

**THE INFLUENCE OF MARKET ORIENTATION AND
ENTREPRENEURIAL ORIENTATION ON PERFORMANCE
MARKETING OF SMALL MEDIUM ENTERPRISES IN THE
REGION'S CULINARY CIGANJUR IN SOUTH JAKARTA**

By

Rizki Aulia

Abstract

This study analyzes the influence of market orientation and entrepreneurial orientation on performance marketing on SMALL MEDIUM ENTERPRISES in the region's culinary Ciganjur in South Jakarta. As for the purpose of this research was carried out to: (1) determine whether market orientation effect on performance marketing; (2) determine whether entrepreneurial orientation effect on performance marketing. The sampling techniques used in this research is a nonprobability sampling method sampling sampling that is saturated. The source of the data obtained in this research through a process of dissemination of the questionnaire to the 44 respondents where the respondents in this study i.e. SMEC culinary registered in Ciganjur in South Jakarta neighborhood. Analysis tool used is Software Partial Least Square (PLS) 3.0. As for based on the analysis, the results obtained in this study by using Software PLS, namely: (1) the market orientation of the significant effect on performance marketing SMEC culinary; (2) the entrepreneurial orientation has no effect significantly to performance marketing SMEC culinary. Of the two independent variables namely market orientation and entrepreneurial orientation which contribute the greatest market orientation is variable.

Keywords: *Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, and Performance Marketing.*

PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN UMKM KULINER DI WILAYAH CIGANJUR JAKARTA SELATAN

Oleh

Rizki Aulia

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM kuliner di wilayah Ciganjur Jakarta Selatan. Adapun tujuan dilaksanakan penelitian ini untuk : (1) mengetahui apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran; (2) mengetahui apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan metode pengambilan sampel yaitu *sampling jenuh*. Sumber data yang diperoleh pada penelitian ini melalui proses penyebaran kuesioner kepada 44 responden dimana responden pada penelitian ini yaitu UMKM kuliner yang terdaftar dikelurahan Ciganjur Jakarta Selatan. Alat analisis yang digunakan adalah *Software Partial Least Square* (PLS) 3.0. Adapun berdasarkan analisis, hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dengan menggunakan *Software PLS* yaitu : (1) orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner; (2) orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner. Dari kedua variabel independen yaitu orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan yang memberikan kontribusi terbesar adalah variabel orientasi pasar.

Kata kunci: Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Kinerja Pemasaran