



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"

8 Oktober 2025

Purwokerto

PENINGKATAN KINERJA UMKM PEREMPUAN DI KABUPATEN BANYUMAS: PERAN TRANSFORMASI DIGITAL, LITERASI KEUANGAN DAN ORIENTASI PASAR DENGAN KEUNGGULAN KOMPETITIF SEBAGAI MODERASI

Isti Riana Dewi^{1*}, Sausan Nuhaa Maisarah¹ dan Ronald Haryanto¹

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman

*Corresponding Author: isti.dewi@unsoed.ac.id

ABSTRAK

UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia yaitu meningkatkan PDB Indonesia dengan kontribusi 61%. Peningkatan PDB Indonesia tidak terlepas dari peran perempuan yang berkontribusi pada sektor UMKM. Namun, dalam pengelolaan UMKM perempuan cenderung mengalami banyak kendala daripada laki-laki. Tantangannya seperti belum menerapkan transformasi digital, belum memahami literasi keuangan dengan optimal, dan keterbatasan jaringan dan informasi dalam bersaing di pasar dengan kompetitor. Penelitian ini bertujuan untuk menguji peran transformasi digital, literasi keuangan dan orientasi pasar terhadap kinerja UMKM perempuan di Kabupaten Banyumas. Selain itu menguji efek moderasi keunggulan kompetitif. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis SEM dan alat analisis PLS. Pengumpulan data dengan instrumen kuisioner pada teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Hasilnya adalah transformasi digital, literasi keuangan, dan orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM perempuan. Kemudian, keunggulan kompetitif sebagai moderasi transformasi digital dan orientasi pasar terhadap kinerja UMKM perempuan sedangkan jika dengan literasi keuangan tidak memoderasi terhadap kinerja UMKM perempuan.

Kata kunci: kinerja UMKM perempuan, transformasi digital, literasi keuangan, orientasi pasar, keunggulan kompetitif

ABSTRACT

MSMEs play a crucial role in Indonesia's economic growth, contributing 61% to its GDP growth. The increase in Indonesia's GDP is inseparable from the role of women who contribute to the MSME sector. However, women tend to face more obstacles than men in managing MSMEs. These challenges include not yet implementing digital transformation, not fully understanding financial literacy, and limited networks and information to compete in the market with competitors. This study aims to examine the role of digital transformation, financial literacy, and market orientation on the performance of women's MSMEs in Banyumas Regency. It also examines the moderating effect of competitive advantage. This study used quantitative methods with SEM analysis techniques and PLS analysis tools. Data collection used a questionnaire instrument with a purposive sampling technique. The results showed that digital transformation, financial literacy, and market orientation had a positive effect on the performance of women's MSMEs. Furthermore, competitive advantage moderated digital transformation and market orientation on the performance of women's



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"

8 Oktober 2025

Purwokerto

MSMEs, while financial literacy did not moderate the performance of women's MSMEs.

Keywords: performance of women-owned MSMEs, digital transformation, financial literacy, market orientation, competitive advantage

PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia khususnya dalam penyerapan tenaga kerja. UMKM meningkatkan PDB Indonesia dengan kontribusi 61%, menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. Peningkatan PDB Indonesia tidak terlepas dari peran perempuan yang berkontribusi pada sektor UMKM. Mayoritas pelaku UMKM di Kabupaten Banyumas adalah perempuan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tentang sumbangan pendapatan perempuan, Kabupaten Banyumas memiliki pendapatan paling besar jika dibandingkan Kabupaten sekitarnya yaitu sebesar 31,7 % lebih besar dibandingkan Kabupaten Cilacap 26,4%, Purbalingga 31%, Banjarnegara 29% dan Kebumen 26%. Jumlah pelaku UMKM di Banyumas terus tumbuh dalam kurun waktu 5 (lima) tahun terakhir, bahkan di saat pandemi yang lalu.

