

**BAB III**

**ANALISIS PENGARUH GLOBALISASI TERHADAP BUDAYA DI  
INDONESIA YANG MENYEBABKAN HIBRIDISASI BUDAYA KULINER  
KOREA SELATAN DI KOTA MALANG**

Pada bab ini akan membahas mengenai pengaruh globalisasi terhadap industri kuliner di Indonesia khususnya pada restoran dan kafe yang menyediakan kuliner Korea Selatan di Kota Malang. Dalam hal ini peneliti akan menjelaskan pengaruh globalisasi menggunakan konsep globalisasi dan juga konsep skenario 3H oleh Abderrahman Hassi & Giovanna Storti yang terdiri dari heterogenisasi, homogenisasi, dan hibridisasi sebagai perspektif untuk memahami interaksi antara globalisasi dan budaya dalam hal ini kuliner.

**3.1 Pengaruh Globalisasi Terhadap Budaya Kuliner di Indonesia**

Fenomena *Korean Wave* telah mengubah perilaku konsumen Indonesia secara signifikan dalam berbagai aspek termasuk kuliner. Sekitar 85% masyarakat Indonesia menikmati beberapa bentuk budaya Korea. Kemudian popularitas kuliner Korea Selatan di Indonesia berada pada peringkat ke tiga dari *K-drama*, musik, *K-movie*, dan *K-pop* dengan jumlah 51%.<sup>95</sup> Kota Malang merupakan salah satu daerah di Indonesia yang turut mengalami peningkatan popularitas kuliner Korea Selatan. Peningkatan minat masyarakat Kota Malang terhadap kuliner Korea Selatan dapat diamati dari pertumbuhan jumlah restoran dan kafe yang

---

<sup>95</sup> “K-Everything: Indonesian Consumption of Korean Culture and Entertainment,” snapcart.global, 2022, <https://snapcart.global/article-k-everything-indonesian-consumption-of-korean-culture-and-entertainment/>.

menyajikan menu-menu khas Korea. Hal ini menjadikan Kota Malang sebagai salah satu tempat penelitian yang tepat untuk melihat bagaimana pengaruh globalisasi terhadap industri kuliner di Indonesia, terkhusus pada restoran dan kafe yang menyediakan kuliner Korea Selatan.

Pada penelitian ini, berdasarkan teknik *purposive sampling* terdapat lima narasumber yaitu restoran dan kafe di Kota Malang yang menyediakan kuliner Korea Selatan. Peneliti melakukan wawancara secara mendalam dengan metode *in-depth interview* pada kelima narasumber di antaranya:

1. Evan (PJ Operasional Bingsoo Malang);
2. Astie (PIC Chefkim);
3. Indra (Manager Chingoo Korean Food & Space);
4. Vero (Karyawan senior Seoulscents Korean Cafe); dan
5. Monica (Pemilik Kochi Seoul)

Dengan menggunakan konsep skenario 3H, peneliti dapat melihat interaksi antara globalisasi budaya dalam hal ini praktik kuliner berdasarkan sudut pandang kelima narasumber melalui metode wawancara *in-depth interview*. Kemudian konsep Globalisasi digunakan untuk melihat alasan dibalik pengadopsian kuliner Korea Selatan oleh restoran dan kafe di Kota Malang.

### **3.2.1 Pengadopsian Kuliner Korea Selatan oleh Restoran dan Kafe di Kota Malang**

Dalam menganalisis pengaruh globalisasi terhadap budaya di Indonesia sebagai pendorong dibalik pengadopsian kuliner Korea Selatan sebagai ide untuk membuka restoran ataupun kafe yang dilakukan oleh

masyarakat Kota Malang. Peneliti akan memfokuskan berdasarkan pandangan ataupun pendefinisian globalisasi menurut 3 ahli yaitu Malcolm Waters, Anthony Giddes, dan Jan Aart Scholte. Hal ini di tentukan peneliti berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan kepada lima narasumber yang berasal dari restoran dan kafe yang menyediakan kuliner Korea Selatan di Kota Malang. Maka dari itu, peneliti akan menganalisis pengaruh globalisasi yang berfokus pada dua garis besar berikut.

#### 1. Ketiadaan Batas Geografis dan Kesadaran Global

Malcolm Waters mendefinisikan globalisasi sebagai sebuah proses sosial, yang mana batas geografis tidak lagi penting jika melihat kondisi sosial budaya dan pada akhirnya akan menjelma ke dalam kesadaran seseorang.<sup>96</sup> Definisi ini hampir sama dengan Anthony Giddens yang melihat globalisasi sebagai proses intensifikasi hubungan sosial yang terus menerus terjadi kemudian mendunia hingga menghubungkan tempat yang terpisah sedemikian rupa dalam satu pengalaman dan dampak yang sama.<sup>97</sup> Kehadiran restoran dan kafe yang menyediakan kuliner Korea Selatan di Kota Malang, menjadi bukti bahwa jarak geografis antara Korea Selatan dan Indonesia tidak lagi menjadi penghalang bagi masyarakat Kota Malang untuk menikmati kuliner Korea. Melalui restoran dan kafe tersebut, kuliner Korea dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat Kota Malang.

