

ABSTRAK

Cipta Cahyani. 3402200479. Pengaruh Orientasi Pasar dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada UMKM di Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis). Dibawah bimbingan Dr. Hj. Aini Kusniawati, M.M. (Pembimbing I) dan Faizal Haris Eko Prabowo, S.E.,M.M (Pembimbing II).

Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Baregbeg mempunyai peran sangat penting dalam pembangunan ekonomi masyarakat karena dapat menyerap tenaga kerja, namun demikian UMKM di Kecamatan Baregbeg menghadapi berbagai permasalahan diantaranya kurangnya kemampuan untuk beradaptasi terhadap pengaruh lingkungan yang dinamis, kurang cekatan dalam melihat peluang pasar, kurangnya inovasi dan kreatif dalam mengantisipasi berbagai tantangan. Sedangkan kelemahan internal yang dihadapi UMKM yaitu kurangnya kemampuan manajerial dan keterampilan, kurangnya akses terhadap teknologi informasi, pemasaran, permodalan dan pasar. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar dan strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada UMKM di Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa: Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM di Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis dan memiliki hubungan sangat kuat. Dengan kata lain jika Orientasi pasar meningkat maka akan meningkatkan kinerja pemasaran. Strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM di Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis dan memiliki hubungan kuat. Dengan kata lain jika Strategi pemasaran meningkat maka akan meningkatkan kinerja pemasaran. Orientasi pasar dan strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM di Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis memiliki hubungan sangat kuat. Dengan kata lain jika orientasi pasar dan strategi pemasaran meningkat maka akan meningkatkan kinerja pemasaran.

Kata Kunci : Orientasi Pasar, Strategi Pemasaran, Kinerja Pemasaran.