

RINGKASAN

Tesis ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh digitalisasi, inovasi produk, dan akses pembiayaan terhadap kinerja penjualan dengan kecepatan adaptasi pasar sebagai variabel mediasi, dalam konteks industri rambut palsu di Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah. Industri rambut palsu di wilayah ini telah berkembang menjadi salah satu sektor ekspor unggulan Indonesia, dengan kontribusi signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi lokal. Namun demikian, industri ini menghadapi tantangan besar, seperti ketatnya persaingan global, perubahan tren konsumen yang cepat, serta keterbatasan dalam akses pembiayaan dan adopsi teknologi.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif eksplanatori dengan metode survey untuk menjawab permasalahan tersebut. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner terstruktur kepada pelaku usaha di klaster industri rambut palsu, dan dianalisis menggunakan teknik Structural Equation Modeling berbasis *Partial Least Squares* (PLS-SEM). Penelitian ini menggunakan pendekatan teori *Resource-Based View* (RBV), yang menekankan pentingnya pemanfaatan sumber daya internal strategis seperti kapabilitas teknologi, kapasitas inovasi, dan kekuatan finansial dalam menciptakan keunggulan kompetitif.

Hasil empiris menunjukkan bahwa digitalisasi, inovasi produk, dan akses pembiayaan masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja penjualan. Selain itu, penelitian ini membuktikan bahwa kecepatan adaptasi pasar berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan tidak langsung antara ketiga variabel independen dengan kinerja penjualan. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang mampu beradaptasi secara cepat terhadap dinamika pasar—melalui pemanfaatan platform digital, pengembangan produk inovatif, dan dukungan pembiayaan—cenderung memiliki performa penjualan yang lebih unggul.

Penelitian ini memberikan kontribusi secara teoritis dengan memperluas kerangka *Resource-Based View* (RBV) melalui integrasi kapabilitas adaptif sebagai jembatan antara sumber daya internal dan performa bisnis. Secara praktis, temuan penelitian ini memberikan implikasi strategis bagi pelaku industri, pembuat kebijakan, dan lembaga keuangan dalam merancang program transformasi digital, penguatan inovasi, serta peningkatan akses pembiayaan, khususnya bagi sektor industri padat karya seperti industri rambut palsu di Purbalingga.

Kata Kunci: Digitalisasi, Inovasi Produk, Akses Pembiayaan, Kecepatan Adaptasi Pasar, Kinerja Penjualan, *Resource-Based View*.

SUMARRY

This thesis investigates the influence of digitalization, product innovation, and access to financing on sales performance, with market adaptation speed acting as a mediating variable, in the context of the wig industry in Purbalingga Regency, Central Java. The wig industry in Purbalingga has become one of Indonesia's strategic export sectors, with a significant contribution to employment and local economic growth. However, despite its export-oriented nature, this industry faces considerable challenges, including intense global competition, rapidly shifting consumer trends, and limitations in accessing financial resources and adopting new technologies.

This study adopts a quantitative explanatory research design using a survey method to address these issues. Data were collected through structured questionnaires distributed to business actors in the local wig industry cluster, and analyzed using the Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) technique. The theoretical framework is grounded in the Resource-Based View (RBV), emphasizing how strategic internal resources—such as technological capabilities, innovation capacity, and financial strength—can shape competitive advantage.

The empirical findings reveal that digitalization, product innovation, and access to financing each have a positive and significant impact on sales performance. Furthermore, the results confirm that market adaptation speed serves as a key mediating factor, strengthening the indirect relationship between the independent variables and sales performance. This indicates that companies that are able to rapidly adapt to market dynamics—through digital platforms, innovative offerings, and financial flexibility—are more likely to achieve sustainable sales growth.

The study contributes to both theoretical and practical domains. Theoretically, it extends the RBV framework by incorporating market responsiveness as a dynamic capability that links internal resources to firm performance. Practically, the findings offer insights for business practitioners, policy-makers, and financial institutions in designing strategies and support systems that foster digital transformation, encourage innovation, and improve financing accessibility in labor-intensive industries such as the wig sector.

Keywords: *Digitalization, Product Innovation, Financing Access, Market Adaptation Speed, Sales Performance, Resource-Based View.*