

BAB III

ANALISIS INDUSTRI

3.1 Ukuran Industri

Ukuran Industri Pakaian, Aksesoris, dan Merchandise Jejepangan di Indonesia

Industri yang bergerak di bidang pakaian, aksesoris, dan merchandise berbasis budaya Jepang di Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir (Haryanto Rachman, 2023). Budaya pop Jepang, yang mencakup anime, manga, cosplay, serta musik J-pop, telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari gaya hidup para generasi muda di Indonesia. Fenomena ini mendorong munculnya pasar kreatif yang mengintegrasikan keahlian lokal dengan pengaruh budaya Jepang. Pada bab ini, akan dibahas mengenai skala serta dinamika industri tersebut, meliputi jumlah penggemar, peranan penting acara-acara budaya, serta berbagai peluang dan tantangan yang tengah dihadapi oleh pelaku industri ini.

Ukuran dan Skala Industri

Secara umum, sektor pakaian dan merchandise yang berlandaskan budaya Jepang merupakan bagian penting dari ekonomi kreatif yang mengalami pertumbuhan signifikan. Berikut ini adalah beberapa data dan fakta yang menggambarkan besarnya skala industri tersebut di Indonesia secara menyeluruh:

1. Kontribusi Ekonomi Kreatif:

- Pada tahun 2023, sektor ekonomi kreatif di Indonesia mencatatkan kontribusi pendapatan melebihi Rp1.300 triliun, di mana bidang fesyen dan kriya menjadi kontributor terbesar (Ambarwati Sinta, 2023). Produk-produk pakaian dan merchandise yang mengusung tema budaya Jepang termasuk dalam subkategori tersebut, yang

pertumbuhannya didorong oleh tingginya minat dan popularitas budaya pop Jepang di masyarakat.

- Industri pakaian jadi di Indonesia secara keseluruhan menyerap lebih dari 2,9 juta tenaga kerja (Pranata Dwi Chandra, 2025), yang mencerminkan peranan penting sektor ini dalam mendukung perekonomian nasional.

2. **Industri *Merchandise* dan Aksesoris:**

- Produk seperti kaos bertema anime, aksesoris *cosplay*, figur karakter, hingga gantungan kunci menjadi komoditas populer (Exim Indo, 2024). Pada event-event besar seperti Comic Frontier dan Anime Festival Asia Indonesia (AFA-ID), produk-produk tersebut mendominasi aktivitas penjualan, dengan omzet yang berhasil mencapai angka miliaran rupiah dalam setiap penyelenggaraan acara tersebut.

3. **Jumlah Penggemar Budaya Jepang di Indonesia:**

- Indonesia dikenal memiliki komunitas penggemar budaya Jepang terbesar di kawasan Asia Tenggara (Farhatu Umayah Rohmatul, 2022). Hal ini terbukti dengan terselenggaranya event Anime Festival Asia Indonesia (AFA-ID) yang rutin digelar di Jakarta setiap tahun dan berhasil menarik ribuan pengunjung dari berbagai daerah di seluruh nusantara.
- Kelompok *cosplay* serta komunitas penggemar manga dan anime mengalami perkembangan yang sangat pesat. Komunitas-komunitas ini memiliki ribuan anggota yang aktif berinteraksi di media sosial dan secara rutin turut serta dalam berbagai acara terkait budaya pop Jepang (Redaksi, 2024).

Peran Acara Budaya dalam Industri

Acara-acara besar seperti Comic Frontier (Comifuro), Anime Festival Asia Indonesia (AFA-ID), dan Jak Japan Matsuri memiliki peran penting dalam membentuk dan memperkuat ekosistem industri ini di Indonesia.

1. Comic Frontier (Comifuro):

- Comifuro yang diselenggarakan dua kali setahun merupakan ajang terbesar bagi kreator independen untuk menjual produk seperti pakaian, aksesoris, dan merchandise berbasis budaya Jepang.
- Dalam penyelenggaraan Comifuro ke-16 pada tahun 2023, tercatat lebih dari 1.000 kreator atau circle berpartisipasi sebagai penjual. Jumlah pengunjung pun sangat signifikan, mencapai puluhan ribu orang. Antusiasme tersebut menciptakan peluang ekonomi yang besar bagi pelaku usaha lokal di sektor kreatif.

2. Anime Festival Asia Indonesia (AFA-ID):

- AFA-ID telah diselenggarakan sebanyak delapan kali di Indonesia dan berfungsi sebagai platform berskala internasional untuk memperkenalkan dan mempromosikan budaya Jepang kepada publik luas. Dalam edisi tahun 2024, AFA-ID menghadirkan stan resmi yang menjual merchandise anime asli serta menghadirkan penampilan artis-artis J-pop ternama. Event ini secara konsisten menarik ribuan pengunjung dalam setiap gelarannya, menciptakan ekosistem yang ideal bagi brand dan kreator lokal untuk mendapatkan eksposur luas dan peluang kerja sama.

3. Jak Japan Matsuri dan Festival Lokal:

- Selain Comifuro dan AFA-ID, festival seperti Jak Japan Matsuri juga memainkan peranan penting dalam mendukung pertumbuhan industri kreatif berbasis budaya Jepang. Festival tahunan yang diadakan di kawasan Gelora Bung Karno ini menampilkan berbagai

stan dan booth yang menjual produk-produk khas seperti pakaian bergaya Jepang, aksesoris bertema anime, serta suvenir budaya lainnya. Keberadaan booth-booth ini menjadi saluran pemasaran efektif bagi pelaku usaha yang ingin menjangkau konsumen pecinta budaya Jepang dari berbagai kalangan.

Peluang dan Tantangan

Industri yang berfokus pada produk bertema anime atau budaya pop Jepang menyimpan potensi pertumbuhan yang sangat besar. Namun, industri ini juga menghadapi berbagai tantangan.

