

BAB I

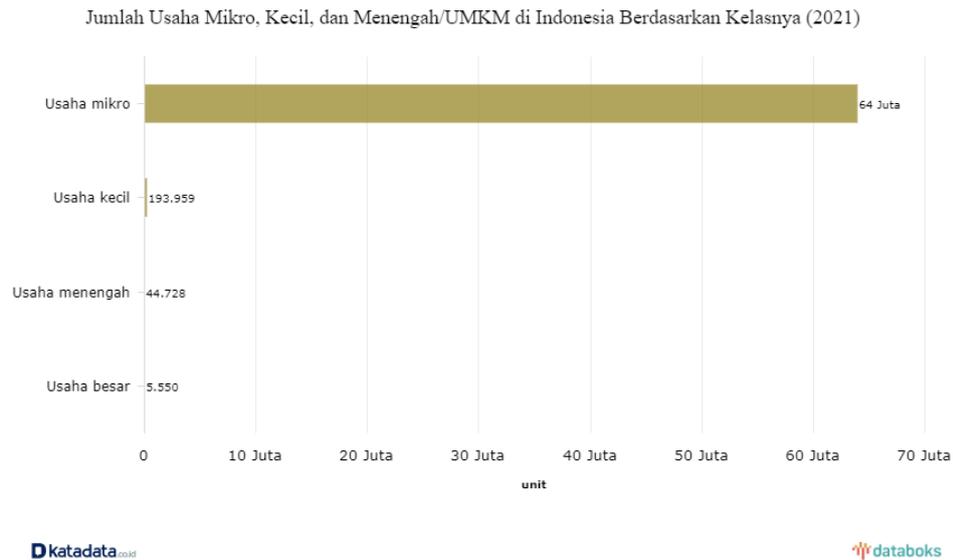
PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Di Indonesia Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi yang besar dalam mengembangkan perekonomian di Indonesia karena memberikan PDB terbesar bagi negara. Berdasarkan yang tertuang dalam Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), pengertian UMKM adalah sebuah usaha yang dijalankan oleh pelaku usaha secara perorangan, rumah tangga, ataupun badan usaha berskala kecil. UMKM ini banyak memberikan dampak dalam mengurangi banyaknya pengangguran dengan memberikan lapangan kerja yang mampu diberikan oleh UMKM tersebut.

UMKM dikatakan sebagai ujung tombak Pembangunan ekonomi karena UMKM dapat menyerap tenaga kerja yang cukup besar dan berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan, selain itu UMKM juga sudah diakui sebagai salah satu yang paling penting dalam perekonomian terlepas dari ukuran perekonomiannya (Saleh dan Nelson dalam Hidayat et al., 2022).

Kondisi tersebut sangat memungkinkan karena eksistensi UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, dengan alasan jumlah industri yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi; potensi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, dan kontribusi UMKM dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) sangat dominan (Hidayat et al., 2022).



Sumber: databoks.katadata.co.id

Gambar 1. 1

Jumlah UMKM di Indonesia

Berdasarkan gambar diatas UMKM merupakan pilar perekonomian terpenting di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah pada triwulan I tahun 2021, jumlah usaha mikro, kecil dan menengah di Indonesia mencapai 64,2 juta. Kontribusinya terhadap PDB mencapai 61,07% atau 8573,89 triliun rupiah. UMKM juga mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja dan menarik 60,4% dari total investasi.

Dampak dari banyaknya UMKM di Indonesia terhadap pelaku usaha dapat bersifat positif dan negatif. Dalam kondisi seperti ini, industri ekonomi usaha kecil, menengah, dan mikro di Indonesia berkembang pesat dan banyak masyarakat yang terlibat di dalamnya. Hal ini menimbulkan dampak negatif, salah satunya adalah meningkatnya persaingan.

Persaingan yang semakin ketat mendorong UMKM untuk lebih mampu memahami perubahan struktur dan memilih strategi yang efektif demi mempertahankan posisi bersaingnya dalam menghadapi kompetitor. UMKM dituntut untuk terus bergerak mengikuti perubahan yang ada serta mampu beradaptasi dengan kondisi lingkungan yang dinamis dan semakin modern (Ratihah et al., 2021). Pemilik usaha atau wirausahawan harus mempunyai keunggulan dan strategi agar dapat bertahan dan mempertahankan perusahaannya dalam menghadapi persaingan bisnis (Mohammad et al., 2018).

