

ABSTRAK

Purpose - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana dampak penerapan *entrepreneurial marketing* terhadap kinerja bisnis UMKM. Munculnya konsep *Entrepreneurial Marketing (EM)* merupakan respon dari beberapa hasil penelitian yang menunjukkan adanya ketidakcocokan antara teori pemasaran tradisional dengan UMKM. Penelitian dilakukan secara kualitatif, dengan melakukan pengumpulan data melalui wawancara dan juga dokumentasi. Data penelitian menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik validitas data menggunakan metode triangulasi. Temuan pada penelitian ini untuk mengetahui seperti apa dan bagaimana penerapan *EM* serta dampaknya pada UMKM kerajinan keramik di Klampok Banjarnegara. Temuan pada penelitian ini menyatakan bahwa *entrepreneurial marketing* memberikan dampak positif terhadap kinerja bisnis peaku usaha kerajinan keramik di Banjarnegara, meskipun belum seluruh pelaku usaha menerapkannya. *Research limitations/implications* – penelitian ini belum dilakukan di seluruh bidang, dan baru terbatas di Banjarnegara, sehingga diharapkan untuk kedepannya penelitian terkait penerapan *entrepreneurial marketing* bisa diterapkan pada objek dan lokasi lain agar bisa dilihat dampaknya secara lebih luas.

Kata Kunci: *Entrepreneurial Marketing*, **UMKM, Kerajinan Keramik Banjarnegara, Kinerja Binsis**