1. Peluang:

- **Pasar Penggemar yang Besar, Konsisten dan Loyal:** Keberadaan komunitas penggemar anime yang besar dan antusias di Indonesia menciptakan pasar yang relatif stabil. Anime populer seperti One Piece, Naruto, dan Spy x Family memiliki basis penggemar yang kuat, yang secara konsisten mencari produk-produk terkait karakter atau tema dari seri tersebut. Kekuatan komunitas ini memberikan peluang bagi brand baru untuk mendapatkan dukungan dan respons pasar yang cepat, terutama jika produk yang ditawarkan sesuai dengan selera mereka..
- **Tingginya Antusiasme Terhadap Event Budaya Jepang:** Acara-acara budaya Jepang seperti Comic Frontier (Comifuro), AFA-ID, dan Jak Japan Matsuri menjadi ajang penting bagi para pelaku usaha untuk memasarkan produk mereka. Event-event ini secara rutin dikunjungi oleh puluhan ribu orang yang memang datang untuk mencari produk bertema anime, baik yang bersifat resmi maupun buatan kreator lokal. Kehadiran fisik dalam acara seperti ini tidak hanya mendorong penjualan langsung, tetapi juga meningkatkan

visibilitas dan membangun koneksi dengan komunitas serta pelaku industri lainnya.

- **Dukungan Teknologi dan E-Commerce:** Kemajuan teknologi dan maraknya e-commerce memberi peluang besar bagi bisnis seperti ini untuk berkembang tanpa harus bergantung pada toko fisik. Platform seperti Tokopedia, Shopee, dan Instagram Shop mempermudah penjualan langsung ke konsumen, sementara media sosial seperti TikTok dan YouTube bisa dimanfaatkan untuk promosi kreatif tanpa biaya besar. Ini memungkinkan bisnis kecil sekalipun untuk memiliki akses pasar yang luas dan menjangkau pelanggan dari berbagai daerah di Indonesia, bahkan mancanegara.

2. Tantangan:

Persaingan dengan Produk Impor: Salah satu hambatan utama yang dihadapi oleh produsen lokal adalah membanjirnya produk impor, terutama dari Tiongkok, yang dijual dengan harga jauh lebih rendah. Produk-produk ini sering kali menjadi pilihan utama bagi konsumen yang lebih mengutamakan harga dibandingkan kualitas atau legalitas. Situasi ini mempersulit pelaku usaha lokal dalam mempertahankan margin keuntungan, terutama jika mereka memproduksi barang dengan standar kualitas dan lisensi resmi.

Industri *merchandise* berbasis budaya Jepang di Indonesia adalah bagian penting dari ekonomi kreatif yang memiliki potensi besar untuk terus tumbuh. Didorong oleh komunitas penggemar yang luas, meningkatnya jumlah event budaya, serta kemajuan teknologi digital yang memudahkan pemasaran dan distribusi, sektor ini memiliki potensi untuk berkembang lebih jauh. Meskipun demikian, keberlanjutan industri ini bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam mengatasi tantangan, terutama dalam hal persaingan harga dengan produk impor dan kepatuhan terhadap peraturan hak cipta dan lisensi. Dengan strategi yang

tepat serta dukungan dari pemerintah dan stakeholder terkait, industri ini dapat tumbuh menjadi salah satu pilar utama dalam perekonomian kreatif di Indonesia.

3.2 Pertumbuhan Industri

Industri pakaian dan *merchandise* yang berbasis budaya Jepang seperti anime dan *manga*, di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang pesat di Indonesia dalam kurun waktu lima tahun terakhir (Azhari Dinda Puan Maharani & Surya Aelina, 2024). Kenaikan ini didorong oleh meningkatnya minat konsumen terhadap berbagai produk yang mengusung tema anime, baik dalam bentuk pakaian, aksesoris, maupun jenis *merchandise* lainnya. Berikut ini adalah analisis mendalam mengenai sektor tersebut, dengan fokus pada penjualan dan data pertumbuhannya.

1. Pertumbuhan Industri Pakaian dan Merchandise Anime

Sejak tahun 2019, pasar pakaian dan *merchandise* bertema anime di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang cukup pesat (Horizon, 2025). Peningkatan ini didorong oleh semakin meluasnya popularitas anime di tengah masyarakat, terutama di kalangan generasi muda. Berdasarkan data dari Statista, sektor e-commerce di bidang fashion di Indonesia diperkirakan akan mencapai pendapatan sebesar USD 7,72 miliar pada tahun 2024, dengan tingkat pertumbuhan tahunan sekitar 4,4% (Statista, 2024). Meskipun tidak ada data yang spesifik mengenai ukuran pasar pakaian dan *merchandise* anime, sektor ini tentunya merasakan dampak positif dari ekspansi pasar fashion secara keseluruhan.

2. Peran *Event* Besar dan Komunitas Penggemar

Acara-acara besar seperti Comic Frontier dan Chibicon memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan industri pakaian dan *merchandise* bertema anime di Indonesia. Comic Frontier, yang diadakan dua kali dalam setahun, mengalami peningkatan signifikan dalam hal jumlah pengunjung. Pada

tahun 2019 saja, acara ini berhasil menarik lebih dari 25.000 pengunjung, dan jumlah tersebut terus mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Kegiatan seperti ini tidak hanya berfungsi sebagai ajang berkumpulnya komunitas penggemar anime, manga, dan cosplay, tetapi juga menjadi wadah strategis bagi pelaku usaha untuk memasarkan produk mereka. Dalam konteks tersebut, event-event ini membuka peluang besar untuk penjualan produk seperti kaos, aksesoris, dan merchandise bertema anime, menjadikannya pusat transaksi yang mendukung pertumbuhan sektor kreatif ini secara berkelanjutan.

