

DAYA TARIK MENJAMURNYA RESTORAN KOREA DI YOGYAKARTA

Ummul Hasanah dan Th.Avilla Rencidiptya

Prodi DIII Bahasa Korea, Sekolah Vokasi UGM

Alamat Email : ummul.hasanah@ugm.ac.id dan rencidiptya@ugm.ac.id

Abstract

Korean restaurants in Yogyakarta are flourishing in the past ten years. Korean restaurants, either in small or big scale, are not only attracting people living in Yogyakarta but also attracting some tourists coming to Yogyakarta. This paper is the result of quantitative and qualitative research. The research subjects are students of Diploma Korean Language Program, Vocational College, Gadjah Mada University. The respondents were selected because those students are millennial generation who follow the fast growing of Korean restaurants in Yogyakarta, while at the same time, become the main customers of those restaurants. The results show that the reasons why Korean restaurants exist in Yogyakarta because they need to expand their market outside of Korea and many people are interested coming to Korean restaurants because it is the easiest way to taste Korean cuisine as part of Korean culture without coming to Korea. Moreover, the difficulties experienced by customers when eating in Korean restaurants are questioning whether the food or drink served is halal, because pork and alcohol are very common dishes in Korea, and the price which is more expensive than the Indonesian local foods .

Keywords: *Korean Restaurant, Halal, Tourism, Yogyakarta*

Intisari

Restoran Korea di Yogyakarta tumbuh dengan subur dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir. Berbagai restoran Korea, baik dalam skala kecil maupun besar tersebut tidak hanya menarik bagi warga yang tinggal di Yogyakarta tetapi juga turis yang datang ke Yogyakarta. Tulisan ini merupakan hasil penelitian kuantitatif dan kualitatif dengan objek penelitian mahasiswa

Prodi D3 Bahasa Korea, Sekolah Vokasi, Universitas Gadjah Mada. Objek penelitian tersebut dipilih karena mereka merupakan generasi millennial yang mengikuti perkembangan pesat tumbuhnya restoran Korea di Yogyakarta sekaligus penikmat utama dari restoran Korea tersebut. Hasil penelitian menunjukkan, alasan mengapa restoran Korea tersebut banyak muncul di Yogyakarta karena mereka harus memperluas jangkauan pasar mereka di luar Korea Selatan dan banyak orang tertarik untuk pergi ke restoran Korea di Yogyakarta. Hal tersebut merupakan cara termudah untuk mencicipi kuliner Korea yang merupakan bagian dari budaya Korea tanpa harus datang ke Korea. Hambatan saat berkunjung ke restoran Korea, diantaranya: makanan yang disajikan belum tentu halal (karena daging babi dan alkohol merupakan menu yang sangat wajar ada di makanan Korea) dan harganya yang lebih mahal dibandingkan harga makanan lokal di Indonesia.

Kata kunci: Restoran Korea, Halal, Pariwisata, Yogyakarta

Pendahuluan

Kebutuhan pokok manusia yaitu pangan, sandang dan papan. Kebutuhan pangan yang pada awalnya perlu dipenuhi semata-mata agar kenyang dan mempunyai energi untuk beraktifitas berubah perannya menjadi sebuah gaya hidup. Kebutuhan pangan berubah menjadi sebuah industri kuliner yang memberikan tidak hanya cita rasa tapi juga kebutuhan lain manusia untuk bersosialisasi maupun beraktualisasi.¹ Dari pilihan makanan, bisa menjadi tolok ukur bagaimana gaya hidup dari penikmat makanan tersebut. Pilihan makanan tidak hanya berdasarkan dari sesuatu yang enak dan tidak enak, tetapi sebagai bentuk identitas dan strata sosial yang ingin dibangun oleh penikmatnya. Salah satu bentuk identitas yang ingin dibentuk oleh generasi muda Indonesia saat ini yaitu identitas sebagai penyuka budaya Korea yang ditunjukkan dengan mengonsumsi makanan Korea.

Bagi anak muda, terutama generasi millennial, budaya Korea merupakan budaya yang sedang mereka gandrungi. Perkembangan budaya Korea Selatan dalam dunia hiburan sedang berkembang pesat dan populer di berbagai negara terutama Asia. Baik itu musik, film,

1 Evina Kurniawan, 'Makanan Pada Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Korea " Myoung Ga " Di Surabaya Dengan', 4.2 (2015), 1-17.

drama, program TV, produk kosmetik hingga gaya hidup ala Korea Selatan mulai dikenal sejak berkembangnya *Korean wave*.² *Korean wave* atau *hallyu* merujuk pada fenomena gelombang budaya Korea Selatan yang dimulai pada tahun 1990-an di Asia Timur dan berkembang hingga ke Amerika, Eropa dan Timur Tengah.³ *Korean wave* tidak saja sebatas berhasil memasarkan budaya Korea Selatan, namun mampu memasarkan produk-produk komersial dan pariwisata Korea Selatan kepada publik di berbagai negara.⁴ Produk makanan Korea juga sudah menjadi tren pilihan kuliner bagi masyarakat Indonesia, oleh karena itu sudah banyak restoran *Korean wave* hadir di Indonesia.⁵