Pada realisasinya ada beberapa kesulitan yang dialami pelaku usaha perempuan dalam mengelola UMKM. Bersaing dengan usaha yang sudah besar harus dapat beradaptasi dengan penggunaan teknologi untuk jual beli secara daring. Adanya transformasi digital menuntut pelaku UMKM menyesuaikan pengelolaan UMKM untuk menciptakan strategi bisnis. Untuk meningkatkan kinerja dan keberlanjutan pada UMKM diperlukan tindakan strategis. Berdasarkan penelitian terdahulu menjelaskan penerapan transformasi digital yang tepat dapat meningkatkan kinerja UMKM menjadi lebih baik (Susanti et al., 2023). Walaupun hal itu tidak sejalan dengan penelitian terdahulu lainnya yang menyatakan bahwa penggunaan media digital tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM (Djiu et al., 2024). Penelitian lain menunjukkan hal yang memperkuat dampak terhadap pencapaian kinerja UMKM melalui transformasi digital yaitu dengan strategi keberlanjutan perusahaan melalui pengembangan keunggulan kompetitif (Valdez-Juárez et al., 2024).

Dari data Bank Indonesia adanya trend peningkatan nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia dari tahun 2018 sampai dengan 2024 sebesar 105,6 triliun sampai dengan 689 triliun, hal ini mendukung peran dari penerapan transformasi digital yang berpotensi pada perkembangan UMKM. Selain itu kinerja UMKM yang baik dipengaruhi oleh literasi keuangan yang baik dalam pengelolaan usaha. Literasi keuangan mencakup manajemen keuangan sederhana, pemanfaatan dompet digital, pembuatan laporan keuangan, akses pinjaman, dan pengelolaan uang pribadi dengan usaha. Literasi keuangan memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja UMKM, hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang terkait dengan ini (Al-Amudi et al., 2024; Rahmawati & Putri, 2022; Yakob et al., 2021). Namun berbeda dengan penelitian lain yang menyatakan literasi keuangan yang kompeten tidak ada hubungannya dengan membaiknya kinerja UMKM (Anggriani et al., 2023). Pelaku UMKM diharapkan untuk lebih meningkatkan sarana dalam usahanya agar usahanya berkembang, sehingga mereka dapat menerapkan pengelolaan keuangan dan memanfaatkan pengetahuan keuangan untuk kegiatan bisnisnya. Keunggulan kompetitif dapat meningkatkan hubungan antara pengetahuan keuangan dan kinerja usaha kecil dan menengah. (Duran Herera et al., 2023).

Berdasar pada grafik MSME Empowerment Report 2022 menggambarkan aspek penting lain



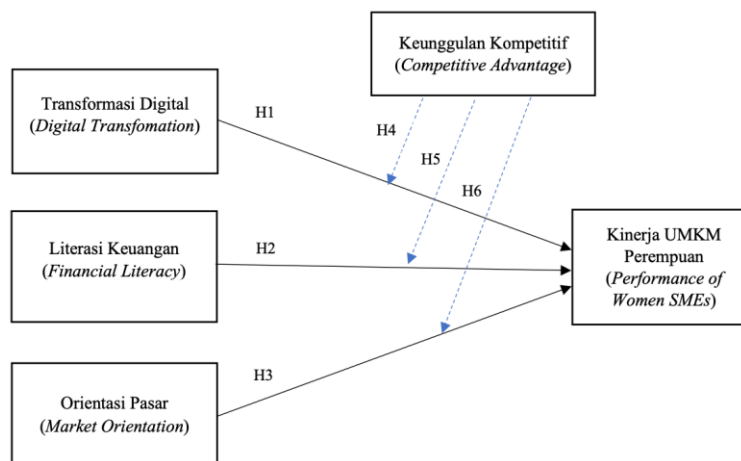
Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"

