

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis sebagai salah satu penggerak utama perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2021 jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta unit dan memberikan kontribusi sebesar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Selain itu, sektor ini juga menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap investasi nasional (M. Junaidi, 2022). Besarnya kontribusi tersebut menunjukkan bahwa UMKM memiliki posisi yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun demikian, di tengah perkembangan lingkungan bisnis yang semakin dinamis dan kompetitif, pelaku UMKM masih menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan keberlangsungan usaha serta meningkatkan daya saingnya.

Salah satu sektor UMKM yang terus berkembang di Indonesia adalah usaha konveksi, khususnya yang bergerak dalam produksi seragam sekolah. Usaha konveksi memiliki karakteristik yang berbeda dengan sektor UMKM lainnya karena sangat dipengaruhi oleh perubahan permintaan pasar, perkembangan tren, persaingan usaha, serta kemampuan pelaku usaha dalam mengelola proses produksi dan pemasaran. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha untuk memiliki strategi pengembangan usaha yang mampu meningkatkan daya saing serta mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang semakin kompetitif (Hilmi Aulawi et al., 2024). Oleh karena itu, strategi

pengembangan usaha menjadi aspek yang penting bagi UMKM konveksi agar mampu beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis sekaligus menciptakan pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

Menurut Dindin Abdurrohman (2021), strategi pengembangan usaha merupakan serangkaian upaya yang dilakukan secara terencana untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam mencapai pertumbuhan usaha yang berkelanjutan. Strategi tersebut tidak hanya berorientasi pada peningkatan keuntungan, tetapi juga pada penguatan kapasitas internal agar mampu beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis, perkembangan teknologi, serta persaingan yang semakin kompetitif. Dalam implementasinya, strategi pengembangan usaha mencakup lima dimensi utama, yaitu penguatan modal usaha, perluasan segmen dan jangkauan pasar, peningkatan kapasitas produksi, peningkatan daya saing, serta keberlanjutan usaha. Kelima dimensi tersebut saling berkaitan dan perlu diterapkan secara terpadu karena keberhasilan pengembangan usaha tidak hanya ditentukan oleh satu aspek tertentu, melainkan oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola seluruh aspek strategis secara seimbang dan berkesinambungan.

Penerapan kelima dimensi strategi pengembangan usaha tersebut menjadi faktor penting bagi UMKM dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis. Namun, pada praktiknya tidak semua pelaku UMKM mampu mengelola setiap dimensi secara optimal. Keterbatasan sumber daya, perubahan perilaku konsumen, perkembangan teknologi, serta tingginya tingkat persaingan sering kali menyebabkan strategi pengembangan usaha belum berjalan secara efektif.

Kondisi tersebut juga menjadi tantangan yang dihadapi oleh berbagai UMKM konveksi, termasuk MNF Abizar Collection di Kabupaten Bandung.

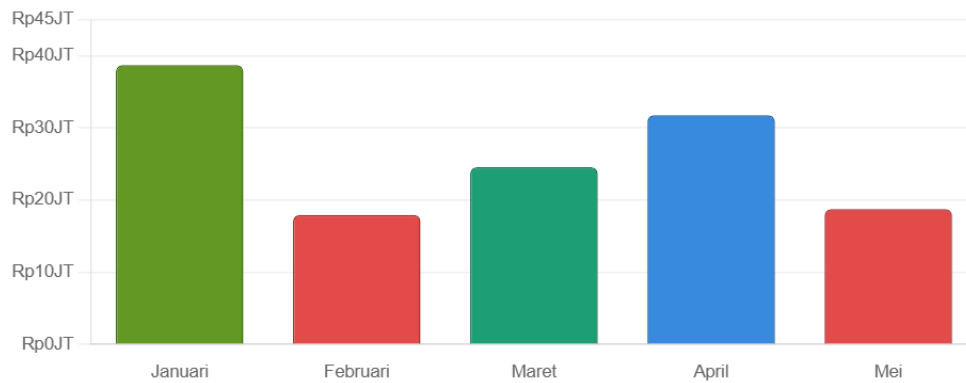
Salah satu UMKM konveksi yang menghadapi tantangan tersebut adalah MNF Abizar Collection yang berlokasi di Kabupaten Bandung. UMKM ini bergerak di bidang produksi seragam sekolah dan telah beroperasi sejak tahun 2012. Selama menjalankan usahanya, MNF Abizar Collection telah berupaya mengembangkan usaha melalui peningkatan kualitas produk, pemenuhan kebutuhan konsumen, serta pemanfaatan platform digital sebagai sarana pemasaran. Namun, dalam praktiknya pengembangan usaha yang dilakukan masih menghadapi berbagai kendala sehingga belum seluruh aspek strategi pengembangan usaha dapat diterapkan secara optimal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan usaha pada UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil dari keterkaitan berbagai aspek strategis yang perlu dikelola secara terpadu.