3. Penjualan *Merchandise* Anime dan Aksesoris

Produk-produk merchandise bertema anime seperti figur, tas, pin, dan pakaian terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, seiring dengan meningkatnya minat pasar. Penjualan melalui platform e-commerce seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee menunjukkan tren kenaikan yang nyata, ditandai dengan tingginya volume transaksi dan cepatnya perputaran produk-produk aksesoris bertema anime. Berdasarkan data riset pasar, nilai global pasar merchandise anime pada tahun 2022 mencapai sekitar USD \$9,14 miliar (Quest Sky, 2025). Di Indonesia sendiri, komunitas anime memiliki daya beli yang sangat tinggi terhadap produk yang bertema anime, maka dari itu antusiasme terhadap merchandise anime di Indonesia sangat tinggi dan membuka pasar yang lebih luas bagi industri kreatif (Anandoko Keyna, 2024) dengan sebagian besar produk berasal dari impor, meskipun semakin banyak pengusaha lokal yang mulai memproduksi barang-barang bertema anime.

4. Peningkatan Penjualan Pakaian Anime

Pakaian dengan tema anime termasuk kaos, jaket, serta berbagai aksesoris sangat diminati seiring tumbuhnya minat dan apresiasi masyarakat terhadap budaya Jepang. Pertumbuhan sektor ini tidak hanya didorong oleh popularitas event-event besar bertema Jepang, tetapi juga oleh kemajuan platform e-commerce yang membuka peluang bagi pelaku usaha kecil dan menengah untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batas geografis. Sejumlah brand lokal

seperti Kyozon dan Animestore mulai memperkuat posisinya di pasar, dengan menyediakan beragam produk yang dirancang sesuai selera dan tren konsumen, sehingga mampu bersaing di tengah meningkatnya permintaan akan merchandise bertema anime.

5. Tren Pertumbuhan dalam Lima Tahun Terakhir

Dalam kurun waktu lima tahun terakhir, industri pakaian dan merchandise bertema anime menunjukkan laju pertumbuhan yang konsisten, dipengaruhi oleh sejumlah faktor berikut:

- **Pertumbuhan Basis Penggemar:** Jumlah penggemar anime di Indonesia terus meningkat secara signifikan. Komunitas-komunitas penggemar ini sangat aktif dalam mengikuti berbagai acara bertema budaya Jepang dan secara rutin membeli produk-produk terkait anime. Hal ini berkontribusi besar terhadap peningkatan permintaan dan memperkuat potensi pasar untuk produk-produk yang mengusung tema anime.
- **Investasi dalam *Event* dan Produksi Lokal:** Penyelenggaraan festival dan konvensi besar seperti Comic Frontier dan Chibicon tidak hanya menjadi ajang interaksi bagi para penggemar, tetapi juga memberikan peluang ekonomi bagi pelaku usaha lokal. Penjual merchandise mendapatkan keuntungan langsung dari antusiasme peserta, sementara produsen lokal mulai serius berinvestasi dalam menciptakan produk anime berkualitas tinggi, yang turut mendorong ekspansi sektor ini.
- **Perkembangan *E-commerce*:** Pertumbuhan pesat layanan e-commerce di Indonesia menjadi pendorong penting bagi peningkatan penjualan produk bertema anime. Melalui platform seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak, pelaku usaha dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Volume transaksi yang terus meningkat di platform-platform ini mencerminkan minat konsumen Indonesia yang tinggi terhadap pakaian dan merchandise anime, sekaligus memperkuat eksistensi industri ini di ranah digital.

Secara keseluruhan, industri pakaian dan merchandise yang mengusung tema budaya Jepang, khususnya yang berkaitan dengan anime, di Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang sangat positif dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Meskipun terdapat sejumlah tantangan, seperti ketergantungan pada produk impor, industri ini tetap menunjukkan prospek yang menjanjikan. Hal tersebut didorong oleh peran signifikan komunitas penggemar yang aktif, penyelenggaraan berbagai event berskala besar, serta pemanfaatan platform e-commerce yang semakin meluas. Dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap budaya populer Jepang, industri ini diperkirakan akan terus mengalami ekspansi dan menjadi salah satu sektor potensial dalam perekonomian kreatif nasional.

3.3 Proyeksi Penjualan Industri

Proyeksi Penjualan Industri Pakaian dan *Merchandise* Jejepangan di Indonesia

Industri pakaian dan merchandise yang mengusung tema budaya Jepang seperti anime, manga, dan elemen budaya pop lainnya menunjukkan potensi ekspansi yang sangat besar di Indonesia dalam beberapa tahun ke depan. Meningkatnya popularitas budaya Jepang di kalangan generasi muda Indonesia telah menjadikan sektor ini sebagai salah satu pasar yang menjanjikan, baik bagi pelaku usaha lokal maupun internasional yang ingin mengembangkan pangsa pasarnya di industri kreatif. Berdasarkan data yang ada, berikut adalah analisis yang mendalam tentang peluang, tantangan, serta strategi yang dapat diambil untuk mengembangkan bisnis ini.

1. Potensi Pasar dan Pertumbuhan Industri

Industri pakaian dan merchandise bertema budaya Jepang seperti produk kaos anime, aksesoris, figur, dan barang sejenis mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan dalam lima tahun terakhir. Peningkatan permintaan terhadap produk-produk ini didorong oleh beberapa faktor utama:

- **Peningkatan Jumlah Penggemar Anime:** Di Indonesia, komunitas penggemar anime berkembang pesat seiring dengan meningkatnya eksposur terhadap anime melalui media sosial dan layanan streaming seperti Netflix, Crunchyroll, dan Bstation. Fenomena ini turut diperkuat oleh tren global yang menjadikan budaya Jepang semakin populer. Para penggemar di Indonesia dikenal aktif dalam komunitas online, berpartisipasi dalam kegiatan cosplay, serta menghadiri berbagai acara budaya seperti Japan Expo dan Comic Frontier. Hal ini menempatkan Indonesia di peringkat ketiga sebagai negara dengan jumlah penggemar anime terbanyak di dunia, setelah Filipina dan El Salvador (Azmiawati Milati, 2022). Dengan populasi digital yang luas dan antusiasme tinggi terhadap budaya pop Jepang, Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu pasar anime utama di kawasan Asia. Kondisi ini menjadi peluang strategis bagi para pelaku industri kreatif, terutama produsen lokal yang bergerak di bidang merchandise bertema anime.
- **Pertumbuhan E-commerce:** Platform e-commerce seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee turut berperan besar dalam memperluas jangkauan produk-produk anime ke konsumen. Data menunjukkan bahwa pasar untuk merchandise anime di Indonesia dapat mencapai triliunan rupiah (Anandoko Keyna, 2024). Hal ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam permintaan, serta keterlibatan aktif pelaku usaha lokal dalam memproduksi dan mendistribusikan produk-produk bertema budaya Jepang..
- **Trend Konsumen dan Preferensi Generasi Muda:** Generasi muda menunjukkan minat tinggi terhadap produk-produk yang merepresentasikan identitas dan ketertarikan mereka terhadap budaya pop Jepang. Pakaian dan aksesoris bertema anime menjadi salah satu bentuk ekspresi diri yang populer di kalangan ini. Tren tersebut terlihat baik dalam transaksi online maupun dalam pembelian langsung di berbagai acara komunitas,