---

<sup>96</sup> Waters, *Loc. Cit.*

<sup>97</sup> Giddens, *Loc. Cit.*

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan 12 restoran dan kafe yang menyediakan kuliner Korea Selatan di Kota Malang di antaranya ada Bingsoo, Chefkim, Chingoo Korean Food & Space, Seoulscents Korean Cafe, Kochi Seoul, Kimchi Story, Dakgalbi Korean BBQ, Chacha Pocha, Little Jeju Cafe, Omen Crunchy Chikin, Myoung Ga Authentic Korean Food dan Gangnam Chickin By Mr. Nam. Selain itu, dalam penelitian ini juga terdapat kesadaran global akan tren kuliner dunia, termasuk kuliner Korea. Hal ini sesuai seperti disampaikan oleh Indra (Manager Chingoo Korean Food & Space) bahwa salah satu yang menjadi pendorong membuka restoran yang menyediakan kuliner Korea, karena melihat tren popularitas budaya Korea Selatan di Kota Malang.<sup>98</sup>

## 2. Peran Teknologi dalam Globalisasi

Jan Aart Scholte, seorang ahli hubungan internasional yang menyatakan bahwa globalisasi dipercepat dengan adanya teknologi. Menurut Scholte, kemajuan berbagai teknologi komunikasi dan internet telah menghubungkan manusia di seluruh dunia hingga memungkinkan adanya pertukaran informasi dan ide secara instan bahkan berinteraksi secara *real-time*.<sup>99</sup> Pernyataan ini kemudian sesuai dengan hasil wawancara penelitian di mana beberapa narasumber menyatakan bahwa internet menjadi tempat mereka memperoleh pengetahuan terkait kuliner

---

<sup>98</sup> Wawancara penulis dengan Manager Chingoo Korean Food & Space, Indra, Kota Malang, 11 Desember 2024

<sup>99</sup> Scholte, *Loc. Cit.*

Korea Selatan. Evan (PJ Operasional Bingsoo), Vero (Karyawan Seoulscents Korean Cafe), dan Monica (Pemilik Kochi Seoul) mengatakan bahwa resep kuliner Korea yang mereka sediakan di kafe tersebut sebagian besar dipelajari dari internet.<sup>100</sup>

Hal tersebut menjadi bukti bahwa teknologi telah mempermudah pertukaran informasi dalam hal ini terkait kuliner Korea Selatan. Selain itu, dari lima restoran yang menjadi narasumber penelitian ini, terdapat penggunaan teknologi media sosial dalam mempromosikan ataupun menyediakan pemesanan *online* pada menu yang mereka tawarkan. Di antaranya, Astie (PIC Chefkim) dan Indra (Manager Chingoo Korean Food & Space) mengatakan bahwa strategi pemasaran yang mereka gunakan untuk menarik pelanggan yaitu media sosial Instagram dan TikTok.<sup>101</sup> Kemudian, Evan (PJ Operasional Bingsoo), Vero (Karyawan Seoulscents Korean Cafe), dan Monica (Pemilik Kochi Seoul) juga menyampaikan bahwa mereka menggunakan aplikasi pemesanan *online* seperti Grab Food, GoFood, dan Shopee Food untuk sistem *take away*.<sup>102</sup>

Berdasarkan analisis pengaruh globalisasi menggunakan konsep globalisasi yang dirumuskan Malcolm Waters, Anthony Giddens, dan Jan Aart Scholte, peneliti dapat menyimpulkan globalisasi telah secara signifikan mempengaruhi penyebaran kuliner Korea Selatan di Kota

---

<sup>100</sup> Wawancara penulis dengan PJ Operasional Bingsoo, Karyawan Seoulscents Korean Café, dan Pemilik Kochi Seoul, Kota Malang, 4 Desember 2024

<sup>101</sup> Wawancara penulis dengan PIC Chefkim dan Manager Chingoo Korean Food & Space, Kota Malang, 11 Desember 2024

<sup>102</sup> Wawancara penulis dengan PJ Operasional Bingsoo, Karyawan Seoulscents Korean Café, dan Pemilik Kochi Seoul, Kota Malang, 4 Desember 2024

Malang melalui populernya budaya Korea Selatan yang dikenal sebagai *Korean Wave*. Hilangnya batas geografis, seperti yang dijelaskan Waters dan Giddens, telah memungkinkan masyarakat Kota Malang mengakses dan menikmati kuliner Korea Selatan secara langsung. Sementara itu, peran teknologi, sebagaimana yang ditekankan oleh Scholte, telah mempercepat proses globalisasi melalui penyebaran informasi seperti resep kuliner Korea, ataupun sebagai bentuk promosi kuliner Korea yang dilakukan oleh restoran dan kafe Korea Selatan di Kota Malang. dengan demikian, penelitian ini juga menunjukkan bahwa globalisasi tidak hanya sekedar fenomena ekonomi, tetapi juga proses sosial-budaya yang kompleks sehingga perlu juga untuk memahami interaksi antara globalisasi dan budaya untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pengaruh ataupun dampak globalisasi terhadap budaya lokal.

