

*Atief Arezal Fatah, Kurniawati – Spirit 'Konfusianisme' Korea Selatan dalam Dominasi Ekonomi di Asia Timur:
Studi tentang Samsung Group*

**Spirit Konfusianisme Korea Selatan dalam Dominasi Ekonomi di Asia Timur:
Studi Tentang Samsung Group**

Atief Arezal Fatah

Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia
email: aarezalfatah@gmail.com

Kurniawati

Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia
email: kurniawati@unj.ac.id

Article history:

Submitted December 16, 2024

Revised May 27, 2025

Accepted November 16, 2025

Published December 17, 2025

ABSTRACT

This research aims to reveal the factors of South Korea's success in strengthening economic dominance in the East Asia or regional region, through the landscape of the Samsung Group Multinational Company and the importance of Confucianism that forms the historical & cultural background of South Korean society. The method used is Descriptive Narrative in a historical approach. The findings indicate a strong relationship between South Korea's economic resurgence, the strategic role of large conglomerates (*chaebol*) such as the Samsung Group, and the internalization of Confucian values as a cultural belief system embedded in various aspects of social and economic life. The study concludes that Confucian teachings, particularly those related to discipline, hierarchy, loyalty, and work ethic have significantly contributed to societal participation and corporate growth in South Korea, as reflected in the rapid development and global expansion of major corporations, including the Samsung Group.

Keywords: *East Asian; chaebol; confusianism; Samsung group; spirit*

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk mengungkap faktor keberhasilan Korea Selatan dalam menguatkan dominasi ekonomi di kawasan Asia Timur atau regional, melalui lanskap perusahaan multinasional *Samsung Group* beserta peranan ajaran Konfusianisme yang membentuk latar historis & kultural masyarakat Korea Selatan. Metode yang digunakan adalah deskriptif naratif dalam pendekatan historis. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara kebangkitan ekonomi Korea Selatan, peran strategis konglomerasi besar (*chaebol*) seperti *Samsung Group*, dan internalisasi nilai-nilai Konfusianisme sebagai sistem kepercayaan kultural yang tertanam dalam berbagai aspek kehidupan sosial dan ekonomi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa ajaran Konfusianisme, khususnya yang berkaitan dengan disiplin, hierarki, loyalitas, dan etos kerja, telah

Atief ef Arezal Fatah, Kurniawati – Spirit 'Konfusianisme' Korea Selatan dalam Dominasi Ekonomi di Asia Timur: Studi tentang Samsung Group

berkontribusi secara signifikan terhadap partisipasi masyarakat dan pertumbuhan korporasi di Korea Selatan, sebagaimana tercermin dalam pesatnya perkembangan dan ekspansi global perusahaan-perusahaan besar, termasuk *Samsung Group*.

Kata kunci: Asian Timur; *chaebol*; konfusianisme; Samsung group

PENDAHULUAN

Pengkajian terhadap perkembangan Asia Timur secara tidak langsung berhubungan erat dengan tiga wilayah atau negara besar yang populer dalam perkembangan historis peradaban global, sosial, dan kultural, yaitu: Tiongkok, Jepang, dan Korea. *Big three* tersebut memainkan peranan penting dalam perkembangan global, khususnya di awal abad modern (abad 15 – 20 M) dalam percaturan pengaruh politik, perdagangan, *pop culture*, teknologi, dan persaingan ekonomi di pasar internasional, khususnya di kawasan Asia Tenggara & sekitarnya (Rahma, 2023). Pemahaman dan pengkajian suatu struktur sosial dalam dimensi individu atau masyarakat dapat dilakukan melalui kebudayaan. Kebudayaan sebagai contohnya adalah “kesenian” atau “ekspresi visual” yang terwujud dalam tradisi yang “kental” dan melekat. Tradisi itu dapat berbentuk adat, etika, nilai, moralitas, norma, bahasa ataupun kepercayaan yang muncul dalam kehidupan sehari - hari.

Pemahaman terhadap suatu kebudayaan adalah pemaknaan terhadap identitas suatu kelompok masyarakat. Hal itu menjadi penting bila ingin mengetahui ide atau nilai yang tertanam dalam suatu kebudayaan tersebut. Koentjoroningrat menyatakan bahwa kebudayaan adalah sistem mengenai gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia dalam kehidupan bermasyarakat (Syakhrani, 2022). Singkatnya, realitas dan interaksi sosial yang terbentuk dalam *korporeal* adalah hasil dari kebudayaan manusia itu sendiri.

Di akhir dekade abad 20, ada empat negara di benua Asia yang mengalami lonjakan pertumbuhan ekonomi yang signifikan pada rentang tahun 1960 sampai dengan 1990, yaitu Hong Kong, Singapura, Taiwan, dan Korea Selatan. Mereka kemudian menyandang gelar “Macan Asia Timur”

karena berhasil melakukan transformasi dan reformasi dalam sektor ekonomi, industri, pendidikan, dan perdagangan secara drastis di kawasan Asia Timur. Hal yang mengejutkan adalah Korea Selatan. Sebab, Korea Selatan baru saja melepaskan status sebagai negara yang diduduki oleh dua negara besar (Tiongkok dan Jepang) pasca Perang Dunia II. Korea Selatan pernah terlibat konflik peperangan selama tiga tahun dengan Korea Utara (Perang Korea 1950 – 1953). Korea Selatan berhasil keluar dari lipatan krisis ekonomi, sosial, politik, dan keamanan.

