

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pemasaran Sosial Media dapat memengaruhi Kinerja Pemasaran pada UMKM Mebel di Jepara, dengan menggunakan pendekatan Service-Dominant Logic (SDL). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan melibatkan 179 pengelola UMKM mebel sebagai responden. Fokus utama penelitian adalah pada strategi Pemasaran Sosial Media, Ambideksritas Penjualan-Layanan, Orientasi Pasar, serta Kecepatan Masuk Pasar dan Cakupan, untuk melihat pengaruhnya terhadap Kinerja Pemasaran. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) untuk menguji kebenaran dari hipotesis yang diajukan. Hasilnya menunjukkan bahwa strategi Pemasaran Sosial Media yang dijalankan dengan baik bisa berdampak positif dan signifikan terhadap Ambideksritas Penjualan-Layanan, yang kemudian dapat meningkatkan Kinerja Pemasaran. Artinya, semakin aktif dan bermakna interaksi dengan pelanggan di media sosial, maka hasil pemasaran pun bisa lebih baik. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kemampuan untuk memahami kebutuhan pelanggan turut memengaruhi Ambideksritas Penjualan-Layanan dan Kecepatan Masuk Pasar dan Cakupan, yang pada akhirnya ikut mendorong peningkatan Kinerja Pemasaran. Temuan ini menunjukkan pentingnya memahami pelanggan dan memperluas jangkauan pasar saat memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran. Kontribusi utama dari penelitian ini adalah pembuktian bahwa Ambideksritas Penjualan-Layanan dan Kecepatan Masuk Pasar dan Cakupan menjadi penghubung penting antara Pemasaran Sosial Media dan Kinerja Pemasaran. Artinya, keberhasilan pemasaran bukan hanya dari seberapa aktif promosi dilakukan, tetapi juga dari seberapa besar nilai yang bisa diciptakan untuk pelanggan dan sejauh mana pasar bisa dijangkau. Model ini menekankan perlunya fokus pada pendekatan Pemasaran Sosial Media yang strategis, membuat dalam memahami kebutuhan pelanggan yang selaras dengan konsumen, dan membina resonansi nilai yang tulus dengan pelanggan. Dengan melakukan itu, perusahaan-perusahaan ini dapat secara signifikan meningkatkan Kinerja Pemasaran mereka dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.

Kata kunci: Pemasaran Sosial Media, Kinerja Pemasaran, Service-Dominant Logic (SDL), Ambideksritas Penjualan-Layanan, Orientasi Pasar, Kecepatan Masuk Pasar dan Cakupan, UMKM Mebel, Jepara.