Ditinjau dari aspek penguatan modal usaha, hasil observasi menunjukkan bahwa MNF Abizar Collection masih menghadapi keterbatasan dalam pengelolaan permodalan untuk mendukung pengembangan usaha. Sebagian besar modal yang dimiliki masih difokuskan pada kebutuhan operasional harian, seperti pembelian bahan baku dan pembayaran tenaga kerja. Kondisi tersebut menyebabkan ruang gerak usaha dalam melakukan investasi untuk pengembangan pemasaran, peningkatan kapasitas produksi, maupun inovasi usaha menjadi terbatas. Padahal, penguatan modal merupakan salah satu fondasi penting dalam strategi pengembangan usaha karena berperan dalam mendukung pelaksanaan berbagai strategi pengembangan lainnya.

Selain penguatan modal, perluasan segmen dan jangkauan pasar juga menjadi dimensi penting dalam strategi pengembangan usaha. Perluasan pasar dapat dilakukan melalui pemanfaatan berbagai saluran pemasaran yang mampu menjangkau konsumen secara lebih luas, termasuk pemasaran digital. Berdasarkan hasil observasi, MNF Abizar Collection telah memanfaatkan marketplace, seperti Shopee dan Lazada, sebagai media penjualan produk. Namun demikian, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi digital masih belum dilakukan secara optimal. Aktivitas promosi melalui platform seperti Instagram dan TikTok belum dilaksanakan secara konsisten sehingga peluang untuk menjangkau konsumen baru, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, serta memperluas pangsa pasar belum dimanfaatkan secara maksimal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa strategi perluasan pasar pada UMKM MNF Abizar Collection masih memerlukan penguatan agar mampu mendukung peningkatan daya saing dan pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

Kondisi strategi pengembangan usaha pada MNF Abizar Collection dapat dilihat dari performa penjualan melalui marketplace Shopee selama periode Januari–Mei 2026. Berdasarkan data penjualan, total omzet yang diperoleh selama lima bulan mencapai Rp131,62 juta dengan jumlah pesanan sebanyak 1.761 transaksi. Meskipun secara keseluruhan menunjukkan aktivitas penjualan yang cukup baik, perkembangan penjualan setiap bulan masih mengalami fluktuasi. Pada Januari 2026 penjualan mencapai Rp38,67 juta, kemudian menurun menjadi Rp17,94 juta pada Februari, meningkat kembali menjadi Rp24,54 juta pada Maret dan Rp31,73 juta pada April, namun kembali

mengalami penurunan menjadi Rp18,74 juta pada Mei 2026. Fluktuasi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan usaha belum sepenuhnya stabil, sehingga diperlukan strategi pengembangan usaha yang lebih efektif agar mampu menjaga keberlangsungan pertumbuhan penjualan secara berkesinambungan.



Gambar 1 Data penjualan shopee MNF Abizar periode Januari-Mei 2026.

Berdasarkan Gambar 1, terlihat bahwa penjualan UMKM MNF Abizar Collection mengalami kenaikan dan penurunan pada setiap periode pengamatan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan usaha masih dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun eksternal. Dari sisi internal, pengelolaan strategi pengembangan usaha yang meliputi penguatan modal, perluasan pasar, peningkatan kapasitas produksi, peningkatan daya saing, dan keberlanjutan usaha menjadi aspek yang perlu mendapat perhatian. Sementara itu, dari sisi eksternal, perubahan pola permintaan konsumen, tingkat persaingan, dan karakteristik usaha konveksi yang bersifat musiman turut memengaruhi stabilitas penjualan. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang lebih mendalam mengenai strategi pengembangan usaha yang diterapkan oleh MNF Abizar Collection agar dapat diketahui aspek-aspek yang masih perlu ditingkatkan.

