

## Investigation of the Role of Digital Marketing, Competitive Advantage and Digital Business Strategy on Financial Performance

Rayyan Aqila Praditya

Corresponding email : [rayyanaqilapraditya@gmail.com](mailto:rayyanaqilapraditya@gmail.com)

### ABSTRACT

This research was carried out to examine the influence of competitive advantage and digital business strategy on financial performance which is moderated by digital marketing in micro, small and medium enterprises. This research uses a purposive sampling technique. In this research there are three independent variables, namely competitive advantage, managerial capability, operational capability, as well as one moderating variable, namely digital marketing, and one dependent variable, namely financial performance. In terms of collecting data, this research was carried out using a questionnaire, the scale used in compiling this questionnaire was a 4-point Likert scale with 1 = strongly disagree and 4 = strongly agree. Questionnaires were distributed to MSME players. The questionnaire is made in Softcopy/Google Form form. This research tested the data using SmartPLS version 3 software. This research focused on the target sample, namely Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) with a total of 345 research samples. The data obtained using the 18 questions in the questionnaire will be analyzed descriptively, then convergent validity tests and discriminant validity tests and reliability tests will be carried out. The results of this research found that competitive advantage has a positive and significant effect on financial performance, managerial capability has a positive and significant effect on financial performance, operational capability has a positive and significant effect on financial performance. On the other hand, digital marketing is unable to moderate the influence of competitive advantage on financial performance and digital marketing is unable to moderate the influence of operational capability on financial performance. However, digital marketing is able to moderate the influence of managerial capability on financial performance.

**Keywords :** Competitive Advantage, Digital Business Strategy, Managerial Capability, Operational Capability, Digital Marketing, Financial Performance

### Pendahuluan

Melakukan pemanfaatan aplikasi bisnis digital yang memfasilitasi implementasi langkah-langkah operasional yang lebih baik adalah salah satu cara di mana transformasi digital perusahaan dapat menghasilkan keunggulan kompetitif dan peningkatan kinerja keuangan. Perubahan strategis yang berhasil, seperti transformasi digital, membutuhkan kemampuan manajemen yang luar biasa yang pada gilirannya mengarah pada peningkatan produktivitas. Optimalisasi proses bisnis, pengurangan biaya, dan peningkatan efisiensi hanyalah sebagian dari peningkatan kinerja, penggunaan metode pemasaran digital oleh bisnis dapat meningkatkan penjualan, memengaruhi keputusan dan perilaku pelanggan saat melakukan pembelian. Keunggulan bersaing itu salah satu variabel penting dalam menghadapi persaingan usaha. Keunggulan bersaing memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja keuangan. Meningkatnya keunggulan bersaing perusahaan pada gilirannya akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Pada penelitian lain menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan antara keunggulan bersaing dengan kinerja keuangan. Keunggulan bersaing

dianggap sebagai prediktor kinerja keuangan utama karena memberdayakan perusahaan dalam hal melakukan sebuah cara untuk pelanggan baru agar tertarik serta melakukan cara untuk pelanggan yang sudah ada agar menjadi pelanggan tetap. Dengan cara ini, sumber peningkatan pendapatan bagi perusahaan karena keunggulan bersaing. Kompetensi manajerial seperti pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan adalah sumber daya penting dalam memastikan pengelolaan persediaan yang tepat untuk meningkatkan kinerja keuangan usaha kecil. Kemampuan manajerial, tidak cukup untuk mencapai efek langsung pada kinerja keuangan. Alasannya karena dampak strategi bisnis digital hanya mencapai tingkat proses (produktivitas dan efisiensi) dan tidak direalisasikan sebagai pengembalian finansial.

### **Metode Penelitian**

Populasi penelitian ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Penelitian ini memakai teknik purposive sampling Pada penelitian ini terdapat tiga variabel independen yaitu competitive advantage, managerial capability, operational capability, serta satu variabel moderating yaitu digital marketing dan satu variabel dependen yaitu financial performance. Penelitian ini dalam hal mengumpulkan data dilaksanakan melalui cara kuesioner, skala yang mana dipakai dalam hal penyusunan kuesioner ini yakni skala likert dengan 4 poin dengan 1 = sangat tidak setuju dan 4 = sangat setuju. Kuesioner disebarkan ke pelaku UMKM. Kuesioner di buat dalam bentuk Softcopy/Google Form. Penelitian ini melakukan pengujian data dengan menggunakan software SmartPLS versi 3. Penelitian ini berfokus pada target sampel yaitu para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) jumlah 345 sampel penelitian. Data yang diperoleh menggunakan 18 pertanyaan pada kuesioner akan di analisis secara deskriptif, selanjutnya dilaksanakan uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan, uji reliabilitas.