Selanjutnya, Korea selatan berkembang pesat menjadi negara merdeka, maju, dan unggul di kawasan Asia Timur. Kerja keras dan mentalitas masyarakat Korea Selatan tersebut menjadi suatu kajian menarik mengingat pertumbuhan ekonomi negara - negara di Asia cenderung moderat atau bahkan stagnan. Hal itu berbanding terbalik dengan Korea Selatan yang dalam rentang waktu tiga puluh tahun berhasil menjadi negara adidaya di kawasan Asia. Pengaruh kebudayaan tentu saja memainkan peranan penting di dalam dinamika sosial masyarakat Korea Selatan. Pengaruh itu sebagai contohnya adalah nilai atau moral yang tertanam dalam semangat kebudayaan masyarakat Korea Selatan, seperti keinginan untuk bersaing secara kompetitif di tingkat regional ataupun internasional.

Artikel ini memberikan perspektif genial dalam mengungkap suatu struktur atau relasi sosial budaya di antara eksistensi kebudayaan, motif sosial, dan *gesture* masyarakat Korea Selatan dalam melihat ajaran konfusianisme sebagai suatu tradisi yang mendarah daging dalam kehidupan mereka sehari – hari. Ajaran konfusianisme begitu tercermin dalam berperilaku, etos kerja, sopan santun, moralitas, dan spirit individu maupun relasi sosial yang terbentuk dan mengakar pada wajah masyarakat korea. Konfusianisme sendiri merupakan sebuah jalan hidup atau ajaran. Ajaran ini telah berhasil bertransformasi menjadi suatu “pemahaman ideologi” yang diamalkan bagi mayoritas penduduk (Sutrisno, 2017). Konfusianisme sendiri berperan secara

Atief ef Arezal Fatah, Kurniawati – Spirit ‘Konfusianisme’ Korea Selatan dalam Dominasi Ekonomi di Asia Timur: Studi tentang Samsung Group

tidak langsung dalam membentuk peran gender dan keluarga dalam masyarakat korea selatan (Humairah & Dewi, 2025).

Beberapa hasil penelitian terdahulu menjadi dasar dan motif penulisan artikel mengenai faktor tematis ajaran atau kebudayaan konfusianisme di Korea Selatan, yaitu: riset artikel yang ditulis oleh Amanda Anggono, et al. Pada tahun 2025, Amanda Anggoni menulis artikel dengan judul “Belt And Road Initiative (Bri) Melalui New International Land-Sea Trade Corridor (ILSTC) Sebagai Implementasi Filsafat Konfusianisme”. Artikel berikut ditulis oleh Eka Ningsih, et al. Pada Tahun 2025, Eka Ningsih menulis tema pendidikan dalam artikel yang berjudul “Sistem Pendidikan di Jepang & Korea Selatan”. Artikel selanjutnya ditulis oleh Permata Nira, Fadhillah. Pada tahun 2024, mereka menulis dengan tema hegemoni dan persaingan produk budaya antara Korea Selatan dan Tiongkok, dalam artikel yang berjudul “Persaingan Hegemoni China dan Korea Selatan (Studi Kasus Penolakan Produk Hallyu Di China Tahun 2016 - 2017)”. Riset atau penelitian terdahulu telah menunjukkan berbagai temuan mengenai peranan ajaran konfusianisme. Ajaran tersebut telah memainkan peran penting dalam membentuk watak atau gestur kultural masyarakat Asia Timur khususnya Korea Selatan.

TEORI DAN METODE PENELITIAN

Teori yang digunakan dalam artikel ilmiah ini adalah teori struktural fungsional dari Talcott Parson. Teori ini secara singkat memandang suatu masyarakat sebagai “sistem terintegrasi” secara fungsi maupun nilai, ke dalam bentuk ekuilibrium atau keseimbangan. Parsons mengatakan bahwa struktur sosial dapat dianalisis berdasarkan kontribusi dalam menjaga keseimbangan masyarakat terutama dalam menciptakan kohesi sosial dan menghantarkan norma serta nilai kepada individu, keluarga atau masyarakat (Ormerod, 2020). Dalam referensi lain, Karl Marx menyebutkan bahwa teori struktural fungsional dapat diasumsikan sebagai keteraturan harmonis, menjaga keseimbangan, dan bekerja sesuai fungsi masing – masing. Definisi tersebut

merupakan inti dasar teori struktural fungsional (Prayogi et al., 2025). Parsons berasumsi bahwa selalu ada “timbal balik” pada diri masyarakat sehingga saling mempengaruhi karena sistematis juga saling berhubungan. Asumsi dasar tersebut yang mengilhami penelitian dan dugaan yang mengatakan bahwa di balik struktur serta eksistensi suatu masyarakat, ada sebuah “sumber nilai dan norma” yang menjalankan fungsi sosial. Hal ini disinyalir konfusianisme yang mengilhami masyarakat Korea Selatan. Struktural fungsional menggunakan premis “keteraturan” sebagai cara kerja dan fungsi. Bila nilai dan norma atau ajaran tersebut dijalankan, hal itu akan menghadirkan struktur sosial yang bekerja berdasarkan norma atau nilai tersebut.