mencerminkan pertumbuhan pasar yang semakin dinamis dan responsif terhadap preferensi konsumen muda.

2. Analisis Keuangan dan Proyeksi Penjualan

Dalam ranah penjualan, sektor pakaian dan merchandise bertema budaya Jepang di Indonesia menunjukkan potensi pendapatan yang sangat menjanjikan. Perkembangan komunitas penggemar yang terus meningkat serta kemajuan teknologi, khususnya dalam bidang digital dan e-commerce, turut mendorong ekspansi sektor ini secara signifikan. Beberapa indikator utama yang mencerminkan tren ini antara lain:

- **Pendapatan *Fashion E-Commerce***: Pada tahun 2024, nilai pasar fashion e-commerce di Indonesia diperkirakan akan mencapai US\$7,72 miliar, dengan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 4,4% (Statista, 2024). Meskipun data yang secara khusus mengukur pangsa pasar pakaian bertema anime belum tersedia secara terpisah, namun sektor ini tetap memperoleh manfaat langsung dari pertumbuhan pesat industri fashion secara keseluruhan. Dengan tren konsumen yang semakin mengarah pada belanja daring dan produk berbasis identitas budaya, segmen pakaian anime diprediksi akan mengalami lonjakan permintaan dalam waktu dekat.
- **Event dan Penjualan *Merchandise***: Acara tahunan seperti Comic Frontier yang merupakan salah satu event terbesar untuk komunitas penggemar anime di Indonesia menjadi pendorong utama dalam transaksi penjualan merchandise. Produk-produk yang ditawarkan meliputi pakaian bertema anime, figur karakter, tas, topi, dan berbagai aksesoris lain yang memiliki daya tarik kuat di kalangan pengunjung. Penjualan di event semacam ini menunjukkan tren yang terus meningkat dari tahun ke tahun, mencerminkan kestabilan permintaan sekaligus memberikan ruang bagi pelaku usaha

kreatif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan secara signifikan.

3. Tantangan yang Dihadapi Industri

Meskipun industri pakaian dan merchandise berbasis budaya Jepang menunjukkan perkembangan yang pesat, terdapat sejumlah tantangan signifikan yang harus dihadapi oleh para pelaku usaha agar dapat mengoptimalkan potensi pasar yang ada, antara lain:

- **Persaingan dengan Produk Impor:** Sebagian besar merchandise anime, baik dalam bentuk pakaian maupun aksesoris, masih berasal dari impor, terutama dari Jepang dan negara-negara lain. Kondisi ini menciptakan tantangan tersendiri bagi produsen lokal yang harus bersaing dengan harga produk impor yang cenderung lebih kompetitif. Persaingan harga ini menuntut produsen dalam negeri untuk meningkatkan kualitas, kreativitas, serta efisiensi produksi agar dapat mempertahankan daya saing di pasar.
- **Fluktuasi Permintaan dan Musiman:** Penjualan merchandise anime cenderung mengalami variasi yang dipengaruhi oleh musim tertentu, misalnya pada saat festival anime, acara komunitas, atau peluncuran seri populer. Oleh sebab itu, strategi perencanaan produksi dan pemasaran yang matang menjadi sangat krusial agar pengusaha dapat memanfaatkan momentum-momentum puncak permintaan tersebut secara optimal, sekaligus memaksimalkan pendapatan.
- **Biaya Produksi dan Bahan Baku:** Ketergantungan pada bahan baku impor menyebabkan biaya produksi produk-produk seperti pakaian dan figur anime menjadi relatif tinggi, sehingga berdampak pada margin keuntungan yang diperoleh. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan inovasi dalam proses

produksi serta penerapan teknologi modern yang dapat meningkatkan efisiensi dan menekan biaya. Pendekatan tersebut dapat membantu produsen lokal meningkatkan daya saing sekaligus menjaga keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

4. Strategi Pengembangan dan Rekomendasi

Untuk mengoptimalkan potensi yang besar dalam industri ini, pelaku usaha dapat mengimplementasikan beberapa strategi berikut:

- **Diversifikasi Produk:** Selain memfokuskan pada produksi pakaian, pengusaha dianjurkan untuk mengembangkan variasi produk yang lebih beragam, seperti aksesoris, tas, serta barang koleksi eksklusif yang berkaitan dengan anime dan manga. Strategi diversifikasi ini tidak hanya memperluas jangkauan pasar tetapi juga mampu menarik berbagai segmen konsumen yang memiliki preferensi berbeda.
- **Optimalisasi E-Commerce:** Mengingat tingginya aktivitas transaksi secara daring di platform-platform seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee, pengusaha perlu memperkuat kehadiran digital mereka. Hal ini dapat dilakukan dengan membangun toko online mandiri maupun memaksimalkan penggunaan marketplace yang telah tersedia. Penjualan melalui kanal digital memungkinkan produk untuk diakses oleh konsumen di seluruh wilayah Indonesia, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan secara signifikan.
- **Partisipasi dalam Event dan Festival:** Mengikuti serta berpartisipasi dalam acara-acara besar seperti Comic Frontier dan Chibicon merupakan peluang strategis untuk mempromosikan produk secara langsung kepada

komunitas penggemar anime. Kehadiran dalam event-event ini memungkinkan pengusaha untuk melakukan pemasaran yang lebih personal, membangun hubungan langsung dengan konsumen, serta memperoleh feedback yang berharga untuk pengembangan produk ke depan.

