

**PENGARUH *KOREAN LIFESTYLE* TERHADAP PERILAKU DAN
PERKEMBANGAN BISNIS UMKM ANAK MUDA
DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh:

**Nama : Rahmy Avira Elka
NPM : 1905180033
Program Studi : Ekonomi Pembangunan**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Muchtar Basri No. 3 Tel. (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata -I Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidang yang diselenggarakan pada hari Senin, 14 Agustus 2023, pukul 08.30 WIB sampai dengan selesai. Setelah mendengar, melihat, memperhatikan, menimbang :

MEMUTUSKAN

NAMA : RAHMY AVIRA ELKA
N P M : 1905180033
JURUSAN : EKONOMI PEMBANGUNAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *KOREAN LIFESTYLE* TERHADAP PERILAKU DAN PENGEMBANGAN BISNIS UMKM ANAK MUDA DI KOTA MEDAN

DINYATAKAN : (A) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*

Tim Penguji

Penguji I

(Dra. LAILAN SAFINA HASIBUAN, M.Si)

Penguji II

(SRI ENDANG RAHAYU, SE., M.Si)

Pembimbing

(Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, SE., M.Si)

Panitia Ujian

Ketua

(Dr. H. JANURI, SE., M.M., M.Si)

Sekretaris

(Assoc. Prof. Dr. ADE GUNAWAN, SE., M.Si)





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

Nama : RAHMY AVIRA ALKA
NPM : 1905180033
Program Studi : EKONOMI PEMBANGUNAN
Alamat Rumah : Jl. BEJO GG. SERASI BENTENG HILIR
Judul : PENGARUH *KOREAN LIFESTYLE* TERHADAP PERILAKU
DAN PENGEMBANGAN BISNIS UMKM ANAK MUDA DI
KOTA MEDAN

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian
mempertahankan skripsi.

Medan, Juli 2023

Pembimbing Skripsi

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, SE, M.Si

Diketahui/Disetujui
Oleh:

Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, SE, M.Si

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Dr. H. V. ANURI, SE., MM., M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
MUHAMMADIYAH UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rahmy Avira Alka
NPM : 1905180033
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Dosen Pembimbing : Dr. Prawidya Hariani RS, SE, M.Si
Judul Penelitian : Pengaruh Korean Lifestyle terhadap Perilaku dan Pengembangan Bisnis UMKM Anak Muda di Kota Medan

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1	- Acc Judul - Perbaiki identifikasi masalah	14/06-23	
Bab 2	- Tambahkan teori lifestyle dan teori penawaran - Ukuran penulisan sumber diperbaiki	16/06-23	
Bab 3	- Responden diganti menjadi pelaku UMKM - Perbaiki urutan pengujian model estimasi - Tambah metode analisis faktor dan pengujianya - Tambah grafik uji autokorelasi	18/06-23	
Bab 4	- Perbaiki Kuisioper - Tambah data time series menjadi 9 tahun - Perbaiki olahan data pada model estimasi - Tambah analisis lengkap untuk analisis faktor	5/07-23	
Bab 5	- Kesimpulan dan saran	19/7-23	
Daftar Pustaka	- Daftar pustaka menggunakan Mendeley	19/7-23	
Persetujuan Sidang Meja Hijau	Acc ✓/ di sidangkan	19/7-23	

Diketahui oleh:
Ketua Program Studi

(Dr. Prawidya Hariani RS, SE, M.Si)

Medan, Juli 2023
Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing

(Dr. Prawidya Hariani RS, SE, M.Si)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : RAHMY AVIRA ELKA

NPM : 1905180033

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

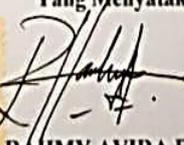
Konsentrasi : Riset Ekonomi & Bisnis

Dengan ini menyatakan bawah skripsi saya yang berjudul “PENGARUH *KOREAN LIFESTYLE* TERHADAP PERILAKU DAN PENGEMBANGAN BISNIS UMKM ANAK MUDA DI KOTA MEDAN.” adalah bersifat asli (*original*), bukan hasil menyadur secara mutlak hasil karya orang lain.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yang Menyatakan


RAHMY AVIRA ELKA

MEKERAH
TEMPEL
2FAKX551904898

ABSTRAK

PENGARUH *KOREAN LIFESTYLE* TERHADAP PERILAKU DAN PENGEMBANGAN BISNIS UMKM ANAK MUDA DI KOTA MEDAN

Rahmy Avira Elka

1905180033

**Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

E-mail : rahmyaviraelka@gmail.com

Adanya hubungan kerjasama antara Korea Selatan dan Indonesia memberikan pengaruh terhadap kegiatan ekspor dan impor. Kerjasama Korea Selatan dengan Indonesia memberikan peluang masuknya *Korean Lifestyle* ke Indonesia yang dapat dikonsumsi atau diserap dengan baik oleh anak muda saat ini yang akan berpengaruh terhadap perilaku dan pengembangan bisnis UMKM anak muda di Kota Medan. Tujuan penelitian ini adalah (1) Melakukan analisa secara ekonomi perkembangan ekspor dan impor Indonesia dan Korea Selatan pada tahun 2017-2022. (2) Melakukan estimasi impor dari Korea Selatan ke Indonesia tahun 2014-2022. (3) Melakukan analisa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku dan perkembangan bisnis UMKM anak muda dengan adanya *Korean Lifestyle* di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu dengan cara *snowball sampling* menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 82 pelaku UMKM di Kota Medan. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu berasal dari *website-website* resmi seperti Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Perdagangan, dan penyebaran kuesioner melalui *googel form*. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan program, *evIEWS-10* dan analisa faktor dengan program *Smart PLS 3.0*. hasil penelitian menunjukkan bahwa Pendapatan per Kapita, Nilai Tukar dan Inflasi berpengaruh dan signifikan terhadap impor Korea Selatan dan Faktor Psikologis berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku dan pengembangan bisnis UMKM anak muda di Kota Medan

Kata Kunci: *Korean Lifestyle*, Ekspor, Impor

ABSTRACT

PENGARUH KOREAN LIFESTYLE TERHADAP PERILAKU DAN PENGEMBANGAN BISNIS UMKM ANAK MUDA DI KOTA MEDAN

Rahmy Avira Elka

1905180033

**Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

E-mail : rahmyaviraelka@gmail.com

The existence of a cooperative relationship between South Korea and Indonesia has influenced export and import activities. South Korea's collaboration with Indonesia provides an opportunity for Korean Lifestyle to enter Indonesia which can be consumed or absorbed well by today's youth which will influence the behavior and business development of young people UMKM in Medan City. The objectives of this study are (1) to carry out an economic analysis of the development of exports and imports of Indonesia and South Korea in 2017-2022. (2) Estimating imports from South Korea to Indonesia in 2014-2022. (3) Analyze the factors that influence the behavior and business development of young people UMKM with the presence of Korean Lifestyle in Medan City. This study uses a quantitative and qualitative approach. The sampling technique in this study was snowball sampling using a questionnaire given to 82 UMKM in Medan City. The data collection technique used in this study came from official websites such as the Central Statistics Agency (BPS), the Ministry of Trade, and distributing questionnaires via the Google form. The data analysis technique used in this study used multiple linear regression using the program, evIEWS-10 and factor analysis with the Smart PLS 3.0 program. The results of the study show that Gross Domestic Product (GDP), Exchange Rates and Inflation have significant and significant effects on South Korean imports. Psychological factors have a positive and significant effect on the behavior and business development of young people in the city of Medan but cultural factors, social factors and personal factors do not have a positive and insignificant effect on the behavior and business development of young people UMKM in Medan city.

Keywords: Korean Lifestyle, Export, Import

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah SWT. karena berkat rahmat dan hidayah-Nyalah skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menerangi umat dari alam Jahiliyah kearah kehidupan yang penuh petunjuk, sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Korean Lifestyle Terhadap Perilaku dan Perkembangan Bisnis UMKM Anak Muda di Kota Medan”**.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan saran dari semua pihak. Penulis menyampaikan ucapan hormat dan terima kasih kepada :

1. Kepada orang tua, Ayah, Ibu dan kedua orang adik yang telah banyak memberikan dukungan, semangat dan bantuan, baik bantuan materi maupun bantuan moril selama pembuatan skripsi ini serta doa yang tulus sehingga saya dapat melewati segala proses yang saya jalani.
2. Bapak Dr. H. Agussani, MAP, sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3. Bapak Januri, S.E., M.M., M.Si sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.
4. Ibu Prawidya Hariani RS sebagai Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan sekaligus sebagai Dosen Pembimbing saya yang telah banyak membimbing selama pembuatan skripsi ini.
5. Ibu Dra. Roswita Hafni, M.Si sebagai Sekretaris Program Studi Ekonomi Pembangunan yang telah memberi bimbingan, arahan dan nasihat kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini.
6. Ibu Dra. Lailan Safina, M.Si sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dalam menentukan pengambilan mata kuliah.
7. Kepada Bapak/Ibu Dosen Ekonomi Pembangunan yang telah membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
8. Seluruh Staf Biro Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu penulis dalam pengurusan berkas-berkas yang dibutuhkan.

9. Kepada teman-teman seperjuangan saya yang tidak pernah berhenti membantu dan menghibur saya selama pembuatan skripsi ini.
10. Teman-teman dari Program Studi Ekonomi Pembangunan, khususnya stambuk 2019 yang telah memberikan dukungan selama pembuatan skripsi ini.
11. Teman-teman Organisasi Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU yang juga telah mendoakan dan mendukung penulis menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada teman-teman Organisasi Seni yang telah memberikan semangat serta doa dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini banyak kekurangan dengan terbatasnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang positif serta menambah referensi bagi yang membutuhkan.

Medan, Maret 2023
Penulis

Rahmy Avira Elka

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR GRAFIK	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	15
1.3 Batasan Masalah.....	16
1.4 Rumusan Masalah	16
1.5 Tujuan Penelitian	16
1.6 Manfaat Penelitian	17
1.6.1 Manfaat Akademik.....	17
1.6.2 Manfaat Non-akademik	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	18
2.1.2 Gaya Hidup (<i>lifestyle</i>)	21
2.1.3 Teori Penawaran	22
2.1.4 Perdagangan Internasional	25
2.1.5 Ekspor	27
2.1.6 Impor.....	28
2.1.7 Pengembangan Bisnis	28
2.1.8 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	30
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Kerangka Berpikir Konseptual.....	34
2.3.1 Kerangka Analisis Penelitian	34
2.3.2 Kerangka Konseptual Model Estimasi.....	34
2.3.3 Kerangka Konseptual Analisis Faktor	35
2.4 Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Definisi Operasional.....	37
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	38
3.4 Jenis dan Sumber Data	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	39

3.6	Populasi dan Sampel	39
3.7	Teknik Analisis Tujuan Penelitian	40
3.7.1	Analisis Ekonomi Deskriptif Perkembangan Ekspor dan Impor Indonesia dan Korea Selatan tahun 2017-2022	40
3.7.2	Analisis Model Ekonometrika	40
3.7.3	Analisis faktor yang mempengaruhi perilaku dan perkembangan bisnis UMKM anak muda dengan adanya <i>Korean Lifestyle</i> di Kota Medan.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Gambaran Umum Indonesia	54
4.1.1	Kondisi Geografis Indonesia.....	54
4.1.2	Kondisi Demografi Indonesia.....	55
4.1.3	Kerjasama Indonesia dan Korea Korea Selatan.....	57
4.2	Analisis Pembahasan Tujuan Penelitian	59
4.2.1	Perkembangan Ekspor dan Impor Indonesia-Korea Selatan tahun 2017-2022.....	59
4.2.2	Hasil Analisis Regresi Faktor yang Mempengaruhi Impor dari Korea Selatan ke Indonesia Pada Tahun 2014-2022.....	66
4.2.3	Interpretasi Model Regresi.....	85
4.2.4	Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku dan Pengembangan Bisnis UMKM Anak Muda dengan Adanya <i>Korean Lifestyle</i> di Kota Medan.....	90
4.2.5	Hasil Penelitian Analisis SM-PLS	95
BAB V PENUTUP.....		115
5.1	Kesimpulan	115
5.2	Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA		118
LAMPIRAN.....		120

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Nilai Ekspor Negara Indonesia dan Korea Selatan 2017 – 2022.....	5
Tabel 1.2 Jenis Barang Ekspor Indonesia ke Korea Selatan 2017-2021.....	6
Tabel 1.3 Jenis Barang Ekspor Indonesia ke Korea Selatan 2017-2021.....	7
Tabel 1.4 Proporsi Individu Yang Menggunakan Internet Menurut Kelompok Umur (Persen), 2017-2019	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	37
Tabel 4.1 Hasil Regresi Linier Berganda Impor.....	66
Tabel 4.2 Hasil Regresi Linier Berganda Impor Setelah dilakukan Logaritma Natural (LN).....	67
Tabel 4.3 Korelasi Antar Variabel Independen.....	68
Tabel 4.4 Uji Multikolinearitas Setelah dilakukan Logaritma Natural (LN)	73
Tabel 4.5 Uji Heteroskedastisitas Setelah dilakukan Logaritma Natural (LN)	74
Tabel 4.6 Uji Autokorelasi Setelah dilakukan Logaritma Natural (LN).....	75
Tabel 4.7 Hasil Regresi Linier Berganda Impor Setelah dilakukan Logaritma Natural (LN) dan Dihapus Satu Variabel Independen	76
Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas Setelah dilakukan Logaritma Natural (LN) dan Dihapus Satu Variabel Independen	82
Tabel 4.9 Uji Heteroskedastisitas Setelah dilakukan Logaritma Natural (LN) dan Dihapus Satu Variabel Independen	83
Tabel 4.10 Uji Autokorelasi Setelah dilakukan Logaritma Natural (LN) dan Dihapus Satu Variabel Independen	84
Tabel 4.11 <i>Convergent Validity</i> Pelaku UMKM di Kota Medan.....	95
Tabel 4.12 <i>Convergent Validity</i> Faktor Kebudayaan.....	96
Tabel 4.13 <i>Convergent Validity</i> Faktor Sosial	97
Tabel 4.14 <i>Convergent Validity</i> Faktor Pribadi	98
Tabel 4.15 <i>Convergent Validity</i> Faktor Psikologis	98
Tabel 4.16 <i>Convergent Validity</i> Pelaku UMKM di Kota Medan Setelah dilakukan <i>Second Outer Loading</i>	101
Tabel 4.17 <i>Convergent Validity</i> Faktor Kebudayaan Setelah dilakukan <i>Second Outer Loading</i>	102
Tabel 4.18 <i>Convergent Validity</i> Faktor Sosial Setelah dilakukan <i>Second Outer Loading</i>	103
Tabel 4.19 <i>Convergent Validity</i> Faktor Pribadi Setelah dilakukan <i>Second Outer Loading</i>	105
Tabel 4.20 <i>Convergent Validity</i> Faktor Psikologis Setelah dilakukan <i>Second Outer Loading</i>	106
Tabel 4.21 <i>Discriminante Validity</i> Pada <i>Avarage Extracted (AVE)</i>	108
Tabel 4.22 <i>Composite Reliability</i>	109
Tabel 4.23 <i>R-Squared</i>	110
Tabel 4.24 <i>F-Squared</i>	111
Tabel 4.25 Uji Hipotesis	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kurva Indiferen	19
Gambar 2.2 Kurva Budget Line	20
Gambar 2.3 Kurva Pilihan Konsumen	21
Gambar 2.4 Kurva Penawaran	25
Gambar 2.5 Kerangka Analisis Penelitian	34
Gambar 2.6 Kerangka Konseptual Model.....	34
Gambar 2.7 Kerangka Konseptual Analisis Faktor.....	35
Gambar 3.1 Kriteria Uji Statistik t	43
Gambar 3.2 Kriteria Uji Statistik F	45
Gambar 3.3 Daerah Distribusi Durbin Watson	47
Gambar 4.1 Kurva Distribusi Normal Uji t Variabel GDP.....	70
Gambar 4.2 Kurva Distribusi Normal Uji t Variabel KURS	71
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Normal Uji t Variabel JP	71
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Normal Uji t Variabel INF	72
Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji f Pada Model Regresi	73
Gambar 4.6 Kurva Distribusi Normal Uji t Variabel GDP setelah dilakukan Logaritma Natural dan dihapus Satu Variabel Independen	78
Gambar 4.7 Kurva Distribusi Normal Uji t Variabel KURS setelah dilakukan Logaritma Natural dan dihapus Satu Variabel Independen	78
Gambar 4.8 Kurva Distribusi Normal Uji t Variabel INF setelah dilakukan Logaritma Natural dan dihapus Satu Variabel Independen	79
Gambar 4.9 Kurva Distribusi Uji f Pada Model Regresi setelah dilakukan Logaritma Natural dan dihapus Satu Variabel Independen	80
Gambar 4.10 Usia Responden.....	90
Gambar 4.11 Jenis Kelamin Responden	91
Gambar 4.12 Jenis Usaha Responden	92
Gambar 4.13 Produk yang dijual Responden.....	92
Gambar 4.14 Jenis Media Sosial Responden Mengenal <i>Korean Lifestyle</i>	93
Gambar 4.15 <i>First Outer Loading</i>	99
Gambar 4.16 <i>Second Outer Loading</i>	100

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Produk Utama yang Diimpor Indonesia dari Korea pada.....	8
Grafik 1.2 Persentase Responden yang Tertarik Gunakan Produk	13
Grafik 4.1 Jumlah Penduduk Indonesia Menurut	56
Grafik 4.2 Nilai Ekspor dan Impor Bulanan Indonesia.....	58
Grafik 4.3 Nilai Ekspor Indonesia ke Korea Selatan Tahun 2017-2022	61
Grafik 4.4 Jenis Barang Ekspor Indonesia ke Korea Selatan 2017-2021	62
Grafik 4.5 Nilai Impor Negara Indonesia dan Korea Selatan 2017-2022.....	64
Grafik 4.6 Jenis Barang Impor Korea Selatan ke Indonesia 2017-2021	65

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara berkembang yang masih pada tahap atau proses untuk membangun perekonomian yang lebih baik agar menjadi negara yang maju. Indonesia memiliki jumlah penduduk terbanyak peringkat keempat diantara negara G20 (Afrika Selatan, Amerika Serikat, Arab Saudi, Argentina, Brazil, India, Indonesia, Inggris, Italia, Jepang, Jerman, Kanada, Korea Selatan, Meksiko, Prancis, Rusia, Tiongkok, Turki, dan Uni Eropa) menurut laporan *World Population Review*. Pada tahun 2023 tercatat sebanyak 276,8 juta jiwa. Banyaknya populasi penduduk di Indonesia maka akan membawa dampak positif untuk meningkatkan kemajuan suatu negara.

Negara Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi ekonomi yang tinggi dan diperhatikan dalam kancah dunia internasional serta negara Indonesia termasuk kedalam ekonomi terbesar di Asia Tenggara. Selain itu, dalam beberapa tahun terakhir ada dukungan kuat dari pemerintah pusat untuk mengekang ketergantungan Indonesia pada ekspor komoditas (mentah), sekaligus meningkatkan peran industri manufaktur dalam perekonomian. Pembangunan infrastruktur juga merupakan tujuan utama pemerintah dan yang perlu menyebabkan efek multiplier dalam perekonomian.

Suatu negara perlu melakukan perjanjian atau kerjasama dengan negara lain dalam bidang ekonomi, investasi, politik, sosial dan budaya. Salah satunya dalam proses perdagangan atau bisnis. Banyak negara asing yang menjadikan Indonesia sebagai lahan untuk berinvestasi dalam bisnis. Pada hakikatnya sulit bagi

suatu negara untuk memenuhi seluruh kebutuhannya tanpa bekerja sama dengan negara lain. Hubungan kerja sama antar negara di dunia diperlukan untuk memenuhi kebutuhan hidup dalam tata pergaulan internasional, disamping demi terciptanya perdamaian dan kesejahteraan hidup bahkan untuk negara maju sekalipun, tetap membutuhkan negara lain agar dapat mengkonversi kekayaannya dengan bahan-bahan baku yang dihasilkan oleh negara lain.

Berkembangnya globalisasi saat ini telah membawa dampak yang baik dalam hubungan antar negara khususnya dalam hubungan perdagangan internasional. Dengan adanya perdagangan internasional, permintaan dan penawaran ekspor produk untuk negara lain akan semakin meningkat dan akan meningkatkan perekonomian negaranya sendiri lalu devisa negara akan bertambah. Selain itu, jika aktivitas ekonomi dan jumlah produk yang diekspor meningkat, maka industri-industri semakin padat kerjanya. Karena itu diperlukan tenaga kerja tambahan untuk membantu aktivitas industri agar cepat bergerak, maka dibukalah lapangan pekerjaan yang akan membuat masyarakat makmur dan akan mengurangi adanya tingkat pengangguran. Selanjutnya dengan adanya perdagangan internasional, akan membuat hubungan suatu negara semakin erat. Sebagai contoh kerja sama Indonesia dengan Korea Selatan.

Korea Selatan menjadi salah satu negara yang memilih Indonesia sebagai area baru untuk memulai bisnis. Korea Selatan dan Indonesia telah menjalin hubungan diplomatik sejak tahun 1973 dan terus meningkatkan kerjasama ke berbagai sektor. Sejak saat itu, perkembangan investasi dan perdagangan antara kedua negara tersebut terus meningkat dari tahun ke tahun setelah ditandatanganinya deklarasi bersama pembentukan kemitraan strategis (*Join*

Declaration on Strategic Partnership to Promote Friendship and Cooperation in the 21st Century) di Jakarta pada tanggal 4-5 Desember 2006. *Joint Declaration* tersebut meliputi 3 pilar kerja sama, yaitu kerja sama politik dan keamanan; kerja sama ekonomi; perdagangan dan investasi; serta kerja sama sosial budaya. *Joint Declaration* tersebut mendorong kedua negara untuk lebih mempererat persahabatan dan menciptakan kerja sama yang lebih baik.

Pada tahun 1980, Korea Selatan telah membina kerja sama dengan negara-negara Asia Tenggara terutama negara-negara ASEAN. Dengan masuknya Vietnam pada tahun 1995, Myanmar dan Laos pada tahun 1997, Kamboja pada tahun 1999 ke dalam AFTA (*ASEAN Free Trade Area*) sebagai anggota, dengan tujuan AFTA itu sendiri yaitu untuk membentuk kawasan bebas perdagangan dalam rangka meningkatkan daya saing ekonomi kawasan regional dengan menjadikan negara-negara bagian ASEAN sebagai basis produksi dunia, menarik lebih banyak investasi asing (*Foreign Direct Investment*), mampu meningkatkan daya saing dengan jangka yang lebih panjang, dan untuk melakukan ekspansi perdagangan intraregional dengan memberikan konsumen ASEAN lebih banyak pilihan produk berkualitas.

Maka, terbentuklah suatu blok ekonomi yang besar di Asia Tenggara yang mencakup wilayah Indocina atau negara-negara yang termasuk dalam Semenanjung antara India dan Cina. Sekalipun saat ini ekonomi dunia menitikberatkan pada wilayah, Korea Selatan terus berusaha menghadapinya dengan keunikan politik dan ekonominya. Namun ekonomi dunia saat ini dengan aktifnya perdagangan dan investasi antar negara didukung dengan kebebasan dan kemerdekaan politik, berkembangnya sarana pengangkutan, peningkatan

informasi, dan teknologi komunikasi sangat mempengaruhi aktifitas ekonomi di bidang perindustrian. Kebebasan dan meningkatnya sarana angkutan serta berkembangnya informasi dan telekomunikasi menjadikan transaksi keuangan di pasar modal internasional menjadi terbuka dan memberikan efek buruk yang menjadi salah satu titik kelemahannya.

Dalam hubungan bilateral, Indonesia dan Korea Selatan berada dalam posisi saling melengkapi. Indonesia memerlukan modal/investasi, teknologi dan produk-produk teknologi. Sedangkan Korea Selatan memerlukan sumber alam/mineral, tenaga kerja dan pasar Indonesia yang besar. Korea Selatan merupakan alternative sumber teknologi khususnya dibidang *heavy industry*, IT dan telekomunikasi. Bila kedua negara berhasil menjalin kerja sama maka akan menguntungkan untuk kedua belah pihak karena Korea Selatan merupakan negara yang terus berinovasi dalam kemajuan teknologi dan informasi, sumber manusia juga manajemen yang berkualitas dan industri maju. Sedangkan Indonesia merupakan negara dengan kekayaan yang melimpah, pasar domestic yang besar dan strategis, juga sumber daya manusia yang sedang berkembang, stabilitas politik (yang relatif rendah), dan upah kerja yang tergolong rendah.

Saat ini hadirnya globalisasi dan teknologi membawa dampak yang begitu besar dalam media massa yang saat ini melalui internet masyarakat di dunia dapat mengakses perkembangan atau budaya luar tanpa harus mengunjungi negara tersebut. Perkembangan teknologi yang makin pesat, spesialisasi pekerjaan yang makin tajam membawa konsekuensi makin banyak barang-barang dan jasa-jasa dari berbagai jenis maupun kuantitasnya yang diperlukan oleh manusia (Hasyim, 2020:5).

Tersebar nya budaya dan kehidupan sosial dari negara Korea Selatan sebagai implikasi penyebaran budaya Korea Selatan ke seluruh penjuru dunia serta menjadi suatu nilai jual produk-produk ke Indonesia hal tersebut dapat dikatakan sebagai *Korean Lifestyle*. Berbagai produk dari Korea Selatan telah banyak tersebar luas melalui drama, musik, *film*, makanan, kosmetik dan peralatan lainnya. Ekspor produk-produk Korea Selatan juga memberi keuntungan yang sangat besar bagi Korea Selatan sendiri karena *Korean Lifestyle* menyebabkan anak muda untuk memburu segala hal yang berkaitan dengan Korea serta dengan adanya pengaruh *Korean Lifestyle* juga dapat memicu meningkatnya permintaan impor barang dari Korea Selatan. Namun pada beberapa tahun terakhir data ekspor dan impor Indonesia dan Korea Selatan mengalami dinamika yang tidak stabil dikarenakan adanya pengaruh dari *Covid-19*.

Tabel 1.1 Nilai Ekspor Negara Indonesia dan Korea Selatan 2017 – 2022

Negara Tujuan	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Asia Lainnya						
Jepang	17.798,8	19.465,6	16.003,3	13.664,7	17.872,7	24.845,5
Hongkong	2.405,8	2.557,6	2.501,7	2.034,9	2.063,5	2.953,1
Korea Selatan	8.200,3	9.540,1	7.234,4	6.507,6	8.981,9	12.813,7
Taiwan	4.229,2	4.703,1	4.034,8	4.097,4	6.960,2	8.702,8
Tiongkok	23.083,1	27.132,2	27.961,9	31.781,8	53.765,5	65.924,1

Sumber: Kementerian Perdagangan

Berdasarkan table 1.1 dapat dilihat bahwa dari beberapa negara Asia, nilai ekspor terbesar dimiliki oleh negara Tiongkok. Negara selanjutnya yang memiliki nilai ekspor terbesar kedua yaitu Jepang dan urutan ketiga yaitu negara Korea

Selatan. Nilai ekspor negara Indonesia ke Korea Selatan pada tahun 2017 sampai 2022 mengalami peningkatan. Dengan meningkatnya nilai ekspor Indonesia ke Korea Selatan maka negara akan memiliki lebih banyak pendapatan yang nantinya akan digunakan untuk pembangunan di negara Indonesia. Terdapat beberapa jenis barang/komoditi yang di ekspor Indonesia ke Korea Selatan.

Tabel 1.2 Jenis Barang Ekspor Indonesia ke Korea Selatan 2017-2021

Jenis Barang yang di Ekspor ke Korea Selatan (Berat Bersih: 000 Ton)	Tahun				
	2017	2018	2019	2020	2021
Batu Bara	38.075,10	37.150,90	29.550,00	24.831,90	21.011,20
Besi/Baja	288,10	705,00	669,20	384,40	513,00
Biji Tembaga	204.466,90	250.988,30	85.665,30	153.980,70	360.807,80
Gas	4.040,90	3.454,00	2.480,60	2.927,10	2.385,80
Karet Remah	192,40	189,50	169,20	149,60	141,90
Kimia Dasar Organik yang bersumber dari hasil Pertanian	221,80	259,00	299,40	272,90	378,10
Lignit	2.944,70	1.395,00	447,20	-	-
Logam Dasar Mulia	1,80	155,00	218,60	105,70	-
Minyak Bumi Mentah	998,40	1.001,70	332,10	93,80	44,30
Pakaian jadi (Konveksi) dari tekstil	15,00	14,10	20,00	18,10	18,20
Peralatan Listrik	20.571,40	22.187,10	25.685,50	23.433,30	19.031,10
Sepatu Olahraga	4,10	3,60	1,90	3,60	4,60

Sumber: BPS Indonesia (www.bps.go.id)

Dapat dilihat pada tabel 1.2 bahwa terdapat 3 komoditi/jenis barang yang di ekspor Indonesia ke Korea Selatan dengan jumlah yang cukup besar pada tahun

2021. Besi/baja mengalami peningkatan yang cukup besar setiap tahunnya. Kemudian diurutkan ke 2 yaitu Batu Bara, namun komoditi ini mengalami penurunan disetiap tahunnya, ekspor batu bara saat ini tidak dilakukan oleh Indonesia karena untuk menjaga ketersediaan energi dalam negeri. Selanjutnya pada urutan ke 3 yaitu peralatan listrik, komoditi ini juga mengalami penurunan di setiap tahunnya.

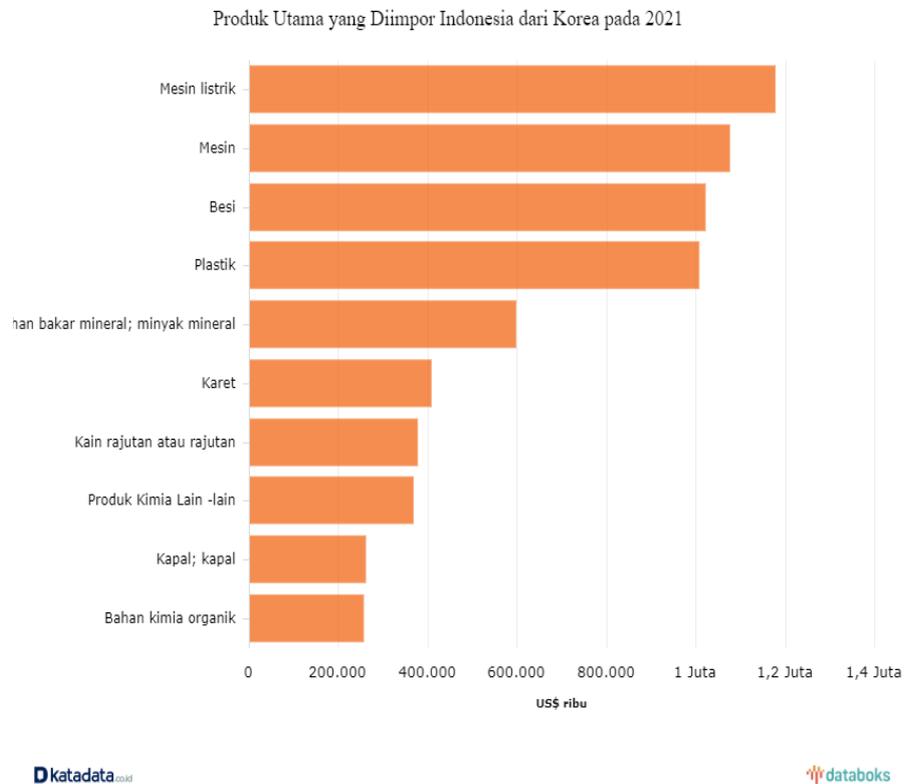
Tabel 1.3 Jenis Barang Ekspor Indonesia ke Korea Selatan 2017-2021

Negara Asal	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Asia Lainnya						
Jepang	15.240,0	17.976,7	15.661,8	10.672,1	14.644,3	17.176,7
Tiongkok ²	35.766,8	45.537,8	44.930,6	39.634,7	56.227,2	67.723,7
Korea Selatan	8.122,3	9.088,9	8.421,3	6.849,4	9.427,2	11.718,2

Sumber: Kementerian Perdagangan

Pada tabel 1.3 terlihat bahwa nilai impor terbesar untuk kawasan Asia didominasi lagi oleh negara Tiongkok, lalu kedua negara Jepang dan pada urutan ketiga yaitu Korea Selatan. Nilai impor Indonesia dari Korea Selatan mengalami peningkatan pada tahun 2017-2022. Dengan meningkatnya nilai impor negara Indonesia dari Korea Selatan maka akan membawa pengaruh buruk seperti menurunnya produksi di dalam negeri yang akan menyebabkan tingkat pengangguran meningkat dan pendapatan menurun sehingga daya beli masyarakat juga menurun. Hal tersebut terjadi juga dikarenakan pada perubahan perilaku anak muda yang sudah mengenal budaya maupun kehidupan sosial Korea Selatan.

