

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Objek Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi kelanjutan usaha pedagang lokal dalam konteks social commerce setelah diperkenalkannya Perintah Departemen Perdagangan No. 31 Tahun 2023, sebagaimana dijelaskan pada Bab I. Penyajian hasil penelitian bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai pola distribusi data yang didapat. Penelitian ini mengumpulkan data melalui distribusi kuesioner yang disebarakan kepada pedagang lokal. Fokus penelitian ini adalah pedagang lokal yang berlokasi di Medan, khususnya di kawasan Medan Kota.

Berdasarkan jumlah variabel yang digunakan dan masalah penelitian yang diangkat, deskripsi data ada empat bagian utama untuk penelitian ini, yang disesuaikan atas jumlah variabel yang diteliti. Keempat bagian tersebut meliputi : variabel Y yang merujuk pada kelangsungan usaha, variabel X1 yang mengukur kesulitan pedagang lokal dalam memperoleh komoditas, variabel X2 yang mengukur keuntungan pedagang lokal, dan variabel X3 yang mengukur dampak penjualan terhadap konsumen. Pembagian ini dilakukan agar analisis yang dilakukan lebih terfokus dan dapat menggambarkan setiap aspek yang relevan dengan lebih mendalam.

4.2 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menilai apakah distribusi data residu yang diperoleh dalam penelitian mengikuti pola normal atau tidak. Data yang dianggap berdistribusi normal merupakan data yang memiliki pola simetris atau terdistribusi secara merata di sekitar nilai tengah. Tujuan dari pelaksanaan uji normalitas ini adalah untuk meningkatkan objektivitas dalam proses penilaian, memastikan distribusi anggota-anggota data sesuai dengan kelompok yang ditentukan, serta untuk membantu pengelompokan data berdasarkan satu kriteria yang sama. Dengan begitu, peneliti

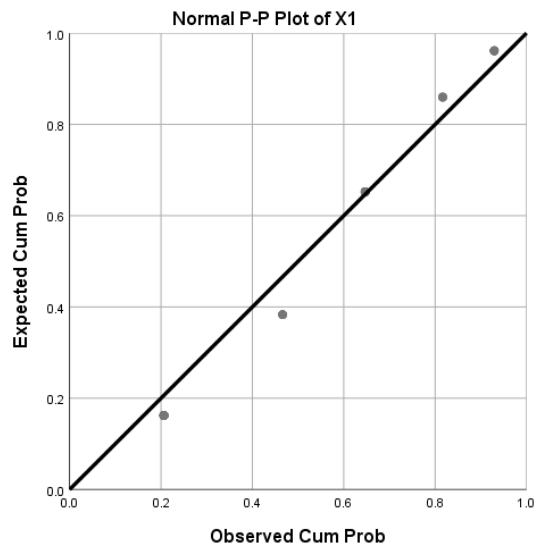
dapat meminimalkan risiko kesalahan dan menghindari bias yang mungkin timbul akibat kecenderungan penilaian yang terlalu fokus pada satu kategori tertentu.

Tes Kolmogorov-Smirnov digunakan dalam penelitian ini untuk memastikan bahwa datanya normal. Uji Kolmogorov-Smirnov tersebut berfungsi membandingkan pengedaran data yang diuji dengan pengedaran data normal standar. Dasar-dasar berikut digunakan dalam proses pengambilan keputusan tes ini :

1. Apabila nilai probabilitas (Asymp. Sig.) kurang dari $< 0,05$, maka distribusi data dinyatakan tidak normal.
2. Apabila nilai probabilitas (Asymp. Sig.) lebih dari $> 0,05$, maka data dianggap berdistribusi normal.

Para peneliti juga memanfaatkan distribusi dalam diagram plot P-P, yang dapat memberikan perkiraan normalitas yang lebih akurat. Berikut adalah hasil uji normalitas menggunakan plot P-P, serta tabel normalitas Kolmogorov-Smirnov satu sampel yang diperoleh dengan SPSS versi 25:

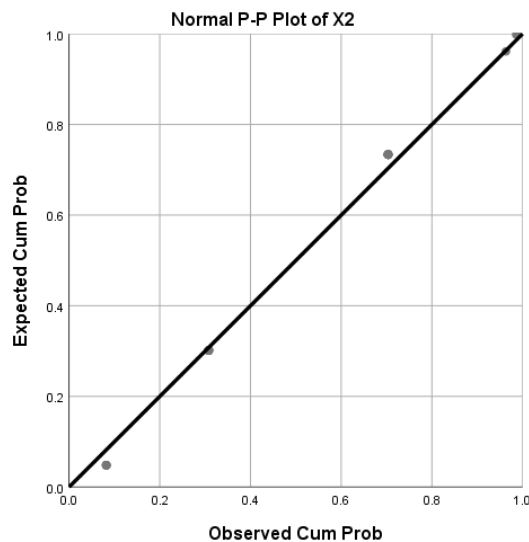
Gambar 4. 1 Grafik P-P plot X1



Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa data variabel X1 (kesulitan dalam mendapatkan komoditas) tersebar di sekitar garis diagonal dan cenderung mengikuti arah garis tersebut pada grafik histogram. Pola penyebaran ini mengindikasikan bahwa data mengikuti distribusi normal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan analisis grafik P-P Plot, model regresi yang digunakan telah memenuhi salah satu asumsi penting, yaitu asumsi normalitas, yang menunjukkan bahwa residual model tersebut terdistribusi secara normal, sehingga dapat mendukung validitas hasil analisis regresi yang dilakukan.