Oleh karena itu, wirausahawan harus dituntut untuk berorientasi kewirausahaan yang meliputi inovasi, agresivitas, dan berani mengambil risiko. Selain itu, wirausahawan harus mampu mengantisipasi perubahan lingkungan bisnis dan berinovasi dengan cepat, yang biasa disebut dengan kemampuan inovasi. Hal-hal tersebut dapat menunjang peningkatan kinerja UMKM sendiri. Strategi UKM memainkan peran penting dalam memajukan misi perusahaan, mempertahankan visi, dan membangun keunggulan kompetitif perusahaan (Jardioui et al., dalam Abdulrab et al., 2021).

Sebagai ibu kota provinsi Jawa Barat, Bandung terkenal dengan peran dan fungsinya sebagai pusat pemerintahan, tempat wisata, lembaga pendidikan, dan industri kreatif. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika kota Bandung mengalami perubahan dan perkembangan yang pesat.

Selain itu UMKM di Kota Bandung berkembang cukup pesat dan terus meningkat. Hal itu terbukti dimana pada tahun 2021 Kota Bandung menjadi kota

dengan UMKM paling banyak jika dibandingkan kota lainnya di provinsi Jawa Barat dengan total 464.346 UMKM (Dinas Koperasi dan Usaha Kecil, 2022).

Tabel 1. 1
Data UMKM di 9 Kota Jawa Barat (2021)

No	Kota	Jumlah UMKM
1	Kota Bogor	116.656
2	Kota Sukabumi	53.979
3	Kota Bandung	464.346
4	Kota Cirebon	54.306
5	Kota Bekasi	274.143
6	Kota Depok	219.238
7	Kota Cimahi	76.833
8	Kota Tasikmalaya	123.010
9	Kota Banjar	34.962

Sumber: Opendata.jabarprov.go.id. dari Dinas Koperasi dan Usaha Kecil

Terlihat dari tabel di atas, Kota Bandung memiliki jumlah usaha kecil, menengah, dan mikro terbanyak dibandingkan kota lainnya. Selain karena Bandung sebagai ibu kota Provinsi Jawa Barat, faktor pemicu lain mengapa Bandung memiliki banyak sekali usaha kecil, menengah, dan mikro adalah karena Bandung mempunyai jiwa wirausaha yang kuat dan terdapat industri di kota tersebut, seperti industri tekstil dan pakaian.

Tabel 1. 2
Jumlah UMKM di Kota Bandung Tahun 2023 Berdasarkan Usaha

No	Jenis Usaha	Jumlah
1	Aksesoris	1219
2	Batik	1219
3	Bordir	174
4	Craft	43530
5	Fashion	42486

6	Konveksi	25944
7	Kuliner	187355
8	Makanan	137034
9	Minuman	25422
10	Jasa/lainnya	59201

Sumber: *Opendata.jabarprov.go.id. dari Dinas Koperasi dan Usaha Kecil*

Dalam tabel di atas, bisa dilihat bahwa jenis UMKM kuliner menjadi UMKM dengan jumlah terbanyak sebesar 187.355. Sedangkan untuk industri atau jenis UMKM fashion sendiri berjumlah 42.486 pada tahun 2023. Hal tersebut diperkirakan sudah mencakup *upcycling fashion* dan *rework fashion* yang ada di Kota Bandung. Industri manufaktur adalah kegiatan ekonomi yang mengubah produk dasar (bahan mentah) secara mekanis, kimiawi, atau dengan tangan menjadi barang jadi atau setengah jadi, atau dari barang yang bernilai lebih rendah menjadi barang yang bernilai lebih tinggi yang sifatnya lebih dekat dengan konsumen akhir (Harahap et al., 2023).

