

PROSES KEPUTUSAN INOVASI AMPLANG UMKM DI KABUPATEN KAYONG UTARA

INNOVATION PROCESS OF UMKM AMPLANG IN KAYONG UTARA DISTRICT

Sulinda^{1*}, Nurliza², Shenny Oktoriana³

^{1*23}Program Studi Agribisnis, Universitas Tanjungpura Pontianak

*Penulis Korespondensi: sulindainda1@gmail.com

ABSTRACT

The adoption of innovation is very important for business actors to increase production and product quality. The existence of innovation can increase creativity in developing and running a business. The process of adopting innovation goes through several stages starting from the knowledge stage to the confirmation stage. This research is focused on the innovation decision process of UMKM amplang in North Kayong Regency. The research objective was to design the innovation decision process for UMKM amplang in North Kayong Regency. The method used is descriptive analysis method by presenting the questionnaire scores to group them into a range of categories in each innovation decision process. Collecting data using a questionnaire instrument to 12 UMKM amplang business actors. The results show that there has been no introduction and application of new innovations in producing UMKM amplang. Government involvement only provides business licensing. Informants often take advantage of social media for product promotion tools. In order to improve product quality and expand promotions, the informants really expect the emergence of new innovations from related parties. In the final stage of confirmation, the informants are neutral towards new innovations, but if these innovations have a good impact on their business, they will be implemented and sustainable. Efforts that can be made for UMKM amplang business actors must take the initiative to make breakthroughs and try something new to develop amplang products, such as seeking information not only through social media but through individuals or groups of people, visiting exhibitions of other processed products for expanding knowledge, being actively involved in the structure of MSMEs in the local area, learning from various literature sources related to examples of books and the internet.

Keywords: *UMKM Amplang, Descriptive Analysis, Innovation.*

ABSTRAK

Adopsi inovasi sangat penting bagi pelaku usaha untuk meningkatkan produksi dan kualitas produknya. Adanya inovasi dapat meningkatkan kreatifitas dalam mengembangkan dan menjalankan usaha. Proses adopsi inovasi melalui beberapa tahap mulai dari tahap pengetahuan sampai tahap konfirmasi. Penelitian ini difokuskan pada proses keputusan inovasi amplang UMKM di Kabupaten Kayong Utara. Tujuan penelitian yaitu untuk mendesain proses keputusan inovasi amplang UMKM di Kabupaten Kayong Utara. Metode yang digunakan ialah metode analisis deskriptif dengan mempersentasekan skor kuesioner untuk mengelompokkan kedalam rentang kategori pada masing-masing proses keputusan inovasi. Pengumpulan data menggunakan instrumen kuesioner kepada pelaku usaha amplang UMKM yang berjumlah 12

UMKM. Hasil menunjukkan bahwa belum ada pengenalan dan penerapan inovasi-inovasi baru dalam memproduksi amplang UMKM. Keterlibatan pemerintah hanya memberikan perijinan usaha saja. Informan sering memanfaatkan sosial media untuk alat promosi produk. Untuk meningkatkan kualitas produk dan memperluas promosi, informan sangat mengharapkan munculnya inovasi-inovasi baru dari pihak terkait. Pada tahap akhir konfirmasi informan bersikap netral terhadap inovasi-inovasi baru, namun jika inovasi tersebut memberikan dampak baik terhadap usahanya maka akan diterapkan dan secara berkelanjutan. Upaya yang dapat dilakukan bagi pelaku usaha amplang UMKM, harus berinisiatif melakukan terobosan dan mencoba sesuatu hal yang baru untuk mengembangkan produk amplang, seperti mencari informasi tidak hanya lewat sosial media saja tetapi lewat orang perorangan atau sekelompok orang, mengunjungi pameran-pameran produk olahan lainnya untuk memperluas pengetahuan, ikut terlibat aktif dalam struktur UMKM di wilayah setempat, mempelajari dari berbagai sumber-sumber literatur yang terkait contoh buku-buku dan internet.

