

**PERSEPSI PELAKU USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)
TERHADAP INOVASI KULINER
(THE PERCEPTION OF MICRO SMALL MEDIUM ENTERPRISES TO
CULLINARY INNOVATION)**

Ismon Zakya HS¹, Heryudarini Harahap¹

¹Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Riau

E-mail: ismonz@yahoo.com

ABSTRACT

The objective of innovation is to improve the function, benefit, and application of sciences that has been available or produce new technologies. The study aims was to asses the perception of product, label and packaging innovation of micro, small and medium enterprises (MSMEs) as well as the association with the perceptions. The study was conducted in Meranti Islands and Kampar District. Methods of the study was cross-sectional. The number of subject was 44 MSMEs. Study showed that MSMEs with agree perception for product innovation was 93.0%, packaging innovation was 90.5%, and labeling innovation was 93.2%. Factors associated with product, labeling and packaging innovation of MSMEs perception were education and business duration. MSMEs with business > 10 years had risk for not agree 2.5 times for product, 2.4 times for labeling, and 2.5 times for packaging than MSMEs with business duration ≤ 10 years. SMEs with junior high school education or below had risk for not agree 1.7 times for product, 1.7 times for labeling and 1.8 times for packaging innovation than SMEs with senior high school or above. It was suggested that the Government of Meranti Islands And Kampar District to fasilitate product, labeling and packaging innovation for MSMEs.

Keywords: *innovation, labeling, packaging, perception, product*

ABSTRAK

Inovasi bertujuan untuk meningkatkan fungsi, manfaat, dan aplikasi ilmu pengetahuan yang telah ada, atau menghasilkan teknologi baru. Penelitian ini bertujuan mempelajari persepsi pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) terhadap inovasi produk, kemasan dan label dan faktor-faktor yang berhubungan dengan persepsi pelaku UMKM terhadap inovasi produk, kemasan dan label. Lokasi penelitian adalah di Kabupaten Kepulauan Meranti dan Kabupaten Kampar. Metode penelitian adalah *cross-sectional*. Jumlah subjek sebanyak 44 orang. Metode penelitian adalah *cross-sectional*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi dari pelaku UMKM yang setuju untuk melakukan inovasi produk adalah 93,0%, setuju melakukan inovasi kemasan 90,5% dan setuju melakukan inovasi label 93,2%. Faktor-faktor yang berhubungan dengan inovasi produk, inovasi label dan inovasi kemasan UMKM adalah pendidikan dan lama usaha. Pelaku UMKM dengan lama usaha > 10 tahun mempunyai risiko persepsi untuk tidak setuju melakukan inovasi produk 2,5 kali, tidak setuju melakukan inovasi label 2,4 kali dan tidak setuju melakukan melakukan inovasi kemasan 2,5 kali dibandingkan dengan pelaku UMKM dengan lama usaha ≤ 10 tahun. Pelaku UMKM dengan pendidikan tamat SMP kebawah mempunyai risiko persepsi untuk

tidak setuju melakukan inovasi produk 1,7 kali, tidak setuju melakukan inovasi label 1,7 kali dan tidak setuju melakukan melakukan inovasi kemasan 1,8 kali dibandingkan pelaku UMKM dengan pendidikan SMA keatas. Disarankan kepada Pemerintah Kabupaten Kepulauan Meranti dan Kabupaten Kampar dapat membantu pelaku UMKM dalam inovasi produk, label dan kemasan.

Kata kunci : inovasi, kemasan, label, persepsi, produk

PENDAHULUAN

Pemerintah melalui Peraturan Bersama Menteri Riset dan Teknologi No. 3 Tahun 2012 dan Menteri Dalam Negeri Nomor 36 Tahun 2012 tentang Sistem Inovasi Daerah memberi ruang kepada daerah agar mampu menggali dan mengembangkan berbagai potensi daerah menjadi produk yang lebih kompetitif sehingga memiliki daya saing yang tinggi dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat. Sedangkan menurut UU No. 18 tahun 2002, inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan, dan/atau perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi.

