

SKRIPSI

**PENGARUH GELOMBANG KOREA DAN INOVASI
TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA UMKM DI
BIDANG KULINER KOREA**



DIAJUKAN OLEH

NAMA: VALENTINA

NIM: 115210035

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2024

SKRIPSI

**PENGARUH GELOMBANG KOREA DAN INOVASI
TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA UMKM DI
BIDANG KULINER KOREA**



DIAJUKAN OLEH

NAMA: VALENTINA

NIM: 115210035

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2024

SURAT PERNYATAAN



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Valentina
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210035
Program Studi : Manajemen Bisnis



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 19 November 2024



Valentina

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA	:	VALENTINA
NIM	:	115210035
PROGRAM/JURUSAN	:	S1/MANAJEMEN
KONSENTRASI	:	KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI	:	PENGARUH GELOMBANG KOREA DAN INOVASI TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA UMKM DI BIDANG KULINER KOREA

Jakarta, 15 November 2024
Pembimbing,



(Nur Hidayah, S.E., M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA	:	VALENTINA
NIM	:	115210035
PROGRAM/JURUSAN	:	S1/MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI	:	PENGARUH GELOMBANG KOREA DAN INOVASI TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA UMKM DI BIDANG KULINER KOREA

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 18 Desember 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Ronnie Resdianto Masman, S.E., M.M., M.A.
2. Anggota Penguji : 1. Nur Hidayah, S.E, M.M.
2. Arifin Djakasaputra, S.E., S.KOM., M.Si.

Jakarta, 07 Januari 2025
Pembimbing,



(Nur Hidayah, S.E., M.M.)

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

- (A) VALENTINA (115210035)
- (B) PENGARUH GELOMBANG KOREA DAN INOVASI TERHADAP
PERTUMBUHAN USAHA UMKM DI BIDANG KULINER KOREA
- (C) XVIII + 79 halaman, 22 tabel; 9 gambar; 5 lampiran
- (D) MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN
- (E) Abstrak:
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gelombang Korea dan inovasi terhadap pertumbuhan usaha UMKM di bidang kuliner Korea. Sampel penelitian sebanyak 114 responden dari pemilik usaha yang menjual kuliner Korea. Kriteria responden adalah memiliki usaha di Jakarta dan sudah menjalankan usaha lebih dari satu tahun. Teknik *non probability sampling* dengan metode pemilihan sampel *purposive sampling* digunakan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online melalui Google Form. Pengolahan data menggunakan PLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gelombang Korea dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan pada pertumbuhan usaha UMKM di bidang kuliner Korea.
- (F) Daftar Pustaka 65 (1954-2024)
- (G) NUR HIDAYAH SE, M.M

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMY AND BUSINESS

JAKARTA

(A) VALENTINA (115210035)

(B) *THE INFLUENCE OF THE KOREAN WAVE AND INNOVATION ON THE GROWTH OF UMKM BUSINESS IN THE FIELD OF KOREAN CULINARY*

(C) XVIII +79 pages, 22 tables; 9 pictures; 5 attachments

(D) *ENTREPRENEURIAL MANAGEMENT*

(E) *Abstract:*

This study aims to determine the effect of the Korean wave and innovation on the growth of MSME businesses in the Korean culinary sector. The research sample was 114 respondents from business owners who sell Korean culinary. The respondent criteria are having a business in Jakarta and having been running a business for more than one year. Non-probability sampling technique with purposive sampling sample selection method was used by distributing questionnaires online via Google Form. Data processing using PLS-SEM. The results of the study showed that the Korean wave and innovation had a positive and significant effect on the growth of MSME businesses in the Korean culinary sector.

(F) *REFERENCES* 65 (1954 – 2024)

(G) NUR HIDAYAH SE, M.M

HALAMAN MOTO

“Sometimes it all gets a little too much, but you gotta realize that soon the fog will clear up”

-Shawn Mendes-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

Seluruh keluarga saya

Teman-teman saya

Seluruh pengajar dan pembimbing

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan RahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi jurusan S1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jakarta.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan kontribusi kepada penulis sehingga terwujudnya skripsi ini, yaitu kepada yang terhormat:

1. Ibu Nur Hidayah, S.E, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah berkenan untuk meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya.
2. Bapak Prof. Dr. Sawidji Widoatmojo, S.E M.M., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Frangky Selamat, S.E, M.M., selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Segenap dosen dan asisten dosen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, yang telah bersedia memberikan pengetahuan dan pembelajaran selama perkuliahan berlangsung, dan kepada seluruh karyawan yang telah membantu penulis dalam segala hal selama berkuliah di Universitas Tarumanagara.
5. Papa dan Mami yang telah memberi dukungan dan fasilitas yang saya butuhkan selama pengerjaan skripsi.
6. Kakak yang memberikan dukungan dan semangat.

