

ABSTRAK

Persaingan industri fashion lokal di era digital menuntut setiap merek untuk menerapkan pendekatan strategis yang efektif guna meningkatkan kinerja penjualan. Roughneck 1991 sebagai salah satu brand fashion Indonesia beroperasi dalam lingkungan yang dinamis, dipengaruhi oleh perilaku konsumen, kompetisi platform, serta keselarasan strategi organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Entrepreneurial Strategy-Making dan Simplistic Strategy-Making terhadap Sales Performance, dengan Work Discretion, Management Support, Creative Selling, dan Sales Innovativeness sebagai variabel mediasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 255 responden yang berhasil dikumpulkan melalui kuesioner online yang disebarakan kepada konsumen yang pernah membeli produk Roughneck 1991 melalui platform Shopee. Data dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan software AMOS untuk menguji pengaruh langsung, tidak langsung, dan total antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis (H1–H10) terbukti positif signifikan. Entrepreneurial dan Simplistic Strategy-Making berpengaruh positif terhadap Work Discretion dan Management Support. Selanjutnya, Work Discretion dan Management Support berpengaruh signifikan terhadap Creative Selling dan Sales Innovativeness. Pada akhirnya, Creative Selling dan Sales Innovativeness berpengaruh positif signifikan terhadap Sales Performance, dengan Sales Innovativeness menjadi faktor yang paling dominan.

Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa strategi organisasi—baik yang berorientasi kewirausahaan maupun yang bersifat sederhana—memiliki peran penting dalam mendorong kreativitas, inovasi, serta peningkatan kinerja penjualan. Penguatan dukungan manajemen dan pemberian otonomi kepada tenaga penjual menjadi mekanisme utama yang memungkinkan berkembangnya perilaku penjualan yang inovatif dan kreatif.

Kata kunci: *Entrepreneurial Strategy-Making, Simplistic Strategy-Making, Work Discretion, Management Support, Creative Selling, Sales Innovativeness, Sales Performance*