Gambar 4. 2 Grafik P-P plot X2

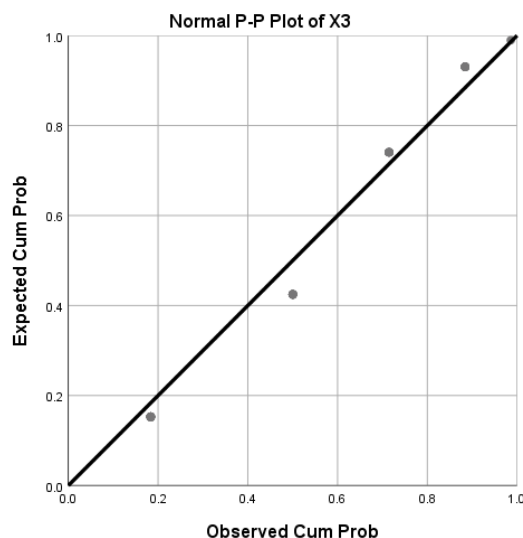


Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa data variabel X2 (keuntungan usaha) tersebar di sekitar garis diagonal dan cenderung mengikuti arah garis tersebut pada grafik histogram. Pola penyebaran ini mengindikasikan bahwa data mengikuti distribusi normal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan analisis grafik P-P Plot, model regresi yang digunakan telah memenuhi salah satu asumsi penting, yaitu asumsi normalitas, yang menunjukkan bahwa residual model tersebut

terdistribusi secara normal, sehingga dapat mendukung validitas hasil analisis regresi yang dilakukan.

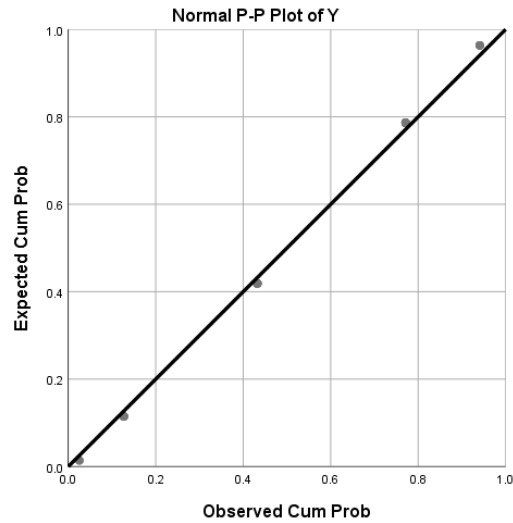
Gambar 4. 3 Grafik P-P plot X3



Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa data variabel X3 (kemudahan dalam menjangkau konsumen) tersebar di sekitar garis diagonal dan cenderung mengikuti arah garis tersebut pada grafik histogram. Pola penyebaran ini mengindikasikan bahwa data mengikuti distribusi normal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan analisis grafik P-P Plot, model regresi yang digunakan telah memenuhi salah satu asumsi penting, yaitu asumsi normalitas, yang menunjukkan bahwa residual model tersebut terdistribusi secara normal, sehingga dapat mendukung validitas hasil analisis regresi yang dilakukan.

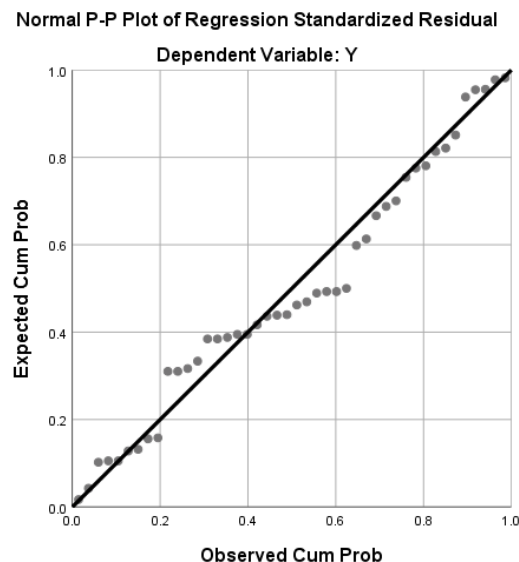
Gambar 4. 4 Grafik P-P plot Y



Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa data variabel Y (kelangsungan usaha) tersebar di sekitar garis diagonal dan cenderung mengikuti arah garis tersebut pada grafik histogram. Pola penyebaran ini mengindikasikan bahwa data mengikuti distribusi normal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan analisis grafik P-P Plot, model regresi yang digunakan telah memenuhi salah satu asumsi penting, yaitu asumsi normalitas, yang menunjukkan bahwa residual model tersebut terdistribusi secara normal, sehingga dapat mendukung validitas hasil analisis regresi yang dilakukan.

Gambar 4. 5 Grafik P-P plot X1, X2 dan X3 terhadap Y



Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa data tersebar di sekitar garis diagonal pada grafik histogram. Meskipun ada beberapa titik yang tidak tepat berada di garis diagonal, sebagian besar titik mengikuti arah garis tersebut. Penyebaran data yang cenderung mengikuti garis diagonal ini menunjukkan indikasi adanya pola distribusi yang mendekati distribusi normal. Oleh karena itu, meskipun terdapat sedikit penyimpangan, secara keseluruhan, pola ini menunjukkan bahwa asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi, seperti yang ditunjukkan oleh grafik Q-Q plot. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas, yang menjadi salah satu syarat penting dalam analisis regresi.

Selanjutnya, untuk memastikan apakah distribusi data dalam penelitian tersebut normal atau tidak, dapat diperiksa melalui tabel uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Adapun tabel hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov sebagai berikut :

Tabel 4. 1 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-.1517147
	Std. Deviation	1.08262730
Most Extreme Differences	Absolute	.126
	Positive	.126
	Negative	-.123
Test Statistic		.126
Asymp. Sig. (2-tailed)		.077 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan hasil uji normalitas yang ditampilkan pada Tabel 4.1, diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. sebesar 0,077, yang lebih besar dari $\alpha < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian memenuhi syarat normalitas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal. Normalitas data ini sangat penting, karena merupakan salah satu prasyarat dalam melakukan uji asumsi klasik. Apabila data tidak berdistribusi normal, analisis lanjutan yang membutuhkan asumsi normalitas tidak dapat dilakukan secara akurat. Karena syarat ini telah terpenuhi, pengujian dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya dalam rangkaian uji asumsi klasik.

4.3 Uji Homogenitas

Setelah melakukan analisis untuk mengetahui tingkat kenormalan data, langkah berikutnya yang diambil adalah melaksanakan uji homogenitas. Uji homogenitas ini bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat kesamaan variansi di antara variabel

independen yang berhubungan dengan variabel dependen. Menurut Rektor Sianturi (2022), uji homogenitas penting dilakukan untuk menilai apakah beberapa varian populasi adalah sama atau berbeda. Uji ini menjadi syarat yang diperlukan sebelum melakukan analisis lebih lanjut, seperti independent sample t-test dan ANOVA.

Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan terhadap lima model yang berbeda. Model-model tersebut meliputi: kesulitan dalam memperoleh komoditas dan dampaknya terhadap kelangsungan usaha, keuntungan dan bagaimana hal itu berpengaruh pada kelangsungan usaha, dampak kemudahan dalam menjangkau konsumen yang dihubungkan dengan kelangsungan usaha, serta hubungan antara kesulitan mendapatkan komoditas dan keuntungan, dan dampak kemudahan dalam menjangkau konsumen serta keuntungan. Proses uji homogenitas ini dilakukan dengan cara menghitung nilai Levene Statistic serta tingkat signifikansi dari setiap model yang telah disebutkan. Dasar penentuan untuk hasil uji homogenitas ini adalah sebagai berikut:

1. Apabila nilai signifikansi (Sig.) yang diperoleh $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa varians dari dua kelompok populasi atau lebih tidak homogen.
2. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig.) yang didapatkan $> 0,05$, maka varians dari dua kelompok populasi atau lebih dapat dianggap homogen.

Di bawah ini merupakan hasil uji homogenitas dari lima model tersebut :

Tabel 4. 2 Hasil Uji Homogenitas (X1 terhadap Y)

Test of Homogeneity of Variances					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Y	Based on Mean	1.452	4	39	.235
	Based on Median	.855	4	39	.499
	Based on Median and with adjusted df	.855	4	32.676	.501
	Based on trimmed mean	1.489	4	39	.224

Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi yang ditemukan sebesar 0,235. Karena nilai signifikansi ini lebih besar dari 0,005 ($0,235 > 0,005$), maka dapat dikatakan bahwa data dari kedua variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki varian yang sama atau bersifat homogen. Dengan demikian, tidak terdapat perbedaan signifikan dalam distribusi varian kedua variabel tersebut, yang menunjukkan bahwa variabilitas data dalam penelitian ini seimbang dan konsisten antara kedua variabel tersebut.

Tabel 4. 3 Hasil Uji Homogenitas (X2 terhadap Y)

Test of Homogeneity of Variances					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Y	Based on Mean	.976	2	39	.386
	Based on Median	.454	2	39	.638
	Based on Median and with adjusted df	.454	2	30.947	.639
	Based on trimmed mean	.925	2	39	.405

Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi yang ditemukan sebesar 0,386. Karena nilai signifikansi ini lebih besar dari 0,005 ($0,386 > 0,005$), maka dapat dikatakan bahwa data dari kedua variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki varian yang sama atau bersifat homogen. Dengan demikian, tidak terdapat perbedaan signifikan dalam distribusi varian kedua variabel tersebut, yang menunjukkan bahwa variabilitas data dalam penelitian ini seimbang dan konsisten antara kedua variabel tersebut.

Tabel 4. 4 Hasil Uji Homogenitas (X3 terhadap Y)

Test of Homogeneity of Variances					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Y	Based on Mean	.050	3	39	.985
	Based on Median	.065	3	39	.978
	Based on Median and with adjusted df	.065	3	36.926	.978
	Based on trimmed mean	.061	3	39	.980

Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi yang ditemukan sebesar 0,985. Karena nilai signifikansi ini lebih besar dari 0,005 ($0,985 > 0,005$), maka dapat dikatakan bahwa data dari kedua variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki varian yang sama atau bersifat homogen. Dengan demikian, tidak terdapat perbedaan signifikan dalam distribusi varian kedua variabel tersebut, yang menunjukkan bahwa variabilitas data dalam penelitian ini seimbang dan konsisten antara kedua variabel tersebut.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Homogenitas (X1 terhadap X2)

Test of Homogeneity of Variances					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
X2	Based on Mean	.309	4	39	.870
	Based on Median	.306	4	39	.872
	Based on Median and with adjusted df	.306	4	35.487	.872
	Based on trimmed mean	.330	4	39	.856

Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi yang ditemukan sebesar 0,870. Karena nilai signifikansi ini lebih besar dari 0,005 ($0,870 > 0,005$), maka dapat dikatakan bahwa data dari kedua variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki varian yang sama atau bersifat homogen. Dengan demikian, tidak terdapat perbedaan signifikan dalam distribusi varian kedua variabel tersebut, yang menunjukkan bahwa variabilitas data dalam penelitian ini seimbang dan konsisten antara kedua variabel tersebut.

0,005), maka dapat dikatakan bahwa data dari kedua variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki varian yang sama atau bersifat homogen. Dengan demikian, tidak terdapat perbedaan signifikan dalam distribusi varian kedua variabel tersebut, yang menunjukkan bahwa variabilitas data dalam penelitian ini seimbang dan konsisten antara kedua variabel tersebut.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Homogenitas (X3 terhadap X2)

		Test of Homogeneity of Variances			
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
X2	Based on Mean	2.482	3	39	.075
	Based on Median	.707	3	39	.554
	Based on Median and with adjusted df	.707	3	25.151	.557
	Based on trimmed mean	2.169	3	39	.107

Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi yang ditemukan sebesar 0,075. Karena nilai signifikansi ini lebih besar dari 0,005 ($0,075 > 0,005$), maka dapat dikatakan bahwa data dari kedua variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki varian yang sama atau bersifat homogen. Dengan demikian, tidak terdapat perbedaan signifikan dalam distribusi varian kedua variabel tersebut, yang menunjukkan bahwa variabilitas data dalam penelitian ini seimbang dan konsisten antara kedua variabel tersebut.

