

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah membangun kapabilitas relasional cerdas dalam menjembatani kesenjangan penelitian antara orientasi kewirausahaan dan kinerja pemasaran.

Perusahaan pada industri kerajinan kayu yang berada di wilayah Kota Bandung, Yogyakarta, dan Surakarta yang telah dianggap sebagai kota kreatif di Indonesia dijadikan sebagai sampel. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan kombinasi *purposive sampling* dan *convenience sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang diberikan secara langsung kepada responden. Total data yang dapat dianalisis lebih lanjut sebanyak 191 responden. Analisis data menggunakan Model Persamaan Struktural (*Structural Equation Modeling* – SEM) dengan bantuan program AMOS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kapabilitas relasional cerdas berperan sebagai pemediasi hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja pemasaran. Selain itu, ditemukan pula bahwa keunggulan penciptaan nilai dan keunggulan jejaring berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran. Sehingga, untuk meningkatkan kinerja pemasaran, maka perusahaan perlu membangun kapabilitas relasional cerdas dengan mengembangkan relasi bisnis yang menekankan aktivitas berbagi informasi dan pengetahuan, berkarakter resiprokal, dan berorientasi solutif.

**Kata kunci:** orientasi kewirausahaan, kapabilitas relasional cerdas, kualitas jejaring sosial, keunggulan bersaing, kinerja pemasaran