

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan pertumbuhan industri dan teknologi di era milenial saat ini, dunia dan penduduknya dituntut untuk berkembang dalam segala aspek untuk mengikuti perkembangan zaman saat ini. Banyak wanita diberbagai negeri, terutama di Indonesia, mengikuti perkembangan industri ini yang sangat pesat. Aspek industri yang sangat diminati tersebut adalah "*fashion*". Gaya, selera, dan popularitas manusia menuntut orang lain untuk tampil menarik dan trendi, sehingga menjadikan berbagai gaya *fashion* sebagai hal yang wajib. Akibatnya, industri ini terus berkembang dengan pesat seiring dengan zaman.

Solomon menggambarkan mode sebagai proses penyebaran sosial, atau penyebaran sosial, di mana sebuah kelompok pembeli mengambil gaya baru. "Gaya" atau mode mengacu pada kombinasi beberapa sifat. Selain itu, kombinasi tersebut harus dinilai dengan baik oleh sebuah kelompok acuan agar dapat dianggap "*in fashion*". Sebagai hasil dari banyak perubahan yang terjadi di industri mode saat ini, jelas bahwa mode Korea Selatan memiliki kemampuan untuk menguasai pasar di luar negeri, terutama Indonesia. Tidak hanya di Indonesia, tetapi juga di beberapa negara asia dan beberapa negara barat, fenomena *Korean Wave* sendiri berkembang dengan cepat di Indonesia melalui berbagai media, seperti drama, musik, dan makanan.

Salah satu awal masuknya Korean Wave di Indonesia adalah penayangan drama korea "*Endless Love*" pada tahun 2002 silam.

Menurut Wicaksono et al.(2021), perkembangan gelombang Korea juga dapat berdampak pada mode remaja saat ini. Pengaruh budaya K-POP yang kuat yang menyebar ke berbagai negara menyebabkan industri fashion Korea Selatan meledak. Dikenal sebagai "*K-Wave*", berbagai peristiwa yang disebabkan oleh media sosial dan popularitas selebritas, yang menghasilkan penerimaan konsumen. Menurut Nurcaya (2021), mode Korea sedang berkembang dengan cepat. Sebagaimana disebutkan sebelumnya, kekuatan budaya K-POP dan selebritas sangat penting karena mereka memungkinkan masyarakat lokal dan internasional untuk berdandan. Saat ini, *fashion* telah menjadi hal yang sangat melekat bagi kaum milenial dari berbagai gender dan menjadi identitas bagi setiap kepribadian. *Fashion* saat ini juga dapat berfungsi sebagai alat komunikasi, representasi identitas, dan ekspresi perasaan orang yang menggunakannya. Selain itu, *fashion* harus sesuai dengan kenyamanan pemakai dan dapat menumbuhkan kepercayaan diri mereka. *Trend fashion* Korea Selatan menyebar ke berbagai negara di seluruh dunia melalui media elektronik dan media sosial, termasuk film, drama, dan video musik. Para artis dan aktor yang bekerja di industri Korea memiliki popularitas yang besar, yang dapat mempengaruhi penggemar dan masyarakat di seluruh dunia, khususnya di Indonesia. Penggemar dari Korea akan mulai mengembangkan produk dan gaya yang diperkenalkan oleh artis dan aktor Korea, menjadikannya sebagai kiblat *fashion*.

Saat ini, *fashion* bukan hanya dilihat sebagai hal yang sesuai dengan kebutuhan, tetapi juga dilihat sebagai jati diri dari pengguna. Sebagaimana dilaporkan oleh detik.com, karena Indonesia merupakan negara muslim terbesar di dunia dengan 86.7% dari populasinya, ada banyak pendapat tentang gaya busana yang semakin populer di Indonesia yang sebagian besar tidak sesuai dengan citra dan jati diri masyarakat beragama muslim. Semakin banyak orang yang mengenakan pakaian dari negara ginseng tersebut, secara bertahap mengubah gaya busana menjadi standar pakaian Indonesia. Menurut konferensi pers yang diadakan di Jakarta oleh ValidNew.id, Wakil Ketua Umum Asosiasi E-commerce Indonesia (IDEA) mengatakan bahwa pesanan produk dari Korea Selatan telah membanjiri pasar e-commerce Indonesia karena gelombang *Korean Wave* yang berkembang pesat di Indonesia. Oleh karena itu, tidak mengherankan bahwa peningkatan penjualan produk dengan nuansa Korea telah menjadi salah satu faktor yang mendorong peningkatan transaksi di *platform e-commerce*. Korea memiliki banyak diminati oleh generasi muda Indonesia dari usia remaja hingga dewasa. Perubahan dalam gaya anak muda Indonesia sangat terlihat; contoh yang paling menonjol adalah meniru gaya artis atau idola Korea Selatan. Saat ini, remaja menganggap gaya Korea sebagai referensi untuk pakaian yang mereka kenakan setiap hari. Tahun 2012 menunjukkan bahwa gaya Korea sudah mendominasi gaya berpakaian remaja Indonesia.

