

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK
MERCHANDISE KPOP**



Dosen: Supangat, S.Kom., M.Kom.

Disusun oleh:

Ariek Melinia Febiyanti (1211800059)

KELAS E

PRODI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Kata Pengantar

Dengan puji syukur tuhan yang maha esa, saya dapat menyelesaikan tugas ETS untuk mata kuliah E-bisness Technopreneurship Digital Content dosen pengampu Supangat, M.Kom., ITIL., COBIT, yang berjudul Analisa Strategi pemasaran Produk Merchandise Kpop.

Diera digital ini banyak yang membeli merchandise di store online diberbagai daerah, yang rata banyak dijual di oren atau sering disebut Shopee. Banyak yang membeli online shop di oren karena banyak yang menjual merchandise dari berbagai jenis barang dan system pembeliannya bias melalui DP jika barang sudah sampai diseller bias melakukan pembayaran pelunasannya.

Saya harap dalam penulisan artikel ini saya harap dapat bermanfaat bagi pembaca yang khususnya dalam membutuhkan sebuah informasi strategi pemasaran merchandise.

Abstrak

Teknologi saat ini semakin lama semakin berkembang pesat, dan penggunaanya harus cerdas dalam memanfaatkan teknologi saat ini. Misalnya, cara berjualan dengan baik dan benar, pada jaman dahulu sebelum ada internet teknik marketing dalam bisnis cukup dilakukan dengan cara outdorr atau langsung menuju tempat lapang dan dibantu sales marketing. Saat ini pemasaran dengan cara itu masih ada namun tidak sebanyak pada jaman sebelum ada teknologi. Adapun beberapa perusahaan yang menggunakan teknik marketing seperti itu yaitu industry rokok. Dikarenakan, rokok tidak dapat dipasarkan melalu strategi pemasaran jaman sekarang yang dipromosikan melalu social media, dikarenakan banyak toko yang menjualkan produk itu dan mudah dijumpai masyarakat.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Korean pop atau yang sering dikenal K-pop yang merupakan musik populer yang berasal dari negara ginseng yaitu Korea Selatan. Saat ini banyak artis dan kelompok music band korea yang sudah menembus dipasar dalam negeri maupun mancanegara. Banyak masyarakat yang sangat antusias terhadap musik kpop atau yang disebut demam korea (Korean Wave) dimancanegara. Korean Wave saat ini menjadi budaya melekat dikalangan masyarakat.

Pada tahun 1885 muncul genre musik baru di Korea yang disebut changga, sebuah genre musik yang alunan instrumental modern seperti gitar, drum, flute, dan lainnya. Musik tersebut merupakan musik adaptasi dari pop barat dan menggunakan lirik bahasa Korea.

Memasuki era ini, mulai muncul manajemen seperti SM Entertainment, YG Entertainment dan JYP Entertainment, maka banyak yang menghasilkan idola berbakat. Entertainment mereka menerapkan system training yang bertahun-tahun, site minilah yang akan menjadi titik awal pada banyak munculnya idola-idola baru yang sukses pada awal 2000an.

Pada memasuki tahun 2011, industry dunia kpop mulai merangsang ke sejumlah negara asia bahkan eropa tak terkecuali di Indonesia. Yang mulanya diperkenalkan drama korea yang melalui televisi swasta pada tahun 2002. Dari drama tersebut mulailah bermunculan kurang lebih 50 judul drama korea yang mulai bermunculan diberbagai media di Indonesia. Dari drama tersebut banyak diminati ditengah air, tak terkecuali didalam bidang music.

Akhir-akhir ini, perkembangan musik Korea semakin berkembang dan diminati oleh orang-orang dari mancanegara. Saat ini banyaknya muncul boygrup, girlgrup dan solois baru di industry yang membuat semakin banyak yang menyukai music mereka dan visual mereka. Fans mereka saat ini disebut dengan Kpopers. Kpopers tidak hanya ada di dalam Korea saja melainkan juga di luar Korea termasuk Indonesia. Sudah banyak remaja di Indonesia yang menyukai Boygroup dan Girlgroup Korea. Mereka rela mengeluarkan dana

yang tidak sedikit untuk membeli tiket konser dan membeli merchandise idol yang mereka sukai.