Dimensi lain yang turut menentukan keberhasilan strategi pengembangan usaha adalah peningkatan kapasitas produksi. Peningkatan kapasitas produksi dilakukan melalui pengelolaan sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi, serta kemampuan usaha dalam memenuhi permintaan pasar secara efektif dan efisien. Berdasarkan hasil observasi, MNF Abizar Collection telah memiliki kemampuan produksi yang cukup baik dalam memenuhi pesanan seragam sekolah. Namun demikian, kapasitas produksi masih sangat dipengaruhi oleh permintaan yang bersifat musiman, terutama menjelang tahun ajaran baru. Selain itu, pengadaan bahan baku dan pemanfaatan fasilitas produksi masih disesuaikan dengan jumlah pesanan yang diterima sehingga kapasitas produksi belum dapat dimanfaatkan secara optimal sepanjang tahun. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas produksi masih menjadi salah satu aspek yang perlu diperkuat agar usaha mampu memenuhi permintaan pasar secara lebih stabil dan berkelanjutan.

Selain peningkatan kapasitas produksi, strategi pengembangan usaha juga diarahkan untuk meningkatkan daya saing UMKM. Peningkatan daya saing dapat diwujudkan melalui penyediaan produk yang berkualitas, efisiensi dalam proses usaha, kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen, serta pemanfaatan inovasi yang mampu memberikan nilai tambah dibandingkan pesaing. Berdasarkan hasil observasi, MNF Abizar Collection telah berupaya menjaga kualitas produk dengan menggunakan bahan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan mempertahankan kualitas jahitan pada setiap produk yang dihasilkan. Namun demikian, tingginya persaingan antarusaha konveksi, khususnya pada produk seragam sekolah, menuntut pelaku usaha untuk terus

meningkatkan kualitas produk, memperkuat strategi pemasaran, serta berinovasi agar mampu mempertahankan kepercayaan pelanggan dan menarik konsumen baru. Oleh karena itu, peningkatan daya saing menjadi salah satu aspek penting yang perlu terus dikembangkan sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha.

Dimensi terakhir dalam strategi pengembangan usaha adalah keberlanjutan usaha. Keberlanjutan usaha merupakan kemampuan UMKM untuk mempertahankan kelangsungan operasional serta mencapai pertumbuhan usaha secara konsisten dalam jangka panjang. Keberlanjutan usaha dipengaruhi oleh keberhasilan pelaku usaha dalam mengelola berbagai aspek strategis, mulai dari penguatan modal, perluasan pasar, peningkatan kapasitas produksi, hingga peningkatan daya saing.

Berdasarkan hasil observasi, MNF Abizar Collection masih menghadapi tantangan dalam menjaga stabilitas perkembangan usaha. Hal tersebut terlihat dari fluktuasi penjualan yang masih dipengaruhi oleh permintaan musiman, sehingga pertumbuhan usaha belum berlangsung secara konsisten sepanjang tahun. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha yang diterapkan masih memerlukan penguatan agar mampu mendukung keberlangsungan usaha, meningkatkan ketahanan menghadapi perubahan pasar, serta menciptakan pertumbuhan usaha yang lebih berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang lebih mendalam mengenai strategi pengembangan usaha yang diterapkan oleh MNF Abizar Collection agar dapat diketahui sejauh mana setiap dimensi strategi pengembangan usaha telah diimplementasikan serta aspek-aspek yang masih perlu ditingkatkan.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji pengembangan UMKM dari berbagai sudut pandang, seperti permodalan, pemasaran digital, inovasi produk, maupun peningkatan daya saing. Hasil penelitian tersebut memberikan kontribusi dalam menjelaskan peran masing-masing faktor terhadap perkembangan UMKM. Namun demikian, sebagian besar penelitian masih menganalisis faktor-faktor tersebut secara parsial sehingga belum memberikan gambaran yang utuh mengenai strategi pengembangan usaha sebagai suatu kesatuan yang saling berkaitan. Selain itu, belum banyak penelitian yang menganalisis strategi pengembangan usaha pada UMKM konveksi dengan menggunakan lima dimensi strategi pengembangan usaha menurut Dindin Abdurrohman sebagai kerangka analisis dalam satu objek penelitian secara utuh, khususnya yang memproduksi seragam sekolah, masih relatif terbatas jika dibandingkan dengan penelitian pada sektor kuliner, perdagangan, maupun jasa. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mengkaji strategi pengembangan usaha secara lebih komprehensif dengan mengacu pada lima dimensi strategi pengembangan usaha, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai upaya pengembangan usaha yang dilakukan oleh UMKM.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa strategi pengembangan usaha merupakan faktor yang sangat penting dalam meningkatkan kemampuan UMKM untuk bertahan, berkembang, dan memiliki daya saing di tengah perubahan lingkungan bisnis yang semakin dinamis. Meskipun MNF Abizar Collection telah melakukan berbagai upaya dalam mengembangkan usahanya, hasil observasi menunjukkan bahwa implementasi strategi pengembangan