Bagi remaja Indonesia, mode Korea memiliki daya tarik tersendiri. Mereka percaya bahwa mode Korea memiliki sesuatu yang berbeda dengan

mode yang berasal dari Barat. *Fashion* Korea sangat cocok dengan kulit dan tubuh orang Asia yang tidak terlalu putih atau sawo matang. Keunikan lain dari gaya ini adalah warna pakaian yang cerah dan mudah dipadupadankan dengan pakaian lain. Pakaian Korea ini dianggap tidak hanya unik dan lucu, tetapi juga dianggap sesuai dengan gaya berpakaian remaja Indonesia. Sudah menjadi rahasia umum bahwa sebagian besar remaja Indonesia beralih ke Korea Selatan untuk masalah *fashion*. Dimungkinkan untuk mengatakan bahwa model pakaian Korea Selatan sangat diminati oleh generasi muda, karena banyak gaya Korean yang masuk ke Indonesia, baik dari model busana maupun cara mereka digunakan. Busana korea saat ini menjadi sangat populer dan menjadi tren di berbagai negara asia, termasuk Indonesia. Bahkan, mode anak muda dari Korea Selatan lebih populer daripada mode dari Barat. Saat ini, pakaian korea tidak hanya dianggap sebagai pelengkap tetapi juga bagian penting dari penampilan. Tidak hanya pakaian, aksesoris, sepatu, tas, bahkan *lingerie* atau gaun tidur pun bernuasa Korea. Hal ini pasti menarik perhatian semua orang karena dianggap unik karena selama bertahun-tahun, mode Eropa dan Amerika telah mendominasi dunia. Beberapa tahun lalu, Jepang juga sempat memberikan warna di bidang *fashion*, tetapi tidak lama seperti Korea Selatan. Banyak alasan mengapa busana Korea Selatan disukai oleh anak muda. Salah satunya adalah popularitas dan kesuksesan K-pop dan K-drama, yang memiliki banyak penggemar di Indonesia sehingga dapat mengambil alih dan mendominasi drama dan sinetron Indonesia di beberapa pertelevisian

nasional. Banyak seni dan budaya Korea masuk ke Indonesia melalui peran idol dan artisnya, yang secara tidak langsung membangun image dan membawa pengaruh pada anak-anak.

Selain itu, anak-anak muda Indonesia percaya bahwa model busana Korea unik dengan warna yang terang menghadirkan kesan *fresh* sehingga sangat cocok untuk menunjang penampilan anak muda. Selain itu, pria juga dapat bermain dengan warna selain hitam untuk menghindari gaya yang monoton dengan menggunakan motif dan warna yang kontras, dipadukan dengan modifikasi bernuasa feminim tetapi tetap menghadirkan kesenangan. Karena model dan variasi bahan yang beragam, busana Korea sangat disukai oleh remaja. Harga pakaian ini bervariasi karena berbagai bahan yang digunakan, mulai dari yang menengah ke atas hingga menengah ke bawah. Pakaian Korea Selatan semakin populer di Indonesia karena kemudahan mendapatkan. Pakaian—Pakaian Korea tersebut tidak hanya dijual di kota-kota besar saja, tetapi hampir di semua kota di Indonesia. Selain itu, pakaian selatan ini juga tersedia di berbagai toko *online*, memudahkan pelanggan untuk berbelanja.