7. Teman-teman satu bimbingan yang bersedia membantu, meluangkan waktu untuk bertukar pikiran, mendengarkan keluhan kesah dan memberikan banyak dukungan kepada saya hingga skripsi ini selesai.
8. Teman-teman kuliah dan sahabat saya sampai saat ini yang juga sudah banyak membantu dan memberi dukungan
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan baik dalam isi, tata bahasa, dan penyusunan. Penulis mengucapkan maaf dan bersedia menerima kritik dan saran guna melengkapi skripsi ini agar menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, 22 November 2024

Penulis,



Valentina

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
HALAMAN MOTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan.....	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah	6
3. Batasan Masalah	6
4. Rumusan Masalah	7
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Gambaran Umum Teori	9

B. Definisi Konseptual Variabel	10
1. Gelombang Korea.....	10
2. Inovasi	12
3. Pertumbuhan Usaha.....	14
C. Kaitan antara Variabel-Variabel.....	16
1. Pengaruh Gelombang Korea terhadap Pertumbuhan Usaha.....	16
2. Pengaruh Inovasi terhadap Pertumbuhan Usaha	16
D. Penelitian yang Relevan	17
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	20
1. Kerangka Pemikiran	20
2. Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Desain Penelitian.....	22
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel	23
1. Populasi	23
2. Teknik Pemilihan Sampel.....	23
3. Ukuran Sampel	23
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen	24
1. Definisi Operasional.....	24
2. Instrumen	25
D. Analisis Validitas dan Reliabilitas	26
1. Uji Validitas.....	26
2. Uji Reliabilitas.....	31
E. Analisis Data.....	33
F. Asumsi Analisis Data.....	37

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Deskripsi Subjek Penelitian	38
1. Jenis Kelamin	38
2. Usia.....	39
3. Lama Usaha	40
4. Lokasi Usaha	41
B. Deskripsi Objek Penelitian	42
1. Variabel Independen Gelombang Korea	42
2. Variabel Independen Inovasi	44
3. Variabel Dependen Pertumbuhan Usaha.....	46
C. Hasil Analisis Data	47
1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	47
2. Q-square atau <i>Predictive Relevance</i>	48
3. <i>Effect size</i> (f- square)	48
4. <i>Goodness of Fit</i> (GoF).....	49
5. <i>Path coefficient</i>	50
6. Hipotesis	51
D. Pembahasan	52
BAB V PENUTUP	55
A. Kesimpulan.....	55
B. Keterbatasan dan Saran	55
1. Keterbatasan.....	55
2. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	78
TURNITIN.....	79

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel Gelombang Korea.....	24
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Inovasi	25
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Pertumbuhan Usaha.....	25
Tabel 3. 4 Average Variance Extracted	28
Tabel 3. 5 Cross Loading	30
Tabel 3. 6 Fornell Larcker Criterion	31
Tabel 3. 7 Composite Reliability dan Cronbach's Alfa.....	32
Tabel 3. 8 Rule of Thumb Evaluation Outer Model	33
Tabel 4. 1 Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4. 2 Data Responden berdasarkan Usia	39
Tabel 4. 3 Data Responden berdasarkan Lama Usaha.....	40
Tabel 4. 4 Data Responden berdasarkan Lokasi Usaha.....	41
Tabel 4. 5 Data Tanggapan Responden untuk Variabel Gelombang Korea	43
Tabel 4. 6 Data Tanggapan Responden untuk Variabel Inovasi.....	44
Tabel 4. 7 Data Tanggapan Responden untuk Variabel Pertumbuhan Usaha	46
Tabel 4. 8 Uji Koefisien Determinasi (R-square)	48
Tabel 4. 9 Q-square atau Predictive Relevance	48
Tabel 4. 10 Output SmartPLS: Effect Size (F^2).....	49
Tabel 4. 11 Output SmartPLS: Average Variance Extracted (AVE)	49
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Bootstrapping	51
Tabel 4. 13 Output SmartPls: Path Coefficients – Mean, STDEV, T statistics, P Values	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Popularitas Konten Korea di Indonesia	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 3. 1 Hasil Loading Factor Pertama	27
Gambar 3. 2 Hasil Loading Factor Kedua	28
Gambar 4. 1 Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin	39
Gambar 4. 2 Data Responden berdasarkan Usia.....	40
Gambar 4. 3 Data Responden Berdasarkan Lama Usaha	41
Gambar 4. 4 Data Responden berdasarkan Lokasi Usaha	42
Gambar 4. 5 Hasil Uji Bootstrapping	51

