

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital pada era Industri 4.0 telah memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap operasional usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Peningkatan persaingan dan perubahan permintaan pasar telah memaksa UMKM untuk mengadopsi strategi berbasis teknologi guna bertahan dan berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digital marketing, investasi teknologi, dan keterlibatan pelanggan terhadap kinerja UMKM di Kota Bandung, dengan transformasi digital sebagai variabel mediasi.

Pendekatan yang digunakan dalam studi ini bersifat kuantitatif, menggunakan metode *random sampling*, melibatkan 130 UMKM yang telah mengadopsi teknologi digital dalam kegiatan bisnisnya. Data diperoleh melalui kuesioner yang menggunakan skala Likert dengan lima poin. Analisis data dilaksanakan dengan menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui aplikasi SmartPLS 4, yang memungkinkan pengujian hubungan langsung dan tidak langsung antara variabel.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa digital marketing, investasi teknologi, dan keterlibatan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap transformasi digital. Selain itu, ketiga variabel ini juga berkontribusi terhadap kinerja UMKM, baik secara langsung maupun melalui transformasi digital sebagai variabel mediasi. Indikator seperti penggunaan iklan berbayar, pemanfaatan sistem *point-of-sale* (POS) digital, dan program loyalitas pelanggan merupakan aspek yang perlu dipertimbangkan untuk meningkatkan kinerja bisnis.

Temuan ini menyoroti pentingnya menerapkan strategi digital terintegrasi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas pasar UMKM. Studi ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan teori transformasi digital UMKM, menjadi acuan praktis bagi bisnis dan pemerintah, serta mendorong penelitian kualitatif lebih lanjut untuk memahami dinamika implementasi transformasi digital secara lebih mendalam.

Kata kunci: Transformasi Digital, Kinerja UMKM, Digital Marketing, Investasi Teknologi, Keterlibatan Pelanggan.