Beberapa tahun terakhir, terjadi peningkatan jumlah restoran Korea yang ada di Yogyakarta. Dari restoran kecil yang menjual jajanan khas Korea, hingga restoran mewah yang memakai chef terkenal dari Korea. Seperti contohnya restoran Bornga di Yogyakarta yang mengusung konsep rasa asli Korea dengan media promosi chef yang sudah sangat terkenal di industri kuliner Korea Selatan. Baik restoran dalam skala kecil maupun besar, restoran atau café yang menjual makanan Korea memiliki peluang maupun ancaman untuk dapat bertahan di dalam pasar dengan persaingan yang ketat. Untuk dapat bertahan, pemilik bisnis sadar bahwa konsumen harus puas akan layanan yang diberikan dan loyalitas konsumen itu sangat penting untuk perusahaan atau restoran tersebut.⁶ Untuk menjadi pemenang dalam persaingan pasar yang begitu ketat, sebagai pemilik usaha dalam bidang industri makanan di Indonesia perlu memperhatikan beberapa variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan mereka, yaitu: *price*, *service quality* dan *corporate image*.⁷ *Price* berarti harga yang bersaing dan disesuaikan dengan pangsa pasar, *service quality* berarti memberikan layanan yang terbaik kepada

2 Sarah Phalosa Rani, 'Korean Wave Sebagai Salah Satu Pendukung Nation Branding Yang Dilakukan Oleh Korea Selatan', *FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK PROGRAM SARJANA ILMU KOMUNIKASI* (Universitas Indonesia, 2016).

3 S. J. Lee. 2011. "The Korean Wave: The Seoul of Asia." *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, Vol. 2, No. 1, hlm. 85

4 Ni Putu Elvina Suryani, 'Korean Wave Sebagai Instrumen Soft Power Untuk Memperoleh Keuntungan Ekonomi Korea Selatan', *Global: Jurnal Politik Internasional*, 16.1 (2015), 69-83 <<https://doi.org/10.7454/global.v16i1.8>>.

5 Frulyndese K. Simbar, 'Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado', *Holistik*, 18, 2016, 1-20.

6 Florencia T. Sia and Hartono Subagio, 'Analisa Pengaruh Price, Service Quality Dan Corporate Image Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Konsumen IPO Korean Cafe Dan Restaurant Surabaya', *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1.1 (2013), 1-8.

7 Sia and Subagio.

konsumen dan *corporate image* berarti mempertahankan citra yang baik dari perusahaan atau restoran agar pelanggan terus datang atau bisa membawa pelanggan lain untuk datang ke restoran tersebut.

Survey telah dilakukan kepada mahasiswa-mahasiswi Prodi Bahasa Korea, Sekolah Vokasi, UGM untuk mengetahui mengapa begitu banyak restoran Korea yang tumbuh sangat subur di Yogyakarta dan faktor apa saja yang membuat restoran Korea tersebut berkembang dengan sangat pesat di Yogyakarta. *Survey* dilakukan kepada mahasiswa angkatan 2017 dan 2018 karena mereka merupakan generasi millennial yang menjadi penikmat restoran-restoran Korea yang ada di Yogyakarta. *Survey* diisi oleh 44 responden secara online melalui *google form* dan hasil dari *survey* tersebut dipaparkan serta dalam tulisan ini.

Fenomena Restoran Korea di Yogyakarta

Korea Selatan senantiasa melakukan pengembangan strategi produksi produk budayanya, dalam upaya mempertahankan penerimaan *Korean wave* di berbagai negara. Salah satu usaha yang dilakukan dengan mengupayakan strategi lokalisasi dengan mendekati pasar lokal di negara lain.⁸ Melihat wilayah negara yang kecil, Korea Selatan banyak bergantung pada sistem ekspor untuk memperkuat perekonomian negara. Selain dengan cara ekspor, banyak orang Korea yang melakukan ekspansi bisnis ke negara lain dengan pangsa pasar yang lebih besar, seperti dengan membuka bisnis di Indonesia yang memiliki populasi besar.

Berdasarkan hasil *survey* yang dilakukan, dari 44 responden yang mengisi *survey*, semuanya mengaku pernah makan makanan Korea di restoran Korea di Yogyakarta dan 70.5% menjawab bahwa mereka menyukai makanan Korea. Hal tersebut bisa dipahami karena seluruh responden merupakan mahasiswa Prodi Bahasa Korea yang sebagian besar memang dari awal sudah menyukai bahasa dan budaya Korea. Sedangkan, 27.3% responden menjawab bahwa mereka tidak menyukai makanan Korea dan sisanya menjawab biasa saja dengan makanan Korea. Mengenai jumlah restoran Korea di Yogyakarta, responden memberi jawaban yang bervariasi antara 1-8 restoran Korea yang ada di Yogyakarta, mayoritas responden (sebanyak 19 orang) menjawab hanya ada 1 (satu) restoran Korea di Yogyakarta. Fakta yang sebenarnya, ada sekitar 19 restoran Korea yang ada di

