Transformasi UMKM Balikpapan: Peran Inovasi, Kreativitas, Dan Jejaring Bisnis Dalam Peningkatan Kinerja

Rahman Usnul Hakim[1], Poppy Alvianolita Sanistasya[2], Mukhibatul Hikmah[3], Ahmad Firman Hakim[4]
Program Studi Administrasi Bisnis[1], Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman, Kalimantan Timur, Indonesia[2,3,4]
e-mail: rahmanusnulh10@gmail.com[1], poppyalvianolita@fisip.unmul.ac.id[2], mukhi@fisip.unmul.ac.id[3], ahmadfirmanhakin@fisip.unmul.ac.id[4]

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product innovation, creativity, and business networks on the performance of small businesses in Balikpapan. Small businesses play an important role in the local economy but often face challenges in improving their business performance. The research methodology used is a quantitative approach with a survey technique. Data were collected through a questionnaire distributed to 123 small business operators in Balikpapan and analyzed using multiple linear regression. The results show that product innovation has a positive and significant impact on the performance of small businesses, where businesses that continuously innovate are able to enhance competitiveness and customer satisfaction. Creativity also has a significant influence, indicating that businesses with high creativity are better able to attract customers. Additionally, business networks play a crucial role in expanding market access and improving operational efficiency. Simultaneously, these three variables significantly influence the improvement of small business performance. The conclusion of this study is that product innovation, creativity, and business networks are the main factors in enhancing the competitiveness of small businesses. Therefore, business operators are advised to continue innovating and strengthening their business networks to improve growth and sustainability.

Keywords: *Business networks, Creativity, Performance, Innovation, MSMEs*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk, kreativitas, dan jaringan bisnis terhadap kinerja usaha kecil di Kota Balikpapan. Usaha kecil memiliki peran penting dalam perekonomian daerah, namun sering menghadapi tantangan dalam meningkatkan kinerja bisnis. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 123 pelaku usaha kecil di Balikpapan dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha kecil, di mana usaha yang terus berinovasi mampu meningkatkan daya saing dan kepuasan pelanggan. Kreativitas juga memiliki pengaruh signifikan, menunjukkan bahwa usaha dengan kreativitas tinggi lebih mampu menarik pelanggan. Selain itu, jaringan bisnis berperan penting dalam memperluas akses pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Secara simultan, ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha kecil. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa inovasi produk, kreativitas, dan jaringan bisnis merupakan faktor utama dalam meningkatkan daya saing usaha kecil. Oleh karena itu, pelaku usaha disarankan untuk terus berinovasi dan memperkuat jaringan bisnis guna meningkatkan pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka.

Kata kunci : Jaringan bisnis, Kreativitas, Kinerja, Inovasi, UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran strategis dalam mengatasi masalah ekonomi di Indonesia dengan menciptakan lapangan kerja dan mengurangi pengangguran. UMKM memanfaatkan sumber daya lokal dan berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) [1]. Pada tahun 2022, UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta unit, menyumbang 60,34% terhadap PDB. Namun, UMKM menghadapi tantangan dalam bersaing akibat keterbatasan informasi pasar, inovasi rendah, dan lemahnya jaringan bisnis [2].

Kota Balikpapan, yang memiliki potensi untuk mengembangkan UMKM, menunjukkan peningkatan jumlah UMKM dari 69.732 unit pada 2022 menjadi 83.464 unit pada 2023. Namun, usaha kecil di Balikpapan mengalami penurunan jumlah dari 185 unit menjadi 178 unit, yang disebabkan oleh persaingan ketat, kurangnya inovasi, dan kelemahan jaringan bisnis [3].

