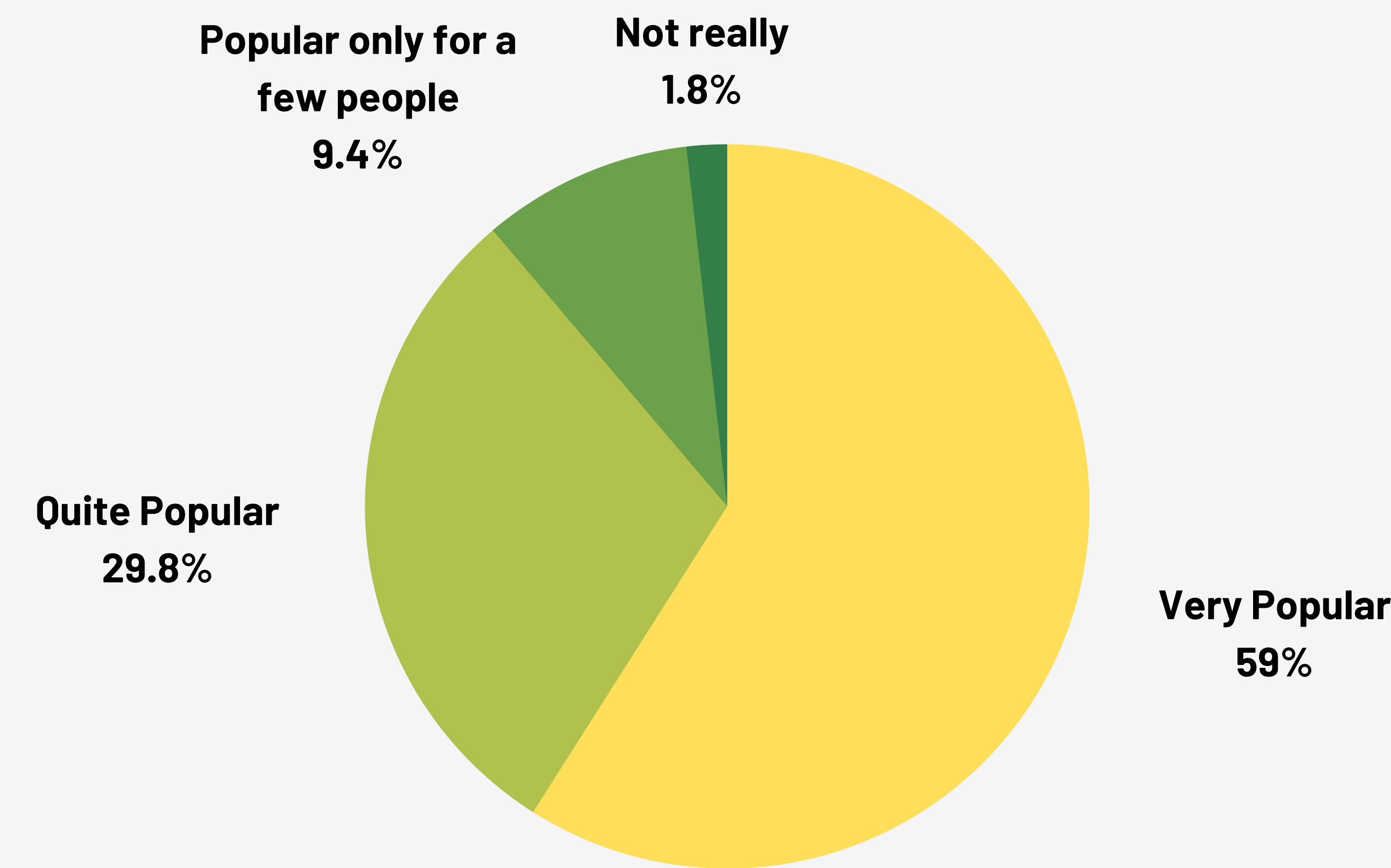