8 Suryani.

Yogyakarta yaitu Bornga, Sarangeui Oppa, Jumbo Sikdang, Sagan Dak Galbi, Plate-O, Bonchon Chicken, Kyochon Chicken, Musiro Fusion Korean Food, Hongdae Kitchen, Hanbingo, Patbingsoo Jogja, Kimchi-Go, Dae Jang Geum, Silla Restaurant, Seorae Korean Grill, Pochajang, Noona Barbeque, Chimaek dan Chingu Cafe. Dari 19 restoran Korea yang ditampilkan di *survey*, responden dipersilahkan untuk memilih maksimal 3 (tiga) restoran yang menjadi favorit mereka dan yang menjadi favorit responden adalah Sarangeui Oppa sebagai pilihan pertama, Chingu Cafe sebagai pilihan kedua, dan Hanbingo sebagai pilihan terbanyak ketiga. Ada banyak alasan mengapa orang-orang pergi ke restoran Korea, untuk responden sendiri, alasan terbanyak untuk datang ke restoran Korea karena makanannya enak, harganya murah dan restorannya cantik untuk foto-foto.

Restoran Korea semakin banyak dan populer di kalangan anak muda di Yogyakarta, namun ada beberapa kendala yang dihadapi oleh penggemar makanan ini. Kendala utama: harga makanan yang mahal karena banyak bahan dan bumbu masakan yang harus diimpor dari Korea dan keraguan kehalalan dari makanan karena mengandung daging babi dan alkohol. Kehalalan menjadi hal penting bagi masyarakat Indonesia karena mayoritas beragama islam. Sudah banyak restoran yang mengganti bahan-bahan yang tidak halal menjadi halal agar bisa dinikmati oleh muslim Indonesia. Tetapi banyak juga restoran, dengan alasan untuk mempertahankan keaslian rasa dari makanan Korea, tetap memakai bumbu asli yang bersinggungan dengan daging babi dan alkohol. Hal ini terjadi, jika koki restoran orang Korea asli, yang tidak paham budaya Indonesia. Mereka tidak memperhatikan unsur halal dan haram dari makanan yang disajikan. Kendala ketiga antrian yang panjang di restoran tersebut. Antrian yang panjang ini tidak terjadi di semua restoran, tetapi hanya di beberapa restoran yang sedang populer pada periode tertentu. Sebagai contohnya Chingu Café yang baru saja buka di awal tahun 2019 memiliki antrian panjang karena banyak orang yang penasaran untuk makan di sana, sekaligus restoran tersebut memiliki interior yang cantik yang membuat pelanggannya seolah-olah berada di Korea jika berfoto di Chingu café.

Rasa masakan di restoran Korea di Yogyakarta, 75% responden sepakat bahwa rasa makanan yang dijual haruslah otentik dan sesuai dengan rasa makanan yang dijual di Korea Selatan. Sedangkan 25% sisanya berpendapat bahwa rasa makanan harus disesuaikan dengan lidah orang lokal. Untuk bahan makanan yang dipakai, terdapat 2 pendapat dengan prosentase yang sama, 50% menghendaki agar

bahan-bahan yang dipakai asli didatangkan dari Korea, dan 50% lainnya berpendapat bahwa bahan-bahan yang yang dipakai bisa diganti dengan bahan yang ada di Indonesia. Responden yang menghendaki bahan-bahan masakan atau bumbu yang boleh diganti dikarenakan banyak makanan yang berbahan dasar daging babi, sehingga daging babi diganti dengan daging sapi ketika diolah di negara yang sebagian besar penduduknya beragama Islam. Selain itu, secara umum makanan Indonesia terasa lebih asin dari makanan Korea, sehingga ketika diperjualbelikan di Indonesia, banyak orang Indonesia yang menghendaki makanan Korea diubah menjadi lebih asin atau lebih gurih.

Mengenal Negeri Gingseng melalui Makanan

Semenanjung Korea merupakan negeri yang kaya keanekaragaman masakannya. Hal ini dikarenakan, Korea dikelilingi oleh dataran, pegunungan dan lautan.⁹ Negeri Gingseng ini memiliki keunikan sendiri dalam menyajikan makanan. Korea Selatan memiliki tradisi yang unik dalam menyajikan makanan. Tradisi tersebut sebagai berikut:

1. *Banchan/Side-dish*

Makanan pendamping yang lebih sering kita kenal dengan *Banchan* ini merupakan salah satu keunikan yang tidak kita jumpai pada makanan negara lain. Jika memesan makanan di suatu restoran Korea, biasanya makanan utama dihidangkan bersama dengan *kimchi*, oseng mentimun (*oi muchim*), telur kukus (*gyeran jjim*), perkedel (*donggerang ttaeng*), telur dadar (*gyeran mari*) dan semur telur puyuh (*maechurial jangjorim*). Makanan-makanan pendamping itulah yang disebut dengan *banchan*.