- **Kolaborasi dengan *Influencer* dan Komunitas:** Untuk memperkuat citra merek dan meningkatkan daya tarik produk, menjalin kerja sama dengan influencer yang memiliki basis pengikut signifikan di kalangan penggemar anime dapat menjadi strategi yang efektif. Influencer memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) serta mendorong minat beli konsumen melalui promosi yang autentik dan berdampak luas.

Industri pakaian dan merchandise berbasis budaya Jepang seperti anime di Indonesia menunjukkan potensi perkembangan yang sangat besar, didukung oleh pertumbuhan komunitas penggemar yang konsisten, peningkatan pemanfaatan platform e-commerce, serta semakin populernya berbagai acara budaya pop Jepang. Meskipun menghadapi sejumlah tantangan, seperti kompetisi dengan produk impor yang lebih murah dan biaya produksi yang relatif tinggi, peluang pasar tetap sangat menjanjikan bagi para pelaku usaha yang mampu berinovasi dan memahami dinamika pasar secara mendalam. Dengan penerapan strategi yang tepat dan adaptif, industri ini diprediksi akan terus mengalami pertumbuhan signifikan dalam beberapa tahun ke depan.

3.4 Karakteristik Industri

Industri pakaian dan merchandise yang berfokus pada budaya Jepang, khususnya anime dan manga, di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Perkembangan ini didorong oleh

perubahan preferensi budaya masyarakat serta meningkatnya jumlah penggemar anime dan budaya pop Jepang secara keseluruhan. Karakteristik industri ini sangat dipengaruhi oleh pola konsumsi yang unik, hubungan emosional dengan budaya yang lebih besar, serta adanya interaksi yang intens di antara para penggemar dan pelaku industri melalui berbagai *platform* media sosial dan *e-commerce*. Secara keseluruhan, industri pakaian dan *merchandise* berbasis jejepangan di Indonesia dapat dilihat dari beberapa aspek penting yang mencakup demografi konsumen, jenis produk yang populer, serta faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi pasar ini.

Pertama-tama, demografi pasar memainkan peran kunci dalam perkembangan industri ini. Mayoritas konsumen produk jejepangan di Indonesia merupakan remaja dan dewasa muda berusia antara 15 hingga 34 tahun. Berdasarkan laporan Statista, terdapat sekitar 23 juta penggemar anime di Indonesia, menunjukkan besarnya potensi pasar bagi produk yang berkaitan dengan anime dan manga (Statista, 2024). Konsumen dalam kelompok usia ini sangat aktif dalam dunia digital dan media sosial, seperti Instagram, Twitter, dan TikTok, serta menggunakan platform streaming video seperti Crunchyroll dan Netflix. Keterikatan mereka terhadap anime dan budaya Jepang tidak sekadar sebagai hiburan, melainkan juga menjadi bagian dari pembentukan identitas sosial. Oleh karena itu, produk-produk bertema anime dan manga berfungsi sebagai simbol ekspresi diri yang penting, membuka peluang yang luas bagi produsen lokal untuk menawarkan berbagai barang seperti pakaian bertema anime, figur koleksi, aksesoris, dan produk terkait lainnya.

Selain itu, peran platform e-commerce juga sangat vital dalam memperluas akses pasar bagi produk jejepangan. Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee menjadi media utama bagi konsumen untuk melakukan pembelian secara online, memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pelanggan dari berbagai wilayah, baik di kota besar maupun daerah terpencil. Perkembangan pesat e-commerce di Indonesia memungkinkan penetrasi pasar yang lebih luas, sehingga pelaku industri dapat langsung menjangkau konsumen tanpa harus

membangun jaringan distribusi fisik yang besar. Diperkirakan, pada tahun 2024, sektor fashion e-commerce di Indonesia akan menghasilkan pendapatan sebesar US\$7,72 miliar dengan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 4,4% (Statista, 2024). Meskipun data khusus untuk merchandise anime belum tersedia secara rinci, tren positif menunjukkan potensi perkembangan yang kuat di sektor ini.

Selain itu, komunitas penggemar anime memiliki peran strategis dalam memperkuat industri ini. Komunitas tersebut sangat aktif, baik di media sosial maupun dalam event-event komunitas yang rutin diadakan. Contohnya, acara Comic Frontier dan Chibicon berhasil menarik ribuan pengunjung setiap tahunnya, menjadi forum bagi penggemar untuk bertemu, berinteraksi, dan membeli produk merchandise favorit mereka. Pada tahun 2024, Comic Frontier mencatat lebih dari 50.000 pengunjung, menandakan antusiasme yang tinggi terhadap produk anime. Loyalitas komunitas ini juga tercermin dari keterlibatan aktif mereka dalam diskusi, berbagi pengalaman, dan rekomendasi produk melalui media sosial, yang pada gilirannya meningkatkan visibilitas merek dan mendukung strategi pemasaran berbasis komunitas yang efektif.

Produk-produk yang paling diminati dalam pasar ini meliputi pakaian bertema anime seperti kaos, jaket, dan hoodie, serta berbagai aksesoris cosplay yang menjadi bagian penting dari identitas penggemar. Produk-produk tersebut tidak hanya memiliki fungsi sebagai kebutuhan konsumsi, tetapi juga berperan sebagai media ekspresi identitas sosial bagi pemakainya. Hal ini membedakan produk jejepangan dengan produk fashion konvensional, di mana konsumen menggunakan pakaian sebagai simbol kecintaan terhadap karakter atau seri anime tertentu. Selain itu, figur koleksi dan barang eksklusif seperti pernak-pernik anime sering menjadi incaran para kolektor karena nilai kelangkaan dan nilainya yang tinggi di pasar.

