

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Ketahanan ekonomi suatu negara khususnya di Indonesia selama ini diperankan oleh perusahaan besar, koperasi dan usaha mikro kecil menengah (UMKM). Perusahaan besar ikut ambil bagian sebagai agen pembangunan, sedangkan koperasi merupakan pelaku ekonomi yang berdemokrasi dan berasas kekeluargaan, dan UMKM merupakan pelaku usaha dengan jumlah terbesar di Indonesia. ketiga jenis aspek tersebut memiliki kontribusi yang besar bagi perekonomian Indonesia. (Tambunan, 2002) menyatakan bahwa usaha kecil mampu menyerap begitu besar tenaga kerja dibandingkan dengan perusahaan besar.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar yang dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional dan sudah terbukti mampu menjadi penyangga dalam perekonomian. Pemerintah meyakini bahwa keberhasilan dalam pembinaan UMKM akan mampu memperkuat pondasi ekonomi rakyat, karena apa yang selama ini dilakukan oleh UMKM pada umumnya berbasis pada sumber daya lokal, tidak bergantung pada impor. Justru karena berbasis pada sumber daya lokal, maka produk unggulan UMKM yang ada di daerah-daerah mempunyai peluang ekspor yang sangat besar karena mempunyai keunikan tersendiri yang menjadi ciri khas dari produk-produk tersebut.

UMKM merupakan kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau perusahaan cabang yang tidak dimiliki, dikendalikan, atau menjadi bagian baik langsung atau tidak langsung dari bisnis menengah atau besar. Berdasarkan Undang-Undang No.20/2008 kriteria kekayaan dan pendapatan UMKM dikelompokkan sebagai berikut :

**Tabel 1. 1**  
**UMKM Menurut UU No.20 Tahun 2008**

| Skala Usaha           | Kriteria                  |                         |
|-----------------------|---------------------------|-------------------------|
|                       | Kekayaan Bersih/Aset      | Hasil Penjualan/Omset   |
| <b>Usaha Mikro</b>    | Maksimal Rp.50 Juta       | Maks. 300 Juta          |
| <b>Usaha Kecil</b>    | >50 Juta                  | >Rp.300 Juta-2,5 Milyar |
| <b>Usaha Menengah</b> | >Rp.500 Juta-Rp.10 Milyar | >Rp.2,5Milyar-50 Milyar |

Berdasarkan table 1.1 di atas mengenai UMKM yaitu Kekayaan bersih/asset adalah pengurangan total nilai kekayaan usaha (aset) dengan total nilai kewajiban, Tidak termasuk tanah dan bangunan usaha.

Daya saing usaha sebuah UMKM merupakan kemampuan untuk mempertahankan posisi pasar dengan mensuplai produk secara tepat waktu dan pada harga yang kompetitif melalui fleksibilitas untuk merespon perubahan permintaan secara cepat dan sistem usaha yang efektif.

UMKM di Indonesia membutuhkan kerja keras untuk menuangkan kreatifitas produknya agar mampu bersaing di dunia usaha. Saat melihat kondisi dilapangan

banyak diantaranya yang tidak mampu bersaing dan tidak berkembang atau bahkan gulung tikar. Semakin ketatnya persaingan dibidang usaha dan perdagangan yang ada di Indonesia khususnya bagi usaha yang berskala kecil dan menengah, maka Perusahaan dituntut untuk melakukan berbagai cara sehingga dapat meningkatkan daya saing usaha dan agar dapat memenuhi kebutuhan pasar sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lainnya.

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki pertumbuhan UMKM yang sangat tinggi, seperti yang tertera pada Tabel 1.1 dibawah ini.

**Tabel 1. 2**

**Data Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Indonesia  
2016-2018**

| No | Unit Usaha     | 2016              | 2017              | 2018              |
|----|----------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 1  | Usaha Mikro    | 56.856.176        | 58.180.393        | 58.556.610        |
| 2  | Usaha Kecil    | 792.418           | 697.232           | 877.032           |
| 3  | Usaha Menengah | 48.917            | 54.106            | 56.215            |
|    | <b>Jumlah</b>  | <b>57.697.511</b> | <b>58.931.731</b> | <b>59.489.857</b> |

*Sumber : Badan Pusat Statistik 2019*

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dikatakan bahwa perkembangan UMKM di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun, menunjukkan bahwa peran UMKM dalam pembangunan ekonomi terus meningkat dan menjadi penopang pembangunan karena besarnya pelaku bisnis di sektor ini. hal tersebut yang menjadikan pemerintah Indonesia harus memberi perhatian yang sangat besar terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) karena jumlah UMKM di Indonesia yang sangat mendominasi. Berbagai inisiatif selalu diusahakan oleh pemerintah melalui

Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah agar semakin banyak individu mau menekuni dunia wirausaha dalam bentuk pendirian UMKM

Di tingkat daerah khususnya Kabupaten Majalengka, Kabupaten Majalengka merupakan salah satu wilayah yang ada di Jawa Barat yang secara geografis terletak di bagian timur wilayah Provinsi Jawa Barat. Setiap wilayah yang ada di Kabupaten Majalengka memiliki potensi sumber daya alam, sumber daya binaan dan kegiatan sosial ekonomi yang beragam. Keberagaman tersebut menunjukkan kekayaan Kabupaten Majalengka yang bisa memberikan keunggulan dan menyumbang pengembangan kesejahteraan ekonomi dan sosial masyarakat di Kabupaten Majalengka. Semua peran dari setiap sektor kehidupan di Kabupaten Majalengka membawa pengaruh atas perkembangan kehidupan ekonomi dan sosial yang mengarahkan pada optimasi kesejahteraan secara luas.

Kabupaten Majalengka sedang mengalami perkembangan yang pesat salah satunya tumbuhnya sektor industri merupakan salah satu alternatif dalam membangun perekonomian daerah dan dapat tahan terhadap dampak krisis ekonomi. Kabupaten Majalengka memiliki sumber daya alam yang beraneka ragam yang dapat diolah menjadi bentuk berbagai produk. Adapun golongan Industri kecil menengah yang ada di Kabupaten Majalengka sebagai berikut:

**Tabel 1. 3**  
**Golongan Industri Kecil Menengah Kabupaten Majalengka**

| No | Klasifikasi Industri  |
|----|---|
| 1  | Industri Makanan  |
| 2  | Industri Minuman  |
| 3  | Industri Pengolahan Tembakau  |
| 4  | Industri Tekstil  |
| 5  | Industri Pakaian Jadi   |
| 6  | Indstri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki  |
| 7  | Industri Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus dan Barang dari Anyaman Bambu, Rotan dan sejenisnya |
| 8  | Industri Kertas dan Bahan dari Kertas   |
| 9  | Industri Percetakan dan Reproduksi Media Rekaman  |
| 10 | Industri Bahan Kimia dan Barang dari Bahan Kimia  |
| 11 | Industri Farmasi, Produk Obat dan Jamu  |
| 12 | Industri Karet, Barang dari Karet dan Plastik   |
| 13 | Industri Barang Galian Bukan Logam  |
| 14 | Industri Barang Logam kecuali Mesin dan Peralatannya  |
| 15 | Industri Peralatan Listrik  |
| 16 | Industri Furniture  |
| 17 | Industri Pengolahan Lainnya   |

*Sumber : Dinas KUKM Perindag Kab.Majalengka*

Dari data di atas golongan industri di Kabupaten Majalengka terdiri dari 17 industri yang tersebar di beberapa Kecamatan. Namun, Kabupaten Majalengka memiliki produk unggulan yaitu Salah satu produk yang terkenal adalah Genteng. Genteng termasuk ke salah satu Komuditi Unggulan di Kabupaten Majalengka . Beberapa produk unggulan industri di Kabupaten Majalengka sebagai berikut:

**Tabel 1. 4**  
**Komoditi Unggulan di Kabupaten Majalengka**

| No | Produksi Utama | Sentra Produksi                                     |
|----|----------------|---|
| 1  | Kecap          | Kadipaten, Majalengka, Tonjong, Cigasong            |
| 2  | Genteng        | Jatiwangi, Sukahaji, Palasah,ligung,Dawuan,Cigasong |

| No | Produksi Utama  | Sentra Produksi                    |
|----|-----------------|------------------------------------|
| 3  | Keranjang Rotan | Sindangwangi, Palasah, Lewimunding |
| 4  | Keramik         | Sukahaji, Sindangwangi             |
| 5  | Sapu Injuk      | Kadipaten                          |
| 6  | Jeans           | Cikijing                           |
| 7  | Batu Alam       | Sindangwangi                       |
| 8  | Bola            | Kadipaten                          |

