

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak social media orientation terhadap peningkatan *innovation performance* UKM dan *business intelligence* (*social intelligence* dan *digital intelligence*). Perkembangan teknologi yang sangat pesat, memudahkan dalam mengakses dan melakukan segala aktivitas. Oleh karena itu UKM perlu menerapkan digitalisasi agar dapat bersaing dengan UKM lainnya dengan cara meningkatkan kemampuan social intelligence dan digital intelligence pada UKM dalam penggunaan sosial media sebagai alat bisnis untuk meningkatkan kinerja inovasi UKM. Penelitian ini dilakukan pada 109 pemilik UKM di Provinsi Jawa Tengah yang menjadi responden dengan kriteria telah menggunakan teknologi digital (sosial media) sebagai alat bisnis dan sudah beroperasi selama 1 tahun. Jenis data penelitian pada penelitian ini diperoleh dari data primer. Data primer diperoleh langsung dari sumber utama baik dari individu atau perorangan yaitu kuesioner dalam bentuk google form yang disebar melalui whatsapp secara pribadi pada tiap responden. Metode analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada *social intelligence* dan *digital intelligence* terhadap *social media orientation* pada UKM sedangkan *social media orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *innovation performance*. Kinerja inovasi UKM dapat ditingkatkan melalui penggunaan sosial media yang bersumber dari *social intelligence* dan *digital intelligence*.

Kata Kunci : *Social Intelligence, Digital Intelligence, Social Media Orientation, Innovation Performance*

ABSTRACT

This study aims to determine the impact of social media orientation on improving the performance of SME innovation and business intelligence (social intelligence and digital intelligence). The development of technology is very rapid, making it easy to access and carry out all activities. Therefore SMEs need to implement digitalization in order to compete with other SMEs by increasing the ability of social intelligence and digital intelligence in SMEs in the use of social media as a business tool to improve the performance of SME innovations. This research was conducted on 109 SME owners in Central Java Province who were respondents with the criteria of using digital technology (social media) as a business tool and had been operating for 1 year. The type of research data in this study were obtained from primary data. Primary data were obtained directly from the main sources either from individuals or individuals, namely a questionnaire in the form of a google form that was distributed via WhatsApp personally to each respondent. The data analysis method used is Partial Least Square (PLS). The results showed that there was a positive and significant influence on social intelligence and digital intelligence on social media orientation in SMEs, while social media orientation had a positive and significant effect on innovation performance. SME innovation performance can be improved through the use of social media sourced from social intelligence and digital intelligence.

Keyword : Social Intelligence, Digital Intelligence, Social Media Orientation, Innovation Performance