Kata Kunci: Amplang UMKM, Analisis Deskriptif, Inovasi.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki potensi bisnis yang sangat didukung oleh Pemerintah, karena semakin banyak orang yang berwirausaha, maka semakin baik dan kuat pula perekonomian suatu daerah, karena sumber daya lokal, pekerja dan pendanaan diserap dan bermanfaat secara optimal. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 2,52 persen yaitu Rp 2.394,5 triliun dan mampu menyerap tenaga kerja hingga 121 juta pekerja, serta berkontribusi sebesar 60 persen terhadap pertumbuhan ekonomi nasional (Kemenkopukm, 2019).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Amplang di Kabupaten Kayong Utara ini memiliki beberapa kelebihan. Pertama, dikarenakan bahan baku pembuatan amplang mudah di dapat. Hal ini dikarenakan sebageian besar masyarakatnya bermata pencaharian nelayan. Kedua, amplang yang diproduksi tanpa bahan pengawet, pewarna, pemanis buatan, yang di produksi oleh UMKM lokal yang masih menggunakan bahan alami, tergolong barang yang *fast moving* sehingga selalu *fresh from kitchen*. Selain itu produk amplang merupakan salah satu *icon* yang terdapat di Kabupaten Kayong Utara, dan persaingan produksi amplang yang relatif belum tinggi (Disperindagkop, 2019).

Salah satu tokoh ahli masyarakat Kabupaten Kayong Utara yaitu Penjabat Ketua TP [PKK Kayong Utara](#), Maifuzah menyebut bahwa amplang Kayong Utara diproduksi dari ikan segar, bukan dari penyedap rasa, kualitas amplang memberikan rasa enak di lidah. Oleh karena itu, ia meminta agar pihak-pihak terkait saling bersinergi meningkatkan amplang [Kayong Utara](#), yakni dengan memberikan penyuluhan kepada masyarakat yang memproduksikannya. agar pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) amplang semakin termotivasi menghasilkan produk berkualitas.

Namun, kelemahan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) amplang di Kayong Utara adalah minimnya pemahaman dalam manajemen secara profesional, terbatasnya pengetahuan pengusaha tentang teknologi, pemasaran produk masih terbatas, penurunan unit UMKM dengan penyerapan tenaga kerja yang menurun yang kini sebanyak 123 tenaga kerja, produk yang dipasarkan kalah saing dari produk luar yang sejenis, sehingga adanya tuntutan masyarakat kepada pelaku usaha untuk menerapkan inovasi-inovasi baru serta keterbatasan

modal yang dimiliki dalam melakukan inovasi. Akibatnya peran pemerintah sebagai wadah promosi menjadi kurang aktif sehingga tidak banyak UMKM yang dilibatkan dalam Expo (Fauzi, 2018).

Penerapan inovasi-inovasi yang diharapkan ialah menciptakan produk dengan cita rasa yang lebih khas dari yang lain, menciptakan kemasan produk yang unik sebagai ciri tersendiri dari UMKM serta memperluas promosi-promosi. Oleh sebab itu, diperlukan manajemen inovasi, yang merupakan alat penting untuk meningkatkan kapasitas inovasi usaha kecil dan menengah (Hartini, 2012).

Pendekatan yang digunakan untuk memberikan produk inovasi dirancang dalam membantu perusahaan lebih memahami dan memperlus wawasan sehingga mendorong inovasi secara efektif. Kemampuan inovasi yang efektif pada suatu usaha tergantung pada lima dimensi yaitu *knowledge, persuasion, decision, implementation* dan *confirmation*. Upaya pengembangan proses inovasi dirasa sangat perlu dilakukan demi keberlangsungan usahanya. Artinya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) membutuhkan penguatan nilai-nilai inti dimana proses inovasi digunakan agar mempertahankan perubahan dengan kombinasi ide-ide kreatif yang dapat disalurkan dalam melakukan inovasi (Rogers, 1995).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling, bahkan samplingnya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya data (Kriyantono, 2015).