Inovasi produk dan kreativitas menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing, tetapi banyak usaha kecil yang masih kesulitan dalam mengakses teknologi dan pelatihan [4]. Jaringan bisnis yang kuat juga penting untuk mendukung pertumbuhan UMKM, tetapi saat ini masih kurang dimanfaatkan [5]. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh inovasi produk, kreativitas, dan jaringan bisnis terhadap kinerja usaha kecil di Kota Balikpapan, guna memberikan kontribusi bagi perekonomian lokal

TINJAUAN PUSTAKA

Teori dan Konsep

Teori difusi inovasi yang diperkenalkan oleh Everett Rogers (1964) menjelaskan penyebaran ide dan teknologi baru di berbagai budaya, serta faktor-faktor yang memengaruhi keputusan individu dan organisasi dalam mengadopsi inovasi. Model ini membantu mengurangi ketidakpastian dalam perubahan organisasi [6].

Teori interaksi oleh Håkansson dan Snehota (1995) menyoroti pentingnya hubungan dan jaringan sosial yang terbentuk melalui interaksi antara individu dan organisasi. Membangun kepercayaan dan komitmen dalam hubungan bisnis memerlukan waktu, dan pendekatan berbasis hubungan dapat meningkatkan hasil pemasaran dan loyalitas pelanggan [7].

Inovasi Produk

Inovasi mencakup segala hal baru seperti produk, layanan, ide, atau konsep yang dianggap baru oleh konsumen [8]. Inovasi melibatkan pengenalan dan penerapan ide atau metode baru dalam organisasi untuk mendukung perkembangan dan kemajuan. Inovasi produk mencakup pengembangan produk baru atau peningkatan produk yang sudah ada untuk menarik minat konsumen [9].

Faktor yang memengaruhi inovasi produk meliputi: meningkatnya permintaan terhadap produk baru, penyesuaian produk dengan struktur pemasaran yang ada, kecepatan penjualan produk baru, kemampuan finansial, kepatuhan hukum, dan kapasitas manajemen yang kompeten [10].

Indikator inovasi produk mencakup: perluasan lini produk (produk segar bagi pasar), produk baru bagi perusahaan tetapi bukan bagi pasar (*me too products*), dan produk yang benar-benar baru bagi perusahaan dan pasar (*new to the world product*) [11].

Kreativitas

Kreativitas berfokus pada pengembangan solusi baru dalam pemasaran, yang dapat meningkatkan kinerja [12]. Kreativitas merupakan faktor kunci dalam strategi pemasaran dan aset berharga yang mendorong persaingan [13]. Kreativitas mencerminkan dorongan alami untuk mengekspresikan diri dan mengembangkan potensi [14].

Faktor-faktor yang memengaruhi kreativitas mencakup dorongan internal yang berasal dari motivasi untuk berkembang dan pengaruh lingkungan seperti kecerdasan, pengalaman, dan keberanian mengambil risiko. Indikator kreativitas meliputi keaslian, kebaruan produk, perubahan bentuk, kualitas, dan daya tarik produk [14].

Jaringan Bisnis

Jaringan bisnis merupakan sumber daya strategis penting untuk pertumbuhan bisnis, berfokus pada interaksi antara berbagai pelaku usaha seperti mitra, pemasok, pesaing, dan pelanggan [15]. Jaringan ini membantu meningkatkan persaingan melalui kerja sama antar unit bisnis, memperbaiki efisiensi, mengurangi biaya transaksi, dan meningkatkan fleksibilitas. Namun, peningkatan persaingan dalam industri dapat menyebabkan penurunan laba rata-rata perusahaan [16].

Ada beberapa faktor yang memengaruhi jaringan bisnis meliputi ketertarikan sosial, kepercayaan, norma sosial, hubungan jangka panjang, dan keterkaitan dengan jaringan yang lebih luas. Ketertarikan sosial menekankan pentingnya konteks sosial dalam membangun hubungan bisnis, sementara kepercayaan berperan penting dalam memperkuat kolaborasi dan mengurangi biaya transaksi. Norma sosial mencakup nilai-nilai dan kebiasaan yang memengaruhi interaksi dalam jaringan bisnis. Hubungan jangka panjang menciptakan fondasi yang stabil untuk interaksi ekonomi, sedangkan keterkaitan dengan jaringan yang lebih luas membuka akses ke informasi dan peluang baru [17].