Seiring berjalannya perkembangan zaman yang semakin modern, maraknya penjualan *fast fashion* menjadikan jumlah limbah tekstil di dunia pun semakin mengkhawatirkan. Dengan permintaan akan produk fashion yang semakin tinggi, banyak brand fashion yang mulai mengejar produksi massal dalam jangka waktu yang cepat untuk mengejar tren dan permintaan pasar. Namun tidak jarang terjadi hal tersebut berakibat dengan menurunkan kualitas produk, hal ini biasa dikenal dengan istilah *fast fashion* (Annesha & Titisari, 2023). *Fast fashion* merupakan istilah untuk mendeskripsikan produk fashion yang masuk toko paling cepat, murah dan terjangkau dengan tren *catwalk* terbaru (Muthu dalam Annesha & Titisari, 2023).



Tumpukan limbah pakaian (Sumber: <https://phys.org/>) (Rini Anita Putri)

Gambar 1. 2

Limbah Fashion

Dari adanya fenomena tersebut, Industri *fast fashion* menciptakan penumpukan sampah dan limbah pakaian secara besar-besaran. Sayangnya, jutaan sampah dan pakaian bekas seringkali sulit didaur ulang. Menurut BBC.com, hanya 12% limbah *fashion* dunia yang berhasil didaur ulang, dan sisanya mencemari lingkungan. Sulitnya proses daur ulang pakaian erat kaitannya dengan bahan yang kita pakai. Seperti yang kita ketahui bersama, pakaian yang kita kenakan saat ini pada umumnya merupakan perpaduan antara serat, perlengkapan dan aksesoris. Mereka terbuat dari campuran benang alami, filamen buatan manusia, plastik dan logam yang meragukan.

Dengan adanya tren *fast fashion* dan permintaan pasar serta perputaran yang cepat, disadari produk *fashion* yang diproduksi secara massal menghasilkan limbah pakaian dan tekstil yang memiliki dampak sangat besar pada lingkungan. Dengan kesadaran akan masalah ini, banyak perusahaan tekstil dan perancang busana mulai mencari alternatif dalam upaya mengurangi dampak masalah lingkungan yang di

hasilkan oleh industri fashion. Salah satu hal yang dilakukan adalah penerapan konsep *sustainable design* dalam mendesain suatu *fashion*.

Menurut (Kim dalam Annesha & Titisari, 2023) *sustainable* didefinisikan sebagai suatu sistem yang memanfaatkan sumber daya terbarukan yang memenuhi persyaratan saat ini tanpa mengorbankan kebutuhan generasi mendatang atau mengganggu keseimbangan lingkungan saat ini atau masa depan. Kini banyak brand fashion di Indonesia yang berupaya memperpanjang masa pakai *second-hand* yang mereka kurasi dan menjual produk hasil rekonstruksi ulang dengan inovasi *upcycle*.

Limbah tekstil atau pakaian bekas yang telah melalui proses *upcycling* menjadi produk baru mempunyai nilai selain aspek penampilan namun juga terdapat aspek lingkungan dan aspek kreatifitas. *Upcycling* menjadi teknik alternatif untuk menerapkan konsep desain berkelanjutan dengan mengoptimalkan potensi pakaian sehingga umur pakai produk akan lebih panjang. Dibutuhkan kreativitas dan keterampilan dari desainer brand *fashion upcycle* agar dapat mengoptimalkan penggunaan material pakaian bekas dengan *upcycling* (Annesha & Titisari, 2023).



Sumber: Australian Style Institute

Gambar 1. 3
Produk Upcycling Fashion

Produk *fashion* yang dijual dengan harga yang relatif murah dan koleksi yang cepat berubah juga mendorong konsumerisme dan mendorong konsumen untuk selalu mengikuti perubahan tren yang ada. Salah satu tujuan dunia yang terangkum dalam *Sustainable Development Goals* (SDGs) adalah mencapai produksi dan konsumsi berkelanjutan pada tahun 2030. Namun, produksi dan konsumsi di industri *fashion* tercatat mempunyai dampak sosial dan lingkungan yang besar (Nurmaditya, 2021).

Bandung dikenal sebagai kota *fashion* karena perkembangan industri *fashion* yang pesat. Bandung berpotensi menjadi barometer tren *fashion* di Indonesia berkat popularitas *factory outlet* (FO) di kota tersebut. Oleh karena itu, Bandung berpotensi membawa *fashion* Indonesia ke arah yang lebih baik, yakni *sustainable fashion*.