Pemilihan lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive method*) yaitu di Kabupaten Kayong Utara dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan salah satu sentra penghasil kerupuk Amplang kedua terbesar yang berada di Kalimantan Barat. Lokasi penelitian akan dilakukan di Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Amplang Amanda, Amplang Mutiara dan Amplang Teluk di Kecamatan Teluk Batang. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Amplang Pulau Datok dan Amplang Ikan Tenggiri Liawara di Kecamatan Sukadana. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Amplang Lidya di Kecamatan Seponti. UMKM Amplang Linda dan Amplang Maknyus di Kecamatan Simpang Hilir. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) amplang Maya Amplang Sukinah di Kecamatan Kepulauan Karimata. Serta Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) amplang Mandiri dan Kuku Macan di Kecamatan Pulau Maya. Pemilihan UMKM tersebut ditentukan secara sengaja dengan pertimbangan UMKM tersebut masih aktif dan beroperasi dibandingkan dengan UMKM lainnya (BPS, 2019).

Populasi yang diteliti adalah seluruh UMKM kerupuk amplang yang terdapat di Kabupaten Kayong Utara. Adapun jumlah keseluruhan atau populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 21 unit usaha kerupuk amplang yang terdapat di Kabupaten Kayong Utara. Pengambilan sampel melalui *purposive sampling* yakni pengambilan sampel yang dipilih secara cermat dengan mengambil objek penelitian yang selektif dan mempunyai ciri-ciri yang spesifik. Adapun penentuan sampel atau responden diambil dengan kriteria; (1) Responden yang dipilih adalah produsen yang memproduksi kerupuk amplang di Kabupaten Kayong Utara; (2) Pemilik atau kepala usaha UMKM yang mengetahui betul mengenai analisis usahanya; (3) Responden yang memiliki UMKM yang masih beroperasi atau masih aktif. Adapun jumlah sampel yang

digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 12 UMKM Amplang yang terdapat di Kabupaten Kayong Utara. Hal tersebut dikarenakan berdasarkan *survey* yang dilakukan dari 21 unit usaha kerupuk amplang hanya terdapat 12 unit usaha yang sampai sekarang masih aktif dan beroperasi.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini di klasifikasikan menjadi dua, yaitu : (1) Data primer terkait data proses inovasi terkait teori rogers yaitu pengetahuan, bujukan, keputusan, implementasi dan komunikasi yang telah dirangkum ke dalam bentuk kuisioner. Data ini diperoleh melalui wawancara secara *face to face* kepada responden yang telah ditetapkan peneliti di Kabupaten Kayong Utara. (2) Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui pihak lain yang dijadikan peneliti untuk memperoleh informasi dan dijadikan sebagai acuan maupun referensi. Data sekunder yang digunakan berupa penelitian-penelitian terdahulu maupun laporan yang sebelumnya telah dipublikasikan, seperti kontribusi data PDRB UMKM Kalimantan Barat, Tingkat Pertumbuhan Usaha UMK Pertanian di Kalimantan Barat, Jenis Sentra Usaha yang terdapat di Kayong Utara dan berbagai penelitian terdahulu.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan data yaitu obeservasi, wawancara, dokumentasi dan studi kepustakaan. Observasi adalah mengamati secara langsung di lapangan dan melakukan pencatatan terhadap kejadian yang diamati. Wawancara adalah melakukan tanya jawab kepada responden dengan metode kuesioner dan melakukan pencatatan atau perekaman. Dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data-data yang bersifat dokumen yang dapat mendukung pemahaman dan analisis proses keputusan inovasi kerupuk amplang di Kabupaten Kayong Utara. Sehingga dokumen tersebut dapat digunakan sebagai acuan penelitian. Teknik studi kepustakaan merupakan cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data dan informasi melalui berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian ini. Data dan informasi dapat diperoleh melalui buku-buku, internet, jurnal, tesis dan sebagainya.