Menurut Ai Charisma, desainer kondang, merek lokal masih kalah saing dengan merek internasional di negeri sendiri. Desainer kondang tersebut juga mengatakan bahwa sekitar 60% konsumen Indonesia lebih suka membeli barang internasional daripada barang buatan dalam negeri karena kualitas produk asing. Di Indonesia sendiri, ada banyak toko online yang menjual perlengkapan *fashion* Korea selatan, seperti *Tamochi*,

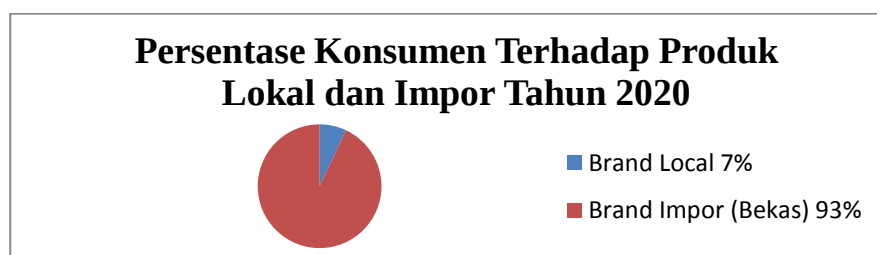
Smallde.com, *Auroraku.com*, dan *Thehallyu.com*. *Tamochi* adalah distributor dari berbagai produk *fashion* wanita Korea selatan yang diimpor langsung dari negara ginseng. Toko *online* *Tamochi* menyediakan berbagai barang *fashion* Korea selatan, mulai dari pakaian hingga aksesoris. Produknya dikategorikan dalam berbagai model, seperti *dress*, *T-shirt*, jaket, *cardigan*, *blazer*, celana, rok.

Tabel 1.1
Tabel Prediksi Harga

Brand	Prediksi Harga
Brand Local	Rp50.000 – Rp1.000.000
Brand Impor (Bekas)	Rp20.000 – Rp500.000

Sumber : *tamochi.com/shop*

Tabel diatas adalah rangkuman perbandingan harga dan persaingan penjualan barang impor dan lokal yang diambil dari *tamochi.com/shop/* dan *Market Place*:



Gambar 1.1.
Persentase Konsumen Produk Lokal dan Impor

Sumber : Kementerian Perindustrian

Pengusaha tekstil di Indonesia harus menghadapi ancaman baru karena minat pembelian konsumen dan antusiasme terhadap produk asing. Pengusaha tekstil lokal menghadapi tantangan tersendiri karena perbedaan

antara industri *fashion* lokal dan industri *fashion* asing dalam hal tren, harga, dan kualitas. Ini juga mencakup kepercayaan masyarakat lokal terhadap produk lokal. Untuk menarik kembali kepercayaan konsumen terhadap produk lokal, pengusaha atau desainer muda Indonesia harus membangun kembali image yang baik. Mereka harus membuat inovasi baru melalui desain yang menarik, unik, dan tentunya kekinian, sehingga dapat menarik minat pembelian yang besar dari pelanggan yang memang kebanyakan anak muda milenial yang saat ini sedang mengeksplor dan mengungkapkan jati diri mereka. Dengan adanya suatu *trend fashion* yang menjadi kiblat bagi para desainer baru, diharapkan menjadi tolak ukur dan inspirasi baru bagi para desainer muda untuk mengembangkan dan menciptakan gaya busana yang paling diminati oleh konsumen, sehingga mereka dapat menarik pelanggan untuk membeli barang mereka.

Sugiyono (2020) mengatakan bahwa produk berkualitas tinggi adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran jika dapat menghasilkan keuntungan dan kepuasan pelanggan. Untuk membuat bisnis berjalan lebih cepat, kualitas produk sangat penting. Produk berkualitas tinggi yang dibuat dan diberikan kepada semua pelanggan akan sangat memengaruhi keinginan mereka untuk membeli. Oleh karena itu, para desainer generasi milenial harus mempertimbangkan produk yang berkualitas tinggi dan menarik agar tidak ketinggalan jauh dengan produk yang dibuat oleh negara lain. Tujuannya adalah untuk menarik konsumen untuk membeli pakaian dalam jumlah besar dan dalam jangka waktu yang

lama. Meningkatkan daya saing di pasar sangat dipengaruhi oleh kualitas produk. Kualitas produk tentunya memiliki daya tarik bagi pembeli untuk membeli produk yang dipasarkan. Sebelum memutuskan untuk membeli produk tersebut, pembeli akan melihat dan menilai kualitas produk yang akan mereka beli dibandingkan dengan produk lain yang sebanding. Kemampuan desainer dan produsen untuk membuat dan memproduksi produk yang sesuai dengan permintaan konsumen akan langsung berkorelasi dengan kualitas produk tersebut.

