

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Budaya populer merupakan budaya familiar serta disukai oleh masyarakat, sesuai dengan tuntutan zaman, dan dapat diakses oleh setiap orang dalam kehidupan sehari-hari.¹ Budaya populer dapat berkembang dengan pesat dan meluas karena adanya globalisasi. Globalisasi telah meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap budaya populer dari berbagai negara. *Korean Wave* merupakan fenomena budaya populer Korea Selatan yang menyebar ke berbagai negara di dunia, termasuk Indonesia.²

Fenomena ini tidak hanya membawa pengaruh dalam bidang hiburan, tetapi juga dalam bidang kuliner. Di Indonesia, produk-produk *Korean food* mulai diminati seiring dengan meningkatnya ketertarikan masyarakat terhadap budaya Korea. Hal ini dapat dilihat dari tingginya permintaan masyarakat Indonesia terhadap produk-produk Korea Selatan. Contohnya *mie instan*, dari data Kementerian Perdagangan total

¹ W. Fildzah Masturah, dkk, “Korean Wave Cultural Influence And Fan Entrepreneurship Behaviortowards Entrepreneurial Interests (Case Study On S1 Management Student, USU Faculty of Economics And Business)”. *Journal Of Management Analytical and Solution*, Vol. 1, No. 1 (2021), h. 22.

² Aulia Hillar Setyani & Muhammad Zakky Azhari, “Pengaruh Korean Wave Dan Ulasan Online Terhadap Minat Beli Produk Skin Care Korea Selatan”, *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, Vol. 4, No. 1 (Maret 2021), h. 67.

impor mie instan dari Korea Selatan tahun 2016 sebanyak US\$ 13,55 juta. *Mie instan* asal negeri Ginseng ini mendominasi dengan nilai impor US\$ 10,11 juta dengan volume 2,601 ton. Untuk tahun 2017, impor mie instan asal Korea Selatan sebesar US\$ 8,78 juta dengan volume 2,157 ton.³ Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat Indonesia terhadap *Korean food* terus meningkat.

Peningkatan minat beli produk korean food di Indonesia dapat disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah pengaruh *Korean wave*. *Korean wave* telah berhasil menciptakan citra yang positif terhadap Korea Selatan, termasuk budaya kulinernya. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya konten-konten *K-Drama* dan *K-Pop* yang menampilkan kuliner Korea, seperti *tteokbokki*, *kimchi*, dan *bibimbap*.⁴

Konten-konten *Korean wave* telah berhasil memikat masyarakat Indonesia, terutama kalangan remaja. Remaja merupakan kelompok konsumen yang paling aktif dan mudah mengikuti tren. Hal ini menyebabkan sebagian masyarakat, terutama kalangan remaja, mengubah gaya hidup konsumsinya menjadi hal-hal yang berkaitan dengan *Korean wave*.⁵

³ Muhammad Idris, *RI Impor Mie Instan, Paling Banyak dari Korea dan China*, detikfinance: Berita Ekonomi Bisnis (Selasa, 20 Jun 2017), h. 1.

⁴ Wahyu Rafdinal, dkk, “*Perkembangan Hallyu di Indonesia: Pemasaran Budaya Korea Selatan Melalui K-Drama dan K-Pop*”, (Jawa Timur: CV. Dewa Publishing, Cetakan Pertama, Juni 2023), h. 48.

⁵ Wahyu Rafdinal, dkk, “*Perkembangan Hallyu di Indonesia ...*”, h. 78.

Tayangan dan konsumsi budaya yang semakin marak berdampak pada masyarakat Indonesia, terutama remaja, yang cenderung mudah meniru apa yang mereka saksikan. Hal ini didukung oleh penelitian dari Sagia dan Situmorang yang menunjukkan bahwa konsumen yang menyukai budaya Korea cenderung memiliki pandangan positif terhadap produk dari Korea Selatan dan tertarik untuk membelinya.⁶

Berdasarkan data statistik berikut nilai impor Korea Selatan ke Indonesia makin meningkat tiap tahunnya kecuali 2020 saat sedang merebak.

