

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jepang atau *Nippon* termasuk salah satu negara maju di belahan dunia. Kemajuan dari negara Jepang dapat dilihat dari teknologi yang dimilikinya, dimana dulu Jepang sebagai negara agraris berubah menjadi negara penghasil alat-alat industri, seperti mesin-mesin mobil dan alat elektronik. Negara Jepang juga identik dengan budaya disiplin. Terlepas dari itu, Jepang juga memiliki beberapa ragam jenis kebudayaan lain. Makanan salah satu jenis budaya yang dapat direpresentasikan sebagai salah satu jenis kebudayaan Jepang yang sampai saat ini masih menjadi ciri dari kebudayaan negara itu sendiri.

Makanan Jepang dapat dipandang sebagai alat diplomasi negara di kancah internasional. Makanan Jepang merupakan salah satu jenis kebudayaan yang berhasil masuk ke negara Indonesia. Masyarakat Indonesia sendiri menerima salah satu kebudayaan dari negara Jepang tersebut. Kepopuleran makanan Jepang di Indonesia sangat banyak diminati oleh masyarakat. Di Indonesia, jumlah restoran Jepang sudah meningkat 36% sejak tahun 1993. Indonesia terpilih menjadi lokasi yang memiliki prospek besar disamping negara Cina, Hongkong, Taiwan dan Singapura. Di kawasan Asia Tenggara, Indonesia merupakan pasar terbesar kedua dalam kepopuleran makanan Jepang (en.antaraneews.com dalam Suhardini, 2020). Mie merupakan salah satu jenis makanan Jepang yang populer di kalangan masyarakat Indonesia, mulai dari kalangan muda sampai kalangan dewasa. Adapun jenis masakan Jepang tersebut yaitu *ramen* dan *udon* (kompas.com/makanan-jepang=all)

Ramen dan *udon* adalah mie kuah Jepang yang sebenarnya berasal dari China. Keduanya memiliki persamaan yang menggunakan bahan dasar tepung terigu. Ciri khas dari *ramen* adalah bentuk mie yang tipis dan berwarna kuning. Sekilas memang mirip dengan mie instan yang ada di Indonesia. Sedangkan *udon* memiliki bentuk ukuran mie yang tebal, lurus dan berwarna putih. *Ramen* memiliki diameter yang lebih kecil daripada *udon*.

Ada 2 jenis varian dari masing-masing mie tersebut yaitu goreng dan kuah. *Ramen* dan *udon* yang ada di Indonesia dihadirkan tidak berbeda jauh dengan yang ada di Jepang, hanya saja sudah melewati beberapa proses modifikasi yang telah disesuaikan dengan lidah orang Indonesia, baik itu dari kuah maupun dari *topping* atau tambahan variasi yang disajikan dalam kedua mie tersebut sesuai dengan selera konsumen. Kepopuleran restoran Ramen-Ya ditandai dengan berdirinya 31 cabang di kota – kota besar seperti Jakarta, Bekasi, Bandung, Surabaya, Cibinong, Depok, Banten, Jogja, Bogor. Restoran Ramen-Ya memiliki menu utama yaitu *ramen* yang dihargai mulai dari Rp 28.000 hingga Rp 47.000. Hasil wawancara penulis dengan Ibu Irna Andriani selaku *Leader Staff* FOH Ramen-Ya, varian yang paling banyak diminati oleh konsumen adalah *Beef Ramen (Spicy)*, *Chicken Hot Ramen*, *Ebi Tempura Ramen* (Kuah Miso, Kari dan Kaldu ayam).

Sedangkan kepopuleran restoran Marugame Udon ditandai dengan berdirinya 89 cabang di kota – kota besar seperti Jakarta, Bogor, Tangerang, Bekasi, Bandung, Karawang, Depok, Jogja, Medan, Surabaya, Bali, Makasar, Manado, Pekanbaru, Semarang, Balikpapan, Pontianak, Surakarta, Malang, Batam, Palembang, Banjarmasin, Cirebon, Solo. Restoran Marugame Udon memiliki menu utama yaitu *udon* yang dihargai mulai dari Rp 49.000 hingga Rp 92.000. Hasil wawancara penulis dengan Bapak Ahmad Mursidi selaku *Supervisor* Marugame Udon, varian yang paling banyak diminati oleh konsumen adalah *Niku Udon* karena sesuai dengan lidah orang Indonesia.