usaha pada beberapa dimensi masih belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang lebih mendalam untuk menganalisis bagaimana strategi pengembangan usaha diterapkan pada UMKM MNF Abizar Collection berdasarkan lima dimensi strategi pengembangan usaha menurut Dindin Abdurohim (2021), yaitu penguatan modal usaha, perluasan segmen dan jangkauan pasar, peningkatan kapasitas produksi, peningkatan daya saing, serta keberlanjutan usaha. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai kondisi strategi pengembangan usaha yang diterapkan oleh UMKM MNF Abizar Collection sekaligus menjadi masukan dalam upaya pengembangan usaha yang lebih efektif dan berkelanjutan. Berdasarkan pertimbangan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "*Strategi Pengembangan Usaha pada UMKM MNF Abizar Collection di Kabupaten Bandung*".

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada analisis strategi pengembangan usaha pada UMKM MNF Abizar Collection berdasarkan lima dimensi strategi pengembangan usaha, yaitu penguatan modal usaha, perluasan segmen dan jangkauan pasar, peningkatan kapasitas produksi, peningkatan daya saing, dan keberlanjutan usaha. Fokus penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai implementasi setiap dimensi strategi pengembangan usaha serta faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan usaha pada UMKM MNF Abizar Collection.

Secara lebih terperinci, fokus penelitian ini meliputi:

A. PENGUATAN MODAL USAHA

Penelitian menganalisis kondisi permodalan UMKM MNF Abizar Collection, yang mencakup:

- (1) Sumber permodalan (modal pribadi, pinjaman informal, lembaga keuangan formal, atau permodalan alternatif)
- (2) Alokasi penggunaan modal (untuk produksi, operasional, pemasaran, atau pengembangan usaha)
- (3) Upaya yang telah dilakukan dalam memperkuat modal usaha (akses KUR, reinvestasi keuntungan, perencanaan keuangan jangka panjang)
- (4) Kendala dan hambatan dalam memenuhi kebutuhan operasional dan pengembangan usaha
- (5) Peluang penguatan permodalan yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung pengembangan usaha.

B. PERLUASAN SEGMENT & JANGKAUAN PASAR

Penelitian menganalisis strategi perluasan segmen dan jangkauan pasar yang diterapkan oleh UMKM MNF Abizar Collection melalui berbagai aktivitas pemasaran, baik secara konvensional maupun digital, yang mencakup:

- (1) Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi (Instagram, TikTok, Facebook, atau platform lainnya)
- (2) Strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial
- (3) Efektivitas pemanfaatan media sosial dalam memperluas jangkauan pasar dan segmen pelanggan
- (4) Integrasi pemasaran digital dengan marketplace (Shopee, Lazada, atau lainnya)
- (5) Kendala dan hambatan dalam mengoptimalkan pemanfaatan media sosial

- (6) Peluang perluasan pasar melalui strategi pemasaran digital yang lebih terstruktur

C. PENINGKATAN KAPASITAS PRODUKSI

Penelitian menganalisis upaya peningkatan kapasitas produksi UMKM MNF Abizar Collection, yang mencakup:

- (1) Kondisi kapasitas produksi saat ini (fasilitas, peralatan, dan kapabilitas)
- (2) Upaya pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) dan pelatihan karyawan
- (3) Adopsi teknologi produksi dan inovasi dalam proses produksi
- (4) Penambahan atau peningkatan fasilitas produksi
- (5) Kendala dalam meningkatkan kapasitas produksi
- (6) Upaya yang dilakukan dalam meningkatkan kapasitas produksi untuk mendukung pengembangan usaha.

D. PENINGKATAN DAYA SAING

Penelitian menganalisis strategi peningkatan daya saing UMKM MNF Abizar Collection, yang mencakup:

- (1) Posisi daya saing dibandingkan dengan UMKM konveksi sejenis
- (2) Strategi efisiensi biaya produksi
- (3) Upaya peningkatan kualitas produk dan inovasi desain
- (4) Keunggulan kompetitif yang dimiliki dan yang perlu dikembangkan
- (5) Analisis pesaing dan diferensiasi produk
- (6) Hubungan antara perluasan pasar dan peningkatan daya Strategi yang dilakukan untuk meningkatkan daya saing usaha.

