

## ABSTRAK

Perkembangan internet yang semakin pesat seiring berjalannya waktu dapat dimanfaatkan oleh banyak pihak dalam berbagai bidang salah satunya adalah bisnis *online* atau yang lebih dikenal sebagai *e-commerce*. Beberapa tahun ini banyak negara yang mengalami “demam Korea” atau yang disebut dalam bahasa internasionalnya sebagai “*Korean Wave*” di mana produk budaya populer dari Korea Selatan menjadi budaya pop dunia. Berbagai produk tersebut yaitu musik pop (K-pop), drama serial TV (K-drama), bahasa, kecantikan, komik, mainan, makanan, dan berbagai produk fashion. Sebagai produk budaya pop, sasaran dari bisnis tersebut ialah para remaja, sebagai kelompok umur yang mudah menerima budaya atau gaya hidup baru dan terlebih yang bersifat global. Hal ini dapat dilihat dari jumlah akses video terkait dengan K-Pop di *Youtube* yang mencapai 793.57 juta di seluruh dunia. Populernya budaya Korea ini dapat dimanfaatkan oleh para *e-commerce* untuk meningkatkan penjualan produk Korea secara *online*.

Pada penelitian ini menggunakan dua metode yaitu eksplorasi situs *e-commerce* dan *survey* perilaku pembeli produk Korea secara *online*. Untuk eksplorasi situs *e-commerce* yaitu menetapkan sampel situs *e-commerce* terlebih dahulu. Kemudian mengeksplorasi isi yang ada di situs *e-commerce* yang menjual produk budaya kreatif Korea di Indonesia. Setelah selesai mengeksplorasi data yang ada di situs *e-commerce* dilakukan pengolahan dan analisis situs *e-commerce* menggunakan grafik dan regresi linier. Setelah itu didapatkan hasil bahwa nilai situs/harga jual situs menentukan tingkat populer suatu situs. Hasil menyatakan bahwa nilai/ harga jual situs dipengaruhi oleh jumlah pengunjung. Untuk meningkatkan jumlah pengunjung ada beberapa hal yang dilakukan yaitu dapat menggunakan teknik SEO, membuat layanan gratis seperti *software* gratis atau *ebook* gratis, membuat komunitas, dan memberikan fitur pendukung tambahan.

Untuk *survey* pembeli produk Korea secara *online* dengan cara menetapkan jumlah sampel kuisioner dan wawancara yang akan disebar. Setelah itu membuat dan merancang pertanyaan kuisioner dan wawancara. Setelah data terkumpul data dilakukan pengolahan dan analisis menggunakan grafik dan *crosstabs*. Setelah didapatkan hasil yang mempengaruhi proses pembelian *e-commerce*. Hasil-hasil yang didapatkan menyatakan bahwa para responden menyukai produk-produk Korea karena kualitas misalnya drama Korea yang mengandung faktor-faktor budaya seperti kekeluargaan, penghormatan terhadap yang lebih tua, dan ketaatan terhadap tradisi. Kedua rata-rata responden menyukai produk pakaian, kosmetik, makanan, dan DVD drama Korea. ketiga rata-rata responden sering berkunjung ke situs langganannya karena banyaknya pilihan produk, banyaknya diskon atau promo, dan harganya yang murah. Keempat responden sebelum membeli produk mencari informasi terlebih dahulu. Kelima produk-produk Korea lebih diminati kaum wanita daripada pria.

Kata kunci: *e-commerce* dan Korea