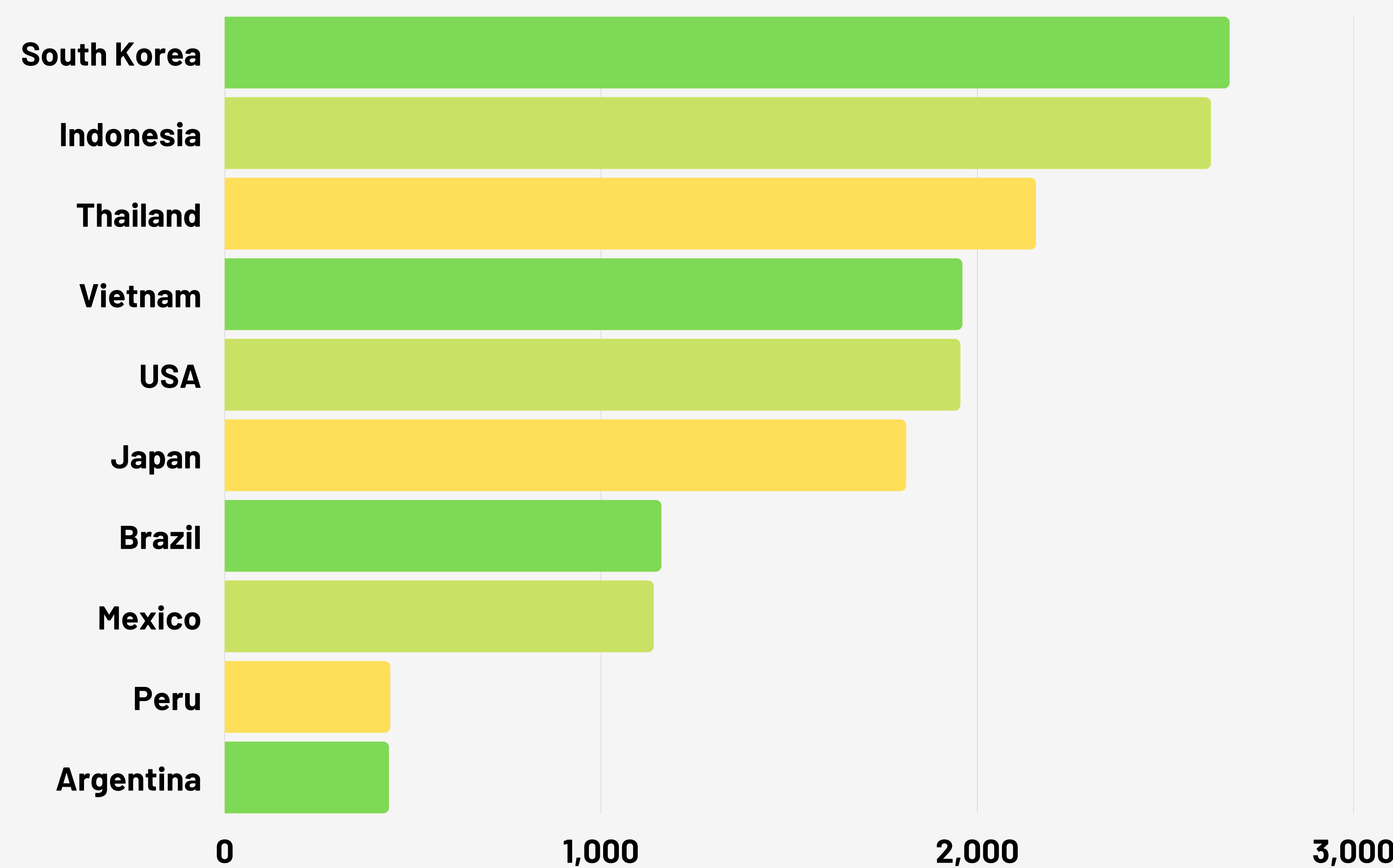