Minat beli merupakan sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk membeli agar dapat memilikinya. Harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk / jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Promosi adalah kegiatan komunikasi non personal yang disampaikan lewat media dengan membayar ruang yang dipakainya untuk menyampaikan pesan yang bersifat membujuk (persuasif) kepada konsumen oleh perusahaan.

Karena banyaknya penggemar yang minat terhadap hal yang berbau K-Pop yang membuat Perusahaan Manajemen K-Pop yang menaungi aktris mereka berlomba-lomba untuk melakukan strategi pemasaran dan pembuatan produk yang baik untuk menarik perhatian para penggemar. Salah satu contohnya yaitu dengan merilis album, merchandise dan membuat produk yang unik dan menarik sehingga memberikan kesan yang mendalam bagi para penggemarnya. Dari penulisan diatas, saya tertarik untuk melakukan penelitian terhadap pengaruh pemasaran, harga dan kualitas produk terhadap peminat kolektor merchandise disitus online.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam Musik Korea Pop (Kpop) yang merupakan salah satu genre music yang sangat diminati banyak kalangan penggemar di Indonesia. Kpop memiliki keunikan dalam musiknya tersendiri yang membuat para penggemar pun sangat menikmati keunikan tersebut dan menaruh banyak cinta. Segala banyak jenis barang yang berbau idol kpop banyak penggemar yang berbondong-bondong membelinya di Indonesia yang cukup besar. Harga dan promosi menjadi factor yang mempengaruhi minat beli banyak penggemar terhadap produk yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian yang diatas dapat membuat pernyataan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh dari harga yang ditawarkan pada penjualan merchandise kpop?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat pembelian merchandise kpop?
3. Apakah harga, promosi, kualitas berpengaruh pada minat pembelian merchandise?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga yang ditawarkan pada pembelian merchandise
2. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh minat beli merchandise
3. Untuk mengetahui apakah persepsi harga, kualitas, promosi terhadap pembelian merchandise

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dalam bidang ekonomi dalam memasarkan produk. Dapat menjadi bahan pembelajaran referensi penelitian dalam memasarkan produk khususnya sumber daya, produk, harga kualitas produk.

2. Manfaat praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memberikan informasi dan masukan bermanfaat bagi semua pelaku bisnis. Dengan melihat penelitian ini dapat bermanfaat bagaimana cara strategi memasarkan dengan baik dari sebelumnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Metode Penelitian

Dalam penulisan artikel ini menggunakan penelitian deskriptif. Metode yang dilakukan untuk menunjukkan peristiwa yang sedang terjadi saat ini dan yang akan datang, dimana dalam artikel ini dalam penjualan merchandise kpop.

2.2 TINJAUAN PUSTAKA

Supangat (2020), pertemuan keempat – digital content

<http://repository.untag-sby.ac.id/6047/>

Pusat Google Penelusuran - pengertian Kpop

<https://id.wikipedia.org/wiki/K-pop>

<https://hot.detik.com/kpop/d-2697865/digodok-sejak-90-an-kpop-kini-mendunia>

<https://cpssoft.com/blog/manajemen/pengertian-manajemen-pemasaran-fungsi-konsep-dan-karakteristiknya/>

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Philip Kotler, “Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian program yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang diinginkan dengan pasar sasaran untuk tujuan mencapai tujuan organisasi.

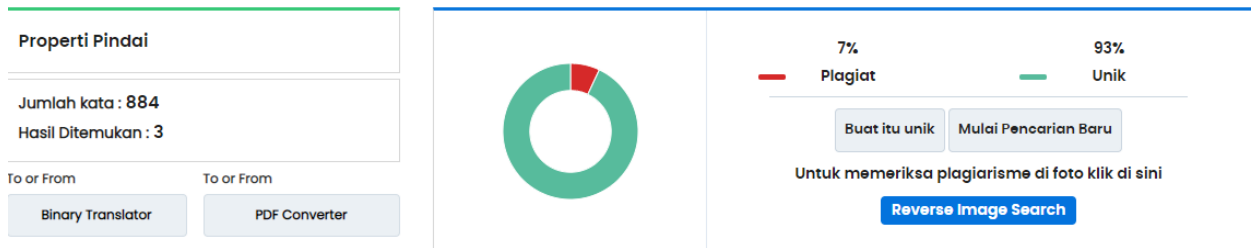
Digital Marketing atau teknik pemasaran secara digital yang diartikan sebagai pemasaran melalui perangkat elektronik dengan beragam teknik marketing dimana kita dapat terhubung pada semua calon konsumen secara online. Saat ini banyak kolektor merchandise kpop semakin banyak, ada yang hanya sekedar menjadi kolektor ada yang hanya membeli merchandise untuk kepuasan diri sendiri.

