



RANCANGAN MODEL BISNIS PROSPEKTIF *BRAND* KVERSE : BISNIS *MERCHANDISE* FESYEN K-POP PADA ERA *KOREAN WAVE*

RIKI IRAWAN



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
Bogor Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul Rancangan Model Bisnis Prospektif *Brand Kverse : Bisnis Merchandise* Fesyen K-pop Pada Era *Korean Wave* adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2025

Riki Irawan
K14180083

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
Bogor Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

ABSTRAK

RIKI IRAWAN. Rancangan Model Bisnis Prospektif *Brand Kverse* : Bisnis *Merchandise* Fesyen K-pop Pada *Era Korean Wave*. Dibimbing oleh M. SYAMSUL MA'ARIF dan ANITA PRIMASWARI WIDHIANI

Korean Wave adalah fenomena penyebaran budaya populer Korea Selatan ke berbagai negara di dunia termasuk Indonesia. Perkembangan *Korean Wave* yang semakin pesat memunculkan peluang bisnis bagi *brand Kverse* untuk memenuhi kebutuhan *fans K-pop* akan produk *merchandise K-pop*. Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi permasalahan pelanggan pada saat ingin membeli produk *merchandise K-pop*, merumuskan model bisnis yang prospektif, dan membuat *prototype* produk dan online store. Penelitian ini dilakukan dengan mewawancarai 15 responden pada anggota komunitas K-pop di Twitter dan 43 responden menggunakan kuesioner. Data dianalisis menggunakan metode kualitatif. Hasil analisis uji masalah menunjukkan permasalahan yang sering dialami oleh responden yaitu tingginya risiko penipuan, *pre-order* barang yang terlalu lama dan harga produk *merchandise* yang kurang terjangkau. Oleh karena itu, dirumuskan model bisnis *Lean Canvas* dengan pendekatan *Empathy Map* yang berfokus pada solusi yaitu menyediakan toko online melalui *marketplace*, membuat sistem produk *ready stock*, dan memberikan harga yang lebih terjangkau.

Kata kunci : *Empathy Map*, Fesyen, *Korean Wave*, *Lean Canvas*, *Merchandise K-pop*

ABSTRACT

RIKI IRAWAN. *Prospective Business Model Design for Kverse Brand* : *K-pop Fashion Merchandise Business in the Korean Wave Era*. Supervised by M. SYAMSUL MA'ARIF and ANITA PRIMASWARI WIDHIANI

Korean Wave is a phenomenon that spreads South Korean popular culture to various countries in the world including Indonesia. The rapid development of the *Korean Wave* has created business opportunities for the *Kverse brand* to meet the needs of *K-pop fans* for *K-pop merchandise products*. The purpose of this research is to identify customer problems when they want to buy *K-pop merchandise products*, formulate a prospective business model, and create product prototypes and online stores. This study was conducted by interviewing 15 respondents to members of the *K-pop community* on Twitter and 43 respondents using a questionnaire. The data was analyzed using qualitative methods. The results of the problem test analysis showed problems that were often experienced by respondents, namely the high risk of fraud, pre-orders of goods that took too long and the price of merchandise products that were not affordable. Therefore, a *Lean Canvas* business model was formulated with an *Empathy Map* approach that focuses on solutions, namely providing online stores through marketplaces, creating a ready stock product system, and providing more affordable prices.

Keywords: *Empathy Map*, Fashion, *Korean Wave*, *Lean Canvas*, *K-pop Merchandise*

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



**RANCANGAN MODEL BISNIS PROSPEKTIF *BRAND*
KVERSE : BISNIS *MERCHANDISE* FESYEN K-POP PADA
ERA *KOREAN WAVE***

RIKI IRAWAN

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Skripsi : Rancangan Model Bisnis Prospektif *Brand Kverse: Bisnis Merchandise* Fesyen K-pop Pada Era *Korean Wave*

Nama : Riki Irawan

NIM : K14180083

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Prof. Dr. Ir. M. Syamsul Ma'arif, M. Eng.



Pembimbing 2:

Anita Primaswari Widhiani, S.P., M.Si.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi Bisnis

Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.

