
Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Tren Fashion Korea Di Pasar Lokal

Nanda Amelia^{1.}, Mayra Putri^{2.}, Liyana Eka^{3.}, Paulina Anugrahni^{4.}, Maranti Suryaningsih^{5.}
Mei Maemunah

Program Studi S1 Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Sosial
Universitas AMIKOM Yogyakarta
Jl. Ring Road Utara, Ngringin, Condongcatur, Kec. Depok, Kab. Sleman, Daerah Istimewa
Yogyakarta

Corresponding e-mail: [1:elsaviyanas@students.amikom.ac.id](mailto:elsaviyanas@students.amikom.ac.id), [2:mei.m@amikom.ac.id](mailto:mei.m@amikom.ac.id)

Abstrak

Penelitian ini membahas fenomena Korean Wave atau Hallyu yang telah menyebar secara global, termasuk di Indonesia, dan berdampak signifikan terutama pada generasi milenial dan generasi Z. Salah satu aspek yang terpengaruh adalah fashion dan gaya berpakaian ala Korea. Industri fashion Korea Selatan, didukung oleh pengaruh budaya K-pop, telah menjadi populer di Indonesia. Gaya berbusana Korea yang unik, warna yang menarik, dan kesesuaian dengan iklim Indonesia menjadi daya tarik utama. Fenomena ini telah menciptakan pola perilaku konsumtif di kalangan remaja yang berusaha meniru gaya berpakaian idola mereka. Fashion tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi dan ungkapan diri, tetapi juga meningkatkan rasa percaya diri. Namun, perilaku konsumtif dapat memiliki dampak negatif, baik secara ekonomi, psikologis, maupun sosial. Oleh karena itu, penerapan teknik manajemen diri seperti self-monitoring, self-reward, self-contracting, dan stimulus control dapat efektif dalam mengurangi perilaku konsumtif pada individu.

Kata kunci: Korean Wave, Hallyu, fashion Korea, K-pop, generasi milenial, generasi Z, Indonesia, gaya berpakaian, perilaku konsumtif, manajemen diri.

Abstract

This research discusses the Korean Wave or Hallyu phenomenon which has spread globally, including in Indonesia, and has had a significant impact, especially on the millennial generation and Generation Z. One of the aspects affected is Korean fashion and clothing styles. The South Korean fashion industry, supported by the influence of K-pop culture, has become popular in Indonesia. Korea's unique fashion style, attractive colors, and suitability for the Indonesian climate are the main attractions. This phenomenon has created a pattern of consumerist behavior among teenagers who try to imitate the clothing styles of their idols. Fashion not only functions as a means of communication and self-expression but also increases self-confidence. However, consumer behavior can have negative impacts, both economically, psychologically and socially. Therefore, the application of self-management techniques such as self-monitoring, self-reward, self-contracting, and stimulus control can be effective in reducing consumer behavior in individuals.

Keywords: Korean Wave, Hallyu, Korean fashion, K-pop, millennial generation, generation Z, Indonesia, clothing style, consumer behavior, self-management.

1. Pendahuluan

Dalam dua dekade terakhir, budaya Korea telah mengalami pertumbuhan pesat secara global, menciptakan fenomena yang dikenal sebagai "Korean Wave" atau Hallyu. Fenomena ini tidak hanya menyebar ke Indonesia, tetapi juga berdampak signifikan terutama pada generasi milenial hingga generasi z, dengan budaya Korea yang kini menyatu dalam kehidupan

sehari-hari (Masalah et al., 2023)(Setiawan et al., n.d.)(Valenciana & Pudjibudojo, 2022). Salah satu faktor kunci pendukung fenomena ini adalah evolusi teknologi informasi yang kuat akibat globalisasi. Korean Wave, yang berakar dari dunia hiburan seperti musik, drama, dan variety show, telah menjadi bagian integral dari budaya hidup masyarakat Indonesia. Pengaruhnya dapat dilihat tidak hanya dalam hiburan, tetapi juga dalam aspek lain seperti fashion, make-up, skincare, makanan, gaya berbicara, dan bahasa. Salah satu produk Korean Wave yang sangat digemari oleh generasi saat ini adalah fashion dan gaya berpakaian ala Korea.