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	63
Lampiran 2 Hasil Profil Responden.....	67
Lampiran 3 Data Hasil Kuesioner	69
Lampiran 4 Hasil Uji Outer Model.....	74
Lampiran 5 Hasil Uji Inner Model	77

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Dalam beberapa tahun terakhir, UMKM di Indonesia menjadi pilar penting dalam perekonomian Indonesia (Ronaldo & Utama, 2024). UMKM memberikan kontribusi dalam menciptakan lapangan kerja sehingga menyerap sebagian besar tenaga kerja (Sirait et al., 2024). Kementerian Koperasi dan UKM menyebutkan bahwa UMKM menyumbang 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. UMKM dapat merangsang ekonomi global dengan menciptakan peluang usaha baru. UMKM mendorong beragamnya bentuk kewirausahaan yang inovatif. Dengan memanfaatkan kemampuan beradaptasi dan kewirausahaan mereka, UMKM dapat menavigasi tantangan dan menemukan peluang baru. UMKM yang mampu berinovasi dan beradaptasi terhadap perubahan pasar global serta memiliki potensi untuk terus berkembang dan menciptakan nilai tambah bagi perekonomian. Dengan menciptakan peluang usaha baru yang relevan dengan tren dan kebutuhan konsumen, UMKM dapat memperkuat daya saing serta memberikan kontribusi yang signifikan pada pertumbuhan usaha. Pertumbuhan ini tidak hanya dilihat dari peningkatan pendapatan atau ekspansi pasar, tetapi juga dari kemampuan UMKM untuk mempertahankan eksistensi mereka di tengah persaingan yang semakin ketat.

Pada era globalisasi ini, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka dengan menyesuaikan produk atau layanan berdasarkan perubahan preferensi pasar. Memahami dinamika pasar dan kebutuhan pelanggan penting agar tetap kompetitif (Amadasun & Mutezo, 2022). Pengusaha

didorong untuk mendeteksi dan mengantisipasi perubahan pasar dan tren terkait kebutuhan pelanggan dengan lebih baik, pendekatan ini penting untuk tetap responsif terhadap permintaan pasar.

UMKM dapat menciptakan nilai yang unik, yang berkontribusi pada pertumbuhan berkelanjutan. Di tengah tren global, UMKM dapat meningkatkan daya tarik dengan cara memadukan elemen populer dengan budaya lokal, sehingga mempertahankan relevansi di pasar kompetitif. Tren global dibentuk oleh globalisasi, kemajuan teknologi, dan dinamika pasar yang terus berkembang. Globalisasi membuka pasar baru bagi UMKM, memungkinkan untuk mendiversifikasi basis pelanggan dan meningkatkan pendapatan (Kumari & Devi, 2023). Memahami faktor ini penting untuk tujuan perkembangan bisnis.