MARAKNYA GENRE MUSIK K-POP DI INDONESIA BERPOTENSI TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DI E-COMMERCE?

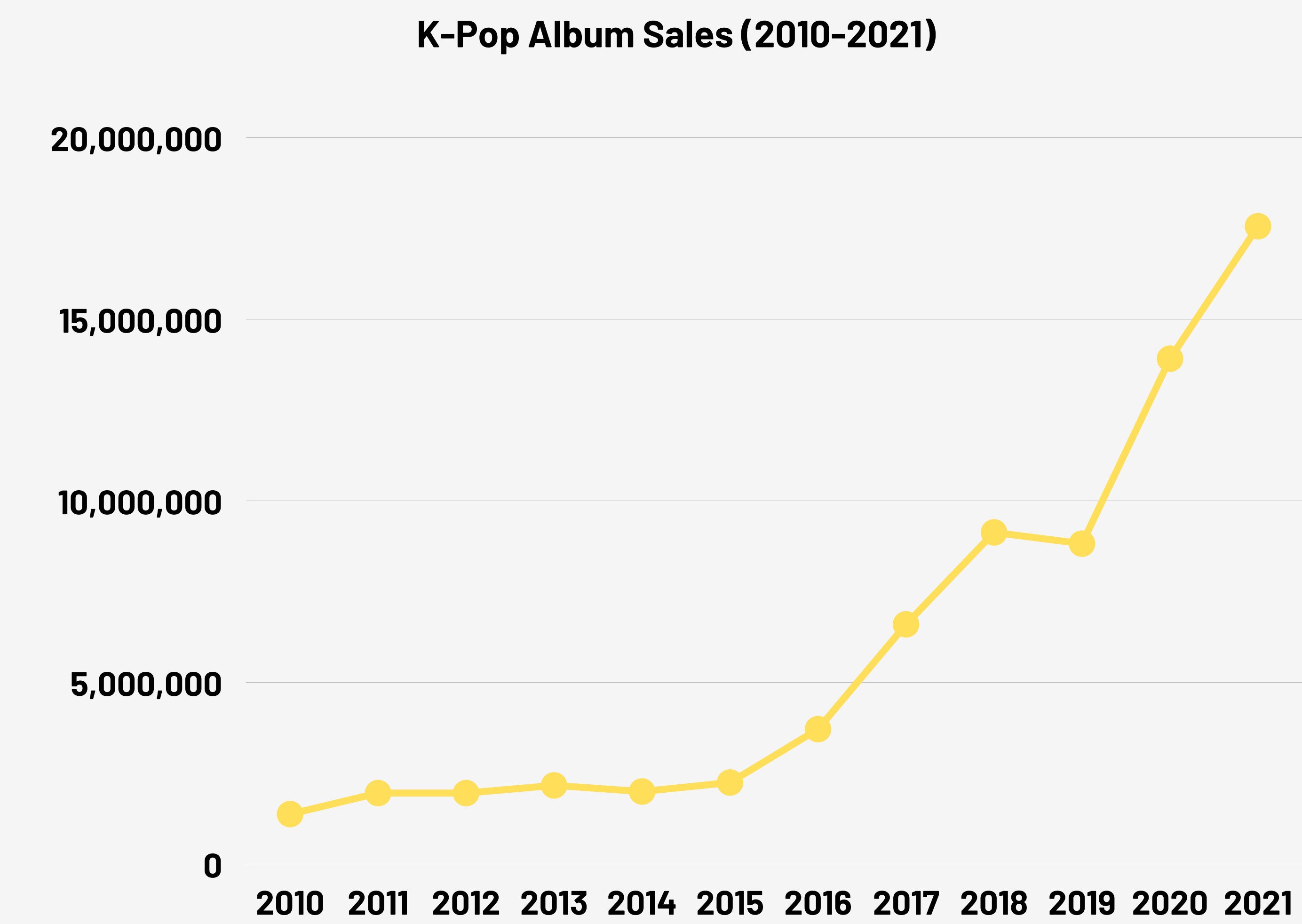
