

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada UMKM di Kabupaten Banyumas, dengan inovasi produk sebagai variabel mediasi. Sampel penelitian terdiri dari 199 pelaku UMKM yang memenuhi kriteria tertentu, dengan data yang dikumpulkan melalui kuesioner *online* menggunakan *Google Form*. Analisis data dilakukan menggunakan AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, serta terhadap inovasi produk. Selain itu, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Inovasi produk memediasi pengaruh antara orientasi pemasaran terhadap kinerja pemasaran secara signifikan. Temuan ini memberikan wawasan baru tentang pentingnya orientasi pemasaran dan inovasi produk dalam meningkatkan kinerja pemasaran UMKM.

Kata Kunci: Inovasi Produk; Kinerja Pemasaran; Orientasi Pemasaran; Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have a strategic role in driving local economic growth. This study aims to analyze the effect of marketing orientation on marketing performance in MSMEs in Banyumas Regency, with product innovation as a mediating variable. The research sample consisted of 199 MSME actors who met certain criteria, with data collected through an online questionnaire using Google Form. Data analysis was carried out using AMOS. The results of the study indicate that marketing organization has a positive and significant effect on marketing performance, as well as on product innovation. In addition, product innovation has a positive and significant effect on marketing performance. Product innovation significantly mediates the influence between marketing organization and marketing performance. These findings provide new insights into the importance of marketing orientation and product innovation in improving the marketing performance of MSMEs.

Keywords: *Product Innovation; Marketing Performance; Marketing Orientation; Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs).*