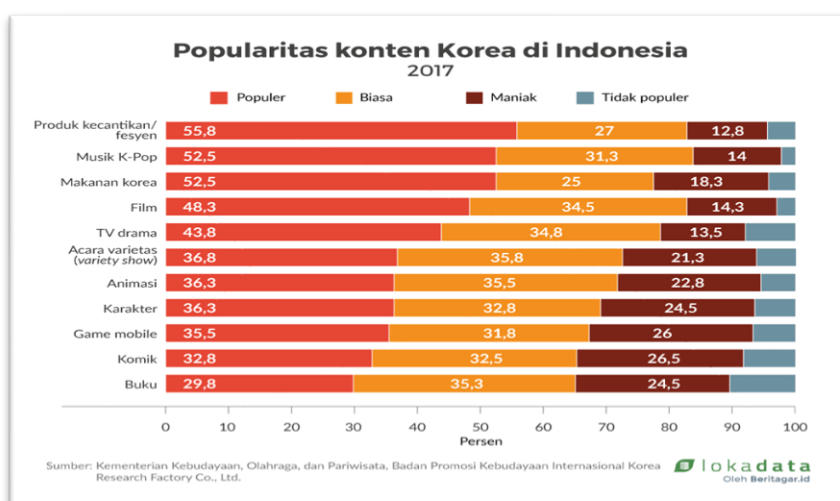
Pertumbuhan usaha biasanya digunakan sebagai tujuan akhir dalam sebuah bisnis, hal ini juga menjadi sebuah tolak ukur keberhasilan sebuah bisnis dan mendorong dalam menciptakan kekayaan, lapangan kerja, dan pengembangan ekonomi. Martín-García & Morán Santor (2021) menyatakan pertumbuhan bisnis merupakan sebuah proses dan tugas mempersiapkan analitis peluang pertumbuhan potensial. Pertumbuhan usaha seringkali membutuhkan penyesuaian yang matang seperti tren pasar dan inovasi. Bagi para pelaku usaha, perkembangan menjadi sebuah tantangan besar sekaligus juga peluang untuk mengharuskan mereka menemukan strategi yang tepat dengan perubahan kondisi pola permintaan masyarakat. Pertumbuhan usaha di Indonesia belakangan ini semakin terasa pesat, baik karena peningkatan pesaing atau teknologi yang semakin cepat, pengusaha harus dapat memanfaatkan peluang yang ada. Keberhasilan dalam mencapai pertumbuhan ini akan memberikan dampak positif, baik bagi perusahaan itu sendiri maupun bagi ekosistem industri dan ekonomi di sekitarnya. Pertumbuhan usaha tidak hanya dinilai dari peningkatan pendapatan, namun kemampuan dalam beradaptasi. Oleh karena itu seorang pengusaha harus mengidentifikasi peluang baru.

Korean wave atau gelombang Korea bisa dengan mudah masuk ke Indonesia, tentunya karena globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat sehingga masyarakat dengan mudah mengetahui budaya mancanegara. Indonesia tidak luput menjadi tempat berkembangnya budaya Korea. Produk Korea menyebar luas, seperti pakaian, kosmetik, film, dan tentu saja *K-Food* (makanan Korea). Popularitas *K-Pop*, *K-Drama*, dan budaya Korea lainnya memainkan peran penting dalam permintaan produk Korea. Gelombang Korea cepat menyebar ke semua industri karena keberadaanya yang mudah diterima oleh semua kalangan. Fenomena *Korean wave* yang disebut juga sebagai “*Hallyu*”, yang berasal dari kamus mandarin (Jang & Paik, 2012).

Inovasi memainkan peran yang sangat penting dalam dunia bisnis, karena dianggap sebagai faktor utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif (Ellitan, 2009:19). Di zaman sekarang, inovasi semakin menjadi kunci keberhasilan seiring dengan pergeseran pasar dari lokal dan regional menuju pasar global. Pasar global menambah intensitas persaingan, yang semakin kompleks dan dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang pesat. Tanpa inovasi, sebuah usaha tidak akan dapat berkembang atau bertahan lama karena konsumen memiliki pola yang berubah dengan cepat. Masyarakat cenderung mencari produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, sehingga inovasi menjadi hal yang sangat dibutuhkan dalam menjalankan suatu usaha. Hills (2008) menyatakan bahwa inovasi adalah ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau kelompok pengguna lainnya. Keberhasilan atau kegagalan suatu inovasi sangat bergantung pada bagaimana pemilik usaha mengelola dan memahami kebutuhan pelanggan mereka.

Munculnya gelombang budaya Korea telah memengaruhi banyak aspek kehidupan sehari-hari, salah satunya adalah tren makanan Korea. Di Indonesia, minat terhadap makanan Korea terus meningkat. Pada tahun 2023, Kementerian Pertanian, Pangan, dan Urusan Pedesaan Korea, bersama dengan Korea Agro-Fisheries and Food Trade Corporation (aT

