

Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Pengelola UMKM di Kota Pekanbaru

AZNURIYANDI

Universitas Lancang Kuning
Jl. Yos Sudarso No.KM. 8, Umban Sari, Kec. Rumbai, Kota Pekanbaru, Riau 28266
E-mail : aznuriyandi@unilak.ac.id

Abstract: This study aims to evaluate the effect of innovation on the performance of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) managers in Pekanbaru City. The data collection method was carried out through a questionnaire distributed to 100 respondents who were MSME managers in the area. Data analysis used simple linear regression to test the relationship between innovation and MSME performance. The results of the study showed that there was a significant positive relationship between the level of innovation implemented by MSME managers and their business performance. This finding indicates the importance of innovation in improving MSME performance, especially in the midst of increasingly tight market competition. Managers need to continue to encourage new ideas and innovate in order to compete effectively and maintain the sustainability of their businesses. The results of this study also provide input for the government and related institutions to provide support in terms of training and mentoring so that MSME managers can implement innovation better. Thus, this study makes an important contribution to the literature on the relationship between innovation and MSME performance, as well as providing practical guidance for small and medium entrepreneurs in developing their businesses through innovative strategies.

Keywords: *Trust, Influencer, Purchase Interest, Fashion Products, Teenagers, Social Media*

Kinerja pengelola UMKM adalah fenomena yang penting untuk dipahami karena berdampak langsung pada pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka (Larissa et al., 2021). Dalam konteks ini, dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait dalam hal pelatihan dan pendampingan sangat diperlukan agar para pengelola UMKM dapat mengimplementasikan inovasi dengan lebih efektif (Hana et al., 2024). Hal ini akan membantu meningkatkan keunggulan kompetitif mereka di pasar. Sehingga, penelitian ini menjadi penting karena memberikan wawasan tentang hubungan antara inovasi dan kinerja UMKM, serta memberikan panduan praktis bagi para pengusaha kecil dan menengah dalam mengembangkan bisnis mereka melalui strategi inovatif (Sulistiyawati, 2024). Dengan adanya dukungan yang memadai, UMKM akan mampu bersaing dengan lebih baik di pasar yang semakin kompetitif (Hana et al., 2024). Selain itu, para pengelola UMKM juga akan lebih

siap dalam menghadapi perubahan dan tantangan yang terus berkembang (Mudrika et al., 2024). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di masa depan.

Variabel inovasi sangat penting dalam kinerja UMKM karena dapat memberikan keunggulan kompetitif yang sangat dibutuhkan untuk bertahan dan berkembang di pasar yang semakin berubah (Mardikaningsih, 2023). Dengan adanya inovasi, UMKM dapat menghasilkan produk atau layanan yang lebih menarik dan berbeda dari pesaing, sehingga dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan (Ririn et al., 2023). Dengan teknologi yang terus berkembang, inovasi juga dapat membantu UMKM untuk menciptakan cara-cara baru dalam pemasaran dan distribusi produk mereka (Alferina et al., 2023). Hal ini dapat membantu UMKM untuk mencapai target pasar yang lebih

luas dan meningkatkan keberhasilan bisnis mereka. Dengan demikian, inovasi bukan hanya menjadi pilihan, tetapi suatu keharusan bagi UMKM agar dapat terus relevan dan berkembang di era digital ini (Mudrika et al., 2024).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja UMKM dapat ditingkatkan melalui penerapan inovasi dalam strategi bisnis (Rahayu & inovasi, 2019). Dengan memperhatikan variabel inovasi, para pengusaha UMKM dapat menciptakan cara-cara baru dalam pemasaran dan distribusi produk mereka, sehingga dapat mencapai target pasar yang lebih luas dan meningkatkan keberhasilan bisnis (Sabinus & Positioning, 2021). Oleh karena itu, inovasi bukan hanya menjadi opsi, tetapi suatu keharusan bagi UMKM agar dapat terus bersaing dan bertahan di pasar yang kompetitif dan terus berkembang di era digital ini. Dengan demikian, para pelaku UMKM perlu terus berpikir kreatif dan berani mengambil risiko untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat (Dimas & Arif, 2022). Inovasi juga memungkinkan UMKM untuk memperbaiki proses produksi dan efisiensi biaya, sehingga dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar. Selain itu, inovasi juga dapat membantu UMKM untuk mengikuti perkembangan teknologi dan tren konsumen yang terus berubah, sehingga tetap relevan dan diminati oleh pasar (Thara et al., 2024). Dengan demikian, inovasi bukan hanya menjadi strategi bisnis tambahan, tetapi menjadi pondasi yang penting bagi kesuksesan UMKM di era digital ini.