Salah satu cara untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi ke dalam produk atau proses produksi adalah melalui kegiatan usaha

yang dilakukan oleh UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Pengertian UMKM berdasarkan UU No 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah adalah 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar, 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar

dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. Kemampuan yang dimiliki UMKM ditentukan oleh sejumlah faktor, diantaranya adalah sumberdaya manusia, penguasaan teknologi, akses ke informasi, pasar output, dan input (Tambunan 2002). Pengalaman di negara-negara maju menunjukkan bahwa UMKM adalah sumber dari inovasi produksi dan teknologi, pertumbuhan wirausaha yang kreatif, dan inovatif, penciptaan tenaga kerja trampil dan fleksibilitas proses produksi untuk menghadapi perubahan permintaan pasar yang semakin beragam segmentasinya dan semakin spesifik.

Usaha Mikro Kecil Menengah mempunyai peran yang sangat strategis dalam pembangunan nasional. Data BPS menunjukkan pada tahun 2011 terlihat Sektor Industri Pengolahan memberi kontribusi terhadap total perekonomian sebesar 24,3%, Sektor Pertanian 14,7%, dan Sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran 13,8%. Sumbangan atau kontribusi kuliner yang masuk dalam kategori Perdagangan Hotel dan Restoran dalam

adalah sektor Pertanian, sektor industri pengolahan, dan Perdagangan, Hotel dan Restoran. Ketiga sektor tersebut mempunyai peran lebih dari separuh dari total perekonomian yaitu 56,3% pada tahun 2008, 55,0% pada tahun 2009, 53,8% (2010) dan 52,8% (2011) serta 52,3% pada semester I tahun 2012 (BPS 2012).

Oleh karena itu pengembangan UMKM sangat perlu mendapat perhatian dari Pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang bersama pelaku ekonomi lain. Hal ini ditegaskan oleh Arsyad Yuliandi Rahman sebagai Plt. Gubernur Riau (2015) yang berjanji akan membantu pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menghadapi persaingan bebas di pasar Asia Tenggara (MEA) tahun 2016. Sedangkan Viator Butarbutar (2015) selaku wakil ketua kadin Provinsi Riau mengemukakan bahwa permasalahan utama bagi UMKM di provinsi tersebut adalah tingkat kemampuan dalam bersaing terutama produk-produk yang dihasilkan masih dibawah standar dengan tenaga kerja yang masih jauh dari kompeten.

UMKM di Provinsi Riau berjumlah 534.504, di Pekanbaru sebanyak 93.161 UMKM jumlah yang terbesar, kedua ada di

Kabupaten Indragiri Hulu sebanyak 71.757 dan terkecil di Kabupaten Meranti 11.016, UMKM di Provinsi Riau banyak bergerak di sektor pertanian, perdagangan hotel dan restoran, jasa-jasa, industri pengolahan (<http://galeri-kumkm.riau.go.id>).

Dimasing-masing Kabupaten/Kota terdapat kuliner khas daerah masing-masing yang dikelola oleh UMKM dan berdasarkan potensi sumberdaya alam yang ada di daerah. Pemerintah Provinsi Riau melalui Dinas Koperasi dan UMKM (2012), dalam Laporan Akhir Pembuatan Profil Usaha Kecil Mengengah (UMKM) Unggulan Provinsi Riau mendata ada 90 UMKM unggulan di masing - masing Kabupaten/Kota se Provinsi Riau. Di Kepulauan Meranti, sagu merupakan produk unggulan yang dibuat berbagai macam kuliner seperti mie sagu, sagu rendang, atau kerupuk sagu. Di Kabupaten Kampar produk unggulan kuliner diantaranya adalah ikan dan nenas. Ikan dibuat salai, bakso, nugget, dan lain-lain, sedangkan nenas dibuat wajik nenas, keripik, selai, dan lain-lain.

Umumnya kuliner yang ada saat ini masih perlu ditingkatkan dari segi produk (keragaman, rasa, bentuk), kemasan, dan label yang diinovasi

supaya lebih menarik. Berdasarkan hal-hal yang telah dikemukakan tujuan dari penelitian ini adalah mempelajari persepsi pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) terhadap inovasi produk, kemasan dan label, dan faktor-faktor yang berhubungan dengan persepsi pelaku UMKM inovasi produk, kemasan dan label.