### **3.2 Hibridisasi Budaya Kuliner Korea pada Restoran dan Kafe Korea Selatan di Kota Malang**

Gagasan utama dari hibridisasi budaya adalah proses percampuran budaya yang berkelanjutan sebagai hasil dari globalisasi yang berasal dari interaksi global dan lokal, serta budaya-budaya baru, khas dan hibrida yang pada dasarnya tidak bersifat global maupun lokal.<sup>103</sup> Sebagai salah satu bentuk interaksi antara globalisasi dan budaya, hibridisasi budaya lebih cenderung terjadi dalam penelitian ini karena ditemukannya berbagai upaya yang dilakukan kelima narasumber yaitu restoran dan kafe Korea Selatan untuk menjadikan kuliner

---

<sup>103</sup> Ritzer. *Loc. Cit.*

Korea yang mereka sediakan halal dikonsumsi masyarakat Kota Malang. Lebih lanjut, ditemukannya hasil bentuk fusi kuliner di salah satu restoran yang menjadi narasumber penelitian ini. Adapun yang menjadi garis penting skenario hibridisasi yaitu skenario ini hanya terjadi pada elemen-elemen budaya yang berada di tepi seperti salah satunya kuliner, sementara untuk asumsi, nilai, dan kepercayaan yang berakar dalam, tetap berdekatan dengan konteks budaya asli masing-masing negara.<sup>104</sup>

### 3.2.1 *Halal Korean Food*

Skenario hibridisasi menawarkan sebuah pemahaman yang lebih kompleks mengenai interaksi antara globalisasi dan budaya lokal. Skenario ini lebih menekankan pada perpaduan yang dinamis antara unsur-unsur budaya lokal dan global yang menghasilkan bentuk-bentuk budaya baru yang unik dan mencakup komponen dari keduanya.<sup>105</sup> Fenomena berkembangnya kuliner Korea di Kota Malang tidak hanya mencerminkan adanya globalisasi budaya dalam hal ini kuliner, tetapi juga menunjukkan adanya proses hibridisasi di dalamnya.

Meskipun memiliki popularitas yang tinggi di Indonesia ataupun Kota Malang khususnya, dan produk instan kuliner Korea telah banyak diproduksi dengan label halal, tetapi pada kenyataannya tidak semua restoran menyajikan kuliner asal Korea Selatan tersebut telah berlabel

---

<sup>104</sup> Hassi and Storti. *Op. Cit.*

<sup>105</sup> Ritzer, *Loc. Cit.*

halal atau memiliki sertifikat halal MUI.<sup>106</sup> Dalam studi kasus restoran dan kafe Korea Selatan di Kota Malang, hampir di semua memiliki label “*halal food*”, hal ini kemudian menjadi bukti bahwa budaya dapat saling beradaptasi dan bertransformasi dalam konteks global. Di mana terdapat kesadaran masyarakat yang mengadopsi kuliner Korea tersebut untuk mulai memodifikasi bahan bakunya agar memenuhi standar halal, hingga dapat dipromosikan melalui berbagai media sosial.<sup>107</sup>

Gambar 3.1

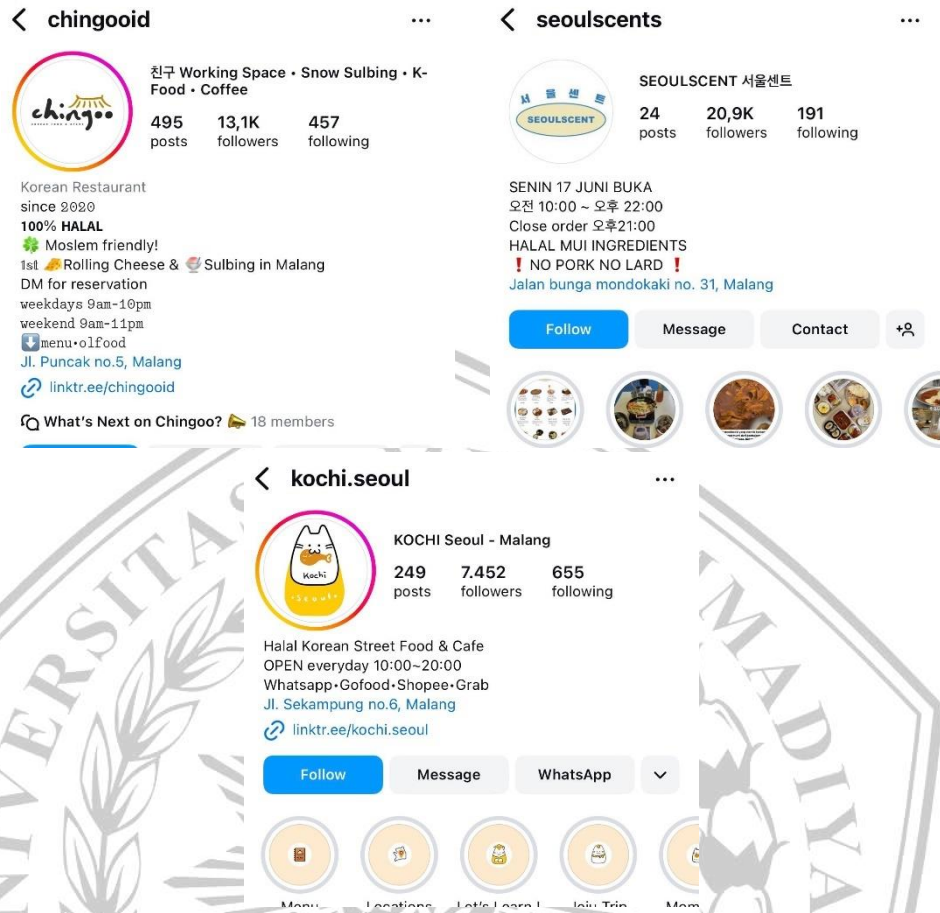
Label “halal” dalam Sosial Media Restoran dan Kafe Korea Selatan di Kota Malang