8 Oktober 2025

Purwokerto

dalam UMKM yaitu manfaat orientasi pasar pada UMKM yang salah satunya meningkatkan penjualan sebesar 17,1%, sebagai media pemasaran 12,5% hingga yang paling rendah yaitu mendapatkan banyak pengguna sebesar 4,6%. Orientasi pasar berfokus pada konsumen, kompetitor dan koordinasi semua fungsi untuk kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu bahwa semakin baik orientasi yang dilakukan maka akan meningkatkan kinerja suatu bisnis (Sarwoko et al., 2023). Berbeda dengan temuan penelitian lain yang menunjukkan bahwa orientasi pasar tidak memengaruhi kinerja UMKM (Siregar et al., 2024). Adanya perbedaan hasil menjadi pemikiran baru bahwa ada hal lain yang dapat memperkuat untuk mempengaruhi kinerja UMKM yaitu keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif dapat memperkuat hubungan orientasi pasar terhadap kinerja UMKM (Dahmiri et al., 2024; Tirtayasa, 2022). Keunggulan kompetitif dapat berupa keunggulan biaya, promosi, penjualan dan diferensiasi. Aspek ini dapat memperkuat peran transformasi digital, literasi keuangan dan orientasi pasar dalam meningkatkan kinerja UMKM perempuan khususnya di Kabupaten Banyumas. Adapun hipotesis penelitian digambarkan pada gambar 1.



Gambar 1. Model penelitian

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pengerjaan dimulai pada tahun 2025 dengan tempat di wilayah Kabupaten Banyumas dengan objek penelitian pelaku UMKM perempuan yang memenuhi kriteria sampel metode *purposive sampling* yang sudah ditentukan. Adapun waktu penelitian akan dilaksanakan selama 12 bulan. Pengumpulan data didapatkan melalui data sekunder dan primer. Memperoleh data sekunder dari data seperti artikel ilmiah jurnal yang relevan dengan penelitian, buku, data statistik dari lembaga dan sumber resmi pemerintah. Sedangkan data primer didapatkan dari hasil pengisian kuisioner oleh responden disusun dengan skala likert 1-5 (Nobelson & Yuliniar, 2024).

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan SEM, alat analisis PLS dengan evaluasi *outer model* dan *inner model* untuk menganalisis hubungan kausal antar variabel (Ghozali & Latan, 2015). Evaluasi *outer model* memastikan validitas dan reliabilitas indikator variabel memenuhi kriteria. Uji validitas dengan melihat nilai *convergent validity* dan



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"

8 Oktober 2025

Purwokerto

discriminant validity. Uji reabilitas dengan melihat *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability (CR)*. Evaluasi *inner model* menganalisis hubungan antarvariabel laten dan pengaruh langsung melalui nilai *R-Square (R²)*. Selain itu, meneliti fungsi variabel moderasi antara variabel independen terhadap kinerja UMKM perempuan melalui uji signifikansi moderasi dari *path coefficient* dan *t-statistic* dengan teknik *bootstrapping*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden

Berdasar pada karakteristik responden berdasarkan usia, 14,1% dari responden berusia kurang dari 25 tahun, 32,3% dari responden berusia antara 26 hingga 35 tahun, 26,3% dari responden berusia antara 36 hingga 45 tahun, dan 27,3% dari responden berusia lebih dari 45 tahun. Distribusi usia ini menunjukkan keterlibatan lintas generasi dalam pelaku UMKM, dimana kelompok usia 26-35 tahun menjadi yang paling tinggi hal ini menunjukkan dominasi kelompok usia dewasa muda dan menengah dalam sektor UMKM perempuan. Sedangkan karakteristik responden berdasar jenjang pendidikan mayoritas pengelola UMKM memiliki pendidikan terakhir tingkat SMA sebanyak 52,5%, diikuti oleh pemilik dengan jenjang pendidikan lainnya seperti Sarjana, Diploma, SMP dan SD. Karakteristik bidang usaha mayoritas UMKM yang dikelola perempuan di Banyumas didominasi bidang usaha kuliner sebanyak 65,7%, diikuti oleh usaha jasa sebesar 11,1% sisanya bidang lain seperti fashion, peternakan, retail, kerajinan, peternakan, ritel dan lain-lain. Lama usaha cenderung lebih dari 7 tahun. Karakteristik responden berdasarkan omset penjualan, mayoritas UMKM perempuan mendominasi memiliki omset penjualan kurang dari Rp5.000.000 sebanyak 41,4%, diikuti dengan UMKM yang memiliki omset penjualan antara Rp5.000.000 sampai dengan Rp10.000.000 sebesar 37,4%.

