

Pengaruh Entrepreneurial Marketing Dan Network Relationship Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Anggota Program Pengembangan Kewirausahaan Terpadu (Pkt) Bidang Kuliner Di Kota Jakarta Selatan = The Impact Of Entrepreneurial Marketing And Network Relationship On Msmes Performance Of Culinary Msmes In South Jakarta

Azra Mashita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920575131&lokasi=lokal>

Abstrak

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional dan dinilai mampu menjadi tulang punggung pertumbuhan ekonomi. Persaingan pada lingkungan yang kompetitif dan keadaan yang terus berubah menjadi tantangan bagi UMKM. Untuk dapat terus bertahan dan tumbuh dalam segala tantangan yang selalu terjadi adalah dengan meningkatkan kinerja. Entrepreneurial marketing dan network relationship dinilai menjadi dua faktor utama yang memengaruhi kinerja UMKM. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kedua variabel tersebut terhadap kinerja UMKM. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang data nya bersumber pada kuesioner dari 150 pelaku UMKM kuliner yang tergabung dalam program Pengembangan Kewirausahaan Terpadu (PKT) di Kota Jakarta Selatan. Penelitian ini menemukan bahwa entrepreneurial marketing dan network relationship memengaruhi kinerja UMKM baik secara parsial maupun simultan.Micro, small & medium enterprises (MSMEs) has important and strategic role in national economic development and capable of being the backbone of economic growth. Competitive and always changing environment are challenges for MSMEs. One way to continue to survive and grow in every challenges is to improve performance. Entrepreneurial marketing and network relationships are considered to be two main factors that affect the performance of MSMEs. The purpose of this study was to determine how the influence of these two variables on the performance of MSMEs. This study used quantitative approach with data sourced from questionnaire filled by 150 culinary SMEs from integrated entrepreneurship program by government in South Jakarta. This study found that entrepreneurial marketing and network relationships affect the performance of MSMEs either partially or simultaneously.