Banchan atau *side-dish* biasanya disajikan dalam piring-piring kecil dan dimakan bersama-sama dengan orang lain dalam satu meja. *Banchan* harus selalu ada dan tidak boleh ketinggalan yaitu *Kimchi*. *Kimchi* merupakan sayuran yang telah difermentasi dan di dalamnya terdiri dari sawi atau lobak, dicampur dengan garam dan dibubuhi adonan saus berupa bubuk cabai, pasta cabai, jahe, daun bawang dan bawang putih. *Kimchi* bagi orang Korea ibarat sambal bagi orang Indonesia. Orang Korea diibaratkan tidak dapat hidup tanpa *kimchi*. Setiap saat mereka makan, maka di situ harus selalu tersedia *kimchi*.

⁹ <https://web.archive.org/web/20070204115542/http://iml.jou.ufl.edu/projects/STUDENTS/Hwang/character1.htm>

Namun, beberapa orang khususnya orang asing, ada yang tidak cocok dengan rasa dan aroma *kimchi* yang sangat asam akibat proses fermentasi.

Jumlah *Banchan* dalam setiap penyajian makanan tentunya berbeda-beda tergantung kebijakan setiap restoran. Namun jika kita ingin makan dengan dikelilingi *Banchan* dalam jumlah banyak, maka kita dapat pergi ke restoran yang menyediakan *Han-jeong-sik* atau menu Makanan Korea Lengkap yang menyajikan *banchan* dalam jumlah banyak. Dalam satu penyajian, terdiri dari nasi, hidangan utama, potongan daging, ikan, sup dan tentunya *banchan* yang jumlahnya cukup banyak dan memanjakan perut.

2. *Jabgok Bab* (Multi-Grain Rice)

Jab-gok Bab atau yang dikenal *Multi-grain Rice* merupakan nasi yang berasal dari beras putih yang dicampur dengan berbagai macam jenis beras dan kacang-kacangan. Pada umumnya, orang Korea suka mencampur beras putih dengan 2-3 jenis beras (beras hitam atau beras merah) dan kacang-kacangan ketika menanak nasi. Nasi yang sudah dicampur dengan berbagai macam kacang-kacangan yang dipercaya memiliki banyak nutrisi di dalamnya dan tentunya lebih sehat bagi tubuh dibandingkan dengan hanya mengkonsumsi nasi putih biasa. Selain karbohidrat, lemak dan protein, *Jab-gok Bab* juga mengandung nutrisi baik untuk keseimbangan tubuh dan bagi orang yang sedang menjalankan program diet. Selain itu, *Jab-gok bab* juga dapat mencegah penyakit orang dewasa, mencegah sembelit, meningkatkan pola makan dan kekebalan tubuh.

3. Tradisi Makan Bersama

Tradisi makan bersama merupakan hal biasa dalam masyarakat kita, namun makan bersama dalam satu mangkuk mungkin tidak biasa. Biasanya ketika makan, orang akan makan dari piringnya masing-masing atau mengambil lauk dan diletakkan di piring masing-masing. Namun dalam budaya Korea, sudah tidak asing lagi kita berbagi satu mangkuk dengan orang lain ketika makan. Tidak ada kata canggung dan risih ketika harus mengambil lauk yang sama berkali-kali dengan sendok masing-masing.

Tradisi ini terbentuk dari masyarakat Korea yang dulunya dijajah dan berada dalam kemiskinan yang sangat parah. Dengan keterbatasan makanan dan uang, mengakibatkan mereka tidak punya pilihan untuk berbagi makanan dengan orang lain. Bagi sebagian orang, khususnya orang asing pasti merasa risih dan kotor jika berbagi

makanan dengan orang lain dalam satu mangkuk. Namun sisi positif yang dapat diambil dari tradisi ini, kita dapat berbagi kebahagiaan dengan orang lain melalui makan bersama, dengan menu yang sama dan diambil dari mangkuk yang sama.

4. Penataan Meja Makan

Ada tradisi khusus dalam penataan meja makan. Aturan dalam menata meja makan, yaitu: "3 chop", "5 chop", "7 chop", "9 chop" dan "12 chop".¹⁰ Penataan ini berdasarkan pada jumlah lauk pauk yang akan disajikan di luar *kimchi*, nasi, dan sup. Pada umumnya, keluarga di Korea menyajikan makanan dengan "3-4 chop", yang artinya mereka akan menyajikan nasi, sup, *kimchi*, dan 3-4 jenis lauk pauk. Semakin besar acara yang sedang diadakan, maka semakin banyak pula lauk pauk yang disajikan. Menu-menu tersebut disajikan secara bersamaan kecuali sup panas, kemudian ditata di atas meja. Biasanya di meja juga terdapat sendok dan sumpit yang terbuat dari bahan metal.

Kelebihan Makanan Korea

Seperti halnya bendera Korea yang memiliki makna keseimbangan Yin dan Yang, masakan Korea juga mengandung keseimbangan.¹¹ Dari *survey* yang telah dilakukan, didapat jawaban dari responden mengenai kelebihan makanan Korea dibandingkan dengan makanan negara lain. Alasan pertama, porsi yang besar. Dibandingkan makanan Indonesia, porsi makanan Korea lebih banyak dan lauk di meja makan lebih beragam. Secara umum, mereka makan lebih banyak daripada orang Indonesia karena Korea memiliki musim dingin yang mengharuskannya makan banyak untuk menghangatkan tubuh. Selain itu, beraktifitas di Korea memaksa warganya untuk banyak berjalan dan bergerak. Mobilitas yang tinggi memerlukan banyak tenaga yang berarti mereka harus makan dalam porsi banyak.