Namun, meskipun inovasi dianggap sebagai kunci utama bagi kesuksesan UMKM, masih ada hal-hal yang perlu diperhatikan dalam penelitian terdahulu. Salah satunya adalah kurangnya fokus pada pengembangan SDM (Sumber Daya Manusia) yang memadai (Fadhilah, 2024). Penelitian sebelumnya mungkin belum menyoroti pentingnya pelatihan dan pengembangan karyawan agar mampu mengimplementasikan inovasi dengan baik.

Selain itu, aspek keuangan juga sering kali tidak mendapatkan perhatian yang cukup dalam penelitian sebelumnya (Lesna et al., 2025). Penting untuk melihat bagaimana UMKM dapat mengakses sumber dana yang dibutuhkan untuk melakukan inovasi dan bagaimana mereka dapat mengelola keuangan secara efektif untuk mendukung inovasi mereka (Icha, 2024). Dengan demikian, penelitian selanjutnya perlu lebih memperhatikan aspek SDM dan keuangan agar UMKM benar-benar dapat meraih kesuksesan melalui inovasi.

Kebaruan dalam penelitian ini adalah untuk menyoroti pentingnya pelatihan dan pengembangan karyawan agar mampu mengimplementasikan inovasi dengan baik, serta memberikan perhatian yang cukup pada aspek keuangan (Wasiyem et al., 2024). Dengan demikian, penelitian selanjutnya perlu lebih memperhatikan aspek SDM dan keuangan agar UMKM dapat meraih kesuksesan melalui inovasi (Catarina & Netty, 2019). Dengan demikian, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih holistik mengenai faktor-faktor yang memengaruhi inovasi dan kinerja UMKM.

Variabel inovasi adalah faktor yang sangat penting dalam kesuksesan UMKM (Anugrahini & Hadi, 2019). Dengan menambahkan variabel inovasi yang mencakup aspek pelatihan dan pengembangan karyawan serta manajemen keuangan, penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana faktor-faktor tersebut berpengaruh terhadap implementasi inovasi dan kesuksesan UMKM secara keseluruhan (Pandu et al., 2022). Kinerja UMKM merupakan hasil dari seberapa baik usaha kecil dan menengah tersebut dapat mencapai tujuan bisnisnya, seperti peningkatan penjualan, keuntungan, dan pertumbuhan (Putra, 2023). Inovasi juga memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja UMKM, karena inovasi dapat membantu UMKM untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Oleh karena itu, untuk mencapai kesuksesan yang optimal, UMKM perlu fokus pada pengembangan inovasi dalam berbagai aspek bisnisnya (Simangunsong, 2022).

Indikator inovasi dan kinerja UMKM sangat berkaitan dalam kesuksesan bisnis. (Stepanus et al., 2023). Dengan memahami faktor-faktor tersebut, penelitian dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang bagaimana inovasi memengaruhi kinerja UMKM (I. & Steven, 2024). Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan gambaran holistik mengenai faktor-faktor yang berkontribusi pada inovasi dan kinerja UMKM.

Variabel inovasi memiliki hubungan yang erat dengan kinerja UMKM. Dengan adanya inovasi dalam berbagai aspek seperti pelatihan karyawan dan manajemen keuangan, UMKM dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas mereka (I. & Steven, 2024). Dengan demikian, penelitian yang menggali lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi inovasi ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang bagaimana UMKM dapat mencapai kesuksesan melalui implementasi inovasi yang tepat (Lusiana, 2025).

Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi dan kinerja UMKM. Dengan memahami hubungan erat antara inovasi dan kinerja, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berguna bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas mereka melalui implementasi inovasi yang tepat, seperti pelatihan karyawan dan manajemen keuangan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat membantu UMKM mencapai kesuksesan dalam bisnis mereka.