Metode dalam penulisan artikel ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode kualitatif merupakan metode penelitian yang berbasis pada pertanyaan mengenai *how and why*. Hal ini ditujukan untuk melakukan rekonstruksi mengenai suatu struktur, fenomena, pengalaman, interaksi atau makna (bisa bermakna moral, nilai, atau etos). Selanjutnya, langkah ini menekankan pada kedalaman dan konteks untuk melihat perspektif secara keseluruhan (Ultavia B et al., 2023). Penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan cenderung menganalisis. Penyusunan artikel ini menggunakan pendekatan deskriptif sebagai alat analisis dalam memberikan ‘makna data’ atau fenomena yang ditangkap peneliti beserta literatur dan bukti ilmiah yang mendukung hasil analisis tersebut (Ratnaningtyas et al., 2023). Analisis berbasis deskriptif tersendiri merupakan metode untuk menganalisis, memberi rincian, merekonstruksi makna dari sumber data, baik dalam bentuk teks, dokumen, literatur atau wacana keilmuan.

Berdasarkan kerangka teori (truktural fungsional) dan metode (kualitatif deskriptif) tersebut, penelitian ini merumuskan bagaimana nilai-nilai dalam *konfusianisme* dapat dipahami sebagai bagian dari struktur kultural yang memiliki peranan penting dalam membangun ekosistem sosial, hierarkis, dorongan hingga pada keteraturan sosial dan fondasi pembangunan ekonomi

Atief ef Arezal Fatah, Kurniawati – Spirit ‘Konfusianisme’ Korea Selatan dalam Dominasi Ekonomi di Asia Timur: Studi tentang Samsung Group

yang mengilhami Korea Selatan. Deskripsi dalam artikel tidak ditujukan untuk melakukan kritik terhadap sebuah nilai atau sistem yang ada, namun mencoba menampilkan suatu “pola sosial kebudayaan” yang eksis, terinternalisasi dalam nilai – nilai budaya kerja, latar belakang sosial hingga kontribusi besar pada dominasi ekonomi Korea Selatan di kawasan Asia Timur, khususnya *Samsung Group* sebagai bagian daripada sistem kebudayaan korea selatan tersendiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Samsung Group

Samsung Group atau yang bernama awal Samsung Sanghoe merupakan perusahaan multinasional asal Korea Selatan yang berdiri pada 1 Maret 1938, didirikan oleh Lee Byung Chul sebagai perusahaan dagang kecil yang bergerak di sektor bahan makanan mentah (ikan kering, mie, sayuran, dan bahan pangan). Bersamaan Perang Korea (1950-1953) antara Korea Selatan dengan Korea Utara (Damayanti & Supriyanto, 2024), status ‘darurat nasional’ diberlakukan oleh pemerintahan Sung Man Rhee (Presiden Korea Selatan). Hal itu berangsur-angsur berdampak pada lumpuhnya infrastruktur dan roda perekonomian Korea Selatan. Perusahaan - perusahaan kecil seperti Samsung Sanghoe milik Lee juga terdampak dari kebijakan tersebut dan berakibat terbatasnya ruang gerak distribusi dan aktivitas perdagangan perusahaan.

Pasca Perang Korea dan disela-sela usaha Pemerintah Korea Selatan membangkitkan kembali nadi perekonomian nasional melalui kebijakan pendirian Dewan Pertumbuhan Ekonomi dan untuk mengatasi kondisi buruk tersebut, Lee berinisiatif dengan memperluas kapitasi atau sektor cakupan dari Samsung Group dengan masuk dalam sektor layanan industri tekstil, manufaktur, dan finansial. Langkah Lee Byung Chul dalam kebijakan “diversifikasi bisnis” ini akan memiliki dampak besar bagi masa depan perusahaan Samsung Group dalam memperkuat dan memperluas cakupan sektor bisnis ke area-area lain (Radic, 2021). Saat Korea Selatan memasuki dekade 1960-an, Pemerintahan Park Chung Hee menggalakkan pembangunan

besar-besaran di sektor ekonomi nasional melalui kebijakan Economic Planning Board (EPB). Kebijakan ini salah satu mendorong perusahaan kecil seperti Samsung Group untuk melakukan transformasi besar dan memperluas cakupan orientasi industrialisasi menuju Heavy Industry yang menargetkan produksi semi-konduktor, kendaraan berat, baja, kapal, elektronik, dan petrokimia (Wrobel, 2025).

Melalui kebijakan ini, Samsung Group bertransformasi dari perusahaan kecil menjadi perusahaan besar nasional yang dikenal dengan istilah . Transformasi ini ditandai dengan pendirian Samsung Electronics yang menjadi fondasi bisnis dan investasi di sektor barang elektronika. Perkembangan perekonomian Korea Selatan bertransformasi dari negara miskin menjadi kekuatan ekonomi global di kawasan Asia Timur, di istilahkan dalam sebutan “Keajaiban Ekonomi Sungai Han” atau The Miracle On Han River. Samsung Group merupakan salah satu faktor besar dan tulang punggung dalam perkembangan ekonomi Korea Selatan.

Pasca kematian Lee Byung Chul pada tahun 1987, anaknya, Lee Kun Hee, naik ke tampuk kepemimpinan Samsung Group. Kebijakan Lee Kun Hee dilakukan dengan cara memperluas cakupan pasar menuju internasional. Hal ini ditandai dengan masuknya sektor produksi semi konduktor dalam orientasi bisnis dan kebijakan reformasi- modernisasi perusahaan Samsung Group. Pada awal tahun 2000-an, Samsung Group telah berubah menjadi perusahaan multinasional dengan mendominasi pasar global sebagai produsen chip memori, perangkat tv, semi-konduktor termasuk investasi besar –besaran dalam aspek Research and Development teknologi, AI (Artificial Intellegence) beserta 5G. Fakta ini menggambarkan proyeksi besar Samsung Group di abad ke-21.