Sebagaimana data yang terkait dengan harga menu pada restoran Ramen-Ya dan restoran Marugame Udon, masyarakat dapat menjadikan bahan referensi informasi mengenai harga *ramen* dan *udon* dari kedua restoran ini. Informasi tentang makanan Jepang khususnya *ramen* dan *udon* ini bisa didapatkan dari dua sumber, yaitu sumber formal dan sumber informal. Sumber formal bisa didapatkan melalui kalangan muda-mudi yang bersekolah atau mempelajari bahasa Jepang. Sedangkan sumber informal bisa didapatkan melalui media massa dan media elektronik.

Berdasarkan uraian di atas, penulis ingin mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa Prodi Bahasa dan Kebudayaan Jepang Unsada Angkatan 2018 terhadap

restoran Ramen-Ya dan Marugame Udon dan juga ingin mengetahui manakah yang menjadi pilihan favorit antara *ramen* atau *udon*. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang persepsi terhadap *ramen* dan *udon* sebagai makanan khas Jepang yang populer di masyarakat Indonesia dengan judul: Persepsi Mahasiswa Terhadap Restoran Ramen-Ya Dan Marugame Udon Sebagai Salah Satu Restoran *Ramen* Dan *Udon*.

12 Penelitian Yang Relevan

Berikut ini dijabarkan secara hasil-hasil penelitian yang berkaitan dengan tema yang diangkat oleh penulis, yaitu:

Penelitian pertama ditulis oleh Hidayat (2020) melakukan penelitian mengenai “Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Secara Online Saat Pandemi Covid-19 (Kasus Fitur Go-Food)”. Penelitian ini membahas tentang persepsi konsumen terhadap pembelian makanan secara online saat pandemi covid-19 merupakan proses evaluasi berbagai alternatif dan memilih salah satu alternatif untuk melakukan pembelian makanan dengan menggunakan media internet seperti fitur go-food. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap pembelian makanan secara online pada saat pandemi covid-19 (kasus fitur go-food). Rangkuman dari penelitian ini adalah berdasarkan uji parsial diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan pemesanan, kemudahan penggunaan aplikasi, harga pemesanan, sikap pengguna konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumen pada pembelian makanan secara online saat pandemi covid-19 (kasus fitur go-food).

Penelitian kedua ditulis oleh Hanilia (2014) melakukan penelitian mengenai “*Udon* Sebagai *Soul Food* Jepang Yang Tercermin Dalam Film *Udon* Karya Sutradara Katsuyuki Motohiro”. Penelitian ini membahas tentang film *udon* karya sutradara Katsuyuki yang menunjukkan *udon* sebagai *soul food* Jepang serta kaitannya dengan kajian *food and literary studies*, yakni bagaimana masyarakat Jepang membangun identitas budayanya melalui *udon* dan seperti apa reaksi masyarakat Jepang terhadap *udon* yang tercermin dalam film tersebut dengan

menggunakan kajian *food and literary studies*, konsep *soul food* dan *mise-en-scene*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan *udon* sebagai *soul food* Jepang seperti yang tercermin dalam film *udon* karya sutradara Katsuyuki Motohiro. Rangkuman dari penelitian ini adalah *udon* merupakan makanan yang sangat populer di Jepang. Selain itu, *udon* juga merupakan makanan yang tidak bisa dilewatkan dalam pola makan sehari-hari masyarakat Jepang. *Udon* menjadi menu pilihan untuk makan siang masyarakat Jepang karena pelayanannya yang cepat dan harganya yang murah, sehingga tidak mengherankan jika terjadi antrian pengunjung di depan toko *udon*. Kemudian, masyarakat Jepang tidak hanya mengkonsumsi *udon* sebagaimana fungsinya sebagai makanan, melainkan juga difungsikan ke dalam berbagai segi kehidupan mereka, seperti dalam segi agama, sosial dan budaya.

Penelitian yang ketiga, ditulis oleh Suhardini (2020) melakukan penelitian mengenai “Faktor Latar Belakang Dan Kecenderungan Kaum Muda Surabaya Dalam Memilih Makanan Jepang: Studi Pada Restoran Marugame Udon Dan Yoshinoya”. Penelitian ini membahas tentang faktor pemilihan makanan Jepang di kalangan kaum muda Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kecenderungan kaum muda Surabaya dalam memilih makanan Jepang di antara restoran Yoshinoya dan Marugame Udon. Rangkuman yang didapat dari penelitian ini adalah beberapa restoran Jepang didirikan guna untuk memperluas dan meningkatkan minat kalangan muda dalam menyantap makanan Jepang.