Fenomena yang terjadi pada pelaku usaha *upcycling fashion* adalah walaupun *slow fashion* telah hadir sebagai alternatif fesyen ramah lingkungan. Akan tetapi, permintaan konsumen terhadap *slow fashion* masih tergolong rendah dan tidak merata, meskipun terdapat urgensi yang kuat untuk mengaplikasikan fesyen yang berkelanjutan (Aini, 2023). Kurangnya permintaan tersebut berakibat langsung pada keterbatasan produksi yang dialami oleh pelaku usaha *upcycling fashion* ini. Mereka terpaksa harus mengurangi jumlah produksi dan menghadapi tantangan dalam menjaga kualitas serta konsistensi produk mereka. Selain itu, penurunan pesanan juga mempengaruhi pasokan bahan baku yang dibutuhkan, sehingga menimbulkan ketidakstabilan dalam rantai pasok dan proses produksi. Hal tersebut dapat menyebabkan tidak maksimalnya kinerja bisnis pada sentra tersebut karena

dapat terjadi penurunan pendapatan, penurunan laba, dan adanya ketidakpuasan dari pelaku usaha karena penurunan produksi. Para pelaku industri harus terus berinovasi, mengikuti perkembangan tren, dan memperhatikan kebutuhan dan preferensi konsumen (Ciputra, 2022).

Kinerja bisnis merupakan hasil kerja yang dicapai oleh seorang pegawai atau pebisnis dalam melaksanakan tugas yang diberikan kepadanya (Anggraini, 2022). Untuk mencapai kinerja bisnis yang maksimal, sebuah bisnis memerlukan orientasi kewirausahaan dan kemampuan berinovasi untuk memaksimalkan kinerja suatu bisnis serta memajukan bisnis tersebut, sehingga strategi untuk mencapai kinerja bisnis yang maksimal dapat direalisasikan. Dari penjelasan yang telah disampaikan sebelumnya, peneliti melakukan survey awal pada perusahaan yang bergerak di bidang *upcycling fashion* melalui kuesioner untuk dapat mendukung penelitian yang sedang dilakukan.

Dalam proses survey awal tersebut, peneliti memiliki sebanyak 30 responden dalam mendukung penelitian. Berikut hasil survey awal yang telah dilakukan:

Tabel 1.3
Survey Awal Kinerja Bisnis

Survey awal Kinerja Bisnis					
No	Pertanyaan	Ya		Tidak	
		Responden	%	Responden	%
1.	Apakah bisnis anda mengalami peningkatan penjualan?	19	63,3%	11	36,7%
2.	Apakah bisnis anda menghasilkan pendapatan lebih besar dibandingkan pengeluaran?	13	43,3%	17	56,7%
3.	Apakah bisnis anda dapat meningkatkan pangsa pasar dengan memperluas jangkauan konsumen?	12	40%	18	60%

Berdasarkan survey awal yang telah dilakukan sebanyak 17 responden atau 56,7% menyatakan bahwa pelaku usaha tidak menghasilkan pendapatan lebih besar dibandingkan pengeluaran dan sebanyak 18 responden atau 60% menyatakan bahwa pelaku usaha tidak mengalami pertumbuhan bisnis dengan mengembangkan pangsa pasar. Sebab, para pelaku bisnis percaya bahwa meskipun penjualan usahanya meningkat, namun hal ini masih jauh dari tujuan yang mereka tetapkan. Pelaku usaha juga menilai usahanya cenderung stagnan dan/atau sama seperti tahun-tahun sebelumnya.

Keberhasilan bisnis sebagian besar dipengaruhi oleh kegiatan kewirausahaan dengan memulai kreativitas dan inovasi yang konstruktif terhadap proses dan praktik yang ada. Kewirausahaan mengarahkan perusahaan menuju peningkatan kinerja dalam kondisi pasar yang sangat tidak menentu dan memungkinkan untuk memanen keuntungan dengan memanfaatkan peluang eksternal. Inovasi memperkenalkan perubahan pada praktik dan proses yang ada yang mengarahkan perusahaan menuju pengembangan ekonomi dan peningkatan kinerja (Lee et al., 2019).

