

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan dan menganalisis pengaruh dari orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing industri batik di kota Semarang. Untuk keperluan tersebut, penelitian memilih 40 pengrajin dan pemilik industri batik di kota Semarang. Temuan menunjukkan orientasi pasar dan inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran. Penelitian juga menemukan bahwa keunggulan bersaing benar-benar menjadi mediasi penting dalam menjembatani hubungan orientasi pasar dan inovasi produk dengan kinerja pemasaran. Dengan memeriksa literatur beragam orientasi pasar, inovasi produk, keunggulan bersaing serta kinerja pemasaran, temuan penelitian ini memberikan analisis yang unik tentang inovasi produk batik di Semarang terhadap kinerja pemasaran pada UMKM industri batik di kota Semarang. Diskusi konseptual dan hasil empiris memperpanjang penelitian sebelumnya tentang budaya inovasi dan orientasi pelanggan pada UMKM industri batik.

Kata Kunci : orientasi pasar, inovasi produk, keunggulan bersaing, kinerja pemasaran.

ABSTRACT

The purpose of this study was to describe and analyze the influence of market orientation and product innovation on marketing performance through the competitive advantage of the batik industry in the city of Semarang. For this purpose, the study chose 40 batik craftsmen and owners in the city of Semarang. Findings show market orientation and product innovation have a positive effect on competitive advantage and marketing performance. The research also found that competitive advantage really became an important mediation in bridging market orientation relations and product innovation with marketing performance. By examining literature on various market orientations, product innovations, competitive advantages and marketing performance, the findings of this study provide a unique analysis of the innovation of batik products in Semarang on the marketing performance of the SMEs in the batik industry in Semarang. Conceptual discussions and empirical results extend previous research on the culture of innovation and customer orientation in the batik industry SMEs.

Keywords: market orientation, product innovation, competitive advantage, marketing performance.