

**STRATEGI *SAMYANG FOODS* DALAM MENEMBUS PASAR MIE
INSTAN INDONESIA TAHUN 2013-2017**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana
Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



OLEH:

**RIMA MELATI
NPM.19044010028**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
SURABAYA**

2023

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Judul Skripsi

**STRATEGI *SAMYANG FOODS* DALAM MENMBUS PASAR MIE INSTAN
INDONESIA TAHUN 2013-2017**

Bagian dan/atau keseluruhan Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan/atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan/ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan dengan format kutipan dalam isi skripsi.

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Surabaya, 10 Juli 2023

Penulis



Rima Melati

LEMBAR PERSETUJUAN
STRATEGI SAMYANG FOODS DALAM MENEMBUS PASAR MIE INSTAN
INDONESIA TAHUN 2013-2017

Disusun Oleh:



Rima Melati

NPM.19044010028

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dr. Ario Bimo Utomo, S.IP, M.IR.

NPT.17119930803037

Mengetahui,

DEKAN FISIP



Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN
STRATEGI SAMYANG FOODS DALAM MENEMBUS PASAR MIE INSTAN
INDONESIA TAHUN 2013-2017

Disusun Oleh:


Rima Melati
NPM.19044010028

Telah diuji kebenaran oleh Tim Penguji pada 3 Juli 2023


Dosen Pembimbing

Tim Penguji
1. Ketua



Dr. Ario Bimo Utomo, S.IP., MIR.,
NPT. 17119930803037


Megahnanda Alldyan Kresnawati, S.IP., M.IP
NIP. 1986110620212120003

2. Sekretaris


Resa Rasyidah, S.Hub.Int., M.Hub.Int.
NIP. 1986103120212120001

3. Anggota


Dr. Ario Bimo Utomo, S.IP., MIR.,
NPT. 17119930803037

Mengetahui,
DEKAN FISIP


Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.
NIP. 196804182021211006

HALAMAN MOTTO

“Mari berdamai dengan hal-hal yang memang tidak bisa diubah lagi, mari mengikhhlaskan hal-hal yang sudah terjadi, dan mari bertemu dengan hal-hal bahagia yang sudah menanti.”

- Unknown

“Maka nikmat Tuhan yang manakah yang kau dustakan?”

– QS. Ar-Rahman:13

“Don’t Compare your life to others. There’s no comparism between sun and moon, they shine when it’s their time”

- Jonathan

“Apapun yang akan menjadi takdirmu, akan mencari jalannya sendiri untuk menemukanmu”

- Ali Bin Abi Thalib

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah S.W.T yang telah memberikan berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik dan sesuai dengan yang diharapkan. Proposal skripsi dengan judul **“Strategi *Samyang Foods* Dalam Menembus Pasar Mie Instan di Indonesia Tahun 2012-2017”** berikut merupakan satu langkah penting untuk melengkapi persyaratan dasar dalam meraih gelar pendidikan Strata-1 (S1) dalam program studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis sadar bahwa penulisan proposal skripsi ini tidak lepas dari adanya peran dosen pembimbing. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada Dr. Ario Bimo Utomo, S.IP., MIR., C.M.C, karena telah memberikan bimbingan, bantuan, dan saran terhadap penulisan proposal skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT.,IPU selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Catur Suratnoaji, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Ario Bimo Utomo, S.IP., MIR., C.M.C selaku dosen pembimbing penulis dan Koorprodi Hubungan Internasional UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Megahnanda Alidyan Kresnawati, S.IP.,M.IP, dan Resa Rasyidah, S.Hub.Int.,M.Hub.Int. selaku dosen penguji penulis.
5. Seluruh Dosen dan staff Jurusan Hubungan Internasional Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur;
6. Orangtua, abang, serta adik penulis yang sudah memberikan semangat dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini;
7. Untuk Salsabila Abadi Putri, Ratna Indasari, Sherina Agatha yang menemani penulis selama ini, terima kasih, tanpa kalian penulis tidak akan ada di tahap ini. Terima kasih sudah menjaga penulis seperti keluarga sendiri;
8. Untuk Iftitah Arini dan Anugerah Perdana, dan Dwi Setyaningtyas terima kasih sudah ada selama proses pembuatan skripsi ini;
9. Untuk Kevin, Geri, Brian, Rani, dan Nawra terima kasih selalu membantu penulis tanpa pamrih selama penulisan skripsi ini;
10. Untuk Mas Fikri Al-Mutamam, terima kasih atas doa dan dukungannya;
11. Seluruh teman seperjuangan Hubungan Internasional Angkatan 2019;

12. Terakhir, ucapan terima kasih sebesar besarnya kepada Rima Melati. *You did it well, love.*

Akhir kata penulis mohon maaf sebesar besarnya karena tulisan ini jauh dari kata sempurna. Penulis berharap tulisan ini dapat bermanfaat bagi setiap orang. Penulis akan sangat berterima kasih apabila ada kritik dan saran yang diberikan sebagai pembelajaran lebih baik kedepannya.

