

PENGARUH FENOMENA *KOREAN WAVE* DAN INOVASI TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA UMKM KULINER KOREA

Valentina¹, Nur Hidayah^{2*}

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: valentina.115210035@stu.untar.ac.id

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: nurh@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 09-04-2025, revisi: 14-04-2025, diterima untuk diterbitkan: 31-07-2025

ABSTRAK

UMKM menjadi pilar penting dalam perekonomian dan merangsang peluang baru. Era globalisasi ini UMKM diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar dengan menyesuaikan produk. Gelombang Korea adalah salah satu efek globalisasi dan Indonesia tidak luput dari tumbuh kembangnya budaya Korea, yang dapat dirasakan dari penyebaran produk-produk Korea. Di zaman sekarang ini perlu adanya inovasi seiring dengan pergeseran pasar. 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.

Kata Kunci: gelombang Korea, inovasi, pertumbuhan usaha, umkm

ABSTRACT

MSMEs are an important pillar in the economy and stimulate new opportunities. In this era of globalization, MSMEs are expected to expand their market reach by adjusting their products. The Korean Wave is one of the effects of globalization and Indonesia is not immune to the growth of Korean culture, which can be felt from the spread of Korean products. Currently, innovation is needed along with market shifts. 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 cuisine. The respondent criteria are having a business in Jakarta and having been running a business for more than one year. The nonprobability sampling technique with the 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.

Keywords: Korean wave, innovation, business growth, smes

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Pilar terpenting perekonomian Indonesia adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Ronaldo & Utama, 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.

Di era globalisasi ini, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka dengan menyesuaikan produk atau layanan berdasarkan perubahan preferensi pasar. 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. Martín-García & Morán Santor (2021) menyatakan pertumbuhan bisnis merupakan sebuah proses dan tugas mempersiapkan analitis peluang pertumbuhan potensial. 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.

Korean wave atau gelombang Korea bisa dengan mudah masuk ke Indonesia, tentunya karena globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat. Fenomena *Korean wave* yang disebut juga sebagai "*Hallyu*", yang berasal dari kamus mandarin (Jang & Paik, 2012). Indonesia tidak luput menjadi tempat berkembangnya budaya Korea. Produk Korea menyebar luas, seperti pakaian, kosmetik, film, dan tentu saja makanan Korea.

Di zaman sekarang, inovasi semakin menjadi kunci keberhasilan seiring dengan pergeseran pasar dari lokal dan regional menuju pasar global. Tanpa inovasi, sebuah usaha tidak akan dapat berkembang atau bertahan lama karena konsumen memiliki pola yang berubah dengan cepat. Inovasi yang diterapkan pada produk atau layanan akan meningkatkan kinerja suatu bisnis jika diterima dengan baik oleh konsumen (Theresa & Hidayah, 2022).

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. 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.

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.

Gelombang Korea

Gelombang Korea berasal dari terjemahan bahasa Korea dari istilah *할류* (Hallyu), yang berarti "aliran Han". *한* mengacu pada "hankuk" sementara "*류*" berarti aliran atau sungai (Umi, 2023). *Hallyu* merujuk pada meningkatnya popularitas budaya Korea di seluruh dunia, yang mencakup berbagai aspek, seperti musik, drama televisi, film, mode, produk kecantikan, serta kuliner Korea. Budaya populer *Korean Wave*, atau yang dikenal sebagai *Hallyu*, merupakan istilah yang pertama kali digunakan oleh pers Cina pada pertengahan tahun 1999 untuk menggambarkan fenomena menyebarnya budaya Korea.

