandalkan Layanan yang diberikan laundry ini konsisten dengan standar mutu yang tinggi Laundry ini berupaya memenuhi kebutuhan pelanggan Laundry ini selalu memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan Laundry ini menawarkan layanan baru yang tidak tersedia di usaha laundry lain Laundry ini memiliki identitas merek yang mudah diingat dan menarik Laundry ini menyediakan layanan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan Laundry ini memberikan layanan yang efisien dan mudah digunakan sehingga Penjualan layanan laundry ini meningkat secara konsisten, Pertumbuhan jumlah pelanggan menunjukkan popularitas layanan laundry, Laundry ini menjadi pilihan utama dibandingkan pesaing, Laundry ini mampu mempertahankan pelanggan lama melalui layanan yang memuaskan, Laundry ini menunjukkan peningkatan pendapatan bersih yang stabil Laundry menjaga keuntungan meskipun menghadapi persaingan yang ketat, Laundry mengelola biaya operasional dengan sangat efisien, Laundry menunjukkan kinerja yang baik dalam memanfaatkan modal investasinya, Laundry menawarkan berbagai layanan tambahan, Laundry ini telah meningkatkan kapasitasnya untuk melayani lebih banyak pelanggan, Laundry ini terus meningkatkan nilai asetnya dan Laundry ini memiliki reputasi yang baik di kalangan pelanggan.

Keunggulan bersaing memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja usaha, termasuk dalam industri laundry. Usaha yang memiliki keunggulan bersaing mampu menarik lebih banyak pelanggan karena menawarkan layanan yang lebih baik dibandingkan pesaing, baik dari segi kualitas, harga, maupun kenyamanan. Dengan diferensiasi yang jelas, seperti layanan antar-jemput, penggunaan deterjen ramah lingkungan, atau proses pencucian yang lebih cepat, usaha laundry dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong loyalitas mereka. Kepuasan pelanggan yang tinggi akan berkontribusi pada peningkatan jumlah pelanggan tetap serta rekomendasi dari mulut ke mulut, yang menjadi faktor penting dalam pertumbuhan bisnis. Selain

itu, keunggulan bersaing juga memungkinkan usaha untuk menetapkan harga yang lebih kompetitif tanpa harus mengorbankan profitabilitas, karena pelanggan cenderung lebih memilih layanan yang memberikan nilai tambah meskipun harganya sedikit lebih tinggi.

Selain meningkatkan jumlah pelanggan, keunggulan bersaing juga berdampak pada efisiensi operasional dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Usaha yang terus berinovasi dan beradaptasi dengan tren pasar akan lebih tahan terhadap perubahan dan fluktuasi ekonomi. Misalnya, laundry yang mengadopsi teknologi digital dalam sistem pemesanan dan pembayaran akan lebih efisien dalam mengelola operasionalnya, mengurangi kesalahan administrasi, serta meningkatkan produktivitas karyawan. Dengan operasional yang lebih efektif, biaya operasional dapat ditekan, sehingga margin keuntungan meningkat. Keunggulan bersaing juga membantu usaha dalam membangun reputasi yang kuat di industri, menjadikannya sebagai pilihan utama bagi pelanggan. Dengan demikian, usaha yang memiliki keunggulan bersaing yang berkelanjutan akan lebih stabil, berkembang lebih cepat, dan memiliki daya saing yang lebih kuat di pasar.

Pengaruh Transformasi digital Terhadap Kinerja Usaha Dimediasi Keunggulan bersaing

Transformasi digital berpengaruh terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing karena teknologi memungkinkan usaha untuk beroperasi lebih efisien, meningkatkan kualitas layanan, serta memperluas jangkauan pasar. Dalam industri laundry, adopsi teknologi seperti aplikasi pemesanan online, sistem pembayaran digital, serta otomatisasi proses pencucian membuat layanan lebih cepat, nyaman, dan akurat. Dengan sistem digital, pelanggan dapat dengan mudah memesan layanan, melacak status cucian, serta memberikan masukan secara langsung, yang meningkatkan pengalaman mereka. Efisiensi operasional yang dihasilkan dari digitalisasi membantu usaha menghemat biaya, mengurangi kesalahan, dan meningkatkan produktivitas karyawan. Dengan keunggulan ini, usaha laundry dapat bersaing lebih baik di pasar, menawarkan layanan yang lebih modern dibandingkan pesaing yang masih menggunakan sistem konvensional.

Selain efisiensi, transformasi digital juga mendukung usaha dalam membangun strategi pemasaran yang lebih efektif dan adaptif terhadap perubahan tren. Dengan analisis data yang lebih akurat, usaha laundry dapat memahami pola konsumsi pelanggan, menyesuaikan harga, serta menciptakan promosi yang lebih menarik. Kehadiran di platform digital seperti media sosial dan marketplace juga membantu usaha memperluas jangkauan pasarnya, menarik lebih banyak pelanggan, dan membangun reputasi yang lebih kuat. Selain itu, kemampuan untuk merespons strategi pesaing dengan cepat melalui inovasi digital memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Keunggulan bersaing ini pada akhirnya berdampak langsung pada peningkatan jumlah pelanggan, efisiensi biaya, dan pertumbuhan pendapatan, yang secara keseluruhan meningkatkan kinerja usaha laundry secara signifikan.