METODE

Tempat dan Waktu

Penelitian di lakukan di Kabupaten Kepulauan Meranti dan Kabupaten Kampar. Pemilihan lokasi berdasarkan pertimbangan bahwa kabupaten tersebut memiliki potensi unggulan kuliner yaitu sagu, nenas/ikan. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli sampai Oktober 2016.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan desain penelitian *cross-sectional*. Menurut Notoatmodjo (2002) *cross sectional* adalah suatu penelitian untuk mempelajari suatu dinamika korelasi antara faktor-faktor resiko dengan efek, dan dengan suatu pendekatan, observasi ataupun dengan pengumpulan data pada suatu saat tertentu (*point time approach*).

Populasi dan Subjek Penelitian

Populasi penelitian ini adalah pelaku usaha mie sagu di Kabupaten Meranti, pelaku usaha nenas di Kabupaten Kampar, sedangkan sampel dipilih dengan metode *purposive sampling* dimana responden adalah sebagian dari pelaku usaha yang dipilih dengan alasan pelaku usaha ini memproduksi kuliner dari bahan baku yang potensinya cukup besar di Provinsi Riau.

Data yang dikumpulkan

Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner terstruktur yang terdiri dari data tentang umur, lama usaha, jumlah pegawai, jenis usaha, jenis produk, bahan baku, pemasaran produk, bantuan yang pernah diterima, dan pemasaran. Data tentang persepsi dikumpulkan dengan menanyakan sejumlah pertanyaan. Pertanyaan tersebut menggunakan skala likert yang terdiri dari ‘sangat tidak setuju’, ‘tidak setuju’, ‘setuju’ dan ‘sangat setuju’.

Variabel bebas adalah persepsi pelaku UMKM terhadap inovasi produk, kemasan dan label. Variabel terikat adalah jenis kelamin, pendidikan dan lama usaha.

Analisis data

Data jenis kelamin dikategorikan menjadi laki-laki dan perempuan. Pendidikan dikategorikan menjadi SMP kebawah dan SMA keatas. Lama usaha dikategorikan menjadi ≤ 10 tahun dan > 10 tahun. Variabel persepsi dikelompok menjadi setuju/sangat setuju menjadi setuju dan tidak setuju/sangat tidak setuju menjadi tidak setuju.

Analisa data yang dilakukan secara univariat dan bivariat. Analisis bivariat dengan menggunakan Analisis *Chi-square* (χ^2) dan *logistic regression*. *Chi-square* adalah uji statistik yang digunakan untuk membandingkan atau menghubungkan dua variabel kategori dari variable dependen dan dari masing-masing variabel independen. *Logistic regression* untuk mengetahui signifikansi hubungan antara masing-masing variabel independen dan satu variabel dependen dan sekaligus menghitung besarnya risiko dengan menggunakan indikator Prevalence Odds Ratio (POR). Signifikansi hubungan diketahui dengan: 1) menggunakan uji χ^2 test, dimana $p < 0,05$ berarti signifikan, atau $p > 0,05$ berarti tidak signifikan; dan 2) menentukan *Confidence Interval* (CI) 95 % dari POR; bila (CI 95 % : POR > 1, atau POR = < 1 berarti signifikan,

atau (CI : POR = 0 - > 1) berarti tidak bermakna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaku UMKM umumnya adalah perempuan yaitu 72,7%, sedangkan laki-laki sekitar sepertiganya yaitu 27,3%. Hal ini menggambarkan bahwa usaha kuliner bisa dilakukan di rumah sehingga tidak melupakan peran perempuan sebagai ibu rumah tangga. Meskipun awalnya UMKM yang dilakukan perempuan lebih banyak sebagai pekerjaan sampingan untuk membantu suami dan untuk menambah pendapatan rumah tangga, tetapi bisa menjadi sumber pendapatan rumah tangga utama apabila dikerjakan dengan sungguh-sungguh.