<sup>106</sup> Yuni Astuti and Daru Asih, “Country of Origin, Religiosity and Halal Awareness: A Case Study of Purchase Intention of Korean Food,” *Journal of Asian Finance, Economics and Business* 8, no. 4 (2021), <https://www.semanticscholar.org/paper/Country-of-Origin%2C-Religiosity-and-Halal-Awareness%3A-Astuti-Asih/6035f4310fa0950fd7ea346d9e57565de22dccc>.

<sup>107</sup> N Nadhifah, S Eka, and A Tusita, “Halal Korean Food and Glocalization,” in *ICEL 2019: First International Conference on Advances in Education, Humanities, and Language, ICEL 2019, Malang, Indonesia, 23-24 March 2019*, vol. 256 (European Alliance for Innovation, 2019), <https://eudl.eu/doi/10.4108/eai.23-3-2019.2284943>.



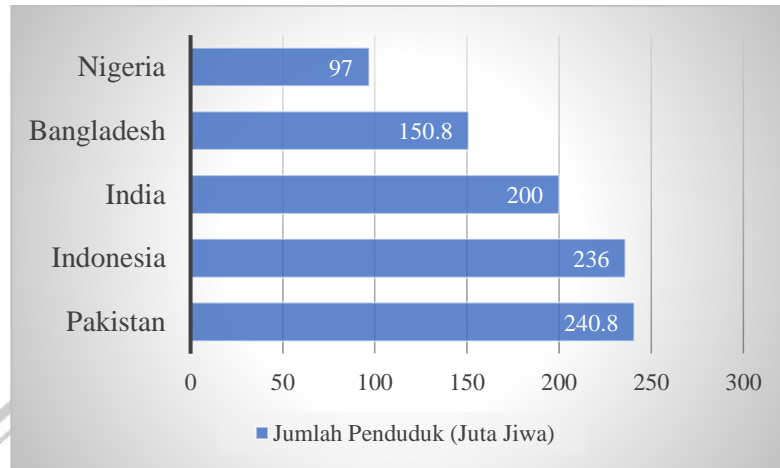


Sumber: Media Sosial *Instagram* Kelima Narasumber

Selain kelima restoran dan kafe yang menjadi narasumber tersebut, restoran dan kafe lainnya yang juga menyediakan kuliner Korea di Kota Malang cenderung memberi label “halal”, “no pork, no lard” ataupun “no alcohol” yang bisa dilihat pada media sosial Instagram mereka. Kemudian, dengan latar belakang negara Muslim terbesar kedua di dunia, yaitu sebanyak 236 juta jiwa atau sekitar 84,35% dari total populasi Indonesia, tentunya hal ini menjadikan Indonesia memiliki potensi besar untuk pasar makanan halal.

Gambar 3.2

5 Negara dengan Populasi Muslim Terbanyak di Dunia



Sumber: GoodStats<sup>108</sup>

Halal kemudian menjadi salah satu hal yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan seorang Muslim. Kata halal berasal dari agama Islam yang merujuk pada segala sesuatu yang diizinkan menurut agama dan tata perilaku syariat Islam.<sup>109</sup> Banyak kuliner dari Korea Selatan yang mengandung bahan-bahan tidak halal seperti daging babi ataupun alkohol sehingga label halal menjadi penting untuk menjamin bahwa makanan atau minuman tersebut sesuai dengan syariat Islam. Agama telah memainkan peran penting dalam konsumsi di antara beberapa individu dengan agama yang berbeda, termasuk agama Islam. Kuliner sebagai bentuk makanan yang di konsumsi manusia kemudian menjadi salah satu bagian dari

<sup>108</sup> Willy Yashilva, "Indonesia Menduduki Peringkat Kedua Dengan Populasi Muslim Terbanyak Di Dunia," data.goodstats.id, 2024, <https://data.goodstats.id/statistic/indonesia-menduduki-peringkat-kedua-dengan-populasi-muslim-terbanyak-di-dunia-HP1S0>.