Menurut (Wicaksono et al., 2021) menyebutkan bahwa perkembangan Korean Wave juga mempengaruhi fashion remaja saat ini. Industri fashion Korea Selatan meledak berkat pengaruh kuat budaya K-pop yang tersebar luas di negara tersebut. Fashion Korea yang kini ada pada kecepatan yang tak tertandingi (Nurcaya I A H, 2021). Indonesia, sebagai negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia, menjadi tempat tinggal bagi jutaan penggemar K-pop (K-popers). Keberadaan artis K-pop juga mempengaruhi preferensi dan gaya hidup para milenial Indonesia, terlihat dari semakin populernya penggunaan produk-produk Korea hingga gaya berbusana. Keunikan dari gaya berbusana Korea berada pada warna dan desain yang unik, sehingga menarik minat pemakaian serta pembelian masyarakat Indonesia (Putri et al., 2022). Selain desain dan warnanya yang unik, fashion korea ini juga cocok sesuai dengan iklim yang ada di Indonesia, yang mana kebanyakan pakaiannya lebih terbuka dan nyaman dipakai.

Saat ini, model pakaian Korea yang populer di pasaran Indonesia terdiri dari mini dress dan pakaian rajutan yang digemari oleh remaja. Fashion Korea juga semakin mendominasi di Indonesia, mulai dari aksesoris, tas, sepatu, dan lain-lain. Begitu pula dengan pakaian untuk anak-anak yang kini didominasi oleh produk-produk asal Korea. Tak mengherankan jika dengan adanya minat pada tren ini mampu membuka peluang bagi pengusaha lokal untuk menciptakan pakaian bergaya korean style ini dengan harga yang lebih terjangkau. Maraknya fashion korea yang mulai bermunculan ini juga meningkatkan permintaan pembelian dalam jumlah besar.

Tanpa disadari, fenomena ini telah menciptakan pola perilaku konsumtif yang menguntungkan bagi para pelaku bisnis. Baik remaja maupun orang dewasa yang menjadi penggemar budaya korea, berlomba-lomba untuk meniru dan mengikuti gaya berpakaian dari idola atau aktor mereka saat tampil di panggung. Saat ini, fashion telah menjadi kebutuhan bagi setiap orang, bahkan dalam era modern ini, fashion telah bertransformasi menjadi alat komunikasi. Pakaian yang dikenakan seseorang dapat menjadi cerminan dari jati dirinya. Pada umumnya, fashion dapat mencerminkan kepribadian seseorang, dimana melalui pakaian yang dikenakan, seseorang dapat mengekspresikan dirinya kepada khalayak umum. Fashion juga digunakan sebagai bentuk ungkapan diri, selain itu juga disesuaikan dengan tingkat kenyamanan dan dapat meningkatkan rasa percaya diri saat dipakai. Individu selalu mencari kepuasan dengan mengonsumsi barang yang bukan kebutuhan, tetapi untuk memenuhi keinginannya. Fenomena ini umumnya dikenal sebagai perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah saat seseorang memiliki keinginan untuk membeli barang atau menggunakan jasa hanya untuk memenuhi kepuasan pribadi, tanpa mempertimbangkan manfaat atau urgensi dari barang atau jasa tersebut. Perilaku konsumtif ini sering terjadi pada remaja, di mana mereka melakukan perilaku konsumtif untuk memenuhi gaya hidup mereka.