Meski memiliki potensi besar, industri ini menghadapi sejumlah tantangan. Salah satu yang utama adalah persaingan harga dengan produk impor,

khususnya dari Jepang, yang biasanya menawarkan harga lebih kompetitif dan kualitas terjamin. Produk impor tersebut memenuhi preferensi konsumen yang menginginkan barang asli dari negara asal anime. Untuk mengatasi hal ini, produsen lokal dianjurkan untuk fokus pada inovasi desain, produksi dalam jumlah terbatas guna menciptakan nilai eksklusivitas, serta menerapkan strategi pemasaran yang kreatif seperti berkolaborasi dengan influencer dan komunitas cosplay. Pendekatan ini dapat memperkuat daya tarik produk lokal di pasar yang sangat tersegmentasi tersebut.

Secara keseluruhan, industri pakaian dan merchandise jepeng di Indonesia memiliki prospek pertumbuhan yang sangat menjanjikan. Pengaruh budaya pop Jepang yang terus meningkat, didukung oleh aktivitas di media sosial dan event komunitas, membuka peluang besar bagi pelaku usaha untuk memanfaatkan pasar yang terus berkembang. Namun demikian, tantangan seperti persaingan harga dan biaya produksi yang relatif tinggi harus diatasi melalui inovasi produk dan strategi pemasaran yang adaptif. Dengan pendekatan yang tepat, termasuk inovasi produk, pemasaran berbasis komunitas, dan kerja sama dengan influencer, industri ini diprediksi akan terus berkembang tidak hanya sebagai sektor yang menguntungkan, tetapi juga sebagai bagian dari ekosistem ekonomi kreatif Indonesia.

3.5 Tren Industri

Industri pakaian dan merchandise yang berfokus pada budaya Jepang di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan dalam beberapa tahun terakhir (Pratama, 2021). Perkembangan ini dipicu oleh meningkatnya minat dan kecintaan terhadap budaya pop Jepang, terutama anime, manga, serta produk-produk terkait lainnya. Tren ini telah menghasilkan pasar yang besar di Indonesia, khususnya di kalangan generasi muda yang menjadi konsumen utama. Permintaan terhadap produk-produk bertema anime terus meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah penggemar yang aktif

berinteraksi melalui berbagai platform digital dan komunitas penggemar. Indonesia sendiri menjadi salah satu pasar terbesar untuk produk budaya pop Jepang, dengan sekitar 23 juta penggemar anime yang terus bertambah, menandakan potensi permintaan yang besar terhadap berbagai merchandise seperti pakaian bertema anime, figur koleksi, aksesoris, dan produk koleksi lainnya.

Tren pertumbuhan industri ini sangat dipengaruhi oleh kemudahan akses produk melalui platform e-commerce yang berkembang dengan pesat. Platform-platform seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh produk-produk bertema anime tanpa dibatasi oleh lokasi geografis. Dengan adanya kemudahan tersebut, banyak produsen lokal mampu memperluas jangkauan pasar mereka secara signifikan. Perkembangan e-commerce ini mempermudah proses transaksi dan memungkinkan produk-produk yang sebelumnya sulit dijangkau menjadi lebih mudah diakses oleh konsumen di seluruh wilayah Indonesia. Hal ini tercermin dari proyeksi pendapatan sektor fashion e-commerce Indonesia yang diperkirakan akan mencapai nilai sebesar US\$7,72 miliar pada tahun 2024, dengan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 4,4% (Statista, 2024). Meskipun data tersebut mencakup seluruh sektor fashion, pola pertumbuhan serupa juga terlihat pada produk-produk anime yang semakin mendapat tempat di pasar Indonesia.

Selain itu, komunitas penggemar anime memainkan peran krusial dalam meningkatkan permintaan pasar. Komunitas tersebut tidak hanya berfungsi sebagai ruang bagi para penggemar untuk bertukar informasi dan pengalaman seputar anime, tetapi juga menjadi segmen pasar yang sangat potensial bagi produk-produk bertema anime. Acara-acara komunitas tahunan seperti Comic Frontier dan Chibicon berhasil menarik ribuan pengunjung, yang secara langsung berkontribusi pada peningkatan permintaan merchandise anime. Sebagai contoh, Comic Frontier 2024 tercatat dihadiri oleh lebih dari 50.000 pengunjung, angka yang mencerminkan tingginya antusiasme pasar terhadap

produk-produk anime. Event semacam ini memberikan peluang strategis bagi produsen dan penjual untuk menjalin interaksi langsung dengan konsumen serta menawarkan produk-produk eksklusif yang sulit ditemukan di tempat lain. Dengan demikian, komunitas penggemar anime tidak hanya menjadi konsumen utama, tetapi juga bagian integral dari ekosistem yang mendorong pertumbuhan dan dinamika industri ini.

Permintaan terhadap merchandise anime di Indonesia sangat dipengaruhi oleh keinginan para penggemar untuk mengekspresikan kecintaan mereka terhadap anime serta karakter favorit mereka (Diman Denisa, 2024). Produk seperti pakaian bertema anime, figur koleksi, dan aksesoris cosplay tidak sekadar dianggap sebagai barang konsumsi, melainkan juga sebagai simbol identitas sosial. Kaos, hoodie, jaket, dan berbagai aksesoris cosplay semakin diminati oleh konsumen yang ingin menunjukkan afiliasi mereka dengan karakter tertentu dalam dunia anime. Perubahan ini menggeser persepsi terhadap pakaian dan aksesoris, yang kini dipandang tidak hanya dari segi fungsi, tetapi juga sebagai media ekspresi diri. Selain itu, figur koleksi menjadi sangat populer di kalangan penggemar yang mencari barang-barang langka dan bernilai tinggi untuk melengkapi koleksi pribadi mereka. Fenomena ini diperkuat oleh tren kolektibilitas yang semakin berkembang, di mana produk eksklusif dan edisi terbatas memiliki nilai ekonomi dan emosional yang tinggi di pasar. Keberadaan platform media sosial dan peran influencer juga memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan tren ini. Influencer di Instagram, TikTok, dan YouTube memiliki pengaruh signifikan dalam memperkenalkan produk baru, yang sering kali memicu lonjakan permintaan secara cepat setelah produk tersebut dipromosikan. Para penggemar anime cenderung mengikuti rekomendasi dari influencer, sehingga hal ini menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian mereka.

