



ANALISIS TINGGINYA PENJUALAN ALBUM KPOP DALAM PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA

Rahmat Yuliani¹, Asia Sudarnice², Nessa Nabila Windaputri³, Kyra Prudence Aurelly⁴, Mauliza Putri Subagyo⁵, Salma Aidatuzahra⁶, Azzuria Azzumaris Haqi⁷, Fina Ayu Ferdian⁸, Faidzatul Firdaus⁹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9}Manajemen Perkantoran Digital, Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga
nessa.nabila.windaputri-2023@vokasi.unair.ac.id

Abstract

This study aims to determine the high sales of K-pop albums on economic growth, identify factors that contribute to high sales of K-pop albums, understand how the popularity of K-pop in Indonesia affects consumer spending patterns, explain the role of social media and online platforms in promoting K-pop album sales in Indonesia. The study uses a mixed method by combining quantitative and qualitative approaches. Quantitative data were obtained from official sources such as the Central Bureau of Statistics and reports on K-pop album sales in Indonesia. While qualitative data were collected through in-depth interviews with stakeholders in the music industry, such as distributors, music stores, and K-pop fans. The results of the study found several interesting things including The Courtship, The Relationship, The Marriage, Kpop Album Marketing Strategy Through Online Media and the Influence of Album Quality on the Interest in Buying Physical Kpop Music Albums Quality.

Keywords: Sales, K-Pop, Economic Growth.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingginya penjualan album K-pop terhadap pertumbuhan ekonomi, mengidentifikasi faktor yang berkontribusi terhadap tingginya penjualan album K-pop, memahami bagaimana popularitas K-pop di Indonesia mempengaruhi pola pengeluaran konsumen, menjelaskan peran media sosial dan platform online dalam mempromosikan penjualan album K-pop di Indonesia. Penelitian menggunakan metode campuran dengan mengombinasikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif diperoleh dari sumber resmi seperti Badan Pusat Statistik dan laporan penjualan album K-pop di Indonesia. Sedangkan data kualitatif dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan dalam industri musik, seperti distributor, toko musik, dan penggemar K-pop. Hasil penelitian menemukan beberapa hal menarik antara lain Masa Pacaran, Hubungan, Pernikahan, Strategi Pemasaran Album Kpop Melalui Media Online dan Pengaruh Kualitas Album terhadap Minat Beli Album Fisik Musik Kpop Kualitas.

Kata kunci: Penjualan, K-Pop, Pertumbuhan Ekonomi.

© 2023 Jurnal Pustaka Manajemen

1. Pendahuluan

Musik telah mengalami perkembangan pesat di era modern ini, termasuk genre pop yang sangat populer. Salah satu genre yang sangat digemari adalah Kpop

atau Korean Pop Kpop, yang berasal dari Korea Selatan, telah menjadi fenomena global, terutama di Asia[1] Musik ini dikenal dengan adanya grup idol yang terdiri dari beberapa anggota dengan keahlian dalam menari dan bernyanyi, serta idol yang berkarier

solo. Kemunculan grup idol pertama kali ditandai dengan boy group Seo Taiji and Boys pada Tahun 1994, yang merupakan bagian dari generasi pertama Kpop (1994-2002). Generasi kedua (2003-2011) melahirkan grup-grup terkenal seperti Super Junior dan Big Bang yang popularitasnya meluas hingga Eropa dan Asia. Generasi ketiga kemudian lahir, dengan boy group dan girl group seperti EXO, BTS, Blackpink, Twice, dan Red Velvet yang berhasil mempopulerkan Kpop hingga banyak digandrungi oleh penggemar di mancanegara. Generasi keempat (2019- 2022) melanjutkan popularitas ini dengan grup-grup seperti Stray Kids, ATEEZ, ITZY, dan Treasure, yang semakin memperkuat posisi Kpop di kancah global. Saat ini, Kpop telah memasuki generasi kelima, yang dimulai pada tahun 2023, dengan grup-grup baru yang terus berkembang dan menarik perhatian penggemar di seluruh dunia. Melihat Kpop semakin populer, dengan grup idol yang tidak hanya melakukan promosi global tetapi juga berkolaborasi dengan artis internasional, fenomena ini dikenal sebagai “Korean Wave” atau “Hallyu,” yang mengacu pada penyebaran budaya Korea, termasuk musik, drama, make-up, dan fashion, yang diterima dengan baik di seluruh dunia[2]. Fenomena Korean Wave juga sangat terasa di Indonesia, di mana banyak remaja sangat menyukai Kpop. Mereka rela mengeluarkan uang untuk membeli merchandise idol mereka, seperti lightstick, photocard, album musik, dan tiket konser [3]. Minat penggemar Kpop terhadap produk-produk Korea terus meningkat karena produk-produk tersebut memiliki daya tarik khusus. Penjual menggunakan berbagai strategi untuk menarik perhatian penggemar Kpop.