Beberapa komoditi atau produk utama yang diimpor Indonesia dari Korea Selatan Pada tahun 2021 yaitu sebagai berikut.



Sumber: databoks.katadata.co.id

Grafik 1.1 Produk Utama yang Diimpor Indonesia dari Korea pada

Grafik diatas menunjukkan bahwa di urutan pertama, Indonesia banyak mengimpor mesin dan peralatan listrik serta bagian-bagiannya. Produk ini merupakan jenis barang impor yang dikelompokkan bersama dengan perekam, reproduksi suara, televisi, dan elektronik lainnya. Pada tahun 2021, Indonesia tercatat mengimpor US\$ 1,18 Miliar. Pada urutan kedua masuk dalam kode HS 84, mesin, peralatan mekanis, reaktor nuklir, boiler merupakan kelompok produk barang impor yang dikategorikan bersama dengan bagiannya. Indonesia mengimpor senilai US\$ 1,07 Miliar.

Meluasnya globalisasi sebagai fenomena memberi implikasi yang luas bagi semua bangsa dan masyarakat internasional. Dengan didukung teknologi komunikasi dan transportasi yang canggih, dampak globalisasi akan sangat luas dan kompleks. Akhirnya akan merubah pola pikir, sikap, dan tingkah laku manusia. Hal seperti ini kemungkinan dapat mengakibatkan perubahan aspek kehidupan lain, seperti hubungan kekeluargaan, kemasyarakatan, kebangsaan atau secara umum berpengaruh pada sistem budaya bangsa (Nasution *et al*, 2016:87).

Tabel 1.4 Proporsi Individu Yang Menggunakan Internet Menurut Kelompok Umur (Persen), 2017-2019

Kelompok Umur	Proporsi Individu Yang Menggunakan Internet Menurut Kelompok Umur (Persen)		
	2017	2018	2019
15-24	68.93	77.05	83.58
25-64	28.85	38.11	46.83

Sumber: BPS, Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) 2017-2019 (www.bps.go.id)

Berdasarkan data diatas proporsi individu yang menggunakan internet menurut kelompok umur terus mengalami peningkatan tiap tahunnya. Dengan adanya media sosial, masyarakat terutama anak muda dengan kelompok umur 15-45 tahun di Indonesia bisa mengakses hal menarik dari keunikan budaya maupun kehidupan sosial di suatu negara. Penggunaan internet tersebut akan menimbulkan perubahan perilaku pada anak muda dan *mindset* karena akan muncul perilaku-perilaku baru yang disesuaikan dengan majunya teknologi.

Salah satu negara yang mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi komunikasi dengan menyebarkan budaya dan kehidupan sosial mereka

yaitu Korea Selatan. Saat ini Korea Selatan berhasil menyebarkan produk budaya dan sosial mereka ke dunia Internasional salah satunya Indonesia.

Budaya adalah suatu konsep yang membangkitkan minat. Secara formal budaya didefinisikan sebagai tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna, dan diwariskan dari generasi ke generasi, melalui usaha individu dan kelompok. Budaya menampakkan diri, dalam pola-pola bahasa dan bentuk-bentuk kegiatan dan perilaku; gaya berkomunikasi; objek materi, seperti rumah, alat dan mesin yang digunakan dalam industri dan pertanian, jenis transportasi, dan alat-alat perang (Sihabudin, 2013:19)

Maraknya perkembangan budaya dan kehidupan sosial Korea Selatan di Indonesia dengan cepat merubah *fashion* pada anak muda dari sebelum dan sesudah mengenal Korea. Perubahan perilaku atau pola konsumtif anak muda yang banyak dijumpai di Indonesia yaitu melalui drama Korea, *make up*, Korean *Skincare*, makanan, gaya bicara, hingga bahasa yang mengharuskan mereka untuk membeli hal yang mereka inginkan dan mengesampingkan yang mereka butuhkan.

Kebutuhan manusia dari waktu ke waktu terus berkembang baik secara kuantitatif (jumlah) maupun kualitatif (mutu). Perkembangan kebutuhan manusia itu disebabkan antara lain oleh beberapa faktor yaitu jumlah manusia (penduduk bumi) yang terus bertambah, adanya kemajuan IPTEK dan seni yang dialami oleh manusia dan adanya perkembangan peradaban manusia (Sugiharsono & Wahyuni, 2019:6).

Pada kenyataannya, dalam hidup ini manusia sering dihadapkan pada berbagai pilihan guna memenuhi kebutuhannya. Pilihan-pilihan ini terpaksa dilakukan karena kebutuhan manusia tidak terbatas, sedangkan alat untuk

memenuhi kebutuhan tersebut sangat terbatas. Saat ini tidak ada yang tidak kenal terhadap hal-hal yang bersangkutan dengan *Korean Lifestyle* yang merupakan suatu gambaran gaya hidup masyarakat Korea Selatan. Dengan ini *fashion* pada anak muda juga berubah dari sebelum dan sesudah mengenal Korea.

Berbagai produk dari Korea Selatan telah banyak tersebar luas melalui drama, musik, *film*, makanan, kosmetik dan peralatan lainnya. Dengan masuknya berbagai produk tersebut membawa dampak negatif dan positif bagi anak muda. Dampak positif yang dapat kita lihat sekarang ini telah muncul beberapa inovasi yang di modifikasi oleh anak muda seperti tempat wisata yang di desain ala *Korean style*, usaha makanan halal yang berkaitan dengan makanan khas Korea, produk kecantikan, serta usaha *fashion* yang sedang populer di Korea. Sedangkan dampak negatif yang dapat kita ambil sebagai contoh yaitu adanya sifat ketergantungan yang mengharuskan para penikmat budaya Korea atau anak muda untuk memiliki setiap produk Korea yang ada serta kurang cintanya produk dalam negeri. Produk-produk Korea memang sangat berkualitas namun ada pengaruh negatif juga yang akan dirasakan serta membuat turunnya budaya lokal, misalnya anak muda menganggap *fashion* Korea lebih bagus dari pada lokal, hal ini dapat berakibat menurunnya rasa nasionalisme dan perekonomian Indonesia.

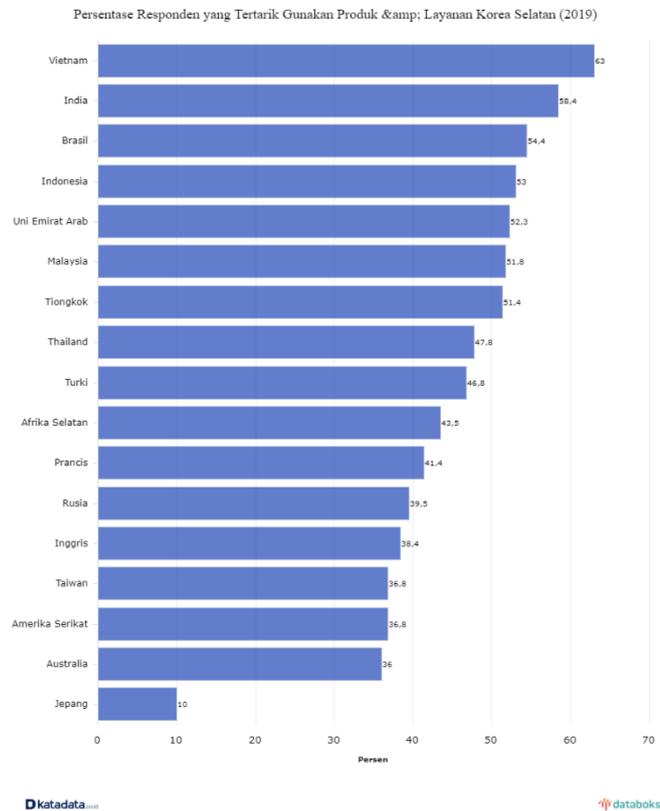
Salah satu produk yang sangat diminati anak muda saat ini adalah musik pop. Musik pop Korea atau biasa disebut dengan K-Pop merupakan salah satu sub-sektor hiburan yang mengangkat perekonomian Korea Selatan. Setelah selesainya masa pandemi *Covid-19*, banyak artis atau *public figure* yang datang ke Indonesia untuk menyebarkan beberapa produk mereka dengan cara mengadakan konser yang berlangsung paling lama 3 hari, serta beberapa artis atau *public figure* Korea Selatan

tersebut diundang dalam acara-acara nasional di Indonesia dan menjadi *brand ambassador* produk atau perusahaan lokal. Beberapa diantara seleb Korea yang telah menjadi duta untuk produk lokal Indonesia antara lain BTS (Tokopedia & Gojek), Lee Min Ho (Azarine), Han So Hee (Somethinc), Sehun EXO (Whitelab), Kim Seon Ho (Everwhite), Choi Si Won (Sasa dan Mie Sedap), Song Jong Ki (Scarlet), dan lain sebagainya.

Dalam segi kuliner atau makanan Korea yang saat ini mendominasi di Indonesia serta yang banyak dikonsumsi oleh anak muda yaitu produk Nongshim Korea dengan varian *Shin Ramyun* yang merupakan produk mie instan kuah dan goreng dengan dilengkapi bumbu, minyak cabe yang pedas serta toping jamur *shiitake*. Produk ini merupakan produk No.1 di Korea Selatan dan kemudian masuk ke Indonesia sudah dengan label halal. Seiring berjalannya waktu anak muda yang mengkonsumsi produk makanan Korea tersebut mendapat inspirasi untuk menciptakan peluang bisnis. Saat ini banyak kita temukan makanan-makanan atau jajanan Korea di pinggir jalan.

Selanjutnya ada beberapa produk kosmetik atau produk kecantikan Korea Selatan yang digemari oleh anak muda di Indonesia yaitu *Barenbliss* yang merupakan produk kecantikan, *skincare*, dan perlengkapan makeup serta *Some by Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum* yang merupakan produk serum untuk mengatasi berbagai permasalahan kulit wajah. Selain produk kosmetik tersebut berkualitas, *Brand Ambassador* produk kosmetik tersebut juga mempengaruhi anak muda untuk menggunakannya. Dalam hal ini, kerja sama antara Indonesia dengan Korea Selatan sangatlah baik dan sangat memberikan keuntungan yang diharapkan. Merebaknya hal-hal tersebut tentu akan membuat anak muda yang menyukai

budaya dan sosial dari Korea Selatan membutuhkan pengeluaran yang banyak untuk membeli tiket konser, album, *merchandise*, dan produk yang diiklankan oleh beberapa artis tersebut.



Sumber: databoks.katadata.co.id

Grafik 1.2 Persentase Responden yang Tertarik Gunakan Produk

Pada tahun 2019, posisi pertama dengan jumlah persentase tertinggi responden yang tertarik menggunakan produk Korea Selatan yaitu negara Vietnam, kemudian diikuti dengan India 58,4% dan Brasil 54,4%. Persentase Indonesia merupakan keempat tertinggi di dunia dengan jumlah 53%. Sementara hanya 10% responden di Jepang yang memiliki ketertarikan menggunakan produk Korea Selatan.

Dengan adanya pengaruh *Korean Lifestyle* maka menjadi salah satu dorongan bagi anak muda untuk meningkatkan usaha UMKM. Dengan

meningkatnya kecintaan anak muda terhadap Korea baik dari segi makanan, *fashion*, kecantikan dan lain sebagainya maka menjadi peluang yang sangat besar dalam jangka panjang untuk meningkatkan pendapatan dan memberikan warna baru dalam membuka usaha bagi anak muda.

Proses inilah yang dapat dikatakan sebagai *culture transformation* atau Transformasi Kebudayaan. Transformasi kebudayaan adalah suatu perubahan mendasar pada suatu kelompok masyarakat yang menghasilkan adanya perbedaan budaya yang mencolok antar kehidupan lama masyarakatnya dengan kehidupan mereka yang baru (Mead, 1956:382).

Agar bisa beradaptasi dengan perubahan pola konsumsi, pelaku usaha UMKM dipersyaratkan mampu berinovasi dengan cepat untuk meningkatkan kualitas produk, pemasaran, dan pelayanan. Kemampuan berinovasi dengan cepat, kreatif, terus aktif belajar (*active learning*), berkolaborasi, dan terintegrasi dalam jaringan rantai nilai tersebut dibutuhkan di era perubahan yang cepat saat ini, hampir tidak ada produk yang tidak ada pesaingnya. Lebih dari itu pelaku UMKM harus memiliki pemahaman yang baik mengenai usaha yang digelutinya sebagai bahan pertimbangan pada saat mengambil keputusan yang berisiko (Mulyaningsih & Darwin, 2019:2).

UMKM telah diakui dalam perspektif dunia yang memiliki satu peran yang sangat vital dalam pengembangan ekonomi disuatu negara yang sedang berkembang maupun negara-negara maju. Di negara-negara maju UMKM sangat penting karena kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan dengan usaha besar. Di negara-negara yang sedang berkembang, mengatakan bahwa UMKM memiliki peran penting dalam perspektif mencari

kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi sekelompok orang, distribusi pendapatan dan pengangguran, kemiskinan suatu negara serta membantu pembangunan ekonomi diperdesaan.

Dalam situasi ini UMKM dihadapkan pada tantangan untuk tetap eksis dan berkembang, lebih inovatif dan adaptif dalam menghadapi persoalan global yang semakin kompleks. Transformasi digital di era revolusi industri 4.0 ini sangat diperlukan oleh UMKM untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing. Dengan adanya kemudahan akses internet, berkembangnya *marketplace*, serta digitalisasipada proses bisnis dan pemasaran dalam jejaring UMKM dapat menjadi peluang UMKM untuk bangkit dan terus berkembang dalam menjangkau pasar domestic maupun luar negeri.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut dan melihat apakah dengan adanya budaya dan sosial yang ada di Korea akan mempengaruhi perilaku serta pengembangan bisnis anak muda. Dengan demikian penelitian ini berjudul **“Pengaruh *Korean Lifestyle* Terhadap Perilaku dan Pengembangan Bisnis UMKM Anak Muda di Kota Medan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari pemaparan latar belakang diatas, maka didapat beberapa permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Masuknya *Korean Lifestyle* menyebabkan terjalinnya kerja sama antara Indonesia dengan Korea Selatan melalui kegiatan ekspor dan impor
2. Penyebaran *Korean Lifestyle* melalui berbagai media sosial dapat meningkatkan perilaku konsumtif anak muda

3. *Korean Lifestyle* membuat anak muda menjadi kreatif dan inovatif dalam membuka peluang bisnis mereka dengan membuka UMKM yang bertema *Korean Lifestyle*.

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis perlu membatasi masalah agar pengkajian tidak mengambang dan lebih terarah. Jadi penulis membatasi permasalahan hanya dengan membahas seberapa besar Pengaruh *Korean Lifestyle* Terhadap Perilaku dan Pengembangan Bisnis UMKM Anak Muda di Kota Medan

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perkembangan impor dari Korea Selatan ke Indonesia serta berkembang ekspor dari Indonesia ke Korea Selatan tahun 2017-2022.
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi impor dari Korea Selatan ke Indonesia tahun 2014-2022.
3. Faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku dan perkembangan bisnis UMKM Anak Muda dengan adanya *Korean Lifestyle* di Kota Medan.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Melakukan analisa secara ekonomi perkembangan ekspor dan impor Indonesia dan Korea Selatan pada tahun 2017-2022
2. Melakukan estimasi impor dari Korea Selatan ke Indonesia tahun 2014-2022

3. Melakukan analisa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku dan perkembangan bisnis UMKM anak muda dengan adanya *Korean Lifestyle* di Kota Medan

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun dari hasil penelitian ini yang dapat diambil manfaatnya bagi pihak-pihak yang terkait, diantaranya.

1.6.1 Manfaat Akademik

a. Bagi Peneliti:

Penulis berharap penelitian ini bisa memberikan sebuah masukan atau motivasi kepada peneliti selanjutnya sehingga dapat mengembangkan penelitian ini, serta dapat menjadi nilai tambah atau khazanah dalam bidang keilmuan dan pendidikan serta dapat menjadi bahan kajian bagi penelitian lain dengan tema yang serupa.

b. Bagi Mahasiswa:

Melatih mahasiswa untuk dapat menguraikan dan membahas suatu permasalahan secara ilmiah, teoritis, dan sistematis serta sebagai referensi bagi mahasiswa mengenai pembahasan terkait.

1.6.2 Manfaat Non-akademik

Penelitian ini bisa dijadikan referensi bagi seluruh lapisan masyarakat untuk membuka peluang bisnis khususnya yang berkaitan dengan *Korean Lifestyle* serta dapat diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari bagaimana pengaruh *Korean Lifestyle* terhadap perilaku dan pengembangan bisnis UMKM anak muda.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan penggambaran bagaimana seorang konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi berusaha mengalokasikan pendapatan diantara berbagai barang atau jasa yang tersedia dengan tujuan untuk memaksimalkan kesejahteraan atau kepuasan maksimum mereka (Pindyck, 2013).

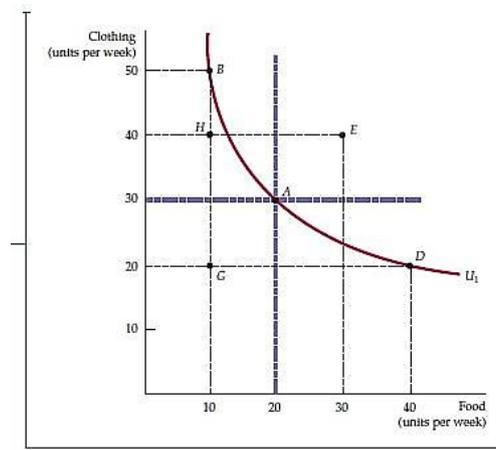
Dalam perilaku konsumen ada dua teori yang digunakan yaitu teori ordinal dan teori kardinal. Teori ordinal yaitu suatu pendekatan yang menganggap kepuasan tak dapat diukur secara kuantitatif (angka). Teori selanjutnya yaitu teori kardinal yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen bisa diukur secara kuantitatif atau dapat diukur dengan satuan nominal (Pindyck, 2013).

Perilaku konsumen dapat dengan mudah dipahami melalui beberapa langkah yaitu preferensi/selera konsumen, kendala anggaran (*budget constraints*), dan pilihan konsumen (Pindyck, 2013)

a. Preferensi/Selera Konsumen

Langkah pertama yaitu menemukan cara praktis untuk menggambarkan alasan-alasan mengapa seseorang atau konsumen lebih suka satu barang daripada barang yang lain dengan melihat bagaimana preferensi konsumen untuk berbagai barang dapat digambarkan menggunakan kurva Indiferen yang merupakan kurva yang menyajikan kombinasi *market basket* yang memberikan konsumen pada tingkat kepuasan yang sama. Dalam pendekatan ordinal untuk

membandingkan kepuasan konsumen menggunakan konsep pendekatan kurva indifferen.



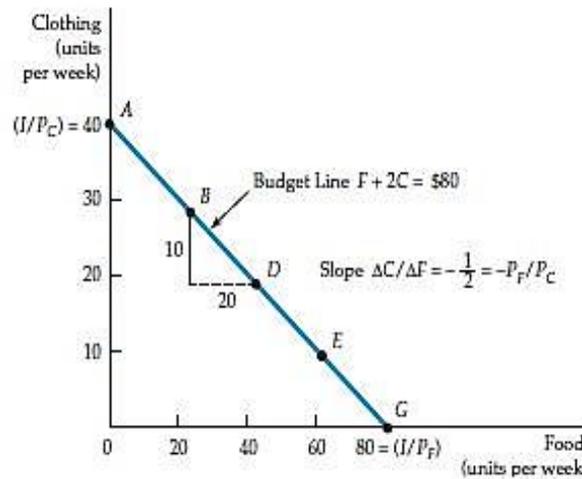
Sumber:Pindyck, 2013

Gambar 2.1 Kurva Indiferen

Pada gambar 2.1 terlihat bahwa kurva indifferen U_1 yang melalui *market basket* atau jenis barang dan jasa A menunjukkan semua *baskets* (barang dan jasa) yang memberikan kepuasan yang sama pada konsumen, termasuk *baskets* (barang dan jasa) B dan D. Konsumen lebih memilih *basket* (barang dan jasa) E daripada A, karena E terletak di atas U_1 . Konsumen lebih memilih A daripada H atau G, karena dua titik tersebut berada di bawah U_1 .

b. Kendala Anggaran (*Budget Constraints*)

Konsumen memiliki pendapatan yang terbatas sehingga mempertimbangkan harga barang dan membatasi jumlah barang yang akan dimiliki. Konsumen harus dapat menggabungkan preferensi konsumen dan kendala anggaran.



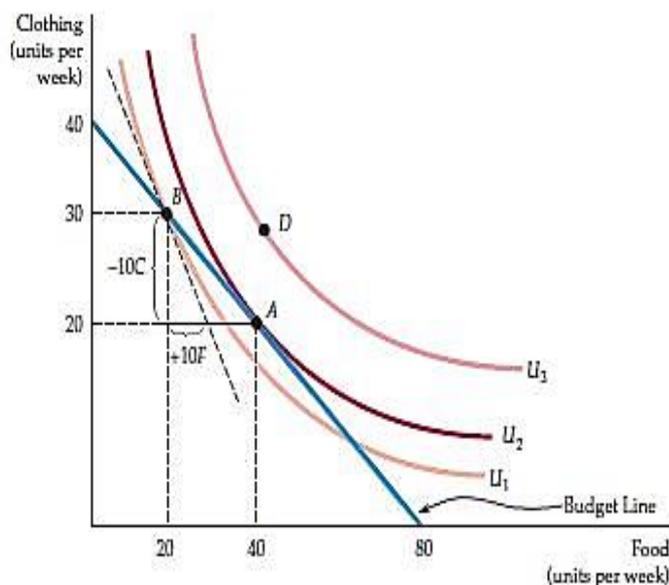
Sumber: Pindyck, 2013

Gambar 2.2 Kurva Budget Line

Garis kendala menggambarkan kombinasi jumlah barang dengan harga tertentu, yang dapat dibeli dari pendapatan konsumen. Garis AG yang melewati titik B, D, dan E menunjukkan anggaran yang berhubungan dengan pendapatan \$80, pada harga makanan $P_F = \$1$ per unit and harga baju $P_C = \$2$ per unit. Kemiringan dari garis anggaran (yang diukur dari titik B dan D) adalah $-10/20 = -1/2 = P_F/P_C$.

c. Pilihan Konsumen

Setelah mengetahui preferensi dan keterbatasan pendapatan mereka, konsumen memilih untuk membeli kombinasi barang-barang yang memaksimalkan kepuasan mereka. Kombinasi ini akan bergantung pada harga berbagai barang tersebut. Jadi, pemahaman pada pilihan konsumen akan membantu memahami permintaan, yaitu banyak jumlah suatu barang yang dipilih konsumen untuk dibeli bergantung pada harganya.



Sumber: Pindyck, 2013

Gambar 2.3 Kurva Pilihan Konsumen

Konsumen memaksimalkan kepuasannya dengan memilih *market basket* A. Pada titik ini garis anggaran dan kurva indifferen U_2 saling bersinggungan. Tidak ada kepuasan yang lebih tinggi (misal, *market basket* D) yang mampu dibeli. Pada titik A, titik maksimum MRS dari kedua barang adalah negative dari gradien garis anggaran (rasio harga). Pada titik B, MRS $[-(-10/10) = 1]$ lebih besar daripada rasio harga (1/2) kepuasan tidak maksimal.

2.1.2 Gaya Hidup (*lifestyle*)

Gaya hidup (*lifestyle*) menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia dalam masyarakat. Gaya hidup merupakan kebutuhan sekunder manusia yang bisa diubah tergantung zaman atau keinginan seseorang untuk merubahnya. Gaya hidup dapat dilihat dari konsumsi makanan, cara berpakaian, cara kerja, dan bagaimana individu mengisi kesehariannya. Gaya hidup juga mengubah pola pikir dari anggota masyarakat. Jika

dilihat saat ini masyarakat Indonesia telah mengalami perubahan dalam hal gaya hidup sehingga peradaban yang terlahir adalah terciptanya budaya masyarakat konsumtif dan hedonis dalam lingkungan kapitalis. Menurut Smith, masyarakat konsumen adalah masyarakat dimana orang-orang berusaha mengafirmasi, meneguhkan identitas dan perbedaannya, serta mengalami kenikmatan melalui tindakan membeli dan mengkonsumsi system tanda bersama.

Saat ini budaya pop yang mendunia adalah pop Korea. Barang-barang pop Korea saat ini mendominasi pasar global. *Korean pop* merupakan jenis musik populer dari Korea Selatan. Musik *K-pop* merupakan bagian tak terpisahkan dari demam Korea yang banyak diminati oleh masyarakat dunia terutama remaja.

Gaya hidup masyarakat Korea Selatan (*Korean Lifestyle*) adalah pola tingkah laku yang mengikuti budaya dan kehidupan sosial masyarakat Korea Selatan. *Korean Lifestyle* biasanya diminati oleh para penggemar *K-pop* yang mayoritas adalah remaja.

2.1.3 Teori Penawaran

Penawaran (*supply*) adalah banyak barang atau jasa yang tersedia dan dapat ditawarkan oleh produsen kepada konsumen pada setiap tingkat harga selama periode waktu tertentu. Penawaran hanya berlaku apabila faktor-faktor lain yang mempengaruhi penawaran bersifat tetap atau tidak berubah (*ceteris Paribus*). Adapun faktor-faktor terpenting dalam penentuan penawaran antara lain:

1. Harga barang itu sendiri

Produsen akan menawarkan lebih banyak barang jika harga barang tersebut naik. Begitupun sebaliknya, jika harga barang turun, maka jumlah penawaran barang tersebut akan sedikit.

2. Harga barang-barang yang terkait

Jika harga bahan utama naik, maka produsen akan mengganti bahan utama dengan bahan pengganti.

3. Biaya produksi

Produsen membutuhkan berbagai faktor produksi untuk dapat menghasilkan barang dan jasa. Oleh karena itu, jika biaya produksi mengalami kenaikan, maka harga barang akan cenderung naik. Akibatnya, produsen cenderung mengurangi jumlah produksinya sehingga jumlah penawarannya pun akan berkurang, begitu pun sebaliknya.

4. Tingkat teknologi

Perusahaan yang menggunakan teknologi maju dapat meningkatkan hasil produksinya dengan cepat. Penggunaan teknologi maju juga dapat menyebabkan biaya produksi semakin murah. Hasil produksi yang meningkat dan biaya produksi yang semakin murah, akan menyebabkan jumlah barang yang ditawarkan semakin banyak pada tingkat harga tertentu.

5. Kebijakan pemerintah

a. Pajak

Pajak akan menjadi beban penjual (penambah harga yang ditawarkan) dan mengurangi laba. Maka semakin besar pajak, jumlah barang yang ditawarkan akan menurun, begitu pula sebaliknya.

b. Subsidi

Subsidi dapat mengurangi biaya produksi, sehingga menjadi pengurang harga yang ditawarkan dan menambah laba. Karena itu, semakin besar subsidi maka jumlah barang yang ditawarkan akan bertambah.

6. Faktor alam

Pengaruh alam dapat mempengaruhi penawaran untuk produk pertanian dan perikanan. Misalnya, bagi para petani padi, iklim yang tidak menentu dapat menyebabkan gagal panen, akibatnya jumlah beras yang ditawarkan akan berkurang.

7. Prediksi produsen di masa mendatang

Produsen meramalkan bahwa akan terjadi kenaikan harga suatu komoditi pada bulan depan. Maka, pada bulan ini produsen akan mengurangi stok penjualannya dan menunggu hingga bulan depan untuk mengeksploitasi keuntungan yang mungkin bisa diperoleh akibat naiknya harga.

Dengan demikian, fungsi penawaran dapat ditulis sebagai berikut:

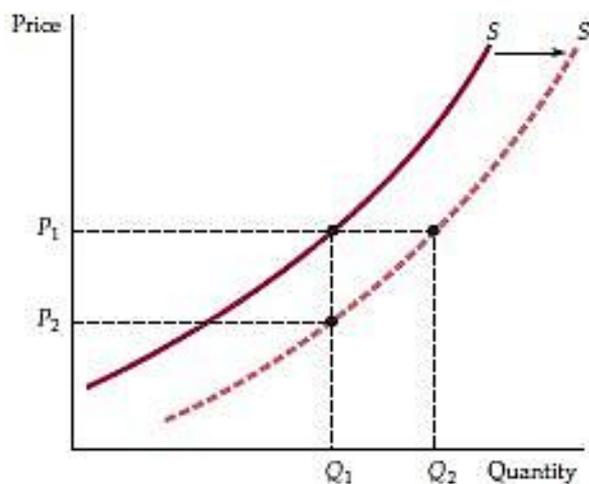
$$Q_s = Q_s P \dots\dots\dots 2.1$$

Dimana:

Q_s = jumlah barang yang ditawarkan

$Q_s P$ = jumlah harga yang ditawarkan

Kurva penawaran menunjukkan jumlah barang yang ingin dijual oleh produsen pada harga tertentu, menganggap konstan faktor lain yang mungkin mempengaruhi jumlah yang ditawarkan. Dengan demikian kurva penawaran merupakan hubungan antara jumlah yang ditawarkan dan harga (Pindyck, 2013).



Sumber: Pindyck, 2013

Gambar 2.4 Kurva Penawaran

Kurva diatas menunjukkan bagaimana kuantitas barang yang ditawarkan untuk dijual berubah ketika harga barang berubah. Kurva penawaran miring ke atas: Semakin tinggi harga, semakin banyak perusahaan mampu dan mau memproduksi dan menjual. Jika biaya produksi turun, perusahaan dapat memproduksi jumlah yang sama dengan harga lebih rendah atau jumlah yang lebih besar dengan harga yang sama. Kurva penawaran kemudian bergeser ke kanan (dari S ke S').

2.1.4 Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional merupakan proses tukar menukar barang antar dua negara atau lebih untuk mendapatkan laba atau keuntungan. Di banyak negara, perdagangan internasional menjadi salah satu faktor utama untuk meningkatkan GDP. Perdagangan internasional menjadi semakin penting tidak hanya dalam pembangunan negara akan tetapi dalam mencari pasar di negara lain serta pengadaan barang-barang modal untuk mendukung perkembangan industri di dalam negeri. Beberapa faktor pendorong terjadinya perdagangan internasional

yaitu adanya perbedaan sumber daya alam, perbedaan kemampuan sumber daya manusia dan teknologi, pemenuhan kebutuhan nasional, meningkatkan pemasukan negara, memperluas pasar, peningkatan produk UMKM, dan untuk menjalin kerja sama antarnegara. Secara umum perdagangan internasional terdiri dari kegiatan ekspor dan impor.

Perdagangan internasional dikategorikan ke dalam dua kelompok teori, yaitu teori klasik dan teori modern. Teori klasik yang dijelaskan dalam teori keunggulan absolut dan teori keunggulan komperatif, sedangkan teori modern dijelaskan oleh teori Heckscher-Ohlim.

1) Teori Klasik

a. Teori Perdagangan Berdasarkan Keunggulan Absolut-Adam Smith

Teori perdagangan keunggulan absolut yaitu perdagangan suatu negara yang berdasar pada keunggulan absolut. Hal ini berarti apabila terdapat satu negara A yang efektif atau negara A mempunyai keunggulan absolut jika dibandingkan dengan negara lainnya ketika memproduksi satu komoditas, akan tetapi dalam pembuatan komoditas yang kedua negara A ini kurang efektif atau terdapat kelemahan absolut jika dibanding negara lainnya, maka negara-negara ini akan saling memanfaatkan satu sama lain untuk memproduksi komoditas sesuai dengan keunggulan absolutnya dan untuk komoditas yang mempunyai kelemahan absolut akan melakukan pertukaran hasil produksi dengan negara lain.

Menurut Adam Smith semua negara akan mendapatkan keuntungan dari perdagangan bebas dan menganjurkan kebijakan *laissez-faire*. Kebijakan *laissez-faire* yaitu membatasi campur tangan pemerintah dalam kegiatan perekonomian. Perdagangan bebas juga dapat menyebabkan sumber daya dunia

digunakan secara efisien serta untuk memaksimalkan kesejahteraan dunia (Salvatore, 2012).

b. Teori Perdagangan Berdasarkan Keunggulan Komparatif-David Ricardo

Teori perdagangan keunggulan komparatif yaitu jika terdapat satu negara yang kurang efisien atau memiliki kelemahan absolut dibandingkan negara lain dalam memproduksi kedua komoditas, maka negara pertama akan memfokuskan diri dalam kegiatan produksi dan ekspor komoditas yang memiliki kerugian absolut yang lebih kecil serta melakukan impor komoditas yang memiliki kerugian absolut yang lebih besar (Salvatore, 2012).

2) Teori Modern

Berdasarkan teori Heckscher-Ohlin menjelaskan bahwa kegiatan ekspor komoditas yang produksinya menggunakan faktor produksi yang murah dan melimpah dan kegiatan impor dengan faktor produksi yang langka dan mahal.