Kotler dan Keller dalam Mardiani, (2018) mendefinisikan minat pembelian sebagai perilaku konsumen ketika mereka tidak ingin membeli suatu produk. Perilaku ini didasarkan pada pengalaman konsumen dalam memilih, menggunakan, dan mengonsumsi suatu produk, bahkan ketika mereka menginginkannya. Keinginan atau ketertarikan pembeli terhadap suatu produk yang dilihatnya dikenal sebagai minat pembelian. Konsumen biasanya dapat melakukan atau memiliki keinginan untuk membeli barang hanya karena status sosial mereka, teman, atau bahkan orang yang disukai atau diidolakannya. Menurut Kotler dan Amstrong dalam Krisdayanto (2018:3), harga dapat didefinisikan sebagai jumlah uang yang dibayarkan atau nilai yang ditukar konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa tersebut.

Salah satu faktor yang dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk adalah harganya. Karena banyak konsumen muda saat ini hanya memikirkan tentang gaya dan mengikuti tren mode,

kualitas biasanya tidak terlalu diperhatikan ketika berbicara tentang harga. Sehubungan dengan kualitas produk dan harga data, penelitian yang dilakukan dari berbagai toko online seperti Tokopedia dan Shopee menunjukkan bahwa:

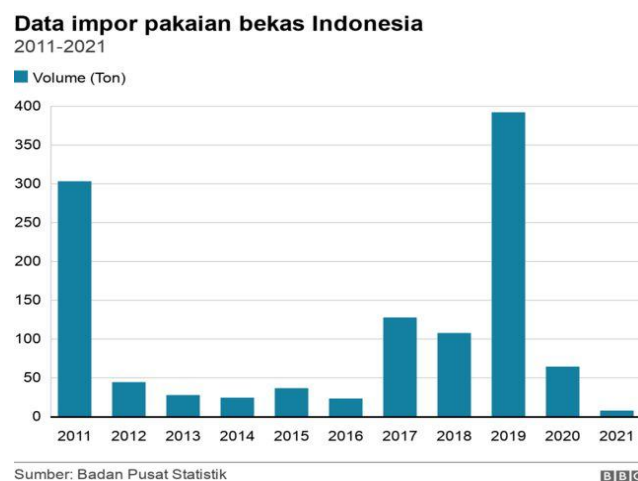
Tabel 1.2
Kualitas Produk berdasarkan *Market Place*

No	Model Busana	Tanggapan dan Testimoni Konsumen
1.	Dress	Bahan baju bagus, tidak panas, dan nyaman
2.	Long Dress	Jahitan rapi, tidak menerawang, bahan dan warna bagus.
3.	Jaket Korea	Bahan lembut, hangat, serta harga sesuai kualitas.
4.	Cardigan	Kualitas produk baik, harga sesuai kualitas, jahitan rapi, bahan lumayan tebal.
5.	Crop Top	Bahan bagus, warna sesuai dengan di gambar, pengiriman cepat.
6.	Blouse	Bahan tidak panas, sesuai gambar, dan harganya murah.
7.	T – Shirt	Bahan tidak menerawang, bagus, sesuai harga.
8.	Kemeja	Bahannya adem, tidak terlalu tipis, sesuai gambar.
9.	Baggy Jeans	Celana tidak berbulu, warna sesuai dengan pesanan, kualitasnya oke hanya saja pengirimannya lumayan lama.