Selain itu orientasi kewirausahaan juga menjadi salah satu faktor pendorong dalam meningkat kinerja bisnis. Orientasi kewirausahaan adalah suatu budaya yang berisikan tentang nilai-nilai utama kewirausahaan (kreativitas, inovasi, dan keberanian menghadapi risiko untuk memperoleh peluang) yang digunakan sebagai pedoman untuk berperilaku kewirausahaan.

Hal ini didukung dengan hasil survey awal mengenai orientasi kewirausahaan, seperti pada tabel 1.4 berikut ini:

Tabel 1. 4
Survey Awal Orientasi Kewirausahaan

Survey awal Orientasi Kewirausahaan					
No	Pertanyaan	Ya		Tidak	
		Responden	%	Responden	%
1.	Apakah anda mendukung kreativitas menciptakan ide-ide baru untuk berinovasi?	21	70%	9	30%
2.	Apakah anda melakukan pendekatan proaktif dalam mencari peluang baru sebelum pesaing anda melakukannya?	18	60%	12	40%
3.	Apakah anda berani mengambil keputusan yang berisiko untuk berinovasi?	13	43,3%	17	56,6%

Berdasarkan survey awal yang telah dilakukan sebanyak 17 responden atau 56,6% menyatakan bahwa pelaku usaha tidak berani mengambil keputusan yang berisiko. Karena apabila pelaku usaha salah atau gagal mengambil keputusan maka mereka akan mengalami kerugian atau tidak terjualnya suatu produk yang mereka jual. (Saunila dalam Nasir et al., 2023) menemukan bahwa kewirausahaan yang dilakukan oleh UKM harus berorientasi pada inovasi untuk memiliki peluang keberhasilan finansial yang sedikit lebih baik dibandingkan dengan pesaing.

Diindikasikan juga bahwa, kemampuan inovasi dapat mempengaruhi meningkatkan kinerja bisnis dengan berbagai inovasi yang dilakukan. Kemampuan inovasi yang baik pada produk yang ditawarkan seperti memperkenalkan dan memodifikasi produk yang lebih inovatif. Serta memiliki kapasitas dalam merancang produk yang unik dan berguna untuk pelanggan. Inovasi perlu dilakukan

dengan baik agar mendapatkan hasil yang diinginkan serta dapat meningkatkan kinerja usaha (Chow dan Utama, 2023).

Selain orientasi kewirausahaan, kemampuan inovasi juga dapat mempengaruhi kinerja bisnis. Hal ini didukung dengan hasil survey awal mengenai kemampuan inovasi, seperti pada tabel 1.5 berikut ini:

Tabel 1. 5
Survey Awal Kemampuan Inovasi

Survey awal Kemampuan Inovasi					
No	Pertanyaan	Ya		Tidak	
		Responden	%	Responden	%
1.	Apakah anda mendorong karyawan untuk memberikan ide-ide baru?	20	66,6%	10	33,3%
2.	Apakah anda mendorong karyawan memiliki dan menggunakan ilmu pengetahuan, teknologi, dan keterampilan yang diperoleh untuk menghasilkan ide atau gagasan baru untuk berinovasi?	11	36,7%	19	63,3%
3.	Apakah bisnis anda meningkatkan komunikasi antar anggota tim untuk saling bekerjasama dalam berinovasi?	13	43,3%	17	56,7%
4.	Apakah anda berupaya meningkatkan kerja sama dengan pihak luar untuk berinovasi?	17	56,7	13	43,3%
5.	Apakah anda berusaha menciptakan dan meningkatkan metode produksi, dan adopsi unsur-unsur baru untuk proses produksi perusahaan?	11	36,6%	19	63,3%
6	Apakah bisnis anda berusaha menciptakan produk baru?	25	83,3%	5	16,6%

Berdasarkan survey awal yang telah di lakukan sebanyak 19 responden atau 63,3% menyatakan bahwa pelaku usaha belum mendorong untuk meningkatkan keahlian pengetahuan, kemudian sebanyak 19 responden atau 63,3% menyatakan bahwa pelaku usaha belum berusaha menciptakan dan meningkatkan metode produksi, dan adopsi unsur-unsur baru untuk proses produksi perusahaan, dan

sebanyak 17 responden atau 56,7% tidak melakukan komunikasi antar anggota tim untuk saling bekerjasama dalam berinovasi.

