

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Makanan memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat. Makanan tidak hanya berfungsi sebagai kebutuhan biologis manusia untuk tetap bertahan hidup namun makanan juga merupakan kebutuhan sosial dan budaya manusia dalam komunitas atau masyarakat (Sri Utami, 2018).

Makanan merupakan salah satu identitas budaya dalam globalisasi. Karena setiap negara memiliki ciri khas baik dalam cita rasa, penggunaan bahan baku, cara pembuatan hingga cara penyajiannya yang mencerminkan identitas budaya dan menciptakan batas-batas dan perbedaan antara budaya suatu negara dengan negara lainnya. Perkembangan teknologi informasi, komunikasi, dan transportasi yang pesat tersebut mengakibatkan sekat-sekat pemisah antara daerah yang satu dan daerah yang lainnya, begitu pula antara negara yang satu dengan negara lainnya terbongkar sehingga terbentuk suatu masyarakat yang tidak mengenal batas kewilayahan. Perkembangan teknologi ini mempermudah masuknya budaya-budaya lain termasuk makanan untuk masuk ke Indonesia.

Saat ini, kepopuleran budaya Korea Selatan atau dikenal dengan nama *Korean Wave* atau *Hallyu*, di Indonesia maupun di dunia sedang meningkat. *Korean Wave* sangat identik dengan dunia hiburan seperti drama, musik, dan *variety shows* yang disajikan dengan budaya-budaya Korea di dalamnya. Tayangan-tayangan tersebut sering memperlihatkan bagaimana budaya makanan di Korea Selatan yang

membuat para pecinta Korea juga ingin merasakan makanan yang dimakan oleh para artis Korea tersebut.

Meningkatnya popularitas *Hallyu* Korea membuat banyak bermunculannya rumah makan makanan Korea di Indonesia. Bisnis restoran di Indonesia merupakan bisnis yang sangat menguntungkan bagi para pengusaha bisnis restoran. Keuntungan yang diperoleh dari bisnis restoran ini bisa mencapai 15% - 30%. Tidak hanya itu, produk-produk makanan instan Korea juga banyak bermunculan di Indonesia. Makanan-makanan instan Korea ini bermacam-macam jenisnya mulai dari yang di impor langsung dari Korea hingga produsen Indonesia yang memproduksi makanan instan juga meluncurkan produk makanan instan Korea.

Pandemi covid-19 yang terjadi sejak pemerintah Indonesia menetapkan bahwa covid-19 menjadi bencana nasional pada 13 april 2020 dan diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di beberapa daerah pertama kali pada 10 april 2020 hingga Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang mulai berlaku 11 januari 2021 yang terus berlanjut untuk menangani pandemi covid-19 di Indonesia. Akibat dari pemberlakuan PSBB dan PPKM ini membuat banyak aktivitas masyarakat, aktivitas ekonomi, pendidikan dan aktivitas lain yang terhambat. Pada masa ini restoran hanya diperbolehkan menerima *delivery* atau *take away* dan hanya boleh menerima makan di tempat separuh kapasitas tempat hingga ada masa dimana restoran tidak boleh menerima makan di tempat sehingga banyak produk-produk makanan instan baru yang bermunculan baik dari merek yang memang sudah memproduksi makanan instan sampai restoran yang mengemas produk mereka menjadi makanan instan karena para pemilik restoran harus memiliki opsi lain agar usaha mereka tetap bisa berjalan di masa pandemi

ini. Direktur Jendral Industri Agro Kemenperin, Abdul Rochim dalam kemenperin.go.id mengatakan bahwa pandemi yang telah berlangsung hampir satu tahun ini telah mengubah pola konsumsi masyarakat. Dimana produsen makanan perlu memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan produksi makanan siap olah atau mudah diproses yang baik untuk kesehatan, meningkatkan daya tahan tubuh, dan meningkatkan asupan gizi.

Mie instan adalah makan instan yang sangat familiar di telinga jika ditanya apa produk makanan instan yang diketahui. Menurut situs web resmi World Instant Noodles Association (WINA), negara Jepang merupakan negara yang melahirkan mie instan pada tahun 1958. Kurang lebih pada sepuluh tahun setelah Jepang kalah dalam Perang Dunia II. Namun orang yang berjasa dalam pembuatan mie instan ini bukanlah orang Jepang, melainkan seorang pengusaha asal Taiwan bernama Momofuku Ando. Mie instan sangat populer di Asia. Di setiap negara Asia memiliki cita rasa yang berbeda. Bahkan memiliki rasa yang unik dan khas dari masing-masing negara.

Selain mie instan, produk makanan instan lain saat ini juga sangat populer karena memiliki harga yang terjangkau, mudah dimasak, dapat disimpan lama dan juga memiliki rasa yang lezat. Hal ini seperti prinsip yang ditetapkan oleh Ando dalam menciptakan mie instan yaitu harga yang terjangkau, kenyamanan, keamanan dan kebersihan, dapat disimpan lama dan kelezatan.

Korea Selatan juga terkenal dengan mie instannya atau sering disebut *ramyeon*. Tidak hanya *ramyeon*, Korea juga memiliki makanan instan lainnya yang juga

populer baik di Koreanya sendiri maupun di luar negeri. *Tteokbokki* instan merupakan salah satu makanan instan Korea yang sangat populer di Indonesia.

Pemerintah Korea mendirikan Korean Food Foundation pada maret 2010 untuk mempopulerkan makanan Korea ke seluruh dunia. Korea berusaha membuat resep yang tepat untuk memperkenalkan masakannya yang kaya melalui *bibimbap*, *kimchi* dan *bulgogi* sebagai pesaing utama dengan berbagai kombinasi daging dan makanan laut yang dipanggang di atas panggangan di tengah meja. Makanan Korea memiliki keunggulan karena kandungan nutrisi pada masakannya. Orang Korea percaya bahwa dengan makan banyak sayuran memiliki keseimbangan nutrisi yang baik sehingga baik untuk Kesehatan (Moung etal 2010).

