

ABSTRAK

Usaha kecil dan menengah terus mengoptimalkan kinerja bisnisnya sebagai upaya merespon perubahan dan persaingan yang kompetitif. Oleh karena itu memiliki sumber daya yang unggul menjadi point penting bagi perusahaan dalam memenangkan persaingan. Latar belakang penelitian ini terdapat kesenjangan riset (*research gap*) orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran. Kesenjangan penelitian dan perbedaan hasil tersebut mendorong pengembangan penelitian ini.

Model konseptual baru yang dikembangkan dalam penelitian berakar pada *resource advantage theory of competition*. *Preemptive Market Exploitability* (PME) diajukan sebagai variabel mediasi dalam mengisi gap penelitian orientasi kewirausahaan dan kinerja pemasaran. Sintesis dari teori tersebut menjawab permasalahan yang telah diuraikan dan menjadi gambaran strategi perusahaan meningkatkan kinerja bisnisnya. *Preemptive Market Exploitability* adalah kemampuan perusahaan lebih dahulu mengeksploitasi pasar dengan karakteristik cepat mengambil keputusan bisnis, cepat memberikan solusi terhadap kebutuhan dan permintaan pasar serta menyelaraskan permintaan pasar masa depan, secara kontinu memberikan dukungan pada sumber daya untuk mengupgrade kompetensinya agar cepat mengembangkan dan memperkenalkan produk pada pasar.

Non probability sampling dengan teknik *purposive sampling* menjadi pilihan dalam penelitian ini. Sampel akhir dalam penelitian ini adalah 264 pemilik usaha pada industri kreatif sub sektor kriya pada empat Kabupaten di Jawa Tengah. Program SPSS dan model persamaan struktural SEM AMOS versi 22 digunakan untuk menganalisis data serta menguji hipotesis.

Analisis kuantitatif menghasilkan penerimaan hipotesis yang diajukan dengan beberapa temuan signifikan. Temuan yang paling penting adalah bahwa perusahaan harus berinvestasi pada pengembangan sumber daya agar *preemptive market exploitability* menjadi kemampuan sekaligus aset strategis perusahaan dalam meningkatkan kinerja pemasaran. Kontribusi penelitian ini memberikan perspektif baru mengenai peran manajemen sangat penting dalam mengkonfigurasi strategi berdasarkan keunggulan sumber daya dikembangkan dan dinamika persaingan harus dipahami sebagai strategi yang memprovokasi ketidakseimbangan melalui strategi inovasi. *Preemptive market exploitability* memberikan bukti bahwa konsep tersebut sangat layak disebut sebagai novelty yang kontributif

Keywords: *Entrepreneurial Orientation, preemptive market exploitability, Quality based differentiation, market orientation, technology capability, marketing performance*