Pengaruh Orientasi pasar Terhadap Kinerja usaha Dimediasi Keunggulan bersaing

Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing karena usaha yang berfokus pada kebutuhan pelanggan dan perubahan pasar dapat menciptakan layanan yang lebih relevan dan unggul dibandingkan pesaing. Dalam industri laundry, pemahaman mendalam terhadap preferensi pelanggan, seperti kebutuhan akan layanan ekspres, pencucian ramah lingkungan, atau sistem berlangganan, memungkinkan usaha untuk menyesuaikan layanan agar lebih menarik dan bernilai. Dengan menyesuaikan diri dengan permintaan pasar, usaha laundry dapat membangun diferensiasi yang kuat, sehingga lebih sulit disaingi oleh kompetitor yang kurang responsif terhadap perubahan tren. Keunggulan ini

membantu usaha mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan stabilitas bisnis.

Selain menarik lebih banyak pelanggan, orientasi pasar juga meningkatkan efisiensi strategi bisnis, sehingga usaha dapat beradaptasi lebih cepat terhadap persaingan. Dengan terus memantau pergerakan kompetitor dan tren industri, usaha laundry dapat menyesuaikan harga, menawarkan promosi yang lebih efektif, serta meningkatkan kualitas layanan agar tetap lebih unggul di pasar. Respons yang cepat terhadap perubahan pasar dan strategi pesaing memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, yang berujung pada peningkatan citra usaha dan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, orientasi pasar tidak hanya membantu usaha dalam menghadapi persaingan, tetapi juga meningkatkan kinerja secara keseluruhan melalui pertumbuhan pelanggan, efisiensi operasional, dan peningkatan profitabilitas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa transformasi digital dan orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha serta keunggulan bersaing pemilik atau karyawan usaha laundry di Kecamatan Muara Bulian, Kabupaten Batang Hari. Peningkatan transformasi digital dan orientasi pasar tidak hanya secara langsung meningkatkan kinerja usaha, tetapi juga memperkuat keunggulan bersaing yang pada akhirnya turut mendorong peningkatan kinerja usaha secara tidak langsung. Dengan demikian, keunggulan bersaing berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan antara transformasi digital dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha.

SARAN

Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua aspek, yaitu praktisi dan akademis. Bagi praktisi, khususnya pemilik dan karyawan usaha laundry di Kecamatan Muara Bulian, disarankan untuk mengadopsi teknologi digital seperti aplikasi pemesanan online, sistem pembayaran digital, dan otomatisasi pencucian guna meningkatkan efisiensi operasional dan kemudahan pelayanan kepada pelanggan. Selain itu, pemilik usaha perlu lebih memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan melalui survei kepuasan dan penyesuaian layanan agar tetap relevan dengan permintaan pasar. Strategi diferensiasi layanan juga penting dikembangkan, misalnya dengan menetapkan harga yang kompetitif, memberikan diskon loyalitas, serta meningkatkan kualitas hasil cucian. Sementara itu, dari sisi akademis, penelitian ini dapat menjadi dasar bagi studi lanjutan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap kinerja usaha laundry, seperti peran inovasi bisnis atau strategi pemasaran digital yang lebih spesifik..

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, P., Aditi, B., & Bisnis, F. E. (2022). *Program Studi Manajemen, Universitas Harapan Medan Jalan Imam Bonjol No.35 Medan, Sumatera Utara (2) (3)*. 398–410. <https://kemenkopukm.go.id/data-umkm>,
- Antika, C., & Nasution, M. I. F. (2025). Analisis Peranan Sistem Teknologi Informasi dalam Corporate Governance di Pasar Online Oleh UMKM Gen-Z. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 14(9).
- Arraniri, I., Pasar, O., Layanan, K., & Bersaing, K. (2019). *Analisis Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Kualitas Layanan Sebagai Variabel Intervening*

PENGANTAR Beberapa negara yang terhimpun sebagai negara ASEAN telah memberikan perhatian penuh terhadap UMKM dengan membentuk kerja sama d. 2(1).