*Sumber : Dinas KUKM Perindag Kab. Majalengka*

Pada tabel 1.4 Genteng termasuk salah satu dari komoditi unggulan di Kabupaten Majalengka, genteng merupakan bagian utama dari suatu bangunan sebagai penutup atap rumah. Fungsi utama genteng adalah menahan panas sinar matahari dan guyuran air hujan. Jenis genteng bermacam-macam, ada genteng beton, genteng tanah liat, genteng keramik, genteng seng dan genteng kayu. Semakin berkembangnya industri genteng di Kabupaten Majalengka memberikan dampak baik untuk masyarakat seperti menambah lapangan pekerjaan sehingga mengurangi tingkat pengangguran dan dapat mengeksplor potensi yang dimiliki masyarakat. Serta memberikan manfaat bagi para pengusaha dengan usaha tersebut pengusaha bisa mendapatkan laba yang bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari

Industri genteng di Kabupaten Majalengka merupakan salah satu sektor industri yang dapat dikategorikan sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Industri genteng di Majalengka juga merupakan usaha yang sudah turun temurun hingga saat ini dan menjadi salah satu ciri khas yang berada di Kabupaten Majalengka. Adapun jumlah industri genteng yang tersebar di Kabupaten Majalengka sebagai Berikut :

**Tabel 1. 5**  
**Jumlah Industri Genteng Kabupaten Majalengka Tahun 2019**

| No           | Kecamatan  | Jumlah Usaha |
|--------------|------------|--------------|
| 1            | Cigasong   | 7            |
| 2            | Dawuan     | 58           |
| 3            | Jatiwangi  | 67           |
| 4            | Kasokandel | 28           |
| 5            | Ligung     | 7            |
| 6            | Maja       | 1            |
| 7            | Palasah    | 1            |
| 8            | Sukahaji   | 1            |
| <b>Total</b> |            | 170          |

*Sumber : SIKIM Kabupaten Majalengka (diolah)*

Menurut Tabel 1.5 Industri Genteng yang tersebar di beberapa Kecamatan Majalengka berjumlah 170 Usaha. Salah satu Industri Genteng yang terkenal di Majalengka yaitu Industri genteng Jatiwangi yang berada di Kecamatan Jatiwangi dengan jumlah 67 unit usaha pada tahun 2019. Menurut SIKIM Kabupaten Majalengka bahwa perkembangan Industri genteng saat ini sedang mengalami keterpurukan yang di sebabkan dengan adanya persaingan yang tinggi. Adanya produk baru bermunculan menggantikan fungsi genteng, hal ini mengakibatkan banyak industri genteng Jatiwangi mengalami omset yang semakin menurun dan produk yang mulai tersisihkan. Kondisi ini tentu tidak menguntungkan bagi para pelaku usaha industri genteng jatiwangi.

Sehubung dengan hal itu, penulis tertarik untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi dalam Kinerja usaha pada industri genteng. Kinerja usaha merupakan salah satu tolak ukur akan keberhasilan suatu usaha akan kehidupan bisnis yang mereka jalankan (Herlambang dan Mawardi, 2017 : 47). penulis melakukan survei awal dengan menyebarkan kuisisioner kepada 20 responden pelaku usaha Industri Genteng Jatiwangi mengenai kinerja usaha diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 1. 6**

**Hasil Survey Awal Mengenai Variabel Kinerja Usaha Pada Industri Genteng Jatiwangi**

| NO | Pertanyaan   | Jawaban     |             |
|----|--|-------------|-------------|
|    |  | Ya          | Tidak       |
| 1  | Apakah Bapak/Ibu Dalam target penjualan selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya ? | 6<br>(30%)  | 14<br>(70%) |
| 2  | Apakah Bapak/Ibu mengalami peningkatan pendapatan dibanding dengan sebelumnya ?        | 8<br>(40%)  | 12<br>(60%) |
| 3  | Apakah Bapak/Ibu senantiasa memperluas daerah pemasaran untuk produk yang dihasilkan ? | 13<br>(65%) | 7<br>(35%)  |

Berdasarkan survey awal yang dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada Industri Genteng jatiwangi, mengenai Kinerja usaha pada Industri Genteng adalah responden mengatakan bahwa 65% sudah melakukan perluasan daerah pemasaran untuk produk yang di hasilkan, hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha industri genteng sebagian masih rendah serta kurang maksimal dalam perluasan daerah pemasaran produk yang dihasilkan. Bisa dilihat dari responden yang mengatakan