Menurut Tjiptono (2015, p.387), promosi adalah bagian dari bauran pemasaran yang bertujuan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen tentang merek dan produk. Dengan banyaknya penggemar Kpop, perusahaan-perusahaan hiburan Korea terus menciptakan produk baru dan unik serta menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik penggemar dan memperluas pasar mereka. Produk-produk ini termasuk album musik, lightstick, dan merchandise lainnya. Penjualan album Kpop di Indonesia memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Pembelian album dan merchandise Kpop oleh penggemar Indonesia tidak hanya meningkatkan pendapatan bagi perusahaan hiburan Korea tetapi juga berdampak positif pada ekonomi lokal. Banyak penggemar yang membeli produk ini dari toko-toko lokal, baik online maupun Offline, yang mendukung perekonomian lokal. Selain itu, konser Kpop di Indonesia menarik banyak penggemar dari berbagai daerah, yang berkontribusi pada sektor pariwisata dan perhotelan. Tingginya penjualan album Kpop dan produk terkait di Indonesia menunjukkan kuatnya pengaruh Korean

Wave di negara ini. Fenomena ini tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi bagi perusahaan Korea tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia melalui peningkatan penjualan merchandise, dukungan bisnis lokal, dan sektor pariwisata. Oleh karena itu, penelitian ini menarik untuk dilakukan guna memahami strategi pemasaran yang digunakan dan dampaknya terhadap ekonomi, terutama mengingat besarnya minat masyarakat Indonesia terhadap produk-produk Kpop. Dengan latar belakang ini penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingginya penjualan album Kpop dan dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia, serta mengeksplorasi strategi pemasaran yang efektif dalam industri ini.

Terdapat beberapa studi yang mengungkapkan hubungan antara fenomena Kpop dan dampaknya terhadap ekonomi suatu negara. Misalnya, penelitian oleh Kim dan Oh (2017) menyoroti kontribusi industri hiburan Korea terhadap ekonomi nasional, dengan fokus pada pertumbuhan industri musik Kpop dan dampaknya terhadap ekonomi domestik. Mereka menemukan bahwa Kpop telah menjadi salah satu ekspor utama Korea Selatan, yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara tersebut. Selain itu, penelitian oleh Park et al. (2019) mengeksplorasi efek Korean Wave terhadap pertumbuhan industri pariwisata di Korea Selatan. Mereka menemukan bahwa popularitas Kpop, bersama dengan drama dan film Korea, telah menarik sejumlah besar wisatawan asing ke Korea Selatan, yang pada gilirannya meningkatkan pendapatan dari sektor pariwisata.

Meskipun banyak penelitian yang menyoroti dampak positif Korean Wave, ada juga kritik terhadap fenomena ini. Sebuah studi oleh Lee (2018) menyoroti dampak negatif dari Globalisasi budaya Korea, termasuk peningkatan ketidaksetaraan sosial dan ekonomi di dalam Negeri. Dia menunjukkan bahwa meskipun Korean Wave memberikan manfaat ekonomi bagi Korea Selatan secara keseluruhan, tidak semua lapisan masyarakat mendapatkan keuntungan yang sama dari fenomena ini. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana fenomena Kpop, khususnya penjualan album, berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dengan melihat tinjauan literatur yang ada, penelitian ini akan mencoba untuk melengkapi pemahaman kita tentang dampak ekonomi dari popularitas Kpop di Indonesia, serta mengeksplorasi strategi pemasaran yang mungkin telah digunakan dalam industri ini.