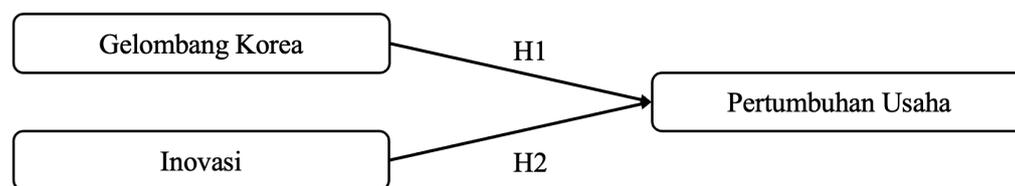
Inovasi

Pada akhir abad ke-20, istilah inovasi telah dikaitkan dengan kemajuan, perubahan teknologi, perubahan sosial, dan pembangunan di berbagai bidang pengetahuan, di seluruh masyarakat, dan disesuaikan dengan individu. Inovasi merupakan sebuah hal penting sebagai bentuk daya saing pada berbagai bidang. Menurut Tienken (2013), "inovasi merupakan hasil yang mungkin dari kreativitas. Kreativitas merupakan sesuatu yang unik dan baru serta menciptakan inovasi dan kewirausahaan di berbagai negara. Inovasi dan kreativitas memiliki kesamaan dalam cara berpikir

baru.” Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, organisasi perlu terus berinovasi untuk tetap bersaing dan relevan dengan kebutuhan pasar. Inovasi bukan hanya sekadar menciptakan sesuatu yang baru, tetapi juga dapat berupa peningkatan dalam cara kerja yang sudah ada. Inovasi berkaitan erat dengan kolaborasi ilmu pengetahuan, pembiayaan, dan teknologi. Inovasi merupakan alat strategis bagi kelompok dalam menghadapi perubahan lingkungan dalam dan luar (Angelina & Handoyo, 2024).

Pertumbuhan usaha

Pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan harus diinvestasikan pada tingkat yang strategis guna menjaga kinerja usaha dalam jangka panjang. Pertumbuhan juga mengacu pada sebuah perspektif baru dengan adopsi cara pikir yang lebih luas. Intinya, pertumbuhan merupakan cara eksplorasi untuk mencapai potensi lebih besar. Menurut Bennis (2011:15), pertumbuhan usaha adalah suatu tindakan atau proses yang bertujuan untuk memajukan kondisi usaha ke arah yang lebih baik, sehingga usaha dapat lebih efektif dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi, pasar, serta tantangan baru, sekaligus mampu menghadapi perputaran cepat dari perubahan yang terjadi. Pertumbuhan usaha merupakan faktor krusial dalam mencapai kesuksesan suatu bisnis yang sedang dijalankan.



Gambar 1. Model penelitian

Berdasarkan Gambar 1, maka rumusan hipotesis dapat diuraikan sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh positif Gelombang Korea terhadap Pertumbuhan Usaha UMKM di Bidang Kuliner Korea.

H2: Terdapat pengaruh positif Inovasi terhadap Pertumbuhan Usaha UMKM di Bidang Kuliner Korea.

Rumusan masalah

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

2. METODE PENELITIAN

Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* atau pengambilan sampel secara acak dengan cara menyebarkan kuesioner dan metode pemilihan sampel adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu desain pengambilan sampel dalam mendapatkan informasi yang diinginkan tetapi terbatas pada tipe atau kriteria tertentu yang dibutuhkan dalam penelitian (Sekaran & Bougie, 2016). Pengambilan sampel dilakukan kepada 114 UMKM di Jakarta yang memiliki usaha di bidang kuliner Korea dan telah menjalankan usaha lebih dari satu tahun. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner dengan skala *likert*. Terdapat 15 indikator pada penelitian ini dengan skala 1-5 dengan nilai 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Hasil penelitian ini dianalisis dengan *structural equation modeling* (SEM) dan diolah dengan aplikasi SmartPLS 4.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas

Analisis model pengukuran menghasilkan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan setiap variabel. Dalam analisis model pengukuran, setiap indikator diuji nilai *convergent validity* dan *discriminant validity*. Untuk *convergent validity* diukur dari nilai *loading factor* yang seharusnya lebih dari 0,70, sementara nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang dianggap baik adalah lebih dari 0,50 (Ghozali 2021:12). Untuk *discriminant validity* diukur dari *cross loading* dan *fornell-larcker*. Nilai *cross loading* yang diharapkan adalah lebih besar dari 0,7 (Ghozali 2021:68) dan pendekatan nilai *fornell-larcker* dilihat apabila nilai akar kuadrat AVE suatu konstruk lebih besar dibandingkan nilai korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lain dalam model, maka model tersebut dapat dikatakan memiliki validitas diskriminan yang memadai (Ghozali, 2021:69).

