

ABSTRAK

UMKM di Kota Bandung menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Namun, di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, mereka menghadapi tantangan dalam meningkatkan kinerja bisnisnya. Situasi ini diperburuk oleh tren perubahan lingkungan bisnis akibat kemajuan teknologi digital. Untuk mengatasinya, UMKM didorong untuk melakukan transformasi digital. Namun, banyak di antara mereka yang masih kesulitan dalam memahami dan menerapkan strategi digital yang tepat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh transformasi digital terhadap kinerja UMKM di Kota Bandung, dengan mengkaji peran strategi digital dan persaingan pasar. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap minimal 154 UMKM, yang dipilih dengan teknik *stratified random sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi digital dan persaingan pasar berpengaruh positif terhadap transformasi digital. Namun, strategi digital tidak berpengaruh langsung terhadap kinerja UMKM. Sementara itu, persaingan pasar dan transformasi digital memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Selain itu, strategi digital dan persaingan pasar juga terbukti berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM yang dimediasi melalui transformasi digital.

Kata Kunci: Strategi Digital, Persaingan Pasar, Transformasi Digital, Kinerja UMKM