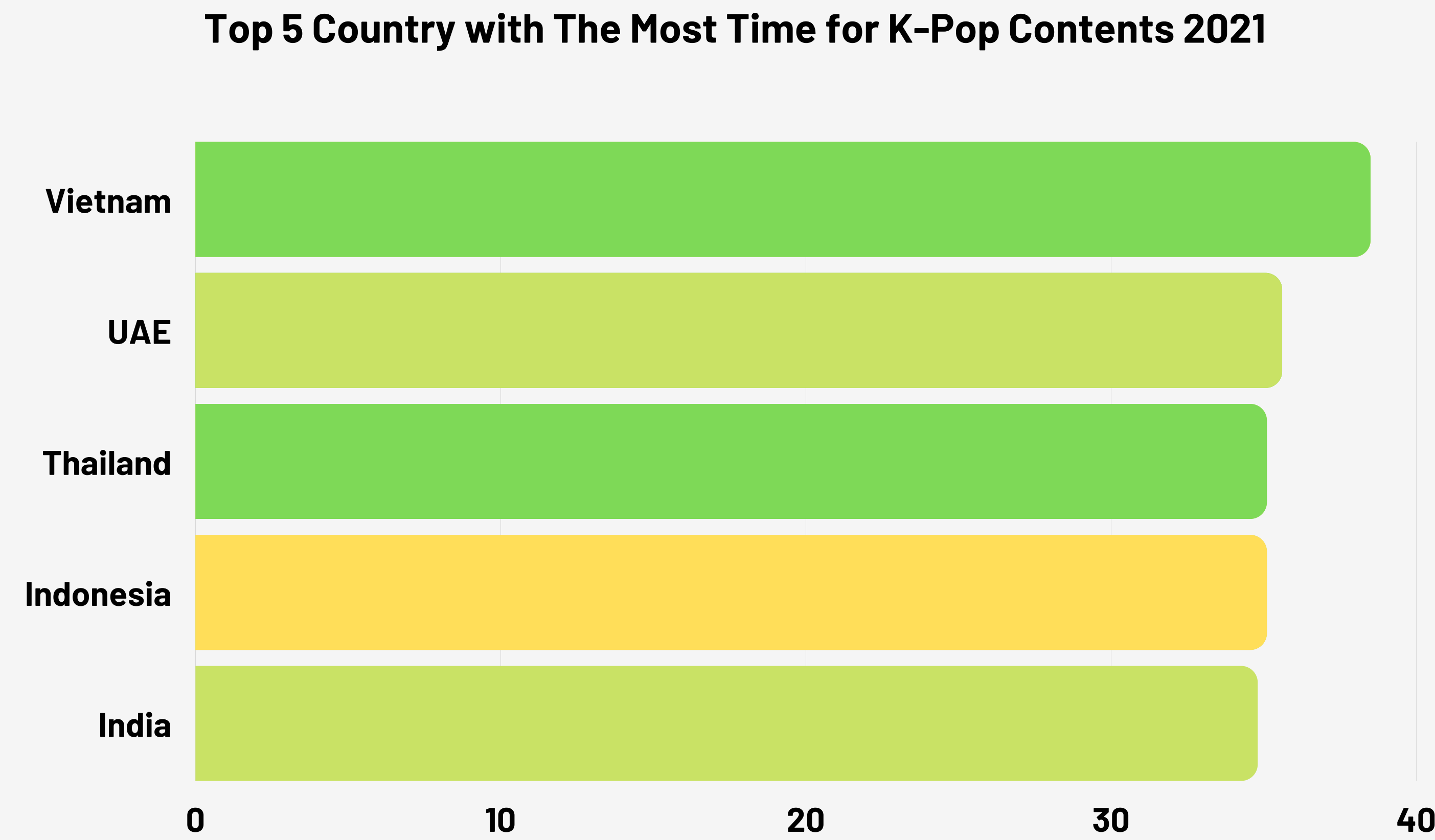
Survei dilakukan oleh Lembaga Pertukaran Budaya Internasional Korea terhadap popularitas K-Pop di Indonesia tahun 2019. ✓