Indikator untuk mengukur jaringan bisnis mencakup kemampuan pengoperasian internet, penggunaan internet untuk bisnis, serta hubungan dengan pelanggan, pemasok, pemerintah setempat, dan pengusaha sejenis [18].

Kinerja Usaha Kecil

Kinerja usaha kecil didefinisikan sebagai prestasi yang diraih individu atau kelompok melalui keterampilan, pengalaman, dedikasi, dan kerja keras [19]. Kinerja ini merupakan hasil dari upaya individu dalam menjalankan kegiatan usaha selama periode tertentu, berdasarkan nilai dan standar yang ditetapkan [20].
Faktor-faktor yang memengaruhi kinerja usaha kecil dibagi menjadi faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi sumber daya manusia yang mencakup kemampuan individu dalam produksi, aspek keuangan yang berkaitan dengan modal usaha, aspek teknis dan operasional yang mencakup proses produksi, serta aspek pemasaran yang penting untuk membangun hubungan positif dengan pelanggan. Faktor eksternal mencakup kebijakan pemerintah yang ditujukan untuk menyelesaikan tantangan masyarakat, serta aspek sosial, budaya, dan ekonomi yang memengaruhi perilaku pelaku usaha dalam kehidupan sehari-hari [21].
Indikator kinerja usaha kecil mencakup laba yang diperoleh setelah dikurangi biaya, wilayah pemasaran yang menjadi fokus jual beli, tenaga kerja yang berkomitmen pada tugasnya, dan modal yang digunakan untuk meningkatkan produksi [22].

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengumpulkan dan menganalisis data numerik guna menguji hipotesis. Pendekatan ini termasuk dalam kategori penelitian asosiatif, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel inovasi produk, kreativitas, jaringan usaha, dan kinerja usaha kecil di Kota Balikpapan. Dengan mencakup variabel-variabel yang dijelaskan dengan indikator dan skala Likert, seperti inovasi produk, kreativitas, jaringan bisnis, dan kinerja UMKM. Populasi penelitian adalah seluruh pelaku UMKM di Balikpapan, dengan total 21.645 unit. Sampel diambil menggunakan metode random sampling, menghasilkan 123 responden yang relevan dengan variabel yang diteliti. Data primer diperoleh melalui kuesioner online, sementara data sekunder didapat dari literatur dan laporan sebelumnya. Metode pengumpulan data terdiri dari kuesioner, studi pustaka, dan observasi. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen terhadap variabel terikat, dilengkapi dengan uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas). Uji t digunakan untuk menilai kontribusi masing-masing variabel independen, sedangkan uji F digunakan untuk menguji pengaruh simultan semua variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan Data I

Uji Validitas

Tabel 1 Uji Validitas

Pertanyaan ke-	Nilai Kolerasi (r_{hitung})	Keterangan
1	0,723	Valid
2	0,605	Valid
3	0,713	Valid
4	0,670	Valid
5	0,631	Valid
6	0,636	Valid
7	0,666	Valid
8	0,742	Valid
9	0,665	Valid
10	0,639	Valid
11	0,901	Valid
12	0,692	Valid
13	0,759	Valid
14	0,605	Valid
15	0,812	Valid

ISSN 2775-5630

Pertanyaan ke-	Nilai Kolerasi (r_{hitung})	Keterangan
16	0,703	Valid
17	0,817	Valid
18	0,349	Valid
19	0,834	Valid
20	0,564	Valid
21	0,683	Valid
22	0,597	Valid
23	0,696	Valid
24	0,670	Valid
25	0,214	Valid
26	0,920	Valid
27	0,445	Valid
28	0,796	Valid
29	0,634	Valid
30	0,623	Valid
31	0,554	Valid
32	0,654	Valid

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Inovasi produk (X1)	0,746	0,60	Reliabel
Kreativitas (X2)	0,814		Reliabel
Jaringan Bisnis (X3)	0,897		Reliabel
Kinerja UMKM (Y)	0,782		Reliabel

