ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, namun masih menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha di tengah perkembangan teknologi dan persaingan pasar yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh transformasi digital, pengalaman pelanggan, dan inovasi teknologi informasi terhadap kinerja UMKM manufaktur di Kabupaten Sleman dengan pendekatan *triple bottom line*, yang mencakup indikator ekonomi (*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *explanatory research*. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 100 pelaku UMKM manufaktur di Kabupaten Sleman yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS) melalui perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital, pengalaman pelanggan, dan inovasi teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Transformasi digital terbukti meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar, pengalaman pelanggan berperan dalam meningkatkan loyalitas dan stabilitas usaha, sedangkan inovasi teknologi informasi mendukung peningkatan produktivitas dan koordinasi internal. Secara simultan, ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan kinerja UMKM secara komprehensif berdasarkan *perspektif triple bottom line*. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan memperkaya kajian terkait kinerja UMKM berbasis keberlanjutan, serta kontribusi praktis bagi pelaku UMKM dan pembuat kebijakan dalam merancang strategi digitalisasi dan penguatan daya saing UMKM secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Transformasi Digital, Pengalaman Pelanggan, Inovasi Teknologi Informasi, Kinerja UMKM, *Triple Bottom Line.*

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in the national economy; however, they continue to face challenges in improving performance and ensuring business sustainability amid rapid technological advancement and increasing market competition. This study aims to examine the effects of digital transformation, customer experience, and information technology innovation on the performance of manufacturing MSMEs in Sleman Regency using a triple bottom line approach, encompassing economic (profit), social (people), and environmental (planet) indicators. This research employs a quantitative approach with an explanatory research design. Data were collected through questionnaires distributed to 100 manufacturing MSME owners or managers in Sleman Regency, selected using purposive sampling. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM) with a Partial Least Squares (PLS) approach, utilizing SmartPLS software. The results indicate that digital transformation, customer experience, and information technology innovation have positive and significant effects on MSME performance. Digital transformation enhances operational efficiency and market reach, customer experience strengthens loyalty and business stability, while information technology innovation improves productivity and internal coordination. Collectively, these variables provide a comprehensive explanation of MSME performance based on the triple bottom line perspective. This study contributes theoretically by enriching the literature on sustainable MSME performance and practically by offering insights for MSME practitioners and policymakers in designing effective digitalization strategies to enhance competitiveness and long-term sustainability.

Keywords: Digital Transformation, Customer Experience, Information Technology Innovation, MSME Performance, Triple Bottom Line.