2. Metode Penelitian

Objek Penelitian ini adalah Penggemar Kpop yang aktif dalam menggunakan platform media sosial dan pernah membeli album dari idol Korea yang disukainya baik itu hanya sekali pembelian ataupun

lebih. Penelitian ini menggunakan desain deskriptif kualitatif dalam pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dalam membeli album Kpop berdasarkan pelayanan penjual album Kpop dalam melayani pelanggan. Dalam Melakukan Penyusunan atas penelitian ini adalah dengan menggunakan dua metode pengumpulan data yaitu: (1) Studi Pustaka, dan (2) Kuisioner. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan wawancara. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui kajian literatur sebelumnya melalui jurnal yang relevan dengan topik penelitian.

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini didasari oleh beberapa alasan yang penting. Pertama, popularitas Kpop di Indonesia telah mencapai tingkat yang signifikan, dengan banyaknya penggemar yang aktif dan antusias terhadap industri musik Korea. Hal ini tercermin dalam tingginya penjualan album Kpop dan produk terkait di Indonesia, yang menunjukkan dampak yang besar terhadap ekonomi lokal.

Kedua, meskipun banyak penelitian telah dilakukan tentang dampak Korean Wave secara global, masih sedikit penelitian yang fokus pada kontribusi Kpop terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia secara khusus. Oleh karena itu, penelitian ini akan memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana fenomena Kpop memengaruhi ekonomi negara tersebut.

Selain itu, penelitian ini juga bermaksud untuk mengidentifikasi strategi pemasaran yang efektif yang digunakan oleh perusahaan hiburan Korea dalam memasarkan album Kpop di Indonesia. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang strategi ini, penelitian ini dapat memberikan masukan yang berharga bagi industri musik dan hiburan, serta bagi para pengambil kebijakan di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini penting untuk dilakukan guna memahami secara lebih mendalam tentang hubungan antara popularitas Kpop dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, serta untuk mengeksplorasi strategi pemasaran yang dapat mendukung pertumbuhan industri ini di masa mendatang.

Salah satu fenomena globalisasi di Indonesia dalam bentuk interaksi budaya adalah masuknya berbagai kebudayaan Korea Selatan di Indonesia seperti Kpop. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak tingginya penjualan album K-pop terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Mengidentifikasi

faktor-faktor yang berkontribusi terhadap tingginya penjualan album K-Pop di Indonesia. Memahami bagaimana popularitas K-Pop di Indonesia mempengaruhi pola pengeluaran konsumen, dan Menjelaskan peran media sosial dan platform online dalam mempromosikan K-Pop dan mempengaruhi penjualan album di Indonesia. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penjualan album K-pop di Indonesia telah mengalami peningkatan signifikan dan memberikan rekomendasi kebijakan untuk mendukung pertumbuhan industri K-pop di Indonesia. Dengan demikian, potensi ekonomi dari industri K-pop dapat dioptimalkan dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian nasional.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat temuan penelitian yang menemukan beberapa hal menarik antara lain variabel Masa Pacaran, Hubungan, Pernikahan, serta Strategi Pemasaran Album Kpop Melalui Media Online dan Pengaruh Kualitas Album terhadap Minat Beli Album Fisik Musik Kpop Kualitas.

Daftar Rujukan

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dan dukungan dalam penelitian ini. Terima kasih kepada Prodi Manajemen Perkantoran Digital Fakultas Vokasi dalam mata kuliah Manajemen Pemasaran yang telah memberikan tugas penelitian ini, terimakasih juga kami sampaikan kepada bapak Dr. Rahmat Yuliawan., SE., MM., CHRM., CPM Asia, bapak Sudarnice , dan rekan rekan saya atas bimbingan, saran, dan masukan yang berharga. Kami sangat bersyukur karena telah menyelesaikan penelitian ini sampai selesai. Terakhir, terima kasih kepada semua responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.

Daftar Rujukan

- [1] J. Park, "From Cultural Export to Economic Engine: Examining the Role of K- Pop in the Growth of the South Korean Economy," *Open J. Bus. Manag.*, vol. 11, no. 05, pp. 2198–2214, 2023, doi: 10.4236/ojbm.2023.115121.
- [2] E. s. O. Bae, M. Chang, E. S. Park, and D. C. Kim, "The effect of Hallyu on tourism in Korea," *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex.*, vol. 3, no. 4, 2017, doi: 10.1186/s40852-017-0075-y.
- [3] A. Lee, "The Korean Wave," *South Korean Pop. Cult. North Korea*, no. September, pp. 96–108, 2019, doi: 10.4324/9781351104128-6