

ABSTRAK

Selain menghargai jasa para pahlawannya, bangsa yang besar adalah bangsa yang memiliki sektor perekonomian maupun perdagangan yang kuat dan mandiri. Bangsa Indonesia adalah bangsa yang besar dengan berbagai keunggulan kompetitif yang dimiliki. Salah satu wadah untuk mengoptimalkan keunggulan kompetitif bangsa Indonesia khususnya pada sektor perekonomian dan perdagangan adalah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh strategi orientasi bisnis terhadap inovasi pada sektor UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Strategi orientasi bisnis sebagai variabel independen akan terbagi kedalam strategi orientasi pasar dan strategi orientasi kewirausahaan. Sedangkan inovasi sebagai variabel dependen akan terbagi kedalam inovasi mengikuti pasar dan inovasi mengarahkan pasar. Sampel dalam penelitian ini adalah pemilik atau pengelola dari suatu unit bisnis yang tergolong kedalam kategori usaha mikro, kecil dan menengah yang beroperasi dan berdomisili di Provinsi DIY. Data sampel diolah berjumlah 117 sampel yang didapat dengan metode survei melalui media kuesioner *online*. Analisis data dilakukan dengan metode analisis linear berganda pada semua hipotesis.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semua hipotesis terdukung. Seluruh variabel independen juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap seluruh variabel dependen pada penelitian ini.

Kata kunci:Strategik,strategi orientasi pasar, strategi orientasi kewirausahaan, inovasi, inovasi mengikuti pasar, inovasi mengarahkan pasar, UMKM.

ABSTRACT

In addition to appreciating the services of the heroes, a great nation is a nation that has a strong and independent economic and trade sector. Indonesia is a great nation with various keunggulan kompetitif possessed. One of the ways to optimize the keunggulan kompetitif of Indonesia, especially in the economic and trade sector is small and medium enterprises (SME).

This study aims to examine the effect of business orientation strategy on innovation in the SME sector in the Special Region of Yogyakarta (DIY). Business orientation strategy as an independent variable will be divided into market orientation strategy and entrepreneurial orientation strategy. Innovation as a dependent variable will be divided into market driven innovation and driving markets innovation. The sample in this study is the pemilik or manajer of a business unit belonging to the category of micro, small and medium enterprises that operate and domiciled in the Province of Yogyakarta. The sample data that was processed is 117 samples, obtained by survey method through the media of online questionnaire. Data analysis was conducted through multiple linear analysis method on all hypothesis.

The results of this study indicate that all hypotheses are supported. All independent variables also have a positive and significant effect on all dependent variables in this study.

Keywords: *Strategic, market orientation strategy, entrepreneurial orientation strategy, innovation, market driven innovation, driving markets innovation, SMEs.*