### **Hasil dan Pembahasan**

Berikut ini merupakan hasil inner model pada model penelitian yang digunakan:

#### **Pengaruh Competitive Advantage terhadap Financial Performance**

Berdasarkan hipotesis pertama yaitu competitive advantage berpengaruh positif dan signifikan terhadap financial performance. Sehingga bisa diberi simpulan bahwa hipotesis pertama diterima. Membangun keunggulan bersaing tidak hanya mengandalkan keunggulan berdasarkan faktor geografis, tetapi berdasarkan kekuatan internal umkm itu sendiri baik yang berbasis sumber daya maupun non-sumber daya. Perusahaan yang menciptakan hambatan masuk melalui skala ekonomi, diferensiasi produk, inovasi, dan persyaratan modal yang tinggi. Selain itu, umkm yang memiliki keunggulan atas pemasok, pelanggan, dan kemampuan untuk melakukan tindakan pembalasan. Perusahaan dimana bisa menghasilkan nilai ekonomi yang lebih besar daripada yang lain dalam industrinya memiliki keunggulan kompetitif. Hal ini menyebabkan peningkatan penjualan yang cukup signifikan sehingga kinerja keuangan perusahaan menjadi lebih baik. Dengan demikian hasil penelitian ini relevan dengan penelitian lain yang menunjukkan bahwa competitive advantage berpengaruh positif dan signifikan terhadap financial performance.

#### **Pengaruh Managerial Capability terhadap Financial Performance**

Berdasarkan hipotesis kedua yaitu managerial capability berpengaruh positif dan signifikan terhadap financial performance. Sehingga bisa diberi simpulan bahwasannya hipotesis kedua diterima. Kinerja keuangan perusahaan ditingkatkan oleh individu dengan pengetahuan, keterampilan, dan

kemampuan khusus untuk melakukan fungsi manajerial yang berbeda karena mereka berada dalam posisi untuk memulai program yang memberi perusahaan keunggulan kompetitif atas pesaing mereka. Penelitian ini sejalan dengan penelitian lain dimana memperlihatkan bahwasannya managerial competence berpengaruh positif dan signifikan terhadap financial performance. Kompetensi manajemen seperti pengetahuan, keterampilan dan kompetensi merupakan sumber daya penting untuk memastikan manajemen persediaan yang tepat untuk meningkatkan kinerja keuangan usaha kecil.

### **Pengaruh Operational Capability terhadap Financial Performance**

Berdasarkan hipotesis ketiga yaitu operational capability berpengaruh positif signifikan terhadap financial performance. Sehingga bisa diberi simpulan bahwasannya hipotesis ketiga diterima. Kapabilitas operasional bertanggung jawab untuk mengeksekusi produk dan proses dan dapat dipertimbangkan dengan perencanaan produksi, sistem mutu, dan tujuan pengurangan biaya produksi. Dengan kata lain, kemampuan operasional dalam lingkungan bisnis digital mencerminkan kemampuan yang direncanakan untuk secara efektif melaksanakan operasi harian substantif, seperti manufaktur, logistik, dan penjualan yang mengarah ke kinerja keuangan yang lebih tinggi. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian lain dimana memperlihatkan bahwasannya operational capability berpengaruh positif dan signifikan terhadap financial performance.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis diatas maka dapat disimpulkan bahwa: Competitive advantage berpengaruh positif dan signifikan terhadap financial performance. Managerial capability berpengaruh positif dan signifikan terhadap financial performance. Operational capability berpengaruh positif dan signifikan terhadap financial performance. Implikasi manajerial dalam penelitian ini bagi perusahaan perlu menemukan keseimbangan antara digital marketing dan meningkatkan financial performance. Digital marketing merupakan media sosial yang bisa dipelajari lebih lanjut. Karena pada situasi disrupsi teknologi ini tidak bisa dihindari. Melalui digital marketing akan meningkatkan financial performance melalui media sosial seperti instagram, facebook, twitter, whatsapp, tiktok dan lain-lain. Mengadopsi digital marketing belum tentu merupakan solusi untuk mencapai kesuksesan ekonomi. Manajer perlu memiliki kompetensi dan sikap positif untuk secara bersamaan memandu strategi digital dan strategi keberlanjutan untuk mencapai pengembalian finansial bagi perusahaan. Oleh karena itu, pengelola bertanggung jawab untuk merancang strategi yang memperhatikan prinsip-prinsip keberlanjutan. Bagi pemerintah sudah semestinya memberikan dukungan kepada umkm agar pulih dimasa pandemi. Dan mengupayakan kemudahan dalam mendapatkan modal, mengadakan relaksasi pajak, dan menjadikan UMKM sebagai salah satu pusat investasi.