<sup>109</sup> Muchtar Ali, "Konsep Makanan Halal Dalam Tinjauan Syariah Dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal," *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah* 16 (December 11, 2016), <https://doi.org/10.15408/ajis.v16i2.4459>.

penanda identitas sebuah budaya bahkan suatu bangsa.<sup>110</sup> Sehingga terdapat hubungan yang erat antara apa yang kita konsumsi dengan siapa kita sebagai individu dan sebagai bagian dari suatu kelompok dalam hal ini masyarakat Muslim.

Masyarakat Indonesia yang beragama Islam, khususnya di Kota Malang yang semakin tertarik pada kuliner Korea kemudian akan memilih restoran ataupun kafe yang menyediakan kuliner Korea halal. Dikarenakan, bagi masyarakat Muslim, membeli kuliner lebih dari sekedar membeli, mereka juga harus memastikan bahwa makanan ataupun minuman yang mereka beli telah memenuhi kebutuhan akan masyarakat beragama Islam yang taat.<sup>111</sup> Karena pada dasarnya konsumen Muslim cenderung akan lebih sensitif dan spesifik terhadap produk yang ditawarkan oleh pasaran karena mereka memiliki pemahaman yang baik tentang halal dan pengetahuan yang tinggi terkait dengan konsumsi dan pembelian makanan halal.<sup>112</sup>

Maka dari itu, dengan adanya label halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) memberikan jaminan kuat bahwa restoran ataupun kafe yang menjual produk kuliner tersebut telah menggunakan bahan halal dengan prosedur yang sesuai syariat Islam.<sup>113</sup> Dengan demikian, sertifikat

---

<sup>110</sup> Utami, *Loc. Cit.*

<sup>111</sup> Nadhifah, Eka, and Tusita, *Op. Cit.*

<sup>112</sup> YoungMin Choi and JinYi Jeong, "The Determinants of Imported Food Purchase of Muslim Consumers in Malaysia," *Journal of Islamic Marketing* ahead-of-p (November 13, 2019), <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2018-0228>.

<sup>113</sup> Maria Oktavianingtias and Istyakara Muslichah, "Niat Beli Muslim Pada Makanan Korea Bersertifikasi Halal Di Indonesia," *Jurnal Aplikasi Bisnis* 19 (July 4, 2022): 143–56, <https://doi.org/10.20885/jabis.vol19.iss1.art3>.

halal yang diperoleh dari MUI memainkan beberapa peran penting bagi restoran dan kafe Korea Selatan di Kota Malang. Karena dengan adanya sertifikasi halal berarti bahwa restoran ataupun kafe tersebut telah melewati proses peninjauan integritas halal dan verifikasi kepatuhan terhadap standar makanan halal, sehingga hal ini penting untuk dapat memastikan konsumen terhadap kuliner halal yang mereka sajikan.<sup>114</sup> Hal ini sejalan dengan bagaimana salah satu narasumber, Indra (Manager Chingoo Korean Food & Space) yang mengatakan bahwa pada saat awal dibukanya restoran tersebut, mereka kerap kali mendapatkan pertanyaan untuk kepastian menu yang mereka sajikan apakah halal atau tidak.<sup>115</sup>

Tabel 3.1

Restoran dan Kafe Korea di Kota Malang yang Bersertifikat Halal MUI

No	Restoran/Kafe	Status
1	Bingsoo	Bersertifikat Halal MUI
2	Chefkim	Proses Pengajuan Sertifikat Halal MUI
3	Chingoo Korean Food & Space	Proses Pengajuan Sertifikat Halal MUI
4	Seoulscents Korean Cafe	Belum (konsisten menggunakan bahan yang berlabel Halal MUI)
5	Kochi Seoul	Bersertifikat Halal MUI

Sumber: Data Hasil Penelitian

<sup>114</sup> Nadhifah, Eka, and Tusita, *Op. Cit.*

<sup>115</sup> Wawancara penulis dengan Manager Chingoo Korean Food & Space, Indra, Kota Malang, 11 Desember 2024

Sejalan dengan pernyataan tersebut, restoran dan kafe Korea di Kota Malang kemudian berlomba-lomba untuk mendapatkan sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Berdasarkan hasil penelitian, beberapa restoran sudah mendapat sertifikat halal seperti Bingsoo, dan juga Kochi Seoul, sementara yang lainnya seperti Chefkim dan Chingoo Korean Food & Space masih proses pemenuhan sertifikat halal. Adapun dalam proses mengupayakan dan mempertahankan sertifikat halal dari MUI, restoran dan kafe di Kota Malang harus menghadapi beberapa tantangan antara penyajian kuliner Korea yang halal tanpa meninggalkan cita rasa sebenarnya. Seperti restoran Chefkim dalam proses mengupayakan sertifikat halal dari MUI hingga saat ini menghadapi hambatan dalam mencari bahan berkomposisi halal tapi tidak meninggalkan cita rasa asli dari kuliner tersebut, hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan Astie (PIC Chefkim).<sup>116</sup>