METODE

Metode kuantitatif memungkinkan peneliti untuk mengukur

variabel-variabel tertentu yang berhubungan dengan inovasi dan kinerja UMKM secara objektif dan dapat dipercaya (Rusydi et al., 2024). Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengaruh inovasi terhadap kinerja UMKM, sehingga dapat memberikan rekomendasi yang tepat bagi UMKM untuk mencapai kesuksesan melalui implementasi inovasi yang sesuai (Rusydi et al., 2024). Untuk mencapai tujuan penelitian ini, saya akan memilih sampel sebanyak 90 orang dari berbagai UMKM yang berpartisipasi dalam inovasi (Hair et al., 2016). Metode kuantitatif akan digunakan untuk mengumpulkan data tentang tingkat inovasi dan kinerja UMKM secara sistematis. Dengan analisis statistik yang mendalam, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antara inovasi dan kinerja UMKM. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang tepat bagi UMKM agar dapat meningkatkan kesuksesan mereka melalui implementasi inovasi yang sesuai.

Untuk mengumpulkan data dari sampel UMKM yang dipilih, saya akan menggunakan kuesioner online. Kuesioner ini akan dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang tingkat inovasi dan kinerja UMKM secara efisien. Dengan metode pengumpulan data yang terstruktur ini, diharapkan penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara inovasi dan kinerja UMKM. Selain itu, hasil dari analisis statistik yang dilakukan dengan menggunakan data kuesioner online tersebut diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi UMKM dalam meningkatkan kesuksesan mereka melalui implementasi inovasi yang tepat. Dalam penelitian ini, saya akan menggunakan regresi linier sederhana untuk menganalisis hubungan antara tingkat inovasi dan kinerja UMKM berdasarkan data yang dikumpulkan melalui kuesioner online. Melalui metode ini, diharapkan dapat ditemukan pola atau hubungan yang signifikan antara inovasi yang diterapkan

oleh UMKM dan kinerja bisnis mereka. Hasil ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi UMKM dalam meningkatkan strategi inovasi mereka untuk mencapai kesuksesan yang lebih baik (Kurniawan, 2016).

HASIL

Dari hasil penelitian ini, ditemukan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara tingkat inovasi yang

diterapkan oleh UMKM dan kinerja bisnis mereka. Semakin tinggi tingkat inovasi yang diterapkan, semakin baik pula kinerja bisnis UMKM tersebut. Hal ini menunjukkan pentingnya implementasi inovasi dalam strategi bisnis UMKM untuk mencapai kesuksesan yang lebih baik. Dengan demikian, hasil analisis regresi linier sederhana ini memberikan wawasan yang berharga bagi UMKM dalam meningkatkan strategi inovasi mereka.

Tabel 1: Uji Hipotesis

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.409	3.762		4.096	.000		
	Inovasi	.612	.100	.547	6.135	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kinerja pengelola UMKM

Sumber: Data Lapangan, 2025

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi inovasi dalam strategi bisnis UMKM memiliki hubungan yang signifikan dengan kinerja pengelola UMKM. Analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa koefisien inovasi memiliki nilai sebesar 0.612 dengan tingkat signifikansi 0.000, menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat antara inovasi dan kinerja pengelola UMKM. Hal ini mengindikasikan pentingnya UMKM untuk terus meningkatkan strategi inovasi mereka guna mencapai kesuksesan yang lebih baik.

Dari tabel uji hipotesis, dapat dilihat bahwa koefisien beta standar inovasi memiliki nilai sebesar 0.547, menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam implementasi inovasi akan berkontribusi secara positif terhadap kinerja pengelola UMKM. Selain itu, nilai t hitung sebesar 6.135 juga menunjukkan bahwa hasil analisis regresi ini cukup signifikan secara statistik.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi UMKM dalam mengembangkan strategi inovasi mereka. Implementasi inovasi tidak hanya menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan kinerja pengelola UMKM,

tetapi juga dapat menjadi kunci utama dalam mencapai kesuksesan bisnis yang lebih baik di pasar yang kompetitif saat ini. Data lapangan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan sumber informasi yang valid dan akurat pada tahun 2025. Hal ini menunjukkan bahwa temuan dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi yang relevan bagi para pengelola UMKM untuk memperkuat strategi bisnis mereka melalui implementasi inovasi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan kontribusi yang penting dalam memahami hubungan antara implementasi inovasi dan kinerja pengelola UMKM. Dengan adanya bukti empiris yang kuat tentang pentingnya strategi inovatif dalam bisnis UMKM, diharapkan para pelaku usaha kecil dan menengah dapat terus mengembangkan kemampuan inovatif mereka guna bersaing secara efektif di pasar global saat ini.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami hubungan antara implementasi inovasi dan kinerja pengelola UMKM. Para pengelola UMKM dapat menggunakan penelitian ini

