



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 4 (1) 2025: 42-45

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



Pengaruh Budaya Jepang terhadap Popularitas Ramen di Pamulang: Perspektif Konsumen

Aryasasta Mendila Tandirerung¹, Hawa Kurotaayun², Rachel³, Arif Surahman⁴

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pamulang

* Corresponding author: e-mail: tandirerungaryasasta@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima (September 2024) Disetujui (Oktober 2024) Diterbitkan (November 2024)</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh budaya Jepang terhadap popularitas ramen di Pamulang, dari perspektif konsumen. Ramen, sebagai makanan khas Jepang, telah mengalami lonjakan popularitas di Indonesia, terutama di daerah perkotaan seperti Pamulang. Selain faktor rasa, elemen-elemen budaya Jepang seperti budaya pop (anime, manga) dan desain interior restoran berkontribusi besar dalam membentuk preferensi konsumen terhadap ramen. Dengan menggunakan survei terhadap 200 responden yang mengonsumsi ramen di Pamulang, penelitian ini mengukur bagaimana budaya Jepang, terutama melalui media pop, mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih ramen dibandingkan faktor lain seperti kualitas rasa, harga, dan suasana restoran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen-elemen budaya Jepang, terutama yang diwakili oleh estetika restoran dan representasi di media pop, berperan signifikan dalam menarik perhatian konsumen, terutama generasi muda yang lebih terpapar budaya Jepang. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan elemen budaya Jepang dapat menjadi strategi pemasaran yang efektif bagi restoran ramen di Pamulang. Temuan ini juga mengindikasikan bahwa perpaduan antara budaya dan inovasi kuliner mampu meningkatkan pengalaman konsumen dan menciptakan loyalitas pelanggan.</p>
<p>Keywords: Ramen, Japanese Culture, Pop Culture, Consumers, Pamulang</p>	<p>ABSTRACT</p> <p><i>This study aims to analyze the influence of Japanese culture on the popularity of ramen in Pamulang from the consumer's perspective. Ramen, as a traditional Japanese dish, has seen a surge in popularity in Indonesia, particularly in urban areas like Pamulang. In addition to taste factors, elements of Japanese culture, such as pop culture (anime, manga) and restaurant interior design, significantly contribute to shaping consumer preferences for ramen. By conducting a survey of 200 respondents who consume ramen in Pamulang, this research measures how Japanese culture, especially through pop media, influences consumers' decisions in choosing ramen compared to other factors such as taste quality, price, and restaurant ambiance. The results show that elements of Japanese culture, particularly those represented by restaurant aesthetics and depictions in pop media, play a significant role in attracting consumers, especially among younger generations who are more exposed to Japanese culture. This study concludes that the incorporation of Japanese cultural elements can be an effective</i></p>

marketing strategy for ramen restaurants in Pamulang. The findings also indicate that the combination of culture and culinary innovation can enhance consumer experience and foster customer loyalty.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi, budaya dari berbagai negara semakin mudah menyebar ke seluruh dunia. Salah satu negara yang budaya kulinernya mulai banyak diadopsi adalah Jepang. Ramen, sebagai salah satu ikon kuliner Jepang, telah menjadi sangat populer di banyak negara, termasuk Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir, kita melihat peningkatan jumlah restoran ramen di berbagai daerah, termasuk Pamulang, Tangerang Selatan.

Budaya Jepang, yang mencakup berbagai aspek seperti makanan, seni, mode, dan hiburan, semakin dikenal luas melalui penyebaran media populer seperti anime dan manga. Menurut Yano (2017), budaya pop Jepang seperti anime dan manga sering kali menampilkan aspek kehidupan sehari-hari Jepang, termasuk makanan seperti ramen, yang semakin menarik perhatian publik internasional terhadap hidangan ini. Popularitas ramen di Indonesia, terutama di Pamulang, diduga dipengaruhi oleh eksposur masyarakat terhadap budaya Jepang melalui media pop dan desain restoran bertema Jepang.

Selain cita rasa, konsumen yang terpapar budaya pop Jepang melalui anime dan manga sering kali merasa terhubung dengan budaya Jepang secara emosional, yang mempengaruhi preferensi mereka dalam memilih makanan. Restoran ramen di Pamulang telah memanfaatkan hal ini dengan menciptakan suasana yang menyerupai pengalaman makan di Jepang, menggabungkan elemen-elemen budaya tradisional dan pop Jepang dalam desain interior serta penyajian hidangan.

KAJIAN LITERATUR

Pengaruh Globalisasi terhadap Penyebaran Kuliner Jepang

Globalisasi telah membuka jalan bagi penyebaran budaya Jepang, termasuk kuliner, ke berbagai belahan dunia. Menurut Ohnuki-Tierney (1993), makanan bukan hanya bagian dari kebutuhan biologis, tetapi juga merupakan ekspresi dari identitas budaya. Kuliner Jepang, terutama ramen, telah berkembang dari sekadar makanan menjadi simbol budaya yang menyatukan elemen tradisional dan modernitas. Ramen pertama kali diperkenalkan ke dunia luar oleh Jepang melalui globalisasi budaya, dan popularitasnya di berbagai negara, termasuk Indonesia, tidak terlepas dari daya tarik budaya Jepang itu sendiri (Ashkenazi & Jacob, 2003).