Di sisi lain, Kochi Seoul dalam upaya mempertahankan sertifikat halal MUI yang diperolehnya pada Februari 2024, mengharuskannya untuk membuat sendiri beberapa bahan baku khas kuliner Korea seperti saus *gochujang*. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Monica (Pemilik Kochi Seoul), bahwa alasan mereka membuat saus *gochujang* sendiri karena yang berada di pasar swalayan sering kali belum memiliki label halal MUI.<sup>117</sup> Merujuk pada *website* resmi halal MUI, bumbu khas Korea *gochujang* yang diproduksi pabrik ataupun perusahaan di Korea

<sup>116</sup> Wawancara penulis dengan PIC Chefkim, Astie, Kota Malang, 11 Desember 2024

<sup>117</sup> Wawancara penulis dengan Pemilik Kochi Seoul, Monica, Kota Malang, 04 Desember 2024

termasuk dalam kategori haram karena di fermentasi menggunakan minuman alkohol.<sup>118</sup>

Selain Kochi Seoul, berdasarkan hasil wawancara beberapa restoran dan kafe dalam upaya mempertahankan dan pengajuan sertifikat halalnya lebih memilih bahan baku yang telah diproduksi pabrik di Indonesia dan sudah memiliki label halal dan juga menggunakan bahan daging halal seperti daging sapi dan ayam yaitu Bingsoo, dan juga Chingoo Korean Food & Space.<sup>119</sup> Adapun Seoulscents Korean Cafe yang juga berlabel halal tetapi belum mendapatkan sertifikat halal MUI, berdasarkan hasil wawancara dengan Vero (Karyawan Seoulscents Korean Cafe) bahwa kafe tersebut memang belum memiliki ataupun mengajukan proses untuk mendapatkan sertifikat halal MUI, tetapi mereka konsisten pada penggunaan bahan baku berkomposisi halal MUI dan tersedia di pasar swalayan.<sup>120</sup>

Keberadaan label halal tentunya tidak hanya berfungsi sebagai informasi, tetapi juga membangun kepercayaan masyarakat Indonesia khususnya Kota Malang terhadap produk kuliner Korea yang ditawarkan oleh restoran dan kafe Korea Selatan yang menjadi narasumber. Adapun terdapat salah satu penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa

---

<sup>118</sup> Yana, "Inilah Titik Kritis Gochujang, Bumbu Khas Asal Korea," [halalmui.org](https://halalmui.org/inilah-titik-kritis-gochujang-bumbu-khas-asal-korea/#:~:text=Jika%20dilihat%20dari%20bahan-bahannya,kategori%20haram%20karena%20mengandung%20alkohol.), 2022, [https://halalmui.org/inilah-titik-kritis-gochujang-bumbu-khas-asal-korea/#:~:text=Jika dilihat dari bahan-bahannya,kategori haram karena mengandung alkohol.](https://halalmui.org/inilah-titik-kritis-gochujang-bumbu-khas-asal-korea/#:~:text=Jika%20dilihat%20dari%20bahan-bahannya,kategori%20haram%20karena%20mengandung%20alkohol.)

<sup>119</sup> Wawancara penulis dengan PJ Operasional Bingsoo, Manager Chingoo Korean Food & Space, Kota Malang, 4 dan 11 Desember 2024

<sup>120</sup> Wawancara penulis dengan Karyawan Seoulscents Korean Café, Vero, Kota Malang, 4 Desember 2024

persepsi positif terhadap label halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli kuliner halal.<sup>121</sup> Kemudian penelitian sebelumnya yang lain juga telah merumuskan tiga aspek utama yang harus dimiliki oleh kuliner Korea di Indonesia yaitu halal, cita rasa yang familier di lidah masyarakat lokal, dan harga yang terjangkau.<sup>122</sup> Kedua penelitian ini sepenuhnya telah menjadi representasi bentuk kesadaran akan pentingnya label halal di Indonesia sebagai peluang dalam usaha kuliner oleh para narasumber pada saat mengadopsi kuliner Korea ketika membuka restoran ataupun kafe. Sebagaimana yang dikatakan Astie (PIC Chefkim) bahwa pemilik restoran tersebut sedari awal telah memfokuskan untuk menyajikan kuliner Korea halal terlebih juga telah menentukan target pasarnya untuk seluruh masyarakat Muslim maupun non-Muslim.<sup>123</sup>

### **3.2.2 Fusi Kuliner**

Selain upaya untuk mendapatkan dan mempertahankan label kuliner Korea halal, dalam proses hibridisasi ini juga bisa terlihat dari adanya campuran antara kuliner Korea Selatan dan juga kuliner Indonesia yang menghasilkan hidangan menu baru seperti yang terjadi di salah satu kafe yang menjadi narasumber yaitu Bingsoo Malang. Restoran tersebut memiliki karakteristik unik yang berbeda dari keempat restoran dan kafe

---

<sup>121</sup> Muhammad REXSA ASSYAROFI et al., "The Role of Halal Awareness, Halal Labels and Attitudes towards Halal Products on Purchase Decisions of Used Goods," *Al Tijarah* 10, no. 1 (2024), <http://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/altijarah>.

