

## ABSTRAK

Perusahaan roti kecil dan menengah (UKM), pada satu sisi, masih banyak menghadapi permasalahan antara lain masalah sumber daya manusia dan pemasaran, di sisi lain UKM mempunyai kekuatan yang tidak hanya pada kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja, tetapi juga mempunyai peran dalam pembangunan ekonomi Nasional.

Tujuan penelitian ini adalah mengembangkan pembelajaran generatif berbasis budaya untuk meningkatkan inovasi akulturasi dan kinerja pemasaran pengusaha roti di propinsi Jawa Tengah.

Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 131 responden para pengusaha roti di Provinsi Jawa Tengah. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan kriteria sampel UKM roti yang telah terdaftar dalam Disperindag, Mempunyai tenaga kerja minimal satu tenaga kerja; Dengan nilai investasi minimal Rp 1.000.000; Sedangkan metode analisis yang dipakai adalah analisis full model (SEM).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa portofolio pengetahuan produk akulturasi, dengan dimensi melahirkan ide-ide kreatif, menampung aspirasi dan menghasilkan produk akulturatif berpengaruh terhadap inovasi produk akulturasi. Selanjutnya, inovasi produk akulturasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, pada akhirnya keunggulan bersaing berpengaruh pada kinerja pemasaran. Pembelajaran generatif berbasis budaya hanya membahas ide-ide kreatif, menggali dan menampung aspirasi, sehingga kemampuan menjelaskan masih rendah, oleh karena itu perlu menambah indikator lain misalnya komitmen dan atau visi perusahaan.

**Kata kunci** ; portofolio pengetahuan produk akulturasi, inovasi produk akulturasi, keunggulan bersaing, kinerja pemasaran, perusahaan roti