### **REFERENCES**

1. Asbari, M., Novitasari, D., Purwanto, A., Fahmi, K., & Setiawan, T. (2021). Self-leadership to innovation: The role of knowledge sharing. *International Journal of Social and Management Studies*, 2(5), 21-36.
2. Asbari, M. (2024). The Effect of Transformational Leadership, Organizational Structure and Learning Culture on School Innovation Capacity. *PROFESOR: Professional Education Studies and Operations Research*, 1(02), 22-32.
3. Asbari, M. (2024). The Influence of Hard skills, Organizational learning and Soft skills on Teacher innovation capability during digital era. *PROFESOR: Professional Education Studies*



- and Operations Research, 1(02), 33-45.
4. Asbari, M. (2024). Investigating the Role of Hard Skill and Soft Skill on Teacher Innovations: PLS-SEM Analysis. *PROFESOR: Professional Education Studies and Operations Research*, 1(01), 25-38.
  5. Asbari, M. (2024). Investigating The Role of Organizational Culture and Knowledge Sharing on Teacher Innovation Capability. *PROFESOR: Professional Education Studies and Operations Research*, 1(02), 11-21.
  6. Asbari, M. (2024). Linking Transformational and Transactional Leadership on Teacher Satisfaction during Digital Era. *PROFESOR: Professional Education Studies and Operations Research*, 1(01), 16-24.
  7. Asbari, M., Purwanto, A., & Novitasari, D. (2022). Kepuasan Kerja Guru: Di antara Kepemimpinan Transformasional dan Transaksional. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 1(1), 7-12.
  8. Asbari, M., Pramono, R., Kotamena, F., Liem, J., Alamsyah, V. U., Imelda, D., ... & Purwanto, A. (2020). Studi fenomenologi work-family conflict dalam kehidupan guru honorer wanita. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 4(1), 180-201.
  9. Amri, W. A. A., Asbari, M., Gazali, G., Novitasari, D., & PURWANTO, A. (2021). The effect of religiosity and service quality on job satisfaction: A case study of MSME employees. *International Journal of Social and Management Studies*, 2(1), 53-63.
  10. Bernarto, I., & Purwanto, A. (2022). The effect of perceived risk, brand image and perceived price fairness on customer satisfaction. *Brand Image and Perceived Price Fairness on Customer Satisfaction* (March 1, 2022).
  11. Cahyono, Y., Purwanto, A., Azizah, F. N., & Wijoyo, H. (2020). Impact of service quality, university image and students satisfaction towards student loyalty: Evidence from Indonesian private universities. *Journal of Critical Reviews*, 7(19).
  12. Basuki, S., Asbari, M., Purwanto, A., Agistiawati, E., Fayzhall, M., Radita, F. R., ... & Hutagalung, D. (2020). Pengaruh Organizational Culture terhadap Teacher Innovation Capability dalam Perspektif Knowledge Sharing: Studi Kasus
  13. Jabodetabek. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1), 171-192.
  14. Chidir, G., Asbari, M., Purwanto, A., & Asbari, D. A. F. (2022). Pengaruh Learning dan Coaching Individu terhadap Kinerja Guru: Sebuah Telaah Singkat. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 1(1), 21-25.
  15. Desky, H., Mukhtasar, M., Istan, M., Ariesa, Y., Dewii, I. B. M., Fahlevi, M., ... & Purwanto, A. (2020). Did trilogy leadership style, organizational citizenship behaviour (OCB) and organizational commitment (OCO) influence financial performance? Evidence from pharmacy industries. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(10), 297-305.
  16. Gunawan, G. G., Wening, N., Supono, J., Rahayu, P., & Purwanto, A. (2021). Successful Managers and Successful Entrepreneurs as Head of Successful Families in Building a Harmonious Family. *PSYCHOLOGY AND EDUCATION*, 57(9), 4904-4913.
  17. Jannah, M., Fahlevi, M., Paulina, J., Nugroho, B. S., Purwanto, A., Subarkah, M. A., & Cahyono, Y. (2020). Effect of ISO 9001, ISO 45001 and ISO 14000 toward financial performance of Indonesian manufacturing. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(10), 894-902.
  18. Lusiani, M., Abidin, Z., Fitriarningsih, D., Yusnita, E., Adiwinata, D., Rachmaniah, D., ... & Purwanto, A. (2020). Effect of servant, digital and green leadership toward business performance: evidence from Indonesian manufacturing. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11.
  19. Mulyana, Y., Chaeroni, N., Erlangga, H., Solahudin, M., Nurjaya, N., Sunarsi, D., ... & Purwanto, A. (2021). The influence of motivation, ability, organizational culture, work environment on teachers performance. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(4), 99-108.