- Assauri, S. (2020). *Manajemen Pemasaran* (14th ed.). Raja Grafindo.
- 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>
- Caesilia Ageng Raras Panggayuh, & Krisprimandoyo, D. A. (2024). Impact On E-Commerce Adoption On Entrepreneurial Orientation And Market Orientation In Business Performance Of Smes Analisis Transformasi Digital Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Inovasi Digital Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Program Cpms Pada Ko. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(5), 1844–1857.
- D. Yadi Heryadi, Dhiana Ekowati, & Dhety Chusumastuti. (2023). Pengaruh Kehadiran Media Sosial, Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 94–107. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i1.137>
- Dian Harja, Games, D., & Sari, D. K. (2024). Pengaruh Model Bisnis Digital Terhadap Kinerja Usaha Mikro Dan Kecil Sektor Kuliner Di Kota Padang: Efek Mediasi dari Pembaruan Bisnis. *Journal Publicuho*, 7(3), 1328–1342. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i3.494>
- Djirimu, M. A. (2021). Peningkatan Produktivitas Tenaga Kerja Indonesia di ASEAN Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing. *Kajian Ekonomi Dan Keuangan*, 4(3), 195–215. <https://doi.org/10.31685/kek.v4i3.665>
- Elvina. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 4 NO 1(2), 46–55.
- Ghassani, A. N. (2024). Pengaruh Digital Transformasi Terhadap Keberlanjutan Keunggulan Bersaing pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Industri Leisure setelah Pandemi di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). *Jurnal Manajemen Bisnis Telekomunikasi Dan Informastika*, 1(1).
- Irwan, A. M., Andriani, □ Budi, & Serang, S. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kota Makassar. *YUME: Journal of Management*, 6(2), 388–399.
- Jauharoh, S. M., Indaryani, M., & ... (2023). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Melalui Keunggulan Bersaing. *UMMagelang* ..., 1, 706–713. <https://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/10046>
- Kurnia, D., Loliyani, R., & Oktaria, E. T. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Entrepreneur Dan Bisnis*, 2(1), 177. <https://doi.org/10.24843/bse.2021.v26.i02.p03>
- Kusumo, H., Solechan, A., Susatyono, J. D., Andriana, M., & Novianto, R. (2024). Peran Transformasi Digital dan Orientasi Pasar Dalam Mempengaruhi Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran UMKM. *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 4(2), 207–215.
- Lantip, S. M. dan D. (2023). Pengaruh Ttransformasi Digital Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Moderasi. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 12(4), 1–11. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/41633%0Ahttps://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/download/41633/30094>

- Lie, U. L., Sudarmiatin, & Wishnu, L. (2024). Peran Mediasi Transformasi Digital dalam Pengelolaan SDM terhadap Peningkatan Kinerja UMKM: Path Analysis. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 2(4).
- Octavia, A., Indrawijaya, S., Sriayudha, Y., Heriberta, Hasbullah, H., & Asrini. (2020). Impact on e-commerce adoption on entrepreneurial orientation and market orientation in business performance of smes. *Asian Economic and Financial Review*, 10(5), 516–525. <https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2020.105.516.525>
- Patel, K. (2020). A Study on Consumer Buying Behavior towards Online Laundry Service. *International Journal of Research and Analytical Reviews*, 1(1).
- Putri, S. M., Desmiyawati, & Hariadi. (2020). Pengaruh Keunggulan Bersaing dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)(Studi Empiris pada UMKM di Kabupaten Rokan Hilir). *Journal of Public and Business Accounting*, 1(2), 43–53. <https://doi.org/10.31328/jopba.v1i2.119>
- Rahayu, M. (2013). *Manajemen Strategik Kewirausahaan*. Universitas Brawijaya Press.
- Raintung, M. C., Kawet, R. C., & Lumatow, R. Y. (2024). Pengaruh Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi pada industri rumah panggung di Woloan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 11(3), 1594–1610.
- Riswanto, A., Rasto, Hendrayati, H., Saparudin, M., Abidin, A. Z., & Eka, A. P. B. (2020). The role of innovativeness-based market orientation on marketing performance of small and medium-sized enterprises in a developing country. *Management Science Letters*, 10(9), 1947–1952. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.2.019>
- Rochmawati, D. R., Hatimatunnisani, H., & Veranita, M. (2023). Mengembangkan Strategi Bisnis di Era Transformasi Digital. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(101–108). <https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i3.2105>
- Sari, S. P. (2025). Analisis Pengaruh Kualitas Manajemen Operasional Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi*, 3(1).
- Satwika, N. K. P., Dewi, N. M. W. K., & ... (2023). Keunggulan Kompetitif Dan Kinerja Bisnis. *Keunggulan Kompetitif*, 7(3), 1481–1509.
- Solechan, A., Adi, T. W., & Hartono, B. (2023). Transformasi Digital Pada UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. *Jurnal Informatika Upgris*, 9(1), 7–12. <https://doi.org/10.26877/jiu.v9i1.15096>
- Sondra, T. C., & Widjaja, O. H. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha UKM Bidang Konveksi Di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2), 500. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i2.11897>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Taufik, M. M. (2020). Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan UKM dimediasi keunggulan bersaing (studi pada UKM di smesco Indonesia). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 6(2), 139–155.
- Zain, I., Richardo, D., Silalahi, N. K., Lee, R., Sabrina, R., & Dilla, N. (2024). Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Daya Saing Bisnis Laundry dengan Pendekatan SWOT (Studi Kasus pada Laundry Kota Pekanbaru). 4(1).