Didukung oleh data negara dengan penonton konten K-Pop terbanyak di YouTube tahun 2019, di mana Indonesia menempati urutan kedua. ✓



Tahun 2021 lalu, tercatat bahwa terdapat 75 miliar twit tentang genre musik K-Pop. Indonesia menduduki posisi nomor satu sebagai penyumbang twit dengan topik K-Pop terbanyak. ✓

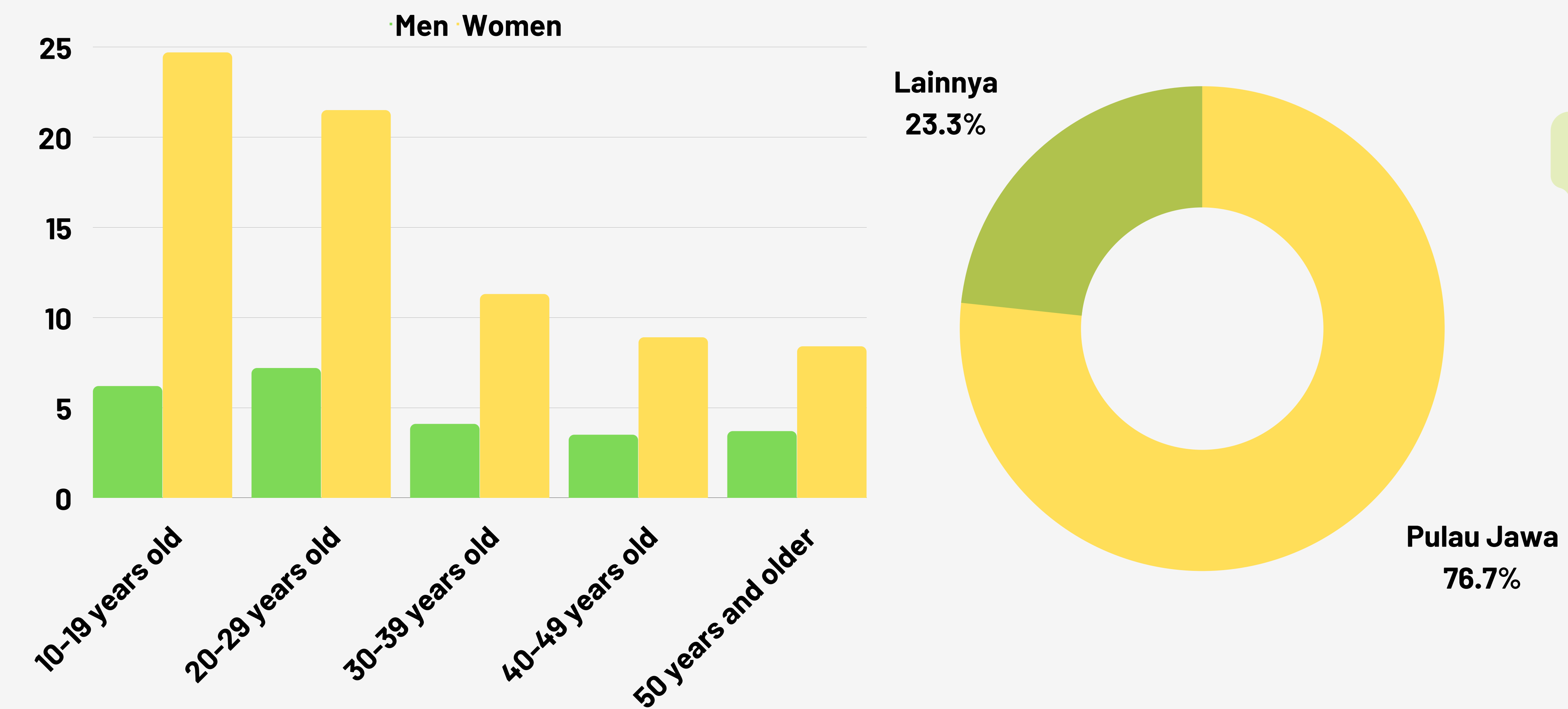


Semakin populernya musik K-Pop di Indonesia juga ditunjukkan oleh peningkatan penjualan album yang sangat signifikan dari tahun ke tahun, serta Indonesia menjadi negara urutan keempat sebagai negara yang memiliki waktu paling lama dalam mengonsumsi konten dari musik K-Pop. ✓

STAN

Lalu, bagaimana penyebaran penggemar musik K-Pop di Indonesia?