Dominasi Samsung Group di Pasar Global

Pasar global adalah tempat pemasaran bagi pelaku usaha yang kegiatan operasinya dilakukan di berbagai negara atau melewati batas lebih dari satu

Atief ef Arezal Fatah, Kurniawati – Spirit 'Konfusianisme' Korea Selatan dalam Dominasi Ekonomi di Asia Timur: Studi tentang Samsung Group

negara. Hal ini berdampak pada produk yang diperjualkan memiliki standar global di berbagai negara (Wijoyo et al., 2020). Samsung mulai memasuki pasar global pada 1980 dengan menggunakan nama resmi Samsung Electronics Co. Ltd. Selanjutnya, Samsung mulai mengeksport produk elektronik dengan namanya sendiri. Di awal bisnisnya sebagai perusahaan elektronik, Samsung mengirim ekspor VCR ke Amerika Serikat, memproduksi *tape recorder* dan dua puluh juta televisi berwarna. Samsung juga mendirikan beberapa pabrik di negara lain untuk memperluas bisnisnya seperti di Portugal dan Amerika Serikat (New York). Kemudian dalam perkembangannya, Samsung mulai mengembangkan teknologi yang ditawarkan. Di tengah memanasnya persaingan dalam pasar global, Samsung memfokuskan pada pembuatan produk-produk kelas dunia dengan visi mengutamakan kualitas.

Dalam pasar global, perusahaan yang dapat mengungguli persaingan adalah perusahaan yang dapat membaca potensi di masa depan dan dapat mempersiapkan kemampuannya untuk meraih potensi yang ada di masa mendatang. Kemampuan tersebut dimiliki oleh Samsung dalam menghadapi era digital. Samsung membaca hal tersebut sebagai peluang bisnis global. Samsung menjawab dan menghadapinya dengan mengeluarkan berbagai produk teknologi yang canggih, kompetitif, dan terus berinovasi terhadap produknya. Sampai tahun 1997, Samsung masuk ke dalam sepuluh merk teratas global.

Kemudian dalam perkembangannya, Samsung terus menjadi merk yang populer dalam dunia elektronik yang bukan hanya dirasakan di Asia, tetapi kepopuleran Samsung juga dirasakan dalam dunia Barat khususnya Amerika Serikat. Samsung semakin populer ketika berkolaborasi dengan pebisnis di Amerika Sereikat, Eric Kim. Hal ini berakibat pada produk-produk Samsung yang dikenal dan digemari oleh masyarakat di Amerika (Alatas, 2020). Disamping itu, Samsung tidak hanya berhasil dalam memasarkan dan menjual produk-produknya ke dalam pasar global, tetapi secara global Samsung juga

memberikan kontribusi yang cukup besar pada perusahaan-perusahaan besar lainnya di berbagai negara seperti India, Turki, dan Filipina.

Saat ini Samsung diakui oleh dunia dengan produk *smartphone* dan televisi yang unggul sebagai merk dengan kualitas tinggi. Di tahun 2004, Samsung menciptakan inovasi *fusion memory chip* yang diperluas ke pasar *smartphone*. Kemudian Samsung meraih kekuksesannya di dunia *smartphone*. Hal itu dimulai pada tahun 2009 dengan mengeluarkan *smartphone* android pertama, Samsung i7500. Selanjutnya, produk itu dilanjutkan dengan peluncuran tipe *smartphone* lainnya, seperti Samsung Galaxy S, Galaxy mini, Galaxy Young, Galaxy Note, dan tipe lainnya dengan tingkat penjualan yang cukup tinggi. Samsung dengan invasi global yang luas, kualitas, dan inovasi produk yang terdepan dapat bersaing dengan perusahaan elektronik besar lainnya di Asia . Menurut *Campaign* Asia-Pasifik, Samsung menjadi merk teratas bagi masyarakat Asia dan memuncaki posisi pertama dalam Asia's Top 1000 Brands pada tahun 2020.

Samsung berkembang menjadi perusahaan elektronik besar yang dapat bersaing dengan perusahaan besar lainnya seperti Apple. Meski pernah mengalami perseteruan dengan Apple mengenai hak paten, hal itu tidak menghalangi Samsung untuk terus memasarkan produk *smartphone* dengan kualitas yang tinggi. Samsung menjual berbagai produknya dengan nominal harga yang lebih rendah dari Iphone milik perusahaan Apple. Kualitas tinggi dan harga yang lebih rendah membuat Samsung dapat mengambil bagian dari pangsa pasar Apple. Dalam pemasarannya, strategi internasionalisasi dan R&D yang diterapkan perusahaan Samsung mampu meraih penjualan yang lebih tinggi dan melebihi penjualan Apple.

Perkembangan yang dialami oleh Samsung hingga mendominasi pasar global, khususnya di Asia, menunjukkan bahwa Samsung memiliki pengetahuan yang tinggi dalam segi teknologi. Samsung selalu mengutamakan kualitas. Pengetahuan dalam hal pemasaran selalu menyesuaikan pangsa pasar dan juga kemampuan kewirausahaan yang memumpuni dari para

Atief ef Arezal Fatah, Kurniawati – Spirit 'Konfusianisme' Korea Selatan dalam Dominasi Ekonomi di Asia Timur: Studi tentang Samsung Group

pemimpinnya. Keberhasilan Samsung dapat dirasakan oleh negara asalnya yakni Korea Selatan. Samsung beserta perusahaan besar Korea Selatan lainnya dapat memberikan keuntungan cukup besar bagi pendapatan nasional. Selain itu perusahaan Samsung yang telah membuktikan kesuksesannya di pasar global dapat mempengaruhi status Korea Selatan dalam organisasi internasional dan memudahkan negaranya untuk bekerjasama dengan negara lain.

