

ANALISIS PELUANG BISNIS *K-FASHION* PADA PENGGEMAR K-POP DI BANDUNG RAYA DENGAN PENDEKATAN *CUSTOMER JOURNEY MAPPING*

DINDA JALILAH KASIH ARZAM



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

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Peluang Bisnis *K-Fashion* pada Penggemar *K-Pop* di Bandung Raya dengan Pendekatan *Customer Journey Mapping*” 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, April 2025

Dinda Jalilah Kasih Arzam
K1401201032

- 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.

ABSTRAK

DINDA JALILAH KASIH ARZAM. Analisis Peluang Bisnis *K-Fashion* pada Penggemar *K-Pop* di Bandung Raya dengan Pendekatan *Customer Journey Mapping*. Dibimbing oleh ALFA CHASANA dan FUAD WAHDAN MUIBUDDIN

Penyebaran Gelombang Korea di Indonesia telah mendorong peningkatan jumlah penggemar *K-Pop* yang mengimitasi idola mereka melalui *K-Fashion*. Fenomena ini menciptakan peluang bisnis di tengah menurunnya kontribusi industri tekstil dan pakaian jadi terhadap PDRB di Jawa Barat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *customer persona*, menyusun *customer journey map*, serta menganalisis peluang bisnis *K-Fashion*. Penelitian ini menggunakan pendekatan *customer journey mapping* dengan lokasi penelitian di Bandung Raya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggemar *K-Pop* memiliki pola perjalanan pelanggan yang khas terhadap *K-Fashion*, dimulai dari terinspirasi oleh idola *K-Pop*, mencari informasi di media sosial, hingga mengambil keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk. Peluang bisnis *K-Fashion* dapat dioptimalkan melalui strategi *digital marketing*, pengembangan produk yang ramah hijab, serta peningkatan transparansi informasi produk. Studi ini memberikan wawasan bagi pelaku bisnis mode dalam memanfaatkan tren *K-Fashion* guna meningkatkan daya saing industri pakaian lokal serta berkontribusi dalam pemulihan industri tekstil dan pakaian jadi di Jawa Barat.

Kata kunci: *customer journey map*, *customer persona*, *K-Fashion*, peluang bisnis, penggemar *K-Pop*

ABSTRACT

DINDA JALILAH KASIH ARZAM. Analysis of Business Opportunities in *K-Fashion* among *K-Pop* Fans in Bandung Raya Using the *Customer Journey Mapping* Approach. Supervised by ALFA CHASANA and FUAD WAHDAN MUIBUDDIN

The spread of the Korean Wave in Indonesia has increased the number of *K-Pop* fans who imitate their idols through *K-Fashion*. This phenomenon creates business opportunities amid the declining contribution of the textile and apparel industry to West Java's GRDP. This study analyzes customer personas, develops a customer journey map, and analyzes *K-Fashion* business opportunities using a customer journey mapping approach in Bandung Raya. Findings show that *K-Pop* fans follow a distinct customer journey, from idol inspiration and social media research to purchase decisions influenced by price and quality. *K-Fashion* businesses can grow through digital marketing, hijab-friendly products, and transparent product information. This study provides insights for fashion businesses to leverage *K-Fashion* trends, enhancing local apparel competitiveness and supporting textile industry recovery in West Java.

Keywords: business opportunities, customer journey map, customer persona, *K-Fashion*, *K-Pop* fans



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.

ANALISIS PELUANG BISNIS *K-FASHION* PADA PENGGEMAR *K-POP* DI BANDUNG RAYA DENGAN PENDEKATAN *CUSTOMER JOURNEY MAPPING*

DINDA JALILAH KASIH ARZAM

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
@Hak cipta milik IPB University

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.

IPB University



Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Dr. Ir. Rr. Heny Kuswanti Suwarsinah, M.Ec
2. Agustina Widi Palupiningrum, S.E., M.M.

@Hak cipta milik IPB University

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 : Analisis Peluang Bisnis *K-Fashion* pada Penggemar *K-Pop* di Bandung Raya dengan Pendekatan *Customer Journey Mapping*
Nama : Dinda Jalilah Kasih Arzam
NIM : K1401201032

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dra. Alfa Chasanah, M.A.



Pembimbing 2:
Fuad Wahdan Muhibuddin, S.Pi, M.M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc. M.Sc.
NIP . 197711262008122001