sebagai referensi relevan untuk memperkuat strategi bisnis mereka melalui implementasi inovasi. Bukti empiris yang kuat tentang pentingnya strategi inovatif dalam bisnis UMKM diharapkan dapat membantu para pelaku usaha kecil dan menengah untuk terus mengembangkan kemampuan inovatif mereka guna bersaing secara efektif di pasar global saat ini.

Implikasi teoritis dari penelitian ini adalah bahwa implementasi inovasi dapat meningkatkan kinerja pengelola UMKM dan memperkuat strategi bisnis mereka (Mohammad, 2023). Dengan bukti empiris yang kuat tentang pentingnya strategi inovatif dalam bisnis UMKM, para pelaku usaha kecil dan menengah diharapkan dapat terus mengembangkan kemampuan inovatif mereka untuk bersaing secara efektif di pasar global saat ini (Stepanus et al., 2023). Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami hubungan antara implementasi inovasi dan kinerja UMKM, serta memberikan referensi relevan bagi para pengelola UMKM untuk meningkatkan keberhasilan bisnis mereka melalui inovasi (Stepanus et al., 2023).

Implikasi praktis/manajerial dari penelitian ini adalah bahwa para pengelola UMKM harus memperhatikan pentingnya inovasi dalam strategi bisnis mereka. Dengan meningkatkan kemampuan inovatif, UMKM dapat bersaing secara efektif di pasar global dan meningkatkan kinerja bisnis mereka. Oleh karena itu, para pelaku usaha kecil dan menengah perlu terus mengembangkan strategi inovatif mereka agar dapat bertahan dan sukses dalam lingkungan bisnis yang kompetitif saat ini.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi inovasi dapat memberikan kontribusi yang penting dalam meningkatkan kinerja pengelola UMKM. Dengan adanya bukti empiris yang kuat, para pelaku usaha kecil dan menengah diharapkan dapat terus mengembangkan kemampuan inovatif mereka untuk bersaing secara efektif di pasar global saat ini. Kesimpulannya, strategi

inovatif merupakan hal yang penting untuk diterapkan dalam bisnis UMKM guna memperkuat posisi mereka di pasar.

DAFTAR RUJUKAN

- Alferina, Guntur, Destiana, & Harries. (2023). Strategi UMKM dalam menghadapi digitalisasi. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/ONM/article/view/20799>
- Anugrahini, & Hadi. (2019). Pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM batik Gedog khas Tuban. <https://eco-entrepreneur.trunojoyo.ac.id/eco-entrepreneur/article/download/5436/3647>
- Catarina, & Netty. (2019). Mencapai Keunggulan Bersaing Usaha Kecil Menengah. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/download/455/337>
- Dimas, & Arif. (2022). Strategi perbankan syariah dalam memenangkan persaingan di masa pandemi Covid-19. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/216>
- Fadhilah. (2024). Implementasi Digital Marketing Melalui Social Media Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pelaku Usaha Pemula. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/ma/article/view/3947>
- Hair, J., Anderson, R., Black, B., & Babin, B. (2016, August 18). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Higher Ed. http://books.google.com/books?id=LKOSAgAAQBAJ&dq=hair+multivariate+data+analysis&hl=&cd=1&source=gbs_api
- Hana, Pupu, Hasirun, Juli, & Reza. (2024). Peningkatan Kemampuan Digitalisasi Pemasaran Pada Umkm Gula Semut