Mempertimbangkan berbagai perkembangan tersebut, industri pakaian dan merchandise berbasis jejepangan di Indonesia diprediksi akan mengalami pertumbuhan yang berkelanjutan dalam beberapa tahun ke depan. Peningkatan

jumlah penggemar anime, perluasan akses platform streaming seperti Netflix dan Crunchyroll, serta semakin aktifnya komunitas penggemar anime di Indonesia akan terus mendorong permintaan terhadap produk-produk yang terkait dengan anime. Konsumen yang semakin terhubung melalui media sosial dan berbagai acara komunitas memberikan peluang besar bagi pasar ini untuk berkembang secara signifikan. Selain itu, para produsen dapat mengoptimalkan inovasi desain serta menjalin kolaborasi dengan influencer guna menciptakan produk-produk yang menarik dan meningkatkan eksposur merek mereka di pasar. Produk-produk anime saat ini tidak hanya dipandang sebagai barang konsumsi, melainkan juga sebagai bagian dari gaya hidup dan identitas sosial yang semakin penting bagi konsumen. Oleh karena itu, sektor ini memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan diperkirakan akan menjadi salah satu subsektor yang tumbuh pesat dalam industri ekonomi kreatif di Indonesia. Hal ini sekaligus membuka peluang luas bagi pelaku usaha yang mampu memahami serta memenuhi kebutuhan pasar dengan tepat. Dengan laju pertumbuhan yang cepat ini, industri pakaian dan merchandise berbasis jejepangan diperkirakan akan terus menjadi pilar penting dalam ekonomi kreatif Indonesia, memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan sektor tersebut di masa depan.

3.6 Prospek Industri Jangka Panjang

Industri pakaian dan merchandise bertema jejepangan di Indonesia menunjukkan prospek yang sangat menjanjikan dalam jangka panjang. Hal ini didorong oleh sejumlah faktor penting, antara lain pertumbuhan signifikan jumlah penggemar anime, kemajuan pesat sektor e-commerce, serta meningkatnya penetrasi budaya populer Jepang di tengah masyarakat Indonesia. Dengan populasi yang melebihi 270 juta jiwa dan lebih dari separuhnya merupakan generasi muda, Indonesia menempati posisi strategis sebagai salah satu pasar terbesar di kawasan Asia Tenggara untuk produk-produk yang berkaitan dengan anime (Horizon, 2025). Menurut informasi dari

Asosiasi Pengusaha Jepang di Indonesia (JPPI), terdapat sekitar 23 juta warga Indonesia yang aktif dalam komunitas penggemar anime, manga, dan cosplay. Jumlah ini menjadi indikator kuat bahwa permintaan terhadap produk-produk bertema anime terus mengalami peningkatan. Antusiasme tersebut juga tercermin dari semakin maraknya penyelenggaraan berbagai acara bertema anime, seperti Comic Frontier dan Chibicon, yang setiap tahunnya mampu menarik puluhan ribu pengunjung. Mayoritas peserta dalam acara ini merupakan penggemar anime yang loyal, menjadikannya sebagai peluang besar bagi para pelaku industri untuk memperkenalkan dan memasarkan produk mereka secara langsung kepada target pasar yang sangat spesifik.

Peningkatan konsumsi media digital telah menjadi salah satu pendorong utama yang mempercepat perkembangan industri pakaian dan merchandise berbasis jejepangan di Indonesia. Keberadaan platform streaming seperti Netflix, Crunchyroll, dan YouTube berperan signifikan dalam memperluas jangkauan anime kepada masyarakat luas, terutama di kalangan generasi muda. Berdasarkan laporan dari Newzoo, sektor video game dan media streaming di Indonesia diperkirakan akan mengalami pertumbuhan sebesar 10,3% pada tahun 2024, pertumbuhan ini tidak hanya terbatas pada permainan digital, tetapi juga mencakup konsumsi konten hiburan berbasis digital lainnya, termasuk anime (Sinta RD, 2025). Sebagai contoh, serial anime populer seperti Attack on Titan, Demon Slayer, dan Jujutsu Kaisen yang ditayangkan secara eksklusif melalui Netflix Indonesia telah berkontribusi terhadap lonjakan minat terhadap produk-produk merchandise yang berkaitan dengan serial tersebut. Kenaikan permintaan ini paling terlihat di kalangan remaja, dewasa muda, dan para kolektor, yang menjadikan produk bertema anime sebagai bagian dari gaya hidup sekaligus simbol dari afiliasi mereka terhadap karakter dan cerita yang mereka sukai.

E-commerce di Indonesia diperkirakan akan menjadi elemen kunci dalam mendorong ekspansi pasar produk-produk bertema anime dalam waktu dekat. Meningkatnya penetrasi internet di berbagai daerah serta kecenderungan

konsumen yang semakin mengutamakan belanja daring memberikan peluang besar bagi distribusi produk-produk budaya pop Jepang. Platform digital terkemuka seperti Tokopedia dan Shopee telah memainkan peranan penting dalam memperluas jangkauan produk anime ke konsumen di seluruh pelosok negeri. Berdasarkan laporan yang dirilis oleh Google dan Temasek, nilai pasar e-commerce Indonesia diproyeksikan mencapai USD 82 miliar pada tahun 2025, di mana sektor fesyen daring diprediksi menjadi kontributor utama terhadap total nilai tersebut (Muslim Abdul, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa merchandise bertema anime seperti pakaian, aksesoris cosplay, dan figur koleksi berpotensi memperoleh manfaat langsung dari tren pertumbuhan tersebut, seiring meningkatnya permintaan di kalangan penggemar.