E. KEBERLANJUTAN USAHA

Penelitian menganalisis keberlanjutan usaha UMKM MNF Abizar Collection, yang mencakup:

- (1) Pertumbuhan omzet dan tren penjualan dalam periode tertentu
- (2) Loyalitas pelanggan dan retensi pasar
- (3) Rencana jangka panjang untuk memastikan keberlanjutan usaha
- (4) Stabilitas penjualan dan kemampuan bertahan di luar periode musiman
- (5) Upaya yang dilakukan untuk menjaga keberlanjutan usaha dalam jangka panjang
- (6) Faktor-faktor yang mendukung atau menghambat keberlanjutan usaha jangka panjang

Kelima dimensi strategi pengembangan usaha tersebut merupakan aspek yang saling melengkapi dalam mendukung pengembangan UMKM. Masing-masing dimensi memiliki peran yang berbeda, namun saling berkaitan dalam meningkatkan kemampuan usaha untuk berkembang, menghadapi persaingan, dan menjaga keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, kelima dimensi tersebut dianalisis secara terpadu untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai strategi pengembangan usaha pada UMKM MNF Abizar Collection.

Sebagai bagian dari analisis strategi pengembangan usaha, penelitian ini juga mengidentifikasi faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) melalui analisis SWOT. Analisis tersebut digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai posisi strategis UMKM MNF Abizar Collection sekaligus mendukung penyusunan alternatif strategi pengembangan usaha yang sesuai dengan kondisi aktual usaha.

Dengan demikian, penelitian ini difokuskan pada analisis strategi pengembangan usaha pada UMKM MNF Abizar Collection berdasarkan lima dimensi strategi pengembangan usaha, yaitu penguatan modal usaha, perluasan segmen dan jangkauan pasar, peningkatan kapasitas produksi, peningkatan daya saing, dan keberlanjutan usaha. Selain itu, penelitian juga mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi pengembangan usaha melalui analisis SWOT. Penetapan fokus penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan analisis yang komprehensif mengenai kondisi aktual usaha sekaligus memberikan rekomendasi strategi pengembangan usaha yang relevan, aplikatif, dan berkelanjutan bagi UMKM MNF Abizar Collection.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran umum UMKM MNF Abizar Collection?
2. Apa saja strategi pengembangan usaha yang telah diterapkan dan sedang berjalan pada UMKM MNF Abizar Collection?
3. Apa saja faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pengembangan usaha pada UMKM MNF Abizar Collection?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan gambaran umum dari UMKM MNF Abizar Collection.
2. Untuk menganalisis pengembangan usaha yang telah diterapkan pada UMKM MNF Abizar Collection.
3. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha pada UMKM MNF Abizar Collection.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian ilmiah mengenai strategi pengembangan usaha pada sektor UMKM konveksi, khususnya di subsektor konveksi seragam sekolah.
- b. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji strategi pengembangan usaha pada UMKM, sehingga memperkaya literatur akademis dalam bidang pengembangan UMKM di era digital.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pelaku UMKM konveksi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai penerapan strategi pengembangan usaha berdasarkan aspek penguatan modal usaha, perluasan pasar, peningkatan kapasitas produksi, peningkatan daya saing, dan keberlanjutan usaha. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun strategi pengembangan usaha yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan UMKM.
- b. Bagi pemerintah daerah dan lembaga pendukung UMKM, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam penyusunan program pembinaan, pendampingan, dan pengembangan UMKM melalui penguatan strategi pengembangan usaha yang sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM.

- c. Bagi mahasiswa dan akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber informasi dalam pengembangan penelitian mengenai strategi pengembangan usaha pada UMKM, khususnya pada sektor usaha konveksi.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di UMKM MNF Abizar Collection yang berlokasi di Kampung Panyirapan, Kecamatan Soreang, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa UMKM MNF Abizar Collection merupakan usaha konveksi yang bergerak di bidang produksi seragam sekolah dan telah beroperasi sejak tahun 2012. Selama menjalankan usahanya, UMKM ini telah melakukan berbagai upaya pengembangan, seperti pengelolaan permodalan, perluasan pemasaran melalui marketplace, peningkatan kualitas produk, serta penyesuaian kapasitas produksi sesuai dengan permintaan pasar.

Namun demikian, berdasarkan hasil observasi awal masih terdapat beberapa kendala dalam implementasi strategi pengembangan usaha sehingga menarik untuk dikaji lebih mendalam berdasarkan lima dimensi strategi pengembangan usaha menurut Dindin Abdurrohman (2021). Selain itu, pemilik usaha memberikan akses kepada peneliti untuk melakukan observasi, wawancara, dan pengumpulan dokumen yang diperlukan sehingga mendukung kelancaran pelaksanaan penelitian. Lokasi penelitian yang mudah dijangkau juga menjadi pertimbangan praktis bagi peneliti dalam melakukan pengumpulan data secara berkelanjutan.