Misalnya ada yang membeli album murah dari seller korea ada yang membeli lewat aplikasi online, saat ini banyak yang ingin menghasilkan uang lewat teknologi saat ini. Contohnya, menjadi admin grup order atau sering disebut GO yang melakukan transaksi pembelian merchandise kpop yang sudah banyak membeli melalui seller korea atau web resmi dari toko merchandise.

Mereka memasarkan produknya melalui situs online seperti Twitter, Line dan Instagram. Sehingga banyak yang tertarik melakukan pembelian yang mereka lihat dari situs tersebut lalu membelinya melalui chat pribadi.

KESIMPULAN

Jadi kesimpulan di era saat ini teknologi semakin berkembang, sehingga para kolektor merchandise kpop lebih mudah dengan ada system pemasaran saat ini yang terdapat grup order yang banyak tersedia, tetapi harus lebih berhati-hati dalam pembelian melalui web resmi atau lewat grup order. Akan lebih aman membeli merchandise, membeli langsung pada toko resmi atau lewat website resmi.



Kata Pengantar Dengan puji syukur tuhan yang maha esa, saya dapat menyelesaikan tugas ETS untuk mata kuliah E-bisness Technopreneurship Digital Content dosen pengampu Supangat, M.Kom., ITIL., COBIT, yang berjudul Analisis Strategi pemasaran Produk Merchandise Kpop. Diera digital ini banyak yang membeli merchandise di store online diberbagai daerah, yang rata banyak dijual di oren atau sering disebut Shopee. Banyak yang membeli online shop di oren karena banyak yang menjual merchandise dari berbagai jenis barang dan system pembeliannya bias melalui DP jika barang sudah sampai diseller bias melakukan pembayaran pelunasannya. Saya harap dalam penulisan artikel ini saya harap dapat bermanfaat bagi pembaca yang khususnya dalam membutuhkan sebuah informasi strategi pemasaran merchandise.

Abstrak Teknologi saat ini semakin lama semakin berkembang pesat, dan penggunaanya harus cerdas dalam memanfaatkan teknologi saat ini. Misalnya, cara berjualan dengan baik dan benar, pada jaman dahulu sebelum ada internet teknik marketing dalam bisnis cukup dilakukan dengan cara outdorr atau langsung menuju tempat lapang dan dibantu sales marketing. Saat ini pemasaran dengan cara itu masih ada namun tidak sebanyak pada jaman sebelum ada teknologi. Adapun beberapa perusahaan yang menggunakan teknik marketing seperti itu yaitu industry rokok. Dikarenakan, rokok tidak dapat dipasarkan melalu strategi pemasaran jaman sekarang yang dipromosikan melalu social media, dikarenakan banyak toko yang menjualkan produk itu dan mudah dijumpai masyarakat.

BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Korean pop atau yang sering dikenal K-popyang merupakan musik populer yang berasal dari negara gingseng yaitu Korea Selatan. Saat ini banyak artis dan kelompok music band korea yang sudah menembus dipasar dalam negeri maupun mancanegara. Banyak masyarakat yang sangat antusias terhadap musik kpop atau yang disebut demam korea (Korean Wave) dimancanegara. Korean Wave saat ini menjadi budaya melekat dikalangan masyarakat. *Pada tahun 1885 muncul genre musik baru di Korea yang disebut changga, sebuah genre musik yang alunan instrumental modern seperti gitar, drum, flute, dan lainnya. Musik tersebut merupakan musik adaptasi dari pop barat dan menggunakan lirik bahasa Korea.* Memasuki era ini, mulai muncul manajemen seperti SM Entertainment, YG Entertainment dan JYP Entertainment, maka banyak yang menghasilkan idola berbakat. Entertainment mereka menerapkan system training yang bertahun-tahun, site minilah yang akan menjadi titik awal pada banyak munculnya idola-idola baru yang sukses pada awal 2000an. Pada memasuki