Surabaya, 11 Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR BAGAN.....	ix
ABSTRAK.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.3.1. Secara Umum	6
1.3.2. Secara Khusus	7
1.4. Kerangka Pemikiran	7
1.4.1.1. Landasan Teori.....	7
1.5. Sintesa Pemikiran	14
1.6. Argumen Utama.....	15
1.7. Metode Penelitian	16
1.7.1. Tipe Penelitian	16
1.7.2. Jangkauan Penelitian	17
1.7.3. Teknik Pengumpulan Data.....	17
1.7.4. Teknik Analisis Data	18
1.7.5. Sistematika Penulisan.....	18
BAB II	20
SAMYANG FOODS DAN BULDAK BOKKEUMYEON	20

2.1. Profil Samyang Foods.....	20
2.2. Buldak Bokkeumnyeon.....	24
BAB III.....	30
STRATEGI SAMYANG FOODS DALAM MENEMBUS PASAR MIE INSTAN DI INDONESIA	30
3.1. Strategi Multidomestik.....	30
3.2 Marketing Mix 4P.....	39
3.2.1. Strategi Penentuan Pasar (Place)	39
3.2.2. Strategi Penyesuaian Produk	41
3.2.3. Strategi penyesuaian Harga	43
3.2.4. Strategi promosi.....	45
BAB IV	51
PENUTUP	51
4.1. Kesimpulan.....	51
4.2. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	xiii

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Konsumen Mie Instan Secara Global (Miliar)	2
Gambar 2.1 Logo Samyang Foods	20
Gambar 2.2 Samyang Ramen Produk Pertama Samyang Foods.....	21
Gambar 2.5 Website Samyang Foods	24
Gambar 2.3 Kemasan Buldak Bokkeumyeon	25
Gambar 2.4 Profil Hochi	27
Gambar 3.1 Kemasan Buldak Bokkeumyeon di Indonesia	31
Gambar 3.2 Surat Klarifikasi Samyang Foods.....	33
Gambar 3.3 Sertifikat Halal Dari Korea Muslim Federation (KMF)	34
Gambar 3.4 Sertifikat Halal Untuk Produk Samyang Foods dari MUI.....	36
Gambar 3.5 Kemasan Mie Samyang Green	37
Gambar 3.6 Akun e-commerce Samyang Foods	38
Gambar 3.7 Pendapatan Penjualan Samyang Foods tahun 2015-2019	47
Gambar 3.7 Akun Instagram Samyang foods Indonesia.....	49

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. 1 Sintesa Pemikiran.....	15
-----------------------------------	----

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi yang digunakan oleh *Samyang Foods* dalam menembus pasar mie instan di Indonesia pada tahun 2013-2017. *Samyang Foods* adalah salah satu perusahaan mie instan yang terkenal di Korea Selatan karena menciptakan ramen instan pertama kali pada tahun 1960 dan produk unggulan mereka yaitu *Buldak Bokkeumyeon*. *Samyang Foods* memasarkan produknya ke Indonesia melalui PT. Korinus sebagai importir yang membantu memasarkan produknya di Indonesia. *Samyang Foods* berhasil mendapat responsivitas masyarakat Indonesia melalui lokalisasi berdasarkan strategi multidomestic. Strategi pemasaran dilakukan melalui strategi *Marketing Mix 4P* yang meliputi penentuan produk (*product*), penyesuaian tempat (*place*), penentuan harga (*price*), dan strategi promosi (*promotion*). Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode penelitian deskriptif. Kemudian data yang dikumpulkan penelitian ini melalui data sekunder studi literatur dan artikel berita untuk mendapatkan informasi dalam menjawab rumusan masalah penelitian. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi *Samyang Foods* dalam menembus pasar mie instan di Indonesia pada tahun 2013-2017.

Kata kunci: *Samyang Foods*, *Buldak Bokkeumyeon*, Strategi Multidomestik, *Marketing Mix 4P*.

ABSTRACT

This study aims to explain the strategies used by Samyang Foods in penetrating the instant noodle market in Indonesia in 2013-2017. Samyang Foods is one of the famous instant noodle companies in South Korea for creating the first instant ramen in 1960 and their flagship product, Buldak Bokkeumyeon. Samyang Foods markets its products to Indonesia through PT Korinus as an importer who helps market its products in Indonesia. Samyang Foods managed to get the responsiveness of Indonesian people through localization based on multidomestic strategy. The marketing strategy is carried out through the 4P Marketing Mix strategy which includes product determination (product), place adjustment (place), price determination (price), and promotion strategy (promotion). The research method used by the author is descriptive research method. Then the data collected in this study through secondary data literature studies and news articles to obtain information in answering the formulation of research problems. The analysis technique used in this research is qualitative. The formulation of the problem in this study is how Samyang Foods' strategy in penetrating the instant noodle market in Indonesia in 2013-2017.

Keywords: *Samyang Foods, Buldak Bokkeumyeon, Multidomestic Strategy, Marketing Mix 4P.*