2.1.5 Ekspor

Ekspor dapat didefinisikan sebagai barang-barang yang diproduksi di dalam negeri dan dijual di luar negeri. Dalam kegiatan perdagangan juga terdapat ekspor neto. Ekspor neto adalah nilai ekspor negara dikurangi dengan nilai impornya. Apabila ekspor neto bernilai positif, ekspor lebih besar dibandingkan dengan impor, ini berarti bahwa negara tersebut lebih banyak menjual barang dan jasa ke luar negeri dibandingkan dengan membeli barang dan jasa dari negara lain, hal ini dikatakan bahwa negara tersebut mengalami surplus perdagangan. Ekspor terbagi menjadi dua yaitu ekspor langsung dan ekspor tidak langsung. Ekspor langsung adalah cara menjual barang atau jasa melalui perantara/eksportir yang

bertempat di negara lain atau negara tujuan ekspor. Sedangkan ekspor tidak langsung adalah teknik dimana barang dijual melalui perantara/eksportir Negara asal kemudian dijual oleh perantara tersebut (Mankiw, 2012).

2.1.6 Impor

Impor adalah barang-barang yang diproduksi di luar negeri dan dijual di dalam negeri. Jika suatu negara membuka perdagangan internasional dan menjadi pengimpor suatu barang, maka produsen domestik barang tersebut akan dirugikan, sedangkan konsumen domestik barang tersebut akan diuntungkan. Terdapat beberapa factor yang mempengaruhi ekspor, impor, dan ekspor neto suatu negara yaitu meliputi, selera konsumen terhadap barang-barang produksi dalam negeri dan luar negeri, harga barang-barang di dalam dan di luar negeri, kurs yang menentukan jumlah mata uang domestic yang dibutuhkan untuk membeli mata uang asing, pendapatan konsumen di dalam dan di luar negeri, ongkos angkutan barang antar Negara, dan kebijakan pemerintah mengenai perdagangan internasional (Mankiw, 2012).

2.1.7 Pengembangan Bisnis

Usaha atau bisnis merupakan kegiatan menghasilkan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan harapan mendapatkan keuntungan melalui penciptaan nilai dan proses transaksi, Amirullah Imam Hardjanto (2005) dalam Karyoto (2021:1). Dari kesimpulan tersebut dapat menunjukkan bahwa mengembangkan usaha atau bisnis sama artinya mengembangkan kegiatan, mengembangkan produk, penjualan, mengembangkan konsumen, meningkatkan laba, serta mengembangkan nilai produk, manfaat produk dan distribusi produk.

Tujuan dari berbisnis tidak hanya bermaksud untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat atau konsumen. Tujuan yang akan dicapai oleh pelaku bisnis sangat beragam. Secara garis besar bisnis memiliki dua tujuan pokok sebagai berikut:

1. Tujuan Umum

Bisnis memiliki tujuan memperoleh laba, pangsa pasar atau segment tertentu dan tercapainya keberlanjutan usaha (*going concern*).

2. Tujuan Khusus

Bisnis memiliki tujuan khusus yang berbeda-beda tergantung kepada pemilik bisnis tersebut. Tujuan khusus ini dapat berupa menciptakan *good image*, kualitas produk terbaik, pelayanan tercepat, keramahan, jangkauan, menciptakan produk *best seller*, menjual produk suku cadang terlengkap dan lain sebagainya.

Dalam mengembangkan usaha, ada tiga aspek yang harus diperhatikan yaitu:

- Aspek penjualan, memperhatikan bagaimana penjualan barang atau produk tersebut mayoritas umur, asal dan juga kecenderungan konsumen serta proses penjualannya
- Aspek manajemen, memperhatikan proses manajerial dari bisnis dimulai dari pembuatan produk, perencanaan pemasaran, hingga perencanaan distribusi produk.
- Aspek strategi, mencakup bagaimana cara pengembangan bisnis dengan meningkatkan kualitas produk, membuat produk baru atau bekerja sama dengan pihak lain.

2.1.8 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah dalam Bab 1 (Ketentuan Umum), Pasal 1 dari UU tersebut dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan yang memenuhi kriteria usaha sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Sedangkan usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung.

Dalam undang-undang tersebut di pasal 6, dijelaskan bahwa ada beberapa kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM dengan nilai kekayaan bersih atau nilai asset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Kriteria tersebut sebagai berikut :

- a. Usaha Mikro adalah unit usaha yang memiliki nilai asset paling banyak Rp.50 juta atau dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta
- b. Usaha Kecil dengan nilai asset lebih dari 50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300 juta hingga maksimum Rp. 2.5000.000.000
- c. Usaha Menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp. 100 milyar atau memiliki hasil

penjualan tahunan di atas Rp.2.500.000.000 sampai paling tinggi Rp.50 milyar

Usaha mikro, kecil dan menengah sangat penting karena karakteristiknya yang berbeda dari usaha besar yaitu jumlah perusahaan sangat banyak (jauh melebihi jumlah usaha besar, terutama dari kategori usaha mikro dan usaha kecil). Berbeda dengan usaha baru dan usaha menengah, usaha mikro dan usaha kecil tersebar di seluruh pelosok perdesaan. Padatnya karya yang berarti mempunyai potensi pertumbuhan kesempatan kerja sangat besar, pertumbuhan UMKM dapat dimasukkan sebagai elemen penting dari kebijakan nasional untuk meningkatkan kesempatan kerja dan menciptakan pendapatan terutama bagi masyarakat miskin. Usaha mikro kecil dan menengah memakai teknologi-teknologi yang lebih umum terhadap proporsi dari factor-faktor produksi dan kondisi lokal yang ada di negara sedang berkembang, yaitu sumber daya alam (SDA) dan tenaga kerja berpendidikan rendah yang berlimpah tetapi modal serta sumber daya manusia (SDM) atau tenaga kerja berpendidikan tinggi sangat terbatas.

Konsep Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah suatu usaha yang dimiliki dan dikelola secara bebas, usaha ini pun tidak selalu mendominasi pasar. Usaha kecil dan menengah bukan merupakan bagian atau cabang dari perusahaan lain, yang menjalankan bisnis ini adalah pemilik sendiri, bekerja bebas sesuai dengan kesanggupan. Ebert & Griffin (2005) dalam Hasanuddin Remmang (2021:5).

2.2 Penelitian Terdahulu

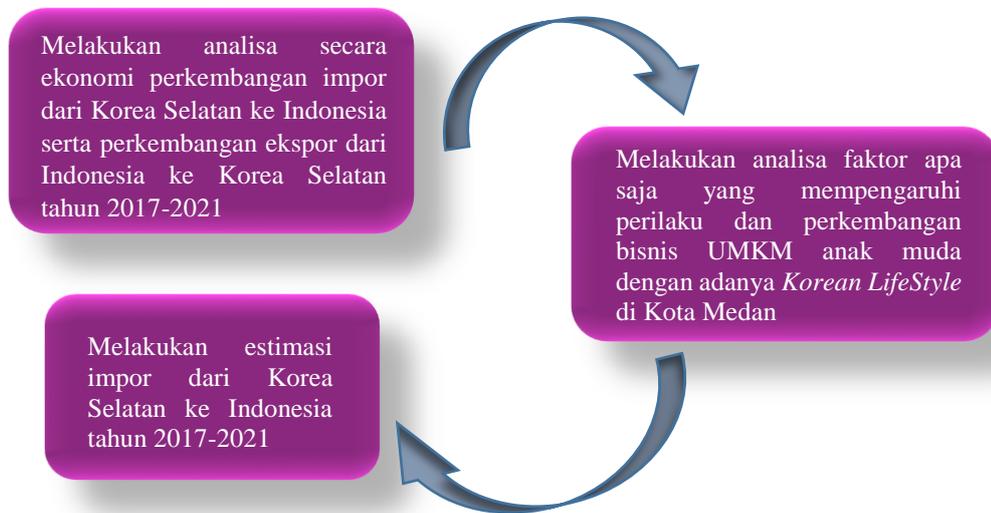
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Judul Penelitian	Metode Estimasi	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Aulia Wulandari (2023), Pengaruh Budaya <i>Korean Wave</i> Terhadap Peluang Bisnis Pada Penggemar NCT (NCTZEN) di Jakarta	Kuantitatif	Budaya <i>Korean Wave</i> , <i>Peluang Bisnis</i>	Implikasi dalam budaya <i>Korean Wave</i> yang membuat para penggemar NCT memanfaatkan peluang untuk dijadikan bisnis. Para penggemar harus tahu bahwa <i>Korean wave</i> tidak hanya dijadikan untuk hiburan semata saja tetapi mereka bisa memanfaatkan momen tersebut untuk dijadikan bisnis mereka.
2.	Dwi Febrianti (2021), Pengaruh Budaya Populer Korea Terhadap Perubahan Perilaku Remaja di Kota Palembang	Kuantitatif	Budaya Populer Korea, Perubahan Perilaku	Pengaruh yang terjadi berupa keterbukaan dan keakraban remaja akan perkembangan dari kemajuan zaman terutama dalam bentuk peniruan <i>trend</i> maupun gaya hidup yang sedang berlangsung serta keinginan remaja untuk terus menggunakan serta menjadi partisipan dalam penggunaan produk-produk budaya populer Korea.
3.	Lailil Achmada, FX. Sri Sadewo (2014), Pola Perilaku Konsumtif Pecinta Korea di Korea Lovers Surabaya Community (<i>Kloss Community</i>)	Kualitatif	Pola Perilaku Konsumtif, <i>Korea Lovers</i>	Adanya pengaruh dari media dan lingkungan sekitarnya, mereka menjadi lebih konsumtif dengan membeli barang-barang yang bukan merupakan kebutuhan primer itu. Mereka membeli barang hanya untuk memuaskan hasrat mereka saja, dan juga sebagai bentuk identitas diri mereka sebagai <i>Korea Lovers</i> . Dengan mengkonsumsi peralatan kosmetik dan <i>gadget</i> produksi Korea, serta dengan cara berpenampilan dan berbahasa Korea, mereka mencoba untuk menunjukkan perbedaan dirinya dengan orang lain.

4.	Rebeca Pratiwi Indonesia Rompas (2019), Hubungan Dagang Internasional Indonesia dan Korea Selatan, 2011-2016	Deskriptif	Hubungan Dagang Internasional Indonesia dan Korea	Strategi dan solusi yang dilakukan kedua Negara yang sekarang sedang bejalan adalah <i>Special Strategic Partnership</i> . Kedua Negara sepakat untuk meningkatkan kemitraan strategis kedua negara menjadi <i>Special Strategic Partnership</i> . Kemitraan tersebut menitikberatkan pada kerjasama akselerasi industrilisasi di Indonesia.
5.	Sofwaties Anissa Lazzuarda (2022), Peran Gelombang Korea (Korean Wave) terhadap <i>Creative Business</i> Masyarakat di Provinsi Jawa Timur	Kualitatif Deskriptif	Korean Wave, <i>Creative Business</i> Masyarakat	Peran gelombang korea (Korean wave) terhadap <i>Creative Business</i> yaitu Peningkatan jumlah pembeli, Peningkatan pendapatan, Adanya creative business baru

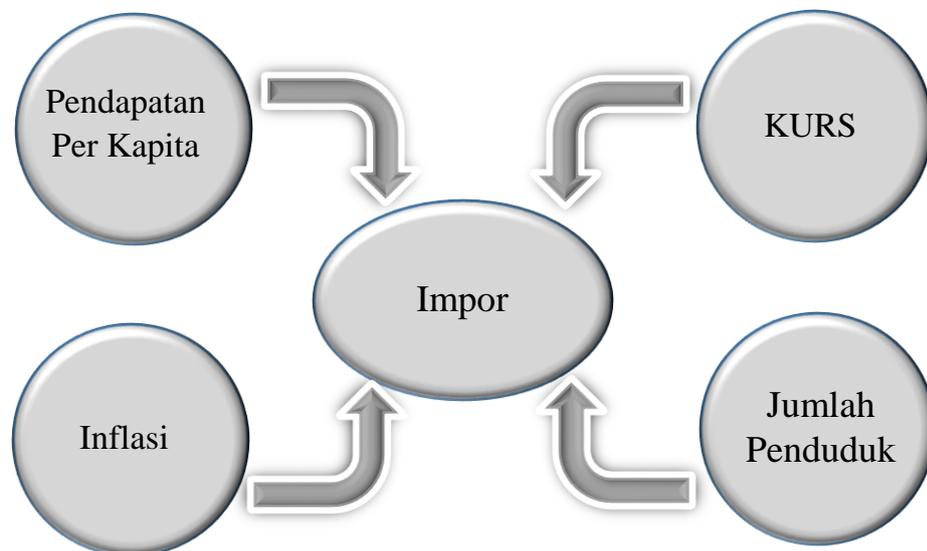
2.3 Kerangka Berpikir Konseptual

2.3.1 Kerangka Analisis Penelitian



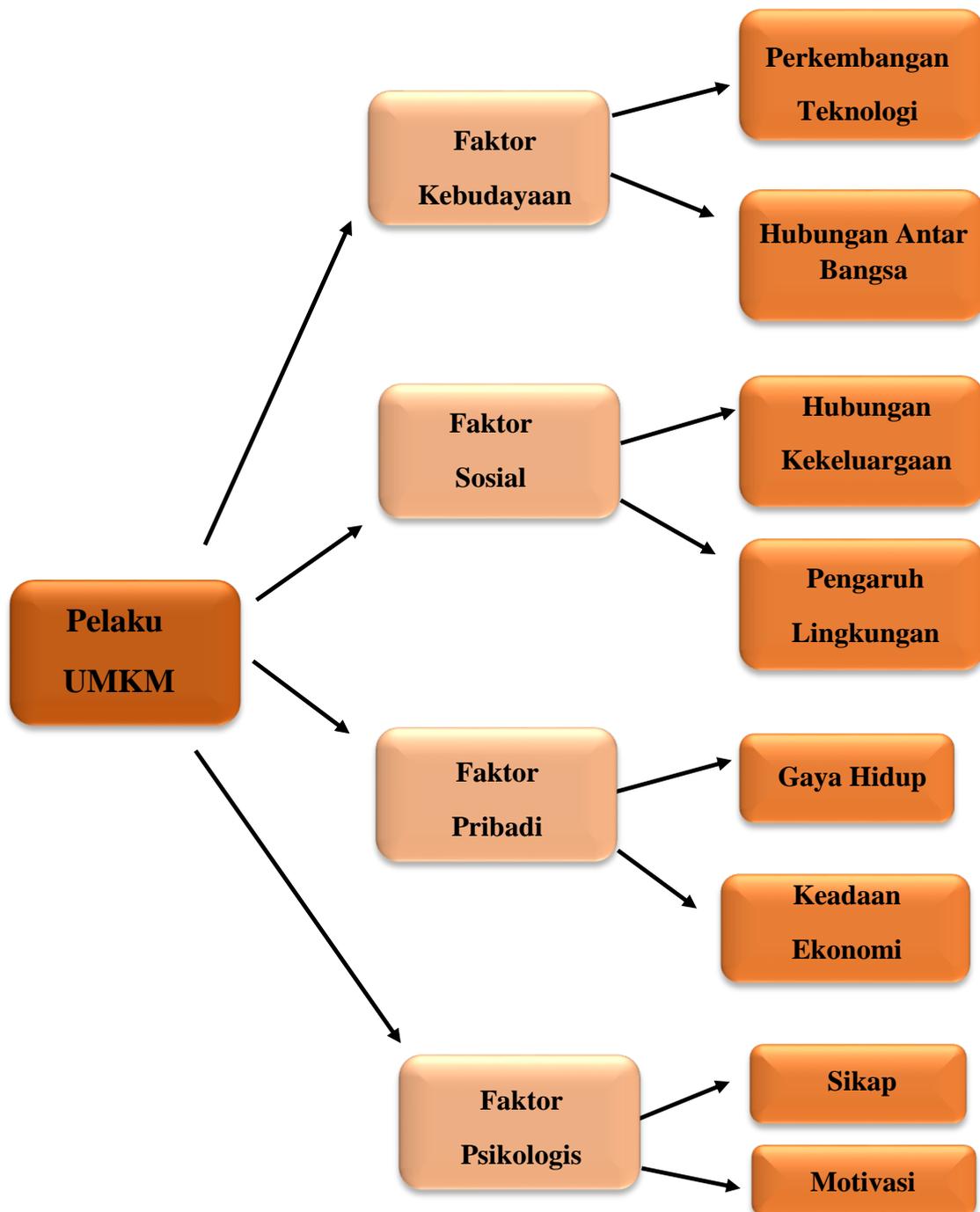
Gambar 2.5 Kerangka Analisis Penelitian

2.3.2 Kerangka Konseptual Model Estimasi



Gambar 2.6 Kerangka Konseptual Model

2.3.3 Kerangka Konseptual Analisis Faktor



Gambar 2.7 Kerangka Konseptual Analisis Faktor

2.4 Hipotesis

Berdasarkan tujuan penelitian, landasan teori dan penelitian-penelitian terdahulu, maka hipotesis pada penelitian ini yaitu

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Pendapatan Per Kapita, KURS, Jumlah Penduduk, dan Inflasi terhadap Impor.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Faktor Kebudayaan, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis terhadap Perilaku dan Pengembangan Bisnis UMKM Anak Muda di Kota Medan dengan adanya *Korean Lifestyle*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dan kualitatif. Penelitian kuantitatif berbentuk angka atau bilangan yang bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan teori-teori yang sudah ada. Penelitian kualitatif berbentuk data yang tidak berbentuk numerik yang bertujuan untuk memperoleh gambaran, mengetahui dan menjelaskan suatu objek dalam penelitian ini.

3.2 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan acuan dari tinjauan pustaka yang digunakan untuk melakukan penelitian dimana antar variable yang satu dengan variable lainnya dapat dihubungkan.

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Sumber Data	Keterangan Variabel
Impor	Nilai nominal dari keseluruhan impor yang dilakukan pemerintah dalam jangka waktu tertentu dengan satuan pengukuran (US\$)	Badan Pusat Statistik (BPS) www.bps.go.id	Variabel Terikat
Pendapatan Per Kapita (GDP)	Besarnya pendapatan rata-rata penduduk di suatu daerah tertentu (Milyar Rupiah)	Badan Pusat Statistik (BPS) www.bps.go.id	Variabel Bebas
Nilai Tukar (KURS)	Jumlah mata uang domestic (rupiah) untuk memperoleh 1 unit mata uang asing (dollar AS)	Badan Pusat Statistik (BPS) www.bps.go.id	Variabel Bebas
Jumlah Penduduk (JP)	Jumlah manusia yang bertempat tinggal pada suatu wilayah atau daerah dan memiliki mata pencarian tetap di daerah tersebut dalam satuan juta jiwa.	Badan Pusat Statistik (BPS) www.bps.go.id	Variabel Bebas
Inflasi (I)	Tingkat persentase (%) kenaikan harga dalam beberapa indeks harga dari suatu periode ke periode lainnya	Badan Pusat Statistik (BPS) www.bps.go.id	Variabel Bebas

Perilaku Konsumen dan Pengembangan Bisnis UMKM anak muda	Indikator : - Faktor Budaya : Perkembangan Teknologi dan Hubungan antar bangsa - Faktor Sosial : Hubungan kekeluargaan dan Pengaruh Lingkungan - Faktor Pribadi : Gaya hidup dan Keadaan ekonomi - Faktor Psikologis : Sikap dan Motivasi	Responden	Variabel Bebas
--	--	-----------	----------------

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan berdasarkan data di Kota Medan melalui pembagian kusioner serta data yang disediakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS).

b. Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dimulai pada bulan Maret 2023 sampai dengan selesai.

3.4 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan kualitatif. Data yang diukur dalam skala numerik atau angka disebut sebagai data kuantitatif. Data kuantitatif biasanya berupa data nominal atau bilangan. Data kualitatif yaitu data yang tidak disajikan secara numerik atau angka.

b. Sumber Data

Data dalam penelitian ini bersumber dari data data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil observasi, dokumen, hasil wawancara, dan studi pustaka serta data sekunder adalah data yang telah dipublikasikan atau data dari sumber yang telah ada.

Dalam penelitian ini digunakan sampel non-probabilitas karena data yang didapatkan untuk menggambarkan pendapat anak muda terkait *Korean Lifestyle* sebagai pemicu terjadinya perilaku konsumen dan pengembangan bisnis UMKM anak muda.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

1. Data Sekunder, didapatkan melalui hasil publikasi yang berasal dari *website-website* resmi seperti Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Perdagangan yang diperlukan untuk melihat data ekspor dan impor, KURS, pendapatan per kapita, jumlah penduduk dan inflasi.
2. Data Primer, diperoleh dari kusioner yaitu daftar pertanyaan tentang suatu masalah atau pokok bahasan yang akan diteliti. Kusioner bertujuan untuk mengumpulkan data demi mengetahui atau mengukur sikap dan pendapat responden tentang fenomena sosial.

3.6 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan suatu objek yang mempunyai karakteristik tertentu yang diterangkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini yaitu pelaku UMKM.

b. Sampel

Dalam menentukan sampel yang akan diambil, peneliti melakukannya dengan cara *snowball sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel mula-mula jumlahnya kecil kemudian anggota sampel (responden) mengajak para temannya untuk dijadikan sampel dan seterusnya sehingga jumlah

sampel semakin banyak. Dengan mempertimbangkan hal-hal lainnya, peneliti membatasi responden sebanyak 100 orang pelaku UMKM.

3.7 Teknik Analisis Tujuan Penelitian

3.7.1 Analisis Ekonomi Deskriptif Perkembangan Ekspor dan Impor Indonesia dan Korea Selatan tahun 2017-2022

Metode analisis deskriptif merupakan suatu metode analisa sederhana yang dapat digunakan untuk menggambarkan kondisi observasi dengan menyajikan dalam bentuk tabel, grafik, maupun narasi dengan tujuan memudahkan pembaca dalam menafsirkan penelitian. Metode analisis deskriptif dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana perkembangan ekspor dan impor Indonesia dan Korea Selatan pada tahun 2017-2022.

3.7.2 Analisis Model Ekonometrika

A. Model Estimasi

Penelitian ini mengenai faktor apa saja menyebabkan terjadinya kegiatan impor dari Korea Selatan ke Indonesia dengan menggunakan data time series yaitu runtun waktu 9 tahun (2014-2022), model ekonometrika pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$M_t = \beta_0 + \beta_1 GDP\ Kap_t + \beta_2 KURS_t + \beta_3 JP_t + \beta_4 INF_t + \varepsilon_t \dots \dots \dots 3.1$$

dimana:

M_t	= Nilai Impor Korea Selatan dalam satuan juta US\$
$GDP\ Kap_t$	= Pendapatan Per Kapita
$KURS_t$	= Nilai tukar mata uang
JP_t	= Jumlah Penduduk
INF_t	= Inflasi
β_0	= Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$	= Koefisien

t = Unit Waktu (2014-2022)
 ε_t = *term of error*

Setelah model penelitian diestimasi maka akan diperoleh nilai dan besaran masing-masing parameter dalam model persamaan diatas. Nilai dari parameter positif dan negatif selanjutnya akan diperoleh untuk menguji hipotesa penelitian.

B. Metode Estimasi

Metode estimasi pada penelitian ini adalah untuk mengestimasi semua variable yang diamati menggunakan data runtut waktu (*time series*) dalam kurun waktu 9 tahun (dari 2014-2022) dalam bentuk *quarterly*. Analisis trend dalam kurun waktu tersebut menggunakan metode kuadrat terkecil atau OLS (*Ordinary Leasr Square*) dalam bentuk regresi linier berganda (*multiple regression model*) yang disajikan lebih sederhana serta mudah dipahami.

- **Penaksiran**

1. **Korelasi (r)**

Analisis korelasi digunakan untuk mengukur derajat hubungan diantara dua variabel. Nilai koefisien korelasi memiliki nilai antara 0 dan 1 ($0 \leq r \leq 1$) serta berada pada daerah positif maupun negatif. Nilai-nilai tersebut menunjukkan kuat atau lemahnya hubungan antarvariabel. Nilai $r = 0$ artinya tidak ada hubungan antara dua variabel, $r = 1$ artinya kedua variabel mempunyai hubungan linier sempurna (membentuk garis lurus) positif, dan $r = -1$ artinya kedua variabel mempunyai hubungan linier sempurna (membentuk garis lurus) negatif.

2. **Koefisien Determinasi (r^2)**

Kapasitas model untuk memasukkan variasi dalam variabel terikat atau dependen ditunjukkan oleh koefisien determinasi. Nilai R^2 yang kecil

menunjukkan bahwa kemampuan variabel terikat sangat terbatas dan nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu.

- **Pengujian**

1. **Uji Parsial (Uji t-statistik)**

Uji t dilakukan untuk melihat korelasi secara parsial dari masing-masing variabel bebas yang diamati terhadap variabel terikat. Dalam hal ini pengujian dilakukan sebagai berikut:

- **Perumusan Hipotesis**

Hipotesis $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$ (tidak ada hubungan yang signifikan antara masing-masing variabel pendapatan per kapita, KURS, jumlah penduduk, inflasi, dan perilaku konsumen terhadap impor di Kota Medan).

Hipotesis $H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$ (ada hubungan yang signifikan antara masing-masing variabel pendapatan per kapita, KURS, jumlah penduduk, inflasi, dan perilaku konsumen terhadap impor di Kota Medan).

- **Uji statistik t**

Uji statistik yang digunakan adalah uji t, dimana t hitung adalah:

$$t_h = \frac{i}{se-\alpha_i} \dots \dots \dots 3.2$$

dimana:

α_i = koefisien regresi

se = standart error

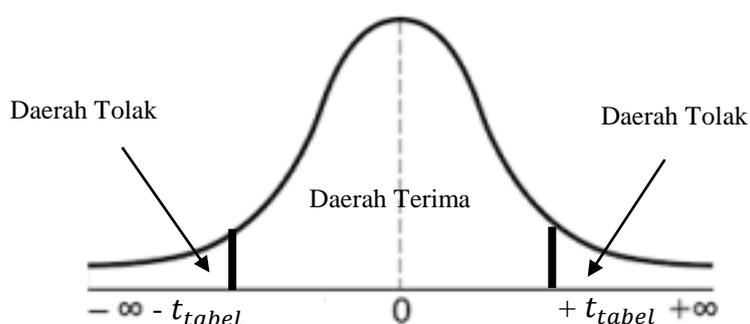
i = variabel 1,2,3....n

Nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan $t_{tabel} : \pm t(\alpha/2, n-1)$.

- **Kriteria Uji**

Terima H_0 jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < +t_{tabel}$, hal lain tolak H_0

Atau dalam distribusi kurva normal t dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Kriteria Uji Statistik t

Dalam olahan *software*, dikatakan signifikan jika nilai sig $< \alpha = 5\%$, 10% , atau 15% .

- **Kesimpulan**

Jika sesuai dengan kriteria uji, maka terima H_0 atau tolak H_0

2. Uji F Statistik atau Uji Simultan

Uji f untuk menentukan apakah semua faktor independen memiliki pengaruh gabungan terhadap variabel dependen. Uji f dilakukan untuk menilai apakah model ekonometrik menunjukkan bahwa model pertama dan model kedua memiliki dampak yang signifikan secara statistik.

- **Perumusan Hipotesis**

Hipotesis $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$ (tidak ada hubungan yang signifikan secara serentak antara variabel Pendapatan Per Kapita, Nilai Tukar, Jumlah Penduduk, dan Inflasi terhadap Impor Korea Selatan).

Hipotesis $H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$ (ada hubungan yang signifikan secara serentak antara variabel Pendapatan Per Kapita, Nilai Tukar, Jumlah Penduduk, dan Inflasi terhadap Impor Korea Selatan).

- **Uji Statistik F**

Uji statistik yang digunakan adalah uji F, dimana f hitung adalah:

$$F = \frac{R^2/K-1}{(1-R^2)/(n-k)} \dots\dots\dots 3.3$$

dimana:

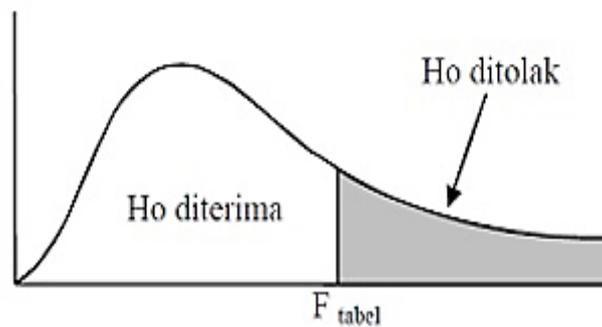
- k = jumlah parameter yang diestimasi termasuk konstanta
- n = jumlah observasi

Nilai f_{hitung} akan dibandingkan dengan $f_{tabel} = F(\alpha, n-k-1)$

- **Kriteria Uji**

Terima H_0 jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, hal lain tolak H_0

Atau dalam distribusi kurva f dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.2 Kriteria Uji Statistik F

Dalam olahan *software*, dikatakan signifikan jika nilai signifikan $< \alpha = 5\%$, 10% atau 15%. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan nilai Prob.F-Statistik atau *p-value* pada *e-views*. Nilai α yang digunakan 10% - 15%.

- **Kesimpulan**

- Jika *p-value* $> \alpha$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- Jika *p-value* $< \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

C. Uji Asumsi Klasik

Asumsi klasik merupakan suatu persyaratan yang harus dipenuhi pada model regresi yang menggunakan estimasi OLS agar menghasilkan karakteristik tidak bias, konsisten dan efisien atau disebut *best, linier, and unbiased estimator* (BLUE).

Adanya pelanggaran dalam asumsi klasik dalam model ekonometrika, terdapat tiga hal yang perlu dilakukan agar estimasi menggunakan metode OLS menghasilkan nilai parameter yang baik. Ketiga uji tersebut yaitu, pengujian masalah multikolinearitas, pengujian masalah autokorelasi, dan pengujian keberadaan homoskedastisitas.

1. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas sebagai suatu keadaan dimana terjadi korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas atau variabel terikat dalam model regresi. Multikolinearitas memiliki dampak negatif yaitu varian parameter dapat bernilai lebih besar sebagai konsekuensi dari jumlah sampel yang digunakan relatif sedikit. Hasil estimasi juga akan memberikan tingkat presisi yang relative rendah dan mengakibatkan kemampuan yang rendah dalam menolak hipotesis.

Jika standar *error* parameter membesar maka dapat menurunkan nilai t-statistik, hal ini karena nilai t-statistik sangat sensitif terhadap perubahan standar *error*. Dalam penelitian ini teknik untuk menguji ada atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi yaitu dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) yang bertujuan untuk mengukur keeratan hubungan antarvariabel bebas. Apabila nilai VIF di atas 5 (lima) maka dapat dikatakan adanya multikolinearitas pada model tersebut. Beberapa versi lainnya mengatakan bahwa nilai VIF diatas 10 (sepuluh) maka juga dapat dikatakan model tersebut mengalami multikolinearitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

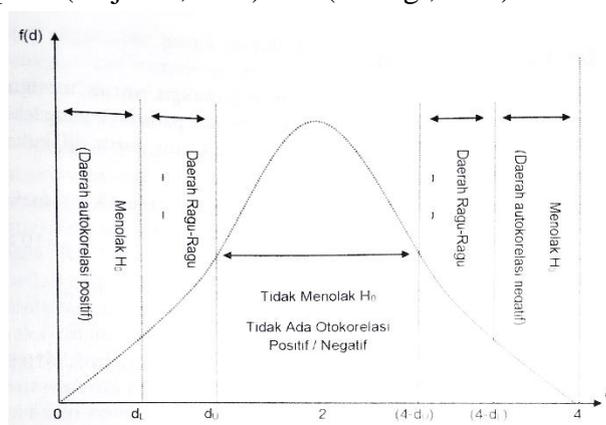
Dalam heteroskedastisitas, variasi dari komponen pengganggu diasumsikan tidak konstan. Heteroskedastisitas mengakibatkan varian menjadi tidak minimum atau varian memiliki sifat seperti variabel sehingga adanya heteroskedastisitas membuat model menjadi tidak efisien. Meskipun terjadi heteroskedastisitas, koefisien parameter tidak menjadi bias (*unbiased*) dan konsisten, namun tidak efisien (Baltagi, 2008).

Metode white memiliki kelebihan dalam mengetahui adanya heteroskedastisitas yaitu tidak memerlukan pemahaman tentang penyebab heteroskedastisitas yang berasal dari variabel bebas, serta tidak sensitif terhadap asumsi kenormalan data.

3. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah kondisi dimana terjadinya korelasi yang kuat antarperiode waktu tertentu. Autokorelasi banyak terjadi pada data *time series* yang artinya kondisi sekarang dipengaruhi waktu lalu. Autokorelasi disebabkan oleh kesalahan dalam menentukan model, penggunaan lag dalam model, dan masuknya variabel yang signifikan.