Evaluasi model pengukuran (*outer model*)

Uji validitas konvergen

Uji ini mengukur sejauh mana indikator-indikator dari satu konstruk saling berkorelasi tinggi. Pada loading faktor, setiap indikator harus memiliki nilai outer loading terhadap konstraknya lebih dari 0,7. Apabila terdapat nilai diantara 0,5-0,7 masih dapat diterima jika konstruk tetap valid secara keseluruhan. Selain itu dapat dilihat dari nilai AVE (*Average Variance Extracted*). Pada tabel AVE nilai setiap variabel lebih besar dari 0,5 yaitu 0,633; 0,693; 0,699; 0,917; dan 0,828.

Tabel 1. Nilai *average variance extracted (AVE)*

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Competitive Advantage (Z) ₁	0,633
Digital Transformation (X1) ₁	0,693
Financial Literacy (X2) ₁	0,699
Market Orientation (X3) ₁	0,917
Performance of Women SMEs (Y)	0,828



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"

8 Oktober 2025

Purwokerto

Uji validitas diskriminan

Uji ini mengukur apakah indikator dari satu konstruk berbeda dengan indikator konstruk lain. Nilai validitas diskriminan dapat dilihat dari nilai *Fornell-Larcker Criterion*. Apabila nilai akar AVE asli lebih besar dari nilai AVE maka dapat dikatakan lolos uji validitas. Pada tabel dibawah ini ditemukan nilainya 0,796; 0,833; 0,836; 0,957; dan 0,910 sehingga uji validitas diskriminan dinyatakan lolos.

Tabel 2. Nilai diskriminan validity

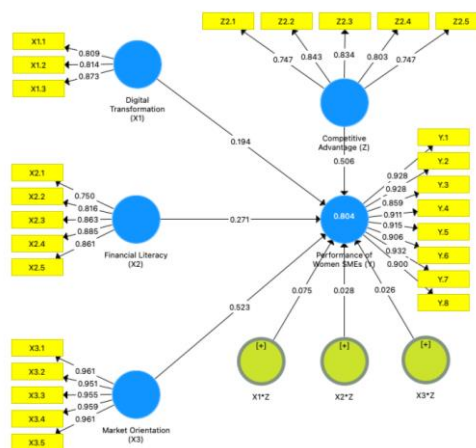
	Competitive Advantage (Z) ₋	Digital Transformation (X1) ₋	Financial Literacy (X2) ₋	Market Orientation (X3) ₋	Performance of Women SMEs (Y)
Competitive Advantage (Z) ₋	0,796				
Digital Transformation (X1) ₋	0,502	0,833			
Financial Literacy (X2) ₋	0,643	0,371	0,836		
Market Orientation (X3) ₋	-0,207	0,029	-0,159	0,957	
Performance of Women SMEs (Y)	0,659	0,558	0,579	0,386	0,910

Uji Reabilitas

Uji ini mengukur konsistensi indikator dalam mempresentasikan konstraknya. Nilai Cronbach's Alpha minimal 0,7 untuk bisa dikatakan diterima. Nilai Composite Reliability minimal 0,7 yang menandakan konsistensi internal indikator dalam satu konstruk. Pada tabel uji reabilitas nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,855; 0,779; 0,892; 0,977; dan 0,970 sedangkan nilai Composite Reliability sebesar 0,896; 0,871; 0,921; 0,982 dan 0,975 sehingga dinyatakan lolos.

Tabel 3. Nilai *reliability validity*

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability
Competitive Advantage (Z) ₋	0,855	0,859	0,896
Digital Transformation (X1) ₋	0,779	0,786	0,871
Financial Literacy (X2) ₋	0,892	0,896	0,921
Market Orientation (X3) ₋	0,977	0,979	0,982
Performance of Women SMEs (Y)	0,970	0,972	0,975



Gambar 2. Calculate-PLS algorithm



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"

8 Oktober 2025

Purwokerto

Evaluasi model struktural (*inner model*)

R Square

Nilai R square sebesar 0,804 untuk kinerja UMKM perempuan menunjukkan bahwa 80,4% variasi atau perubahan dalam kinerja UMKM perempuan dapat dijelaskan oleh variabel transformasi digital, literasi keuangan, dan orientasi pasar yang ada dalam model penelitian.