<sup>122</sup> Nadhifah, Eka, and Tusita, *Op. Cit.*

<sup>123</sup> Wawancara penulis dengan PIC Chefkim, Astie, Kota Malang, 11 Desember 2024



lainnya di Kota Malang, karena menyediakan inovasi menu hasil perpaduan dua budaya kuliner suatu negara.

Gambar 3.3

Menu di Bingsoo Malang sebagai Representasi Proses Hibridisasi



Sumber: Dokumentasi Penelitian

Berdasarkan data gambar 3.6 tersebut, terdapat dua menu hasil hibridisasi antar budaya kuliner Korea Selatan dan Indonesia yaitu *Bingsoo Pisang Ijo* dan *Bingsoo Durian*. *Bingsoo* sendiri merupakan hidangan penutup Korea yang populer dengan ciri khas dasar es serut dan berbagai *topping* manis yang berasal dari buah-buahan, susu kental manis, dan juga kacang merah.<sup>124</sup> Demikian yang disediakan oleh restoran Bingsoo, akan tetapi mereka menambahkan *topping* lainnya seperti buah durian yang populer di Indonesia dan juga pisang ijo. Diketahui bahwa

<sup>124</sup> Sue, "Patbingsu (Korean Shaved Ice Dessert)," mykoreankitchen.com, 2019, <https://mykoreankitchen.com/patbingsu-korean-shaved-ice/>.



pisang ijo atau es pisang ijo merupakan hidangan penutup yang berasal dari salah satu daerah di Indonesia yaitu Makassar, Sulawesi Selatan.<sup>125</sup> Kemudian, berdasarkan hasil wawancara dengan Evan (PJ Operasional Bingsoo), bahwa *bingsoo* pisang ijo ternyata cukup digemari oleh pengunjung.<sup>126</sup>

Skenario Hibridisasi secara jelas menggambarkan proses penyesuaian kuliner Korea dengan budaya Indonesia, khususnya dalam hal upaya mendapatkan, mempertahankan sertifikasi halal MUI, dan konsistensi menggunakan bahan baku yang telah bersertifikasi halal MUI, dapat dikatakan sebagai respons terhadap mayoritas populasi Muslim di Indonesia tidak terkecuali masyarakat Kota Malang yang menginginkan kuliner Korea halal. Pembentukan menu-menu baru seperti *bingsoo* pisang ijo dan *bingsoo* durian, juga menunjukkan adanya contoh dari hibridisasi kuliner yang berhasil. Dari segi keterbatasannya, skenario hibridisasi mungkin mengabaikan ketidakmerataan dalam proses pencampuran yang terjadi.<sup>127</sup> Sehingga dalam penelitian ini mengalami keterbatasan dalam penjelasan proses terjadinya percampuran antara kuliner Korea Selatan dan Indonesia yang terjadi pada Restoran dan Kafe Korea Selatan di Kota Malang.

---

<sup>125</sup> Panji Prayitno, "Es Pisang Ijo, Hidangan Segar Legendaris Cocok Di Kala Cuaca Panas," Liputan6.com, 2023, <https://www.liputan6.com/regional/read/5424435/es-pisang-ijo-hidangan-segar-legendaris-cocok-di-kala-cuaca-panas>.

<sup>126</sup> Wawancara penulis dengan PJ Operasional Bingsoo, Evan, Kota Malang, 4 Desember 2024

<sup>127</sup> Jan Nederveen Pieterse, "Globalisation as Hybridisation," in *Postmodern Management Theory* (Routledge, 2019), 507–30. dalam Hassi and Storti, "Globalization and Culture: The Three H Scenarios." ed. Hector Cuadra-Montiel (Rijeka: IntechOpen, 2012), Ch. 1, <https://doi.org/10.5772/45655>.

Jika dibandingkan dengan skenario lainnya yaitu heterogenisasi, restoran dan kafe Korea Selatan di Kota Malang tidak akan melabeli kuliner yang mereka sediakan sebagai *halal Korean food*, restoran ataupun kafe Korea tersebut akan tetap mempertahankan eksistensi autentiknya hingga tetap terdiferensiasi, sebagaimana asumsi dasar skenario tersebut.<sup>128</sup> Kuliner Korea hanya berada di pinggiran budaya kuliner Indonesia dan hanya terjadi koeksistensi budaya atau berdampingannya budaya kuliner Korea Selatan dan Indonesia khususnya Kota Malang. Sebagaimana jika diamati kembali upaya-upaya yang dilakukan oleh kelima narasumber untuk mendapatkan kepatutan halal pada menu yang mereka sediakan, menjadikan skenario heterogenisasi lemah dan bisa dikatakan tidak terjadi pada restoran dan kafe yang menyediakan kuliner Korea Selatan di Kota Malang yang menjadi narasumber.