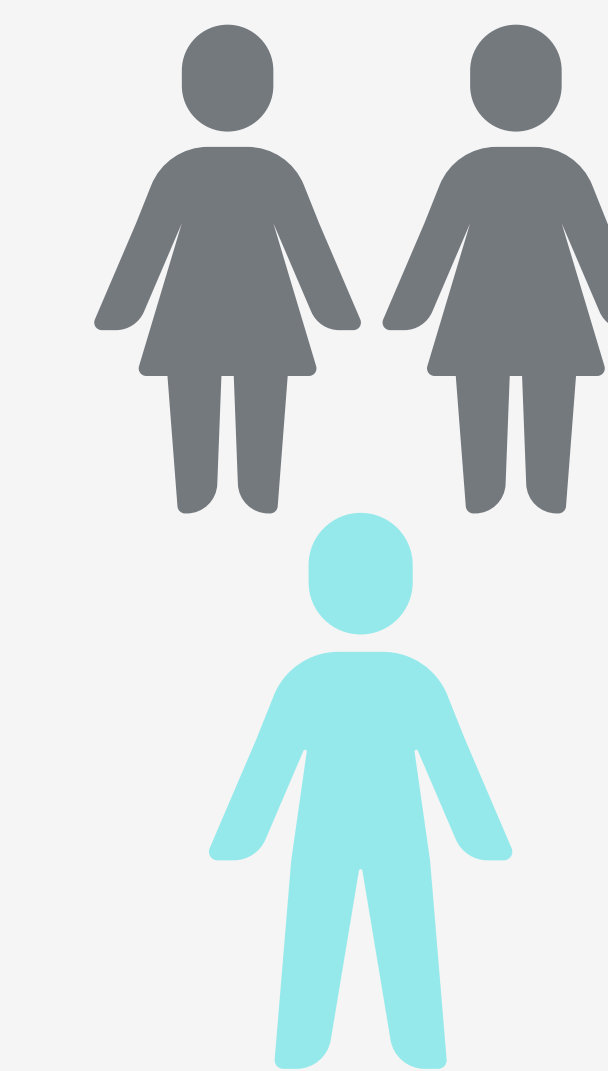
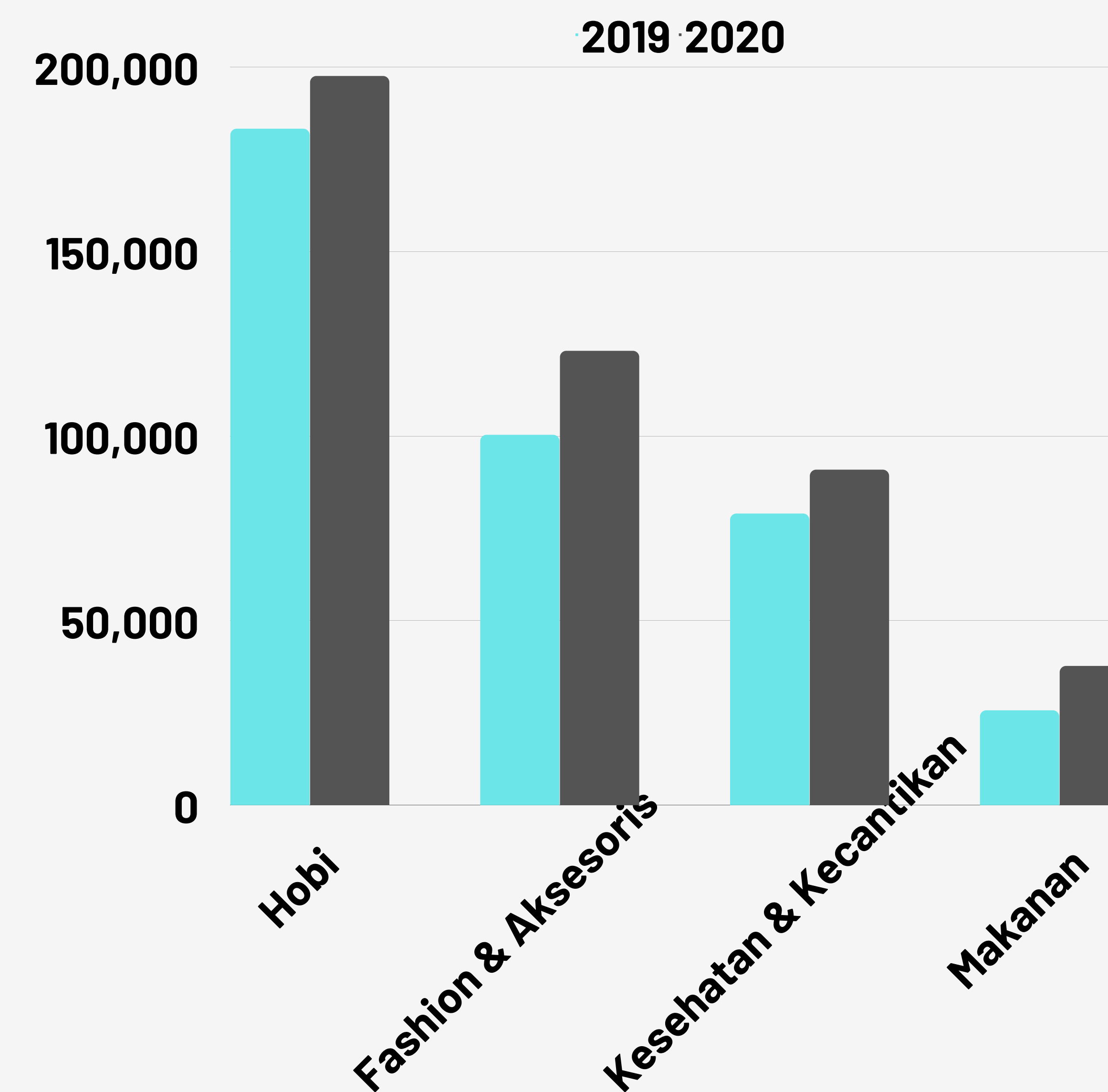
Sebaran Penggemar K-Pop berdasarkan Umur, Jenis Kelamin, dan Lokasi