4.4 Uji Regresi

Analisis ini bertujuan untuk memahami sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen dalam konteks penelitian yang dilakukan. Untuk mengukur tingkat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat, metode regresi diterapkan. Metode ini tidak hanya mengukur seberapa besar pengaruh dari variabel bebas, tetapi juga memprediksi nilai variabel terikat berdasarkan perubahan

yang terjadi pada variabel bebas. Jenis analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana, yang membantu dalam mengidentifikasi hubungan linier antara kedua variabel tersebut. Persamaan regresi sederhana yang digunakan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + Bx$$

Keterangan :

- Y = Nilai yang diprediksikan
- A = Konstanta atau jika harga X = 0
- B = Koefisien regresi
- X = Nilai variabel independen

4.4.1 Pengaruh Kesulitan Mendapatkan Komoditas Terhadap Kelangsungan Usaha

Tabel 4. 7 Hasil Uji Regresi X1 (Model Summary)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.126 ^a	.016	-.008	1.00563

a. Predictors: (Constant), X1

Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti (2024)

Dari output diatas diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,016, yang artinya bahwa pengaruh X1 (tingkat kesulitan dalam mendapatkan komoditas) terhadap Y (kelangsungan usaha) adalah sebesar 1,6% sedangkan 98,4% kelangsungan usaha dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi X1 (Coefficient)

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			90.0% Confidence Interval for B	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	3.416	.298		11.459	.000	2.914	3.917
	X1	-.087	.106	-.126	-.823	.415	-.264	.091

a. Dependent Variable: Y

Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan hasil data pada tabel di atas, Constant (a) adalah 3,416, sedangkan nilai X1 (tingkat kesulitan dalam mendapatkan komoditas) (b) adalah -0,087. Persamaan regresinya dapat ditulis menjadi :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 3,416 + (-0,087X)$$

Konstanta sebesar 3,416 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai X1 (tingkat kesulitan dalam mendapatkan komoditas) maka nilai Y (kelangsungan usaha) sebesar 3,416. Koefisien regresi X1 sebesar -0,087 yang menyatakan bahwa setiap penambahan 1% X1 , maka Y akan meningkat sebesar -0,087. Dikarenakan nilai koefisien regresi bernilai minus, maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa X1 (tingkat kesulitan mendapatkan komoditas) berpengaruh negatif terhadap Y (kelangsungan usaha)

Melihat hasil output diatas, diketahui juga bahwa nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,415 yang mana lebih besar dari probabilitas $\alpha < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak adanya pengaruh antara X1 (tingkat kesulitan dalam mendapatkan komoditas) terhadap Y (kelangsungan usaha). Artinya secara teori dapat dinyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kesulitan dalam mendapatkan komoditas, maka COGS suatu barang akan menjadi lebih mahal yang menyebabkan menurunnya juga tingkat kelangsungan usaha. Menurut Rusdiana (2014, 16) bahwa proses produksi yang baik akan mempengaruhi output yang dihasilkan berupa barang atau jasa yang

dapat mendukung kelangsungan hidup perusahaan. Terdapat 3 fungsi yang merupakan aspek penting dalam perusahaan demi kelangsungan perusahaan tersebut yaitu fungsi pemasaran, fungsi produksi/operasi, dan fungsi keuangan/akuntansi (Sisca, 2020).

Tidak adanya pengaruh yang terlihat dapat disebabkan oleh kenyataan bahwa secara teori, arah analisis sudah sesuai sehingga hasil yang diperoleh tidak bertentangan dengan teori yang ada. Namun, dalam konteks permasalahan pengambilan sampel, ada kemungkinan bahwa diperlukan lebih banyak sampel dari berbagai wilayah untuk mendapatkan gambaran yang lebih akurat. Selain itu, faktor lain yang mungkin berperan adalah lokasi kota Medan yang berdekatan dengan Singapura dan Batam, yang mempermudah akses komoditas ke daerah tersebut. Oleh karena itu, ketersediaan barang di Medan mungkin lebih mudah terjamin dibandingkan daerah lain. Hal ini diperkuat oleh kenyataan bahwa para pedagang lokal di Medan tampaknya tidak banyak merasakan dampak langsung dari penerapan Permendag No. 31 Tahun 2023, yang mungkin disebabkan oleh faktor-faktor lokal dan regional yang mempengaruhi dinamika perdagangan di wilayah tersebut (Nasution, 2024).

Gambar 4. 6 Pernyataan Bahwa Provinsi Sumut Dalam Hal Impor Meningkat dan Memberikan Dampak Pertumbuhan Ekonomi Progresif

Medan (ANTARA) - Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sumatera Utara (Sumut) mencatat nilai ekspor dan impor di wilayah ini naik pada Juli 2024 dibanding bulan sebelumnya.

"Nilai ekspor pada Juli 969,75 juta dolar AS atau mengalami kenaikan sebesar 12,59 persen dibandingkan bulan sebelumnya, tapi mengalami penurunan secara *year on year* 0,03 persen," ujar Kepala BPS Sumut Asim Saputra, di Medan, Senin.

Terkait ekspor, dia mengatakan perkembangan ekspor Sumut mencapai 969,75 juta dolar AS atau naik 12,59 persen dibandingkan bulan sebelumnya yang masih didominasi sektor industri 92,76 persen dan sektor pertanian 7,24 persen.

Untuk neraca perdagangan pada Juli, mengalami surplus hingga 404,44 juta dolar AS dimana total ekspor 969,75 juta AS dan impor 565,31 juta dolar AS.

"Surplus ini merupakan modal dalam pertumbuhan ekonomi yang progresif di Sumut," kata Asim.

Sumber : antaranews.com.2024

Gambar 4. 7 Pernyataan Kepala Kantor Bea Cukai Belawan Dalam Mendukung Impor

Belawan (ANTARA) – Bea Cukai Belawan menerima kunjungan perwakilan Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia dalam rangka koordinasi terkait pemanfaatan fasilitas kepabeanan untuk impor barang keperluan Konsulat Amerika Serikat di Medan.

Kepala Kantor Bea Cukai Belawan, Ahmad Luthfi mengungkapkan bahwa Bea Cukai Belawan siap memberikan pelayanan optimal terkait dengan rencana importasi tersebut. "Kami memastikan pelayanan yang optimal dan proses customs clearance berjalan sesuai dengan standar waktu yang ditetapkan dalam hal seluruh persyaratan yang diperlukan telah dilengkapi," ujarnya.