Di Indonesia sendiri, produk Samsung telah menjadi pilihan yang dipercaya oleh mayoritas masyarakat Indonesia khususnya dalam kategori *smartphone*. Samsung di Indonesia berhasil menempati urutan pertama dalam Top Brand Award 2021. Hal itu dikarenakan beberapa hal yakni pertama ialah *branding* Samsung yang memiliki citra kuat dan positif. Salah satunya adalah dalam hal kualitas berbagai produknya seperti *smartphone*, televisi dan barang elektronik lainnya. Kedua, model produk Samsung juga selalu disesuaikan dengan trend yang ada melalui spesifikasi yang bagus dan dilengkapi berbagai fitur yang canggih. Dengan berbagai kelebihan yang ditawarkan, Samsung memiliki harga jual yang kompetitif dari rerata harga yang terjangkau bagi semua kalangan hingga yang paling mahal dengan spesifikasi yang sangat bagus. Hal ini tidak heran jika Samsung diminati oleh berbagai kalangan yang tidak hanya di Indonesia, tetapi di berbagai penjuru dunia. Faka ini didukung dengan bukti bahwa perusahaan Samsung menjadi salah satu perusahaan elektronik terbesar di dunia.

Strategi Samsung Company dalam Persaingan Pasar Global

Kunci strategi Samsung Group dibalik pengaruh dan dominasi di kawasan Asia atau Indonesia adalah strategi pemasaran. Ketercapaian Samsung dalam meraih Global Brand tentu bukan suatu capaian yang didapat dengan mudah. Samsung Electronics yang merupakan episentrum produk Samsung Group di bidang eletronika, *smartphone*, dan semi-konduktor memiliki pesaing alami khususnya di kawasan Asia Tenggara, sebut saja: Xiaomi

(Tiongkok) dan Apple (Amerika Serikat). Keduanya juga memiliki reputasi tinggi dalam produksi *smartphone*, 5G, dan *software* yang telah lama mendominasi pasar elektronik global pada awal abad ke-21.

Berdasarkan situasi persaingan pasar internasional dan regional yang kompetitif, Samsung Group dengan cepat melakukan adaptasi untuk dapat meningkatkan kemampuan resiliensi dalam menjawab kebutuhan konsumen. Langkah itu dilakukan dengan berbagai cara. Pertama, Samsung berusaha untuk mempertahankan kebutuhan konsumen dalam basis risetnya. Hal ini dianalogikan seperti mencari informasi untuk mengetahui sesuatu yang diperlukan oleh konsumen. Setelah itu, Samsung mengembangkan suatu produk. Kedua, dalam penyedia layanan operator, Samsung menjaga dan mengembangkan bisnis lain yang terikat. Selain penyedia layanan operator, Samsung juga mengembangkan konten dan aplikasi. Ketiga, dalam perkembangan teknologi, Samsung tidak pernah menutup mata, meski pada saat ini Android menguasai OS *smartphone*.

Salah satu strategi Samsung Group dalam membaca kebutuhan pasar dan bersaing secara cepat terletak pada kompetensi sumber daya manusia (SDM) yang unggul dalam produksi dan strategi penetrasi pasar (Yusuf et al., 2020). Strategi pengembangan produk melalui RnD (Research & Development), *brand image*, dan inovasi produk merupakan beberapa faktor umum yang memberikan peluang tinggi bagi untuk bersaing dan menjajakan produknya di masyarakat dan konsumen Samsung.

Terlepas dari fakta mengenai Samsung Group yang dikenal sebagai Global Brand, hal tersebut tidak akan membuat Samsung menyisihkan betapa pentingnya suatu iklan untuk menampilkan produknya. Selain melakukan iklan di dunia televisi, Samsung juga melakukan promosi di media sosial dan platform digital lainnya. Hal tersebut membuktikan bahwa *brand image* yang dimiliki Samsung dapat memudahkan Samsung dalam berpromosi. Samsung telah membawa suatu kepercayaan masyarakat dalam produknya, terutama

Atief ef Arezal Fatah, Kurniawati – Spirit 'Konfusianisme' Korea Selatan dalam Dominasi Ekonomi di Asia Timur: Studi tentang Samsung Group

bagi masyarakat yang sudah lama menggunakan produk Samsung atau yang berpengalaman dalam mengoperasikan produk Samsung.

Spirit Konfusianisme dan Semangat Dominasi Ekonomi Korea Selatan

Keberhasilan Korea Selatan dalam membangun kerja sama dalam konsep *triple helix*: pemangku kebijakan, korporasi (*chaebol*), dan masyarakat sipil diiringi dengan kerja keras untuk bangkit dari situasi terpuruk pasca pendudukan di Perang Dunia II dan Perang Korea (1950 - 1953). Hal ini menunjukkan semangat atau spirit pembangunan, etos disiplin, dan semangat kolektivitas tinggi yang terpelihara di antara warga Korea Selatan. Mereka saling berperan dengan posisinya masing-masing, membangun, dan memperbaiki harkat Korea Selatan di dalam pergaulan internasional maupun regional Asia. Spirit ini tertuang dalam pendidikan moral, kultural, dan sosial masyarakat Korea Selatan. Hal ini juga berhubungan dengan ajaran konfusianisme yang disesuaikan dengan karakteristik masyarakat Korea Selatan. Meskipun pengaruh Buddhisme atau Kong Hucu sekalipun telah lama pudar karena pergaulan dengan gelombang globalisasi, akulturasi budaya Tiongkok dan Korea menyumbang dampak kultural, moral, dan etika masyarakat Korea Selatan. Semua itu berkaitan dengan ajaran Kong Zi dalam konfusianisme.