Sumber : Platform Market Place (Shopee)

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas dan harga busana yang dijual di berbagai toko online dapat diakses oleh berbagai kalangan anak muda yang ingin berpenampilan dengan baik dan mengikuti gaya busana idolanya sambil mempertahankan anggaran yang mereka

miliki. Namun, kualitas busana yang dijual di pasar tersebut tentunya sesuai dengan jangkauan harga yang dipilih oleh masing-masing anak muda. Oleh karena itu, mengingat popularitas budaya korea selatan yang terus meningkat di berbagai bidang, termasuk *fashion*, *make up*, *skincare*, makanan, dan penggunaan bahasa, sejak tahun 2015, merek *fast fashion internasional Ximivogue* hadir di Indonesia dengan konsep gaya hidup Korea yang menawarkan produk berkualitas tinggi dan menarik dengan harga terjangkau untuk berbagai kalangan. Sebagaimana dilaporkan oleh *BBC News*, pelanggan Indonesia cenderung lebih menyukai produk asing daripada produk dalam negeri. Mereka bahkan lebih tertarik untuk menggunakan dan membeli barang bekas yang diimpor dari beberapa negara, terutama Korea Selatan.



Gambar 1.2
Data Produk Impor
Sumber : Badan Pusat Statistik

Ditunjukkan oleh data di atas, pada tahun 2019, Indonesia mengekspor pakaian bekas ke luar negeri sebanyak 392 ton dengan nilai US

6,08 juta. Pada tahun 2021, BPS mencatat impor pakaian bekas Indonesia sebanyak 27,420 ton, dengan nilai total US 31,95 juta.

Masyarakat Indonesia yang telah menjadi pelanggan setia pakaian bekas telah memilih untuk mengorbankan kesehatan dan virus mematikan yang melanda seluruh dunia beberapa tahun terakhir dengan menggunakan produk impor. Mereka mengikuti *tren fashion* dan meningkatkan status kasta mereka dengan membeli merek terkenal seperti *Nike* dan lainnya, karena pakaian bekas diimpor dari luar negeri relatif lebih murah dan memiliki kualitas yang lebih baik. Pakaian bekas yang digunakan dapat menyebabkan masalah kesehatan, terutama kulit. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kemendag menunjukkan bahwa pakaian bekas yang diimpor mengandung bakteri yang berbahaya bagi tubuh manusia. Bakteri yang menempel pada pakaian tidak hilang bahkan setelah dicuci berkali-kali. Meskipun telah diingatkan sebelumnya, minat pelanggan untuk membeli tetap ada, seperti yang ditunjukkan oleh jumlah penjualan yang luar biasa. Namun, ada beberapa situasi di mana orang Indonesia, terutama anak-anak, terkadang tidak segan untuk mengeluarkan uang yang cukup besar untuk membeli barang-barang idola mereka, termasuk barang-barang berharga. Jumlah uang yang dikeluarkan dapat mencapai jutaan rupiah. Tidak masalah jika ingin mendukung idolanya dengan membeli barang-barang yang ditawarkan oleh idolanya, tetapi yang menjadi masalah adalah jika anak-anak lebih suka membeli barang-barang bekas yang diimpor untuk diri mereka sendiri daripada barang-barang baru dalam negeri karena alasan

harga dan kualitas. Banyak produk dalam negeri yang berkualitas dan murah, seperti pakaian Erigo, Nevada, dan Carvil. Dalam hal tren mode, kualitas dan harga produk dalam negeri sebenarnya mampu mengimbangi produk luar negeri dengan harga yang mungkin sedikit lebih tinggi, tetapi produk yang kita beli masih tersegel. Ini berarti jika kita membeli produk asing yang baru, harganya bisa dua kali lipat dari produk dalam negeri, dan konsumen tidak akan membeli pakaian bekas yang berbahaya bagi kesehatan mereka. Selain itu, jika kita membeli produk dalam negeri yang baru, harganya bisa dua kali lipat dari produk asing. Disebabkan marak dan antusiasme anak muda terhadap barang-barang dari negara gingseng, kita melupakan produk dan budaya negara kita sendiri untuk sementara waktu. Misalnya, produk busana "batik" dan produk makanan "rendang", yang sudah menjadi rahasia umum bahwa mereka berasal dari wilayah Jawa dan Sumatera Barat Indonesia. Selain itu, untuk mencegah Indonesia kehilangan identitas produk lokalnya, karena sebagian besar budaya Indonesia diakui oleh negara lain, salah satunya adalah "batik", yang diakui oleh Malaysia di *Miss World* 2021. Oleh karena itu, anak muda harus sadar bahwa membeli produk dalam negeri bukan hanya akan membuat kita merasa lebih gaya, menjaga kelestarian, warisan budaya, dan ciri khas negara kita, dan membantu menjaga keseimbangan ekonomi negara kita. Diharapkan desainer muda Indonesia lebih memperhatikan dan mengubah produk mereka sehingga busana lokal menjadi lebih modern dan dapat digunakan di mana saja. Seperti halnya hanbok, yang merupakan busana tradisional