Pendidikan pelaku UMKM sebagian besar rendah, dengan pendidikan SMP kebawah yaitu 61,4%, sedangkan yang tinggi SMA keatas

adalah 38,6%. Berdasarkan lamanya usaha sebagian besar (54,5%) sudah berusaha ≤ 10 tahun, dan yang sudah berusaha > 10 tahun adalah 45,5%. Lama usaha pelaku usaha terlihat sangat bervariasi mulai dari 1 tahun, 3 tahun 6 tahun, 20 tahun bahkan ada yang sudah 40 tahun. Sebagian besar (70,5%) sumber dana pelaku usaha berasal dari modal sendiri, dan sebesar 20,5% dari pinjaman baik dari bank ataupun koperasi dan terdapat 9,1% sumber dana pelaku usaha berasal dari pinjaman dan modal sendiri. Hal ini terlihat juga dari usaha yang sudah berkembang pada pelaku usaha yang sudah mempunyai keberanian menambah modal sendiri dengan pinjaman.

Tabel 1. Karakteristik pelaku usaha

	N = 44	%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	12	27,3
Perempuan	32	72,7
Lama Usaha		
≤ 10 tahun	24	54,5
> 10 tahun	20	45,5
Pendidikan		

SMP kebawah	18	61,4
SMA	17	38,6
Sumber Dana		
Modal sendiri	31	70,5
Pinjaman	9	20,5
Modal Sendiri dan Pinjaman	4	9,1

Faktor-faktor yang mempengaruhi Persepsi pelaku UMKM terhadap inovasi produk, inovasi label dan inovasi kemasan

Persepsi Pelaku UMKM terhadap inovasi Produk

Persepsi pelaku UMKM yang setuju untuk inovasi produk adalah 93%. Hal ini menggambarkan keinginan besar dari pelaku usaha untuk melakukan perubahan terhadap hasil produksi melalui inovasi produk. Tabel 2 menggambarkan persepsi pelaku UMKM terhadap inovasi produk menurut jenis kelamin, pendidikan dan lama usaha. Sebagian besar (90,9%) pelaku UMKM laki-laki menyatakan sangat setuju adanya inovasi produk kuliner dan pelaku UMKM perempuan juga sebagian besar (93,8%) menyatakan setuju adanya inovasi produk. Tidak ada hubungan yang bermakna antara jenis kelamin dengan inovasi produk.

Pelaku UMKM yang berpendidikan SMP kebawah sebagian besar (88,9%) setuju terhadap inovasi produk, sedangkan pelaku UMKM

yang berpendidikan SMA keatas 100% sangat setuju adanya inovasi produk. Pelaku usaha dengan pendidikan SMP kebawah berisiko tidak setuju melakukan inovasi 1,7 kali dibandingkan dengan pelaku usaha dengan pendidikan SMA keatas. Orang dengan pendidikan yang tinggi lebih mudah untuk memahami dan menyerap informasi sehingga lebih mudah menerima kebaruan atau inovasi.

Semua (100%) pelaku UMKM dengan lama usaha ≤ 10 tahun setuju dengan inovasi produk, sedangkan pelaku usaha yang lebih dari 10 tahun menyatakan sangat setuju inovasi produk hanya sebesar 84,2%. Lama usaha berhubungan bermakna dengan persepsi inovasi produk. Pelaku UMKM dengan lama usaha > 10 tahun mempunyai risiko persepsi untuk tidak setuju melakukan inovasi produk 2,5 kali dibandingkan dengan pelaku UMKM dengan lama usaha ≤ 10 tahun. Hal ini kemungkinan disebabkan pelaku UMKM dengan lama usaha > 10 tahun telah merasa yakin dengan produknya, sehingga menimbulkan persepsi bahwa

tidak perlu untuk melakukan inovasi produk

Tabel 2. Hubungan jenis kelamin, pendidikan dan lama usaha terhadap inovasi produk

Variabel Independen dan Kategori	Inovasi Produk					Exp (B)	OR (95% CI)
	N	Tidak Setuju		Setuju			
		N	%	N	%		
Jenis kelamin							
Laki-laki	11	1	9,1	10	90,9	1,50	0,12 – 18,36
Perempuan	32	2	6,3	30	93,8		
Pendidikan							
SMP kebawah	27	3	11,1	24	88,9	1,67	1,29 – 2,15
SMA keatas	16	0	0	16	100,0		
Lama usaha							
<= 10 tahun	24	0	0	24	100,0		
>10 tahun	19	3	15,8	16	84,2	2,50	1,71 – 3,7

Persepsi Pelaku UMKM terhadap Inovasi Label

Persepsi pelaku UMKM yang setuju untuk inovasi label 93,2%. Sama halnya dengan persepsi pelaku UMKM terhadap inovasi produk, pelaku UMKM juga sangat setuju adanya inovasi label, karena dengan label yang lebih menarik akan mendapat perhatian lebih dari konsumen sehingga konsumen akan lebih memilih produk dengan label yang lebih bagus tampilannya, serta lengkap petunjuk penggunaan, serta kandungan yang terdapat pada produk.