Pembahasan Data II

Uji Asumsi Klasik

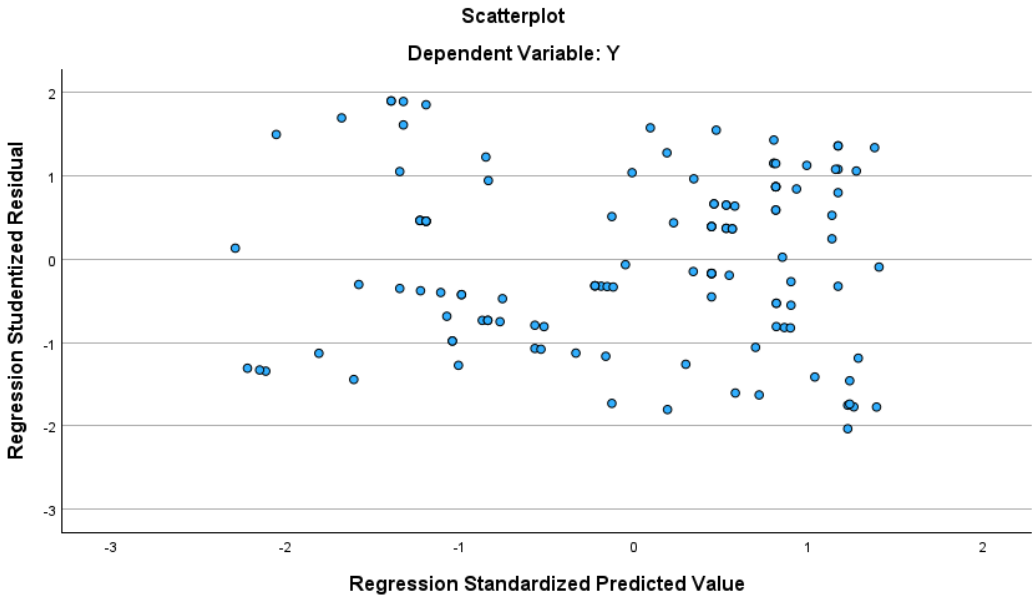
Tabel 3 Uji Normalitas

N	Mean	Std. Deviation	Most Extreme Differences	Test Statistic	Asymp. Sig. (2-tailed)
123	-0,3435422	3,53058769	Absolute: 0,078 Positive: 0,074 Negative: -0,078	0,078	0,063

Tabel 4 Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Produk Inovasi (X1)	0,681	1,469
Kreativitas (X2)	0,642	1,556
Jaringan Bisnis (X3)	0,933	1,072

Gambar 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Pembahasan Data III

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisien B	Std. Error	Beta	t hitung	Sig.
(Constant)	12,774	9,010		1,418	0,159
Inovasi Produk (X1)	0,026	0,141	0,020	0,188	0,851
Kreativitas (X2)	0,152	0,238	0,071	0,636	0,526
Jaringan Bisnis (X3)	0,268	0,119	0,210	2,260	0,026

Tabel 6 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,733[a]	,538	,525	,94575
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2				

Pembahsan Data IV

Uji Hipotesis

Tabel 7 Hasil Uji t dan Uji f

Uji	Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	keterangan
Uji t	Inovasi produk (X1)	2,843	1,979	0,005	Signifikan
	Kreativitas (X2)	6,228	1,979	0,001	Signifikan
	Jarigan Bisnis (X3)	8,736	1,979	0,001	Signifikan
Uji F	Semua Variabel	42,652		0,001	Signifikan secara simultan

Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Kecil

Inovasi produk merupakan kunci bagi pelaku usaha kecil di Kota Balikpapan untuk tetap bersaing di pasar. Dengan memanfaatkan peluang pasar dan melakukan inovasi, mereka dapat meningkatkan kinerja usaha. Teori Difusi Inovasi (Rogers, 1964) menjelaskan bahwa inovasi menyebar melalui tahapan dari pengenalan hingga adopsi. Penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha kecil, terbukti dari hasil uji hipotesis yang menunjukkan t hitung = 2,843 > t tabel = 1,979 dengan nilai signifikan 0,005 < 0,05. Selain itu, inovasi produk yang berkualitas, yaitu yang memenuhi standar halal, bersih, dan tahan lama, juga berkontribusi pada keberhasilan usaha kecil. Penelitian sebelumnya, seperti oleh Muhammad Badar (2021), mendukung temuan ini, menunjukkan pentingnya inovasi untuk meningkatkan kinerja bisnis.