Diketahui bahwa penggemar K-Pop didominasi oleh generasi milenial dan gen-z, serta didominasi oleh perempuan. Selain itu, penggemar K-Pop sebagian besar berasal dari Pulau Jawa. ✓

Oleh karena itu, fenomena ini memunculkan ide-ide baru dan besar kesempatan untuk menaikkan *growth* suatu bisnis, salah satunya di bidang e-commerce.

Tidak hanya menjadikan musik dan hobi, fenomena maraknya K-Pop meluas sampai pada bidang **Fashion**, **Makanan**, hingga **Kecantikan**.



Berdasarkan analisis e-commerce customer behaviour yang dilakukan, didapat:

- Kategori **Fashion & Aksesoris** menjadi kategori yang **paling diminati**, baik berdasarkan umur konsumen ataupun jenis kelamin. Ditunjukkan oleh **peningkatan** rata-rata transaksi per kategori dari tahun 2019 - 2020.
- Intensitas belanja **perempuan** cenderung **lebih tinggi** dari laki-laki.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa:

Berdasarkan analisis deskriptif secara grafis di atas, diketahui bahwa fenomena populernya musik K-Pop di Indonesia sangat berpotensi untuk meningkatkan peluang bisnis atau meningkatkan *growth* suatu bisnis di e-commerce (terutama di bidang **Fashion**), mengingat kategori **Fashion** adalah kategori yang paling diminati sejak 2019. Analisis mengenai bagaimana popularitas K-Pop di Indonesia menunjukkan potensi pasar yang sangat luas.

REFERENSI
<http://tiny.cc/CapstoneProjectReferences>