Hal itu disebabkan karena membutuhkan waktu dan energi yang cukup lama untuk meningkatkan keahlian, kemudia membutuhkan modal yang cukup banyak untuk bisa menciptakan dan meningkatkan proses produksi seperti bahan baku, tugas spesifikasi, arus informasi, dan peralatan, serta tidak menjalin komunikasi antar anggota tim karna mereka sudah memiliki jobdesc nya masing-masing.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulis berminat untuk meneliti dan dituangkan dalam usulan penelitian dengan judul “**Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Bisnis Melalui Kemampuan Inovasi pada Industri *upcycling fashion* di Kota Bandung**”.

1.2 IDENTIFIKASI DAN RUMUSAN MASALAH

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Sebagian pelaku usaha *upcycling fashion* di Kota Bandung tidak menghasilkan pendapatan lebih besar dari pengeluaran
2. Sebagian pelaku usaha *upcycling fashion* di Kota Bandung tidak mengalami pertumbuhan usaha dengan mengembangkan pangsa pasar
3. Sebagian pelaku usaha *upcycling fashion* di Kota Bandung tidak berani mengambil keputusan yang berisiko dalam menjalankan usaha
4. Sebagian pelaku usaha *upcycling fashion* di Kota Bandung belum mampu mendorong untuk meningkatkan keahlian dan pengetahuan

5. Sebagian pelaku usaha *upcycling fashion* di Kota Bandung belum mampu menciptakan dan meningkatkan metode produksi, dan adopsi unsur-unsur baru untuk proses produksi perusahaan
6. Sebagian pelaku usaha *upcycling fashion* di Kota Bandung belum meningkatkan komunikasi antar anggota tim untuk saling bekerjasama dalam berinovasi

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai orientasi kewirausahaan pada industri *upcycling fashion* di Kota Bandung
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai kemampuan inovasi pada industri *upcycling fashion* di Kota Bandung
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai kinerja bisnis pada industri *upcycling fashion* di Kota Bandung
4. Seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kemampuan inovasi pada industri *upcycling fashion* di Kota Bandung
5. Seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis pada industri *upcycling fashion* di Kota Bandung
6. Seberapa besar pengaruh kemampuan inovasi terhadap kinerja bisnis pada industri *upcycling fashion* di Kota Bandung
7. Seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis melalui kemampuan inovasi pada industri *upcycling fashion* di Kota Bandung.

1.3 MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui permasalahan yang terjadi dan memperoleh informasi mengenai bagaimana Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Bisnis Melalui Kemampuan Inovasi pada Industri *Upcycling Fashion* di Kota Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai orientasi kewirausahaan pada industri *upcycling fashion* di Kota Bandung
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kinerja bisnis pada industri *upcycling fashion* di Kota Bandung
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kemampuan inovasi pada industri *upcycling fashion* di Kota Bandung
4. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis pada industri *upcycling fashion* di Kota Bandung
5. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kemampuan inovasi pada industri *upcycling fashion* di Kota Bandung
6. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai seberapa besar pengaruh kemampuan inovasi terhadap kinerja bisnis pada industri *upcycling fashion* di Kota Bandung

7. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis melalui kemampuan inovasi pada industri *upcycling fashion* di Kota Bandung

1.4 KEGUNAAN PENELITIAN

1.4.1 Kegunaan Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak perusahaan yang diteliti dan dapat menjadikan penelitian ini sebagai masukan informasi untuk dijadikan sebagai bahan evaluasi serta jalan keluar atas permasalahan yang berhubungan dengan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Bisnis Melalui Kemampuan Inovasi pada industri *Upcycling Fashion* di Kota Bandung.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan penulis dapat menerapkan ilmu yang telah didapat dari data dan fakta tentang pentingnya peran orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi terhadap kinerja bisnis untuk dapat mempelajari dan menganalisis suatu permasalahan yang ada pada penelitian ini.

2. Bagi Perkembangan Ilmu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta informasi terbaru bagi perkembangan ilmu mengenai peran kapasitas serap dan kewirausahaan perusahaan terhadap kinerja perusahaan.