Konfusianisme merupakan jalan, ajaran, dan filsafat yang dikembangkan oleh seorang tokoh dari Tiongkok pada abad ke-6 Sebelum Masehi yang bernama Kong Zi. Ajaran ini menekankan nilai-nilai spiritual dalam hubungan sesama manusia (moral, sosial, dan kebajikan). Ajaran konfusianisme memiliki istilah *Wu Chang* atau Lima Kebajikan Utama, yaitu; (a) *ren* (kemanusiaan), (b) *yi* (kebenaran), (c) *li* (tata krama atau etika), (d) *zhi* (kebijaksanaan), dan (e) *xin* (integritas). Melalui ajaran konfusianisme mencoba untuk mengajarkan kepada para pengikutnya atau masyarakat pada umumnya tentang pentingnya sebuah kasih sayang dan rasa hormat kepada orang tua atau keluarga. Selain itu, ajaran ini mempunyai komitmen tinggi dalam akses terhadap pendidikan

untuk memperbaiki dan meningkatkan derajat atau harakat baik karakter dari individu atau pengaruh kepada sekitarnya (Rahmawati et al., 2021). Perlu digarisbawahi, mayoritas pengikut konfusianisme menolak klaim bahwa konfusianisme adalah sebuah agama. Mereka cenderung mengatakan sebagai kode etik atau etika moral yang berpijak pada perbuatan kebijaksanaan para leluhur di masa lampau.

Pertautan ajaran konfusianisme dengan masyarakat Korea telah lama bersentuh sejak dari Dinasti Han di Tiongkok (abad ke-4 Masehi). Kemudian, ajaran ini berhasil menggeser pengaruh Buddhisme sebagai ajaran yang mendominasi di dataran Semenanjung Korea. Selanjutnya, ajaran ini menjadi ideologi resmi negara pada masa kepemimpinan Dinasti Joseon (1382 – 1897) (R. Septianingsih, D. Safitri, 2023). Diantara lima ajaran inti dari konfusianisme, ada tiga aspek utama yang melekat dalam nilai religi dan budaya masyarakat Korea, yaitu: *li*, *ren*, dan *yi*. Dalam istilah populer yang berkembang di tengah masyarakat Korea modern, ada pepatah yang mengatakan “raja, bapak, dan guru merupakan satu tubuh”. Pepatah ini memberikan sebuah petunjuk kuat mengenai pengaruh konfusianisme yang menekankan etika kesantunan, individu, dan nilai dari pendidikan sebagai jalan suci dan mulia (Amelia & Dewi, 2021). Pekerjaan sebagai guru di Korea Selatan, merupakan suatu kehormatan dan menempati status sosial yang tinggi karena pengaruh ajaran konfusianisme. Ajaran konfusianisme akan semakin terlihat ketika melihat sudut pandang buruh atau pekerja. Mayoritas pekerja di Korea Selatan menganggap bahwa bekerja adalah “cara untuk memajukan dan kemakmuran negara”. Hal ini adalah contoh dari pengaruh yang kuat dari ajaran konfusianisme (Hamzah & Kee, 2024).

Etika dan moralitas yang ditampilkan konfusianisme hidup dan berkembang sebagai moral hingga pandangan hidup masyarakat Korea Selatan di berbagai lapisannya. Pemerintahan Presiden Park, meski bernuansa militeristik dan otoritarian, menempatkan budaya konfusianisme sebagai bagian dari cara menjalankan fungsi administrasi birokrasi. Hal itu dapat

Atief ef Arezal Fatah, Kurniawati – Spirit 'Konfusianisme' Korea Selatan dalam Dominasi Ekonomi di Asia Timur: Studi tentang Samsung Group

terlihat jelas dari budaya meritokrasi dan jenjang kependidikan di Korea Selatan. Konfusianisme di Korea Selatan merupakan tradisi yang senantiasa dipelihara dengan baik. Para birokrat atau pejabat di lingkungan pemerintahan Korea Selatan adalah teknokrat ekonomi, birokrat atau politisi berkarir cemerlang, atau para *chaebol* yang merupakan kekuatan strategis pemerintah dalam menopang perekonomian nasional. Mereka berhasil membangun pemerintahan yang relatif bersih termasuk membangun kelas industriawan yang relatif efisien dan tangguh.

Di sisi lain, dampak signifikan Samsung Group sebagai salah satu perusahaan besar (*chaebol*) multinasional di Korea Selatan ikut menekankan aspek konfusianisme. Samsung Group sangat menekankan bahwa dalam urusan bisnis, kepatuhan terhadap etika, tindakan yang tepat, penghormatan, dan saling menghormati dipercaya dapat meningkatkan citra terpuji bagi Samsung Group dihadapan publik Korea Selatan atau dunia internasional (Kencana, 2023). Perusahaan dituntut untuk dapat menghargai karyawan, pelanggan, dan masyarakat tanpa membedakan atau setengah hati dalam melayani mereka.