Tabel 1. Hasil uji *loading factor* pertama

Indikator	Gelombang Korea	Inovasi	Pertumbuhan Usaha
G1	0,806		
G2	0,742		
G3	0,833		
G4	0,744		
G5	0,839		
I1		0,713	
I2		0,740	
I3		0,751	
I4		0,750	
I5		0,757	
P1			0,770
P2			0,737
P3			0,739
P4			0,537
P5			0,804

Pada Tabel 1, ditunjukkan bahwa masih terdapat indikator dibawah 0,7, yakni pada indikator P4. Sehingga indikator P4 harus dibuang atau *didrop* karena tidak memenuhi kriteria

Tabel 2. Hasil uji *loading factor* kedua

Indikator	Gelombang Korea	Inovasi	Pertumbuhan Usaha
G1	0,818		
G2	0,718		
G3	0,836		
G4	0,711		
G5	0,857		
I1		0,703	
I2		0,752	
I3		0,745	
I4		0,751	
I5		0,757	
P1			0,770
P2			0,778
P3			0,774
P5			0,804

Tabel 2 menunjukkan bahwa variabel gelombang Korea, inovasi, dan pertumbuhan usaha sudah valid karena *loading factor* lebih besar dari 0,7. Tabel 2 merupakan tahap setelah *didrop* atau dibuangnya indikator P4 yang tidak memasuki kriteria atau nilainya dibawah 0,7.

Tabel 3. Hasil analisis AVE

Variabel	AVE
Gelombang Korea	0,625
Inovasi	0,55
Pertumbuhan Usaha	0,611

Hasil analisis AVE pada Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel gelombang Korea, inovasi, dan pertumbuhan usaha sudah valid, dengan nilai AVE di atas 0,5.

Tabel 4. Hasil analisis *cross loading*

Indikator	Gelombang Korea	Inovasi	Pertumbuhan Usaha
G1	0,818	0,428	0,365
G2	0,718	0,4	0,274
G3	0,836	0,518	0,501
G4	0,711	0,396	0,197
G5	0,857	0,488	0,502
I1	0,426	0,703	0,267
I2	0,408	0,752	0,418
I3	0,395	0,745	0,376
I4	0,393	0,751	0,312
I5	0,501	0,757	0,37
P1	0,469	0,263	0,77
P2	0,377	0,43	0,778
P3	0,405	0,437	0,774
P5	0,32	0,354	0,804

Berdasarkan hasil dari Tabel 4, uji *cross loading* sudah valid karena nilai setiap indikator lebih besar dibandingkan dengan korelasi pada indikator lainnya dan nilai lebih dari 0,7 (Ghozali 2021:68)

Tabel 5. Hasil analisis Fornell Larcker

Variabel	Gelombang Korea	Inovasi	Pertumbuhan Usaha
Gelombang Korea	0,79		
Inovasi	0,572	0,742	
Pertumbuhan Usaha	0,505	0,479	0,782

Berdasarkan hasil dari Tabel 5, uji Fornell Larcker sudah valid karena nilai akar kuadrat AVE suatu konstruk lebih besar dibandingkan nilai korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lain dalam model (Ghozali 2021:69)

Uji reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk (Ghozali, 2021). Mengukur reliabilitas dalam PLS-SEM menggunakan software SmartPLS dapat dilakukan dengan melihat nilai *composite reliability* (CR) dan *Cronbach's alpha*. Menurut Ghozali (2021), nilai CR antara 0,60 hingga 0,70 masih dapat diterima dan menurut Sugiyono (2017), instrumen dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,60$.