Korea Selatan, banyak digunakan oleh idol k-pop saat ini, dengan nuansa yang lebih modern dan sederhana, tetapi tetap mempertahankan pola dan detail hanbok yang asli.

Bisa dikatakan bahwa munculnya mode Korean ini memiliki dampak positif dan negatif bagi negara kita dan masyarakat kita, terutama generasi muda kita. Efek positifnya termasuk peningkatan kreatifitas dan kepuasan dalam berbusana, sementara efek negatifnya adalah kita lupa bahwa produk lokal juga lebih baik daripada produk asing. Penulis ingin melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh *Trend Fashion* Korea Selatan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Pembelian Produk Impor Korea Selatan di Medan Kota**".

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Harga merek lokal meningkat sedangkan produk impor Korea Selatan menurun sesuai dengan pendapatan atau standar ekonomi anak muda di Medan Kota.
2. Besar pengaruh barang bekas impor Korea Selatan ke Indonesia, khususnya di Medan Kota, dan
3. Kurangnya kesadaran anak muda tentang bahaya barang bekas impor dari Korea Selatan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap minat pembelian konsumen di Medan Kota?
2. Apakah pemasaran produk lokal dipengaruhi oleh pembelian barang impor Korea Selatan?
3. Apakah barang bekas yang diimpor dari Korea Selatan memenuhi standar kualitas dan sesuai dengan standar kesehatan yang ditetapkan oleh Departemen Perdagangan?

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penulis membatasi topik yang akan dibahas dan berkonsentrasi pada variabel yang telah ditentukan: tren mode, kualitas produk, dan harga terhadap minat pembelian konsumen. Selain itu, lokasi dan target penelitian adalah anak-anak muda yang mengunjungi kafe dan restoran terkenal di kota.

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mencapai empat tujuan:

1. Mengetahui apakah tren mode dapat mempengaruhi minat pembelian konsumen di Medan Kota;
2. Mengetahui apakah kualitas produk dapat mempengaruhi minat pembelian konsumen di Medan Kota; dan

3. Mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap minat pembelian konsumen di Medan Kota.
4. Untuk mengetahui apakah minat pembeli di Medan Kota secara bersamaan dipengaruhi oleh tren mode, kualitas produk, dan harga.

1.6 Manfaat Penelitian

Salah satu manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Untuk Penulis akan memperoleh pengetahuan tambahan tentang beberapa faktor yang berpengaruh terhadap minat pembelian konsumen dan akan belajar memahami dan menganalisis perubahan dalam berbagai budaya di dalam dan di luar negeri.

2. Untuk Publik (Pelanggan)

Diharapkan penelitian ini akan meningkatkan pengetahuan dan kesadaran diri tentang produk lokal dan budaya yang harus dipertahankan dan dikembangkan untuk mencegah kecolongan masa depan terhadap busana kita yang diklaim oleh negara luar.

3. Untuk Universitas

Diharapkan penelitian ini akan menjadi referensi tambahan bagi para junior penulis di fakultas Universitas Potensi Utama dan akan membantu mahasiswa/I mengembangkannya lebih baik. Selain itu, ia dapat disimpan sebagai bahan bacaan di perpustakaan Universitas Potensi Utama.

4. Bagi Penulis selanjutnya

Diharapkan penelitian ini akan memberikan referensi tambahan bagi para penulis junior di fakultas Universitas Potensi Utama dan membantu mahasiswa/I memperbaiki diri mereka sendiri. Ia juga dapat disimpan sebagai referensi di perpustakaan Universitas Potensi Utama.