Alasan lain, makanan Korea rasanya unik karena ada banyak rasa masakan yang tidak ditemukan di masakan Indonesia, seperti rasa *kimchi* sebagai gabungan dari rasa asin, pedas, dan asam. Bumbu rempah juga dianggap lebih terasa, disamping penggunaan cuka dan cabai yang cukup sering dalam masakan. Cabai yang digunakan

10 <https://web.archive.org/web/20070204115542/http://iml.jou.ufl.edu/projects/STUDENTS/Hwang/character1.htm>

11 Melissa Masbudi, Elisabeth Christine Yuwono, and Adi Satria Kurniawan, 'Perancangan Buku Pengenalan Makanan Khas Korea', *Media.Neliti.Com*, 2014, 1-13 <<https://www.neliti.com/id/publications/77474/perancangan-buku-pengenalan-makanan-khas-korea>>.

berupa bubuk cabai. Bagi orang Indonesia yang jarang makan masakan dengan bubuk cabai merasa bahwa bubuk cabai memberikan rasa yang unik dan membuat makanan menjadi semakin enak.

Hal yang tidak kalah penting, makanan Korea dianggap lebih sehat oleh kaum millennial. Orang Korea berusaha menyajikan sayurnya dalam berbagai warna karena mereka percaya semakin beragam warna sayurnya, semakin beragam pula nutrisi yang bisa mereka dapatkan dari sayur tersebut. Makanan Korea sendiri disebut makanan sehat karena berbahan dasar sayuran dan terdapat berbagai macam gizi dan nutrisi yang terkandung di dalamnya yang baik untuk kesehatan tubuh seperti vitamin, protein, serat, kalsium dan mineral. Makanan Korea memiliki manfaat sebagai penambah energi tubuh, untuk kesehatan kulit agar kulit terasa halus, mencegah sembelit, melancarkan pencernaan.¹²

Selain itu, makanan gorengan termasuk baru di masyarakat Korea. Selama berabad-abad, mereka merebus makanannya, sehingga makanan tradisional Korea tidak digoreng. Hal tersebut membuat makanan Korea mengandung lebih sedikit minyak dibandingkan dengan makanan Indonesia yang lebih banyak digoreng. Ketika menyajikan menu daging bakar, tidak lupa di situ juga disajikan beragam sayuran segar dan *kimchi*. Sehingga dari segi kesehatan, terdapat keseimbangan nutrisi dari daging dan dari sayuran. Kepopuleran masakan tersebut tidak terlepas dari peranan fermentasi. Cara ini sudah dilakukan masyarakat Korea Selatan sejak lama karena dipercaya dapat memberikan manfaat kesehatan.¹³ Ada pula responden yang berpendapat bahwa mereka menyukai masakan Korea karena cita rasanya hampir sama dengan masakan Indonesia. Hal ini dikarenakan Korea dan Indonesia sama-sama berada di Asia dan sebagian besar negara-negara di Asia membuat makanan dengan banyak bumbu, rempah dan cara penyajian yang unik. Alasan unik lain, tempatnya yang menarik, sehingga dianggap *instagrammable* untuk ditunjukkan ke teman-teman atau keluarga mereka melalui foto.

Faktor Merebaknya Restoran Korea di Yogyakarta

Budaya konsumsi memiliki dua nilai, yaitu: (1) wujud pemuasan kebutuhan identitas dan makna dan (2) fungsi sosial dan ekonomis.¹⁴

12 Masbudi, Yuwono, and Kurniawan.

13 Masbudi, Yuwono, and Kurniawan.

14 Simbar.

Keinginan banyak orang untuk membentuk identitas sebagai *Korean lovers* atau penyuka budaya Korea dengan mencicipi makanan Korea membuat keberadaan restoran Korea semakin banyak dan semakin populer di Yogyakarta. Hal tersebut dirasakan juga oleh generasi millennial. Dari berbagai pendapat yang disampaikan oleh responden, mereka (sebanyak 79.5%) mendukung merebaknya restoran Korea di Yogyakarta karena restoran-restoran tersebut bisa memperkenalkan budaya Korea ke masyarakat Indonesia. Millennial yang menggemari budaya Korea bisa mencicipi budaya melalui makanan tanpa harus pergi ke Korea. Selain itu, masyarakat yang pada awalnya tidak tahu tentang Korea, bisa lebih mengenalnya melalui restoran. Dengan banyak restoran, semakin banyak juga variasi makanan dan minuman yang bisa dinikmati oleh orang-orang yang tinggal di Yogyakarta.