Pelaku usaha laki-laki dan perempuan sangat setuju dengan inovasi label yaitu diatas 90%, hanya 1 dan 2 orang pelaku usaha yang tidak

setuju dengan inovasi label. Tidak ada hubungan yang bermakna antara pendidikan dengan inovasi label.

Berdasarkan tingkat pendidikan, pelaku UMKM yang berpendidikan SMP kebawah sangat setuju inovasi label sebesar 88,9%, namun yang berpendidikan SMA keatas semuanya setuju dengan inovasi label. Pelaku usaha dengan pendidikan SMP kebawah berisiko tidak setuju melakukan inovasi label 1,7 kali dibandingkan dengan pelaku usaha dengan pendidikan SMA keatas. Pendidikan yang lebih tinggi terlihat menginginkan terciptanya inovasi kemasan, dibandingkan dengan pelaku usaha yang berpendidikan SMP kebawah. Semua pelaku usaha dengan

lama usaha < dari 10 tahun setuju dengan adanya inovasi label, sedangkan yang sudah berusaha > 10 tahun hanya 85% setuju dengan inovasi label. Pelaku UMKM dengan lama usaha > 10 tahun mempunyai risiko persepsi untuk tidak setuju melakukan inovasi label 2,4 kali dibandingkan dengan pelaku UMKM dengan lama usaha ≤ 10 tahun (Tabel 3). Hal ini kemungkinan disebabkan jika terjadi perubahan label akan membuat pelanggan mereka tidak akan mengenali produk mereka.

Tabel 3. Hubungan jenis kelamin, pendidikan dan lama usaha terhadap inovasi label

Variabel Independen dan Kategori	N	Inovasi label				Exp (B)	OR (95% CI)
		Tidak Setuju		Setuju			
		n	%	N	%		
Jenis kelamin							
Laki-laki	12	1	8,3	11	91,7	1,36	0,11 – 16,58
Perempuan	32	2	6,3	30	93,8		
Pendidikan							
SMP ebawah	27	3	11,1	24	88,9	1,71	1,32 – 2,21
SMA keatas	17	0	0	17	100,0		
Lama usaha							
<= 10 tahun	24	0	0	24	100,0	2,41	1,68 – 3,47
>10 tahun	20	3	15,0	17	85,0		

Persepsi Pelaku UMKM terhadap Inovasi Kemasan

Persepsi pelaku UMKM yang setuju untuk inovasi kemasan adalah 90,5%. Dilihat dari jenis kelamin, sebagian besar pelaku usaha baik laki-laki maupun perempuan setuju terhadap inovasi kemasan. Tidak ada hubungan yang bermakna antara jenis kelamin dengan inovasi kemasan.

Semua pelaku UMKM yang berpendidikan SMA setuju dengan inovasi kemasan, sedangkan yang berpendidikan SMP kebawah hanya

88,9% setuju. Pelaku usaha dengan pendidikan SMP kebawah berisiko tidak setuju melakukan inovasi label 1,8 kali dibandingkan dengan pelaku usaha dengan pendidikan SMA keatas. Sama halnya dengan inovasi produk dan label, pendidikan yang lebih tinggi lebih menginginkan terciptanya inovasi kemasan dibandingkan dengan pelaku usaha yang berpendidikan SMP kebawah.

Pelaku usaha dengan lama usaha ≤ 10 tahun semuanya setuju melakukan inovasi kemasan, sedangkan yang

sudah berusaha > 10 tahun hanya sebesar 78,9% setuju inovasi kemasan. Pelaku UMKM dengan lama usaha > 10 tahun mempunyai risiko persepsi untuk tidak setuju melakukan inovasi kemasan 2,5 kali dibandingkan dengan pelaku UMKM dengan lama usaha ≤ 10 tahun (tabel 4). Sama halnya dengan inovasi label ini kemungkinan disebabkan jika terjadi perubahan kemasan akan membuat pelanggan mereka tidak akan mengenali produk mereka.

