

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh *entrepreneurial marketing* terhadap Kinerja Pemasaran. Subjek penelitian ini adalah 100 Pelaku UMK di Kota Pekalongan yang bermitra dengan Shopee *e-Commerce*. *Entrepreneurial marketing* diukur dengan *proactive, innovation, value creation, opportunity focused, customer intensity, risk-taking* dan *resource leveraging*. Banyak pelaku usaha yang bermitra hanya mengikuti trend pemasaran yang terjadi tanpa menganalisis strategi yang ada. Karena tidak semua jenis usaha cocok dengan fasilitas yang disediakan oleh Shopee. Seperti halnya barang yang dijual dengan harga yang cukup tinggi diperjualbelikan dan memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh Shopee dan beberapa produk jasa tidak cocok menggunakan fasilitas yang disediakan Shopee. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini membuktikan dan memberi kesimpulan bahwa: (1) *proactive* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pemasaran; (2) *innovation* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran; (3) *value creation* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran; (4) *opportunity focused* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pemasaran; (5) *customer intensity* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran; (6) *risk-taking* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pemasaran; dan (7) *resource leveraging* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Kata Kunci : *Entrepreneurial Marketing, Kinerja Pemasaran, UMK*