Tabel 6. Hasil analisis *composite reliability* dan *Cronbach's alpha*

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability</i> (rho a)	<i>Composite reliability</i> (rho c)
Gelombang Korea	0,856	0,902	0,892
Inovasi	0,797	0,805	0,859
Pertumbuhan Usaha	0,788	0,79	0,863

Hasil dari Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel gelombang Korea, inovasi dan pertumbuhan usaha sudah reliabel, karena nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6 dan *composite reliability* lebih besar dari 0,7.

Inner model analysis

Analisis model struktural adalah analisis yang bertujuan untuk memastikan model struktural yang dibuat dalam sebuah penelitian terdapat keakuratan dan kuat (Nasution, Muhammad Fahmi, Muslih, & Prayogi, 2020).

Tabel 7. Hasil uji koefisien determinasi (R^2)

Variabel	R-Square
Pertumbuhan Usaha	0,309

Hasil uji koefisien determinasi pada Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,309 atau 30,9% dan memiliki arti bahwa variabel pertumbuhan usaha dipengaruhi oleh variabel gelombang korea dan inovasi sebesar 30,9% dan sisanya 69,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Nilai koefisien determinasi 0,309 memiliki pengaruh yang dikategorikan lemah (Ghozali 2016:95).

Tabel 8. Hasil uji *predictive relevance*

Variabel	Q ² Predict
Pertumbuhan Usaha	0,256

Pengujian *predictive relevance* dilakukan dengan metode PLSpredict pada SmartPLS 4. Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai *predictive relevance* sebesar 0,256. Nilai tersebut lebih besar dari 0, yang berarti model tersebut memiliki kemampuan prediktif yang baik (Ghozali & Latan, 2015).

Tabel 9. Hasil uji *effect size*

Variabel	Pertumbuhan Usaha
Gelombang Korea	0,115
Inovasi	0,078

Hasil dari Tabel 9 menunjukkan bahwa variabel gelombang Korea dan inovasi memiliki dampak yang kecil dikarenakan nilai *effect size* berturut-turut 0,115 dan 0,078 yang berarti lebih besar dari 0,02 menurut Ghozali dan Latan (2015:81).

Tabel 10. Hasil uji *bootstrapping*

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Gelombang Korea → Pertumbuhan Usaha	0,344	0,351	0,095	3,621	0,000
Inovasi → Pertumbuhan Usaha	0,283	0,273	0,133	2,128	0,033

Berdasarkan data pada Tabel 10, hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Gelombang Korea mempunyai pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan usaha sebesar 0,344 dengan *t statistic* (3,261 > 1,645) atau *p value* (0,000 < 0,05). Sehingga dapat disimpulkan H1 diterima atau gelombang Korea berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha.
- b. Inovasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan usaha sebesar (0,283) dengan *t statistic* (2,128 > 1,645) atau *p value* (0,033 < 0,05). Sehingga dapat disimpulkan H2 diterima atau inovasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha.

Diskusi

Pengaruh gelombang Korea terhadap pertumbuhan usaha

Hasil pengujian variabel gelombang Korea terhadap pertumbuhan usaha menunjukkan berpengaruh secara positif dan signifikan sehingga H1 diterima. Gelombang Korea memiliki daya tarik yang kuat. UMKM memanfaatkan tren ini dengan menyesuaikan produk yang menjadi preferensi pasar saat ini. UMKM sangat fleksibel dalam merespon tren baru. UMKM dapat memanfaatkan gelombang Korea untuk menciptakan produk unik yang membedakan dengan pesaing lokal. Hasil penelitian ini sesuai dengan Botovalkina et al. (2018) yang menyatakan adanya pengaruh langsung gelombang Korea terhadap pertumbuhan bisnis/perdagangan dan industri.