Definisi operasional variabel penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi variabel-variabel dan indikator yang dipakai dalam suatu penelitian. Variabel-variabel yang diukur menggunakan skala likert, dengan pernyataan 5 gradasi 1 sampai 5 dalam artian dari yang negatif sampai positif. Pada penelitian ini definisi operasional variabel terdiri dari pengetahuan, bujukan, keputusan, implementasi dan konfirmasi (Rogers, 1995).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif merupakan analisis yang menggambarkan keadaan atau status fenomena dengan kata-kata atau kalimat. Kemudian dipisah-pisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan. Dengan demikian, maka dalam penelitian ini data yang diperoleh dilapangan baik yang diperoleh melalui wawancara atau metode dokumentasi digambarkan atau disajikan dalam bentuk kata-kata atau kalimat bukan dalam angka-angka sebagaimana dalam penelitian statistic, serta dipisah-pisahkan dan dikategorikan sesuai dengan rumusan masalah (Suharsimi, 2010; (Nasution, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Keputusan Inovasi Amplang UMKM

1. Pengenalan

Tahap pengenalan merupakan tahapan pertama dalam proses keputusan inovasi dimana seseorang mengetahui adanya inovasi dan memperoleh beberapa pengertian mengenai bagaimana inovasi berfungsi. Tahap ini bermula dari pengetahuan yang terdiri dari nilai pribadi dan perilaku berkomunikasi. Pada indikator nilai pribadi terdiri dari sub indikator kontak dengan

pemerintah, partisipasi dalam sistem sosial dan mempunyai wawasan. Sedangkan indikator perilaku komunikasi terdiri dari sub indikator terbuka dengan media (Azizah, 2018).

Hasil menunjukkan pada tahap pengenalan dengan melalui pengetahuan yang diperoleh masih tergolong kedalam kriteria cukup yaitu dengan angka persentase 51,25%. Dikarenakan nilai pribadi dan perilaku komunikasi yang dirasakan bagi pelaku usaha UMKM yang terdiri dari akses dengan pemerintah, berpartisipasi dalam sistem sosial, mempunyai wawasan serta terbuka dengan media massa yang cukup.

Penyebabnya belum ada edukasi inovasi-inovasi baru yang ditawarkan serta pemerintah hanya memberikan ijin usaha dan tidak terlibat dalam pengambilan keputusan inovasi. Namun jika hal tersebut ditawarkan, pelaku usaha amplang sangat berkeinginan untuk menerapkannya karena selain untuk menambah wawasan baru juga untuk memperluas promosi produksi amplang. Pelaku usaha amplang selama ini hanya mengandalkan pengetahuan dan wawasan yang dimiliki serta memanfaatkan sosial media dalam mempromosikan produknya.

2. Bujukan

Setelah mengenal maka informan mulai membentuk sikap terhadap inovasi. Penentuan sikap berkenan atau tidak berkenan ini terbentuk dalam tahap persuasi. Sikap tersebut terbentuk melalui sifat inovasi yang terdiri dari keuntungan relatif, komparabilitas atau kesesuaian, kompleksitas, triabilitas dan observabilitas (Anto, 2018).

Keuntungan relatif dapat dirasakan informan melalui segi ekonomi dan prestasi sosial serta kenyamanan dan kepuasan. Hasil menunjukkan inovasi yang telah ada memberikan keuntungan pada segi ekonomi dan prestasi sosial, dengan angka persentase 67,92% serta memberikan kenyamanan dan kepuasan dengan angka persentase 66,11%. Pelaku usaha amplang selama ini hanya memanfaatkan teknologi yang sudah ada seperti mesin penggiling yang dinilai dapat mengefisienkan biaya, tenaga dan waktu serta dapat menghasilkan kualitas produksi yang baik.