Penelitian yang keempat, ditulis oleh Diandra (2021) melakukan penelitian mengenai “Makna Budaya Menyantap *Ramen* Pada Masyarakat Jepang”. Penelitian ini membahas tentang para peminat budaya Jepang dapat mengetahui tata cara beserta maknanya dalam mengkonsumsi *ramen* pada masyarakat Jepang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tata cara mengkonsumsi *ramen* pada masyarakat Jepang. Rangkuman yang didapat dari penelitian ini adalah masyarakat Jepang memiliki kebiasaan unik yang berkaitan dengan makanan, dan masyarakat Jepang tidak menyeruput mie ramen tanpa adanya alasan, namun masyarakat Jepang memiliki makna yang terkandung pada hal tersebut.

Berdasarkan keempat penelitian yang relevan tersebut, penulis menyimpulkan bahwa ada persamaan dan perbedaan. Persamaan penelitian penulis dengan ketiga penelitian diatas yaitu sama-sama membahas *ramen* dan *udon*. Perbedaan penelitian penulis dengan ketiga penelitian diatas yaitu tujuan penelitian, objek penelitian dan dari segi tahun penelitian.

13 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang ada, yaitu:

1. Belum adanya penelitian mengenai *ramen* di restoran Ramen-Ya dan *udon* di restoran Marugame Udon.
2. Perbedaan menu favorit atau *best seller* menurut persepsi narasumber (*Leader* dan *Supervisor* restoran) dan mahasiswa Prodi Bahasa dan Kebudayaan Jepang Angkatan 2018.

14 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, penulis menentukan batasan masalah yang akan diteliti adalah persepsi mahasiswa Prodi Bahasa dan Kebudayaan Jepang mengenai restoran Ramen-Ya dan Marugame Udon.

15 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi mahasiswa Prodi Bahasa dan Kebudayaan Jepang mengenai *ramen* di restoran Ramen-Ya dan *udon* di restoran Marugame Udon?
2. Apa yang menjadi menu favorit mahasiswa Prodi Bahasa dan Kebudayaan Jepang di restoran Ramen-Ya dan di restoran Marugame Udon?

16 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui dan menganalisa persepsi mahasiswa Prodi Bahasa dan Kebudayaan Jepang mengenai *ramen* di restoran Ramen-Ya dan *udon* di restoran Marugame Udon.
2. Mengetahui dan menganalisa yang menjadi favorit mahasiswa Prodi Bahasa dan Kebudayaan Jepang di restoran Ramen-Ya dan di restoran Marugame Udon.

1.7 Landasan Teori

1.7.1 Budaya

Menurut Barker dalam Deru (2014:4) budaya secara umum dapat diartikan sebagai suatu nilai, rasa, dan kebiasaan dalam suatu daerah atau sekelompok masyarakat yang sudah disepakati sebagai aturan dan norma yang memberikan ciri khusus dari daerah tersebut. Sedangkan menurut Koentjaraningrat dalam Widiastuti (1990:181) kebudayaan adalah daya dari budi berupa cipta, karsa dan rasa. Budi diartikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan akal manusia yang merupakan pancaran dari budi dan daya terhadap seluruh apa yang dipikir, dirasa dan direnung kemudian diamalkan dalam bentuk suatu kekuatan yang menghasilkan kehidupan.

Berdasarkan kutipan diatas, penulis menyimpulkan bahwa budaya adalah sekumpulan hal-hal yang diciptakan oleh masyarakat terdahulu yang dipercaya memiliki nilai-nilai positif dan diterapkan oleh masyarakat sekarang secara turun temurun.

1.7.2 Budaya Populer

Menurut Barker dalam Saputra (2005:63) budaya populer adalah budaya yang diproduksi secara komersial dan tampaknya tidak ada alasan untuk mengatakan hal ini akan berubah untuk masa-masa yang akan datang. Budaya populer dipandang sebagai makna-makna dan praktik-praktik hasil produksi khalayak populer pada momen konsumsi, dan kajian atas budaya populer menjadi terpusat pada bagaimana ia digunakan. Sedangkan menurut Laelasari dan Nurlailah dalam Saputra (2006:203) istilah budaya populer dari beberapa

orang mendefinisikannya dengan memilah kedua katanya. Jika merujuk pada katanya, “populer” sendiri “berarti dikenal dan disukai orang banyak (umum); disukai dan dikagumi orang banyak”.

Berdasarkan kutipan diatas, penulis menyimpulkan bahwa budaya populer adalah sekumpulan hal-hal yang dibentuk oleh masyarakat dari perkembangan budaya, hal-hal tersebut dikembangkan kemudian berkembang hingga sampai saat ini.

1.7.3 Persepsi

Menurut Rakhmat dalam Jayanti (2007:51) persepsi adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Sedangkan menurut Suharman dalam Jayanti (2006:23) persepsi merupakan suatu proses menginterpretasikan atau menafsir informasi yang diperoleh melalui sistem alat indera manusia.