Budaya Pop Jepang dan Pengaruhnya terhadap Preferensi Makanan

Budaya pop Jepang seperti anime, manga, dan film Jepang telah memainkan peran penting dalam mempromosikan kuliner Jepang. Yano (2017) mengamati bahwa anime dan manga sering menampilkan adegan yang memperlihatkan makanan tradisional Jepang seperti ramen. Elemen ini telah menciptakan pengaruh emosional yang kuat pada audiens global, termasuk di Indonesia, yang kemudian mendorong mereka untuk mencoba makanan tersebut.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian Kualitatif dengan Studi Kasus
Metode: Penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus.

Tujuan: Menganalisis strategi promosi kopi Tomoro di Pamulang secara mendalam.

Subjek Penelitian: Pengguna media sosial yang mengikuti akun resmi Tomoro Coffee, serta konsumen lokal di Pamulang.

Instrumen Penelitian

Kuesioner terdiri dari beberapa bagian, termasuk pertanyaan mengenai latar belakang demografis responden, preferensi mereka terhadap ramen, dan pengaruh elemen-elemen budaya Jepang seperti suasana restoran, penyajian makanan, serta keterkaitan mereka dengan budaya pop Jepang.

Teknik Analisis

Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan profil responden dan preferensi mereka, serta regresi linier untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel budaya Jepang dan popularitas ramen di Pamulang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Budaya Jepang terhadap Preferensi Konsumen

Hasil survei menunjukkan bahwa 75% responden menyatakan elemen budaya Jepang, terutama desain interior dan penyajian makanan, berpengaruh dalam keputusan mereka untuk memilih ramen. Selain itu, 60% responden yang mengaku sebagai penggemar anime dan manga menunjukkan kecenderungan lebih besar untuk mengonsumsi ramen secara reguler dibandingkan dengan mereka yang tidak tertarik pada budaya pop Jepang. Pelayanan: Staf yang ramah dan cepat memberikan pengalaman positif bagi pelanggan dapat meningkatkan kualitas atau citra dari sebuah Kopi Tomoro

Peran Rasa dan Harga dalam Preferensi Faktor-faktor Eksternal adalah elemen yang berada diluar Meskipun budaya Jepang memiliki pengaruh yang kuat, faktor rasa tetap menjadi alasan utama konsumen memilih ramen. Sebanyak 85% responden menyatakan bahwa rasa adalah faktor paling penting dalam menentukan pilihan mereka, diikuti oleh harga yang kompetitif.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa budaya Jepang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap popularitas ramen di Pamulang, terutama dari perspektif konsumen. Hasil analisis menunjukkan bahwa elemen-elemen budaya Jepang, seperti budaya pop yang mencakup anime dan manga, serta desain interior restoran yang mencerminkan estetika Jepang, memainkan peran penting dalam menarik minat konsumen, khususnya di kalangan generasi muda yang lebih terpapar pada budaya ini.

Dari survei yang dilakukan terhadap 200 responden, terungkap bahwa preferensi konsumen dalam memilih ramen tidak hanya dipengaruhi oleh rasa dan kualitas makanan, tetapi juga oleh konteks budaya yang menyertainya. Media sosial juga berfungsi sebagai saluran penting dalam mempromosikan ramen dan pengalaman bersantap, menciptakan daya tarik visual yang mendorong konsumen untuk mencoba hidangan ini.

Dengan demikian, penggunaan elemen budaya Jepang dalam pemasaran restoran ramen terbukti menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik dan loyalitas pelanggan. Para pengusaha restoran di Pamulang disarankan untuk terus mengeksplorasi dan mengintegrasikan aspek-aspek budaya Jepang ke dalam pengalaman bersantap mereka. Hal ini tidak hanya akan memperkuat identitas mereka sebagai penyedia ramen, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan kuliner yang lebih inovatif dan menarik di masa depan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa perpaduan antara budaya dan inovasi kuliner dapat memperkaya pengalaman konsumen, menciptakan hubungan emosional yang

lebih kuat dengan merek, serta memfasilitasi pertumbuhan yang berkelanjutan dalam industri makanan, khususnya ramen di Pamulang.

REFERENSI

Ashkenazi, M., & Jacob, J. (2003). Food Culture in Japan. Greenwood Press.

Ohnuki-Tierney, E. (1993). Rice as Self: Japanese Identities through Time. Princeton University Press.

Yano, C. R. (2017). Pink Globalization: Hello Kitty's Trek across the Pacific. Duke University Press.

Ito, H. (2018). "Anime and Japanese Cuisine: Cultural Representations in Popular Media." Cultural Studies Journal, 38(3), 77-92.

Nakamura, T. (2016). Consumer Preferences for Japanese Restaurants in Southeast Asia. Asian Food Journal, 22(1), 34-45..