

ABSTRAK

Penelitian ini dirumuskan berdasarkan adanya penurunan kinerja UMKM makanan dan minuman di Jawa Tengah akibat adanya pandemi Covid-19. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, inovasi terhadap kinerja pemasaran yang dimoderasi oleh ketidakpastian lingkungan. Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* (*voluntary sampling*) dengan teknik yang digunakan untuk mengambil sampel adalah sampel acak. Teknik analisis data yang digunakan adalah PLS (*Partial Least Square*) dengan menggunakan alat bantu *software* SmartPLS 3.2.9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 6 hipotesis penelitian yang ada, hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa hipotesis 1, hipotesis 2, dan hipotesis 3 dapat diterima yang menunjukkan bahwa variabel orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan inovasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, sedangkan hipotesis 4a, hipotesis 4b, dan hipotesis 4c dinyatakan ditolak yang menunjukkan bahwa variabel ketidakpastian lingkungan tidak mampu memoderasi hubungan antara variabel orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan inovasi dengan kinerja pemasaran.

Kata Kunci: *Moderasi; Ketidakpastian Lingkungan; Kinerja Pemasaran.*