Samsung Group melihat dua faktor besar yang akan mempengaruhi perkembangan perusahaan di abad ke-21, yakni sumber daya manusia dan teknologi. Dengan menekankan kualitas dan efektivitas, *Samsung* berupaya untuk membangun layanan unggul untuk menciptakan lingkungan sosial (baik global atau regional) yang lebih baik (Anjani & Warsito, 2023). Era digital dan Artificial Intellegene di abad ke-21, revolusi lanskap perubahan dan tantangan bisnis internasional menjadi tantangan Samsung Group. Samsung Grup berupaya untuk menciptakan peluang dan inovasi untuk dapat memainkan peran penting sebagai perusahaan besar yang berpengaruh di kawasan.

Ada beberapa sumber pustaka yang menunjukkan petunjuk mengenai ajaran konfusianisme dengan praktik kerja kelembagaan pada Samsung Group atau Ethics Work di Korea Selatan. Hal itu dapat diperlihatkan pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Riset & Artikel Mengenai Nilai Konfusianisme pada Samsung Group atau Korea Selatan

Temuan Riset & Artikel Mengenai Nilai – Nilai Konfusianisme Pada Samsung Group atau Korea Selatan			
Aspek Nilai	Temuan Naratif	Fungsi Sosial & Struktur	Referensi
Hierarki & Loyalitas	“Social contract between authorities and citizens – contract on national modernization”	Menciptakan kepatuhan hierarkis & kemauan berkorban untuk kepentingan bersama	Kubalskyi, Boichenko. (2023)
Integritas & Kebijakan	“The top management of Samsung recognized the danger of favouritism, buying from within the groups hindering competition and started to run each business unit as a separate profit centre, which supports competition with outside suppliers.”	Etika meritokrasi & efisiensi, serta sistem internal yang kuat & integral	Magashazi’. (2021)
Tindakan Kolektif & kebaikan sesama	“The results suggest that the more pervasive and internalized Confucian values and cultures are within certain public sector organizations in both countries, the more motivated public officials are to participate in public-policy making processes”.	Menunjukkan komitmen bersama untuk bekerja berdasarkan moralitas & etika demi kesejahteraan bersama	Lee, Min, Kim, Park. (2022)

Tabel 1 tersebut merupakan arsip kolektif mengenai temuan beberapa riset yang memberikan keterangan mengenai hubungan antara sumber nilai atau ajaran dari konfusianisme dengan metode kerja atau praktik nyata masyarakat atau publik Korea Selatan (termasuk Samsung Group). Dari tabel itu, mereka memiliki komitmen tinggi dalam mengimplementasikan nilai yang terkandung dalam ajaran dari sosok Kong Fuzi. Tidaklah berlebihan, ketika akhir dekade abad ke-20, terdapat istilah “4 Asian Tigers”. Istilah itu merujuk pada Hongkong, Taiwan, Singapura, dan Korea Selatan. Keempat negara itu

Atief ef Arezal Fatah, Kurniawati – Spirit ‘Konfusianisme’ Korea Selatan dalam Dominasi Ekonomi di Asia Timur: Studi tentang Samsung Group

memiliki prestasi dan komitmen tinggi dalam mengembangkan perekonomian dengan cepat di awal tahun 1980. Selanjutnya, mereka diprediksi akan memainkan peranan penting pada tahun 2020 (Chou, 2025).

Etos kerja konfusianisme seringkali memiliki kemiripan dengan pendekatan pada ideologi kapitalisme Barat atau etos kerja Protestan Webberian yang berfokus pada dedikasi hidup, loyalitas, bekerja dengan maksimal, dan mencintai jenjang kependidikan, terutama dalam membangun harmoni sosial pada suatu struktur sosial (Ulasan, 2022). Meskipun terdapat faktor dan latar belakang genealogis yang sangat berbeda (dalam makna teologis), baik konfusianisme atau etos kerja Protestan sama-sama mendorong para pengikut atau individu mencapai “kesuksesan” dan “kebermanfaatan” pada hierarkis sosial atau sekitar sebagai pencapaian tertinggi dalam hidup.

