ABSTRAK

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Efisiensi Pemasaran, Dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Cengkeh di Desa Gebugan

Viery Setiaji
Fakultas Ekonomi, Hukum, dan Humaniora
Universitas Ngudi Waluyo
setiaavan@gmail.com

Dosen Pembimbing:
Ari Siswati, S.Kom., S.M., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak orientasi kewirausahaan, efisiensi pemasaran, dan keunggulan kompetitif terhadap kinerja pemasaran usaha cengkeh di Desa Gebugan, Kecamatan Bergas, Kabupaten Semarang. Usaha cengkeh di wilayah ini memiliki kapasitas produksi yang cukup besar, namun menghadapi berbagai kendala pemasaran, termasuk inovasi yang terbatas, jaringan distribusi yang panjang, dan daya saing produk yang kurang memadai di pasar. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif melalui teknik survei. Data primer dikumpulkan melalui survei yang diberikan kepada pemilik usaha cengkeh di Desa Gebugan. Pendekatan statistik digunakan untuk menganalisis data dan menilai pengaruh parsial dan simultan antar variabel. Temuan menunjukkan bahwa sikap kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran dengan demikian, peningkatan inovasi, proaktivitas, dan pengambilan risiko di antara para pengusaha berkorelasi dengan peningkatan keberhasilan pemasaran. Efisiensi pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran, sebagaimana dibuktikan oleh manajemen biaya, margin pemasaran, dan pemilihan saluran distribusi yang sesuai. Selain itu, keunggulan bersaing memberikan pengaruh positif dan substansial terhadap kinerja pemasaran, terutama melalui kualitas produk, penetapan harga yang kompetitif, dan perluasan akses pasar. Secara bersamaan, ketiga variabel ini menunjukkan dampak positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran usaha cengkeh. Penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan sikap kewirausahaan, efisiensi pemasaran, dan pembentukan keunggulan bersaing terintegrasi dapat secara efektif meningkatkan kinerja pemasaran dan daya saing perusahaan cengkeh baik di tingkat lokal maupun regional.

Kata Kunci: *Orientasi Kewirausahaan, Efisiensi Pemasaran, Keunggulan Bersaing, Kinerja Pemasaran, Usaha Cengkeh*

ABSTRACT

The Influence of Entrepreneurial Orientation, Marketing Efficiency, and Competitive Advantage on the Marketing Performance of Clove Businesses in Gebugan Village

Viery Setiaji
Faculty of Economics, Law, and Humanities
Ngudi Waluyo University
setiaavan@gmail.com

Supervisor:
Ari Siswati, S.Kom., S.M., M.M.

This study aims to examine the impact of entrepreneurial orientation, marketing efficiency, and competitive advantage on the marketing performance of clove businesses in Gebugan Village, Bergas District, Semarang Regency. Clove businesses in this area have a substantial production capacity, but face various marketing constraints, including limited innovation, a long distribution network, and inadequate product competitiveness in the market. This study used a quantitative methodology through a survey technique. Primary data were collected through a survey administered to clove business owners in Gebugan Village. A statistical approach was used to analyze the data and assess the partial and simultaneous effects between variables. The findings indicate that entrepreneurial attitudes have a positive and significant effect on marketing performance; thus, increased innovation, proactivity, and risk-taking among entrepreneurs are correlated with increased marketing success. Marketing efficiency has a positive effect on marketing performance, as evidenced by cost management, marketing margins, and the selection of appropriate distribution channels. In addition, competitive advantage has a positive and substantial effect on marketing performance, particularly through product quality, competitive pricing, and expanded market access. Together, these three variables demonstrate a positive and significant impact on the marketing performance of clove businesses. This study shows that improving entrepreneurial attitudes, marketing efficiency, and establishing integrated competitive advantages can effectively improve the marketing performance and competitiveness of clove companies at both local and regional levels.

Keywords: *Entrepreneurial Orientation, Marketing Efficiency, Competitive Advantage, Marketing Performance, Clove Business.*