# UJoST

e-ISSN: 2962-9179



## Universal Journal of Science and Technology

### Vol. 3 No. 2 (2024)

20. Purwanto, A., Asbari, M., Santoso, P. B., Wijayanti, L. M., Hyun, C. C., & Saifuddin, M. P. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Partisipatif dan Otokratis Terhadap Kinerja Sistem Jaminan Halal HAS 23000 Pada Industri Makanan Kemasan. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 4(1), 156-179.
21. Purwanto, A., Purba, J., Bernarto, I., & Sijabat, R. (2023). Investigating the role digital transformation and human resource management on the performance of the universities. *International Journal of Data and Network Science*, 7(4), 2013-2028.
22. Purwanto, A. (2022). How The Role of Digital Marketing and Brand Image on Food Product Purchase Decisions? An Empirical Study on Indonesian SMEs in the Digital Era. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(6), 34-41.
23. Purwanto, A. (2022). The Role of Transformational Leadership and Organizational Citizenship Behavior on SMEs Employee Performance. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(5), 39-45.
24. Purwanto, A., Asbari, M., & Hadi, A. H. (2020). Gaya Kepemimpinan Perguruan Tinggi Kesehatan: Authentic, Tansformational, Authoritarian atau Transactional. *Surya Medika: Jurnal Ilmiah Ilmu Keperawatan dan Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 15(1), 8-18.
25. Purwanto, A., Purba, J. T., Bernarto, I., & Sijabat, R. (2021). Effect of Management Innovation, Transformational Leadership, and Knowledge Sharing on Market Performance of Indonesian Consumer Goods Company. *Journal of Applied Management (JAM)*.
26. Praditya, R. A., & Purwanto, A. (2024). Linking The Influence of Dynamic Capabilities and Innovation Capabilities on Competitive Advantage: PLS-SEM Analysis. *PROFESOR: Professional Education Studies and Operations Research*, 1(02), 6-10.
27. Praditya, R. A., & Purwanto, A. (2024). The Role of Viral Marketing, Brand Image and Brand Awareness on Purchasing Decisions. *PROFESOR: Professional Education Studies and Operations Research*, 1(01), 11-15.
28. Purwanto, A., & Prayuda, R. Z. (2024). The Role of Brand Image, Brand Experience, Influencer Marketing and Purchase Interest on Cunsumer Purchasing Decisions of Handphone. *PROFESOR: Professional Education Studies and Operations Research*, 1(01), 1-5.
29. Prayuda, R. Z., & Purwanto, A. (2024). The Role of Locus of Control, Financial Knowledge and Income on Financial Management Behavior: PLS-SEM Analysis. *PROFESOR: Professional Education Studies and Operations Research*, 1(02), 1-5.
30. Purwanto, A., & Praditya, R. A. (2024). The Role of Celebrity Endorsements, Electronic Word of Mouth, and Product Placement on Purchasing Decisions. *PROFESOR: Professional Education Studies and Operations Research*, 1(01), 6-10.
31. Purwanto, A. (2022). The Role of Digital Leadership, e-loyalty, e-service Quality and e-satisfaction of Indonesian E-commerce Online Shop. *International Journal of Social and Management Studies*, 3(5), 51-57.
32. Purwanto, A. (2021). Education management research data analysis: comparison of results between Lisrel, Tetrad, GSCA, Amos, SmartPLS, WarpPLS, and SPSS for small samples. *Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(2).
33. Purwanto, A. (2021). Education research quantitative analysis for little respondents: comparing of Lisrel, Tetrad, GSCA, Amos, SmartPLS, WarpPLS, and SPSS. *Jurnal Studi Guru Dan Pembelajaran*, 4(2).
34. Purwanto, A., Asbari, M., Santoso, T. I., Paramarta, V., & Sunarsi, D. (2020). Social and management research quantitative analysis for medium sample: comparing of Lisrel, Tetrad, GSCA, Amos, SmartPLS, WarpPLS, and SPSS. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik*.