Perilaku konsumtif adalah saat seseorang memiliki keinginan untuk membeli barang atau menggunakan jasa hanya untuk memenuhi kepuasan pribadi, tanpa mempertimbangkan manfaat atau urgensi dari barang atau jasa tersebut. Perilaku konsumtif ini sering terjadi pada remaja, di mana mereka melakukan perilaku konsumtif untuk memenuhi gaya hidup mereka. Perilaku konsumtif memiliki potensi untuk menjadi bagian tak terpisahkan dari gaya hidup remaja dan dapat menimbulkan masalah dalam kehidupan mereka (Primadona & Rafiqi, 2019). Dalam hal dampak ekonomi, remaja yang terus menerus terlibat dalam perilaku konsumtif akan mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan mereka dengan baik. Dampak psikologisnya adalah remaja akan merasa tertekan jika keinginannya tidak terpenuhi. Sementara itu, dari segi sosial, remaja akan terus mengikuti tren yang populer tanpa mau menjadi diri mereka sendiri.

Penerapan teknik manajemen diri dianggap efektif dalam mengurangi perilaku konsumtif pada individu. Hal ini dikarenakan masalah utama yang mendorong seseorang untuk melakukan

perilaku konsumtif adalah kurangnya kemampuan mereka dalam mengendalikan diri dan kurangnya keterampilan dalam mengelola diri dengan baik. Teknik manajemen diri dianggap berhasil jika individu dapat mengelola semua aspek yang ada dalam dirinya, termasuk pikiran, perasaan, dan tindakannya (Mujahidah, 2020). Terdapat empat tahapan dalam menerapkan teknik manajemen diri, yaitu pemantauan diri (self-monitoring), penghargaan diri (self-reward), kontrak diri (self-contracting), dan pengendalian rangsangan (stimulus control).

2. Metode penelitian

2.1. Desain penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumtif remaja dalam mengadopsi gaya berpakaian ala Korea dan dampaknya terhadap kehidupan sehari-hari mereka. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang pola perilaku konsumtif remaja.

2.2. Partisipan Penelitian

Partisipan penelitian ini adalah konsumen yang sering membeli dan menggunakan fashion Korea di pasar lokal. Partisipan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria mereka harus berusia antara 17-25 tahun dan telah membeli produk fashion Korea setidaknya dua kali dalam enam bulan terakhir.

2.3. Teknik Pengumpulan Data

Data akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan remaja yang aktif mengikuti tren fashion Korea dan observasi partisipatif di lingkungan remaja. Selain itu, analisis konten akan dilakukan terhadap sumber-sumber yang relevan. Penelitian ini akan memfokuskan pada motif dan alasan di balik pilihan remaja dalam mengadopsi gaya berpakaian ala Korea, serta dampak sosial, ekonomi, dan psikologis dari perilaku konsumtif mereka. Temuan-temuan dari analisis data akan diinterpretasikan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang pola perilaku konsumtif remaja dalam konteks tren fashion Korea. Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi strategi manajemen diri yang digunakan remaja untuk mengendalikan perilaku konsumtif mereka.

2.4. Analisis Data

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan remaja yang aktif mengikuti tren fashion Korea. Wawancara akan difokuskan pada motivasi, preferensi, dan pengalaman mereka terkait gaya berpakaian ala Korea. Selain itu, observasi partisipatif akan dilakukan di lingkungan remaja untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas tentang perilaku konsumtif mereka. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif. Analisis konten akan dilakukan terhadap transkrip wawancara dan catatan observasi (Nuryanto et al., 2022). Tema-tema dan pola perilaku konsumtif yang muncul akan diidentifikasi dan dianalisis secara mendalam.

2.5. Observasi

Observasi partisipatif akan dilakukan di lingkungan remaja untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas tentang perilaku konsumtif mereka. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif (Masalah et al., 2023). Analisis konten akan dilakukan terhadap transkrip wawancara dan catatan observasi. Tema-tema dan pola perilaku konsumtif yang muncul akan diidentifikasi dan dianalisis secara mendalam.

2.6. Data Lapangan

Testimoni di lapangan ini akan menyajikan testimoni langsung dari remaja yang telah mengadopsi tren fashion Korea dalam keseharian mereka. Melalui wawancara mendalam,

penelitian ini mengungkap cerita motivasi, preferensi dan pengalaman personal partisipan terkait proses adopsi gaya fashion Korea serta dampak yang dirasakan.