bahwa 70% penjualan industri genteng jatiwangi tidak mengalami peningkatan setiap tahunnya, hal ini menunjukkan bahwa minat beli konsumen semakin berkurang dan penjualan genteng saat ini sedang mengalami persaingan yang tinggi dengan munculnya produk-produk baru menggantikan fungsi genteng seperti baja ringan, beton, bahkan ada berbahan plastik yang dibuat dengan teknologi canggih. Bisa dilihat dari responden yang mengatakan 60% tidak ada peningkatan pendapatan dengan tahun sebelumnya, hal ini menunjukkan bahwa bahan baku yang terbatas menjadikan harga bahan baku terus naik dan ongkos produksi yang terus meningkat, sehingga para pelaku usaha sangat sulit untuk meningkatkan pendapatannya. Industri genteng jatiwangi saat ini belum berhasil pada sebagian indikatornya maka para pelaku usaha perlu meningkatkan Orientasi kewirausahaan yang ada pada diri pengusaha untuk melakukan aktifitas secara efektif dalam meningkatkan dan memaksimalkan usahanya.

Orientasi kewirausahaan mengacu pada tingkat proses, praktik, gaya pengambilan keputusan, dan orientasi strategis perusahaan yang membantu perusahaan mencapai keunggulan bersaing dan menunjukkan kinerja yang unggul (Kocak, 2017 : 31).

Selanjutnya berdasarkan hasil survei terhadap 20 responden pelaku Industri Genteng Jatiwangi mengenai Orientasi Kewirausahaan dapat dilihat dibawah ini :

**Tabel 1. 7**  
**Hasil Survey Awal Mengenai Variabel Orientasi Kewirausahaan Pada Industri**  
**Genteng Jatiwangi**

| NO | Pertanyaan   | Jawaban    |             |
|----|--|------------|-------------|
|    |  | Ya         | Tidak       |
| 1  | Apakah Bapak/Ibu mampu menghasilkan ide-ide baru mengenai produk ? | 3<br>(15%) | 17<br>(85%) |
| 2  | Apakah Bapak/Ibu berani mengambil resiko ?                         | 8<br>(40%) | 12<br>(60%) |
| 3  | Apakah Bapak/Ibu memiliki kemampuan untuk mencari peluang ?        | 6<br>(30%) | 14<br>(70%) |

Berdasarkan survey awal yang dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada Industri Genteng jatiwangi, mengenai Kinerja usaha pada Industri Genteng adalah responden mengatakan bahwa 85% pelaku usaha belum mampu menghasilkan ide-ide baru mengenai produk hal ini menunjukkan bahwa mayoritas industri genteng jatiwangi hanya memproduksi genteng tradisional dikarenakan kurangnya modal, sarana dan minimnya ide untuk menciptakan produk baru. Responden mengatakan 60% pelaku usaha tidak berani mengambil resiko. Hal ini menunjukkan masih rendahnya kemampuan para pelaku usaha genteng untuk mengambil keputusan dikarenakan dengan kondisi industri saat ini sedang mengalami keterpurukan jika mereka mengambil suatu resiko, para pelaku usaha takut akan memperparah industri gentengnya sendiri. Responden mengatakan 70% tidak memiliki kemampuan untuk

mencari peluang, hal ini menunjukkan bahwa industri genteng Jatiwangi masih minim pengetahuan untuk mencari peluang yang dapat mengantisipasi perubahan, persaingan dan kebutuhan pasar dimasa yang akan datang.

Selain dari Orientasi pasar, pelaku usaha juga perlu mengontrol dan memahami pasar. Menurut Nuvriasari et al (2020:29) Orientasi pasar merupakan budaya organisasi yang paling efektif dan efisien untuk menciptakan perilaku yang dibutuhkan demi terciptanya nilai unggul bagi konsumen dan kinerja yang unggul bagi perusahaan.

berdasarkan hasil survei terhadap 20 responden pelaku Industri Genteng Jatiwangi mengenai Orientasi Kewirausahaan dapat dilihat dibawah ini :

**Tabel 1. 8**

**Hasil Survey Awal Mengenai Variabel Orientasi Pasar Pada Industri Genteng Jatiwangi**

| NO | Pertanyaan   | Jawaban     |             |
|----|--|-------------|-------------|
|    |  | Ya          | Tidak       |
| 1  | Apakah Bapak/Ibu berorientasi/fokus pada kebutuhan para pelanggan ?                                  | 16<br>(80%) | 4<br>(20%)  |
| 2  | Apakah Bapak/Ibu selalu mengamati pengembangan produk dari pesaing dalam memasarkan produknya?       | 6<br>(30%)  | 14<br>(70%) |
| 3  | Apakah Bapak/Ibu selalu berkoordinasi dengan bagian-bagian yang berada di ruang lingkup perusahaan ? | 7<br>(35%)  | 13<br>(65%) |