Sebuah restoran yang dimiliki orang Korea di Yogyakarta meraup banyak pelanggan dan terhitung laris manis. Tidak bisa dipungkiri pemilik restoran tersebut memiliki strategi marketing yang berbeda dari restoran lokal. Strategi marketing itulah yang bisa dipelajari oleh pelanggan yang datang ke restoran Korea. Banyak restoran berhasil meraih hati konsumen dari rasa makanannya, interior ruangnya, lokasinya, kesempatan untuk mencoba pakaian tradisional Korea (*hanbok*) atau dari pelayanan yang bagus. Setiap restoran memiliki keunikan tersendiri dan hal tersebut bisa menjadi bahan pembelajaran atau bahkan bahan penelitian bagi masyarakat yang tertarik dengan budaya Korea.

Dari segi bisnis dan pemberdayaan masyarakat, meningkatnya jumlah restoran Korea di Yogyakarta bisa membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat di Yogyakarta atau bagi mahasiswa yang ingin bekerja sambil di restoran Korea. Dalam pandangan yang lebih jauh, banyaknya restoran Korea menunjukkan akulturasi budaya yang baik antara budaya Korea dan budaya Indonesia, terutama budaya Jawa di Yogyakarta.

Kekurangan Makanan/Restoran Korea

Walaupun memiliki banyak kelebihan, beberapa responden (sebanyak 20.5%) menyatakan ketidaksetujuan dengan merebaknya restoran Korea di Yogyakarta. Banyak yang beralasan bahwa menjamurnya restoran Korea bisa mengakibatkan tergerusnya restoran lokal. Masyarakat di era modern ini cenderung lebih menyukai makanan luar negeri dibandingkan makanan dalam negeri karena

makanan tersebut dianggap lebih mewah dan berkelas. Ditambah maraknya *Korean wave* yang membuat orang-orang semakin penasaran dengan makanan Korea dan mulai kurang menghargai makanan lokal.

Pendapat lain yang tidak mendukung banyaknya restoran Korea di Yogyakarta karena sudah ada banyak restoran Korea di Yogyakarta dan responden tidak menyukai makanan Korea. Dari segi harga, makanan di restoran Korea tergolong mahal untuk mahasiswa. Selain itu, ada pendapat yang mengatakan bahwa masih banyak warga Yogyakarta yang tidak cocok dengan makanan Korea karena cita rasanya yang berbeda, sehingga membuka banyak restoran pun percuma jika banyak masyarakat yang tidak suka datang ke restoran Korea tersebut. Terlebih cita rasa makanan tersebut tidak disesuaikan dengan lidah orang Indonesia, maka cita rasa asli Korea yang dicari oleh penyuka budaya Korea akan hilang.

Hal terakhir yang menjadi kendala karena masih ada restoran Korea yang tidak mencantumkan sertifikasi halal bagi beberapa produknya. Para pelanggan muslim umumnya khawatir mengenai ketersediaan dan akses makanan halal karena Negeri Ginseng ini dikenal dengan kuliner dari bahan daging babi.¹⁵

Makanan Korea dan Kehalalannya

Yogyakarta yang sebagian warganya muslim, sulit ditemui daging babi atau minuman beralkohol di tempat-tempat umum. Hal tersebut berbeda dengan apa yang terjadi di negara dengan mayoritas penduduk non-muslim. Wisatawan mancanegara yang datang ke Korea Selatan, yang berasal dari negara mayoritas muslim perlu berhati-hati dalam berbelanja mengingat produk daging babi dan makanan dengan campuran minuman beralkohol merupakan konsumsi sehari-hari masyarakat Korea. Sementara, makanan sejenis alkohol yang memabukkan dan produk olahan yang berasal dari daging babi atau sejenisnya menurut ajaran agama Islam dilarang untuk dikonsumsi.¹⁶

Di Korea Selatan sendiri, jumlah penduduk muslim yang sangat sedikit membuat banyak orang Korea yang tidak paham mengenai prinsip makanan dan minuman halal. Bagi yang tahu bahwa daging babi haram pun hanya paham sebatas itu, padahal sebenarnya ada pula

15 Demeiati Nur Kusumaningrum and others, 'Trend Pariwisata Halal Korea Selatan', *Senaspro*, 2017, 978-79 <<http://research-report.umm.ac.id/index.php/research-report/article/viewFile/1307/1525>>.

16 Kusumaningrum and others.

daging sapi dan daging ayam yang haram jika cara menyembelohnya tidak sesuai dengan syariat Islam. Untuk alkohol sendiri, alkohol merupakan minuman harian bagi orang Korea. Bahkan ada makan malam perusahaan bernama *hwesik* yang mewajibkan orang-orang yang datang untuk minum alkohol. Dalam budaya Korea sendiri, ada tahapan dimana orang tua terutama ayah, yang mengajarkan cara minum alkohol bagi anaknya ketika anaknya beranjak dewasa. Ada beberapa macam minuman khas Korea yang mengandung alkohol, diantaranya yang paling terkenal adalah *soju* dan *makgeolli*. *Soju* sendiri ada beberapa jenis dengan rasa dan merek yang bervariasi. Sedangkan *makgeolli* sendiri terbuat dari beras yang difermentasi dan lebih enak diminum secara tradisional menggunakan mangkok besar ketika sedang merayakan sesuatu bersama keluarga besar atau teman-teman.