Tabel 4. R Square

	R Square	R Square Adjusted
Performance of Women SMEs (Y)	0,804	0,793

Uji hipotesis

Pengujian hipotesis menjelaskan signifikansi hubungan kausal antar konstruk laten dalam struktural. Pada penelitian ini nilai p value pada transformasi digital terhadap kinerja UMKM perempuan sebesar 0,000. Nilai p value pada literasi keuangan terhadap kinerja UMKM perempuan sebesar 0,000. Nilai p value pada orientasi pasar terhadap kinerja UMKM perempuan sebesar 0,000. Sehingga hipotesis 1, 2, dan 3 signifikan.

Tabel 5. Nilai koefisien jalur langsung

Hipotesis	Variabel	Original Sample (O)	P Values	Keterangan	
H1	Digital Transformation (X1) -> Performance of Women SMEs (Y)	0,228	0,000	Signifikan	Diterima
H2	Financial Literacy (X2) -> Performance of Women SMEs (Y)	0,284	0,000	Signifikan	Diterima
H3	Market Orientation (X3) -> Performance of Women SMEs (Y)	0,535	0,000	Signifikan	Diterima

Uji moderasi

Pada penelitian ini nilai p value pada variabel keunggulan kompetitif yang memoderasi transformasi digital terhadap kinerja UMKM perempuan sebesar 0,001 sehingga hipotesis 4 signifikan. Nilai p value pada variabel keunggulan kompetitif yang memoderasi literasi keuangan terhadap kinerja UMKM perempuan sebesar 0,259 sehingga hipotesis 5 tidak signifikan. Nilai p value pada variabel keunggulan kompetitif yang memoderasi orientasi pasar terhadap kinerja UMKM perempuan sebesar 0,000 sehingga hipotesis 6 signifikan.

Tabel 6. Nilai koefisien jalur moderasi

Hipotesis	Variabel	Original Sample (O)	P Values	Keterangan	
H4	X1*Z -> Performance of Women SMEs (Y)	0,055	0,001	Signifikan	Diterima
H5	X2*Z -> Performance of Women SMEs (Y)	0,012	0,259	Tidak Signifikan	Ditolak
H6	X3*Z -> Performance	0,061	0,000	Signifikan	Diterima



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"

8 Oktober 2025

Purwokerto

of Women SMEs (Y)

Pembahasan

Pengaruh transformasi digital terhadap kinerja UMKM perempuan di Kabupaten Banyumas

Transformasi digital telah memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja UMKM perempuan di Kabupaten Banyumas. Adanya adopsi teknologi digital, seperti pemasaran media sosial dan *e-commerce*, UMKM perempuan dapat memperluas jangkauan pasar mereka melampaui batas geografis tradisional, meningkatkan visibilitas merek, dan meningkatkan penjualan. Penggunaan strategi pemasaran digital ini juga mendukung peningkatan efisiensi operasional dan produktivitas, yang pada akhirnya memperkuat daya saing UMKM, baik di pasar lokal maupun pasar yang lebih luas. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh berbagai lembaga menekankan pentingnya pendampingan dan pelatihan bagi wirausaha perempuan UMKM agar dapat memanfaatkan teknologi digital secara efektif (Helmi et al., 2025). Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu terkait pengaruh transformasi digital terhadap kinerja UMKM perempuan (Susanti et al., 2023).

Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM perempuan di Kabupaten Banyumas

Literasi keuangan memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja UMKM perempuan di Kabupaten Banyumas. Adanya keterampilan manajemen keuangan yang baik, UMKM perempuan dapat membedakan antara keuangan perusahaan dan pribadi, menerapkan akuntansi dan manajemen bisnis yang lebih terstruktur, serta mengembangkan perencanaan keuangan yang baik. Hal tersebut meningkatkan efisiensi operasional dan profitabilitas bisnis mereka. Lebih lanjut literasi keuangan membantu mereka memahami produk dan layanan keuangan yang tersedia. Program pelatihan dan dukungan yang ditawarkan, seperti yang diselenggarakan oleh berbagai lembaga keuangan, bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengelolaan keuangan dan akses terhadap sumber permodalan. Literasi keuangan tidak hanya secara langsung meningkatkan kinerja bisnis tetapi juga membuka peluang bagi perempuan pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnis mereka secara berkelanjutan dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi daerah. Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu terkait pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM perempuan (Al-Amudi et al., 2024; Rahmawati & Putri, 2022; Yakob et al., 2021).

Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UMKM perempuan di Kabupaten Banyumas

Orientasi pasar memiliki pengaruh yang sangat penting terhadap kinerja UMKM milik perempuan di Kabupaten Banyumas. Adanya orientasi pasar yang baik, UMKM mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen dengan lebih akurat, sehingga produk dan layanan yang mereka tawarkan lebih memenuhi harapan pasar. Hal tersebut memungkinkan UMKM milik perempuan untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar mereka. Orientasi pasar memberikan kontribusi positif terhadap daya saing UMKM, yang pada akhirnya mengarah pada peningkatan kinerja pemasaran dan keberlanjutan bisnis mereka dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Orientasi pasar yang proaktif dan inovatif dapat membantu UMKM milik perempuan di Kabupaten Banyumas tidak hanya



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"

8 Oktober 2025

Purwokerto

menanggapi kebutuhan pasar tetapi juga mengantisipasi perubahan tren dan preferensi pelanggan. Hal tersebut memungkinkan UMKM untuk beradaptasi dengan cepat dan mengembangkan inovasi produk yang relevan, sehingga memperkuat posisi mereka di pasar lokal dan supra-regional. Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu terkait pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UMKM perempuan (Sarwoko et al., 2023).

Pengaruh keunggulan kompetitif sebagai moderasi transformasi digital terhadap kinerja UMKM perempuan di Kabupaten Banyumas

Keunggulan kompetitif sebagai moderasi transformasi digital terhadap kinerja UMKM perempuan di Kabupaten Banyumas. Peran keunggulan kompetitif memperkuat pengaruh transformasi digital, sehingga UMKM yang memiliki keunggulan bersaing cenderung mendapatkan hasil kinerja yang lebih optimal ketika memanfaatkan penerapan digitalisasi. Indikator "ada budaya yang mendorong pengembangan digital" menjadi representasi paling kuat pada transformasi digital. Sedangkan indikator "menghasilkan produk atau jasa baru yang mudah dikenal oleh konsumen" menjadi representasi paling kuat pada keunggulan kompetitif. Budaya organisasi yang adaptif terhadap teknologi memberikan dampak paling kuat dalam proses transformasi digital. Indikator "memanfaatkan pemasaran digital" menjadi representasi paling kuat pada kinerja UMKM perempuan di Banyumas. Dengan mengadopsi pemasaran digital, para pelaku usaha mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas merek, serta merespon permintaan konsumen dengan lebih cepat dan efektif. Strategi ini tidak hanya meningkatkan penjualan dan pendapatan, tetapi juga memberikan dampak signifikan dalam membangun relasi dengan pelanggan melalui berbagai platform digital seperti media sosial dan marketplace. UMKM yang aktif memanfaatkan media digital untuk memasarkan produknya cenderung mengalami peningkatan pada kinerja bisnisnya (Irfan Eko Priono et al., 2025).