Selain saluran distribusi digital, kekuatan komunitas penggemar anime juga menjadi pendorong utama dalam pengembangan pasar ini. Komunitas-komunitas seperti Anime Indonesia serta berbagai grup cosplay di media sosial berperan aktif dalam menyebarkan informasi, merekomendasikan produk, dan meningkatkan kesadaran terhadap tren terkini dalam dunia anime. Di sisi lain, event besar seperti Comic Frontier, yang diselenggarakan dua kali dalam setahun, serta Chibicon yang berhasil menarik lebih dari 50.000 pengunjung pada tahun 2024, menjadi wadah strategis bagi pelaku industri untuk menjangkau konsumen secara langsung. Acara-acara ini tidak hanya menjadi titik temu bagi para penggemar, tetapi juga berfungsi sebagai ruang promosi dan penjualan produk secara langsung bagi pelaku usaha lokal, seperti kreator merchandise dan pengrajin. Dengan demikian, event komunitas ini memperkuat eksistensi merek dan membuka peluang ekspansi pasar secara signifikan, sekaligus memperkuat posisi produk merchandise anime dalam lanskap ekonomi kreatif Indonesia.

Selain itu, kolaborasi antara merek lokal dan internasional turut menjadi faktor penting yang memperkuat prospek industri pakaian dan merchandise berbasis budaya Jepang di Indonesia. Contohnya, kerja sama antara Uniqlo dengan berbagai franchise anime populer seperti One Piece dan Naruto

menghasilkan lini produk fashion eksklusif yang berhasil menarik perhatian para penggemar serta konsumen muda secara umum. Fenomena ini menandakan bahwa produk bertema anime kini semakin diterima sebagai bagian dari gaya hidup sehari-hari, tidak hanya oleh penggemar berat, tetapi juga oleh kalangan konsumen yang lebih luas..

Prospek jangka panjang industri ini juga didukung oleh inovasi dalam hal desain produk dan strategi pemasaran. Dengan penetrasi internet dan penggunaan media sosial yang semakin meluas, para produsen dan merek dapat memanfaatkan teknologi seperti augmented reality (AR) untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih interaktif, misalnya memungkinkan konsumen mencoba pakaian bertema anime secara virtual atau membeli produk eksklusif langsung melalui aplikasi e-commerce. Selain itu, produk berbasis digital seperti NFT (Non-Fungible Tokens) dengan tema anime mulai mendapatkan popularitas, membuka peluang baru bagi penggemar untuk memiliki koleksi digital yang unik dan langka.

Di sisi lain, meskipun pasar ini memiliki potensi yang sangat besar, industri juga menghadapi tantangan berupa persaingan ketat dari produk impor murah serta keragaman preferensi konsumen yang terus berkembang. Namun, kebijakan proteksi terhadap industri lokal yang membatasi impor barang-barang merchandise dengan harga rendah dapat menjadi peluang bagi produk lokal berkualitas tinggi untuk tetap kompetitif di pasar domestik. Lebih jauh, produsen lokal yang mampu menawarkan inovasi dan orisinalitas dalam desain berpotensi besar untuk memenangkan loyalitas penggemar.

Secara keseluruhan, dengan semakin meningkatnya minat terhadap budaya Jepang, pertumbuhan pesat di sektor e-commerce, serta semakin kuatnya komunitas penggemar anime di Indonesia, prospek industri pakaian dan merchandise berbasis jejepangan sangat menjanjikan. Pasar ini diperkirakan akan terus tumbuh dengan tingkat pertumbuhan tahunan yang signifikan. Dengan memanfaatkan tren yang ada, mengembangkan inovasi produk, serta

memaksimalkan pemanfaatan teknologi digital, industri ini memiliki peluang besar untuk meraih keberhasilan jangka panjang dan menjadi salah satu pilar penting dalam ekonomi kreatif Indonesia yang terus berkembang.

3.7 Kesimpulan

Industri pakaian dan merchandise bertema jejepegan di Indonesia memiliki prospek yang sangat cerah di masa depan, didorong oleh peningkatan permintaan konsumen, pertumbuhan komunitas penggemar, serta kemajuan teknologi dan platform e-commerce. Dengan lebih dari 20 juta penggemar anime, Indonesia menunjukkan potensi besar sebagai pasar utama produk budaya Jepang. Pertumbuhan populasi anak muda sebagai segmen utama serta meningkatnya konsumsi media digital turut memperluas jangkauan anime ke khalayak yang lebih luas.

Kekuatan tren budaya pop Jepang juga tercermin dari semakin banyaknya acara besar seperti Comic Frontier dan Chibicon yang rutin menarik ribuan pengunjung, berfungsi sebagai sarana promosi dan distribusi merchandise. Peran e-commerce sangat krusial dalam memperluas akses pasar, dengan platform-platform seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak memudahkan konsumen di seluruh nusantara memperoleh produk-produk anime.

Inovasi desain produk, termasuk kolaborasi merek lokal dengan internasional, serta penggunaan teknologi mutakhir seperti augmented reality (AR) dan NFT, semakin meningkatkan daya tarik produk anime, tidak hanya bagi penggemar setia, tetapi juga bagi konsumen yang lebih luas. Kebijakan proteksi industri lokal mendukung daya saing produk domestik melalui penekanan pada kualitas dan orisinalitas.

Dengan pertumbuhan pasar yang pesat dan perkembangan industri kreatif di Indonesia, prospek jangka panjang industri ini sangat menjanjikan. Produk berbasis jejepegan diperkirakan akan terus menjadi bagian penting dalam

ekonomi kreatif nasional, dengan pertumbuhan signifikan dalam lima tahun mendatang seiring meningkatnya minat budaya Jepang dan pengaruhnya terhadap gaya hidup masyarakat.

Secara keseluruhan, didukung oleh teknologi, e-commerce, dan komunitas penggemar yang aktif, industri pakaian dan merchandise jepangan di Indonesia akan terus berkembang secara signifikan. Kombinasi acara budaya, kolaborasi merek internasional, dan inovasi produk akan membawa industri ini menuju kesuksesan berkelanjutan sebagai salah satu sektor yang sangat menguntungkan dalam jangka panjang.