2.7. Menyimpulkan Hasil

Dalam analisis perilaku konsumen terhadap tren fashion Korea di pasar lokal, hasil pembahasan dari H0 (hipotesis nol) dan H1 (hipotesis alternative) dapat dirumuskan pada tabel berikut :

H0 (Hipotesis Nol)	H1 (Hipotesis Alternatif)
Hasil analisis data menunjukkan bahwa beberapa responden menunjukkan perilaku yang tidak sejalan dengan tren <i>fashion</i> Korea.	Hasil analisis data menunjukkan beberapa responden merasa lebih percaya diri, sering mencari inspirasi, dan mendapatkan pujian ketika mengenakan Pakaian bergaya Korea.
Testimoni menunjukkan bahwa meskipun ada penggemar <i>fashion</i> Korea, tidak semua responden merasa terlibat secara signifikan dalam tren ini.	Testimoni menunjukkan bahwa faktor motivasi, seperti influencer dari media sosial dan selebriti Korea, serta pengalaman positif dalam berbelanja produk <i>fashion</i> Korea, berkontribusi signifikan terhadap perilaku konsumen terhadap tren ini.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang perilaku konsumtif remaja dalam mengikuti tren fashion Korea. Temuan-temuan ini dapat menjadi dasar untuk mengembangkan strategi manajemen diri yang efektif dalam mengurangi dampak negatif dan meningkatkan pemahaman yang lebih baik tentang pola perilaku konsumtif remaja dalam konteks tren fashion Korea.

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, ditemukan berbagai temuan yang memberikan wawasan mendalam tentang perilaku konsumtif remaja dalam mengadopsi gaya berpakaian ala Korea, yang disajikan pada table berikut:

Tabel 1. Data Hasil Angket/Kuesioner

Responden	SS	S	TS	STS	Rata-rata	Kesimpulan
1	4	5	2	1	3.0	Positif
2	4	3	2	3	2.7	Negatif
3	5	4	3	0	3.2	Positif
4	4	6	2	0	3.2	Positif
5	4	4	2	2	2.8	Negatif
6	6	5	1	0	3.4	Positif
7	4	4	4	0	3.0	Positif
8	5	4	2	1	3.1	Positif
9	5	4	2	1	3.1	Positif
10	4	3	4	1	2.8	Negatif
11	2	3	4	3	2.3	Negatif
12	5	3	3	1	3.0	Positif
13	5	3	3	1	3.0	Positif
14	7	2	2	1	3.3	Positif
15	4	5	2	1	3.0	Positif
16	4	5	2	1	3.0	Positif

17	5	4	1	2	3.0	Positif
18	5	4	2	2	3.2	Positif
19	4	4	4	0	3.0	Positif
20	6	3	2	1	3.2	Positif
Rata-rata	4.6	3.9	2.45	1.1	3.0	Positif

Berdasarkan data di atas diketahui bahwa terdapat 20 responden (80%) menunjukkan bahwa mereka lebih percaya diri, sering mencari inspirasi, dan mendapatkan pujian ketika mengenakan pakaian bergaya Korea atau cenderung mengikuti tren fashion Korea, dan terdapat (20%) responden menunjukkan perilaku yang tidak sejalan dengan tren fashion Korea, meskipun ada variasi dalam tanggapan mereka terhadap gaya ini.

Analisis data dari wawancara mendalam dan observasi partisipatif menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa lebih percaya diri, sering mencari inspirasi, dan mendapatkan pujian ketika mengenakan pakaian bergaya Korea. Hal ini mengindikasikan bahwa tren fashion Korea memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri dan interaksi sosial remaja. Lebih lanjut, hasil kuesioner melalui Google Form dengan 20 responden perempuan juga menunjukkan bahwa mereka berpendapat menggunakan gaya fashion Korea sangat menunjang penampilan mereka sehari-hari, baik pada acara formal maupun non-formal. Mereka merasa gaya fashion Korea yang sedang tren saat ini membuatnya terlihat keren dan percaya diri sehingga dapat mengekspresikan gaya penampilan dengan bebas.