Sumber : antaranews.com.2024

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), disebutkan bahwa di Provinsi Sumatera Utara terjadi peningkatan signifikan dalam kegiatan ekspor dan terutama impor barang jika dibandingkan dengan bulan-bulan sebelumnya. Khususnya di Kota Medan, aktivitas impor ini mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah daerah. Tidak hanya itu, Kepala Kantor Bea Cukai Belawan turut terlibat dengan menerima kedatangan perwakilan dari Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. Tujuan dari kunjungan ini adalah untuk mengoptimalkan pemanfaatan fasilitas kepabeanan dalam mendukung proses impor barang yang semakin lancar. Dampak dari proses tersebut juga menghasilkan surplus ekonomi, yang berperan penting sebagai modal bagi pertumbuhan ekonomi yang terus berkembang secara progresif di wilayah Medan. Berdasarkan rangkaian pernyataan ini, dapat disimpulkan bahwa ketersediaan barang di Medan relatif lebih terjamin dibandingkan dengan daerah lainnya, berkat adanya

akses yang lancar melalui proses impor yang berlangsung secara efektif (Nasution, 2024).

4.4.2 Pengaruh Tingkat Keuntungan Terhadap Kelangsungan Usaha

Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi X2 (Model Summary)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.109 ^a	.012	-.012	1.00771

a. Predictors: (Constant), X2

Sumber : SPSS 25 data diolah oleh peneliti (2024)

Dari output diatas diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,012, yang artinya bahwa pengaruh X2 (tingkat keuntungan) terhadap Y (kelangsungan usaha) adalah sebesar 1,2% sedangkan 98,8% kelangsungan usaha dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi X2 (Coefficient)

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	90.0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	3.510	.457	7.677	.000	2.741	4.279
	X2	-.124	.176	-.109	.708	-.420	.171

a. Dependent Variable: Y

Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan hasil data pada tabel di atas, Constant (a) adalah 3,510, sedangkan nilai X2 (tingkat keuntungan) (b) adalah -0,124. Persamaan regresinya dapat ditulis menjadi:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 3,510 + (-0,124X)$$

Konstanta sebesar 3,510 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai X2 (tingkat keuntungan) maka nilai Y (kelangsungan usaha) sebesar 3,510. Koefisien regresi X2 sebesar -0,124 yang menyatakan bahwa setiap penambahan 1% X2 , maka Y akan meningkat sebesar -0,124. Dikarenakan nilai koefisien regresi bernilai minus, maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa X2 (tingkat keuntungan) berpengaruh negatif terhadap Y (kelangsungan usaha).

Melihat hasil output diatas, diketahui juga bahwa nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,483 yang mana lebih besar dari probabilitas $\alpha < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan antara X2 (tingkat keuntungan) terhadap Y (kelangsungan usaha). Dengan kata lain, secara teori dapat dinyatakan bahwa semakin tinggi tingkat keuntungan dalam usaha, maka berdampak pada peningkatan probabilitas kelangsungan usaha. Irwansyah (2021) menyatakan bahwa untuk menentukan apakah sebuah perusahaan berada dalam kondisi sehat, perlu dilakukan perhitungan dan pengawasan terhadap pengeluarannya. Dalam hal ini, nilai ekonomis seperti laba atau sisa hasil usaha harus melebihi jumlah masukan agar perusahaan dapat menjaga keberlanjutan operasionalnya.

Untuk mencapai keuntungan yang optimal, diperlukan margin yang cukup besar antara penjualan dan harga pokok produksi (COGS). Sebagai contoh, jika seorang konsumen membeli barang dari vendor seharga 10 ribu, maka idealnya konsumen tersebut juga akan menjualnya dengan harga minimal 10 ribu tanpa menghitung biaya operasional lainnya. Namun, tantangannya terletak pada persaingan bisnis yang sedang berlangsung. Ketika menetapkan margin keuntungan yang tinggi, terdapat risiko bahwa produk mungkin tidak terjual dengan baik, karena pelanggan mungkin mencari harga yang lebih terjangkau. Di sisi lain, jika memilih untuk menetapkan margin keuntungan yang lebih kecil, meskipun keuntungannya lebih rendah, bisnis mungkin dapat berkelanjutan karena produk lebih mudah terjual dan tetap kompetitif di pasar.

Gambar 4. 8 Pernyataan Walikota Medan Mengenai Pedagang Lokal Yang Sulit Bersaing Terutama Dalam Pemasaran Produk

Wali Kota Medan, Bobby Nasution, sebelumnya mengatakan masih banyak pelaku usaha UKM di Kota Medan yang kesulitan memasarkan produk akibat keterbatasan pengetahuan, terutama teknologi.

Selain keterbatasan pengetahuan, pelaku UKM juga masih kurang kreatif dalam mengemas produk, sehingga kurang menarik pembeli meskipun produk yang ditawarkan berkualitas.

"Kekurangan inilah yang kami sikapi. Kami akan bantu dan bimbing mereka agar bisa memanfaatkan teknologi untuk memaksimalkan pengemasan maupun penjualan produk mereka," tutur Bobby, Senin (29/11).

Sumber : analisadaily.com.2021

Gambar 4. 9 Pemko Medan Memberdayakan UMKM / Pedagang Lokal Medan Agar Dapat Bersaing Dengan Persaingan Usaha Saat Ini

Analisadaily.com, Medan - Pemko Medan sangat serius untuk memberdayakan agar UMKM bisa naik kelas dan berdaya saing, sebab UMKM merupakan poros dalam ekonomi keluarga, sehingga untuk menumbuh kembangkan ekonomi keluarga maka sektor UMKM harus terus dibenahi dan dibina agar bisa naik kelas.

"Kenapa harus naik kelas? Sebab, kita ingin para pelaku UMKM di Kota Medan dapat berdaya saing di tengah banyaknya persaingan usaha saat ini," kata Wali Kota Medan Bobby Nasution diwakili Sekda Kota Medan, Wiriya Alrahman, di Workshop Satgas Undang-Undang Cipta Kerja Dalam Rangka Penyempurnaan Undang-Undang Cipta Kerja (UUCK) Serta Aturan Turunannya di Hotel JW Marriot Medan, Kamis (29/9).