Tanggal Ujian:
12 Maret 2025

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Oktober 2024 sampai bulan Februari 2025 ini ialah *K-Fashion*, dengan judul “Analisis Peluang Bisnis *K-Fashion* pada Penggemar *K-Pop* di Bandung Raya dengan Pendekatan *Customer Journey Mapping*”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang sudah terlibat untuk membantu, membimbing, dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu, penulis persembahkan rasa hormat dan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, yaitu Bapak Zam Zamir dan Ibu Arisnawati Ar yang selalu memberikan doa, nasehat, kasih sayang, dan dukungan terbaiknya untuk keberhasilan dalam proses penulisan skripsi ini.
2. Kakak-kakak penulis tersayang, yaitu Mutiara Kasih Arzam dan Nur Ulfa Arzam yang selalu sabar memberikan dukungan dan kasih sayangnya selama penulis kesulitan dalam perancangan skripsi ini.
3. Ibu Dra. Alfa Chasanah, M.A. dan Bapak Fuad Wahdan Muhibuddin, S.Pi, M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang sabar dalam mengarahkan dan memberikan masukan dan saran juga membantu mengatasi kesulitan selama proses penulisan skripsi.
4. Tim penguji yaitu Ibu Dr. Ir. Rr. Heny Kuswanti Suwarsinah, M.Ec dan Ibu Agustina Widi Palupiningrum, S.E., M.M. yang memberikan saran dalam ujian skripsi.
5. Rifa Tuljanah selaku sepupu peneliti yang menjadi tempat berkeluh kesah saat menyusun skripsi ini.
6. Teman-teman sejak SD yaitu Alika, Ainu, Aulia, Mitha dan Ririn yang selalu menyemangati penulis dalam keadaan suka maupun duka.
7. Paresty Adiningsih, yang selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk penulis agar terus berprogress dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Teman-teman SMA penulis khususnya Hali, Astri, Salma, Alya, dan Vallesa yang selalu menyemangati penulis.
9. Teman-teman kuliah khususnya di Grup Kos Sundari, PPK Kelarin, dan OVOC NTB yang selalu memberikan informasi terkait perkuliahan hingga perancangan skripsi yang sangat membantu penulis.
10. Responden dan sumber validasi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk ikut serta dalam proses survei yang ada pada penelitian ini.

Bogor, April 2025

Dinda Jalilah Kasih Arzam

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.2 Perilaku Konsumen	7
2.2 <i>Customer Persona</i>	7
2.3 <i>Customer Journey Mapping (CJM)</i>	8
2.4 Penggemar <i>K-Pop</i>	10
2.5 <i>K-Fashion</i>	10
2.6 Penelitian Terdahulu	11
2.7 Kerangka Pemikiran	14
III METODE PENELITIAN	15
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	15
3.2 Metode Penelitian	15
3.3 Metode Pengambilan Sampel	15
3.4 Jenis dan Sumber Data	17
3.5 Pengolahan dan Analisis Data	17
3.5.1 Analisis <i>Customer Journey Mapping (CJM)</i>	18
3.5.2. Validasi Data (Triangulasi Sumber)	22
3.5.3 Interpretasi Strategi Peluang Bisnis <i>K-Fashion</i>	22
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Analisis <i>Customer Journey Mapping (CJM)</i>	23
4.1.1 <i>Initiate</i>	23
4.1.2 <i>Investigate</i>	25
4.1.3 <i>Illustrate</i>	37
4.1.4 <i>Align</i>	40
4.2 Uji Validitas Data (Triangulasi Sumber)	44

viii

4.3 Interpretasi Strategi Peluang Bisnis <i>K-Fashion</i>	47
V KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	57
RIWAYAT HIDUP	68

DAFTAR TABEL

1 Penelitian terdahulu	11
2 Jumlah penggemar <i>K-Pop</i> di Bandung Raya	16
3 Jenis dan sumber data	17
4 Diagram <i>customer journey map</i>	19
5 Hasil identifikasi masalah	24
6 Demografi responden	26
7 Hasil wawancara responden atribut kebiasaan (I-001)	33
8 Hasil wawancara responden atribut kebutuhan (I-002)	35
9 Hasil wawancara responden atribut tujuan (I-003)	36
10 Hasil wawancara responden atribut kendala (I-004)	36
11 Sumber pembuatan <i>customer journey map</i>	41
12 Peluang bisnis <i>K-Fashion</i>	47

DAFTAR GAMBAR

1 Tren perkembangan jumlah penggemar <i>K-Pop</i> di Indonesia (diolah dari data Korea Foundation <i>Statistics Centre</i> , 2024)	1
2 Kontribusi industri tekstil dan pakaian jadi terhadap PDRB Jawa Barat (%) 2019-2024 (Badan Pusat Statistik Jawa Barat, 2025)	4
3 <i>Journey map activation</i>	9
4 Kerangka pemikiran	14
5 Tahapan penelitian	18
6 Sebaran kebiasaan pembelian produk terkait <i>K-Pop</i>	26
7 Sebaran pengeluaran untuk pembelian produk <i>K-Pop</i> dalam sebulan	26
8 Sebaran kebiasaan pembelian produk <i>K-Fashion</i>	27

9 Sebaran pengeluaran untuk pembelian produk fesyen perbulan	27
10 Sebaran waktu pembelian produk fesyen	28
11 Sebaran intensitas pembelian produk fesyen	28
12 Sebaran metode pembelian produk fesyen	29
13 Sebaran <i>platform</i> pembelian produk fesyen	29
14 Sebaran kebutuhan terhadap produk <i>K-Fashion</i>	30
15 Sebaran tujuan pembelian produk <i>K-Fashion</i>	30
16 Sebaran kendala dalam pembelian produk <i>K-Fashion</i>	31
17 Sebaran harga yang dianggap mahal pada produk <i>K-Fashion</i>	31
18 Sebaran ukuran pakaian responden	32
19 <i>Customer persona</i>	40
20 Level tingkatan emosi <i>customer</i>	41
21 <i>Customer journey map</i> penggemar <i>K-Pop</i> terhadap <i>K-Fashion</i>	43
22 <i>Customer journey map</i> setelah divalidasi	46

DAFTAR LAMPIRAN

1 Jumlah penggemar <i>K-Pop</i> di Bandung Raya	58
2 Pertanyaan pada survei melalui kuesioner di <i>g-form</i>	59
3 Pertanyaan pada tahap verifikasi dengan wawancara mendalam	63
4 Jawaban verifikasi dengan wawancara mendalam	64
5 Bukti wawancara mendalam dan validasi <i>customer journey map</i>	67



- 