tahun 2011, industri dunia kpop mulai merangsang ke sejumlah negara asia bahkan eropa tak terkecuali di Indonesia. Yang mulanya diperkenalkan drama korea yang melalui televisi swasta pada tahun 2002. Dari drama tersebut mulailah bermunculan kurang lebih 50 judul drama korea yang mulai bermunculan diberbagai media di Indonesia. Dari drama tersebut banyak diminati ditanah air, tak terkecuali didalam bidang music. Akhir-akhir ini, perkembangan musik Korea semakin berkembang dan diminati oleh orang-orang dari mancanegara. Saat ini banyakya muncul boygrup, girlgrup dan solois baru di industri yang membuat semakin banyak yang menyukai music mereka dan visual mereka. Fans mereka saat ini disebut dengan Kpopers. Kpopers tidak hanya ada di dalam Korea saja melainkan juga di luar Korea termasuk Indonesia. Sudah banyak remaja di Indonesia yang menyukai Boygroup dan Girlgroup Korea. Mereka rela mengeluarkan dana yang tidak sedikit untuk membeli tiket konser dan membeli merchandise idol yang mereka sukai. *Minat beli merupakan sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk membeli agar dapat memilikinya.* Harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk / jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Promosi adalah kegiatan komunikasi non personal yang disampaikan lewat media dengan membayar ruang yang dipakainya untuk menyampaikan pesan yang bersifat membujuk (persuasif) kepada konsumen oleh perusahaan. Karena banyaknya penggemar yang minat terhadap hal yang berbau K-Pop yang membuat Perusahaan Manajemen K-Pop yang menaungi aktris mereka berlomba-lomba untuk melakukan strategi pemasaran dan pembuatan produk yang baik untuk menarik perhatian para penggemar. Salah satu contohnya yaitu dengan merilis album, merchandise dan membuat produk yang unik dan menarik sehingga memberikan kesan yang mendalam bagi para penggemarnya. Dari penulisan diatas, saya tertarik untuk melakukan penelitian terhadap pengaruh pemasaran, harga dan kualitas produk terhadap peminat kolektor merchandise disitus online. BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN Menurut Philip Kotler, “Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian program yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang diinginkan dengan pasar sasaran untuk tujuan mencapai tujuan organisasi. Digital Marketing atau teknik pemasaran secara digital yang diartikan sebagai pemasaran melalui perangkat elektronik dengan beragam teknik marketing dimana kita dapat terhubung pada semua calon konsumen secara online. Saat ini banyak kolektor merchandise kpop semakin banyak, ada yang hanya sekedar menjadi kolektor ada yang hanya membeli merchandise untuk kepuasan diri sendiri. Misalnya ada yang membeli album murah dari seller korea ada yang membeli lewat aplikasi online, saat ini banyak yang ingin menghasilkan uang lewat teknologi saat ini. Contohnya, menjadi admin grup order atau sering disebut GO yang melakukan transaksi pembelian merchandise kpop yang sudah banyak membeli melalui seller korea atau web resmi dari toko

merchandise. Mereka memasarkan produknya melalui situs online seperti Twitter, Line dan Instagram. Sehingga banyak yang tertarik melakukan pembelian yang mereka lihat dari situs tersebut lalu membelinya melalui chat pribadi. **KESIMPULAN** Jadi kesimpulan di era saat ini teknologi semakin berkembang, sehingga para kolektor merchandise kpop lebih mudah dengan ada system pemasaran saat ini yang terdapat grup order yang banyak tersedia, tetapi harus lebih berhati-hati dalam pembelian melalui web resmi atau lewat grup order. Akan lebih aman membeli merchandise, membeli langsung pada toko resmi atau lewat website resmi

Properti Pindai

Jumlah kata : 951
Hasil Ditemukan : 7

To or From To or From

Binary Translator PDF Converter