Pengaruh keunggulan kompetitif sebagai moderasi literasi keuangan terhadap kinerja UMKM perempuan di Kabupaten Banyumas

Hasil penelitian di Kabupaten Banyumas menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif tidak terbukti memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan kinerja UMKM perempuan. Meskipun UMKM perempuan yang memiliki literasi keuangan tinggi cenderung mampu mengelola keuangan, menyusun strategi bisnis, serta mengidentifikasi peluang usaha, keunggulan kompetitif seperti diferensiasi produk atau harga yang lebih bersaing tidak memperkuat pengaruh literasi keuangan terhadap peningkatan kinerja usaha mereka (Hijratun Nisa et al., 2024). Indikator paling kuat yang merepresentasikan literasi keuangan pada UMKM perempuan di Banyumas adalah "pelaku UMKM berusaha meningkatkan pendapatan dan laba bisnis". Para pelaku UMKM yang memiliki pengetahuan dan pemahaman keuangan umumnya berupaya lebih maksimal dalam mengejar pertumbuhan pendapatan dan peningkatan laba usaha. Ketika keunggulan kompetitif seperti inovasi produk atau layanan digunakan sebagai variabel moderasi, efek penguatan terhadap korelasi literasi keuangan dan kinerja UMKM perempuan tidak ditemukan secara signifikan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa, pada ekosistem UMKM perempuan di Banyumas, usaha meningkatkan pendapatan dan laba bisnis lebih banyak ditentukan oleh tingkat literasi keuangan daripada keunggulan kompetitif yang dimiliki.



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"

8 Oktober 2025

Purwokerto

Pengaruh keunggulan kompetitif sebagai moderasi orientasi pasar terhadap kinerja UMKM perempuan di Kabupaten Banyumas

Orientasi pasar mendorong UMKM perempuan berfokus pada kepuasan pelanggan sehingga memicu adanya keunggulan pada produk atau jasanya. Indikator representatifnya dari “aktivitas kompetitif saya didorong oleh terciptanya kepuasan pelanggan” sehingga pelaku menganggap penting dalam memahami dan merespon kebutuhan konsumen secara optimal. Pada sisi lain, keunggulan kompetitif cenderung dipengaruhi oleh kemampuan UMKM “menghasilkan produk atau jasa yang mudah dikenal konsumen” sesuai dengan indikator yang merepresentatif pada penelitian ini. Terutama dalam melakukan inovasi yang dapat menciptakan diferensiasi di pasar sehingga mendorong keunikan yang mudah diingat dan memberi nilai tambah dibanding dengan pesaing. Hal ini sesuai dengan indikator yang paling merepresentasikan kinerja UMKM di Banyumas “memanfaatkan pemasaran digital”. Pemanfaatan teknologi digital sudah cenderung digunakan seperti media sosial, marketplace, dan konten pemasaran dapat meningkatkan jangkauan pasar, meningkatkan brand awareness serta mendorong penjualan. Maka, keunggulan kompetitif berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan antara orientasi pasar dan kinerja UMKM perempuan di Banyumas (Faridatun Nisa & Anisah, 2023).

KESIMPULAN

Kesimpulan pada peneliti ini adalah sebagai berikut:

1. Transformasi digital berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM perempuan di Kabupaten Banyumas
2. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM perempuan di Kabupaten Banyumas
3. Orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM perempuan di Kabupaten Banyumas
4. Keunggulan kompetitif sebagai moderasi transformasi digital terhadap kinerja UMKM perempuan di Kabupaten Banyumas
5. Keunggulan kompetitif tidak memoderasi literasi keuangan terhadap kinerja UMKM perempuan di Kabupaten Banyumas
6. Keunggulan kompetitif sebagai moderasi orientasi pasar terhadap kinerja UMKM perempuan di Kabupaten Banyumas

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Unsoed atas pembiayaan penelitian ini melalui Hibah Penelitian Skema RPK tahun anggaran 2025.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Amudi, D. M., Suryani, E., & Hidayati, S. A. 2024. Role of Fintech on MSMEs Financial Performance with Financial Literacy as a Moderation in West Nusa Tenggara. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 11(2), 557.



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"

8 Oktober 2025

Purwokerto

<https://doi.org/10.18415/ijmmu.v11i2.5474>.