Pengaruh Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Kecil

Penelitian menunjukkan bahwa kreativitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja usaha kecil di Kota Balikpapan. Menurut Hubeis (2005), kreativitas melibatkan penghubungan dan pengubahan pengetahuan untuk menghasilkan ide-ide baru yang inovatif. Teori Difusi Inovasi (Rogers, 1964) juga menekankan bahwa kreativitas mempercepat adopsi inovasi di usaha kecil, di mana produk kreatif lebih mudah diterima pasar karena dianggap unik dan bermanfaat.

Hasil penelitian sejalan dengan temuan Kalil, Event Andi, dan Aenurohman (2020) yang menunjukkan dampak positif kreativitas terhadap performa bisnis UMKM di Semarang. Dari analisis regresi, diperoleh nilai signifikansi 0,001 < 0,05 dan t hitung 6,228 > t tabel 1,979, yang mengindikasikan pengaruh signifikan kreativitas terhadap kinerja usaha kecil. Oleh karena itu, pelaku usaha diharapkan terus mengembangkan ide-ide baru untuk meningkatkan kreativitas produk.

Pengaruh Jaringan Bisnis Terhadap Kinerja Usaha Kecil

Penelitian menunjukkan bahwa jaringan bisnis berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha kecil di Kota Balikpapan. Sesuai dengan Claro et al. (2005), UKM dapat membangun koneksi untuk mengumpulkan informasi dan membangun kepercayaan. Teori interaksi (Hakansson & Shenhota, 1995) menjelaskan bahwa hubungan bisnis memerlukan waktu untuk membangun kepercayaan dan komitmen.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Andy Hendrawan dan Andi Wijaya (2020) yang menunjukkan pengaruh positif jaringan bisnis. Jaringan bisnis membantu pelaku usaha memperoleh pengetahuan baru dan menarik minat konsumen. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk mempertahankan jaringan bisnis yang sesuai dengan sasaran pasar.

Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas, dan Jaringan Bisnis Terhadap Kinerja Usaha Kecil

Analisis menunjukkan bahwa inovasi produk, kreativitas, dan jaringan bisnis secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja usaha kecil di Kota Balikpapan, dengan nilai F hitung 42,652 dan signifikansi 0,001. Namun, pengujian parsial dengan uji t menunjukkan bahwa pengaruh masing-masing variabel berbeda. Inovasi produk (t hitung 2,843, sig. 0,005) memiliki pengaruh lebih kecil dibandingkan kreativitas (t hitung 6,228, sig. 0,001) dan jaringan bisnis (t hitung 8,736, sig. 0,001).