Berdasarkan kutipan diatas, penulis menyimpulkan bahwa persepsi adalah cara berfikir seseorang terhadap suatu yang dilihat, diketahui dan diamati.

1.7.4 Kuliner

Menurut Meigs dalam Utami (1997:95-106) menunjukkan bahwa kuliner adalah hasil konstruksi budaya yang mengeksplorasi bagaimana makanan dan makan dipahami sebagai alat yang menyatukan beragam organisme, baik fisiologis dan mistis, dalam kehidupan tunggal. Sedangkan menurut Woodward dalam Utami (1999:31) kuliner merupakan elemen budaya dari suatu bangsa yang sangat mudah dikenali sebagai identitas suatu masyarakat. Kuliner merupakan salah satu unsur dari budaya dan menunjukkan adanya hubungan sosial. Apa yang kita makan, dengan siapa kita makan, dan bagaimana penyajian makanan menunjukkan peranan yang penting dalam memaknai relasi sosial. Makan adalah bentuk dasar dari semua transaksi dengan pihak lain dan setiap pertukaran objek.

Berdasarkan kutipan diatas, penulis menyimpulkan bahwa kuliner adalah budaya makanan yang dilakukan oleh setiap orang untuk menyantap berbagai

macam makanan, mulai dari makanan tradisional hingga makanan modern atau makanan yang sedang trending di masyarakat.

1.8 Metode Penelitian

Menurut Djaali dalam Aulia (2020:1) penelitian diartikan sebagai rangkaian kegiatan yang terencana dan sistematis, serta dilakukan dengan cara-cara tertentu dalam mengkaji, mempelajari, atau menyelidiki suatu permasalahan untuk memperoleh jawaban atau penyelesaian, untuk memperoleh pengetahuan teoritik yang dapat memperkaya ilmu pengetahuan, atau dapat pula digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.

Menurut Strauss dan Corbin dalam Nugrahani (2007:1) penelitian kualitatif atau *qualitative research* merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantitatif lainnya.

Sedangkan menurut Ramdhan (2001:7) penelitian deskriptif adalah penelitian dengan metode untuk menggambarkan suatu hasil penelitian. Sesuai dengan namanya, jenis penelitian deskriptif memiliki tujuan untuk memberikan deskripsi, penjelasan, juga validasi mengenai fenomena yang tengah diteliti. Dalam menggunakan jenis penelitian deskriptif, masalah yang dirumuskan harus layak untuk diangkat, mengandung nilai alamiah dan tidak bersifat terlalu luas. Tujuannya pun tidak boleh terlalu luas dan menggunakan data yang bersifat fakta dan bukan opini.

Metode pengumpulan data melalui survei dengan menyebarkan kuisisioner kepada mahasiswa dan wawancara. Penulis melakukan survei dan wawancara dilakukan pada tanggal 3 Juni 2022 dengan perwakilan pihak (*Leader*) restoran Ramen-Ya dan (*Supervisor*) Marugame Udon di Cibubur sedangkan kuisisioner disebarkan kepada mahasiswa Universitas Darma Persada Prodi Bahasa dan Kebudayaan Jepang Angkatan 2018 sebanyak 110 orang yang dilakukan pada tanggal 12 Juli 2022 – 15 Juli 2022.

1.9 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Berikut manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, yaitu:

1.9.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis pada penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya, khususnya mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa terhadap *ramen* dan *udon* karena dalam penelitian ini akan menjelaskan persepsi mahasiswa terhadap restoran Ramen-Ya dan Marugame Udon sebagai salah satu restoran *ramen* dan *udon*.

1.9.2 Manfaat Praktis

Bagi pembaca diharapkan penelitian ini dapat mengetahui informasi tentang peminatan makanan khas Jepang khususnya *ramen* dan *udon* dan bagi penulis penelitian dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya, jika dirasa proses penelitian ini kurang efektif dapat melakukan perbaikan dan penyempurnaan pada penelitian selanjutnya.

1.10 Sistematika Penyusunan Skripsi

Bab I berisi tentang latar belakang masalah, penelitian yang relevan, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, dan sistematika penyusunan skripsi.

Bab II menjelaskan tentang sejarah ramen dan udon di Jepang, macam-macam *ramen* dan *udon*, cara menyantap *ramen* dan *udon* berdasarkan budaya masyarakat Jepang.

Bab III berisi tentang persepsi mahasiswa terhadap Ramen-Ya dan Marugame Udon sebagai salah satu restoran *ramen* dan *udon*.

Bab IV berisi hasil simpulan dari seluruh bab.