Tabel 1.1
Perkembangan Impor Korea Selatan 2019-2023

Tahun	Nilai (Juta US \$)
2019	8.421,3
2020	6.849,4
2021	9.427,2
2022	11.717,9
2023	10.525,8

Sumber: (Badan Pusat Statistik Indonesia)

⁶ Ayu Sagia & Syafrizal Helmi Situmorang. "Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera". *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Vol. 5, No. 2 (Februari 2018), h. 286-298.

Maraknya produk makanan dan restoran Korea di Indonesia merupakan salah satu faktor yang mendukung popularitasnya. Produk-produk ini kini bisa ditemukan dengan mudah, bahkan di kota-kota kecil. Hal ini tidak terlepas dari peran para pelaku bisnis dan penjual UMKM yang memanfaatkan momen kepopuleran budaya Korea. Masyarakat Indonesia, termasuk di Kota Serang, menunjukkan minat yang tinggi terhadap produk-produk *Korean wave*, termasuk produk makanan.⁷

Di Kota Serang sudah banyak menjamur restoran dan penjual makanan korea seperti Keumsik Korean Fun Café, Kopi Chuseyo x Mogoyo, dan Korean Seafood. Produk yang ditawarkan yaitu *tteokbokki*, *rabokki*, *ramyeon*, *manduguk*, *fish cake*, *chikuwa*, *odeng*, *corndog*, dan lain-lain. Selain itu, di Kota Serang juga terdapat banyak produk makanan dan minuman impor dari Korea Selatan yang dijual di supermarket dan toko *frozen food*, seperti *mie instan*, *tteokbokki instan*, *rapokki instan*, *mujigae*, *ollatte*, dan lain-lain.

Dari pengamatan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa maraknya gerai makanan Korea yang bermunculan, banyaknya

⁷ Elen Surya Lupitasari, dkk., “Pengaruh *Korean Wave* Dan Makanan Korea Terhadap Minat Makan Hidangan Korea Pada Masyarakat Kota Madiun”, *Jurnal Tata Boga*, Vol. 11, No. 1 (Januari 2022), h. 2-3.

makanan impor Korea yang tersedia di supermarket, dan banyaknya masyarakat yang membeli makanan Korea di kota Serang. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat memiliki minat yang tinggi dengan produk-produk Korea dan tertarik untuk mencoba dan mengonsumsi makanan Korea.

Namun, di sisi lain, pengaruh *Korean wave* terhadap minat beli produk *Korean food* juga dapat menimbulkan beberapa permasalahan. Salah satu permasalahan tersebut adalah adanya potensi penyimpangan dari nilai-nilai Islam. Islam mengatur segala aspek kehidupan manusia, termasuk dalam hal konsumsi barang dan jasa. Umat muslim harus berpegang teguh pada aturan-aturan syariat Islam dalam memenuhi kebutuhannya. Salah satu kebutuhan manusia adalah pangan. Sebagai seorang muslim, kita harus berhati-hati dalam mengonsumsi makanan, karena tidak semua makanan Korea itu halal. Beberapa makanan Korea mengandung minyak babi, daging babi, atau alkohol. Oleh karena itu, masyarakat sebagai konsumen harus kritis dalam membeli produk pangan, terutama produk makanan Korea.⁸

Perilaku konsumsi dalam Islam didasarkan pada kebutuhan, bukan keinginan. Konsumsi yang didasarkan pada keinginan

⁸ Maria Oktavianingtias & Istyakara Muslichah, "Niat Beli Muslim pada Makanan Korea Bersertifikasi Halal di Indonesia". *Jurnal Aplikasi Bisnis [JABIS]*, Vol. 19, No. 1 (Juni 2022), h. 144.

cenderung berlebihan, mubazir, dan boros. Seorang muslim diwajibkan untuk mengonsumsi makanan halal dan dilarang mengonsumsi makanan yang haram.⁹ Konsumsi membutuhkan pengendalian diri berdasarkan kebutuhan. Konsumsi harus dilakukan dengan pengendalian diri agar tidak terjerumus dalam nafsu yang tidak terbatas.