Jika model regresi mengalami autokorelasi, maka estimator OLS yang diperoleh tetap tidak bias (*unbiased*), konsisten dan akan terdistribusi secara normal. Namun demikian, tidak lagi bersifat BLUE sebagai konsekuensi dari nilai varian residual regresi yang tidak minimum pada estimator klas linier. Akibatnya adalah nilai t-hitung diperoleh dari hasil bagi antara dengan *Standar Error* ($t = \hat{\beta} / SE$). Berhubung nilai *Standart Error* bias maka nilai t-hitung juga akan bias atau bersifar tidak pasti (Gujarati,2004) dan (Baltagi,2008).



Sumber: Baltagi (2008) dan Gujarati (2004)

Gambar 3.3 Daerah Distribusi *Durbin Watson*

Statistik Durbin Watson (*DW test*) digunakan untuk melakukan pengujian autokorelasi, sering disebut dengan uji Durbin Watson yang digunakan untuk mengestimasi pola residual pada periode pertama. Beberapa asumsi yang digunakan dalam pengujian autokorelasi dengan Durbin Watson statistik yaitu uji Durbin Watson diterapkan untuk model dengan intersep, variabel bebas dalam model bersifat tetap untuk proses penyampelan berulang dan model regresi tidak mencakup nilai *lag* dari variabel bebas lainnya.

3.7.3 Analisis faktor yang mempengaruhi perilaku dan perkembangan bisnis UMKM anak muda dengan adanya *Korean Lifestyle* di Kota Medan

A. Analisis Faktor

Analisis faktor merupakan metode analisis multivariat yang didasarkan pada korelasi antar variabel. Analisis faktor termasuk salah satu teknik statistika yang dapat digunakan untuk memberikan deskripsi yang relatif sederhana melalui reduksi jumlah variabel yang disebut faktor. Analisis faktor dipergunakan untuk mereduksi data atau meringkas, dari variabel lama yang banyak diubah menjadi sedikit variabel baru yang disebut faktor, dan masih memuat sebagian besar informasi yang terkandung dalam variabel asli. Variabel latent atau variabel untuk data-data kualitatif harus melalui pengujian kelayakan dan keabsahan terlebih dahulu (validitas dan realibilitas) sebelum dikelompokkan menjadi variabel yang akan di analisis faktor.

Dalam penelitian ini juga menggunakan *Partial Least Square* (PLS). PLS merupakan model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan berdasarkan variance atau *component-based structural equation modeling*. Menurut Ghozali dan Latan (2015), tujuan PLS-SEM adalah

untuk mengembangkan teori atau membangun teori (orientasi prediksi). PLS digunakan untuk menjelaskan tentang ada tidaknya hubungan antar variabel laten (prediction). PLS merupakan metode analisis yang *powerfull* oleh karena tidak mengasumsikan data arus dengan pengukuran skala tertentu, jumlah sample kecil (Ghozali, 2011). Penelitian ini memiliki model yang kompleks dan jumlah sampel terbatas, sehingga dalam analisis data menggunakan software SmartPLS. SmartPLS menggunakan metode *bootstrapping* atau penggandaan secara acak. Oleh karenanya asumsi normalitas tidak akan menjadi masalah. Selain itu, dengan dilakukannya *bootstrapping* maka SmartPLS tidak mensyaratkan jumlah minimum sampel, sehingga dapat diterapkan untuk penelitian dengan jumlah sampel kecil. Analisis PLS-SEM terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran (*measurement model*) atau outer model dan model struktural (*structural model*) atau inner model.

1. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif digunakan untuk menguji data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum. Statistika ini memiliki kegunaan mencakup cara-cara pengumpulan data, mengolah, menyajikan, dan menganalisis data agar memberikan gambaran yang teratur, ringkas, dan jelas mengenai keadaan, peristiwa, atau gejala tertentu sehingga dapat ditarik pengertian atau makna tertentu.

2. Uji Model Pengukuran atau *Outer Model*

Model pengukuran atau outer model menunjukkan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. valuasi model

pengukuran melalui analisis faktor konfirmatori adalah dengan menggunakan pendekatan MTMM (*MultiTrait-MultiMethod*) dengan menguji *validity convergent* dan *discriminant*. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (Ghozali & Latan, 2015).

Dalam model SEM yang berbasis varian atau *PLS-Path Modeling*, model ini terdiri dari *Outer model* (model pengukuran). Outer Model Atau Pengukuran Bagian Luar disebut juga sebagai model pengukuran. Uji *outer model* bertujuan untuk menspesifikasikan hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya. Uji *outer model* ini menggunakan bantuan prosedur *PLS Algorithm*. Tahap analisis pada *outer model* diukur menggunakan pengujian validitas dan reliabilitas.

a. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas Konvergen merupakan model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item *score/component score* yang diestimasi dengan Software PLS. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang diukur. Namun untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,50 sampai 0,60 dianggap cukup memadai (Ghozali & Latan, 2015). Namun muatan faktor paling lemah yang bisa diterima adalah 0,40 (Sharma, 1996).

b. Validitas Deskriminan (*Discriminant Validity*)

Discriminant validity dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing-masing model laten berbeda dengan variabel lainnya. Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa tepat suatu alat ukur melakukan fungsi pengukurannya (Ghozali, 2016). Dalam SMART-PLS

pengujian *discriminant validity* dapat dinilai berdasarkan *fornell-larcker criterion* dan *cross loading*. Pada pengujian *fornell-larcker criterion*, *discriminant validity* dapat dikatakan baik jika akar dari AVE pada konstruk lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi konstruk dengan variabel laten lainnya, sedangkan pada pengujian *cross loading* harus menunjukkan nilai indikator yang lebih tinggi dari setiap konstruk dibandingkan dengan indikator pada konstruk lainnya. Model dikatakan baik apabila AVE masing-masing konstruk nilainya lebih besar dari 0,50.

c. *Reability*

Selain uji validitas, pengukuran model juga dilakukan untuk menguji reliabilitas suatu konstruk. Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Dalam PLS-SEM dengan menggunakan program SmartPLS 3.0, untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Konstruk dinyatakan *reliable* jika nilai *composite reliability* maupun *cronbach alpha* di atas 0,70 (Ghozali & Latan, 2015). Namun interpretasi terhadap ukuran konstruk reliabilitas sudah dapat dikatakan baik jika nilainya lebih dari 0,40 (Hair, dkk., 2010).

2. Uji Model Struktural atau *Inner Model*

Inner model merupakan model structural yang digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas (hubungan sebab-akibat) antar variabel laten atau variabel yang tidak dapat diukur secara langsung.

a. R-Square

R-square merupakan suatu nilai yang memperlihatkan seberapa besar variabel independen (eksogen) mempengaruhi variabel dependen (endogen). *R-square* merupakan angka yang berkisar antara 0 sampai 1 yang mengindikasikan besarnya kombinasi variabel independen secara bersama – sama mempengaruhi nilai variabel dependen. Nilai *R-square* (R^2) digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen. Terdapat tiga kategori pengelompokan pada nilai *R square* yaitu kategori kuat, kategori moderat, dan kategori lemah. Nilai *R square* 0,75 termasuk ke dalam kategori kuat, nilai *R square* 0,50 termasuk kategori moderat dan nilai *R square* 0,25 termasuk kategori lemah (Ghozali, 2016).

b. F-Square

Uji *F-square* ini dilakukan untuk mengetahui kebaikan model. Nilai *f-square* sebesar 0,02, 0,15, dan 0,35 dapat diinterpretasikan apakah predictor variabel laten mempunyai pengaruh yang lemah, medium, atau besar pada tingkat struktural.

c. Estimate For Path Coefficients

Uji selanjutnya adalah melihat signifikansi pengaruh antar variabel dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi T statistik yaitu melalui metode *bootstrapping*.

B. Skala Pengukuran

Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan Skala Likert. Bagaimana responden menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan

mereka terhadap berbagai pertanyaan perilaku, objek, orang, dan peristiwa.

Pengukuran yang digunakan untuk setiap item pertanyaan sebagai berikut:

Tidak Setuju

Setuju



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Indonesia

4.1.1 Kondisi Geografis Indonesia

Berdasarkan letak geografisnya, kepulauan Indonesia di antara Benua Asia dan Benua Australia, serta di antara Samudera Hindia dan Samudera Pasifik. Dengan demikian, wilayah Indonesia berada pada posisi silang, yang mempunyai arti penting dalam kaitannya dengan iklim dan perekonomian. Secara astronomis, Indonesia terletak di antara 6° Lintang Utara dan 11° Lintang Selatan dan 95° – 141° Bujur Timur dan dilalui oleh garis ekuator atau garis khatulistiwa yang terletak pada garis lintang 0°.

Wilayah Indonesia terletak pada posisi yang strategis dan menguntungkan karena beberapa alasan yaitu letak Indonesia di antara Benua Asia dan Benua Australia serta letak Indonesia berada di antara Samudra Pasifik dan Samudra Hindia. Indonesia sebagai titik persilangan kegiatan perekonomian dunia, antara perdagangan negara-negara industri dan negara-negara yang sedang berkembang. Misalnya antara Jepang, Korea, dan RRC dengan negara-negara di Asia, Afrika, dan Eropa. Karena letak geografis Indonesia pula Indonesia mendapat pengaruh berbagai kebudayaan dan peradaban dunia.

Penampakan dari permukaan alam Indonesia ini terdiri dari daratan dan perairan dengan perbandingannya yakni berkisar 4:1. Tampilan daratan sendiri yaitu juga meliputi pulau yang ukuran terbesarnya ialah 786.000km (Pulau Papua), gunung dengan ketinggiannya yang paling tinggi ialah 4.884m (Puncak Jaya

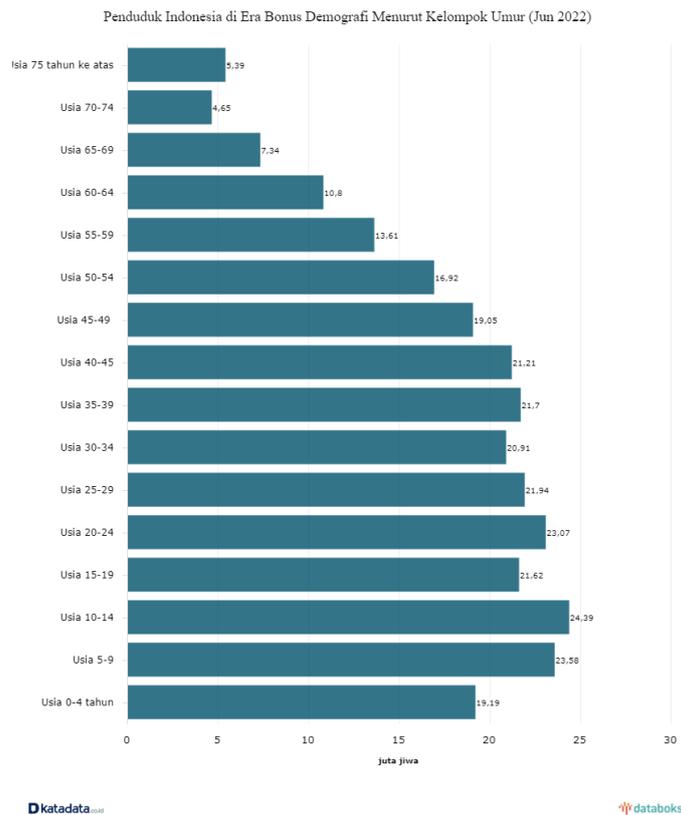
Wijaya), sungai dengan ukurannya yang paling panjang ialah 1.143km (Sungai Kapuas), dan danau yang ukuran paling luasnya ialah 1.130km (Danau Toba). Hal-hal tersebut turut menjadikan Indonesia sebagai negara dengan ukuran paling luas urutan ke-15 di dunia.

Indonesia merupakan negara kepulauan yang paling besar di dunia. Indonesia juga memiliki posisi geografis yang dapat dikatakan unik dan menjadikannya sebagai negara yang letaknya strategis. Hal tersebut bisa kita lihat dari posisi negara Indonesia yang berada di antara dua samudra dan juga diapit oleh dua benua serta memiliki perairan yang dijadikan sebagai salah satu jantung perdagangan internasional.

4.1.2 Kondisi Demografi Indonesia

Indonesia pada tahun 2019-2021 memasuki era bonus demografi, di mana penduduk usia produktif lebih banyak dibandingkan dengan usia tidak produktif. Jika bonus demografi ini dapat dikelola dengan baik oleh pemerintah, kondisi ini akan menjadi modal penting untuk membangun untuk menuju 100 tahun Indonesia merdeka pada 2045. Namun, jika tidak dikelola dengan baik dapat menjadi boomerang dan menjadi beban bagi negara.

Berdasarkan data Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri, jumlah penduduk Indonesia mencapai 275,36 juta jiwa pada Juni 2022. Dari jumlah tersebut, ada 190,83 juta jiwa (69,3%) penduduk Indonesia yang masuk kategori usia produktif (15-64 tahun). Terdapat pula 84,53 juta jiwa (30,7%) penduduk yang masuk kategori usia tidak produktif.



Sumber: databoks.katadata.co.id

Grafik 4.1 Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Kelompok Umur (Juni 2022)

Dalam grafik tersebut dapat terlihat bahwa usia anak muda atau dapat dikategorikan dalam usia produktif yaitu terdapat pada usia kisaran 15-49 tahun. Ada tiga kelompok urutan usia yang mendominasi paling besar sebagai usia produktif. Pada urutan pertama yaitu di dominasi oleh usia 20-24 tahun yaitu sebanyak 23,07 juta jiwa. Lalu pada urutan kedua yaitu di usia 25-29 sebanyak 21,94 juta jiwa dan yang terakhir pada usia 35-39 tahun yaitu sebanyak 21,7 juta jiwa. Dengan demikian banyak anak muda pada usia produktif tersebut memilih untuk mengembangkan usaha bisnis mereka, seperti usaha bisnis UMKM kuliner/makanan, *fashion*/busana dan juga kosmetik/alat kecantikan. Saat ini setelah maraknya *Korean Lifestyle* banyak anak muda yang lebih kreatif dalam

mengembangkan usaha bisnis UMKM mereka terkhususnya di Kota Medan. Kota Medan menjadi urutan keempat kota metropolitan di Indonesia setelah DKI Jakarta, Surabaya dan Bandung. Hal ini menjadi peluang besar untuk anak muda yang memiliki usaha bisnis UMKM untuk mengembangkan atau membuat suatu inovasi baru dalam pengembangan bisnis UMKM mereka.

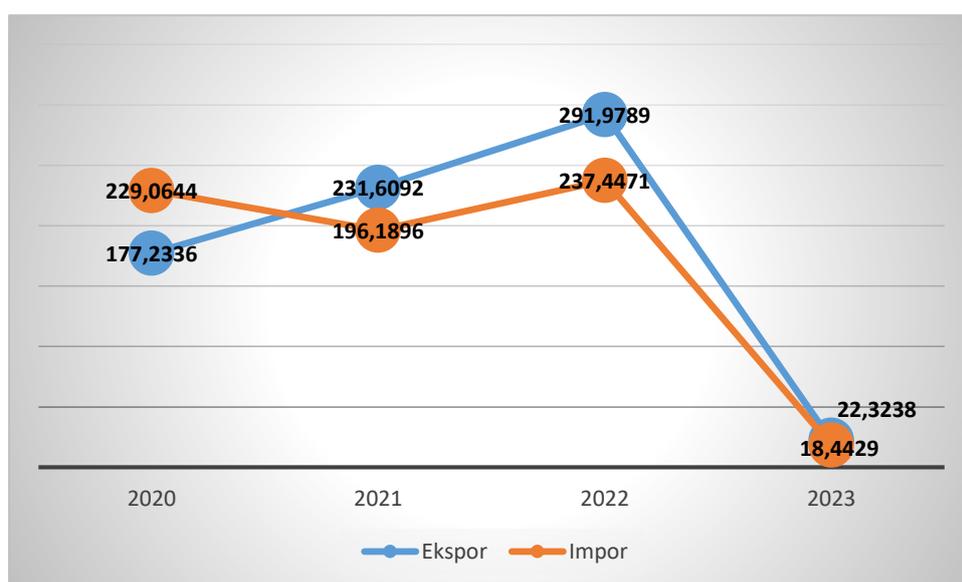
4.1.3 Kerjasama Indonesia dan Korea Selatan

Hubungan diplomatik Indonesia dan Korea Selatan terjalin sejak tahun 1973 dan hubungan tingkat konsulat dimulai pada Agustus 1966. Saat ini hubungan diplomatik Indonesia-Korea Selatan menginjak usia 50 tahun. Pada Desember 2006, kedua negara menandatangani suatu deklarasi kemitraan strategis (*Joint Declaration on Strategic Partnership to Promote Friendship and Cooperation in the 21st Century*) di Jakarta. Deklarasi ini meliputi kerjasama politik dan keamanan, kerjasama ekonomi, perdagangan dan investasi serta kerjasama sosial budaya. Adanya deklarasi tersebut mendorong kedua negara untuk lebih mempererat persahabatan dan menciptakan kerjasama yang lebih baik.

Berkembangnya kerjasama Korea Selatan-Indonesia dibidang ekonomi membuat Korea Selatan sebagai negara industri memerlukan berbagai sumber daya, tidak hanya sumber daya alam yang sebagian diimpor karena sangat sedikitnya sumber daya alam Korea Selatan, negara ini juga mendatangkan tenaga kerja asing untuk menjalankan mesin-mesin industrinya. Disamping kurangnya angkatan kerja yang tersedia, masyarakat Korea selatan yang sudah mempunyai tingkat kemakmuran yang tinggi umumnya kurang berminat untuk bekerja di sektor industri terutama bagian pekerjaan yang berbahaya dan sulit. Untuk memenuhi kebutuhan sektor industri yang sebagian besar adalah usaha kecil dan menengah

maka dibukalah pintu masuk bagi tenaga kerja asing. Sejak terjalannya kerjasama kedua negara tersebut, perdagangan antara kedua negara terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Seiring berjalannya waktu, hubungan kerjasama antara Indonesia dan Korea Selatan mengalami pasang surut dalam sektor ekspor dan impor.

Dapat dilihat pada data berikut perkembangan ekspor dan impor negara Indonesia pada tiga tahun terakhir (2020-2023).



Sumber: databoks.katadata.co.id

Grafik 4.2 Nilai Ekspor dan Impor Bulanan Indonesia (2020-Januari 2023)

Pada grafik diatas menunjukkan bahwa nilai ekspor meningkat sampai dengan tahun 2022 dengan nilai sebesar 291,9789 US\$ lalu mengalami penurunan pada Januari 2023 dengan nilai sebesar 22,3238 US\$. Sama halnya dengan ekspor, nilai impor juga turun pada Januari 2023 sebesar 18,4429 US\$. Adapun nilai ekspor pada Januari 2023 lebih tinggi dari impornya. Meski menurun, nilai ekspor-impor Indonesia secara tahunan (*year-on-year/yoy*) meningkat.

4.2 Analisis Pembahasan Tujuan Penelitian

4.2.1 Perkembangan Ekspor dan Impor Indonesia-Korea Selatan tahun 2017-2022

Dengan berkembangnya globalisasi saat ini, hampir seluruh negara di dunia melakukan kerjasama termasuk dengan negara Indonesia, baik dalam bidang ekonomi dan investasi, bidang keamanan politik serta bidang sosial dan budaya. Jika kerjasama antar negara tidak dilakukan maka negara Indonesia harus mengkonsumsi produknya sendiri dan tidak dapat mengkonsumsi produk yang sulit di produksi oleh negaranya sendiri. Hubungan kerjasama antar negara di dunia diperlukan untuk memenuhi kebutuhan hidup dalam tata pergaulan internasional, demi terciptanya perdamaian dan kesejahteraan hidup bahkan untuk negara maju sekalipun tetap membutuhkan negara lain agar dapat mengkonversi kekayaannya dengan bahan-bahan baku yang dihasilkan oleh negara lain.

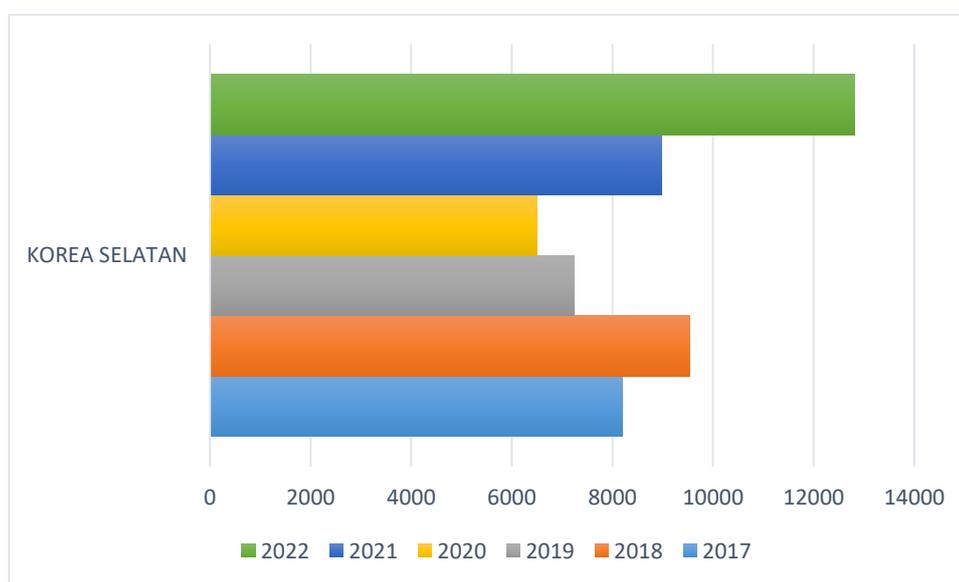
Perdagangan internasional merupakan sebuah kegiatan perdagangan yang terjadi di antara 2 negara yang berbeda melalui aktivitas ekspor dan impor, barter, lintas perbatasan, package deal, dan konsinyasi sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan oleh ke 2 negara tersebut, yang didorong oleh perkembangan dan kemajuan IPTEK, adanya perbedaan sumber daya alam di tiap negara, kebebasan ekonomi dunia, kebutuhan dari setiap negara, dan kemampuan maupun ketidakmampuan negara tersebut untuk dapat memproduksi kebutuhannya sendiri. Indonesia sudah bergabung kedalam WTO (*World Trade Organization*) sejak tahun 1994 dengan tujuan untuk meningkatkan nilai ekonomi, menumbuhkan perekonomian bangsa, dan meningkatkan kesejahteraan bangsa. Perdagangan internasional Indonesia terus mengalami naik-turun.

Pandemi Covid-19 membawa pengaruh besar terhadap perdagangan internasional Indonesia dan ekonomi global. Akibat pandemi, terjadi perubahan besar dalam pola perdagangan dunia seperti, adanya sistem *lockdown* yang diterapkan oleh beberapa negara yang mempengaruhi waktu dan biaya yang dibutuhkan dalam pengiriman barang, penerapan protokol kesehatan yang mengakibatkan bertambahnya biaya pengiriman logistik, adanya larangan ekspor dan impor beberapa komoditas tertentu seperti pangan dan kesehatan, gangguan yang terjadi pada *supply* dan *demand*, juga perubahan pada pusat rantai pasokan global dari beberapa negara seperti, China, Jerman, dan Amerika Serikat. China sendiri merupakan partner dagang terbesar yang menjalin hubungan perdagangan internasional dengan Indonesia. Indonesia mengimpor barang dari China sebesar 26% dan mengekspor barang ke China sebesar 16,7%. Akibat pandemi, terjadi hambatan perdagangan internasional dengan China terutama produk yang diimpor dari China seperti berbagai kebutuhan pangan contohnya bawang putih yang hampir 100% diimpor langsung dari China, dan gula pasir. Akibat hambatan impor tersebut, harga bawang putih dan gula pasir di Indonesia turut melonjak dikarenakan kelangkaan komoditas yang disebabkan oleh ketidakstabilan dan kelemahan pada *supply*.

Di Indonesia juga terjadi penurunan pendapatan di berbagai sektor industri, dan penurunan pendapatan dari sektor pajak. Namun, meskipun demikian Indonesia masih mampu bertahan. Menurut data yang dipublikasikan oleh Menkeu, pendapatan negara pada akhir Triwulan 1 2020 mengalami pertumbuhan sebesar 7.75% dibandingkan dengan pendapatan pada bulan Februari 2020 yang -0.5%. Namun, ketegangan ekonomi tetap ada karena pandemi yang belum berakhir dan

Indonesia harus dapat mempertahankan posisi amannya. Oleh karena itu, WTO harus dapat mengkoordinasi dengan baik negara-negara yang tergabung di dalamnya dan mencari solusi yang dapat membantu setiap negara melewati kesulitan perdagangan internasional di masa pandemi ini seperti, pengurangan tarif dalam perdagangan internasional, memaksimalkan penggunaan teknologi digital, dan pengurangan pajak dalam perdagangan internasional.

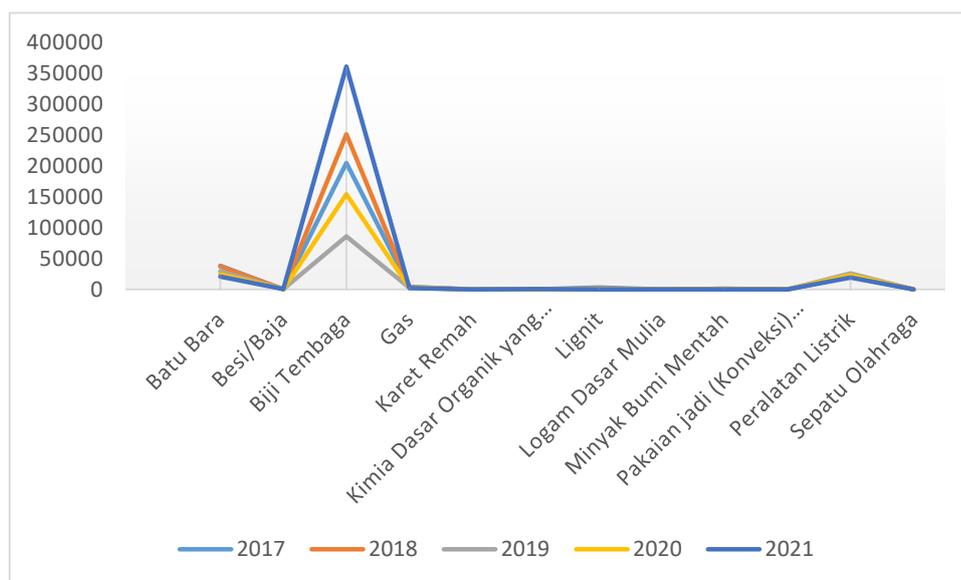
Indonesia dan Korea Selatan merupakan negara yang telah menjalin kerjasama lebih dari 40 tahun. Pada Desember 2006, kedua negara ini menandatangani suatu *platform* kerjasama yaitu *Join Declaration* untuk mendorong mempercepat persahabatan dan menciptakan kerjasama yang lebih kongkrit. Seiring berjalannya waktu, hubungan kerjasama antara Indonesia dan Korea Selatan mengalami pasang surut dalam sektor ekspor dan impor. Dapat dilihat pada data berikut.



Sumber: Kementerian Perdagangan

Grafik 4.3 Nilai Ekspor Indonesia ke Korea Selatan Tahun 2017-2022

Berdasarkan grafik 4.3 terlihat bahwa pergerakan nilai ekspor Indonesia ke Korea Selatan pada tahun 2017-2022 tidak stabil. Terutama pada 3 tahun terakhir ini dikarenakan adanya *Covid-19*. Pada tahun 2022 dapat terlihat bahwa nilai ekspor Indonesia ke Korea Selatan mengalami peningkatan sebesar 12.813,7 US\$. Sedangkan pada tahun 2020 nilai ekspor Indonesia ke Korea Selatan memiliki nilai terendah yaitu sebesar 6.507,6 US\$. Dengan meningkatnya nilai ekspor Indonesia ke Korea Selatan maka negara Indonesia akan memiliki lebih banyak pendapatan yang nantinya akan digunakan untuk pembangunan di negara Indonesia. Terdapat pula beberapa jenis barang/komoditi yang di ekspor Indonesia ke Korea Selatan pada tahun 2017-2021 sebagai berikut:



Sumber: BPS Indonesia (www.bps.go.id)

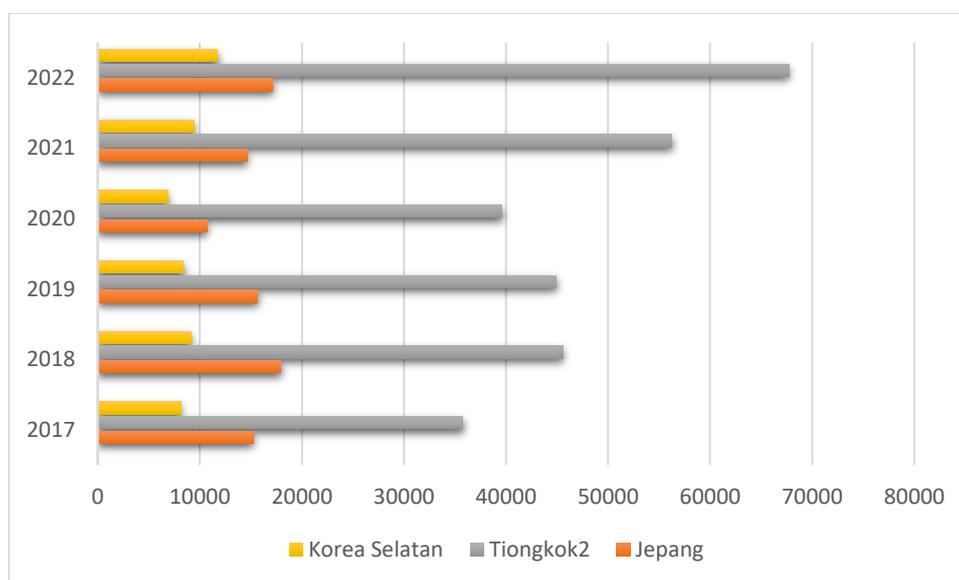
Grafik 4.4 Jenis Barang Ekspor Indonesia ke Korea Selatan 2017-2021

Berdasarkan grafik 4.4 bahwa terdapat 12 barang/komoditi yang di ekspor Indonesia ke Korea Selatan pada tahun 2017-2021. Dari ke 12 barang/komoditi tersebut, terdapat 3 komoditi terbesar yang di ekspor Indonesia ke Korea Selatan yaitu biji tembaga dengan nilai 360.807,80 ton, batu bara dengan nilai 21.011,20

ton, dan peralatan listrik dengan nilai 19.031,10 ton. Pada tahun 2021 ada 2 komoditi yang sama sekali tidak di ekspor ke Korea Selatan yaitu lignit dan logam dasar mulia. Pada komoditi/barang seperti pakaian jadi (konveksi) dari tekstil terlihat bahwa pada setiap tahunnya mengalami peningkatan, di tahun 2022 memiliki nilai sebesar 18,20 ton. Dalam hal ini, pengusaha Indonesia perlu mencari informasi mengenai pameran yang berhubungan dengan komoditas mereka, baik itu di dalam negeri maupun di luar negeri. Kemudian yang harus dilakukan adalah mendaftar untuk ikut berpartisipasi di pameran tersebut, baik sebagai *exhibitor* maupun hanya sebagai *visitor*. Dengan menjadi peserta pameran, pengusaha Indonesia dapat memperkenalkan produknya dan menjalin relasi sebanyak mungkin. Selain itu juga mendapatkan keuntungan seperti perusahaan yang terdaftar di dalam katalog bisnis yang dapat dijadikan referensi untuk perdagangan internasional.

Jika ingin melakukan bisnis ke negara Korea Selatan sebuah aset yang bermanfaat yaitu untuk mengetahui serta mempelajari budaya negara tersebut. Dengan memiliki pengetahuan tentang sejarah, bahasa, kultur, cara hidup, terlebih lagi kultur berbisnis Korea Selatan, akan mempermudah produsen maupun eksportir Indonesia untuk berhubungan bisnis dengan Korea Selatan. Selain mengetahui dan mempelajari hal-hal tersebut, pengetahuan lebih jauh tentang pasar Korea Selatan juga sangat penting sehingga dapat memahami permintaan dan tren pasar. Pengusaha Indonesia harus aktif dalam mencari informasi mengenai pasar Korea Selatan, pencarian informasi ini dapat dilakukan dengan cara menghubungi Perwakilan Dagang Luar Negeri Indonesia di Korea Selatan. Korea Selatan merupakan Negara yang memiliki jaringan internet tercepat di dunia dan orang-

orang Korea Selatan cenderung untuk mencari informasi melalui internet. Salah satu cara efektif dalam memperkenalkan produk lokal Indonesia maupun perusahaan secara global adalah memiliki *website*, dengan begitu produk-produk lokal Indonesia tidak hanya dapat dilihat oleh negara Korea Selatan saja tetapi negara lain juga dapat melihatnya. Tidak hanya ekspor namun kegiatan impor juga dilakukan oleh Indonesia dan Korea Selatan. Adapun nilai impor dari Korea Selatan ke Indonesia yaitu sebagai berikut.