Sumber : analisadaily.com.2022

Di Kota Medan, Sumatera Utara, persaingan antara pedagang lokal dan beberapa pelaku usaha besar menghadapi tantangan signifikan. Para pedagang kecil mengalami berbagai kesulitan, terutama karena keterbatasan pengetahuan mengenai strategi pemasaran yang efektif, penetapan harga yang kompetitif, serta pemanfaatan teknologi modern yang kini semakin mendominasi dunia usaha. (Analisadaily, 2021) Walikota Medan, bersama dengan pemerintah Kota Medan, saat ini sedang berupaya memberikan pembinaan dan bimbingan yang intensif kepada para pedagang ini. Tujuannya adalah untuk membantu mereka meningkatkan kapasitas dan keterampilan dalam bidang-bidang yang masih kurang, sehingga di masa mendatang mereka mampu

bersaing secara sehat dan setara dengan pelaku usaha besar yang ada di Kota Medan. Melalui program-program pengembangan ini, diharapkan pedagang lokal dapat meningkatkan daya saing mereka serta memperkuat perekonomian lokal (Analisadaily, 2022).

4.4.3 Pengaruh Kemudahan dalam Menjangkau Konsumen Terhadap Kelangsungan Usaha

Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi X3 (Model Summary)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.020 ^a	.000	-.023	1.01350

a. Predictors: (Constant), X3

Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti (2024)

Dari output diatas diketahui bahwa nilai R sebesar 0,02, yang artinya bahwa pengaruh X3 (tingkat kemudahan dalam menjangkau konsumen) terhadap Y (kelangsungan usaha) adalah sebesar 2%. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa variabel X3 dapat menjadi prediktor bagi Y.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi X3 (Coefficient)

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	90.0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	3.242	.325	9.964	.000	2.695	3.790
	X3	-.017	.129	-.020	.131	-.234	.200

a. Dependent Variable: Y

Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan hasil data pada tabel di atas, Constant (a) adalah 3,242, sedangkan nilai X3 (tingkat kemudahan dalam menjangkau konsumen) (b) adalah -0,017. Persamaan regresinya dapat ditulis menjadi:

$$Y = a + bX$$
$$Y = 3,510 + (-0,017X)$$

Konstanta sebesar 3,242 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai X3 (tingkat kemudahan dalam menjangkau konsumen) maka nilai Y (kelangsungan usaha) sebesar 3,242. Koefisien regresi X3 sebesar -0,017 yang menyatakan bahwa setiap penambahan 1% X3, maka Y akan meningkat sebesar -0,017. Dikarenakan nilai koefisien regresi bernilai minus, maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa X3 (tingkat kemudahan dalam menjangkau konsumen) berpengaruh negatif terhadap Y (kelangsungan usaha).

Melihat hasil output diatas, diketahui juga bahwa nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,896 yang mana lebih besar dari probabilitas $\alpha < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan antara X3 (tingkat kemudahan dalam menjangkau konsumen) terhadap Y (kelangsungan usaha). Artinya secara teori dapat dinyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan dalam menjangkau konsumen, maka menyebabkan meningkatnya juga tingkat kelangsungan usaha. Berbagai faktor seperti kualitas produk, harga, cara promosi, hingga kemudahan akses tempat pembelian dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Oleh sebab itu, mempelajari perilaku konsumen memungkinkan perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang efektif dalam menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan loyalitas pelanggan lama (Sudirman et al., 2020, 2).

Mendapatkan konsumen menjadi semakin mudah, namun tantangan untuk mempertahankan kelangsungan usaha tetap tinggi. Hal ini sama seperti ketika mendapatkan konsumen menjadi semakin sulit, maka kelangsungan usaha juga akan semakin menantang. Fenomena ini terjadi karena model penelitian yang digunakan adalah sampling terhadap pelaku UMKM lokal yang beroperasi secara offline, di mana

para pedagang harus berusaha secara mandiri untuk menarik perhatian konsumen. Dalam konteks bisnis offline ini, pedagang harus aktif mencari atau menjangkau konsumen secara langsung.

Di sisi lain, peralihan bisnis dari offline ke online telah membuat perkembangan zaman semakin canggih, terutama dengan adanya platform-platform e-commerce yang mempermudah konsumen untuk menemukan pedagang tanpa harus keluar rumah. Konsumen sekarang memiliki kemudahan untuk mencari produk atau layanan yang mereka butuhkan melalui internet. Namun, ada faktor lain yang turut memengaruhi dinamika ini, yaitu loyalitas konsumen. Jika seorang konsumen telah berlangganan pada sebuah toko tertentu, kebanyakan dari mereka cenderung untuk tetap setia dan melakukan pembelian ulang di toko yang sama. Ini membuat tantangan semakin besar bagi pedagang baru atau yang belum memiliki basis pelanggan yang kuat, karena mereka harus bersaing untuk memenangkan kepercayaan konsumen dan menghadapi risiko bahwa konsumen yang loyal sulit untuk dialihkan ke toko lain (Fadilah, 2024.)

Gambar 4. 10 Pernyataan Head of Research Populix Bahwa Belanja Offline oleh Konsumen Tetap Bertumbuh Setelah Pandemi

"Pasca pandemi, kami menyaksikan transformasi yang menarik dalam perilaku belanja konsumen di Indonesia. Meskipun pandemi memicu lonjakan belanja online secara signifikan, temuan kami menunjukkan bahwa belanja offline tetap menjadi pilihan yang melengkapi pengalaman belanja konsumen dan bahkan terus bertumbuh setelah pandemi," kata Head of Research Populix Indah Tanip dalam keterangannya, Senin (22/4/2024).

Sumber : detikfinance.com.2024

Gambar 4. 11 Riset Populix Perbandingan Belanja Offline dan Online Oleh Konsumen



Riset Populix membandingkan preferensi belanja konsumen dalam tiga periode, yaitu sebelum, saat, dan setelah pandemi. Dikarenakan faktor kesehatan dan pembatasan aktivitas sosial, sebanyak 54% dari total responden yang aktif berbelanja online dan offline lebih memilih melakukan aktivitas belanja online selama pandemi berlangsung. Setelah pandemi berakhir, 49% di antaranya masih berbelanja online.