Pengaruh inovasi terhadap pertumbuhan usaha

Hasil pengujian variabel inovasi terhadap pertumbuhan usaha menunjukkan berpengaruh secara positif dan signifikan sehingga H2 diterima. Inovasi memungkinkan UMKM menciptakan produk unik, serta menjangkau pasar baru dan memperluas distribusi produk. Jika UMKM memiliki kemampuan tinggi untuk berinovasi, maka akan memperoleh keunggulan (Verbyani & Handoyo, 2021). Inovasi yang berkelanjutan menciptakan nilai tambah secara konsisten sehingga usaha terus berkembang dan siap menghadapi tantangan pasar. Hasil penelitian ini sejalan dengan Rita et al. (2022) bahwa inovasi memiliki pengaruh langsung pada pertumbuhan usaha.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, menunjukkan pengaruh variabel eksogen yaitu gelombang Korea dan inovasi terhadap variabel endogen yaitu pertumbuhan usaha. Hasil penelitian ini diolah dengan menggunakan SmartPLS 4. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Gelombang Korea berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha.
- b. Inovasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti memberikan saran yang diharapkan berguna bagi para UMKM dan peneliti selanjutnya.

Bagi UMKM

- a. Gelombang Korea menjadi faktor penting karena berdampak positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha. Pemilik UMKM harus dapat mengenali tren, sehingga dapat memanfaatkan potensi gelombang Korea untuk memperoleh pertumbuhan berkelanjutan.
- b. Inovasi memberikan dampak positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha. Para pemilik UMKM diharapkan memperhatikan inovasi karena sangat krusial yang membedakan usahanya dengan pedagang lain serta dapat memenuhi preferensi pasar.

Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya, disarankan menambah variabel eksogen lain, sehingga hasil penelitian dapat memberikan pengetahuan lain pada pembaca mengenai pengaruh pertumbuhan usaha tersebut.

Keterbatasan

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan:

- a. Penelitian ini hanya terbatas pada daerah DKI Jakarta
- b. Variabel yang digunakan dalam penelitian terbatas, yakni gelombang Korea dan inovasi
- c. Jawaban yang diberikan oleh responden terkadang tidak menunjukkan jawaban yang sebenarnya. Hal tersebut dikarenakan adanya pemahaman yang berbeda-beda.

Ucapan terima kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada para responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada keluarga, teman, dan rekan-rekan yang memberikan motivasi selama proses penelitian ini berlangsung.

REFERENSI

- 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*, 2(1), 2970-2978. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v2i1.2970-2978>
- Bennis (2011). *Management Organization*. South-Western, West Texas.
- Christopher H. Tienken (2013) International Comparisons of Innovation and Creativity, *Kappa Delta Pi Record*, 49:4, 153-155
- 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 Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jang, G., & Paik, W. K. (2012). Korean Wave as tool for Korea's new cultural diplomacy. *Advances in Applied Sociology*, 2(03), 196.
- Kim, J. (2023). Immigrant Entrepreneurship and the Rising Popularity of Korean Cuisine: Korean Restaurant Businesses in Frankfurt. *Pacific Focus*, 38(2), 288-313.
- Kumari, K. N. B., & Devi, M. U. (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*, [https://doi.org/10.53555/jrtdd.v6i10s\(2\).2575](https://doi.org/10.53555/jrtdd.v6i10s(2).2575)
- 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.
- 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.
- Nasution, M. I., Muhammad Fahmi, J., Muslih, & Prayogi, M. A. (2020). The Quality Of Small and Medium Enterprises Performance Using the Structural Equation Model-Part Least Square (Sem-Pls). *Journal Of Physics: Conference Series*.
- Ronaldo, & Utama, L. (2024). Pengaruh mediasi kompetensi jaringan dalam kompetensi kewirausahaan pada pertumbuhan UMKM di Tanah Abang. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 6(1), 161-169. <https://doi.org/10.24912/jmk.v6i1.28588>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Theresa, I., & Hidayah, N. (2022). The effect of innovation, risk-taking, and proactiveness on business performance among MSMEs in Jakarta. Dalam *Tenth International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2021*, 42-48. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220501.008>
- Verbyani, V., & Handoyo, S. E. (2021). Pengaruh inovasi, orientasi kewirausahaan dan pasar terhadap keunggulan bersaing UKM kuliner. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(3), 875-883. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13219>