

## PRESS RELEASE

### **Riset SBM ITB: Korean Wave Berimbas pada Penjualan Skincare dan Makanan Korea di Indonesia**

BANDUNG – Peneliti Busan University Korea yang tergabung dalam Global Research Network melakukan penelitian bersama dengan peneliti Amerika Serikat, Malaysia, dan Indonesia. Untuk Indonesia, penelitian dilakukan oleh Sekolah Bisnis Manajemen (SBM) Institut Teknologi Bandung (ITB).

Penelitian yang dimulai Januari 2019 ini meneliti tentang bagaimana cara UKM dan start up Korea Selatan bisa memasuki pasar Indonesia dan Malaysia serta meningkatkan market share produk-produknya.

“Penelitian menggunakan studi literatur, wawancara, dan analisis big data dari 500.000 entri data di berbagai macam sosial media platform,” ujar Ketua Kelompok Keahlian Bisnis Strategy and Marketing SBM ITB, Reza Ashari Nasution Ph.D, Kamis (23/1/2020).

Analisis big data tersebut hingga kini masih berlangsung. Ia prediksi, analisis baru selesai pada Februari dan Maret 2020. Namun hasil penelitian dengan menggunakan metode studi literatur dan wawancara, sudah keluar dan dipublish dalam seminar internasional “Opportunities and Challenges in Indonesian and Malaysian Markets for Korean Firms” yang digelar di Auditorium SMB ITB.

Dalam acara tersebut, peneliti dari Multimedia University Malaysia, Robert Jeyakumar Nathan menyampaikan hasil penelitiannya. Korean Wave atau yang biasa disebut budaya pop Korea seperti K-Pop dan K-drama memengaruhi anak muda Malaysia dalam pembelian skincare dan kosmetik Korea.

Produk-produk itu pun kini eksis di Malaysia. Tak berbeda jauh dengan Malaysia, peneliti SBM ITB menemukan hal serupa di Indonesia. Korean Wave atau Halyu menceritakan budaya dan gaya hidup masyarakat Korea.

Rupaya, budaya dan gaya hidup itu mudah dicerna dan mirip dengan keseharian anak muda di Indonesia. Kondisi ini menginspirasi dan membuat orang Indonesia berkeinginan untuk budaya. “Ada akulturasi budaya dari Korea yang diemulasi oleh anak muda di Indonesia,” ungkapnya.

Hal ini juga berpengaruh positif terhadap penjualan produk-produk Korea seperti skincare, kosmetik, makanan, dan pakaian. Sebab artis yang mereka tonton menjadi brand ambassador produk tersebut.

Begitu dicoba, produk yang anak muda Indonesia beli kualitasnya bagus dan cocok. Hal ini membuat Korean Wave dan produk Korea menjadi saling menguatkan. Ke depan, hasil penelitian ini bisa dipelajari dan dimanfaatkan UKM Indonesia untuk go internasional.

\*\_\*

**Media Relations  
SBM ITB**