Berbeda dari persentase aktivitas belanja online yang mengalami sedikit penurunan, konsumen yang lebih memilih aktivitas belanja offline setelah masa pandemi berakhir mengalami kenaikan hingga lebih dari dua kali lipat. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tren belanja online cukup populer, konsumen Indonesia masih tetap gemar berbelanja offline.

Sumber : detikfinance.com.2024

Menurut riset yang dilakukan oleh Populix, terungkap bahwa jumlah konsumen yang memilih aktivitas belanja secara offline mengalami peningkatan yang signifikan setelah masa pandemi, mencapai lebih dari dua kali lipat. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tren belanja online sangat populer saat ini, konsumen tetap memiliki ketertarikan untuk melakukan pembelian langsung di toko fisik. Ada berbagai alasan yang membuat konsumen lebih memilih belanja offline, salah satunya adalah kenyamanan dalam menilai kualitas barang secara langsung. Selain itu, ketika berbelanja di pedagang lokal, konsumen masih memiliki kesempatan untuk melakukan negosiasi harga, yang sering kali menjadi salah satu faktor penarik dalam aktivitas belanja offline (Fadilah, 2024).

4.4.4 Pengaruh Kesulitan Mendapatkan Komoditas Terhadap Tingkat Keuntungan

Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi X1 terhadap X2 (Model Summary)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.378 ^a	.143	.122	.81968

a. Predictors: (Constant), X1

Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti (2024)

Dari output diatas diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,143, yang artinya bahwa pengaruh X1 (tingkat kesulitan dalam mendapatkan komoditas) terhadap X2 (keuntungan usaha) adalah sebesar 14,3% sedangkan 85,7% kelangsungan usaha dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi X1 terhadap X2 (Coefficient)

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			90.0% Confidence Interval for B	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	3.007	.243		12.377	.000	2.599	3.416
	X1	-.227	.086	-.378	-2.642	.012	-.372	-.083

a. Dependent Variable: X2

Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan hasil data pada tabel di atas, Constant (a) adalah 3,007, sedangkan nilai X1 (tingkat kesulitan dalam mendapatkan komoditas) (b) adalah -0,227. Persamaan regresinya dapat ditulis menjadi:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 3,007 + (-0,227X)$$

Konstanta sebesar 3,007 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai X1 (tingkat kesulitan dalam mendapatkan komoditas) maka nilai X2 (keuntungan usaha) sebesar 3,007. Koefisien regresi X1 sebesar -0,227 yang menyatakan bahwa setiap penambahan 1% X1, maka X2 akan meningkat sebesar -0,227. Dikarenakan nilai koefisien regresi bernilai minus, maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa X1 (tingkat kesulitan dalam mendapatkan komoditas) berpengaruh negatif terhadap X2 (keuntungan usaha).

Melihat hasil output diatas, diketahui juga bahwa nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,012 yang mana lebih besar dari probabilitas 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh antara X1 (tingkat kesulitan dalam mendapatkan komoditas) terhadap X2 (keuntungan usaha). Secara teoritis dapat dinyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kesulitan mendapatkan komoditas, maka menyebabkan menurunnya juga tingkat keuntungan usaha. Perusahaan yang berorientasi pada laba berupaya memproduksi barang atau jasa untuk dijual kepada konsumen dengan tujuan memperoleh margin keuntungan. Dalam menjalankan operasinya, penganggaran dana operasional dititikberatkan pada berbagai keperluan yang terkadang tidak berhubungan langsung dengan penjualan, seperti membayar tagihan telepon dan gaji karyawan (Limbong et al., 2021, 20).

Kendala dalam memperoleh komoditas di Indonesia sering terjadi karena banyak konsumen yang menginginkan barang-barang yang tidak diproduksi atau tidak tersedia di dalam negeri. Oleh karena itu, para pedagang harus melakukan impor dari negara lain untuk memenuhi permintaan tersebut. Proses ini tentu tidak mudah, karena barang yang diinginkan sulit didapatkan, tetapi potensi keuntungannya tinggi mengingat tingginya permintaan dari konsumen (BBC News Indonesia, 2022).

Sebaliknya, ketika suatu komoditas mudah didapatkan, seperti barang A yang merupakan produk lokal Indonesia, keuntungan cenderung lebih rendah. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa meskipun barang tersebut mudah diakses, tidak semua konsumen tertarik atau membutuhkannya. Selain itu, kemudahan dalam mendapatkan barang ini juga meningkatkan persaingan di kalangan pedagang. Para pedagang lain dapat dengan mudah memperoleh barang yang sama, sehingga mereka mungkin

bersaing dengan menurunkan harga, yang pada akhirnya membuat sulit untuk mendapatkan keuntungan yang signifikan (BBC News Indonesia, 2022).

Gambar 4. 12 Medan Merupakan Salah Satu Surga Pakaian Bekas Impor



Sumber : *kompas.com.2023*

Gambar 4. 13 Medan Merupakan Salah Satu Surga Pakaian Bekas Impor

Harga murah, kualitas baik, dan bermerek, menjadi daya tarik konsumen memburu pakaian bekas, terutama yang berasal dari luar negeri.

Di Indonesia, mengacu pada hasil survei Goodstats mengenai preferensi gaya fesyen anak muda Indonesia yang dilaksanakan pada 5-16 Agustus 2022 dengan melibatkan 261 responden, mayoritas responden atau sekitar 49,4% mengaku pernah membeli fesyen bekas dari hasil *thrifting*.