Kompatibilitas adalah sejauh mana suatu inovasi dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, pengalaman masa lalu dan kebutuhan penerima. Hasil menunjukkan bahwa inovasi yang diterapkan selama ini cocok dan sesuai dengan kebutuhan dalam memproduksi amplang, dengan nilai angka persentase 73,33%. Namun informan tidak terbiasa dengan inovasi tersebut yang ditunjukkan dengan angka persentase 39,44%. Dikarenakan penerapan inovasi sudah lama dilakukan sebelumnya dengan menggunakan mesin penggiling, namun belum ada penerapan inovasi baru dari pihak terkait ataupun dari pelaku usaha.

Kompleksitas adalah tingkatan dimana suatu inovasi dianggap relatif sulit untuk dimengerti dan digunakan. Hasil menunjukkan bahwa penerapan inovasi yang selama ini tidak menyulitkan bagi pelaku usaha amplang yang ditunjukkan dengan angka persentase 30,28%. Dikarenakan teknologi atau mesin mudah untuk dioperasikan dan dapat mengefisienkan biaya, tenaga dan waktu.

Triabilitas merupakan suatu tingkat dimana suatu inovasi dapat dicoba dengan skala kecil. Hasil menunjukkan informan sangat berkeinginan untuk menerapkan perubahan inovasi dari skala kecil sampai terbesar yang ditunjukkan dengan angka persentase 88,89%. Karena jika dinilai memberikan keuntungan dan kemudahan, informan sangat mengharapkan hadirnya inovasi baru. Selain untuk memperluas promosi produk juga untuk meningkatkan kualitas produksi sehingga lebih dikenal masyarakat luas.

Observabilitas adalah tingkat dimana hasil-hasil suatu inovasi dapat dilihat oleh orang lain dan memudahkan dalam mengevaluasi atau mengontrol suatu usaha. Sifat inovasi observabilitas dipandang sebagai observasi awal yang dilakukan oleh adopter terhadap inovasi apakah akan efektif untuk diterapkan dalam kegiatan produksi amplang. Hasil menunjukkan bahwa inovasi yang telah diterapkan memudahkan informan dalam mengontrol atau mengevaluasi usahanya

yang ditunjukkan dengan angka persentase 65,83%. Perijinan usaha dari pemerintah membuat usaha lebih terjamin dan terlindungi dan aman, walaupun belum ada penawaran inovasi baru dari pihaknya.

3. Keputusan

Pada tahap keputusan, informan harus memilih untuk menerima atau menolak inovasi. Dari kedua tahapan yang sudah dilewati, yaitu tahapan pengenalan dan persuasi, serta pendekatan melalui lima sifat inovasi yang terdiri keuntungan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, triabilitas dan observabilitas, pelaku usaha memiliki alternatif keputusan yaitu menerima atau menolak (Prasetyo & Awaludin, 2016).

Hasil menunjukkan berdasarkan pertimbangan menerima atau menolak inovasi, informan cukup baik dalam menilai inovasi yang telah diterapkan selama ini yang ditunjukkan dengan angka persentase 55,56%. Inovasi yang selama ini dinilai tidak merugikan dan juga tidak menguntungkan, dikarenakan belum ada penawaran inovasi baru yang akan diterapkan dari pihaknya, namun informan sangat mengharapkan munculnya inovasi-inovasi baru tersebut jika sama-sama menguntungkan.

4. Implementasi

Pada tahap ini, informan akan mempraktekkan atau mengadopsi berdasarkan dari semua tahap yang telah dilalui diatas dimulai dari pengetahuan, bujukan dan keputusan. Hasil menunjukkan bahwa informan cukup baik dalam mengadopsi inovasi-inovasi yang telah diterapkan selama ini dengan ditunjukkan angka persentase 59,17%. Informan akan menilai pada inovasi baru yang akan datang, jika inovasi tersebut dapat memberikan keuntungan dan berdampak baik terhadap produksi amplang maka informan akan menerapkannya dan secara berkelanjutan. Karena pola atau teknik yang diterapkan selama ini hanya menggunakan mesin penggiling selama proses produksi amplang. Oleh sebab itu informan mengharapkan terobosan baru dalam produksi amplang (Lestari et al., 2019).

