

Abstrak

Kinerja mencerminkan tingkat pencapaian dalam melaksanakan program, kegiatan, atau kebijakan untuk mencapai sasaran, tujuan, dan visi. Orientasi strategis dan inovasi adalah faktor kunci dalam meningkatkan kinerja industri kecil dan menengah (IKM). Namun, bukti empiris mengenai dampak inovasi produk dan proses terhadap kinerja IKM masih terbatas. Penelitian ini bertujuan menguji efek mediasi inovasi produk dan proses antara orientasi strategis (orientasi pasar, kewirausahaan, dan pelanggan) dan kinerja IKM Batik di Bantul. Bantul, sebagai wilayah dengan jumlah IKM batik terbanyak di DIY, menunjukkan kualitas produksi yang baik meskipun menghadapi penurunan jumlah unit usaha dan fluktuasi pendapatan dalam beberapa tahun terakhir. Data dikumpulkan melalui survei kuesioner dari 172 IKM batik tulis dan dianalisis menggunakan partial least square structural equation modeling (PLS-SEM). Hasil analisis menunjukkan bahwa orientasi pasar, pelanggan, dan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap inovasi produk dan proses. Selain itu, inovasi produk dan proses secara signifikan memediasi hubungan antara orientasi strategis dan kinerja IKM. Implikasi temuan ini adalah penguatan orientasi strategis dapat mendorong inovasi produk dan proses, yang pada gilirannya meningkatkan kinerja IKM.

Kata Kunci: *PLS-SEM, Batik Tulis, IKM Bantul, Orientasi Strategis, Inovasi, Kinerja Perusahaan*