Alkohol dikonsumsi pada saat bahagia atau duka. Dalam keadaan masyarakat yang penuh dengan kompetisi dan tekanan, mereka menghibur diri dengan minum alkohol karena merasa lebih rileks dan bisa tertidur setelah mabuk. Alkohol digunakan dalam suasana untuk memperlerat tali persaudaraan, baik itu dalam bisnis maupun dalam kehidupan sehari-hari. Bagi kalangan yang masih sedikit konservatif, menolak tawaran untuk minum alkohol sama dengan menolak persaudaraan yang ditawarkan.

Daging babi merupakan makanan wajar dalam makanan Korea karena dianggap daging yang paling terjangkau bagi masyarakat. Harga daging sapi sangat mahal, jika dibandingkan di Indonesia. Daging kambing atau kerbau juga tidak lazim dikonsumsi oleh masyarakat Korea. Sehingga jika ada pilihan untuk mengonsumsi daging, maka pilihannya adalah daging sapi atau daging babi, daging babi dipilih karena harganya lebih terjangkau bagi masyarakat Korea. Daging ayam sendiri banyak dikonsumsi di Korea, tetapi untuk acara dengan proses memasak dibakar di atas api atau arang, daging ayam tidak banyak dipergunakan, jadi daging babi menjadi pilihan.

Muslim hendaknya tetap waspada dengan Makanan Korea yang dijual di Indonesia. Yang pertama harus diperhatikan apakah restoran tersebut memasak makanannya dengan cara halal dan bahan makanan yang dipakai halal. Hal kedua yang perlu diperhatikan, walaupun restoran memakai daging sapi halal, banyak restoran yang tetap menyediakan daging babi karena pelanggan restoran tersebut tidak hanya muslim. Ada set daging bakar yang merupakan campuran antara daging babi dan daging sapi di sana, sehingga pelanggan harus tetap berhati-hati agar tidak memesan set daging yang terdapat daging

babi di dalamnya. Untuk alkohol sendiri, sudah banyak restoran Korea yang membagi menu minumannya dalam kategori mengandung dan tidak mengandung alkohol, sehingga pelanggan bisa dengan mudah memilih minuman yang non alkohol. Namun lain cerita jika pergi ke restoran Korea bersama orang Korea, tekanan untuk minum alkohol akan tetap ada karena dianggap bahwa minum alkohol bersama merupakan sarana memperlerat hubungan. Jika hal tersebut terjadi, secara pribadi harus bisa menemukan cara untuk menolak.

Penutup

Dewasa ini orang-orang menikmati makanan tidak hanya untuk kenyang, tetapi juga sebagai sarana untuk aktualisasi diri dan membentuk identitas. Bagi generasi millennial yang menyukai budaya Korea, salah satu cara untuk membentuk identitas budaya mereka dengan mengkonsumsi makanan Korea agar merasa lebih dekat dengan negara yang mereka kagumi. Kepopuleran budaya Korea sebagai dampak *Korean wave* yang meliputi musik dan drama membuat industri kuliner Korea berkembang di Indonesia. Kota Yogyakarta sendiri, sebagai kota budaya dan kota pendidikan, menjadikan restoran Korea berkembang dengan sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir dengan pangsa pasar anak muda yang tinggal di Yogyakarta hingga ekspatriat Korea yang tinggal di Yogyakarta. Hingga tahun 2019, terhitung ada sekitar 19 restoran Korea baik dalam skala kecil yang menjual jajanan Korea hingga dalam skala besar yang menyasar masyarakat menengah ke atas.

Berdasarkan *survey* dengan mahasiswa Diploma Bahasa Korea sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada, ditemukan beberapa faktor yang melatar belakangi merebaknya restoran Korea di Yogyakarta dan alasan mengapa penikmat masakan Korea memilih restoran Korea tersebut. Secara umum, masyarakat memilih suatu produk dikarenakan empat faktor yaitu harga, pelayanan, rasa dan suasana. Faktor *Korean Wave* atau populernya budaya Korea juga memberikan *branding* khusus bagi maraknya restoran Korea di Yogyakarta karena masyarakat menjadi penasaran untuk mencicipi makanannya. Dengan berbagai pilihan restoran Korea yang disediakan, masyarakat bisa memilih restoran Korea mana yang paling cocok dengan selera mereka dengan mempertimbangkan harga, interior restoran atau rasa makanan. Bagi mahasiswa, mereka lebih menyukai restoran kecil yang menjual berbagai jajanan khas Korea dibandingkan dengan

restoran besar yang menyajikan makanan dengan harga mahal. Selain rasa dan harga, hal yang sangat diperhatikan oleh generasi millennial yaitu interior restoran. Mahasiswa menyukai restoran atau café yang menyediakan tempat untuk berfoto, seperti Chingu Café yang ada di Jalan Kaliurang. Selain berfoto, pengunjung Café juga bisa mencoba *hanbok* atau pakaian tradisional Korea di spot-spot foto yang memperlihatkan budaya Korea. Dari segi bisnis sendiri, banyaknya restoran Korea bisa menambah lapangan pekerjaan.