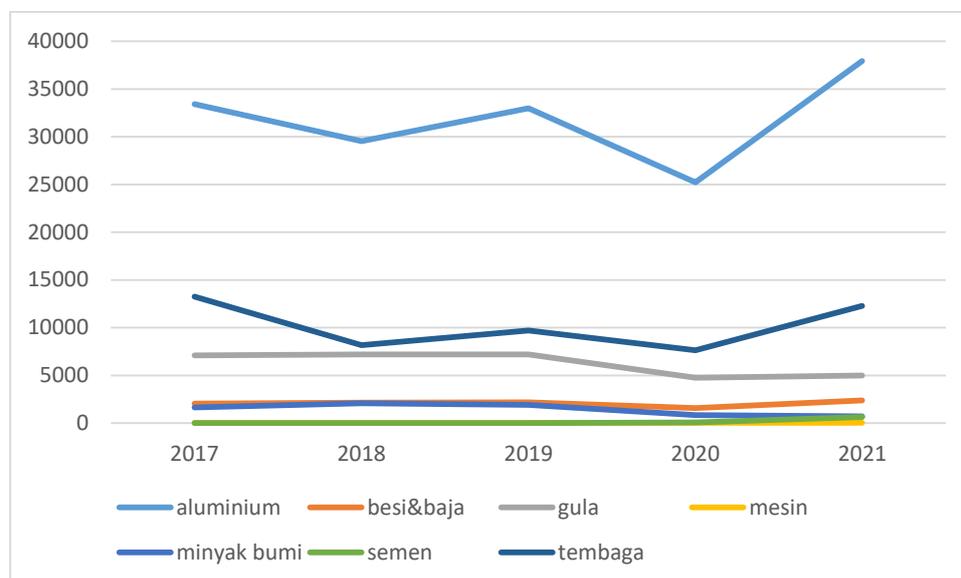


Sumber: Kementerian Perdagangan

Grafik 4.5 Nilai Impor Negara Indonesia dan Korea Selatan 2017-2022

Grafik diatas menunjukkan bahwa nilai impor dari beberapa negara di Asia mengalami dinamika naik turun. Pada tahun 2022, nilai impor dari 3 negara Asia cenderung mengalami kenaikan. Dimulai dari negara Tiongkok yang memiliki nilai impor terbesar yaitu sebesar 67.723,70 US\$, negara Jepang sebesar 17.176,70 US\$ dan negara Korea Selatan sebesar 11.718,20 US\$. Dengan meningkatnya nilai impor negara Korea Selatan ke Indonesia maka akan membawa pengaruh buruk seperti menurunnya produksi di dalam negeri yang akan menyebabkan tingkat pengangguran meningkat dan pendapatan menurun sehingga daya beli masyarakat

juga menurun. Adapun beberapa barang/komoditi yang di Impor Korea Selatan ke Indonesia pada lima tahun terakhir sebagai berikut.



Sumber: BPS Indonesia (www.bps.go.id)

Grafik 4.6 Jenis Barang Impor Korea Selatan ke Indonesia 2017-2021

Dapat dilihat pada grafik 4.5 di atas terlihat bahwa ada dua komoditi/barang yang paling banyak diimpor pada tahun 2021 yaitu aluminium dan tembaga. Komoditi aluminium pada tahun 2021 sebanyak 37.916,3 ton dan tembaga sebanyak 12.297,8 ton. Indonesia merupakan satu dari enam produsen bauksit terbesar di dunia. Namun hingga saat ini, kebergantungan impor aluminium masih sangat tinggi. Kondisi tersebut sangat disayangkan sebab bauksit menjadi bahan baku utama produksi aluminium. Jika bauksit diolah menjadi aluminium, nilai tambahnya mencapai 16 kali lipat. Sayangnya, RI masih gagal mendorong hilirisasi bauksit. Adapun biji bauksit adalah bahan baku untuk membuat aluminium, untuk memproduksinya bauksit harus melalui proses yang dinamakan proses *bayer*. Proses ini dilakukan untuk menghilangkan tiga komponen yang tidak dibutuhkan dalam pembuatan aluminium.

Hingga kini, Indonesia baru memiliki dua fasilitas pengolahan dan pemurnian (*smelter*) bauksit, yakni milik PT Well Harvest Winning Alumina dan PT Indonesia Chemical Alumina di Kalimantan Barat. Asosiasi Pengusaha Bauksit dan Bijih Besi Indonesia (APB3I) mengungkapkan Indonesia membutuhkan tambahan lima *smelter* untuk bisa menyerap produksi bauksit dalam negeri untuk itulah Indonesia mengimpor Aluminium dari beberapa negara salah satunya yaitu Korea Selatan.

4.2.2 Hasil Analisis Regresi Faktor yang Mempengaruhi Impor dari Korea Selatan ke Indonesia Pada Tahun 2014-2022

A. Model Estimasi

Model ekonometrika pada penelitian ini yaitu sebagai berikut.

$$M_t = \beta_0 + \beta_1 GDP_{Kapt_t} + \beta_2 KURS_t + \beta_3 JP_t + \beta_4 INF_t + \varepsilon_t \dots \dots \dots 4.1$$

Selanjutnya model tersebut akan diestimasi untuk memperoleh nilai dan besaran masing-masing parameter dalam model persamaan tersebut. Di bawah ini merupakan hasil analisis regresi. Regresi dilakukan dengan variabel dependennya adalah Impor dan variabel independennya yaitu, Nilai Tukar, Jumlah Penduduk, Inflasi, dan Pendapatan Per kapita.

Tabel 4.1 Hasil Regresi Linier Berganda Impor

Dependent Variable: M
Method: Least Squares
Date: 07/06/23 Time: 13:26
Sample: 2014Q1 2022Q4
Included observations: 36

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-26850.03	14811.19	-1.812820	0.0796
GDPKapt	0.000283	0.002262	0.125230	0.9011
KURS	-0.424889	0.354481	-1.198624	0.2398
JP	0.143851	0.077703	1.851295	0.0737
INF	798.2788	78.22715	10.20462	0.0000

R-squared	0.824679	Mean dependent var	8952.946
Adjusted R-squared	0.802057	S.D. dependent var	1856.680
S.E. of regression	826.0512	Akaike info criterion	16.39944
Sum squared resid	21153177	Schwarz criterion	16.61937
Log likelihood	-290.1899	Hannan-Quinn criter.	16.47620
F-statistic	36.45469	Durbin-Watson stat	0.340104
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Eviews 10 dan diolah

Dari hasil regresi di atas yaitu terdapat variabel Inflasi (INF) dan Jumlah Penduduk (JP) yang memiliki nilai probabilitas yang kurang ($\text{sig } \alpha < 1\%, 5\%, 10\%$ dan 15%) yang berarti memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel Impor (M). Sedangkan variabel independen Pendapatan Per Kapita (GDP Kapt) dan Nilai Tukar (KURS) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Impor (M). Hal tersebut dapat dilihat dari nilai probabilitas yang lebih besar ($\text{sig } \alpha > 1\%, 5\%, 10\%$, dan 15%). Pada hasil regresi *time series* di atas memiliki nilai *Adjusted R-Squared* 0.802057 yang memiliki arti kemampuan variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen sebesar 80,20% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Dengan demikian akan dilakukan pengujian kembali dengan transformasi kedalam fungsi Logaritma Natural (LN) sebagai berikut.

Tabel 4.2 Hasil Regresi Linier Berganda Impor Setelah dilakukan Logaritma Natural (LN)

Dependent Variable: LN_M
 Method: Least Squares
 Date: 07/05/23 Time: 22:11
 Sample: 2014Q1 2022Q4
 Included observations: 36

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-63.28756	23.14610	-2.734265	0.0102
LN_GDPKapt	-0.529229	0.757115	-0.699008	0.4898
LN_KURS	-1.087418	0.627409	-1.733188	0.0930
LN_JP	7.220068	2.685174	2.688865	0.0114
LN_INF	0.341541	0.045628	7.485255	0.0000

R-squared	0.734561	Mean dependent var	9.079803
Adjusted R-squared	0.700311	S.D. dependent var	0.200544
S.E. of regression	0.109786	Akaike info criterion	-1.452329

Sum squared resid	0.373639	Schwarz criterion	-1.232396
Log likelihood	31.14193	Hannan-Quinn criter.	-1.375567
F-statistic	21.44694	Durbin-Watson stat	0.395169
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Eviews 10 dan diolah

Dari hasil regresi setelah dilakukan logaritma natural (ln) di atas yaitu terdapat variabel independen yang hampir seluruhnya berpengaruh signifikan terhadap variabel Impor (M), variabel independen tersebut ialah Nilai Tukar (KURS), Jumlah Penduduk (JP), dan Inflasi (INF). Hal tersebut dapat dilihat dari nilai probabilitas yang lebih kecil ($\text{sig } \alpha < 1\%$, 5% , 10% dan 15%). Sedangkan pada variabel Pendapatan Per Kapita (GDP Kapt) memiliki nilai probabilitas yang lebih ($\text{sig } \alpha > 1\%$, 5% , 10% , dan 15%) yang berarti tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel Impor (M). Hasil regresi *time series* di atas memiliki nilai *Adjusted R-Squared* berubah setelah dilakukannya logaritma natural (ln) sebesar 0,700311 yang memiliki arti kemampuan variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen sebesar 70% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

B. Metode Estimasi

- **Penaksiran**

1. **Korelasi (r)**

Tabel 4.3 Korelasi Antar Variabel Independen

	GDPKapt	KURS	JP	INF
GDPKapt	1.000000	0.872494	0.969365	-0.384986
KURS	0.872494	1.000000	0.876277	-0.545034
JP	0.969365	0.876277	1.000000	-0.407836
INF	-0.384986	-0.545034	-0.407836	1.000000

Sumber: Eviews 10 dan diolah

Dapat dilihat dari tabel di atas yang menunjukkan korelasi antar variabel independen, dimana variabel KURS dan JP memiliki nilai korelasi yang

tinggi. Semakin tingginya jumlah Pendapatan Per Kpaita (GDP Kapt) maka akan berpengaruh pada Nilai Tukar (KURS) dan juga Pendapatan Per Kapita tinggi dipengaruhi oleh banyaknya Jumlah Penduduk (JP). Dimana disini maksudnya adalah variabel KURS dan JP memiliki hubungan linier yang sempurna terhadap GDP.

2. Koefisien Determinasi (R-Square)

Koefisien Determinasi atau *R-Square* menunjukkan bahwa nilai persentase total dalam menjelaskan variabel dependen dan variabel independen secara bersamaan. Berdasarkan dari model regresi estimasi setelah dilakukannya Logaritma Ntural (LN), maka nilai *R-Square* adalah sebesar 0.734561. Hal ini memiliki arti bahwa secara bersamaan variabel Pendapatan Per Kapita (GDP Kapt), Nilai Tukar (KURS), Jumlah Penduduk (JP) dan Inflasi (INF) sebesar 73,45% menjelaskan variabel Impor (M). Sedangkan 26,55% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk ke dalam model estimasi.

• Pengujian

1. Uji Parsial (Uji-t-statistik)

Uji ini dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen secara individual menjelaskan variasi variabel dependen. Hasil regresi yang didapatkan pada Tabel 4.2 menunjukkan bahwa setelah melakukan logaritma natural (ln), tiga variabel independen yaitu Pendapatan Per Kapita, Nilai Tukar, dan Inflasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen Impor, sedangkan pada variabel Pendapatan Per Kapita tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Impor. Nilai signifikan variabel-variabel independen tersebut dihitung secara parsial.

- **Perumusan Hipotesis**

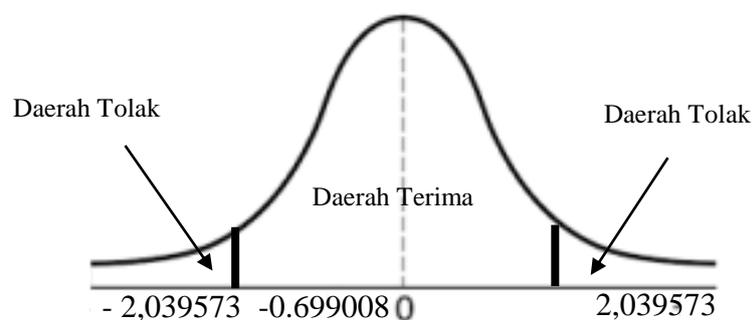
$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$ (Pendapatan Per Kapita, Nilai Tukar, Jumlah Penduduk dan Inflasi tidak berpengaruh terhadap Impor).

$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$ (Pendapatan Per Kapita, Nilai Tukar, Jumlah Penduduk dan Inflasi berpengaruh terhadap Impor).

- **Uji statistik t**

- a. **Pendapatan Per Kapita (GDP Kapt)**

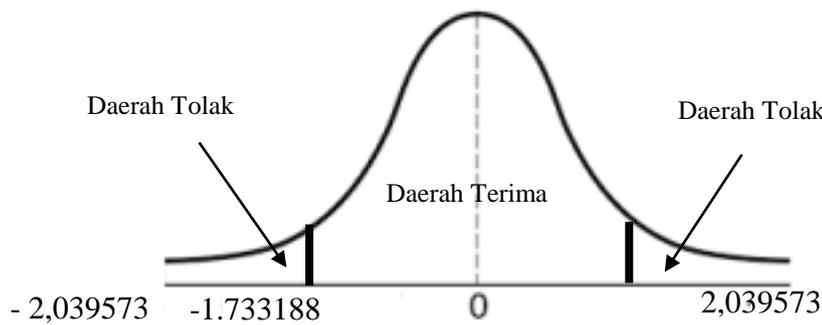
Pada variabel ini menggunakan nilai α 5% memiliki nilai *t-statistic* -0.699008 dengan nilai *t-tabel* 2,039573. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis H_0 diterima dan artinya Pendapatan Per Kapita tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Impor. Dapat dilihat juga melalui distribusi kurva normal t berikut.



Gambar 4.1 Kurva Distribusi Normal Uji t Variabel GDP Kapt

- b. **Nilai Tukar (KURS)**

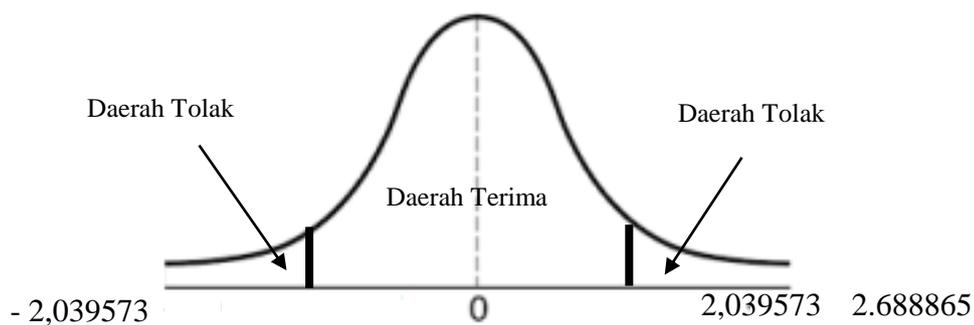
Pada variabel ini menggunakan nilai α 5% dan memiliki nilai *t-statistic* -1.733188 dengan nilai *t-tabel* 2,039573. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan artinya Nilai Tukar berpengaruh dan signifikan terhadap Impor. Dapat dilihat juga melalui distribusi kurva normal t berikut.



Gambar 4.2 Kurva Distribusi Normal Uji t Variabel KURS

c. Jumlah Penduduk (JP)

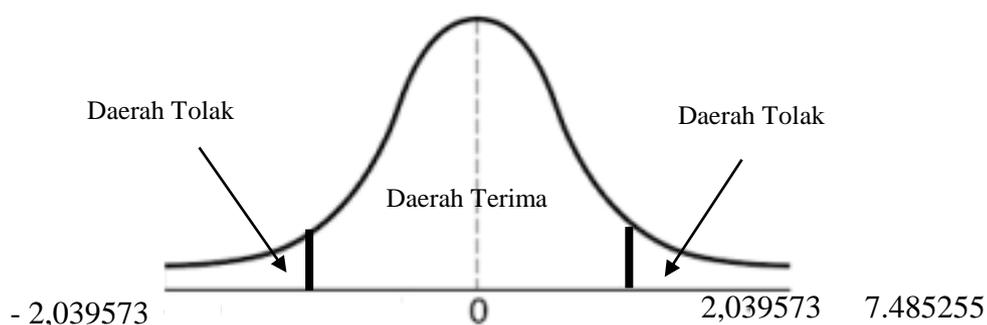
Pada variabel ini menggunakan nilai α 5% dan memiliki nilai *t-statistic* 2,688865 dengan nilai *t-tabel* 2,039573. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan artinya Jumlah Penduduk berpengaruh dan signifikan terhadap Impor. Dapat dilihat juga melalui distribusi kurva normal t berikut.



Gambar 4.3 Kurva Distribusi Normal Uji t Variabel JP

d. Inflasi (INF)

Pada variabel ini menggunakan nilai α 5% dan memiliki nilai *t-statistic* 7,485255 dengan nilai *t-tabel* 2,039573. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan artinya Inflasi berpengaruh dan signifikan terhadap Impor. Dapat dilihat juga melalui distribusi kurva normal t berikut.



Gambar 4.4 Kurva Distribusi Normal Uji t Variabel INF

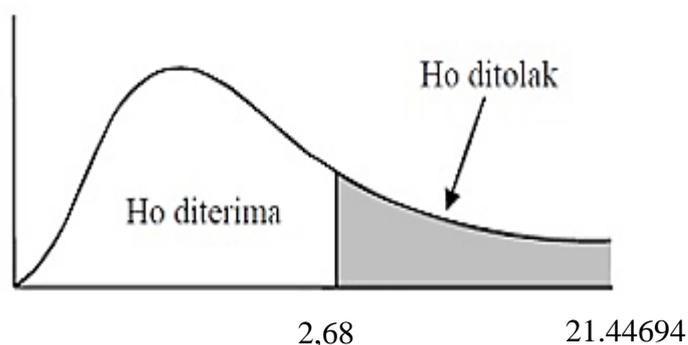
2. Uji Signifikan Simultan (Uji-F)

Uji-F statistik dilakukan untuk menguji signifikan semua variabel independen secara bersamaan terhadap nilai variabel dependen. Pada penelitian ini memiliki hipotesis seperti berikut:

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$ (Pendapatan Per Kapita, Nilai Tukar, Jumlah Penduduk dan Inflasi tidak berpengaruh terhadap Impor).

$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$ (Pendapatan Per Kapita, Nilai Tukar, Jumlah Penduduk dan Inflasi berpengaruh terhadap Impor).

Hasil regresi setelah melakukan logaritma natural tersebut memiliki nilai Prob. F-Statistic sebesar 0.000000. Kemudian nilai F-statistic 21.44694. Dengan nilai $\alpha = 5\%$, maka Prob. F-Statistic < nilai α , maka Pendapatan Per Kapita (GDP), Nilai Tukar (KURS), Jumlah Penduduk (JP) dan Inflasi (I) secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap Impor. Dapat dilihat juga melalui distribusi kurva f dengan nilai f tabel sebesar 2,68. Dengan demikian maka H_0 ditolak yang artinya bahwa variabel Pendapatan PerKapita (GDP Kapt), Nilai Tukar (KURS) dan Inflasi (INF) memiliki pengaruh dan signifikan terhadap variabel Impor (M).



Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji f Pada Model Regresi

C. Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil regresi pada tabel 4.2 setelah dilakukan logaritma natural (ln) maka selanjutnya di uji multikolinieritas terhadap model regresi tersebut.

3. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.4 Uji Multikolinieritas Setelah dilakukan Logaritma Natural (LN)

Variance Inflation Factors
Date: 07/06/23 Time: 19:12
Sample: 2014Q1 2022Q4
Included observations: 36

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	535.7418	1600175.	NA
LN_GDPKapt	0.573223	372346.8	17.77010
LN_KURS	0.393642	106814.7	5.483528
LN_JP	7.210158	3356323.	17.23689
LN_INF	0.002082	10.09978	1.522762

Sumber: Eviews 10 dan diolah

Pada tabel 4.4 diatas terlihat bahwa uji multikolinieritas setelah dilakukan logaritma natural (ln) menunjukkan bahwa nilai VIF variabel Nilai Tukar (KURS) dan Inflasi (INF) memiliki nilai *Centered* VIF kurang dari 10 ($VIF < 10$). Sedangkan Pendapatan Per Kapita (GDP Kapt) dan Jumlah Penduduk (JP) memiliki

nilai *Centered VIF* lebih dari 10 ($VIF > 10$), yang berarti hasil regresi tersebut masih terjadi multikolinearitas dan perlu diuji kembali.

4. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.5 Uji Heteroskedastisitas Setelah dilakukan Logaritma Natural (LN)

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey

F-statistic	1.749582	Prob. F(4,31)	0.1643
Obs*R-squared	6.630287	Prob. Chi-Square(4)	0.1568
Scaled explained SS	2.939800	Prob. Chi-Square(4)	0.5679

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2

Method: Least Squares

Date: 07/08/23 Time: 09:39

Sample: 2014Q1 2022Q4

Included observations: 36

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.013535	2.329172	0.435148	0.6665
LN_GDPKapt	-0.035005	0.076188	-0.459458	0.6491
LN_KURS	0.022047	0.063135	0.349208	0.7293
LN_JP	-0.054959	0.270207	-0.203394	0.8402
LN_INF	-0.009354	0.004592	-2.037223	0.0502
R-squared	0.184175	Mean dependent var		0.010379
Adjusted R-squared	0.078907	S.D. dependent var		0.011511
S.E. of regression	0.011048	Akaike info criterion		-6.044960
Sum squared resid	0.003784	Schwarz criterion		-5.825027
Log likelihood	113.8093	Hannan-Quinn criter.		-5.968197
F-statistic	1.749582	Durbin-Watson stat		0.731832
Prob(F-statistic)	0.164342			

Sumber: Eviews 10 dan diolah

Berdasarkan hasil dari Uji Heteroskedastisitas setelah dilakukan logaritma natural di atas, dapat dilihat bahwa nilai *p-value* atau nilai *prob. Chi Square(4)* pada *Obs*R-Squared* sebesar 0.1568. Hal ini berarti nilai *p-value* $0.1568 > 1\%$, 5% , 10% dan 15% yang berarti model regresi tersebut terjadi heteroskedastisitas. Kemudian dilakukan uji terakhir yaitu uji autokorelasi setelah dilakukan logaritma natural (ln) sebagai berikut.

5. Uji Autokorelasi

Tabel 4.6 Uji Autokorelasi Setelah dilakukan Logaritma Natural (LN)

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	35.65005	Prob. F(2,29)	0.0000
Obs*R-squared	25.59124	Prob. Chi-Square(2)	0.0000

Test Equation:

Dependent Variable: RESID

Method: Least Squares

Date: 07/08/23 Time: 09:42

Sample: 2014Q1 2022Q4

Included observations: 36

Presample missing value lagged residuals set to zero.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2.166839	12.92005	-0.167711	0.8680
LN_GDPKapt	-0.045500	0.422269	-0.107751	0.9149
LN_KURS	-0.090817	0.350445	-0.259146	0.7974
LN_JP	0.296902	1.496913	0.198343	0.8442
LN_INF	-0.003020	0.025753	-0.117253	0.9075
RESID(-1)	1.171389	0.163384	7.169560	0.0000
RESID(-2)	-0.480482	0.165688	-2.899925	0.0070
R-squared	0.710868	Mean dependent var	-1.68E-14	
Adjusted R-squared	0.651047	S.D. dependent var	0.103322	
S.E. of regression	0.061035	Akaike info criterion	-2.582087	
Sum squared resid	0.108031	Schwarz criterion	-2.274180	
Log likelihood	53.47756	Hannan-Quinn criter.	-2.474619	
F-statistic	11.88335	Durbin-Watson stat	2.117218	
Prob(F-statistic)	0.000001			

Sumber: Eviews 10 dan diolah

Pada hasil uji autokorelasi setelah dilakukan logaritma natural (ln) di atas, dapat dilihat dengan nilai *Durbin-Watson statnya* ($du < dw < 4-du$). Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa nilai *Durbin-Watson stat* sebesar 2.117218 atau ($1,7987 < 2.117218 < 2,2013$) yang artinya bahwa hasil regresi tersebut tidak terjadi autokorelasi.

Setelah dilakukan pengujian asumsi klasik dengan dilakukan logaritma natural (ln), masih terjadi lagi multikolinearitas dan heteroskedastisitas artinya bahwa hasil regresi linier berganda impor setelah dilakukan logaritma natural (ln) belum lolos dari uji asumsi klasik. Dengan demikian untuk mengatasi multikolinearitas dan heteroskedastisitas tersebut maka lihat kembali variabel bebas yang terdeteksi memiliki matriks korelasi antar variabel independen atau yang memiliki hubungan yang sangat kuat. Dalam hal ini, peneliti menghapus satu variabel independen Jumlah Penduduk (JP). Maka diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 4.7 Hasil Regresi Linier Berganda Impor Setelah dilakukan Logaritma Natural (LN) dan Dihapus Satu Variabel Independen

Dependent Variable: LN_M
 Method: Least Squares
 Date: 07/08/23 Time: 09:53
 Sample: 2014Q1 2022Q4
 Included observations: 36

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.631982	3.449239	-0.473142	0.6393
LN_GDPKapt	1.233559	0.413949	2.979981	0.0055
LN_KURS	-0.825232	0.677434	-1.218174	0.1321
LN_INF	0.328908	0.049608	6.630195	0.0000
R-squared	0.672656	Mean dependent var		9.079803
Adjusted R-squared	0.641967	S.D. dependent var		0.200544
S.E. of regression	0.119997	Akaike info criterion		-1.298256
Sum squared resid	0.460779	Schwarz criterion		-1.122310
Log likelihood	27.36861	Hannan-Quinn criter.		-1.236846
F-statistic	21.91878	Durbin-Watson stat		0.360172
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: Eviews 10 dan diolah

Dari hasil regresi setelah dilakukan logaritma natural (ln) dan dihapus satu variabel independen di atas yaitu terdapat variabel independen yang seluruhnya berpengaruh signifikan terhadap variabel Impor (M), variabel independen tersebut ialah Pendapatan Per Kapita (GDP Kapt), Nilai Tukar (KURS) dan Inflasi (INF). Hal tersebut dapat dilihat dari nilai probabilitas yang lebih kecil ($\text{sig } \alpha < 1\%, 5\%$,

10% dan 15%). Hasil regresi *time series* di atas memiliki nilai *Adjusted R-Squared* berubah sebesar 0.641967 yang memiliki arti kemampuan variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen sebesar 64% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Kemudian dilakukan pengujian kembali dari hasil regresi linier berganda impor setelah dilakukan logaritma natural (ln) dan dihapus satu variabel independen sebagai berikut.

3. Uji Parsial (Uji-t-statistik) setelah dilakukan Logaritma Natural dan dihapus Satu Variabel Independen

Pada tabel 4.7 dapat dilihat hasil regresi yang didapatkan setelah melakukan logaritma natural (ln) dan menghapus satu variabel independen Jumlah Penduduk (JP). Variabel-variabel independen tersebut akan dihitung secara parsial.

- **Perumusan Hipotesis**

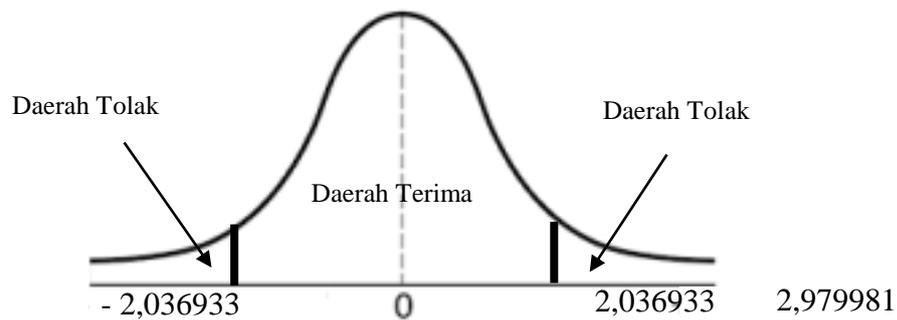
$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$ (Pendapatan Per Kapita, Nilai Tukar dan Inflasi tidak berpengaruh terhadap Impor).

$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$ (Pendapatan Per Kapita, Nilai Tukar dan Inflasi berpengaruh terhadap Impor).

- **Uji statistik t**

- a. **Pendapatan Per Kapita (GDP Kapt)**

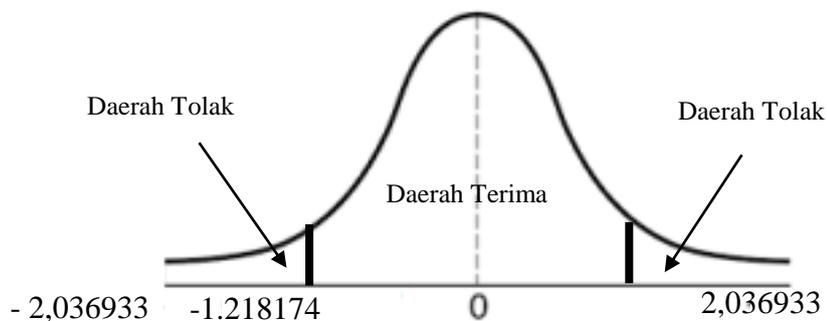
Pada variabel ini menggunakan nilai α 5% memiliki nilai *t-statistic* 2,979981 dengan nilai *t-tabel* 2,036933. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan artinya Pendapatan Per Kapita berpengaruh dan signifikan terhadap Impor. Dapat dilihat juga melalui distribusi kurva normal t berikut.



Gambar 4.6 Kurva Distribusi Normal Uji t Variabel GDP Kapt setelah dilakukan Logaritma Natural dan dihapus Satu Variabel Independen

b. Nilai Tukar (KURS)

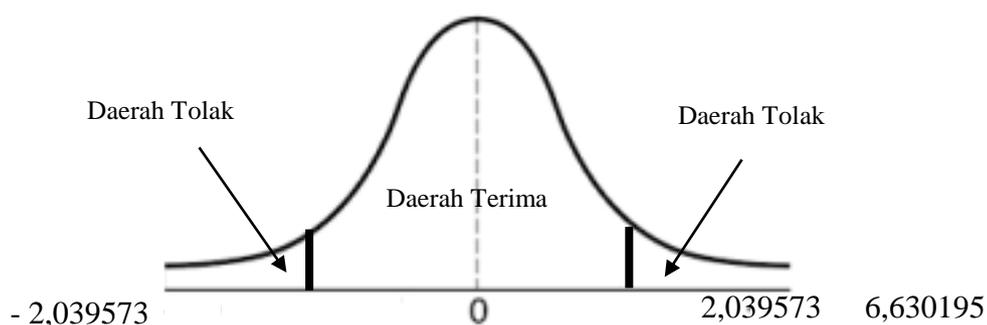
Pada variabel ini menggunakan nilai α 5% dan memiliki nilai *t-statistic* -1.218174 dengan nilai *t-tabel* 2,036933. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan artinya Nilai Tukar berpengaruh dan signifikan terhadap Impor. Dapat dilihat juga melalui distribusi kurva normal t berikut.



Gambar 4.7 Kurva Distribusi Normal Uji t Variabel KURS setelah dilakukan Logaritma Natural dan dihapus Satu Variabel Independen

d. Inflasi (INF)

Pada variabel ini menggunakan nilai α 5% dan memiliki nilai *t-statistic* 6,630195 dengan nilai *t-tabel* 2,036933. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan artinya Inflasi berpengaruh dan signifikan terhadap Impor. Dapat dilihat juga melalui distribusi kurva normal t berikut.



Gambar 4.8 Kurva Distribusi Normal Uji t Variabel INF setelah dilakukan Logaritma Natural dan dihapus Satu Variabel Independen

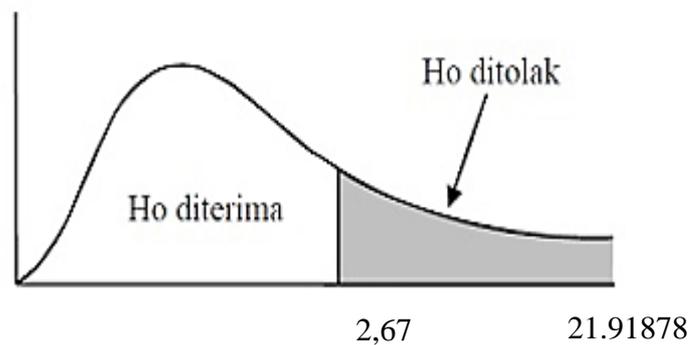
4. Uji Signifikan Simultan (Uji-F) setelah dilakukan Logaritma Natural dan dihapus Satu Variabel Independen

Uji-F statistik dilakukan untuk menguji signifikan semua variabel independen secara bersamaan terhadap nilai variabel dependen. Pada penelitian ini memiliki hipotesis seperti berikut:

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$ (Pendapatan Per Kapita, Nilai Tukar dan Inflasi tidak berpengaruh terhadap Impor).