Center), melaporkan bahwa pendapatan dari makanan Korea di Indonesia mencapai US\$ 300 juta. Di tahun 2020, Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan hal demikian, bahwa 1,51 juta usaha mikro, kecil dan, menengah bergerak di bidang makanan. Banyak UMKM yang memanfaatkan popularitas budaya Korea untuk strategi branding produk mereka, dengan masakan khas Korea Selatan sebagai salah satu inspirasi yang kini dapat dengan mudah ditemukan di berbagai usaha makanan. Popularitas gelombang Korea menyebar ke berbagai bidang termasuk makanan, yang pada awalnya bukan representasi utama (Ko, 2009) sebagaimana dibuktikan oleh menjamurnya restoran Korea dan meningkatnya ketersediaan produk makanan Korea di pasar utama. Dengan semakin banyaknya UMKM yang berinovasi, sektor ekonomi dihadapkan pada tuntutan untuk beradaptasi dan peka terhadap perubahan tren atau isu yang berkembang di masyarakat (Raifa dkk., 2024).



Gambar 1. 1 Popularitas Konten Korea di Indonesia

Sumber: Lokadata.id, 2019

Berdasarkan data diatas, bisa dilihat bahwa kepopuleran konten makanan Korea menempati urutan ke-3, setelah *K-Pop* dan produk kecantikan. Kepopuleran sebesar 52,5%, menunjukkan salah satu popularitas yang tinggi akibat gelombang Korea adalah, makanan Korea. Bisa disimpulkan, industri

atau perdagangan usaha kuliner bisa menjadi salah satu acuan bagi pelaku usaha untuk memulai bisnis di bidang tersebut. Angka kepopuleran yang signifikan menunjukkan bahwa industri makanan Korea diterima baik di Indonesia, sehingga ada pasar yang siap menerima produk tersebut. Produk makanan Korea juga sudah menjadi tren pilihan kuliner bagi masyarakat Indonesia, oleh karena itu banyak restoran *Korean wave* hadir di Indonesia. (Ni Putu Elvina Suryani, 2015). Tren usaha *K-Food* ini tidak hanya terjadi di kota besar, tetapi juga memasuki kota kecil di Indonesia (Yuniar & Siswah, 2022). Disebutkan juga oleh (Daekwan et al., 2014), fenomena budaya Korea menjadi pendorong dalam mempromosikan industri makanan Korea, dan tentu saja menumbuhkan basis konsumen yang baru. Hal lain, yang membuat pertumbuhan usaha ini berjalan dengan baik adalah pengalaman baru bagi konsumen dari segi inovasi seperti makanan khas Korea dengan citra rasa perpaduan lokal lalu terhubung dengan kebudayaan Korea yang terasa kental. Pengetahuan subyektif dan sikap terhadap makanan Korea sangat berpengaruh pada niat untuk mengunjungi restoran Korea, pemahaman budaya dapat memperkuat niat konsumen mencari inovasi kuliner baru dari Korea (Sunhee et al., 2018).

Penelitian sebelumnya telah dinyatakan bahwa *Korean wave* memberikan pengaruh langsung pada pertumbuhan bisnis/perdagangan dan industri (Botovalkina et al., 2018). Lalu pada penelitian (Gammon, 2024) disebutkan bahwa ketika Hallyu telah menyebar, bisnis yang menyediakan produk atau layanan meniru gaya Korea telah berkembang. Namun, terdapat sanggahan dalam penelitian (Yulim et al., 2020) bahwa penyebaran produk budaya Korea mengalami penghambatan karena sedikitnya interaksi budaya. Penelitian (Jihye, 2023) juga menyatakan bahwa hipotesis penulis mengenai hubungan gelombang Korea dengan pengembangan bisnis restoran Korea sangat bertentangan dengan kenyataan aslinya, yang dimana penulis menyatakan bahwa popularitas gelombang Korea ini bukanlah faktor krusial adanya pertumbuhan bisnis di sektor kuliner (restoran Korea) di Frankfurt. Berbicara mengenai inovasi, masih

terdapat sanggahan dalam penelitian (Freel & Robson, 2004) mereka menemukan hubungan negatif jangka pendek antara inovasi dengan pertumbuhan atau produktivitas. Sedangkan dalam penelitian (Sugiarto & Dimas, 2022) dinyatakan bahwa inovasi berpengaruh terhadap pertumbuhan usaha.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan dalam penulisan diatas, maka penulis mengajukan penelitian dengan judul “Pengaruh Gelombang Korea dan Inovasi terhadap Pertumbuhan Usaha UMKM di Bidang Kuliner Korea”