- Kelapa Di Banyumas Untuk Meningkatkan Daya Saing Di Era Digital.
<https://journal.awatarapublisher.com/index.php/adima/article/view/245>
- I., & Steven. (2024). Strategi peningkatan efisiensi operasional UMKM di era digital: Pendekatan kualitatif dengan Business Intelligence dalam implementasi e-commerce.
<https://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/ITBI/article/view/2760>
- Icha. (2024). Faktor-faktor Penentu Keberhasilan Manajemen Keuangan pada UMKM.
<https://melatijournal.com/index.php/jisma/article/view/579>
- Kurniawan, R. (2016, January 1). Analisis Regresi. Prenada Media.
http://books.google.com/books?id=KcY-DwAAQBAJ&pg=PA63&dq=analisis+regresi+linier+sederhana&hl=&cd=3&source=gbs_api
- Larissa, Maria, literasi, & dan. (2021). Digitalisasi umkm, literasi keuangan, dan kinerja keuangan: Studi pada masa pandemi Covid-19.
<https://www.academia.edu/download/107745057/2552-8678-1-PB.pdf>
- Lesna, Eliyunus, Delipiter, Idarni, & Eliagus. (2025). Peran Gaya Kepemimpinan Transformasional dalam Perencanaan Sumber Daya Manusia pada Fakultas Ekonomi Universitas Nias.
<https://falulufohalowo.com/index.php/manajemen/article/view/119>
- Lusiana. (2025). Analisis Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Turunnya Minat Beli.
<http://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS/article/view/434>
- Mardikaningsih. (2023). Strategi inovasi dan pemasaran media sosial untuk meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM di Kota Surabaya.
<https://jurnal.stiamak.ac.id/index.php/jbh/article/view/101>
- Mohammad. (2023). Strategi Pemasaran Digital Dalam Pengembangan Usaha UMKM Ayam Petelur Di Bojonegoro.
<https://investasi.unwir.ac.id/index.php/investasi/article/view/299>
- Mudrika, Zidna, Anggi, Neuneu, & Ratna. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM.
<https://www.rayyanjournal.com/index.php/mantap/article/view/1592>
- Pandu, Ratih, Irsyad, & Chitra. (2022). Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Pengelolaan Keuangan BUMDES di Era Digitalisasi.
<https://owner.polgan.ac.id/index.php/owner/article/view/870>
- Putra. (2023). Strategi ketahanan untuk keberlanjutan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam perspektif syariah di Kota Solok.
<https://jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/ad/article/view/5122>
- Rahayu, & inovasi. (2019). Penerapan strategi pemasaran, inovasi produk kreatif dan orientasi pasar untuk meningkatkan kinerja pemasaran UMKM.
<https://www.academia.edu/download/108072784/142.pdf>
- Ririn, Fauzatul, & Marseto. (2023). Penerapan Konsep Digital Marketing Menuju Ekonomi Kreatif Bagi UMKM Desa Ngepoh Kabupaten Probolinggo.
<https://journal.ummat.ac.id/index.php/pmb/article/view/16199>

- Rusydi, Win, Fatimah, Dian, & Gebriella. (2024). Metode penelitian kuantitatif pendekatan ilmiah untuk analisis data.
- Sabinus, & Positioning. (2021). Analisis Penerapan Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) dan Promosi Pemasaran Sebagai Solusi Meningkatkan Perkembangan UMKM Kota Bengkayang. <https://sebatik.wicida.ac.id/index.php/sebatik/article/view/1146>
- Simangunsong. (2022). Peluang dan Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Systematic Literature Review. <https://jurnal.ubt.ac.id/index.php/jureka/article/view/125>
- Stepanus, Desi, Desi, & Mohamad. (2023). Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Berbasis Inovasi Teknologi Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal.
- Sulistiyawati. (2024). Membangun Keunggulan Kompetitif melalui Platform E-Commerce: Studi Kasus Tokopedia. <http://journal.stmiki.ac.id/index.php/jmt/article/view/776>
- Thara, Wishal, & Indah. (2024). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Penggunaan Teknologi Informasi Dalam Industri UMKM. <https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jubima/article/view/3046>
- Wasiyem, Netty, Muhammad, Intan, & Muhammad. (2024). Dinamika kepemimpinan perguruan tinggi: Tantangan dan strategi manajemen untuk menanggapi perubahan cepat di era globalisasi. <http://www.jiip.stkipyapisdampu.ac.id/jiip/index.php/JIIP/article/view/3789> terhadap minat beli. *Jurnal Pemasaran Modern*, 7(1), 45–56.
- Wahyuni, S., Fatmawati, D., & Santoso, S. (2021). Determinan Minat Beli Produk Fashion Secara Online di Kalangan Remaja. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(1), 72–85.
- Wulandari, P., Hartono, B., & Kurniawan, A. (2021). Pengaruh source credibility terhadap perilaku pembelian konsumen melalui media sosial. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 12(3), 157–167.