$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$ (Pendapatan Per Kapita, Nilai Tukar dan Inflasi berpengaruh terhadap Impor).

Hasil regresi setelah melakukan logaritma natural dan menghapus satu variabel independen tersebut memiliki nilai Prob. F-Statistic sebesar 0.000000. Kemudian nilai F-statistic 21.91878. Dengan nilai $\alpha = 5\%$, maka Prob. F-Statistic < nilai α , maka Pendapatan Per Kapita (GDP Kapt), Nilai Tukar (KURS), Jumlah Penduduk (JP) dan Inflasi (I) secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap Impor. Dapat dilihat juga melalui distribusi kurva f dengan nilai f tabel sebesar 2,67. Dengan demikian maka H_0 ditolak yang artinya bahwa variabel Pendapatan PerKapita (GDP Kapt), Nilai Tukar (KURS) dan Inflasi (INF) memiliki pengaruh dan signifikan terhadap variabel Impor (M).



Gambar 4.9 Kurva Distribusi Uji f Pada Model Regresi setelah dilakukan Logaritma Natural dan dihapus Satu Variabel Independen

Peningkatan GDP Kapt dapat mencerminkan kesejahteraan masyarakat dalam suatu negara, dengan GDP Kapt yang meningkat menunjukkan bahwa pendapatan masyarakat semakin meningkat juga. Kenaikan pendapatan menyebabkan meningkatnya kesejahteraan yang diikuti dengan perubahan selera masyarakat yang semakin menggemari produk impor. Hal ini dikarenakan masyarakat meyakini bahwa pemakaian produk impor merupakan lambang kemewahan seseorang sehingga secara langsung meningkatkan impor sejalan dengan kenaikan GDP Kapt. Nilai tukar Rupiah (KURS) terhadap dollar AS berpengaruh signifikan terhadap impor. Selain itu, jika nilai tukar sedang mengalami apresiasi secara otomatis akan mengakibatkan harga pokok bagi pihak luar negeri semakin mahal, sedangkan harga impor bagi penduduk domestik menjadi lebih murah sebaliknya jika nilai tukar terdepresiasi maka akibatnya harga pokok negara itu bagi pihak luar negeri menjadi lebih murah, sedangkan harga impor bagi penduduk domestik menjadi lebih mahal. Dengan teori yang dinyatakan oleh Mankiw (2006) bahwa inflasi adalah kecenderungan harga-harga untuk menaik secara umum dan terus menerus dan tingginya pendapatan akan membuat peredaran uang semakin meningkat yang mana uang tersebut akan

digunakan untuk konsumsi barang dan jasa. Jika dalam kondisi tersebut suatu negara tidak dapat memenuhi kebutuhan akan barang dan jasa secara otomatis akan terjadi kelangkaan yang menyebabkan harga-harga barang dan jasa akan meningkat, hal ini akan membuat masyarakat membeli barang dari luar negeri yang harganya relatif lebih murah dari pada yang ada didalam negeri karena barang didalam mengalami kenaikan harga karena adanya peningkatan inflasi. Inflasi berpengaruh signifikan antara terhadap impor barang dari Korea Selatan disebabkan karena inflasi yang meningkat akan menyebabkan perubahan perilaku masyarakat dalam mengalokasikan sumber dayanya serta pemerintah akan mengambil kebijakan-kebijakan untuk mengatasi inflasi, yang bisa dilakukan adalah mengambil kebijakan moneter dan nonmoneter sehingga dapat mengurangi tingkat inflasi. Meskipun impor adalah salah satu cara untuk mengatasi inflasi yang ada, kecenderungan pemerintah untuk memprioritaskan faktor-faktor yang ada di dalam negeri daripada mengandalkan faktor dari luar seperti halnya pemerintah memberikan subsidi atau membuat peraturan yang mendorong pengusaha-pengusaha menjadi lebih produktif sehingga mampu mengimbangi jumlah uang yang beredar. Inflasi juga dapat pula terjadi sebagai akibat dari kenaikan harga-harga barang yang dimpor.

D. Uji Asumsi Klasik Setelah dilakukan Logaritma Natural dan dihapus Satu Variabel Independen

Berdasarkan hasil regresi pada tabel 4.7 setelah dilakukan logaritma natural (ln) dan dihapus satu variabel independen maka selanjutnya di uji kembali untuk uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi terhadap model regresi tersebut.

1. Uji Multikolinieritas Setelah dilakukan Logaritma Natural dan dihapus Satu Variabel Independen

Tabel 4.8 Uji Multikolinieritas Setelah dilakukan Logaritma Natural (LN) dan Dihapus Satu Variabel Independen

Variance Inflation Factors
Date: 07/08/23 Time: 21:18
Sample: 2013Q1 2022Q4
Included observations: 36

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	11.89725	29744.48	NA
LN_GDPKapt	0.171353	93167.59	4.446392
LN_KURS	0.458917	104234.5	5.351067
LN_INF	0.002461	9.992707	1.506619

Sumber: Eviews 10 dan diolah

Pada tabel 4.8 diatas terlihat bahwa uji multikolinieritas setelah dilakukan logaritma natural (ln) dan dihapus satu variabel independen menunjukkan bahwa nilai VIF variabel Pendapatan Per Kapita (GDP Kapt), Nilai Tukar (KURS) dan Inflasi (INF) memiliki nilai *Centered* VIF kurang dari 10 (VIF < 10), yang berarti hasil regresi tersebut tidak terjadi multikolinieritas dan tidak perlu diuji kembali.

2. Uji Heteroskedastisitas Setelah dilakukan Logaritma Natural dan dihapus Satu Variabel Independen

Tabel 4.9 Uji Heteroskedastisitas Setelah dilakukan Logaritma Natural (LN) dan Dihapus Satu Variabel Independen

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey

F-statistic	3.263580	Prob. F(3,32)	0.0340
Obs*R-squared	8.434084	Prob. Chi-Square(3)	0.0378
Scaled explained SS	5.501463	Prob. Chi-Square(3)	0.1386

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2
Method: Least Squares
Date: 07/08/23 Time: 21:26
Sample: 2013Q1 2021Q4
Included observations: 36

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.930415	0.438774	2.120487	0.0418
LN_GDPKapt	0.056379	0.052658	1.070669	0.2923
LN_KURS	-0.181201	0.086176	-2.102692	0.0434
LN_INF	-0.018700	0.006311	-2.963298	0.0057
R-squared	0.234280	Mean dependent var		0.012799
Adjusted R-squared	0.162494	S.D. dependent var		0.016680
S.E. of regression	0.015265	Akaike info criterion		-5.422104
Sum squared resid	0.007456	Schwarz criterion		-5.246158
Log likelihood	101.5979	Hannan-Quinn criter.		-5.360694
F-statistic	3.263580	Durbin-Watson stat		0.925373
Prob(F-statistic)	0.034003			

Sumber: Eviews 10 dan diolah

Berdasarkan hasil dari Uji Heteroskedastisitas setelah dilakukan logaritma natural (ln) dan dihapus satu variabel independen di atas, dapat dilihat bahwa nilai *p-value* atau nilai *prob. Chi Square(3)* pada *Obs*R-Squared* sebesar 0.0378. Hal ini berarti nilai *p-value* $0.0378 < 1\%$, 5% , 10% dan 15% yang berarti model regresi tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas. Kemudian dilakukan uji terakhir yaitu uji autokorelasi setelah dilakukan logaritma natural (ln) dan dihapus satu variabel independen sebagai berikut.

3. Uji Autokorelasi Setelah dilakukan Logaritma Natural dan dihapus Satu Variabel Independen

Tabel 4 10 Uji Autikorelasi Setelah dilakukan Logaritma Natural (LN) dan Dihapus Satu Variabel Independen

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	31.84722	Prob. F(2,30)	0.0000
Obs*R-squared	24.47317	Prob. Chi-Square(2)	0.0000

Test Equation:

Dependent Variable: RESID

Method: Least Squares

Date: 07/08/23 Time: 21:38

Sample: 2013Q1 2021Q4

Included observations: 36

Presample missing value lagged residuals set to zero.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.776087	2.064103	0.375992	0.7096
LN_GDPKapt	-0.066849	0.242762	-0.275367	0.7849

LN_KURS	0.023017	0.396236	0.058088	0.9541
LN_INF	-0.008474	0.029896	-0.283438	0.7788
RESID(-1)	1.061525	0.172433	6.156154	0.0000
RESID(-2)	-0.325172	0.176773	-1.839493	0.0758
<hr/>				
R-squared	0.679810	Mean dependent var	-3.08E-15	
Adjusted R-squared	0.626445	S.D. dependent var	0.114739	
S.E. of regression	0.070128	Akaike info criterion	-2.325987	
Sum squared resid	0.147537	Schwarz criterion	-2.062067	
Log likelihood	47.86776	Hannan-Quinn criter.	-2.233872	
F-statistic	12.73889	Durbin-Watson stat	1.837255	
Prob(F-statistic)	0.000001			

Sumber: Eviews 10 dan diolah

Pada hasil uji autokorelasi setelah dilakukan logaritma natural (ln) dan dihapus satu variabel independen di atas, dapat dilihat dengan nilai *Durbin-Watson stat*nya ($du < dw < 4-du$). Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa nilai *Durbin-Watson stat* sebesar 1.837255 atau ($1,7245 < 1.837255 < 2,2755$) yang artinya bahwa hasil regresi tersebut tidak terjadi autokorelasi.

Setelah dilakukan pengujian asumsi klasik dengan melakukan logaritma natural (ln) dan menghapus satu variabel independen, maka tidak terjadi lagi multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi, artinya bahwa hasil regresi linier berganda impor setelah dilakukan logaritma natural (ln) dan menghapus satu variabel independen dapat dikatakan lolos dari uji asumsi klasik.

4.2.3 Interpretasi Model Regresi

Hasil regresi pada model Emisi Impor (M) setelah menghilangkan satu variabel independen, maka bentuk modelnya adalah sebagai berikut:

$$M_t = \beta_0 + \beta_1 GDPKapt_t + \beta_2 KURS_t + \beta_3 INF_t + \varepsilon_t \dots \dots \dots 4.2$$

Hasil interpretasi dari model di atas adalah sebagai berikut:

$$M_t = (-1,631982) + 1,233559 GDPKapt_t + (-0,825232) KURS_t + 0,328908 INF_t$$

- Koefisien $\beta_0 = -1,631982$ ini memiliki arti jika Pendapatan Per Kapita (GDP Kapt), Nilai Tukar (KURS) dan Inflasi (INF) memiliki nilai 0, maka Impor (M)

akan berkurang sebesar -1,631982 US\$ pada tahun t. Pada hasil estimasi regresi model, variabel-variabel yang mempengaruhi Impor (M) memiliki nilai konstanta sebesar -1,631982 yang memiliki nilai negatif. Hal ini menunjukkan bahwa Impor (M) memiliki kecenderungan turun ketika Pendapatan Per Kapita, Nilai Tukar, dan Inflasi bernilai tetap. Ketika nilai impor menurun maka akan menyebabkan surplus. Surplus terjadi jika pendapatan negara lebih besar dari belanja negara. Permintaan akan mata uang negara lain meningkat sehingga mata uang domestik akan melemah. Begitu juga dengan pendapatan per kapita, ketika impor meningkat maka pendapatan per kapita akan menurun dan akan menimbulkan masalah-masalah ekonomi lainnya dan akan menyebabkan pada tingkat inflasi. Jika suatu negara volume impornya menurun terhadap suatu komoditi maka diduga negara tersebut terdapat peningkatan produksi, sedangkan apabila impor komoditi meningkat maka diduga negara tersebut terdapat penurunan produksi, dengan kata lain meningkatnya volume impor ini diduga produksi didalam negeri kurang sehingga perlu melakukan impor. Dengan adanya kemitraan dengan suatu negara maka akan diperoleh suatu kemudahan atau fasilitas-fasilitas yang diberikan oleh negara mitra, tentunya hal ini akan bersifat timbal balik, yaitu saling memberikan kemudahan dan saling menguntungkan kedua belah pihak. Mengingat bahwa impor sangat tergantung oleh kondisi perekonomian dan kualitas daripada komoditi yang dihasilkan, maka perlu diketahui faktor-faktor yang berpengaruh. Besarnya impor di suatu negara ditentukan oleh sampai dimana kesanggupan barang dan jasa yang diproduksi di negara itu untuk

bersaing terhadap barang dan jasa yang dihasilkan dari negara lainnya. Impor juga dipengaruhi oleh pendapatan nasional (Richart dan Meydianawati, 2014).

- Koefisien $\beta_1 = 1,233559$, artinya jika Nilai Tukar (KURS) dan Inflasi (I) tetap, maka setiap peningkatan Pendapatan Per Kapita (GDP Kapt) sebesar 1 Milyar Rupiah akan meningkatkan Impor sebesar 1.233.559 US\$. Berdasarkan hasil regresi setelah melakukan logaritma natural (ln) dan menghilangkan satu variabel independen, nilai koefisien Pendapatan Per Kapita (GDPKapt) sebesar 1,233559 dan memiliki nilai probabilitas yang signifikan terhadap variabel Impor (M). Nilai probabilitasnya adalah sebesar 0.0055. Hal ini membuktikan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara variabel GDP Kapt terhadap variabel M. Hal ini dapat dikatakan juga jika pendapatan per kapita meningkat, maka peluang untuk mengimpor barang dalam negeri juga akan mengalami peningkatan. Pendapatan perkapita menunjukkan tingkat pendapatan masyarakat dalam suatu negara. Pendapatan perkapita yang naik dalam setiap daerah menyebabkan naiknya minat daya beli masyarakat untuk akan suatu barang yang diproduksi oleh Korea Selatan. Hal ini sesuai dengan kurva fungsi impor terhadap Y yang memiliki slope positif, sehingga apabila pendapatan meningkat maka impor akan meningkat. Dalam teori ekonomi dijelaskan bahwa pendapatan merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan besarnya permintaan terhadap berbagai jenis barang, sama halnya dalam permintaan terhadap barang impor dari Korea Selatan, dimana pendapatan perkapita Indonesia sebagai salah satu indikator tingkat kemakmuran suatu negara sangat berpengaruh dalam menentukan besarnya permintaan terhadap barang tersebut. Jika pendapatan perkapita meningkat,

maka peluang masyarakat untuk mengimpor barang konsumsi yang dibutuhkan dalam negeri juga akan mengalami peningkatan. Pendapatan perkapita mempunyai pengaruh terhadap fluktuasi impor, semakin stabil pendapatan perkapita, biasanya akan berbanding positif terhadap impor, hal ini menggambarkan semakin tinggi pula pendapatan masyarakat sehingga daya beli masyarakat terhadap barang kebutuhan semakin meningkat, terlebih terhadap barang-barang yang tidak dapat diproduksi sendiri, Indonesia harus mengimpor dari negara lain.

- Koefisien $\beta_2 = -0,590506$, artinya jika nilai Pendapatan Per Kapita (GDP Kapt) dan Inflasi (I) tetap, maka setiap kenaikan Nilai Tukar (KURS) sebesar 1 Ribu, maka nilai Impor akan menurun sebesar -590,506 US\$. Hasil regresi pada variabel Nilai Tukar (KURS) setelah menghilangkan satu variabel memiliki nilai koefisien sebesar -0,590506 dan memiliki nilai probabilitas yang signifikan terhadap variabel Impor (M). Nilai probabilitasnya sebesar 0,1068. Hal ini membuktikan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara Nilai Tukar terhadap kenaikan nilai impor. Selain itu impor juga dapat mempengaruhi pergerakan nilai tukar mata uang domestik terhadap mata uang asing. Apabila impor meningkat maka arus valuta asing yang keluar dari dalam negara menjadi meningkat sehingga jumlah valuta asing yang ada menjadi menurun. Nilai tukar mempengaruhi perekonomian dan aktivitas bisnis melalui saluran langsung maupun tidak langsung. Secara langsung, nilai tukar akan mempengaruhi perekonomian suatu negara melalui harga barang ekspor dan impor suatu negara. Grenville (2000) menjelaskan bahwa nilai tukar berpengaruh pada cadangan devisa. Secara tidak langsung, nilai tukar dapat

memengaruhi perekonomian melalui kegiatan ekspor dan impor suatu negara. Transaksi perdagangan antar negara baik ekspor maupun impor akan memerlukan valuta asing dalam proses pertukarannya (Wijyanthi, 2015). Kurs valuta asing akan berpengaruh terhadap impor, hal ini disebabkan karena kurs valuta asing dapat mempengaruhi tingkat harga jual untuk suatu produk diluar negeri. Apabila kurs valuta asing turun maka negara-negara pengekspor akan mempunyai kekuatan yang lebih untuk melakukan impor sehingga impor dari negara-negara pengekspor mengalami kenaikan. Dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa jika nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika naik maka akan menyebabkan turunnya harga jual suatu komoditi/barang. Nilai tukar suatu negara terhadap negara lain akan menentukan daya beli masyarakat. Nilai mata uang suatu negara yang mengalami apresiasi akan menyebabkan masyarakat lebih memilih membeli barang impor karena harga barang impor mengalami penurunan.

- Koefisien $\beta_3 = 690,6583$, artinya jika nilai Pendapatan Per Kapita (GDP Kapt) dan Nilai Tukar (KURS) tetap, maka setiap kenaikan Inflasi (INF) sebesar 1%, akan meningkatkan Impor sebesar 6,906583 US\$. Berdasarkan hasil regresi setelah dihilangkan satu variabel, nilai koefisien Inflasi (I) sebesar 690,6583 dan memiliki nilai probabilitas yang signifikan terhadap variabel Impor (M). Nilai probabilitasnya adalah sebesar 0,0000. Hal ini membuktikan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara Inflasi dan variabel Impor. Inflasi yang meningkat diakibatkan kenaikan harga akan disertai dengan penurunan produksi yang disebabkan oleh kenaikan biaya produksi karena tuntutan kenaikan upah atau kenaikan harga bahan baku industry sehingga hal tersebut

akan mengurangi ekspor namun kan meningkatkan atau menambah jumlah impor. Menurut penelitian Ulke (2011) dalam *Econometric Analysis of Import and Inflation Relationship in Turkey Between 1995 and 2010* dinyatakan bahwa inflasi mempunyai hubungan yang searah terhadap volume impor. Toh Kit Siang et al.(2010:83) menjelaskan bahwa hubungan antara pertumbuhan ekonomi dengan inflasi menjadi kontroversi dalam pertumbuhan ekonomi. Menurut Suartha dan Yasa (2017), pertumbuhan ekonomi akan menciptakan *multiplier effect* terhadap sendi-sendi kehidupan, seperti lingkungan ekonomi dan sosial budaya masyarakat. Menurut Sukirno (2006:336) inflasi akan menyebabkan harga-harga produksi naik dan harga barang impor relatif murah dari barang dalam negeri dan impor akan meningkat. Peningkatan kegiatan ekonomi dapat menyebabkan meningkatnya pertumbuhan ekonomi sehingga mendorong kebutuhan akan impor (BAPPENAS, 2005). Disamping bagi perekonomian, inflasi juga berpengaruh pada bidang lain termasuk dalam bidang politik.

4.2.4 Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku dan Pengembangan Bisnis UMKM Anak Muda dengan Adanya *Korean Lifestyle* di Kota Medan.

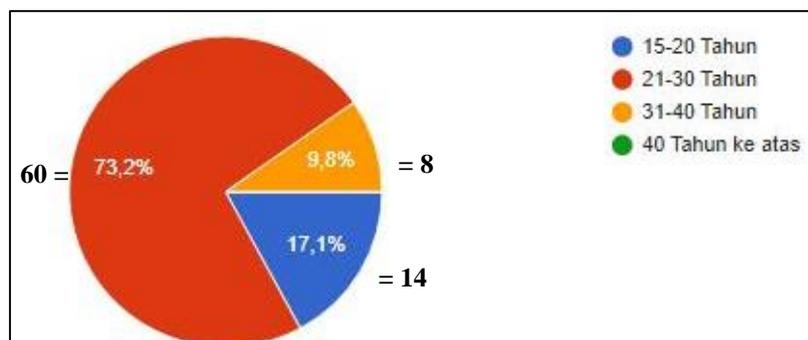
A. Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik sampel dalam penelitian ini adalah anak muda Kota Medan yang memiliki usaha bisnis UMKM mulai dari segi makanan/kuliner, busana/*fashion*, dan kosmetik/alat kecantikan. Pengumpulan sampel dilakukan dengan teknik *Non probability sampling* dan metode *Snowball sampling*. Jumlah sampel penelitian sebanyak 82 pelaku UMKM yang tersebar di Kota Medan. Pengambilan sampel dilakukan dengan membagikan kuesioner secara daring

melalui *Google Form* serta menyebarkan secara langsung kusioner yang telah dibuat kepada pelaku UMKM yang ada di Kota Medan. Karakteristik umum sampel pada penelitian ini meliputi usia, jenis kelamin, jenis usaha dan jenis media sosial mengenai *Korean Lifestyle*.

B. Data Identitas Responden

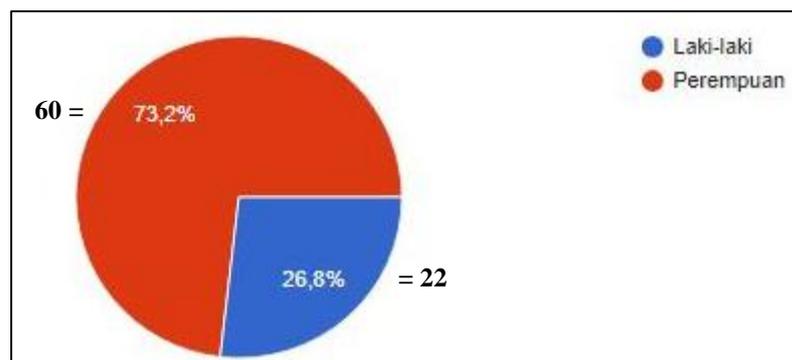
1. Usia



Gambar 4.10 Usia Responden

Dari gambar di atas dan hasil penyebaran kusioner menunjukkan bahwasanya dari 82 responden pelaku bisnis UMKM (makanan/kuliner, *fashion*/busana dan kosmetik/alat kecantikan) di Kota Medan yang mendominasi paling banyak yaitu berusia 21-30 tahun sebanyak 60 responden. Pada usia 15-20 tahun sebanyak 14 responden dan di usia 31-40 tahun sebanyak 8 responden. Sedangkan untuk usia 40 tahun keatas tidak memiliki nilai, yang artinya bahwa dari seluruh responden untuk usia 21-30 tahun masih dikategorikan kedalam kelompok anak muda.

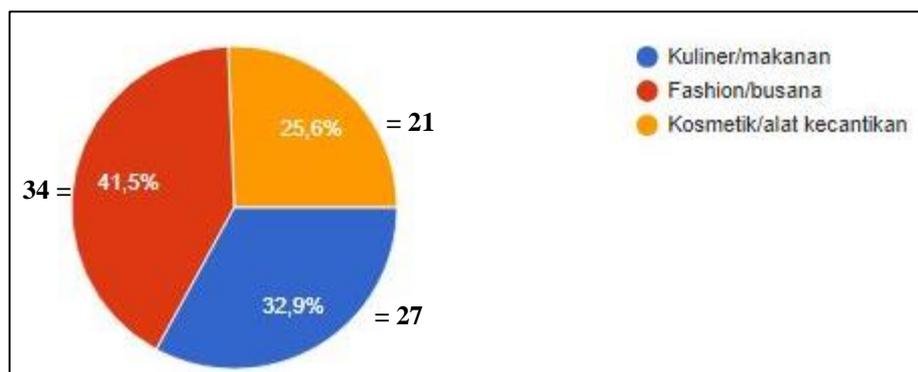
2. Jenis Kelamin



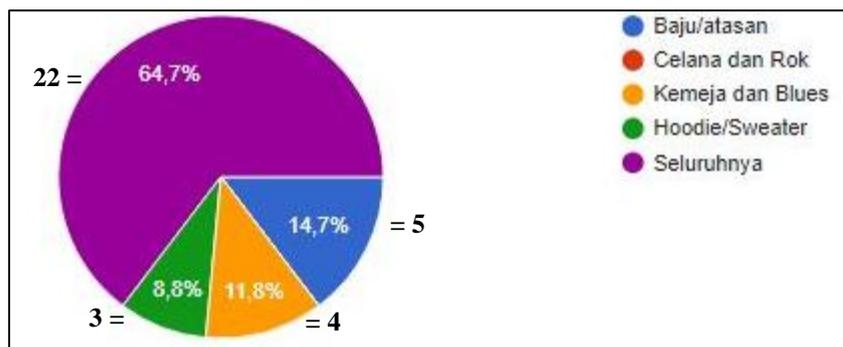
Gambar 4.11 Jenis Kelamin Responden

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa dari 82 responden pelaku bisnis UMKM (makanan/kuliner, *fashion*/busana dan kosmetik/alat kecantikan) di Kota Medan yang berjenis kelamin paling banyak yaitu perempuan sebanyak 60 responden dan yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 22 responden. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas anak muda yang memiliki usaha bisnis UMKM (makanan/kuliner, *fashion*/busana dan kosmetik/alat kecantikan) di dominasi oleh Jenis Kelamin Perempuan dengan persentase sebanyak 73,2% sedangkan untuk Jenis Kelamin Laki-laki sebanyak 26,8%.

3. Jenis Usaha



Gambar 4.12 Jenis Usaha Responden



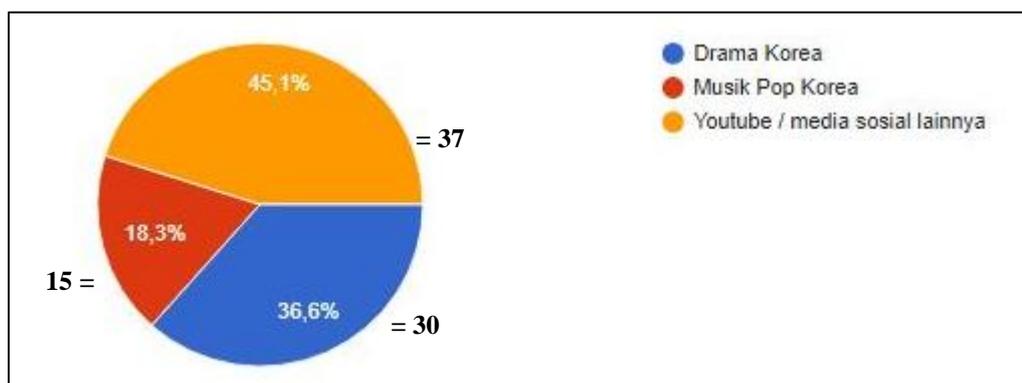
Gambar 4.13 Produk yang dijual Responden

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa dari 82 responden pelaku bisnis UMKM di Kota Medan memiliki jenis usaha UMKM paling banyak yaitu usaha *fashion/busana* sebanyak 34 responden dengan persentase sebesar 41,5% dan dapat dilihat juga bahwa produk yang dijual dari UMKM *fashion/busana* paling banyak yaitu seluruhnya, yang dimaksud seluruhnya disini adalah baju atasan, celana dan rok, kemeja dan blues, serta *hoodie/sweater*. Sedangkan pada persentase 32,9% yaitu jenis usaha UMKM kuliner/makanan dengan jumlah 27 responden. Kemudian pada persentase terakhir yaitu 25,6% jenis UMKM kosmetik/alat kecantikan dengan jumlah 21 responden. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas anak muda yang memiliki usaha bisnis UMKM didominasi pada jenis usaha UMKM *fashion/busana*.

Fashion/busana ala Korean Lifestyle memang menawarkan model yang unik dan *fresh*, serta sangat tepat untuk menunjang penampilan anak-anak muda. Penggunaan motif dan warna yang kontras, dipadu dengan modifikasi bernuansa feminim tetapi tetap menghadirkan kesan yang bagus jika dipakai pria maupun wanita. Baju Korea menjadi semakin banyak disukai, karena selain modelnya juga memiliki variasi bahan yang beragam. Beragamnya bahan baju inilah yang membuat harganya pun juga bermacam-macam, mulai dari harga yang hanya bisa

dijangkau oleh kalangan menengah ke atas, sampai dengan harga yang relatif murah. Saat ini tidak hanya di kota-kota besar saja produk *fashion*/busana Korea dengan mudah didapatkan, tetapi hampir semuakota/kabupaten salah satunya yaitu Kota Medan. Begitu juga di dunia maya, banyak *online shop* yang bersaing memperebutkan pasar penggemar baju Korea lewat berbagai produk yang ditawarkannya. Dengan begitu banyak pelaku UMKM khususnya anak muda di Kota Medan membuka usaha bisnis UMKM mereka berkaitan dengan *fashion*/busana dengan nuansa *Koreanstyle*.

4. Jenis Media Sosial Mengenal *Korean Lifestyle*.



Gambar 4.14 Jenis Media Sosial Responden Mengenal *Korean Lifestyle*

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa dari 82 responden pelaku bisnis UMKM (makanan/kuliner, *fashion*/busana dan kosmetik/alat kecantikan) di Kota Medan mengenal *Korean Lifestyle* melalui media sosial *youtube* yaitu sebanyak 37 responden dengan persentase sebesar 45,1%. Selanjutnya yaitu pada persentase 36,6% pelaku UMKM (makanan/kuliner, *fashion*/busana dan kosmetik/alat kecantikan) mengenal *Korean Lifestyle* melalui media sosial drama korea dengan jumlah responden sebanyak 30 responden. Kemudian yang terakhir yaitu pada music pop Korea dengan persentase 18,3% dan jumlah responden sebanyak 15 responden. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas anak muda yang memiliki usaha

bisnis UMKM (makanan/kuliner, *fashion*/busana dan kosmetik/alat kecantikan) mengenai *Korean Lifestyle* melalui media sosial *youtube*.

Perkembangan teknologi informasi yang kuat akibat adanya globalisasi menjadi faktor utama penyebab besarnya antusiasme publik terhadap *Korean Lifestyle* di Indonesia khususnya di Kota Medan. Penyebaran *Korean Lifestyle* diawali dan sangat identik dengan dunia hiburan seperti musik, drama, dan *variety shows* yang dikemas secara baik dalam menyajikan budaya-budaya Korea Selatan. Seiring berjalannya waktu, *Korean Lifestyle* banyak diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari mulai dari *fashion*/busana, *make up* dan *Korean skincare* serta makanan. Saat ini anak muda lebih mudah mengakses sosial media seperti *youtube* untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan *Korean Lifestyle*. Dalam media sosial seperti *youtube*, segala sesuatu yang berkaitan dengan *Korean Lifestyle* sangat banyak dijumpai. Dengan demikian, memudahkan anak muda yang memiliki bisnis UMKM di Kota Medan untuk mengembangkan bisnis mereka sesuai dengan yang sedang populer saat ini.

4.2.5 Hasil Penelitian Analisis SM-PLS

B. *Convergent Validity*

Convergent validity adalah salah satu dari pengukuran model pada indikator yang bersifat reflektif. Dimana dilihat dari skor butir pertanyaan dengan skor kontruknya atau melalui *loading factor* pada masing-masing indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data pada *convergent validity* pada indikator-indikator pada masing-masing variabel, dapat dikemukakan sebagai berikut.

1. *Convergent Validity* Pada Pelaku UMKM di Kota Medan

Dalam Indikator konstruk pada pelaku UMKM di Kota Medan tentang *Korean Lifestyle* berjumlah 3 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.11 *Convergent Validity* Pelaku UMKM di Kota Medan

Indikator	<i>Loading Facktor</i>	<i>Rule of Thumb</i>	<i>Keterangan</i>
PLK_UMKM1	0,315	0,40	Tidak Memenuhi
PLK_UMKM2	0,683	0,40	Memenuhi
PLK_UMKM3	0,765	0,40	Memenuhi

Sumber: SM-PLS3 dan diolah

Berdasarkan dari data tabel 4.11 diatas menunjukkan bahwa di dalam variabel pelaku UMKM di Kota Medan dengan 3 indikator pernyataan terdapat indikator pernyataan yang tidak memenuhi kriteria yaitu pada pernyataan (**PLK_UMKM1**: Cita rasa produk makanan yang saya jual sesuai dengan selera konsumen akan cita rasa makanan Korea Selatan) dari pernyataan tersebut setelah dilakukannya pegolahan data menggunakan aplikasi Smart-PLS, pernyataan tersebut memperoleh nilai *loading factor* 0,315 yang berarti < dari nilai *Rule of Thumb* 0,40. Pada indikator tersebut ternyata pelaku UMKM yang memiliki usaha kuliner/makanan di Kota Medan masih belum sesuai atau rasa yang mereka terapkan belum bisa diterima oleh konsumen yang menikmati cita rasa makanan Korea Selatan, seperti rasa yang cukup pedas serta rasa yang tidak terlalu manis. Pelaku UMKM yang memiliki usaha kuliner/makanan tersebut belum berhasil dalam membuat cita rasa sedemikian tersebut.