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan oleh penulis, berikut identifikasi masalah:

- a. Tantangan pertumbuhan usaha yang membutuhkan penyesuaian tren pasar dan inovasi untuk menghadapi persaingan yang ketat
- b. Fluktuasi pertumbuhan usaha akibat gelombang Korea
- c. Inovasi menjadi elemen kunci, karena tanpa inovasi usaha sulit bertahan dan berkembang dalam menghadapi perubahan pola konsumsi yang dinamis
- d. Hambatan dalam penyebaran produk Korea meskipun popularitas sudah tinggi
- e. Hubungan negatif antara inovasi dengan pertumbuhan usaha
- f. Popularitas gelombang Korea bukan faktor krusial pengembangan sebuah bisnis

3. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penulis berupaya membatasi ruang lingkup penelitian ini guna meningkatkan efisiensi dalam hal waktu, biaya, dan tenaga selama proses penelitian. Berikut ini adalah batasan-batasan masalah yang akan dijabarkan oleh penulis:

- Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, Gelombang Korea dan Inovasi sebagai variabel independen dan Pertumbuhan Usaha sebagai variabel dependen.
- Lokasi penelitian di Jakarta khususnya UMKM yang menjual makanan Korea
- Responden dalam penelitian ini adalah pemilik usaha kuliner makanan Korea

4. Rumusan Masalah

Mengacu pada uraian yang telah dijabarkan, maka yang menjadi pembahasan dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah Gelombang Korea berpengaruh terhadap Pertumbuhan Usaha pada UMKM di Bidang Kuliner Korea?
- b. Apakah Inovasi berpengaruh terhadap Pertumbuhan Usaha pada UMKM di Bidang Kuliner Korea?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh secara empiris dari Gelombang Korea terhadap Pertumbuhan Usaha
- b. Untuk mengetahui pengaruh secara empiris dari Inovasi terhadap Pertumbuhan Usaha

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan membawa banyak manfaat serta informasi yang dapat digunakan seluruh pihak, antara lain:

- a. Manfaat Teoritis

- 1) Mengkaji hubungan gelombang Korea dan Pertumbuhan Usaha UMKM
 - 2) Memberikan dasar inovasi untuk sebuah bisnis/usaha
- b. Manfaat Praktis
- 1) Membantu pelaku usaha memanfaatkan tren gelombang Korea
 - 2) Meningkatkan daya saing melalui inovasi

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, A., & Lee, J.-I. (2019). Factors Influencing The Purchase Intention To Consume Halal Certified Food In Korea: Evidence From International Pakistani Muslims In South Korea. *Journal Of The Korean Society Of International Agriculture*, 31(4), 322–334.
<https://doi.org/10.12719/Ksia.2019.31.4.322>
- Anatan, Lina dan Lena Ellitan. (2009). *Manajemen Inovasi (Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia)*. Penerbit, CV. Alfabeta Bandung
- Angelina, & Handoyo, S. E. (2024). The influence of market orientation, entrepreneurship orientation, business strategy, and innovation on the performance. *International Journal of Application on Economics and Business (IJAEB)*, 2(1), 2970-2978.
<https://doi.org/10.24912/ijaeb.v2i1.2970-2978>
- Anief, R. P., Putri, A., Kusumah, D. J., Khitmatyar, R. F., & Widyaningsih, A. (2024). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Implementasi Strategi Peningkatan Penjualan pada UMKM Koremin. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 8(2), 296-306.
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Barokah, U. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap minat menggunakan layanan aplikasi mobile banking di kota Sragen (Skripsi, IAIN Surakarta). Repositori IAIN Surakarta. https://eprints.iain-surakarta.ac.id/6408/1/SKRIPSI%20FIX_Umi%20Barokah_MBS_165211175.pdf
- Baskara, S. & Mehta, K. (2016) what is innovation and why? Your perspective from resource constrained environments, *Technovation*, 52:53, 4-17
- Bennis (2011). *Management Organization*. South-Western, West Texas.
- Blechsmidt, J. (2022). *Trend management*. Springer.