Korean wave telah memengaruhi preferensi para milenial di Indonesia dalam berbagai hal, seperti maraknya penggunaan produk-produk *skincare* dan *make up* Korea, gaya berpakaian Korea, serta mengonsumsi produk-produk Korea baik dalam media maupun secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa para milenial Indonesia tertarik dengan budaya Korea dan ingin menjadi bagian darinya.¹⁰ Karena pengaruh budaya, khususnya *Korean wave*, telah mengubah pola konsumsi masyarakat. Beberapa konsumen menjadi lebih konsumtif dalam membeli produk *Korean food*. Hal ini dapat menimbulkan masalah, seperti pemborosan dan konsumsi makanan yang tidak

⁹ Iman Setya Budi & Parman Komarudin. "Persepsi Dosen Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Terhadap Produk Makanan Berlabel Halal". *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*. Vol. 6, No. 2 (2020), h. 2.

¹⁰ Nuariefa Setia Sari & F.X.Sri Sadewo, "Korean Fashion Style (Praktik Sosial Pola Berpakaian Pengguna Korean Syle Di Surabaya)", *Journal Of Sociological Studies Paradigma*, Vol 03, No. 03, (2015), h. 2.

sehat.¹¹ Oleh karena itu, penting untuk mengkaji pengaruh *Korean wave* terhadap minat beli produk *Korean food* menurut perspektif Islam. Kajian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena tersebut, serta memberikan solusi untuk mengatasi permasalahan yang dapat timbul.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait **“Pengaruh *Korean Wave* Terhadap Minat Beli Produk *Korean Food* Prespektif Ekonomi Syariah”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah di atas, dengan berkembangnya *Korean wave* di Indonesia menyebabkan konsumen ingin mengikuti trend yang sedang populer yang berhubungan dengan *Korean wave*. Ini menandakan bahwa minat beli makanan Korea lebih didorong oleh popularitasnya daripada pertimbangan agama atau kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam.

C. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas, penulis ingin membatasi masalah penelitian yang akan dilakukan, agar waktu, biaya dan tenaga

¹¹ Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: Deepublish, Cetakan Pertama: September 2018), h. 234.

yang dikeluarkan selama penelitian ini berlangsung berjalan lebih efisien. Berikut merupakan batasan masalah yang akan penulis jabarkan:

- a. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, *Korean Wave* sebagai variabel bebas (*independent*) dan Minat Beli Produk *Korean Food* sebagai variabel terikat (*dependent*).
- b. Lokasi penelitian di Cafe Kopi Chuseyo x Mogoyo kota Serang, Banten.
- c. Responden dalam penelitian ini adalah Konsumen yang minat membeli produk *Korean Food* di Kopi Chuseyo x Mogoyo Serang, Banten.

D. Perumusan Masalah

Mengacu pada uraian yang telah penulis kemukakan dalam latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang menjadi pembahasan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh *Korean Wave* terhadap Minat Beli Produk *Korean Food*?

E. Tujuan Penelitian

Pada umumnya suatu penelitian bertujuan untuk menguji, menganalisis dan menemukan suatu pengetahuan. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *Korean Wave* terhadap minat beli produk *Korean Food*.

F. Manfaat/Signifikansi Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini bermanfaat secara teoritis dengan menawarkan dan memperkaya hasil kajian empiris terkait budaya, sikap, dan minat beli, khususnya dalam konteks pengaruh *Korean wave* terhadap minat beli.

2. Manfaat praktis

a. Bagi penulis

Penelitian ini bermanfaat sebagai tolak ukur daya serap yang diperoleh selama perkuliahan dan menambah pemahaman mengenai pengaruh *Korean wave* terhadap minat beli *Korean Food*.

b. Bagi akademisi

Penelitian ini bermanfaat sebagai media referensi bagi peneliti selanjutnya yang nantinya menggunakan konsep dan dasar penelitian yang sama.

c. Bagi pembaca

Penelitian skripsi ini juga dapat memberikan informasi kepada pembaca tentang asal-usul *Korean wave* sehingga

masyarakat tidak hanya mengikuti gelombang saja tetapi juga mengetahui dampak dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumsi mereka.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang digunakan dalam proposal ini, diantaranya:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini terdapat pembahasan mengenai Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat/Signifikansi Penelitian, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran dan Sistematika Pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Pada bab ini menguraikan teori-teori mengenai *Korean Wave*, Minat Beli, Minat Beli dalam Islam dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini terdapat pembahasan mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Pada bab pembahasan ini, di dalamnya menguraikan dan menjelaskan mengenai hasil penelitian dan pembahasan dari data yang diperoleh.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah diperoleh dan saran untuk penelitia selanjutnya.