Sementara jika dibandingkan dengan skenario homogenisasi yang juga dikenal sebagai konvergensi budaya terlalu sederhana karena beberapa budaya lokal telah menunjukkan kemampuan mereka untuk menjinakkan ataupun menolak pengaruh asing. Sebagaimana perilaku dari kelima narasumber yang meskipun memilih untuk menjual kuliner Korea yang telah dikenal secara global, hal tersebut tetap melewati penyesuaian terhadap selera lokal. Sebagaimana yang terjadi pada Kochi Seoul yang telah memodifikasi resep kuliner *kimchi*, dengan menurunkan tingkat

---

<sup>128</sup> Prasad and Prasad, "Global Transitions: The Emerging New World Order and Its Implications for Business and Management." dalam Hassi and Storti, "Globalization and Culture: The Three H Scenarios." ed. Hector Cuadra-Montiel (Rijeka: IntechOpen, 2012), Ch. 1, <https://doi.org/10.5772/45655>.

keasamannya sebagai bentuk upaya penyesuaian selera dengan pelanggannya dalam hal ini masyarakat Kota Malang.<sup>129</sup> Kemudian Indra (Manager Chingoo Korean Food & Space) yang juga mengatakan bahwa mereka punya pelanggan berasal dari Korea Selatan yang sering berkunjung ke restoran mereka. Pada awalnya pelanggan tersebut komplain terhadap cita rasa yang mereka berikan tidak seperti rasa kuliner Korea asli, akan tetapi mereka memberikan penjelasan bahwasanya jika mengikuti resep asli kuliner Korea, pelanggan lokal atau masyarakat Kota Malang, banyak yang kurang menerima, dan pada akhirnya pelanggan tersebut dapat mengerti bahwa mereka juga melakukan penyesuaian terhadap selera masyarakat Kota Malang.<sup>130</sup>

Pernyataan kedua narasumber tersebut semakin memperkuat bukti terkait lemahnya skenario homogenisasi terjadi pada studi kasus ini. Kecenderungan proses hibridisasi tidak hanya sekedar terjadinya penyesuaian rasa melalui interaksi antara kuliner Korea dan juga budaya lokal, tetapi juga melibatkan proses kompleks seperti kritik dan saran yang diambil oleh restoran juga kafe yang menyediakan kuliner Korea Selatan dari masyarakat Kota Malang yang menjadi pelanggan. Oleh karena itu, interaksi antarbudaya lebih menyukai hibridisasi budaya daripada homogenisasi budaya yang monolitik.<sup>131</sup> Skenario hibridisasi pada akhirnya menawarkan sebuah pemahaman yang lebih kompleks, akan

---

<sup>129</sup> Wawancara penulis dengan Pemilik Kochi Seoul, Monica, Kota Malang, 4 Desember 2024

<sup>130</sup> Wawancara penulis dengan Manager Chingoo Korean Food & Space, Indra, Kota Malang, 11 Desember 2024

<sup>131</sup> Hassi and Storti. *Op. Cit.*

tetapi perlu menjadi catatan penting bahwa seperti yang dikatakan Abderrahman Hassi & Giovanna Storti dalam bukunya yang berjudul *Globalization and Culture: The Three H Scenarios*, percampuran budaya yang dimaksud hanya terjadi pada elemen-elemen yang berada pada permukaan budaya salah satunya yaitu kuliner.<sup>132</sup>

Sebagaimana yang terjadi dalam penelitian ini bahwa terdapat bentuk interaksi antarbudaya berupa hibridisasi budaya antara kuliner Korea Selatan dan Indonesia pada restoran dan kafe Korea Selatan di Kota Malang yang menghasilkan *halal Korean food* dan fusi kuliner. Maka dari itu kasus restoran dan kafe yang menyediakan kuliner Korea Selatan di Kota Malang tidak bisa dianggap sebagai heterogenisasi ataupun homogenisasi budaya, tetapi harus dilihat sebagai lokalisasi global atau glocalisasi yang merupakan inti dari skenario hibridisasi yang mengacu pada interpretasi global dan lokal yang menghasilkan perpaduan budaya yang unik di berbagai wilayah geografis.<sup>133</sup>

---

<sup>132</sup> Hassi and Storti, *Loc. Cit.*

<sup>133</sup> Richard Giulianotti and Roland Robertson, "Forms of Glocalization: Globalization and the Migration Strategies of Scottish Football Fans in North America," *Sociology* 41, no. 1 (2007): 133–52. dalam Hassi and Storti, "Globalization and Culture: The Three H Scenarios." ed. Hector Cuadra-Montiel (Rijeka: IntechOpen, 2012), Ch. 1, <https://doi.org/10.5772/45655>.