# UJoST

e-ISSN: 2962-9179



## Universal Journal of Science and Technology

### Vol. 3 No. 2 (2024)

35. Purwanto, A., Asbari, M., Santoso, T. I., Haque, M. G., & Nurjaya, N. (2020). Marketing research quantitative analysis for large sample: comparing of Lisrel, Tetrad, GSCA, Amos, SmartPLS, WarpPLS, and SPSS. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Publik*.
36. Fayzhall, M., Purwanto, A., Asbari, M., Goestjahjanti, F. S., Winanti, W., Yuwono, T., ... & Suryani, P. (2020). Transformational versus Transactional Leadership: Manakah yang Mempengaruhi Kepuasan Kerja Guru?. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1), 256-275.
37. Subargus, A., Wening, N., Supono, J., & Purwanto, A. (2021). Coping mechanism of employee with anxiety levels in the COVID-19 pandemic in Yogyakarta. *Turkish Journal of Physiotherapy and Rehabilitation*, 5269-5274.
38. Sudargini, Y., & Purwanto, A. (2020). The effect of teachers pedagogic competency on the learning outcomes of students. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 1(4), 1-8.
39. Sudargini, Y., & Purwanto, A. (2020). Pendidikan pendekatan multikultural untuk membentuk karakter dan identitas nasional di era revolusi industri 4.0: a literature review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 1(3), 299-305.
40. Utomo, H. J. N., Irwantoro, I., Wasesa, S., Purwati, T., Sembiring, R., & Purwanto, A. (2023). Investigating The Role of Innovative Work Behavior, Organizational Trust, Perceived Organizational Support: An Empirical Study on SMEs Performance. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(2), e417-e417.
41. Prayuda, R. (2024). Investigating The Role of Marketing Content and Brand Image on Purchasing Decisions Mediated by Purchase Interest in Shop Online Users. *UJoST- Universal Journal of Science and Technology*, 3(2), 1–6. <https://doi.org/10.11111/ujost.v3i2.148>
42. Prayuda, R. Z. (2024). The Role of Price Perceptions, Product Quality, and Brand Image on Purchasing Decisions. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 5(2), 15-20. <https://doi.org/10.7777/jiemar.v5i2.516>
43. Praditya, R. A. (2024). The Role of service quality, product quality, location and product innovation on consumer purchasing decisions and word of mouth. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 5(2), 20-24. <https://doi.org/10.7777/jiemar.v5i2.517>
44. Prayuda, R. Z. (2024). Investigating the Role of Digital marketing, price perception, customer satisfaction and its impact on marketing performance. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 5(2), 25-30. <https://doi.org/10.7777/jiemar.v5i2.518>
45. Prayuda, R. (2024). Investigating The Role of Marketing Content and Brand Image on Purchasing Decisions Mediated by Purchase Interest in Shop Online Users. *UJoST- Universal Journal of Science and Technology*, 3(2), 1–6. <https://doi.org/10.11111/ujost.v3i2.148>
46. Praditya, R. A. (2024). Linking The Role of Digital Marketing and E-Commerce on Performance Marketing. *UJoST- Universal Journal of Science and Technology*, 3(2), 7–12. <https://doi.org/10.11111/ujost.v3i2.149>
47. Prayuda, R. Z. (2024). Investigation of the Influence of Price, Promotion and Innovation on Customer Satisfaction in the Digital Era. *UJoST- Universal Journal of Science and Technology*, 3(2), 13–18. <https://doi.org/10.11111/ujost.v3i2.150>