- Anggriani, I., Armiani, & Wahyullah, M. 2023. Pengaruh Inklusi Keuangan, Literasi Keuangan, dan Pengelolaan Keuangan terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Dompu. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 598–609.
- Dahmiri, D., Junaidi, J., Johannes, J., Yacob, S., & Indrawijaya, S. 2024. The Impact Of Market Orientation On Marketing Performance: Exploring The Moderating Role Of Competitive Advantage. *Business: Theory and Practice*, 25(1), 164–174. <https://doi.org/10.3846/btp.2024.20174>.
- Djiu, N., Kong, N. V., & Saputra, D. 2024. The role of competitive advantage in mediating technological capabilities and social media usage on SMEs export performance. *Procedia Computer Science*, 234, 756–763. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.03.062>.
- Duran Herera, J. J., Warokka, A., & Aqmar, A. Z. 2023. Financial Literacy and MSME Performance: Mediation and Moderation Analysis. *Journal of Sustainable Economics*, 01(02), 65–76. <https://doi.org/10.26594/register.v6i1.idarticle>.
- Faridatun Nisa, & Anisah, H. U. 2023. The Role of Product Quality and Product Innovation on Competitive Advantage: A Study on Nutrition Clubs in Banjarmasin, Indonesia. *Open Access Indonesia Journal of Social Sciences*, 6(6), 1167–1175. <https://doi.org/10.37275/oaijss.v6i6.187>.
- Ghozali, I., & Latan, H. 2015. *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (2nd ed.). Universitas Diponegoro Semarang.
- Hijratun Nisa, S., Kunci, K., Kompetitif, K., Umkm, K., & Diferensiasi, S. 2024. Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Kinerja UMKM: Keunggulan Kompetitif Sebagai Mediator. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 13(5). <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/>.
- Irfan Eko Priono, Herdian Farisi, & Ade Yuliana. 2025. Optimalisasi Digital Marketing Pada UMKM Lokal Banyumas. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(3), 487–498. <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i3.4715>.
- Nobelson, N., & Yuliniar, Y. 2024. Analysis of The Factors of Competitive Advantage of Women SME Actor: Empirical Study From Limo Sub-District, Depok City, Indonesia. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 5(1), 31–43. <https://doi.org/10.52970/grmapb.v5i1.552>.
- Rahmawati, R., & Putri, N. V. 2022. Peningkatan Kinerja UMKM Perempuan: Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan dan Kualitas Laporan Keuangan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 5(2), 493–503. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v5i2.4616>.
- Sarwoko, E., Hariani, L. S., & Sedyastuti, K. 2023. Entrepreneurial Orientation, Market Orientation, and SMEs Performance: The Moderating Role of Entrepreneurial Strategy. *Quality - Access to Success*, 24(195), 247–254. <https://doi.org/10.47750/QAS/24.195.29>.
- Siregar, M. Y., Lubis, A. N., Absah, Y., & Gultom, P. 2024. Increasing the competitive



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"

8 Oktober 2025

Purwokerto

-
- advantage and the performance of SMEs using entrepreneurial marketing architectural innovation capability in North Sumatera, Indonesia. *Uncertain Supply Chain Management*, 12(2), 965–976. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.12.011>.
- Susanti, E., Mulyanti, R. Y., & Wati, L. N. 2023. MSMEs performance and competitive advantage: Evidence from women's MSMEs in Indonesia. *Cogent Business and Management*, 10(2). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2239423>.
- Tirtayasa, S. 2022. The Influence of Entrepreneurship Orientation and Market Orientation on the Performance of Small and Medium Enterprises Mediated by Competitive Advantage. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1825–1839.
- Valdez-Juárez, L. E., Ramos-Escobar, E. A., Hernández-Ponce, O. E., & Ruiz-Zamora, J. A. 2024. Digital transformation and innovation, dynamic capabilities to strengthen the financial performance of Mexican SMEs: a sustainable approach. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2318635>.
- Yakob, S., Yakob, R., B.A.M., H.-S., & Rusli, R. Z. A. 2021. Financial Literacy and Financial Performance of Small and Medium-sized Enterprises. *The South East Asian Journal of Management*, 15(1), 72–96. <https://doi.org/10.21002/seam.v15i1.13117>.