Berdasarkan survey awal yang dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada Industri Genteng jatiwangi, mengenai Kinerja usaha pada Industri Genteng adalah responden mengatakan bahwa 80% pelaku usaha sudah fokus pada kebutuhan para pelanggannya hal ini

menunjukkan bahwa pelaku usaha telah fokus dalam memenuhi kebutuhan para pelanggan. 70% mengatakan bahwa tidak mengamati pengembangan produk dari pesaing dalam memasarkan produknya. Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya pelaku usaha dalam pengamatan terhadap kekuatan dan kelemahan pesaing disebabkan oleh belum adanya perbedaan yang signifikan yang dimiliki oleh para pesaing industri genteng lainnya sehingga para pelaku usaha beranggapan bahwa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pesaing sama saja dengan apa yang mereka alami, padahal mengamati kekuatan dan kelemahan pesaing sangatlah penting agar para pelaku usaha dapat merumuskan strategi jangka panjang. 65% tidak selalu berkoordinasi dengan bagian-bagian yang berada di ruang lingkup perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha masih belum menerapkan dengan sepenuhnya dan mengarahkan untuk memahami kebutuhan pelanggan dengan memberi nilai terbaik dibanding pesaingnya, sehingga tercipta kepuasan bagi pelanggannya. Hal ini sesuai dengan pendapat Setiawan (2017 : 47) yang menyatakan bahwa Keterbatasan suatu perkembangan UMKM dapat berupa adanya sumber daya yang masih terbatas (seperti sumber daya keuangan, waktu, dan pengetahuan pemasaran), kurangnya keahlian ataupun keterampilan pemilik usaha.

Hasil penelitian beberapa peneliti juga telah membuktikan adanya keterkaitan antara orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja UMKM, seperti yang telah dilakukan oleh Shafariah et al (2016) yang mengkaji orientasi kewirausahaan dengan kinerja UMKM, hasil analisis memberikan kesimpulan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara orientasi kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha. Temuan yang berbeda ditunjukkan oleh Suryaningsih (2019) yang

menemukan bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja. Orientasi pasar juga memiliki peran yang sangat penting serta memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap kinerja usaha Menurut Nurhayati et al (2020), namun hasil yang berbeda ditemukan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Herlambang dan Mawardi (2017) yang menunjukkan bahwa orientasi pasar tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan kajian penelitian sebelumnya masih ditemukan perbedaan temuan hasil penelitian, oleh karena itu penulis mencoba kembali mengisi gap tersebut dengan menguji orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar pada sektor yang berbeda dan lokasi yang berbeda.

Berdasarkan permasalahan diatas maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA USAHA (STUDI USAHA INDUSTRI GENTENG JATIWANGI, MAJALENGKA).”**

## **1.2. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1. Identifikasi Masalah**

Untuk mengetahui masalah – masalah apa saja yang sedang dihadapi maka penulis mencoba mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Para pelaku Usaha genteng Jatiwangi mengalami kesulitan untuk dapat meningkatkan pendapatan mereka
2. Pelaku Usaha belum mampu menghasilkan ide-ide baru mengenai produk
3. Pelaku usaha tidak berani mengambil resiko dalam mengambil sebuah keputusan

4. Kurangnya kemampuan untuk mencari peluang
5. Kurangnya pelaku usaha dalam pengamatan terhadap kekuatan dan kelemahan pesaing

### **1.2.2. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Orientasi Kewirausahaan pada Industri Genteng Jatiwangi ?
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Orientasi Pasar pada Industri Genteng Jatiwangi?
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kinerja Usaha pada Industri Genteng Jatiwangi?
4. Seberapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap kinerja usaha pada Industri Genteng Jatiwangi Secara parsial maupun secara simultan?

### **1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1. Tujuan Penelitian**

Adapun penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai orientasi kewirausahaan pada sentra Industri Genteng Jatiwangi.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Orientasi Pasar pada Industri Genteng Jatiwangi.
3. Untuk tanggapan responden mengenai mengetahui kinerja usaha pada Industri Genteng Jatiwangi.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan & Orientasi Pasar terhadap kinerja usaha pada Industri Genteng Jatiwangi Secara parsial maupun secara simultan?

#### **1.3.2. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis
  - a. Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan, pengalaman dan wawasan, serta bahan dalam penerapan ilmu metode penelitian, khususnya mengenai gambaran pengetahuan tentang pengaruh orientasi kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan terhadap kinerja usaha
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi pelaku usaha dapat dimanfaatkan sebagai acuan atau bahan untuk kemajuan, keberhasilan usahanya dan meningkatkan kinerja usaha