- Botovalkina, A. V., Levina, V. S., & Kudinova, K. M. (2018). Economics of cultural tourism: The case of the Korean Wave. In *Financial and Economic Tools Used in the World Hospitality Industry* (pp. 203-207). CRC Press.
- Chin, W.W. (1998). The Partial Least Squares Approach for Structural Equation Modeling. Dalam Marcoulides, G.A. *Modern Methods for Business Research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Christopher H. Tienken (2013) International Comparisons of Innovation and Creativity, *Kappa Delta Pi Record*, 49:4, 153-155
- Donald, Edes, Osakpamwan, Amadasun., Ashley, Teedzwi, Mutezo. (2022). Effect of market-driven strategies on the competitive growth of SMEs in Lesotho. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1):1-17. doi: 10.1186/s13731-022-00217-4
- Drucker, P. F. (1954). *The Practice of Management*.
- Evi, Sirait., Bagus, Hari, Sugiharto., Jenal, Abidin., Nely, Salu, Padang., Johni, Eka, Putra. (2024). Peran UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian di Indonesia. *El-Mal*, 5(7) doi: 10.47467/elmal.v5i7.4160
- Freel, Mark, and Paul Robson. 2004. Small Firm Innovation, Growth and Performance: Evidence from Scotland and Northern England. *International Small Business Journal* 22: 561–75. [CrossRef]
- Gammon, T. (2024). Foreign but familiar: Hallyu spaces and K-culture in urban Hanoi, a walking and participant observation study. *Journal of Cultural Geography*, 1-25.
- Gawer, A., & Cusumano, M. A. (2002). Platform leadership: How Intel, Microsoft, and Cisco drive industry innovation (Vol. 5, pp. 29-30). Boston: Harvard Business School Press.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*
- Ghozali, Imam dan Hengky Latan (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang

- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair J.F., et al. 2010. Multivariate Data Analysis. Seventh Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hair, J. F. et. al. 2019. Partial Least Squares Structural Equation Modeling Based Discrete Choice Modeling: An Illustration In Modeling Retailer Choice. *Business Research*. 12(1) : 115-142
- Hills, Gerald, 2008. Marketing and Entrepreneurship, Research Ideas and Opportunities. *Journal SMEs of Research Marketing and Entrepreneurship*, Vol.2 No.4
- Hong, Euny. 2014. "Korean Cool". Bentang. Yogyakarta. hlm. 181
- Ian, Chaston. (2015). Resource-Based View (RBV). 1-3. doi: 10.1002/9781118785317.WEOM090219
- Jang, G., & Paik, W. K. (2012). Korean Wave as tool for Korea's new cultural diplomacy. *Advances in Applied Sociology*, 2(03), 196.
- K., N., B., Kumari., Dr., M., Uma, Devi. (2023). "Local Heroes, Global Players: Msme Expansion In The International Arena" (With Special reference to Select MSMEs in East Godavari District, Andhra Pradesh). *Journal for ReAttach therapy and developmental diversities*, doi: 10.53555/jrtd.v6i10s(2).2575
- Kim, D., Cho, S.-D. and Jung, G.O. (2014), "Wave of home culture and MNC performance: The Korean wave (Hallyu)", *International Marketing in Rapidly Changing Environments (Advances in International Marketing, Vol. 24)*, Emerald Group Publishing Limited, Leeds, pp. 193-216.
- Kim, J. (2023). Immigrant Entrepreneurship and the Rising Popularity of Korean Cuisine: Korean Restaurant Businesses in Frankfurt. *Pacific Focus*, 38(2), 288-313.
- Ko, J. M. (2009). Hallyu, Going beyond Asia to the World: The Past, Present, and Future of Korean Culture Contents, Korean Wave Index and Economic Effects of Korean Wave. Seoul: KOFICE.