Tabel 4. Hubungan jenis kelamin, pendidikan dan lama usaha terhadap inovasi kemasan

Variabel Independen dan Kategori	N	Inovasi Kemasan				Exp (B)	OR (95% CI)
		Tidak Setuju		Setuju			
		N	%	N	%		
Jenis kelamin							
Laki-laki	11	1	9,1	10	90,9		
Perempuan	31	3	9,7	28	90,3	1,02	0,56 – 1,85
Pendidikan							
SMP kebawah	25	4	16,0	21	84,0	1,81	1,36 – 2,41
SMA keatas	17	0	0	17	100,0		
Lama usaha							
<= 10 tahun	23	0	0	23	100,0		
>10 tahun	19	4	21,1	15	78,9	2,50	1,71 – 3,76

KESIMPULAN

Persepsi pelaku UMKM yang setuju untuk inovasi produk adalah 93%, setuju inovasi label adalah 93,2% dan setuju inovasi kemasan adalah 90,5%.

Faktor-faktor yang berhubungan dengan inovasi produk, inovasi label dan inovasi kemasan UMKM adalah pendidikan dan lama usaha. Pelaku UMKM dengan lama usaha > 10 tahun mempunyai risiko persepsi untuk tidak setuju melakukan inovasi produk 2,5 kali, tidak setuju melakukan inovasi

label 2,4 kali dan tidak setuju melakukan inovasi kemasan 2,5 kali dibandingkan dengan pelaku UMKM dengan lama usaha ≤ 10 tahun.

Pelaku UMKM dengan pendidikan tamat SMP kebawah mempunyai risiko persepsi untuk tidak setuju melakukan inovasi produk 1,7 kali, tidak setuju melakukan inovasi label 1,7 kali dan tidak setuju melakukan inovasi kemasan 1,8 kali dibandingkan pelaku UMKM dengan pendidikan SMA keatas.

SARAN

Disarankan kepada Pemerintah Kabupaten Kepulauan Meranti dan Kabupaten Kampar dapat membantu pelaku UMKM dalam inovasi produk, label dan kemasan. Pelaku usaha kuliner yang sudah melakukan usaha > 10 tahun dan pendidikan SMP kebawah lebih didorong untuk melakukan inovasi kuliner.

UCAPAN TERIMA KASIH

Diucapkan terima kasih Ibu Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Riau yang telah memberikan inovasi dan menjadi nara sumber penelitian ini. Ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada responden yang menjadi subjek dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Arsyad Yuliandi Rahman. 2015. Gubernur Riau Janji bantu UMKM Hadapi MEA. <http://merantipos.co/berita/detail/58/gubernur-riau-janji-bantu-umkm-hadapi-mea>.
Badan Pusat Statistik Provinsi Riau. Tahun 2012. Riau dalam Angka 2012. Pekanbaru: BPS.

<http://galeri->

[kumkm.riau.go.id/index.php/dat](http://galeri-kumkm.riau.go.id/index.php/dat)
[acenter/keragaan-umkm](http://galeri-kumkm.riau.go.id/index.php/dat). 2014. Data Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Diprovinsi Riau Tahun 2014. Diakses 20 Mei 2016.

Notoatmodjo, S. 2002. Metodologi Penelitian Kesehatan. Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta
Kementerian Riset dan Teknologi RI dan Kementerian Dalam Negeri. Peraturan Bersama Menteri Riset dan Teknologi No. 3 Tahun 2012 dan Menteri Dalam Negeri Nomor 36 Tahun 2012 tentang Sistem Inovasi Daerah. Jakarta: Kemenristek dan Kemendagri.
Pemerintah Provinsi Riau, Dinas Koperasi dan UKM. 2012. Laporan Akhir Pembuatan Profil Usaha Kecil Mengengah (UKM) Unggulan Provinsi Riau. Pekanbaru: CV Bumi Melayu Consultant.
Tambunan THT. 2002. Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia, Beberapa Isu Penting. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
Pemerintah RI. 2002. UU No. 18 tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. Jakarta: Pemerintah RI
Pemerintah RI. 2008. Undang-Undang RI. No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah. Jakarta: Pemerintah RI.