

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk membangun sebuah model konsep, menggambarkan, dan membuktikan secara empiris bagaimana pengelolaan modal relasional sebagai pengungkit kinerja pemasaran berdasarkan perspektif teori berbasis sumber daya untuk memberikan kontribusi pada badan ilmu pengetahuan. Sampel dari penelitian ini adalah pemilik/pengelola UMKM Mebel atau Furnitur di Provinsi Jawa Tengah. Metode pengambilan populasi dalam studi menggunakan *probability sampling* dengan teknik berkelompok atau pengambilan sampel yang tidak proporsional. Kuesioner yang layak dianalisis sebanyak 349 responden. Variabel dalam penelitian ini sebanyak 5 variabel dengan jumlah indikator 27 indikator reflektif. Analisis data menggunakan pemodelan persamaan struktural dengan AMOS versi 24 dan peran pengujian mediasi pada model penelitian mengikuti tahapan Baron dan Kenny (1986). Berdasarkan tujuh hipotesis yang diajukan dalam penelitian menunjukkan secara empiris enam (6) hipotesis didukung dan satu (1) hipotesis ditolak yaitu hipotesis ke empat.

Berdasarkan hasil pengujian peran variabel mediasi atau konsep baru yaitu kualitas mengorkestrasi jejaring memperoleh dukungan secara empiris berperan sebagai variabel mediasi hubungan antara modal relasional terhadap kinerja pemasaran. Temuan penelitian menawarkan dua (2) alternatif strategi sebagai pengungkit peningkatkan kinerja pemasaran. Temuan hasil penelitian berimplikasi pada teori dan manajerial agar pemilik/pengelola UMKM fokus pada kualitas mengorkestrasi jejaring untuk mengungkit kinerja pemasaran. Selain itu, temuan penelitian memberikan kontribusi dan menawarkan pengalaman baru dalam pengelolaan industri mebel.

Kata kunci: *modal relasional, kualitas mengorkestrasi jejaring, kemampuan pemasaran kewirausahaan, kemampuan penciptaan nilai bersama, kinerja pemasaran.*