Sumber : *bbc.com.2022*

Kendala dalam memperoleh komoditas di Kota Medan, Sumatera Utara lebih banyak terkait dengan impor pakaian bekas. Masih banyak masyarakat di Medan yang cenderung memilih dan menyukai trend *fashion thrifting* dari luar negeri karena berbagai alasan, salah satunya adalah model pakaian, celana, atau aksesoris yang ditawarkan memiliki kualitas tinggi, seringkali bermerek, namun tetap terjangkau (Krisdamarjarti, 2023). Selain itu, tren membeli pakaian bekas bermerek ini semakin meningkat, terlihat dari semakin banyaknya orang yang membeli pakaian bekas dalam

bentuk ball atau secara individu, yang kemudian dijual kembali melalui media sosial, seperti TikTok. Para penjual biasanya melakukan siaran langsung melalui akun media sosial mereka untuk memasarkan dan menawarkan pakaian tersebut kepada para penonton, dengan harga yang sangat terjangkau. Hal ini memperlihatkan bahwa tren thrifting impor telah menjadi fenomena yang cukup populer dan diminati, khususnya di kalangan masyarakat Medan yang menginginkan pilihan fashion berkualitas dengan harga yang ekonomis (BBC News Indonesia, 2022).

4.4.5 Pengaruh Kemudahan dalam Menjangkau Konsumen Terhadap Tingkat Keuntungan

Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi X3 terhadap X2 (Model Summary)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.365 ^a	.133	.113	.82408

a. Predictors: (Constant), X3

Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti (2024)

Dari output diatas diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,133, yang artinya bahwa pengaruh X3 (tingkat kemudahan dalam menjangkau konsumen) terhadap X2 (keuntungan usaha) adalah sebesar 13,3% sedangkan 86,7% kelangsungan usaha dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi X3 terhadap X2 (Coefficient)

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	90.0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	1.861	.265	7.033	.000	1.416	2.306
	X3	.267	.105	.365	.015	.090	.443

a. Dependent Variable: X2

Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan hasil data pada tabel di atas, Constant (a) adalah 1,861, sedangkan nilai X3 (tingkat kemudahan dalam menjangkau konsumen) (b) adalah 0,267. Persamaan regresinya dapat ditulis menjadi:

$$Y = a + bX$$
$$Y = 1,861 + 0,267X$$

Konstanta sebesar 1,861 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai X3 (tingkat kemudahan dalam menjangkau konsumen) maka nilai X2 (keuntungan usaha) sebesar 1,861. Koefisien regresi X3 sebesar 0,267 yang menyatakan bahwa setiap penambahan 1% X3, maka X2 akan meningkat sebesar 0,267. Dikarenakan nilai koefisien regresi bernilai positif, maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa X3 (tingkat kemudahan dalam menjangkau konsumen) berpengaruh positif terhadap X2 (keuntungan usaha).

Melihat hasil output diatas, diketahui juga bahwa nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,015 yang mana lebih besar dari probabilitas $\alpha < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa berpengaruh antara X3 (tingkat kemudahan dalam menjangkau konsumen) terhadap X2 (keuntungan usaha). Ristiyani et al. (2023) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan dalam menjangkau konsumen, maka menyebabkan meningkatnya juga tingkat keuntungan usaha. Proses bisnis dan akuntansi berperan penting dalam upaya meraih keuntungan. Ditekankan bahwa untuk mencapai profit, perusahaan perlu meningkatkan penjualan secara signifikan, yang secara langsung

berkaitan dengan pengelolaan transaksi keuangan yang baik dan penyusunan laporan keuangan yang tepat serta akurat.

4.5 Perbedaan Permendag No. 31 Tahun 2023 dengan Permendag No. 36 Tahun 2023 dan Permendag No. 8 Tahun 2024

Permendag No. 31 Tahun 2023 mengatur perdagangan yang dilakukan melalui sistem elektronik (PMSE), mencakup pelaku usaha baik yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri. Tujuan utama dari peraturan ini adalah untuk melindungi konsumen, mendukung pemberdayaan UMKM, dan memastikan bahwa pelaku usaha memiliki legalitas yang sah. Selain itu, peraturan ini juga menekankan pentingnya transparansi serta perlindungan hak konsumen dalam transaksi digital.

Permendag No. 36 Tahun 2023 mencakup pengaturan yang lebih luas terkait kebijakan impor barang, termasuk ketentuan perizinan untuk jenis barang tertentu serta pengawasan impor melalui neraca komoditas. Tujuan dari peraturan ini adalah untuk mengatur aliran barang impor, melindungi pasar domestik, memastikan ketersediaan barang sesuai dengan kebutuhan dalam negeri, dan menjaga kestabilan harga. Beberapa barang, seperti bahan baku, barang modal, dan barang konsumsi, memerlukan izin impor, dan pengawasannya dilakukan melalui sistem *post-border*.

Permendag No. 7 Tahun 2024, yang merupakan revisi dari Permendag No. 36 Tahun 2023, memberikan aturan yang lebih rinci dan fleksibel mengenai pengiriman barang dari Pekerja Migran Indonesia (PMI), barang bawaan penumpang, dan bahan baku industri. Revisi ini bertujuan untuk mempermudah proses pengiriman barang oleh PMI, melindungi sektor industri domestik, serta menyederhanakan prosedur impor bahan baku tertentu. Dalam peraturan ini, barang kiriman dari PMI dikecualikan dari larangan impor tertentu, tidak ada pembatasan terkait jumlah atau kondisi barang, dan barang yang dikirim dapat berupa barang baru maupun bekas. Selain itu, barang bawaan penumpang juga tidak dibatasi jenis atau jumlahnya, kecuali untuk barang yang dilarang masuk atau berbahaya. Proses impor bahan baku industri juga dipermudah dengan pengurangan persyaratan izin yang diperlukan.

Secara umum, Permendag No. 31 Tahun 2023 lebih memusatkan perhatian pada regulasi perdagangan elektronik dan perlindungan terhadap konsumen, sedangkan Permendag No. 36 Tahun 2023 mencakup kebijakan impor yang lebih luas, termasuk pengaturan melalui neraca komoditas. Sementara itu, Permendag No. 7 Tahun 2024 memperkenalkan aturan yang lebih terperinci dan fleksibel mengenai barang kiriman dari PMI, barang bawaan penumpang, dan bahan baku industri, dengan tujuan untuk mempermudah prosedur, memperkuat pengawasan, serta melindungi pasar dan industri lokal.