5. Konfirmasi

Tahap ini merupakan tahap terakhir dalam proses keputusan inovasi. Dalam tahap ini seseorang mencari penguat bagi keputusan inovasi yang telah dibuatnya. Sejauh ini informan belum mengadopsi atau menerapkan inovasi-inovasi terbaru, karena belum ada edukasi atau penyuluhan khusus terkait penawaran inovasi terbaru. Selama ini informan hanya menggunakan mesin penggiling saja dalam proses kegiatan memproduksi amplang serta memanfaatkan sosial media sebagai alat promosi produk. Hasil menunjukkan, informan akan menerapkan inovasi baru jika berdampak baik terhadap usaha amplang yang ditunjukkan dengan angka persentase 59,17%. Dari hasil tersebut informan bersifat netral terhadap muncul inovasi-inovasi baru (Maulida & Yunani, 2018).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil bahwa belum ada pengenalan dan penerapan inovasi-inovasi baru dalam memproduksi amplang UMKM. Keterlibatan pemerintah hanya memberikan perijinan usaha saja. Informan sering memanfaatkan sosial media untuk alat promosi produk. Untuk meningkatkan kualitas produk dan memperluas promosi, informan sangat mengharapkan munculnya inovasi-inovasi baru dari pihak terkait. Pada tahap akhir konfirmasi informan

bersikap netral terhadap inovasi-inovasi baru, namun jika inovasi tersebut memberikan dampak baik terhadap usahanya maka akan diterapkan dan secara berkelanjutan.

Saran

Dari uraian diatas, maka sebaiknya bagi pelaku usaha amplang UMKM harus berinisiatif melakukan terobosan dan mencoba sesuatu hal yang baru untuk mengembangkan produk amplang, seperti mencari informasi tidak hanya lewat sosial media saja tetapi lewat orang perorangan atau sekelompok orang, mengunjungi pameran-pameran produk olahan lainnya untuk memperluas pengetahuan, ikut terlibat aktif dalam struktur UMKM di wilayah setempat, mempelajari dari berbagai sumber-sumber literatur yang terkait contoh buku-buku dan internet.

DAFTAR PUSTAKA

- Anto, A. (2018). Proses Adopsi Inovasi Lokal Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Di Kawasan Minapolitan Desa Koto Masjid Provinsi Riau. *Sosio Konsepsia*. <https://doi.org/10.33007/ska.v7i2.1144>
- Azizah, N. (2018). Difusi Inovasi Dalam Konteksperanan Kelompok Informasi Masyarakat (Kim) Swara Ringgitkelurahan Ledug Guna Meningkatkan Potensi Lokal. *Heritage*.
- BPS. (2019). *Kabupaten Kayong Utara Dalam Angka*.
- Disperindagkop. (2019). *Karakteristik UMKM*.
- Fauzi. (2018). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58 No 1.
- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.9744/jmk.14.1.83-90>
- Kemenkopukm. (2019). *Data UMKM*.
- Kriyantono, R. (2015). Public Relations and Corporate Social Responsibility in Mandatory Approach Era in Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.041>
- Lestari, I., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Kuliner. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.245>
- Maulida, S., & Yunani, A. (2018). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*.
- Nasution, L. M. (2017). Statistik Deskriptif Leni Masnidar Nasution. In *Hikmah*.
- Prasetyo, A. F., & Awaludin, A. (2016). Peran Kelembagaan Peternak Dalam Adopsi Teknologi. *Jurnal Ilmiah Inovasi*. <https://doi.org/10.25047/jii.v16i2.298>
- Rogers, E. M. (1995). Diffusion of Innovations, Fourth Edition. In *Elements of Diffusion*.
- Suharsimi, A. (2010). Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi). *Rineka Cipta*.