2. *Convergent Validity* Pada Faktor Kebudayaan

Dalam indikator konstruk pada faktor kebudayaan berjumlah 4 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.12 *Convergent Validity* Faktor Kebudayaan

Indikator	<i>Loading Facktor</i>	<i>Rule of Thumb</i>	<i>Keterangan</i>
FKB1	0,744	0,40	Memenuhi
FKB2	0,850	0,40	Memenuhi
FKB3	0,067	0,40	Tidak Memenuhi
FKB4	0,892	0,40	Memenuhi

Sumber: SM-PLS3 dan diolah

Berdasarkan dari data tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa di dalam variabel faktor kebudayaan dengan 4 indikator pernyataan terdapat 4 indikator pernyataan yang tidak memenuhi kriteria yaitu pada pernyataan (**FKB3**: beberapa produk lokal telah menggunakan *Brand Ambassador* dari Korea Selatan untuk meyakini konsumen, hal tersebut berpengaruh dalam penjualan produk UMKM saya). Dari pernyataan tersebut setelah dilakukannya pengolahan data menggunakan aplikasi Smart-PLS pernyataan tersebut memperoleh nilai *loading factor* 0,067 yang berarti < dari nilai *Rule of Thumb* 0,40. Pada indikator tersebut ternyata tidak semua pelaku UMKM menjual produk mereka karena pengaruh *brand ambassador*, tetapi bisa saja dikarenakan produk yang mereka jual sesuai dengan kualitas dan banyaknya peminat produk tersebut. Sehingga dalam hal ini peran *brand ambassador* dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang dijual oleh pelaku UMKM tersebut tidak cukup berpengaruh.

3. *Convergent Validity* Pada Faktor Sosial

Dalam indikator konstruk pada faktor sosial berjumlah 2 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.13 *Convergent Validity* Faktor Sosial

Indikator	<i>Loading Facktor</i>	<i>Rule of Thumb</i>	<i>Keterangan</i>
FS1	0,666	0,40	Memenuhi
FS2	0,950	0,40	Memenuhi

Sumber: SM-PLS3 dan diolah

Berdasarkan dari data tabel 4.13 diatas menunjukkan bahwa di dalam variable faktor sosial dengan 2 indikator pernyataan tidak terdapat indikator pernyataan yang tidak memenuhi kriteria. Dari pernyataan tersebut setelah dilakukannya pegolahan data menggunakan aplikasi Smart-PLS pernyataan tersebut memperoleh nilai *loading factor* 0,666; 0,950 yang berarti > dari nilai *Rule of Thumb* 0,40.

4. *Convergent Validity* Pada Faktor Pribadi

Dalam indikator konstruk pada faktor pribadi berjumlah 3 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.14 *Convergent Validity* Faktor Pribadi

Indikator	<i>Loading Facktor</i>	<i>Rule of Thumb</i>	<i>Keterangan</i>
FPR1	0,893	0,40	Memenuhi
FPR2	0,851	0,40	Memenuhi
FPR3	0,798	0,40	Memenuhi

Sumber: SM-PLS3 dan diolah

Berdasarkan dari data tabel 4.14 diatas menunjukkan bahwa di dalam variable faktor pribadi dengan 3 indikator pernyataan tidak terdapat indikator pernyataan yang tidak memenuhi kriteria. Dari pernyataan tersebut setelah dilakukannya pegolahan data menggunakan aplikasi Smart-PLS pernyataan tersebut memperoleh nilai *loading factor* 0,893; 0,851; 0,798 yang berarti > dari nilai *Rule of Thumb* 0,40.

5. *Convergent Validity* Pada Faktor Psikologis

Dalam indikator konstruk pada faktor sosial berjumlah 4 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini.

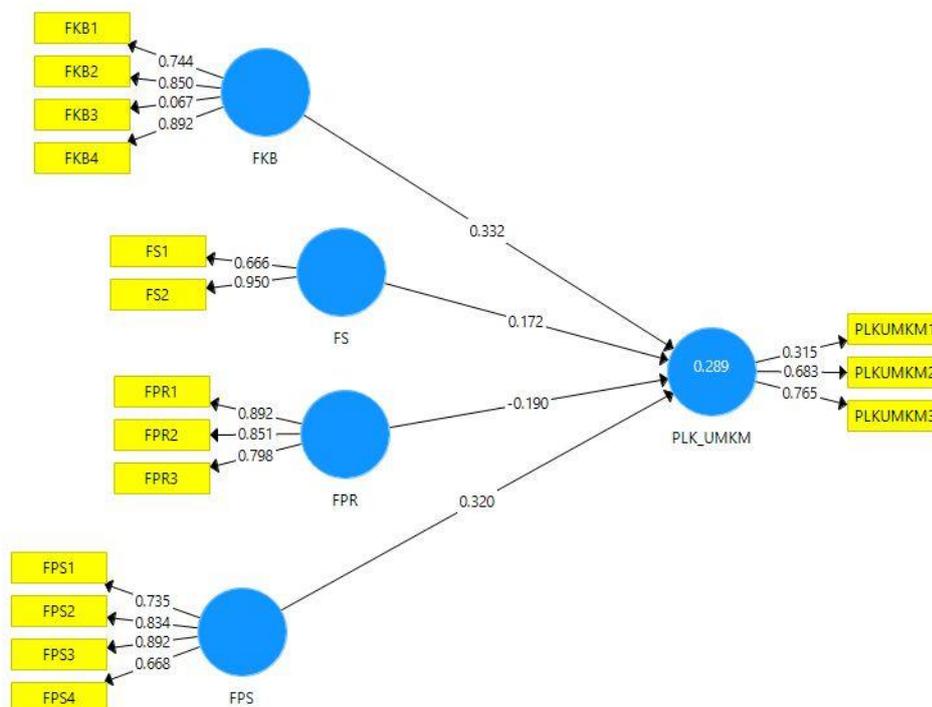
Tabel 4.15 *Convergent Validity* Faktor Psikologis

Indikator	<i>Loading Facktor</i>	<i>Rule of Thumb</i>	<i>Keterangan</i>
FPS1	0,735	0,40	Memenuhi
FPS2	0,834	0,40	Memenuhi
FPS3	0,892	0,40	Memenuhi
FPS4	0,668	0,40	Memenuhi

Sumber: SM-PLS3 dan diolah

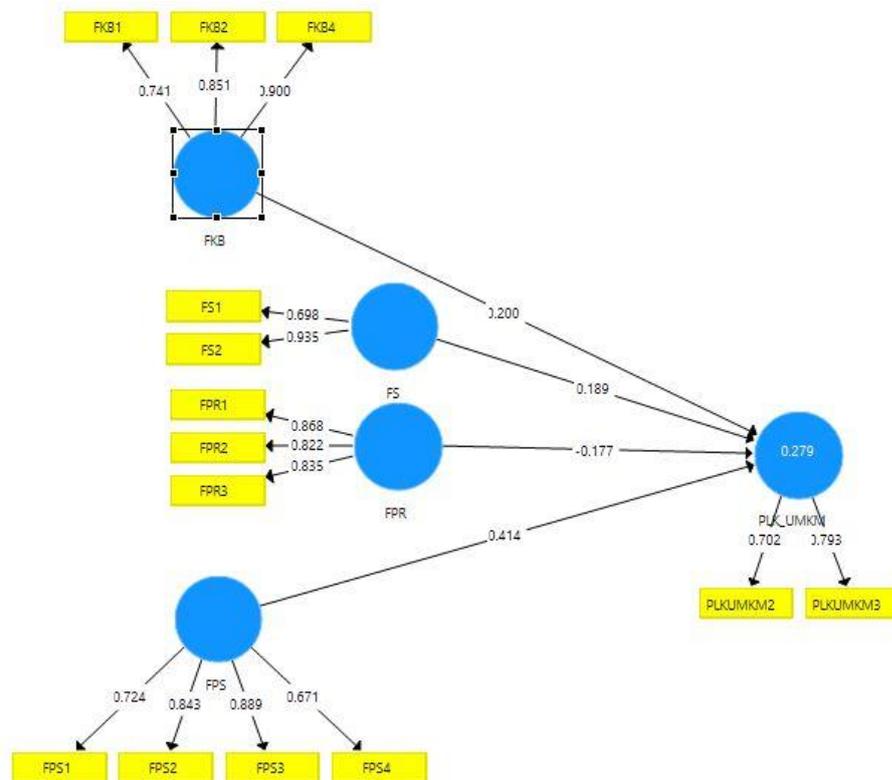
Berdasarkan dari data tabel 4.15 diatas menunjukkan bahwa di dalam variable faktor pribadi dengan 4 indikator pernyataan tidak terdapat indikator pernyataan yang tidak memenuhi kriteria. Dari pernyataan tersebut setelah dilakukannya pegolahan data menggunakan aplikasi Smart-PLS pernyataan tersebut memperoleh nilai *loading faktor* 0,735; 0,834; 0,892; dan 0,668 yang berarti > dari nilai *Rule of Thumb* 0,40.

Adapun hasil evaluasi model pengukuran pada masing-masing indikator konstruk dari *Convergent Validity* melalui *loading factor* dapat juga dikemukakan pada gambar dibawah ini.



Gambar 4.15 First Outer Loading

Berdasarkan tabel *Convergent Validity* indikator konstruk pada masing-masing variabel, dapat dikemukakan bahwa untuk indikator konstruk pada variable pelaku UMKM yang tidak memenuhi nilai *Loading Factor* yaitu PLK_UMKM1, dan variabel Faktor Kebudayaan yang tidak memenuhi nilai *Loading Factor* terdapat pada FKB3. Ketentuan dalam analisis *convergent validity*, jika nilai *loading factor* tidak terpenuhi maka indikator konstruk dibuang dan dilakukan analisis *convergent validity* kembali, yang nantinya hasil analisis dapat terpenuhi pada tahap kedua pada indikator konstruk masing-masing variable seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar 4.16 *Second Outer Loading*

6. *Convergent Validity* Pada Pelaku UMKM di Kota Medan Setelah dilakukan *Second Outer Loading*

Dalam Indikator konstruk pada pelaku UMKM di Kota Medan tentang *Korean Lifestyle* berjumlah 2 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.16 *Convergent Validity* Pelaku UMKM di Kota Medan Setelah dilakukan *Second Outer Loading*

Indikator	<i>Loading Facktor</i>	<i>Rule of Thumb</i>	<i>Keterangan</i>
PLK_UMKM2	0,702	0,40	Memenuhi
PLK_UMKM3	0,793	0,40	Memenuhi

Sumber: SM-PLS3 dan diolah

Berdasarkan dari data tabel 4.16 diatas setelah dilakukan *secon outer Loading* menunjukkan bahwa di dalam variabel pelaku UMKM di Kota Medan dengan 2 indikator pernyataan tidak terdapat indikator pernyataan yang tidak memenuhi kriteria atau semua telah sesuai yaitu (**PLK_UMKM2**: Teman saya yang menggunakan kosmetik Korea Selatan agar kulit terlihat lebih cerah mempengaruhi saya dalam menjual produk UMKM saya dan **PLK_UMKM3**: Konsumen yang menyukai *Korean Lifestyle*, menggunakan *fashion* seperti memakai baju yang *oversize* sesuai dengan yang sedang *trend* di Korea Selatan berpengaruh terhadap penjualan produk UMKM saya) dengan nilai *loading faktor* masing-masing berada diatas dari nilai *Rule of Thumb* ($> 0,40$) yang berarti semua pernyataan dapat direspon dengan baik oleh responden. Pada kedua indikator tersebut dapat dilihat bahwa kosmetik dan *fashion*/busana lebih banyak diminati oleh konsumen, sehingga para pelaku UMKM di Kota Medan sangat pandai dalam mengolah usaha bisnis mereka. Saat ini pebisnis produk *fashion* dan kosmetik ala Korea Selatan masih terbilang sedikit, belum menjamur seperti halnya bisnis busana muslim atau busana umum yang digunakan masyarakat atau anak muda di Kota Medan. Kondisi ini membuat persaingan bisnis *fashion* dan kosmetik Korea Selatan lebih memudahkan gerak pemasaran mereka karena persaingan pun tidak terlalu ketat.

7. *Convergent Validity* Pada Faktor Kebudayaan Setelah dilakukan *Second Outer Loading*

Dalam indikator konstruk pada faktor kebudayaan berjumlah 3 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.17 Convergent Validity Faktor Kebudayaan Setelah dilakukan *Second Outer Loading*

Indikator	<i>Loading Facktor</i>	<i>Rule of Thumb</i>	<i>Keterangan</i>
FKB1	0,741	0,40	Memenuhi
FKB2	0,851	0,40	Memenuhi
FKB4	0,900	0,40	Memenuhi

Sumber: SM-PLS3 dan diolah

Berdasarkan dari data tabel 4.17 setelah dilakukan *second outer loading* diatas menunjukkan bahwa di dalam variabel faktor kebudayaan dengan 3 indikator pernyataan tidak terdapat indikator pernyataan yang tidak memenuhi kriteria atau semua telah sesuai yaitu (**FKB1**: Canggihnya teknologi memudahkan saya sebagai pelaku UMKM dalam menjual atau memasarkan produk UMKM saya yang berkaitan dengan *Korean Lifestyle*, **FKB2**: Perkembangan produk UMKM saya saat ini sesuai dengan adanya *Korean Lifestyle* dan **FKB4**: Adanya media sosial memudahkan saya untuk mengetahui apa saja yang disukai konsumen tentang *Korean Lifestyle* sehingga memudahkan saya dalam mengembangkan bisnis UMKM saya) dengan nilai *loading faktor* masing-masing berada diatas dari nilai *Rule of Thumb* ($> 0,40$) yang berarti semua pernyataan dapat direspon dengan baik oleh responden.

Pada indikator tersebut dapat disimpulkan bahwa perkembangan teknologi dan peran media sosial membawa pengaruh yang cukup besar terhadap pengembangan bisnis anak muda yang memiliki usaha UMKM baik kuliner/makanan, *fashion*/busana dan juga kosmetik/alat kecantikan. Dengan adanya peran media sosial tersebut pelaku UMKM dapat melihat hal apa saja yang sedang marak terjadi akhir-akhir ini, seperti tentang hal yang berkaitan dengan

Korean Lifestyle. Penyebaran *Korean Lifestyle* itu sendiri banyak tersebar melalui media sosial. Para pelaku UMKM juga dapat mempromosikan produk-produk mereka melalui media sosial yang mereka punya, selain itu para pelaku UMKM juga dapat memodifikasi usaha mereka atau membuat suatu inovasi yang baru untuk mengembangkan bisnis UMKM mereka sesuai dengan maraknya *Korean Lifestyle* saat ini. Sehingga dalam hal ini peran faktor kebudayaan melalui perkembangan teknologi sangat memiliki peran yang cukup besar terhadap konsumen dan anak muda yang memiliki usaha bisnis UMKM di Kota Medan

8. *Convergent Validity* Pada Faktor Sosial Setelah dilakukan *Second Outer Loading*

Dalam indikator konstruk pada faktor sosial berjumlah 2 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.18 *Convergent Validity* Faktor Sosial Setelah dilakukan *Second Outer Loading*

Indikator	<i>Loading Facktor</i>	<i>Rule of Thumb</i>	<i>Keterangan</i>
FS1	0,698	0,40	Memenuhi
FS2	0,935	0,40	Memenuhi

Sumber: SM-PLS3 dan diolah

Berdasarkan dari data tabel 4.18 setelah dilakukan *secon outer loading* diatas menunjukkan bahwa di dalam variable Faktor Sosial dengan 2 indikator pernyataan tidak terdapat indikator pernyataan yang tidak memenuhi kriteria atau semua telah sesuai yaitu (**FS1**: Adanya pengaruh orang-orang di sekitar saya mempengaruhi saya dalam melakukan penjualan produk UMKM yang berkaitan dengan *Korean Lifestyle* dan **FS2**: Pendapat/ulasan dari teman saya tentang kualitas

produk-produk Korea Selatan mempengaruhi saya dalam penjualan produk UMKM saya) dengan nilai *loading faktor* masing-masing berada diatas dari nilai *Rule of Thumb* ($> 0,40$) yang berarti semua pernyataan dapat direspon dengan baik oleh responden.

Pada indikator tersebut dapat disimpulkan bahwa pengaruh orang-orang disekitar berperan penting dalam penjualan produk UMKM yang dimiliki oleh anak muda tersebut. Tidak hanya itu pendapat orang-orang terdekat dan orang-orang sekitar tentang kualitas produk yang mereka pakai juga mempengaruhi dalam penjualan produk UMKM. Sebagai makhluk sosial, manusia membutuhkan interaksi dengan orang-orang di sekitar untuk mendiskusikan berbagai masalah dan mencapai solusi yang lebih baik. Oleh karena itu, faktor sosial memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen serta penjualan untu pelaku UMKM. Orang sekitar mempengaruhi keputusan penjualan pelaku UMKM karena mereka dapat merekomendasikan produk atau merek yang mereka gunakan sebelumnya. Dalam kesimpulannya, faktor sosial memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen dipengaruhi oleh kelompok referensi, anggota keluarga, peran dalam masyarakat, dan status sosial dalam membuat keputusan pembelian dan penjualan untuk pelaku UMKM. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu memahami faktor-faktor sosial ini untuk mengembangkan strategi pemasaran yang tepat dan memenuhi kebutuhan konsumen.

9. *Convergent Validity* Pada Faktor Pribadi Setelah dilakukan *Second Outer Loading*

Dalam indikator konstruk pada faktor pribadi berjumlah 3 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.19 *Convergent Validity* Faktor Pribadi Setelah dilakukan *Second Outer Loading*

Indikator	<i>Loading Facktor</i>	<i>Rule of Thumb</i>	<i>Keterangan</i>
FPR1	0,868	0,40	Memenuhi
FPR2	0,822	0,40	Memenuhi
FPR4	0,835	0,40	Memenuhi

Sumber: SM-PLS dan diolah

Berdasarkan dari data tabel 4.21 setelah dilakukan *second outer loading* diatas menunjukkan bahwa di dalam variable Faktor Pribadi dengan 3 indikator pernyataan tidak terdapat indikator pernyataan yang tidak memenuhi kriteria atau semua telah sesuai yaitu (**FPR1**: Modal usaha yang saya dapat dipengaruhi karena penjualan produk UMKM saya yang berkaitan dengan *Korean Lifestyle*, **FPR2**: Adanya *Korean Lifestyle* merubah gaya hidup atau selera konsumen sehingga berpengaruh dalam penjualan produk UMKM saya yang berkaitan dengan *Korean Lifestyle* dan **FPR4**: Sebagian besar konsumen memiliki pendapatan ditingkat kelas sosial menengah, sehingga mempengaruhi saya dalam menetapkan harga dalam produk UMKM saya) dengan nilai *loading faktor* masing-masing berada diatas dari nilai *Rule of Thumb* ($> 0,40$) yang berarti semua pernyataan dapat direspon dengan baik oleh responden.

Pada indikator tersebut bahwa dengan adanya *Korean Lifestyle* beberapa penikmat atau konsumen telah merubah gaya hidup atau selera mereka, hal tersebut menjadi peluang untuk pelaku UMKM dalam menjual produk mereka sesuai dengan keinginan konsumen. Penjualan tersebut yang nantinya akan menghasilkan modal usaha mereka. Penjual atau pelaku UMKM telah melihat bahwa konsumen atau penikmat *Korean Lifestyle* lebih banyak anak muda yang masih berpendidikan maupun bekerja. Dengan demikian setelah melihat jenis konsumen tersebut, pelaku UMKM akan menetapkan harga penjualan produk mereka sesuai dengan tingkat kelas sosial konsumen dan pada faktor pribadi ini memiliki peran yang cukup penting dalam penjualan produk UMKM.

10. *Convergent Validity* Pada Faktor Psikologis Setelah dilakukan *Second Outer Loading*

Dalam indikator konstruk pada faktor sosial berjumlah 4 indikator konstruk. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai *convergent validity* melalui *loading factor* pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.20 *Convergent Validity* Faktor Psikologis Setelah dilakukan *Second Outer Loading*

Indikator	<i>Loading Facktor</i>	<i>Rule of Thumb</i>	<i>Keterangan</i>
FPS1	0,724	0,40	Memenuhi
FPS2	0,843	0,40	Memenuhi
FPS3	0,889	0,40	Memenuhi
FPS4	0,671	0,40	Memenuhi

Sumber: SM-PLS3 dan diolah

Berdasarkan dari data tabel 4.20 setelah dilakukan *secon outer loading* diatas menunjukkan bahwa di dalam variabel Faktor Psikologis dengan 4 indikator pernyataan tidak terdapat indikator pernyataan yang tidak memenuhi kriteria atau semua telah sesuai yaitu (**FPS1**: Masyarakat/konsumen yang menyukai *Korean Lifestyle* membantu dalam perkembangan bisnis UMKM saya, **FPS2**: Kualitas produk akan meyakinkan konsumen dalam memilih produk UMKM saya yang berkaitan dengan *Korean Lifestyle*, **FPS3**: Adanya *Korean Lifestyle*, saya sebagai anak muda akan termotivasi dalam mengembangkan bisnis UMKM saya yang berkaitan dengan produk *Korean Lifestyle* dan **FPS4**: Dengan adanya penikmat *Korean Lifestyle* atau konsumen sebagai fans beberapa *selebrity* dari Korea Selatan memberi pengaruh besar bagi saya dalam menjalankan bisnis UMKM saya) dengan nilai *loading faktor* masing-masing berada diatas dari nilai *Rule of Thumb* ($> 0,40$) yang berarti semua pernyataan dapat direspon dengan baik oleh responden.

Pada indikator tersebut bahwa adanya *Korean Lifestyle* sangat membantu para pelaku UMKM di Kota Medan dalam menjual produk mereka. Pelaku UMKM juga sangat memperhatikan kualitas produk yang mereka jual agar para konsumen tidak kecewa ketika melakukan pembelian. Maraknya *Korean Lifestyle* di Kota Medan akan menumbuhkan sikap kreatif dan inovatif anak muda dalam mengembangkan bisnis UMKM mereka. Mereka dapat menyesuaikan produk-produk yang mereka jual dengan selera konsumen. Saat ini cukup banyak anak muda yang menikmati adanya *Korean Lifestyle* seperti para *fans* yang menyukai beberapa *selebrity* dari Korea Selatan. Mereka sebagai penikmat tersebut secara langsung akan meniru apa yang dilakukan idola mereka, seperti cara berpakaian, konsumsi makanan, serta penggunaan produk kecantikan. Hal tersebut

sangat berpengaruh besar pada penjualan produk UMKM. Dengan demikian faktor psikologis ini sangat berperan penting dalam menentukan penjualan dan mengembangkan usaha bisnis UMKM mereka.

B. Discriminante Validity

Dalam analisis *discriminant validity* dimana model pengukuran pada masing-masing indikator konstruk bersifat reflektif dilakukan dengan cara melihat nilai *cross loading* pada masing-masing variabel. Dalam pengujian *discriminant validity* menggunakan *Average Variance Extracted (AVE)*. Adapun parameter *cross loading* dalam menilai nilai *average variance extracted* untuk mengetahui tingkat validitas dari masing-masing indikator konstruk pada setiap variable direkomendasikan lebih besar dari 0,50 ($> 0,50$) (Ghozali dan Latan, 2012). Hasil analisis *discriminant validity* dapat dikemukakan pada table di bawah ini.

Tabel 4.21 Discriminante Validity Pada Avarage Extracted (AVE)

Variabel	Nilai AVE
Pelaku UMKM di Kota Medan	0,561
Faktor Kebudayaan	0,694
Faktor Sosial	0,681
Faktor Pribadi	0,709
Faktor Psikologis	0,619

Sumber: SM-PLS3 dan diolah

Berdasarkan hasil running data Tabel 4.21 memperlihatkan nilai *average variance extracted (AVE)* pada masing-masing variabel pelaku UMKM di Kota Medan, faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis telah memenuhi kriteria dalam *discriminant validity*, hal ini dinilai dari *average variance*

extracted (AVE) yang lebih besar dari pada 0,50 ($> 0,50$). Rata-rata varian ekstrak dengan nilai $< 0,50$ digunakan sebagai penentu validitas konvergen. Maka, jika nilai rata-rata $< 0,50$ dapat dinyatakan tidak valid secara konvergen.

C. *Composite Reliability*

Dalam melakukan uji reliabilitas yang bertujuan untuk membuktikan seberapa akurat, konsistensi dan ketepatan instrument didalam mengukur suatu konstruk. Penggunaan *composite reliability* bertujuan untuk menguji reliabilitas suatu konstruk (Ghozali dan Latan, 2012). Konstruk dinyatakan *reliable* jika nilai *composite reliability* maupun *cronbach alpha* $> 0,70$ (Ghozali & Latan, 2015). Hasil dari analisis data memperlihatkan sebagai berikut.

Tabel 4.22 *Composite Reliability*

Variabel	Nilai <i>Composite Reliability</i>	Keterangan
Pelaku UMKM di Kota Medan	0,718	Reliabel
Faktor Kebudayaan	0,871	Reliabel
Faktor Sosial	0,807	Reliabel
Faktor Pribadi	0,880	Reliabel
Faktor Psikologis	0,865	Reliabel

Sumber: SM-PLS3 dan diolah

Berdasarkan data tabel 4.22 diatas dapat dipahami bahwa masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai *reliabilitas* yang berbeda-beda dengan nilai *cronbach'alpha* pada variabel pelaku UMKM di Kota Medan sebesar 0,718 untuk variabel faktor kebudayaan sebesar 0,871 untuk variabel faktor sosial sebesar 0,807 untuk variabel faktor pribadi sebesar 0,880 dan untuk variabel faktor psikologis sebesar 0,865. Nilai uji reliabilitas instrumen tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai ketentuan koefisien reliabilitas

(*Cronbach Alpha*) > 0,70 hasil perbandingan nilai *cronbach alpha* seluruh variabel penelitian dinyatakan lebih besar dari nilai reliabilitasnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa instrument pada variabel penelitian ini semuanya memiliki tingkat reliabilitas yang baik, atau dengan kata lain memiliki kehandalan (terpercaya) dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

D. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Dalam Pengujian pada model strukturan (*inner model*) bertujuan untuk melihat hubungan antara variable. Pengukuran dilakukan dengan melihat nilai *R-Square* yang nantinya dapat diketahui tingkat variance terhadap perubahan variable independent terhadap variable dependent. Hasil analisis *R-Square* ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.23 R-Squared

Variabel	R-Squared
Pelaku UMKM di Kota Medan	0,279

Sumber: SM-PLS3 dan diolah

Berdasarkan Tabel 4.23 diatas yang memperlihatkan nilai *R-Square* pada variable Pelaku UMKM di Kota Medan sebesar 0,279. Maka dapat dijelaskan bahwa varian pada variabel faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis mampu menjelaskan variabel Pelaku UMKM di Kota Medan sebesar 0,279 atau sebesar 27,9%.

E. F Squared

F squared digunakan untuk menilai dampak relatif dari suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun nilai *f squared* dari analisis data tersebut adalah sebagai berikut.

Tabel 4.24 F-Squared

Variabel	F Squared
Faktor Kebudayaan → Pelaku UMKM di Kota Medan	0,020
Faktor Sosial →Pelaku UMKM di Kota Medan	0,044
Faktor Pribadi →Pelaku UMKM di Kota Medan	0,013
Faktor Psikologis →Pelaku UMKM di Kota Medan	0,079

Sumber: SM-PLS3 dan diolah

Berdasarkan Tabel 4.24 diatas dapat dinyatakan bahwa pengujian *f squared* sebagai berikut:

1. Pengaruh Faktor Kebudayaan terhadap Pelaku UMKM di Kota Medan memiliki nilai *f squared* sebesar 0,020. Hal ini mengidentifikasikan bahwa Pengaruh Faktor Kebudayaan terhadap Pelaku UMKM di Kota Medan tergolong sedang (medium).
2. Pengaruh Faktor Sosial terhadap Pelaku UMKM di Kota Medan memiliki nilai *f squared* sebesar 0,044. Hal ini mengidentifikasikan bahwa Pengaruh Faktor Sosial terhadap Pelaku UMKM di Kota Medan tergolong kecil (lemah).
3. Pengaruh Faktor Pribadi terhadap Pelaku UMKM di Kota Medan memiliki nilai *f squared* sebesar 0,013. Hal ini mengidentifikasikan bahwa Pengaruh Faktor Pribadi terhadap Pelaku UMKM di Kota Medan tergolong kecil (lemah).
4. Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Pelaku UMKM di Kota Medan memiliki nilai *f squared* sebesar 0,079. Hal ini mengidentifikasikan bahwa Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Pelaku UMKM di Kota Medan tergolong kecil (lemah).

F. Pengujian Hipotesisi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SM-PLS dalam uji hipotesis, maka dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 4.25 Uji Hipotesis

<i>Original Sampel</i>		<i>T-Statistic</i>	<i>P-Values</i>	Keputusan
FKB-PLK_UMKM	0,200	0,804	0,212	<i>H₀</i> - diterima
FS-PLK_UMKM	0,189	1,317	0,095	<i>H₀</i> - diterima
FPR-PLK_UMKM	-0,177	0,699	0,243	<i>H₀</i> - diterima
FPS-PLK_UMKM	0,414	2,363	0,010	<i>H₀</i> - ditolak

Sumber: SM-PLS dan diolah

Pada Tabel 4.24 dapat dijelaskan bahwa ketentuan dalam pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai original sample sebagai nilai coefficient atau disebut juga nilai beta. Dalam menetapkan penerimaan atau penolakan pada H_0 dalam pengujian hipotesis, dapat dilihat dari nilai pada kolom *T Statistic* dan nilai pada kolom *P Values*. Adapun ketentuannya adalah jika nilai *t statistic* lebih besar dari nilai *t table* ($t_{statistic} > t_{tabel}$) pada taraf signifikansi 5 % (*t table* dilihat dari jumlah sampel, dimana sampel pada penelitian ini berjumlah 82 responden) atau menggunakan nilai *P Value* dengan ketentuan jika $< 0,05$ dimana kesimpulannya tolak H_0 , dengan demikian dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan, begitu juga sebaliknya. Hasil Analisis Data sebagai berikut:

1. Pengaruh Faktor Kebudayaan terhadap Pelaku UMKM di Kota Medan (FKB → PLK_UMKM)

Berdasarkan tabel 4.24 memperlihatkan bahwa Pengaruh Faktor Kebudayaan terhadap Pelaku UMKM di Kota Medan diperoleh nilai *t statistic* sebesar 0,804 sementara nilai *t table* pada taraf signifikan 5% diperoleh sebesar 1,991 berdasarkan

jumlah sampel sebesar 82 responden. Maka dapat disimpulkan bahwa t statistik $< t$ tabel ($0,804 < 1,991$), untuk menguatkan hasil analisis ini dapat juga menggunakan *P Value*, dengan ketentuan $p < 0,05$. Berdasarkan hasil analisis data memperlihatkan nilai $0,212 > 0,05$. Ketentuannya diterima H_0 , maka disimpulkan bahwa Faktor Kebudayaan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap Pelaku UMKM di Kota Medan.

2. Pengaruh Faktor Sosial terhadap Pelaku UMKM di Kota Medan (FS → PLK_UMKM)

Berdasarkan tabel 4.26 memperlihatkan bahwa diperoleh nilai t statistik sebesar 1,317, sementara nilai t tabel pada taraf signifikan 5% diperoleh sebesar 1,991 berdasarkan jumlah sampel sebesar 82 responden. Maka dapat disimpulkan bahwa t statistik $< t$ tabel ($1,317 < 1,991$), untuk menguatkan hasil analisis ini dapat juga menggunakan *P Value*, dengan ketentuan $p < 0,05$. Berdasarkan hasil analisis data memperlihatkan nilai $0,095 > 0,05$. Ketentuannya diterima H_0 , maka disimpulkan bahwa Faktor Sosial tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap Pelaku UMKM di Kota Medan.

3. Pengaruh Faktor Pribadi terhadap Pelaku UMKM di Kota Medan (FS → PLK_UMKM)

Berdasarkan tabel 4.26 memperlihatkan bahwa diperoleh nilai t statistik sebesar 0,699, sementara nilai t tabel pada taraf signifikan 5% diperoleh sebesar 1,991 berdasarkan jumlah sampel sebesar 82 responden. Maka dapat disimpulkan bahwa t statistik $< t$ tabel ($0,699 < 1,991$), untuk menguatkan hasil analisis ini dapat juga menggunakan *P Value*, dengan ketentuan $p < 0,05$. Berdasarkan hasil analisis data memperlihatkan nilai $0,243 > 0,05$. Ketentuannya diterima H_0 , maka disimpulkan

bahwa Faktor Pribadi tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap Pelaku UMKM di Kota Medan.

4. Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Pelaku UMKM di Kota Medan (FS → PLK_UMKM)

Berdasarkan tabel 4.26 memperlihatkan bahwa diperoleh nilai t statistik sebesar 2,363, sementara nilai t tabel pada taraf signifikan 5% diperoleh sebesar 1,991 berdasarkan jumlah sampel sebesar 82 responden. Maka dapat disimpulkan bahwa $t \text{ statistik} > t \text{ tabel}$ ($2,363 > 1,991$), untuk menguatkan hasil analisis ini dapat juga menggunakan P Value, dengan ketentuan $p < 0,05$, berdasarkan hasil analisis data memperlihatkan nilai $0,010 < 0,05$. Ketentuannya ditolak H_0 , maka disimpulkan bahwa Faktor Psikologis memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Pelaku UMKM di Kota Medan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hubungan kerjasama antar negara Indonesia dan Korea Selatan diperlukan untuk memenuhi kebutuhan hidup dalam tata pergaulan internasional, demi terciptanya perdamaian dan kesejahteraan hidup bahkan untuk negara maju sekalipun tetap membutuhkan negara lain agar dapat mengkonversi kekayaannya dengan bahan-bahan baku yang dihasilkan oleh negara lain.
2. Dalam perkembangan ekspor impor Korea Selatan dan Indonesia pada tahun 2017-2022 dapat ditarik kesimpulan bahwa disetiap tahunnya kegiatan ekspor dan impor kedua Negara tersebut mengalami dinamika yang tidak stabil. Namun pada tahun 2022 nilai ekspor dan impor kedua negara tersebut mengalami peningkatan. Dengan meningkatnya nilai impor negara Korea Selatan ke Indonesia maka akan membawa pengaruh buruk seperti menurunnya produksi di dalam negeri yang akan menyebabkan tingkat pengangguran meningkat dan pendapatan menurun sehingga daya beli masyarakat juga menurun kemudian jika nilai ekspor Indonesia ke Korea Selatan meningkat maka negara Indonesia akan memiliki lebih banyak pendapatan yang nantinya akan digunakan untuk pembangunan di negara Indonesia.

3. Ekspor Komoditi/barang pakaian jadi (konveksi) harus lebih ditingkatkan ke Korea Selatan karena peluang untuk memasarkan produk dalam negeri ke Negara Korea Selatan adalah hal yang cukup baik. Karena Korea Selatan merupakan Negara yang memiliki jaringan internet tercepat di dunia dan orang-orang Korea Selatan cenderung untuk mencari informasi melalui internet. Salah satu cara efektif dalam memperkenalkan produk lokal Indonesia maupun perusahaan secara global adalah memiliki *website*, dengan begitu produk-produk lokal Indonesia dapat dilihat oleh negara Korea Selatan.
4. Berdasarkan hasil regresi pertama dengan menggunakan 4 variabel independen, yaitu pendapatan per kapita, nilai tukar, jumlah penduduk dan inflasi menunjukkan hasil yang tidak BLUE, dimana variabel jumlah penduduk memiliki korelasi yang tinggi. Sehingga variabel akhir yang digunakan adalah pendapatan per kapita, nilai tukar dan inflasi.
5. Hasil regresi kedua yaitu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel pendapatan per kapita, nilai tukar dan inflasi terhadap impor.
6. Pada saat melakukan estimasi terhadap impor Korea Selatan terdapat bahwa faktor yang mempengaruhi Impor Korea Selatan pada tahun 2014-2022 yaitu Pendapatan per kapita (GDP), Nilai Tukar (KURS) dan Inflasi (INF)
7. Pendapat/persepsi anak muda sebagai pelaku UMKM di Kota Medan terhadap faktor yang mempengaruhi perilaku dan pengembangan bisnis UMKM anak muda di Kota Medan dengan adanya *Korean Lifestyle* yaitu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada faktor psikologis

terhadap perilaku dan pengembangan bisnis UMKM anak muda di Kota Medan dengan adanya *Koreal Lifestyle*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan bagi pemerintah agar mengurangi impor karena terjadinya peningkatan impor barang dari negara lain dibandingkan produksi barang sejenis di dalam negeri akan mengancam dan mengakibatkan kerugian yang serius terhadap industri dalam negeri yang memproduksi barang serupa. Pemerintah harus memperhatikan pertumbuhan ekspor agar dapat lebih meningkatkan kapasitas perekonomian dan pemerintah harus meyakinkan dunia bahwa ekspor Indonesia dapat lebih baik dan meningkat, agar bisa menaikkan jumlah devisa melalui kebijakan menaikkan ekspor di negara Indonesia. Kebijakan-kebijakan yang berhubungan dengan ekspor sebaiknya ditingkatkan agar industri dalam negeri dapat mengekspor ke pasar internasional.
2. Diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel lain sebagai faktor yang dapat mempengaruhi variabel dependen tersebut yang tidak diteliti dalam penelitian ini dan diharapkan juga peneliti selanjutnya dapat menambahkan jumlah sampel dan jumlah indikator yang dianggap penting pada setiap variabel yang akan digunakan. Hal ini bertujuan agar dapat meningkatkan keakuratan data.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, W. (2023). *Pengaruh Budaya Korean Wave Terhadap Peluang Bisnis Pada Penggemar NCT (NCTZEN) di Jakarta*. Skripsi Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Jenis Barang Ekspor Indonesia Ke Korea Selatan Tahun 2017-2021*. Indonesia: BPS www.bps.go.id.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Nilai Ekspor Berdasarkan Negara Tujuan Tahun 2017-2021*. Indonesia: BPS www.bps.go.id.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Nilai Impor Berdasarkan Negara Asal Tahun 2017-2021*. Indonesia: BPS www.bps.go.id.
- Dominick, S. (2013). *Ekonomi Internasional*. Online Resources.
- Dwi, F. (2021). *Pengaruh Budaya Populer Korea Terhadap Perubahan Perilaku Remaja di Kota Palembang*. Skripsi Mahasiswa Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial UIN Raden Fatah Palembang.
- Febrianti, D. (2021). *Pengaruh Budaya Populer Korea Terhadap Perubahan Perilaku Remaja Di Kota Palembang*. Skripsi Mahasiswa Ilmu Sosial dan Politik UIN Raden Fatah Palembang.
- Ghozali, Imam, Hengky Latan. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart-PLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: BP UNDIP.
- Hair, J.F., Black, W.J., Babin, B.J., & Anderson, R.E., & Tathan, R.L (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- RS, P. H. (2023). *Model Self Distrupction POLA PERUBAHAN PERILAKU DAN MINDSET GENERASI MILENIAL SEBAGAI P*. Medan: UMSU Press.

- Karyoto. (2021). *Proses Pengembangan Usaha*. Online Resources.
- Mankiw, N.Georgy., Euston Quah., & P. W. (2014). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: Salemba.
- Mankiw,N Georgy., Euston Quah., & P. W. (2003). *Pengantar Ekonomi Jilid I dan II*. Jakarta: Erlangga.
- Mankiw,N Georgy., Euston Quah., & P. W. (2013). *Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta: Salemba.
- Pindyck, Robert S., & D. L. R. (2013). *Mikroekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Remmang Hasanuddin. (2021). *Perencanaan Bisnis UMKM*. Makasar: CV Sah Media.
- Rompas, R. P. I. (2019). Hubungan Dagang Internasional Indonesia dan Korea Selatan, 2011-2016. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 8 (1), 1906–1920.
- Sharma, S. (1996). *Applied Multivariate techniques*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Tri, W. S. (2020). *Konsep dan Penerapan Ekonometrika Menggunakan Eviews*. Depok: Rajawali Pers.

LAMPIRAN

A. Data Regresi Linier Berganda (Diolah)

Tahun	M (US\$)	GDP Kap (Milyar Rupiah)	KURS (Dollar US)	JP (Juta Jiwa)	INF (%)
2014					
Kuartal 1	13.494,76	2.058.584,90	11.754,66	250.635,10	11,2625
Kuartal 2	12.327,04	2.137.385,60	11.704,00	251.685,60	9,1325
Kuartal 3	11.263,54	2.207.343,60	11.840,00	252.690,50	7,295
Kuartal 4	10.302,26	2.161.552,50	12.239,33	253.649,00	5,75
2015					
Kuartal 1	9.449,213	2.158.040,00	12.727,33	254.561,00	4,4975
Kuartal 2	8.698,388	2.238.704,40	13.160,00	255.426,40	3,5375
Kuartal 3	8.051,788	2.312.843,50	14.055,00	256.245,30	2,87
Kuartal 4	7.509,413	2.272.929,20	13.758,00	257.017,70	2,495
2016					
Kuartal 1	6.831,778	2.264.721,00	13.505,66	257.635,10	3,0
Kuartal 2	6.593,687	2.355.445,00	13.333,00	258.357,90	2,975
Kuartal 3	6.555,534	2.429.260,60	13.130,66	259.077,60	3,0075
Kuartal 4	6.717,441	2.385.186,80	13.350,00	259.794,20	3,0975
2017					
Kuartal 1	7.654,584	2.378.146,40	13.337,00	260.508,30	3,555938
Kuartal 2	7.986,441	2.473.512,90	13.322,33	261.218,50	3,636563
Kuartal 3	8.288,228	2.552.296,90	13.388,66	261.725,40	3,650313
Kuartal 4	8.559,947	2.508.971,90	13.544,66	262.629,00	3,597188
2018					
Kuartal 1	8.981,769	2.498.697,50	13.628,66	263.361,80	3,299063
Kuartal 2	9.121,281	2.603.852,60	14.077,33	264.045,80	3,183438
Kuartal 3	9.158,656	2.68.4332,20	14.684,33	264.713,50	3,072188
Kuartal 4	9.093,894	2.638.969,60	14.682,33	265.364,90	2,965313
2019					
Kuartal 1	8.812,947	2.625.180,50	14.126,00	265.935,60	2,972188
Kuartal 2	8.589,528	2.735.414,10	14.247,00	266.580,20	2,830313
Kuartal 3	8.309,591	2.818.812,70	14.145,66	267.234,20	2,659063
Kuartal 4	7.973,134	2.769.748,10	14.003,66	267.897,60	2,428438
2020					
Kuartal 1	6.790,472	2.703.027,10	14.784,33	268.533,50	1,877813
Kuartal 2	6.656,853	2.589.769,20	14.730,66	269.230,60	1,694687
Kuartal 3	6.782,591	2.720.481,30	14.708,33	269.952,00	1,588438
Kuartal 4	7.167,684	2.709.721,70	14.307,66	270.697,50	1,559062

2021					
Kuartal 1	8.505,338	2.684.447,50	14.292,00	271.525,90	1,259688
Kuartal 2	9.131,863	2.773.067,20	14.424,66	272.296,50	1,522813
Kuartal 3	9.740,463	2.816.494,70	14.390,66	273.067,80	2,001563
Kuartal 4	10.331,14	2.846.068,50	14.269,33	273.839,80	2,665938
2022					
Kuartal 1	10.903,89	2.819.330,40	14.367,00	274.612,70	3,605938
Kuartal 2	11.458,71	2.924.458,00	14.603,33	275.386,20	4,731542
Kuartal 3	11.995,61	2.977.972,90	15.026,66	276.160,50	6,072812
Kuartal 4	12.514,59	2.988.636,50	15.670,00	276.935,70	7,629687

B. Kuesioner Penelitian

Faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku dan pengembangan bisnis UMKM anak muda dengan adanya *Korean Lifestyle* di Kota Medan

- Penggunaan Skala Linkert Numerik:

Tidak Setuju

Setuju



I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Usia : 15-20 tahun 21-30 tahun
 31-40 tahun 41 tahun ke atas

Jenis Kelamin : laki-laki perempuan

Nama Usaha :

Alamat Usaha :

Jenis Usaha yang dimiliki : Kuliner/makanan
 Fashion/busana

Kosmetik/alat kecantikan

Saya mengenal *Korean Lifestyle* melalui : Drama Korea
 Musik Pop Korea
 Youtube /media sosial lainnya

Fashion/busana yang saya jual : Baju/atasan
 Celana dan Rok
 Kemeja dan *Blues*
 Hoodie/Sweater
 Seluruhnya

II. PERNYATAAN

- **Pelaku UMKM di Kota Medan**

1. Cita rasa produk makanan yang saya jual sesuai dengan selera konsumen akan cita rasa makanan Korea Selatan

Tidak Setuju

Setuju

(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)

2. Teman saya yang menggunakan kosmetik Korea Selatan agar kulit terlihat lebih cerah mempengaruhi saya dalam menjual produk UMKM saya

Tidak Setuju

Setuju

(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)

3. Konsumen yang menyukai *Korean Lifestyle*, menggunakan *fashion* seperti memakai baju yang *oversize* sesuai dengan yang sedang *trend* di Korea Selatan berpengaruh terhadap penjualan produk UMKM saya

Tidak Setuju

Setuju

① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦

• **Faktor Kebudayaan**

1. Canggihnya teknologi memudahkan saya sebagai pelaku UMKM dalam menjual atau memasarkan produk UMKM saya yang berkaitan dengan *Korean Lifestyle*

Tidak Setuju

Setuju

① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦

2. Perkembangan produk UMKM saya saat ini sesuai dengan adanya *Korean Lifestyle*

Tidak Setuju

Setuju

① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦

3. Beberapa produk lokal telah menggunakan *Brand Ambassador* dari Korea Selatan untuk meyakini konsumen, hal tersebut berpengaruh dalam penjualan produk UMKM saya

Tidak Setuju

Setuju

① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦

4. Adanya media sosial memudahkan saya untuk mengetahui apa saja yang disukai konsumen tentang *Korean Lifestyle* sehingga memudahkan saya dalam mengembangkan bisnis UMKM saya

Tidak Setuju

Setuju

1 2 3 4 5 6 7

- **Faktor Sosial**

1. Adanya pengaruh orang-orang di sekitar saya mempengaruhi saya dalam melakukan penjualan produk UMKM yang berkaitan dengan *Korean Lifestyle*

Tidak Setuju

Setuju

1 2 3 4 5 6 7

2. Pendapat/ulasan dari teman saya tentang kualitas produk-produk Korea Selatan mempengaruhi saya dalam penjualan produk UMKM saya

Tidak Setuju

Setuju

1 2 3 4 5 6 7

- **Faktor Pribadi**

1. Modal usaha yang saya dapat dipengaruhi karena penjualan produk UMKM saya yang berkaitan dengan *Korean Lifestyle*

Tidak Setuju

Setuju

1 2 3 4 5 6 7

2. Adanya *Korean Lifestyle* merubah gaya hidup atau selera konsumen sehingga berpengaruh dalam penjualan produk UMKM saya yang berkaitan dengan *Korean Lifestyle*

Tidak Setuju

Setuju



3. Sebagian besar konsumen memiliki pendapatan ditingkat kelas sosial menengah, sehingga mempengaruhi saya dalam menetapkan harga dalam produk UMKM saya

Tidak Setuju

Setuju



- **Faktor Psikologis**

1. Masyarakat/konsumen yang menyukai *Korean Lifestyle* membantu dalam perkembangan bisnis UMKM saya

Tidak Setuju

Setuju



2. Kualitas produk akan meyakinkan konsumen dalam memilih produk UMKM saya yang berkaitan dengan *Korean Lifestyle*

Tidak Setuju

Setuju



3. Adanya *Korean Lifestyle*, saya sebagai anak muda akan termotivasi dalam mengembangkan bisnis UMKM saya yang berkaitan dengan produk *Korean Lifestyle*

Tidak Setuju

Setuju



4. Dengan adanya penikmat *Korean Lifestyle* atau konsumen sebagai fans beberapa *celebrity* dari Korea Selatan memberi pengaruh besar bagi saya dalam menjalankan bisnis UMKM saya

Tidak Setuju

Setuju



- **Jawaban Kuesioner Variabel Pelaku UMKM di Kota Medan**

No	PLK_UMKM1	PLK_UMKM2	PLK_UMKM3
1	4	7	7
2	4	7	7
3	7	7	6
4	4	7	7
5	4	6	7
6	1	7	7
7	3	6	6
8	2	7	6
9	7	6	7
10	4	6	7
11	4	7	7
12	4	7	7
13	1	7	7
14	1	6	5
15	1	6	6
16	1	7	7
17	1	7	7
18	1	7	7
19	1	7	7
20	1	7	7
21	7	7	7
22	7	6	7
23	7	7	7
24	4	7	7
25	5	7	4
26	1	6	6
27	1	7	7
28	7	7	7
29	1	5	7
30	1	7	7
31	1	7	7
32	1	7	7
33	1	7	7
34	5	7	7
35	1	7	7
36	1	6	7
37	6	6	7
38	1	6	7
39	1	7	7
40	7	7	7

41	1	6	6
42	1	7	7
43	6	5	6
44	1	6	7
45	1	7	7
46	7	7	7
47	1	6	7
48	1	7	7
49	1	7	7
50	1	7	7
51	1	7	7
52	1	7	7
53	1	6	6
54	1	5	7
55	7	7	7
56	7	7	7
57	7	7	7
58	6	7	7
59	1	7	7
60	1	7	7
61	1	7	6
62	1	7	6
63	7	6	7
64	7	7	7
65	1	7	7
66	1	7	7
67	1	7	7
68	7	7	7
69	7	7	6
70	1	5	7
71	1	6	6
72	1	7	7
73	1	6	7
74	1	7	7
75	6	7	7
76	7	7	7
77	7	7	7
78	1	7	7
79	1	7	7
80	2	7	4
81	1	7	7
82	7	6	7

- **Jawaban Kuesioner Variabel Faktor Kebudayaan**

No	FKB1	FKB2	FKB3	FKB4
1	7	6	5	7
2	7	7	4	7
3	7	4	4	7
4	7	7	1	5
5	4	6	7	7
6	7	7	7	7
7	4	2	4	6
8	7	2	1	3
9	7	5	5	7
10	5	4	5	5
11	6	4	7	7
12	7	4	6	7
13	7	3	3	5
14	7	2	4	5
15	7	3	3	7
16	7	1	1	4
17	7	7	4	7
18	7	4	1	7
19	7	6	7	7
20	7	1	1	4
21	7	7	1	7
22	7	7	3	7
23	7	7	4	7
24	7	4	4	7
25	7	5	1	7
26	7	6	7	7
27	7	5	5	6
28	7	7	7	7
29	7	5	7	6
30	7	7	4	7
31	6	7	1	7
32	7	6	7	7
33	7	7	1	7
34	7	7	1	7
35	7	5	6	6
36	7	7	1	7
37	7	7	1	7
38	7	6	6	7
39	7	7	7	7
40	7	7	1	7

41	7	7	7	7
42	7	6	6	7
43	7	7	6	4
44	6	4	5	6
45	7	7	7	7
46	7	7	7	7
47	5	4	4	6
48	7	7	7	7
49	7	5	5	7
50	7	7	4	7
51	7	7	4	7
52	7	7	7	7
53	6	6	6	6
54	5	5	4	5
55	7	7	4	7
56	7	7	4	7
57	7	7	3	7
58	6	6	7	6
59	7	7	3	7
60	7	7	4	7
61	7	5	3	6
62	7	7	7	7
63	7	7	1	7
64	7	7	1	7
65	7	7	4	7
66	6	6	5	6
67	7	7	5	7
68	7	7	4	7
69	7	7	3	7
70	7	6	5	6
71	7	7	5	5
72	7	7	7	7
73	6	6	6	6
74	7	7	7	7
75	7	6	4	6
76	7	7	4	7
77	7	6	3	7
78	7	7	3	7
79	7	7	1	7
80	2	1	3	2
81	2	3	3	4
82	7	6	6	7

- **Jawaban Kuesioner Variabel Faktor Sosial**

No	FS1	FS2
1	7	6
2	7	7
3	6	6
4	7	6
5	7	7
6	6	7
7	6	7
8	7	7
9	5	7
10	6	7
11	4	7
12	7	7
13	6	6
14	7	6
15	5	6
16	6	7
17	7	7
18	7	7
19	5	7
20	5	5
21	7	7
22	6	7
23	7	6
24	5	5
25	6	5
26	7	7
27	7	6
28	7	7
29	7	5
30	7	7
31	7	6
32	7	7
33	7	7
34	6	7
35	7	7
36	5	7
37	7	6
38	7	6
39	7	7
40	7	7
41	7	6
42	7	6

43	5	5
44	6	6
45	6	6
46	7	7
47	5	7
48	7	7
49	6	7
50	5	5
51	7	7
52	7	7
53	6	6
54	5	5
55	5	6
56	6	6
57	7	7
58	6	6
59	7	7
60	6	6
61	5	5
62	7	7
63	5	6
64	7	7
65	7	7
66	6	6
67	7	7
68	7	7
69	7	7
70	7	6
71	6	6
72	7	7
73	6	6
74	7	7
75	5	6
76	7	7
77	7	7
78	7	7
79	7	7
80	7	7
81	7	5
82	6	6

- **Jawaban Kuesioner Variabel Faktor Pribadi**

No	FPR1	FPR2	FPR3
1	7	7	6
2	7	7	6
3	7	7	6
4	5	4	5
5	5	7	5
6	7	4	7
7	6	5	4
8	1	2	3
9	4	5	5
10	4	5	4
11	7	7	5
12	6	7	4
13	2	4	5
14	4	7	7
15	3	7	6
16	1	1	6
17	7	7	7
18	1	3	7
19	7	7	6
20	6	5	7
21	7	7	7
22	4	7	7
23	3	7	6
24	6	7	7
25	7	7	7
26	2	4	6
27	6	7	7
28	7	7	7
29	3	6	7
30	7	7	7
31	7	7	6
32	3	5	6
33	7	7	6
34	6	6	7
35	6	6	7
36	6	7	7
37	6	7	7
38	6	6	6
39	7	7	7
40	7	7	7
41	7	7	7
42	6	7	7

43	7	7	4
44	6	6	7
45	6	7	7
46	7	7	6
47	3	4	5
48	7	7	6
49	7	7	6
50	7	7	7
51	7	7	7
52	7	7	7
53	6	6	6
54	5	5	5
55	7	7	6
56	7	7	6
57	7	7	7
58	6	6	6
59	7	7	7
60	7	7	7
61	7	7	6
62	6	6	7
63	7	7	7
64	7	7	7
65	7	7	7
66	6	6	6
67	7	7	7
68	7	7	7
69	7	7	7
70	6	7	6
71	7	7	6
72	7	7	7
73	6	6	6
74	7	7	7
75	7	7	7
76	7	7	7
77	7	7	7
78	7	7	7
79	7	7	7
80	1	4	4
81	2	3	4
82	5	3	5

- **Jawaban Kuesioner Variabel Faktor Psikologis**

No	FPS1	FPS2	FPS3	FPS4
1	7	7	7	7
2	7	7	7	4
3	7	4	5	4
4	7	4	6	7
5	7	5	7	6
6	7	7	6	7
7	7	5	5	4
8	2	1	1	7
9	7	6	5	5
10	5	6	5	7
11	7	7	7	7
12	6	4	7	7
13	7	4	5	7
14	7	4	4	4
15	7	4	3	6
16	7	7	4	3
17	7	7	7	7
18	7	7	5	4
19	7	6	7	7
20	7	7	6	7
21	7	4	7	7
22	7	7	7	7
23	7	4	7	7
24	7	7	7	7
25	7	4	7	7
26	7	7	7	7
27	7	6	4	7
28	7	7	7	7
29	7	6	7	7
30	7	7	7	7
31	7	4	6	6
32	7	7	7	6
33	7	7	7	7
34	7	4	7	7
35	7	7	7	7
36	7	6	6	6
37	7	4	6	5
38	7	6	6	5
39	7	7	7	7
40	7	7	7	7
41	7	7	7	7
42	7	7	7	7
43	7	5	4	5

44	7	7	7	7
45	6	7	7	6
46	7	7	7	7
47	4	5	5	5
48	7	7	7	7
49	7	7	7	7
50	7	7	7	7
51	7	7	7	5
52	7	7	7	7
53	6	6	6	6
54	5	5	5	5
55	7	6	6	6
56	7	7	7	5
57	7	7	7	7
58	6	6	6	6
59	7	7	7	7
60	7	7	7	7
61	6	6	7	7
62	7	7	7	7
63	7	7	7	7
64	7	7	7	7
65	7	7	7	7
66	6	6	6	6
67	7	7	7	7
68	7	7	7	7
69	7	7	7	7
70	5	6	7	5
71	5	5	7	7
72	7	7	7	7
73	6	6	6	6
74	7	7	7	7
75	7	7	7	5
76	7	7	7	7
77	7	7	7	7
78	7	7	7	7
79	7	7	7	7
80	5	3	3	3
81	5	3	5	2
82	4	4	4	4

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. DATA PRIBADI

Nama : Rahmy Avira Elka
NPM : 190518003
Tempat dan Tanggal Lahir : Pangkalan Berandan, 24 September 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Bejo Gg. Serasi No. 39 Dusun XVI
Bandar Khalipah
Anak Ke : 1 (satu) dari 3 (tiga) bersaudara

2. DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Kamal NST
Nama Ibu : Lasmada, S.S
Alamat : Jl. Bejo Gg. Serasi No. 39 Dusun XVI
Bandar Khalipah

3. DATA PENDIDIKAN FORMAL

1. Tahun 2007 – 2013 : SD Negeri 067689 Medan
2. Tahun 2013 – 2016 : SMP Negeri 27 Medan
3. Tahun 2016 – 2019 : SMA Swasta Prayatna Medan
4. Tahun 2019 – 2023, tercatat sebagai Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas
Muhammadiyah Sumatera Utara

Medan, Agustus 2023

RAHMY AVIRA ELKA



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3, Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERMOHONAN JUDUL PENELITIAN

Rahmy

No. Agenda: 2838/JDL/SKR/MAN/FEB/UMSU/9/1/2023

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di Medan

Medan, 9/1/2023

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Rahmy Avira Elka
NPM : 1905180033
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Konsentrasi : Riset Ekonomi dan Bisnis

Dalam rangka proses penyusunan skripsi, saya bermohon untuk mengajukan judul penelitian berikut ini:

Identifikasi Masalah : Saat ini beberapa bahan pokok mengalami kenaikan, perubahan harga tersebut menjadi salah satu faktor laju inflasi. Jumlah penduduk di Kota Medan cukup besar dengan begitupemintaan bahan pokok pun semakin meningkat namun terkadang penawaran bahan pokok belum memenuhi permintaan yang ada, sehingga hal tersebut dapat meningkatnya harga bahan pokok. Meskipun harga bahan pokok kenaikannya tidak stabil, namun ketika harga barang yang naik tersebut meluas dan mengakibatkan naiknya sebagian besar dari barang-barang lainnya, maka dapat dikatakan inflasi. Selanjutnya jika inflasi terjadi setiap tahun maka akan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi dan tingkat pengangguran sehingga menyebabkan tingginya tingkat kemiskinan

Rencana Judul : 1. Analisis Kenaikan Harga Bahan Pokok Terhadap Inflasi Di Kota Medan
2. Analisis Pertumbuhan Ekonomi, Inflasi, Dan Pengangguran Terhadap Jumlah Penduduk Miskin Di Kota Medan
3. Analisis Laju Inflasi, Tingkat Pengangguran Dan Pendapatan Perkapita Terhadap Jumlah Penduduk Miskin Di Kota Medan

Objek/Lokasi Penelitian : Kota Medan

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya

Pemohon

(Rahmy Avira Elka)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3, Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERSETUJUAN JUDUL PENELITIAN

Nomor Agenda: 2838/JDL/SKR/MAN/FEB/UMSU/9/1/2023

Nama Mahasiswa : Rahmy Avira Elka
NPM : 1905180033
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Konsentrasi : Riset Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Pengajuan Judul : 9/1/2023
Nama Dosen Pembimbing¹⁾ : Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, SE., M.Si

Judul Disetujui^{**)} : PENGARUH KOREAN LIFESTYLE TERHADAP
PERILAKU DAN PENGEMBANGAN BISNIS
UMKM ANAK MUDA DI KOTA MEDAN

Disahkan oleh:
Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan

(Dr. Prawidya Hariani RS, SE., M.Si)

Medan, 10/01 - 2023

Dosen Pembimbing

(Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, SE., M.Si)

Keterangan:

¹⁾ Diisi oleh Pimpinan Program Studi

^{**)} Diisi oleh Dosen Pembimbing

Setelah disahkan oleh Prodi dan Dosen pembimbing, scan foto dan uploadlah lembaran ke-2 ini pada form online "Upload Pengesahan Asid Skripsi"



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT.III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<http://feb.umsu.ac.id> feb@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

**PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING
PROPOSAL / SKRIPSI MAHASISWA**

NOMOR : 1888 / TGS / IL3-AU / UMSU-05 / F / 2023

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, berdasarkan Persetujuan permohonan judul penelitian Proposal / Skripsi dari Ketua / Sekretaris :

Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Pada Tanggal : 7/27/2023

Dengan ini menetapkan Dosen Pembimbing Proposal / Skripsi Mahasiswa :

Nama : Rahmy Avira Elka
N P M : 190518033
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Judul Proposal / Skripsi : Pengaruh Korean Lifestyle Terhadap Perilaku dan Pengembangan Bisnis UMKM Anak Muda di Kota Medan

Dosen Pembimbing : Dr.Prawidya Hariani RS, SE.,M.Si.

Dengan demikian di izinkan menulis Proposal / Skripsi dengan ketentuan :

1. Penulisan berpedoman pada buku panduan penulisan Proposal/ Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.
2. Pelaksanaan Sidang Skripsi harus berjarak 3 bulan setelah dikeluarkannya Surat Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi
3. **Proyek Proposal / Skripsi dinyatakan " BATAL " bila tidak selesai sebelum Masa Daluarsa tanggal : 27 Juli 2023**
4. Revisi Judul.....

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Ditetapkan di : Medan
Pada Tanggal : 09 Muharram 1445H
27 Juli 2023 M



Dekan

IL. JANURI, SE., MM., M.Si.
NIDN : 0109086502

Tembusan :

1. Peringgal.





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Lengkap : Rahmy Avira Elka
NPM : 1905180033
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Judul Skripsi : Pengaruh Korean Lifestyle terhadap Perilaku dan Pengembangan
Bisnis UMKM Anak Muda di Kota Medan

Tanggal	Deskripsi Bimbingan Skripsi	Paraf	Keterangan
	Acc Judul		
09/03 - 2023	BAB I Perambahan latar belakang dan data pendukung yang terkait.		
21/03 - 2023	BAB I Perbaiki rumusan masalah, Tujuan penelitian, dan manfaat penelitian		
29/03 - 2023	BAB II Perbaiki landasan teori Hipotesis dan kerangka konseptual.		
12/04 - 2023	BAB III Perbaiki Daftar Pustaka		
13/04 - 2023	Siap Untuk Seminar Proposal.		

Medan, April 2023

Pembimbing

Diketahui /Disetujui
Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, SE, M.S

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, SE, M.Si



BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Pada hari ini Kamis, 11 Mei 2023 telah diselenggarakan seminar Proposal Program Studi Ekonomi Pembangunan menerangkan bahwa :

Nama : Rahmy Avira Elka
N.P.M. : 1905180033
Tempat / Tgl.Lahir : Pangkalan Berandan, 24 September 2001
Alamat Rumah : Jalan Bejo Gang Serasi No.39
JudulProposal : Pengaruh Korean LifeStyle Terhadap Perilaku dan Pengembangan Bisnis
UMKM Anak Muda di Kota Medan

Disetujui / tidak disetujui *)

Item	Komentar
Judul	Perbaiki penulisan judul.
Bab I	Berikan deskripsi masalah
Bab II	Tambahkan tem lifestyle, tem Penawaran.
Bab III	Responden : pelaku umkm
Lainnya	-
Kesimpulan	<input checked="" type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus

Medan, Kamis, 11 Mei 2023

TIM SEMINAR

Ketua

Dr.Prawidya Hariani RS, SE.,M.Si.

Pembimbing

Dr. Prawidya Hariani RS, S.E., M.Si

Sekretaris

Dra.Hj.Roswita Hafni, M.Si.

Pemanding

Dra.Hj. Lailan Safina Hasibuan. M.Si



PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar proposal Program Studi Ekonomi Pembangunan yang diselenggarakan pada hari **Kamis, 11 Mei 2023** menerangkan bahwa:

Nama : Rahmy Avira Elka
N.P.M. : 1905180033
Tempat / Tgl.Lahir : Pangkalan Berandan, 24 September 2001
Alamat Rumah : Jalan Bejo Gang Serasi No.39
JudulProposal :Pengaruh Korean LifeStyle Terhadap Perilaku dan Pengembangan Bisnis UMKM Anak Muda di Kota Medan

Proposal dinyatakan syah dan memenuhi Syarat untuk menulis Skripsi dengan pembimbing : *Dr. Prawidya Hariani RS, S.E., M.Si*

Medan, Kamis, 11 Mei 2023

TIM SEMINAR

Ketua

Dr.Prawidya Hariani RS,SE.,M.Si.

Sekretaris

Dra.Hj.Roswita Hafni, M.Si.

Pembimbing

Dr. Prawidya Hariani RS, S.E., M.Si

Pembanding

Dra.Hj. Lailan Safina Hasibuan. M.Si



Assoc. Prof. Dr. ADE GUNAWAN, S.E., M.Si.