Para ahli makanan Topokki Food Research Institute di Seoul mencoba membuat *street food* yaitu *tteokbokki* yang populer di Korea ini bisa cocok dengan selera internasional dan dapat disajikan di luar negeri. Mereka mencoba untuk membuat produk *fushion* dengan membuat masakan menggunakan campuran antara saus barat dan oriental, serta menambahkan sedikit bahan dari luar negeri.

Pemerintah Korea juga telah melakukan strategi gastrodiplomasi melalui program Global Hansik Campign di Indonesia sejak tahun 2012. Melalui program ini pemerintah Korea mengadakan beberapa festival dimana pada festival-festival tersebut juga memperkenalkan makanan Korea melalui demo masak dan hal lain yang berhubungan dengan makanan Korea serta terdapat *stand* khusus makanan Korea dimana terdapat produk-produk makanan Korea seperti makanan ringan dan makanan instan diperlihatkan sekaligus dapat dibeli oleh pengunjung.

Pemberlakuan PSBB dan PPKM akibat pandemi covid-19 di Indonesia yang mengharuskan seluruh kegiatan dilakukan dari rumah membuat banyak penggemar baru akan *K-pop* dan *K-drama*. *K-pop* dan *K-drama* dijadikan sebagai alternatif hiburan. Tayangan dalam drama Korea yang suka memperlihatkan seperti apa makanan Korea membuat makanan Korea juga tetap populer di masa pandemi. Berbagai merek makanan instan Korea bisa ditemukan di *e-commerce*. Tidak hanya merek yang impor dari Korea tetapi juga banyak merek UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Indonesia yang menjual makanan instan Korea tersebut. Beberapa merek UMKM yang memproduksi makanan instan korea yaitu Yeobotopokki.ciputat, Eonnie Kitchen, Koreakeun, Omoni_id, Spicywon.id dan lainnya. Setiap UMKM tersebut memiliki produk keunggulannya masing-masing namun *tteokbokki* menjadi makanan yang selalu ada dalam daftar produk mereka.

Kepopuleran *Korean Wave* menjadi salah satu alasan makanan Korea menjadi populer di Indonesia. Mudahnya menemukan produk makanan instan Korea di Indonesia membuat penulis ingin mengetahui apa yang melandasi produsen Indonesia memilih untuk memproduksi makanan instan Korea.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, permasalahan yang penulis angkat adalah sebagai berikut:

- 1) Apa yang membuat produsen Indonesia tertarik untuk memproduksi makanan instan Korea.

- 2) Bagaimana cara produsen Indonesia dalam mempromosikan produk makanan instan Korea.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk menjelaskan alasan yang membuat produsen Indonesia tertarik untuk memproduksi makanan instan Korea.
- 2) Untuk menjelaskan cara produsen Indonesia dalam mempromosikan produk makanan instan Korea.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah untuk membantu pengusaha dalam mengembangkan produk makanan instan Korea yang sesuai dengan selera masyarakat Indonesia.

1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor pada Lexy J Meoleong (2004: 3), Metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Narasumber yang diwawancarai diperoleh melalui Instagram dan Whatsapp. Objek dalam penelitian ini adalah produsen Indonesia yang memproduksi makanan instan Korea.

1.6 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh

peneliti secara langsung dan data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada.

Data primer pada penelitian ini akan diperoleh dengan wawancara secara *online* melalui Google Meet dan observasi terhadap produsen Indonesia yang memproduksi makanan instan Korea. Data akan dianalisa berdasarkan teori George R. Terry tentang 5 dasar dalam pengambilan keputusan, yaitu intuisi, pengalan, fakta, wewenang dan rasional. Sedangkan data sekunder akan diperoleh melalui kajian pustaka dan sumber buku-buku maupun sumber digital yang berhubungan dengan tema yang penulis ambil.

Pemilihan partisipan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* dalam menentukan sampel. Menurut Notoatmodjo (2010) teknik *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan suatu pertimbangan, seperti ciri-ciri atau sifat-sifat suatu populasi dan menurut Sugiyono (2010) *purposive sampling* adalah suatu teknik pengambilan sumber data dengan penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Strategi ini digunakan karena adanya prasyarat khusus untuk calon narasumber. Adapun kriterinya adalah sebagai berikut:

1. Merek lokal Indonesia
2. Produsen Indonesia yang memproduksi makanan insatan Korea.
3. Berasal dari daerah yang berbeda.

Jumlah narasumber pada penelitian ini adalah 3 (tiga) produsen Indonesia yang memproduksi produk makanan instan Korea. Produsen-produsen ini

memproduksi makanan instan Korea dari 3 daerah yang berbeda yaitu, Ciputat Tangerang Selatan, Jatinagor Sumedang Jawa Barat, dan Klaten Jawa Tengah.

1.7 Sistematika Penyajian

Pada penyajian laporan skripsi ini menggunakan sistematika penyajian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, sumber data, teknik pengambilan data dan sistematika penyajian.

BAB II KERANGKA TEORI

Bab ini berisi penjabaran tentang tinjauan pustaka, landasan teori serta kerangka teoritis yang menjadi referensi khususnya yang berkaitan dengan makanan Korea dan makanan instan.

BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang analisis mengenai alasan produsen Indonesia memilih untuk memproduksi makanan Korea instan di Indonesia berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan penulis yang dilakukan secara langsung ataupun melalui sosial media dan *e-commerce*.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan terkait hasil dari penelitian dan saran untuk penelitian berikutnya.