NIP. 197711262008122001



Tanggal Ujian:

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanaahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah yang berjudul “Rancangan Model Bisnis Prospektif *Brand Kverse : Bisnis Merchandise* Fesyen K-pop Pada Era *Korean Wave*” dapat terselesaikan dengan baik. Karya Ilmiah ini juga tidak luput dari doa dan dukungan dari berbagai pihak. Sebagai bentuk penghormatan dan ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada :

1. Dosen Pembimbing skripsi Prof. Dr. Ir Mohammad Syamsul Ma'arif, M. Eng. dan Anita Primaswari Widhiani S.P., M.Si. yang memberikan masukan dan arahan selama penulisan karya ilmiah ini.
2. Orang Tua yang penulis sayangi, Bapak Lisyono dan Ibu Suyanti, adik penulis Fandi Pradika, serta keluarga besar yang memberikan memotivasi, nasihat dan doa kepada penulis
3. Alm. Wisnu Fatha Pradipta yang selalu memberikan *support* dan menjadi sahabat terbaik penulis
4. Keluarga Besar IPB University khususnya Sekolah Bisnis IPB, kakak dan adik tingkat, dosen, *staff*, dan alumni. serta teman teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang berjuang bersama selama masa perkuliahan.
5. Seluruh responden peneliti yang membantu memberikan ide, gagasam, kritik dan saran untuk rancangan ide penulis, dan
6. Seluruh pihak yang terlibat baik langsung maupun tidak langsung dalam mendukung penelitian.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2025

Riki Irawan

@Hak cipta milik IPB University



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 <i>Empathy Map</i>	7
2.2 Model Bisnis	8
2.3 <i>Prototype</i>	11
III METODE	13
3.1 Objek dan Waktu	13
3.2 Metode Pengumpulan Data	13
3.3 Teknik Penentuan Responden	13
3.4 Teknik Analisis Data	13
3.5 Kerangka Penelitian	14
3.6 Tabel Metode Penelitian	15
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	16
4.1 Permasalahan dan Kebutuhan Pelanggan	16
4.2 Model Bisnis	21
4.3 <i>Prototype</i> Produk	24
V SIMPULAN DAN SARAN	35
5.1 Simpulan	35
5.2 Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN	40
RIWAYAT HIDUP	44



DAFTAR TABEL

1	Kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB tahun 2020 – 2024	1
2	Pertumbuhan penyerapan tenaga kerja sektor ekonomi kreatif	1
3	Penjualan album fisik musik K-pop secara global	2
4	<i>Fanbase</i> dan <i>official account</i> K-pop di media sosial	4
5	Toko <i>online merchandise</i> K-pop di <i>marketplace</i>	5
6	Perbedaan blok BMC dan <i>Lean Canvas</i>	9
7	Tabel metode penelitian	16
8	Fitur MVP <i>brand Kverse</i>	26

DAFTAR GAMBAR

1	<i>Framework Empathy Map</i>	8
2	<i>Business Model Canvas</i> (BMC)	9
3	<i>Lean Canvas</i>	11
4	Kerangka Penelitian	15
5	<i>Empathy Map Kverse</i>	20
6	<i>Lean Canvas Kverse</i>	24
7	Tampilan awal toko Kverse	26
8	Tampilan produk Kverse	27
9	Tampilan halaman <i>check out</i>	27
10	Tampilan halaman ulasan pembeli	28
11	Diagram tanggapan responden terhadap solusi “ <i>brand</i> lokal sebagai alternatif agar bebas pajak impor”	29
12	Diagram tanggapan responden terhadap solusi “belanja melalui <i>marketplace</i> untuk mengurangi risiko penipuan”	29
13	Diagram tanggapan responden terhadap solusi “produk <i>ready stock</i> ”	30
14	Diagram tanggapan responden terhadap solusi “ <i>packaging</i> yang aman”	30
15	Diagram tanggapan responden terhadap solusi “penggunaan foto katalog <i>realpict</i> dan kualitas produk sesuai deskripsi”	31
16	Diagram tanggapan responden terhadap solusi “harga produk yang <i>affordable</i> ”	31
17	Diagram tanggapan responden terhadap “preferensi desain produk”	32
18	Diagram tanggapan responden terhadap solusi “produk <i>custom</i> ”	32
19	<i>Lean Canvas</i> validasi	34

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner uji masalah	41
2	Kuesioner uji solusi	42