KESIMPULAN

Korea Selatan telah lama mengenal ajaran konfusianisme sebagai salah satu budaya dari masyarakat Tiongkok. Ajaran ini secara kultural menjadi bagian dari norma, prinsip bermasyarakat, dan etos kerja yang diimplementasikan di pelbagai sudut. Samsung Group sebagai salah satu perusahaan besar *chaebol* di Korea Selatan juga menerapkan prinsip tersebut. Usaha dan kerja keras dari masyarakat, pemerintah, dan kelas industriawan di Korea Selatan didasari spirit konfusianisme yang melekat pada jati diri mereka. Keberhasilan itu dibuktikan dengan berbagai pencapaian, pengaruh, dan peranan dalam kancah global atau regional. Pasca keterpurukan ekonomi akibat pendudukan, korupsi, dan peperangan, reformasi Korea Selatan dan peran Samsung Group membawa pembangunan yang signifikan terhadap perekonomian Korea Selatan. Hal ini merupakan sebuah fenomena yang layak dijadikan suatu studi untuk melihat latar belakang historis dan kultural dari semangat tersebut, yakni semangat yang mampu membawa Korea Selatan sebagai kekuatan strategis di kawasan Asia Timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Alatas, J. F. (2020). *Neoliberalisme: Kiprah Chaebol dari Samsung Group di pasar global dan pengaruhnya terhadap perkembangan ekonomi Korea Selatan*. Undergraduate thesis, Universitas Airlangga, Surabaya.
- Amelia, D. P., & Dewi, D. A. (2021). Kolektivitas dalam nomenklatur pendidikan moral di Korea Selatan. *De Cive : Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 1(8), 264–270.
<https://doi.org/10.56393/decive.v1i8.266>
- Anjani, N. R., & Warsito, T. (2023). The factors driving success in South Korean Exports: a case study of Samsung Electronics. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 7(1), 77–86. <https://doi.org/10.38043/jids.v7i1.4286>
- Chou, S. C. (2025). *Confucian diligence : A core ethical value that shapes business success in East Asia* (Issue Economic, Confucianism, Four Asian Tigers). Springer Nature.
- Damayanti, I., & Supriyanto, T. (2024). Mengurai keterkaitan sejarah perang terhadap strategi pertahanan ekonomi : Pelajaran masa lalu untuk masa depan. *Civil and Military Cooperation Journal*, 1(2), 51–58.
<https://journal.civiltary.com/index.php/civiltary/article/view/6/7>
- Hamzah, N. A., & Kee, T. S. (2024). Kesan sejarah dan pemikiran konfusianisme Dinasti Choson terhadap nilai dan norma kontemporari Korea Selatan. *WILAYAH: The International Journal of East Asian Studies*, 13(1), 171–188.
<https://doi.org/10.22452/IJEAS.vol13no1.10>
- Humairah, S. S., & Dewi, A. U. (2025). Nilai-nilai konfusianisme dan stagnasi perkembangan gerakan feminisme di Korea Selatan. *Padjadjaran Journal of International Relations (PADJIR)*, 7(1), 39–53.
<https://doi.org/10.24198/padjir.v7i1.54113>
- Kencana, J. P. (2023). Konsep etika bisnis dalam ajaran Junzi menurut perspektif Konfusius. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 7(1), 38–52.
<https://doi.org/10.22437/titian.v7i1.24548>
- Ormerod, R. (2020). The history and ideas of sociological functionalism: Talcott Parsons, modern sociological theory, and the relevance for OR. *Journal of the Operational Research Society*, 71(12), 1873–1899.
<https://doi.org/10.1080/01605682.2019.1640590>
- Prayogi, A., Nasrullah, R., Setiawan, S., & Setyawan, M. A. (2025). Konsep konflik dan teori konflik sosial dalam pemikiran Karl Marx. *Jurnal Sinora*, 1(1), 1–11.
<https://journal.ajbnews.com/index.php/sinora/article/view/87/109>
- R. Septianingsih, D. Safitri, S. S. (2023). Sejarah ringkas Korea: Awal masuk dan perkembangan Konfusianisme. *Cendekia Pendidikan*, 1(1), 1–13.
<https://doi.org/10.9644/scp.v1i1.332>

Atief ef Arezal Fatah, Kurniawati – Spirit 'Konfusianisme' Korea Selatan dalam Dominasi Ekonomi di Asia Timur: Studi tentang Samsung Group

- RADIĆ, M. (2021). Business strategy and management method on the example of Samsung. *International Journal Of Contemporary Business and Entrepreneurship*, II(2), 33–49. <https://doi.org/10.47954/ijcbe.2.2.3>
- Rahma, E. A. J. (2023). Wilayah Asia Timur. *Dewaruci: Jurnal Sejarah Dan Pengajarannya*, 2(1), 1–6. <https://doi.org/10.572349/dewaruci.v2i1.366>
- Rahmawati, M., Nuraini, Y., Widiyanto, B. R., Yanti, D. R., & Sulaeman, S. (2021). Determinasi Konfusianisme dalam analisis wacana kritis novel klasik "Journey To the West." *Haluan Sastra Budaya*, 5(2), 163. <https://doi.org/10.20961/hsb.v5i2.52622>
- Ratnaningtyas, E. M., Ramli, Syafruddin, Saputra, E., Suliwati, D., Nugroho, B. T. A., & Karimuddin. (2023). *Metodologi penelitian kualitatif* (N. Saputra (ed.); Issue May). Yogyakarta: Yayasan Penerbit IKAPI.
- Stanton, R. (1965). *An Introduction to fiction*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Sutrisno, E. (2017). Moral is political, nations of ideal citizenship in Lie Kim Hok's Hikajat Khonghoetjoe. *Wacana, Journal of the Humanities of Indonesia*, 18(1), 183–215. <https://doi.org/10.17510/wacana.v18i1.577>
- Syakhrani, A. W. (2022). Budaya dan kebudayaan: Tinjauan dari berbagai pakar, wujud-wujud kebudayaan, 7 unsur kebudayaan yang bersifat universal. *Cross-Border: Journal of International Border Studies, Diplomacy and International Relations*, 5(1), 782–791.
- Ulasan, F. (2022). The Influence Of Confucianism For Public Administration In East Asia. *Journal Of Public Administration and Policy*, 3(2), 29–40. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2446095>
- Ultavia B, A., Jannati, P., Malahati, F., Qathrunnada, & Shaleh. (2023). Kualitatif : Memahami karakteristik penelitian sebagai metodologi. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 11(2), 341–348. <https://doi.org/10.46368/jpd.v11i2>
- Wijoyo, H., Sunarsi, D., Indrawan, I., & Cahyono, Y. (2020). *Manajemen pemasaran di era globalisasi* (Issue C). Jawa Tengah: CV. Pena Persada.
- Wrobel, R. (2025). Developmental dictatorship in East Asia as model for Africa ? The Era Park Chung- hee in South Korea (1963 – 1979) in Comparison to the Era Paul Kagame in Rwanda (2000 – Today). *SAJE : South African Journal Of Economics*, 93(2), 171–182. <https://doi.org/10.1111/saje.12391>
- Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Analisis strategi pemasaran pada PT Samsung. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>