Meskipun inovasi produk penting, kreativitas dan jaringan bisnis memberikan dampak yang lebih besar terhadap akses pasar dan daya saing. Oleh karena itu, pelaku UMKM disarankan untuk fokus pada penguatan kreativitas dalam pemasaran dan memperluas jaringan bisnis untuk meningkatkan kinerja usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk, kreativitas, dan jaringan bisnis memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja usaha kecil di Kota Balikpapan. Inovasi produk yang berkelanjutan memungkinkan UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan pasar, sementara kreativitas mendorong pengembangan ide-ide baru yang meningkatkan kinerja. Selain itu, jaringan bisnis yang kuat membuka akses ke peluang baru, memperkuat posisi pasar UMKM. Secara simultan, ketiga variabel tersebut saling bersinergi, sehingga semakin baik inovasi produk, kreativitas, dan jaringan bisnis yang dikembangkan, semakin baik pula kinerja usaha kecil di daerah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Alfian, G., dan Pitaloka E, "Strategi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Kondisi Pandemik Covid-19," *Manajemen (JJM Online)*, pp. 501-509, 2020.
[2] Trisnawati, Nur Anggraini, "Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM Kuliner Di Kabupaten Sampang," *Journal Of Social Science Research.*, vol.4, no.2, pp. 5151-5160, 2024.
[3] Badan Pusat Statistik, *Kemacatan Balikpapan Utara Dalam Angka Tahun 2023*. Balikpapan: BPS Kota Balikpapan, 2023.
[4] Kalil, K., & Aenurohman, E. A, "Dampak Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Ukm Di Kota Semarang," *Jurnal Penelitian Humaniora*, vol. 21, no. 1, pp. 69-77, 2020.
[5] Hedvall, K., "Suution in Business Networks: Implications Of An Interorganizational Perspective," *Journal Of Business Research*, vol. 104, pp: 411-421, 2019.
[6] Michael, P. A., & David S. W, *Small Business Management: Launching & Growing Entrepreneurial Ventures*. Cengage Learning, 2014.
[7] Gummesson, E, *Total Relationship Marketing*. Butterworth Heinemann, 2002.
[8] Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2012.
[9] Dhewanto, W, *MANAJEMEN INOVASI – Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*. Yogyakarta: ANDI, 2014.
[10] Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja grafindo Persada, 2008.
[11] Lukas, B. A. & O. C. Farrell, "The Effect of Market Orientation om Product Innovation," *Jurnal of The Academy of Marketing Science*, vol. 28, pp: 239-247, 2000.
[12] Methasari, G. K, "Analisis Orientasi Pasar, Inovasi Dan Kreativitas," *Volume 8 Nomor 2 Oktober tahun 2018*, pp: 176-188, 2018.
[13] Rohmaniyah Alfiatur dan Tatiek Nurhayati, "Peningkatan Kreativitas Pemasaran dan Kualitas Networing Berbasis Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Studi Kasus pada CV. Mubarokfood Kudus," *Ekobis*, vol: 18, no: 2, pp: 149-163, 2017.
[14] Riyanto, Y, *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: Penerbit SIC, 2012.
[15] Marselina, R. D., Andi Gunawan., Dede R., Rani M., dan Ranti N, "Analisis Perkembangan Jaringan Bisnis Pada UMKM Rj Family," *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol. 8, no. 1, pp: 2249-2252, 2024.
[16] Tambunan, W. N., Helmi W., Rahmat F., Fajariah A., Sharleen., dan Mahdi, "Peran Inovasi Dan Jaringan Bisnis Dalam Pengembanga UMKM Kuliner Di Era Digital," *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, vol. 3, no. 5, pp: 2447-2453, 2024.
[17] Granovetter, M, "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness," *American Journal of Sociology*, vol. 91, pp. 481– 510, 1985.
[18] Raza, S., Minai, M. S., ul Haq, M. A., Ismail, A. I., & Zain, A. Y. M, "Entrepreneurial Network Towards Small Firm Performance Through Dynamic Capabilities: The Conceptual Perspective," *Academy of Entrepreneurship Journal*, vol: 24, no: 4, 2018.
[19] Dinar, "Pengaruh Aspek Keuangan Dan Komptensi Sumber Daya Manusia (SDM) Terhadap Kinerja UMKM Di Desa Kosongan," *Jurnal Akuntansi*, vol: 4, no: 1, pp: 112-121, 2017.
[20] Aribawa, D, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Di Jawa Tengah," *Sasat Bisnisi*, vol: 20, no: 2, pp: 1-8, 2016.
[21] Minuzu, M, "Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Dan Kecil (UMK) Di Sulawesi Selatan," *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, vol: 12, 2010.
[22] Alyza, Suci Nur, *Pengaruh Faktor-Faktor Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Keripik Nenas Di Desa Kualu Nenas Kec. Tambang Kampar*. Pekanbaru: UIN Suska Riau, 2019.