Meskipun memiliki banyak kelebihan, keberadaan restoran Korea juga memiliki kendalanya tersendiri. Beberapa responden berpendapat bahwa banyaknya restoran Korea bisa menggerus eksistensi restoran lokal di Yogyakarta. Bagi mahasiswa sendiri, tekanan untuk datang ke restoran Korea menyebabkan beban finansial ke mahasiswa yang masih mendapat uang saku dari orang tua. Selain itu, kendala yang dihadapi keraguan apakah makanan yang dijual di restoran Korea itu sudah mendapat sertifikasi halal atau belum. Bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, mengkonsumsi makanan halal sebuah keharusan. Sedangkan makanan Korea sendiri sangat identik dengan daging babi dan alkohol yang merupakan bahan makanan yang kerap muncul dalam kuliner Korea. Kekhawatiran bertambah ketika yang memasak adalah orang Korea yang kurang paham mengenai budaya Indonesia dan tidak mengetahui konsep halal dan haram dalam makanan. Untuk mengantisipasi hal tersebut, diharapkan restoran Korea bisa memperjelas kehalalan produk yang dijual, bisa dengan penulisan di menu makanannya dengan cara memisahkan antara masakan halal dan non halal. Mereka juga bisa mencari sertifikasi halal dengan resiko tidak menjual alkohol dan daging babi di restorannya, serta semua daging yang dijual adalah daging dengan sertifikasi halal. Dengan melakukan hal tersebut, masyarakat lokal yang beragama Islam lebih nyaman menikmati hidangan di restoran tersebut tanpa harus meragukan halal tidaknya makanan yang disajikan.

Daftar Bacaan

- Ali, Muchtar, 'Konsep Makanan Halal Dalam Tinjauan Syariah Dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal', *AHKAM : Jurnal Ilmu Syariah*, 16.2 (2016), 291-306 <<https://doi.org/10.15408/ajis.v16i2.4459>>
- Kurniawan, Evina, 'Makanan Pada Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen

- Restoran Korea “ Myoung Ga ” Di Surabaya Dengan’, 4.2 (2015), 1-17
- Kusumaningrum, Demeiati Nur, Aulia Mawaddah Fairuz, Erima Puspita Putri, and Erdina Putri Amalia, ‘Trend Pariwisata Halal Korea Selatan’, *Senaspro*, 2017, 978-79 <<http://research-report.umm.ac.id/index.php/research-report/article/viewFile/1307/1525>>
- Masbudi, Melissa, Elisabeth Christine Yuwono, and Adi Satria Kurniawan, ‘Perancangan Buku Pengenalan Makanan Khas Korea’, *Media.Neliti.Com*, 2014, 1-13 <<https://www.neliti.com/id/publications/77474/perancangan-buku-pengenalan-makanan-khas-korea>>
- Nugraha, Ranu, M Kholid Mawardi, and Aniesa Samira Bafadhil, ‘Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation Di Kota Malang)’, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) | Vol*, 50.5 (2017), 113-20
- Rani, Sarah Phalosa, ‘Korean Wave Sebagai Salah Satu Pendukung Nation Branding Yang Dilakukan Oleh Korea Selatan’, *FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK PROGRAM SARJANA ILMU KOMUNIKASI* (Universitas Indonesia, 2016)
- Sia, Florencia T., and Hartono Subagio, ‘Analisa Pengaruh Price, Service Quality Dan Corporate Image Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Konsumen IPO Korean Cafe Dan Restaurant Surabaya’, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1.1 (2013), 1-8
- Simbar, Frulyndese K., ‘Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado’, *Holistik*, 18, 2016, 1-20
- Soesilowati, Endang S, ‘Perilaku Konsumsi Muslim Dalam Mengonsumsi Makanan Halal Kasus: Muslim Banten’, *Seminar Sharia Economics Research Day*, 2006 (2010), 1-15
- Suryani, Ni Putu Elvina, ‘Korean Wave Sebagai Instrumen Soft Power Untuk Memperoleh Keuntungan Ekonomi Korea Selatan’, *Global: Jurnal Politik Internasional*, 16.1 (2015), 69-83 <<https://doi.org/10.7454/global.v16i1.8>>
- Zeithaml, Valerie A., Mary Jo Bitner, and Dwayne D. Gremler, ‘Services Marketing Strategy’, *Wiley International Encyclopedia of Marketing*, 2010 <<https://doi.org/10.1002/9781444316568.wiem01055>>
- <http://www.han-style.com/hansik/history/cochoson.jsp>, diakses pada tanggal 3 November 2019 pukul 12:15

<https://web.archive.org/web/20070204115542/http://iml.jou.ufl.edu/projects/STUDENTS/Hwang/character1.htm>, diakses pada tanggal 2 November 2019 pukul 09:15

<http://kormedi.com/1285717>, diakses pada tanggal 2 November 2019 pukul 09:20

<https://ko.wikipedia.org/wiki>, diakses pada tanggal 2 November 2019 pukul 20:05

<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1161108&cid=40942&categoryId=32136>, diakses pada tanggal 3 November 2019 pukul 16:25