- Lee, Y. L., Jung, M., Nathan, R. J., & Chung, J. E. (2020). Cross-national study on the perception of the Korean wave and cultural hybridity in Indonesia and Malaysia using discourse on social media. *Sustainability*, 12(15), 6072.
- Levie, J., & Autio, E. (2013). Growth and growth intentions. *White paper*, 1, 159-83.
- Lita, R. and Cho, Y.C. 2012. The Influence Of Media On Attitudinal And Behavioral Changes: Acceptance Of Culture And Products. *International Business & Economics Research Journal*. Vol. 11, No.12. December 2012.
- Lubis, N. W. (2023). RESOURCE BASED VIEW (RBV) DALAM MENINGKATKAN KAPASITAS STRATEGIS PERUSAHAAN. *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, 6(1), 14-26.
- Lukas, B. A., & Ferrell, O. C. (2000). The Effect Market Orientation on Product Innovation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(2), 239-247
- Malhotra, Naresh, 2007. *Marketing Research: an applied orientation*, pearson education, inc., fifth edition. New Jearsey : USA
- Martín-García, R., & Morán Santor, J. (2021). Public guarantees: a countercyclical instrument for SME growth. Evidence from the Spanish Region of Madrid. *Small Business Economics*, 56(1), 427-449.
- Muharam, D. R. (2017). Penerapan konsep resources-based view (RBV) dalam upaya mempertahankan keunggulan bersaing perusahaan. *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi*, 14(1), 82-95.
- Mulyaningsih, Y. (Ed.). (2021). *Pengembangan ekosistem kewirausahaan UMKM di Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nye, J., & Kim, Y. (2019). Soft power and the Korean Wave. In *South Korean popular culture and North Korea* (pp. 41-53). Routledge.
- Oh, Youjeong. 2018. *Pop city: Korean popular culture and the selling of place*. Ithaca: Cornell University Press.
- Ostrom, E. (2009). *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for*

Collective Action.

- Pangestu, Y. D., & Siswahyudianto, S. (2022). Strategi Marketing Mix Produk Makanan Korea Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Home Industry Unniefood Tulungagung. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 680-700.
- Pusparini, H., & Fitriyah, N. (2023). Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Kinerja Perusahaan E-Commerce Yang Dimoderasi Leadership. *Distribusi-Journal of Management and Business*, 11(2), 119-132.
- Ronaldo, & Utama, L. (2024). Pengaruh mediasi kompetensi jaringan dalam kompetensi kewirausahaan pada pertumbuhan UMKM di Tanah Abang. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 6(1).
<https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/28588>
- RS, P. H., & Elka, R. A. (2024, August). Korean Lifestyle In Indonesia: Gen-Z Behavior And Msme Business Development In Medan. In *Proceeding Medan International Conference on Economic and Business* (Vol. 2, pp. 1697-1710).
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 2016. *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*, 7th Edition. New Jersey: Wiley
- Selamat, S. C. F., & Lim, A. The Effect of Entrepreneurship Orientation and Innovation on Sustainable Business Growth SME's Rice Box in West Jakarta.
- Seo, S., Kim, K. and Jang, J. (2018), "Uncertainty avoidance as a moderator for influences on foreign resident dining out behaviors", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 30 No. 2, pp. 900-918.
- Shafira, Firgynia, Maharani., Zulian, Yamit. (2022). The Effect of Business Model Innovation, Customer Trust and Commitment on SME Business Growth. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(7):1039-1051. doi: 10.36418/jiss.v3i7.647
- Shim, D. (2006). Hybridity and the rise of Korean popular culture in Asia. *Media, culture & society*, 28(1), 25-44.

- Sugiarto, D. K. (2022). *Pengaruh Motivasi, Inovasi, dan Ketrampilan Berwirausaha Terhadap Pertumbuhan Usaha* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Suryani, N. P. E. (2014). Korean Wave Sebagai Instrumen Soft Power Untuk Memperoleh Keuntungan Ekonomi Korea Selatan. *Jurnal Politik Internasional Universitas Indonesia*.
- Suryani, Ni Putu Elvina, 2014. "Korean Wave Sebagai Instrumen Soft Power Untuk Memperoleh Keuntungan Ekonomi Korea Selatan", *Jurnal Global*, 16 (1): 69-83
- Tenenhaus, M., Vinzi, V. E., Chatelin, Y. M., & Lauro, C. (2005). PLS path modeling. *Computational statistics & data analysis*, 48(1), 159-205.
- Theresa, I., & Hidayah, N. (2022, May). The effect of innovation, risk-taking, and proactiveness on business performance among MSMEs in Jakarta. In *Tenth International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2021 (ICEBM 2021)* (pp. 42-48). Atlantis Press.
- Wati, L.N. (2018). *Metodologi Penelitian Terapan*. Bekasi Barat: Pustaka Amri
- Wickham P,A. (2006). *Strategic Entrepreneurship*. Essex: Financial Times Prentice Hall.
- Yuliani, NL. Bachtar, NK. & Waharini, FM. (2022). Membangun Instrumen Penelitian Growth Stag Model Digital Era (GSM-DE) untuk UMKM di era 4.0. Unimma Pres
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha kecil*. Salemba Empat