4. Kesimpulan

Fashion Korea telah menjadi tren yang mendominasi pasar Indonesia, khususnya di kalangan remaja, di mana jenis pakaian seperti mini dress dan pakaian rajutan sangat populer, begitu juga dengan aksesoris, tas, sepatu, dan pakaian anak-anak, yang membuka peluang besar bagi pengusaha lokal untuk menciptakan pakaian bergaya Korea dengan harga yang lebih terjangkau, dan permintaan terhadap fashion Korea yang meningkat juga mendorong pembelian dalam jumlah besar, sehingga tren ini telah menciptakan pola perilaku konsumtif di kalangan remaja dan dewasa yang ingin meniru gaya idola mereka, dengan pembelian barang untuk memenuhi kepuasan pribadi, bukan kebutuhan mendesak, dan fashion telah bertransformasi menjadi alat komunikasi yang mencerminkan kepribadian seseorang, di mana melalui pakaian, individu dapat mengekspresikan diri, meningkatkan rasa percaya diri, dan memperoleh kepuasan emosional, namun perilaku konsumtif di kalangan remaja dapat menyebabkan masalah dalam pengelolaan keuangan, tekanan psikologis jika keinginan tidak terpenuhi, dan ketergantungan pada tren populer yang menghambat mereka menjadi diri sendiri, berdasarkan data responden, 80% merasa lebih percaya diri, sering mencari inspirasi, dan mendapatkan pujian saat mengenakan pakaian bergaya Korea, sedangkan 20% lainnya tidak terlalu terpengaruh oleh tren ini.

REFERENSI

- Masalah, A., Strategi, D., Sampah, P., Tangga, R., Sampah, D., Rumah, S., Di, T., Blitar, K., Agungdiningrat, S. A., Abdus, M., & Jawwad, S. (2023). Analysis of Problems and Management Strategies of Household Waste and Household Similar Waste in Blitar District. *Nusantara Hasana Journal*, 2(8), 280–289.
- Mujahidah, A. N. (2020). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makasar). *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan*, 1–18.
- Nurchaya I A H. (2021). Demam Korea Dorong Daya Beli Masyarakat. *Bisnis.Com*.
- Nuryanto, N., Kartiningrum, B., Primadi, M. P., Pindi, K. A. R., Nugroho, T., & Widayanti, S. (2022). STRATEGI PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN PACITAN DALAM

- PENGENTASAN KEMISKINAN. *Journal of Indonesian Rural and Regional Government*, 6(2), 155–165. <https://doi.org/10.47431/jirreg.v6i2.243>
5. Primadona, Y., & Rafiqi, Y. (2019). ANALISIS SWOT PADA STRATEGI PERSAINGAN USAHA MINIMARKET MADINA PURBARATU KOTA TASIKMALAYA. In *Jurnal Ekonomi Syariah* (Vol. 4, Issue 1).
 6. Putri, M. ;, Narawati, C., Rebecca, ;, Lisnawaty, Y., & Pradita, U. (2022). Pengaruh Korean Waves Terhadap Fashion Remaja Indonesia. *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains Dan Sosial Humanioral*, 1(1), 138–153. <https://doi.org/10.11111/nusantara.xxxxxxx>
 7. Setiawan, M., ... N. S.-O. R. D. J., & 2021, undefined. (n.d.). Pengaruh Struktur Modal, Perputaran Modal Kerja, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner.Polgan.Ac.Id*. <https://doi.org/10.33395/owner.xxx.xxx>
 8. Valenciana, C., & Pudjibudojo, J. K. K. (2022). Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia. *Jurnal Diversita*, 8(2), 205–214. <https://doi.org/10.31289/diversita.v8i2.6989>
 9. Wicaksono, M. A., Patricia W, A., & Maryana, D. (2021). Pengaruh Fenomena Tren Korean Wave Dalam Perkembangan Fashion Style Di Indonesia. *Jurnal Sosial-Politika*, 2(2), 74–85. <https://doi.org/10.54144/jsp.v2i2.35>