

BAB III

ANALISIS INDUSTRI

3.1 Ukuran Industri

Ukuran Industri Pakaian, Aksesoris, dan Merchandise Jejepangan di Indonesia

Industri pakaian, aksesoris, dan merchandise berbasis budaya Jepang di Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Budaya pop Jepang—yang meliputi anime, *manga*, *cosplay*, dan musik J-pop—menjadi bagian penting dalam kehidupan anak muda di Indonesia. Hal ini mendorong lahirnya pasar kreatif yang menggabungkan keahlian lokal dengan inspirasi dari budaya Jepang. Artikel ini akan membahas ukuran dan dinamika industri ini, mencakup jumlah penggemar, kontribusi acara budaya, serta peluang dan tantangan yang dihadapi.

Ukuran dan Skala Industri

Secara keseluruhan, industri pakaian dan *merchandise* berbasis budaya Jepang adalah bagian dari sektor ekonomi kreatif yang tumbuh pesat. Berikut data dan fakta yang mencerminkan skala industri ini di Indonesia:

1. Kontribusi Ekonomi Kreatif:

- Pada tahun 2023, sektor ekonomi kreatif Indonesia menghasilkan lebih dari Rp1.300 triliun, dengan sektor fesyen dan kriya sebagai penyumbang utama. Pakaian dan merchandise berbasis jepengangan masuk dalam subkategori ini, didorong oleh popularitas budaya pop Jepang.
- Industri pakaian jadi secara keseluruhan mempekerjakan lebih dari 2,9 juta tenaga kerja, menunjukkan kontribusi besar terhadap perekonomian nasional

2. Industri *Merchandise* dan Aksesoris:

- Produk seperti kaos bertema anime, aksesoris *cosplay*, figur karakter, hingga gantungan kunci menjadi komoditas populer. Di acara besar seperti Comic Frontier dan Anime Festival Asia

Indonesia (AFA-ID), produk ini mendominasi transaksi dengan omzet mencapai miliaran rupiah dalam satu acara.

3. Jumlah Penggemar Budaya Jepang di Indonesia:

- Indonesia memiliki komunitas penggemar budaya Jepang terbesar di Asia Tenggara. Event AFA-ID 2024 yang digelar di Jakarta Convention Center menjadi bukti nyata, menarik ribuan pengunjung dari seluruh penjuru negeri.
- Grup *cosplay* dan komunitas penggemar manga atau anime berkembang pesat, dengan ribuan anggota aktif di media sosial dan partisipasi aktif di berbagai event.

Peran Acara Budaya dalam Industri

Acara seperti Comic Frontier (Comifuro), AFA-ID, dan Jak Japan Matsuri memegang peranan penting dalam membentuk ekosistem industri ini.

1. Comic Frontier (Comifuro):

- Diselenggarakan dua kali setahun, Comifuro adalah ajang terbesar bagi kreator independen untuk menjual produk seperti pakaian, aksesoris, dan merchandise berbasis budaya Jepang.
- Pada edisi Comifuro 16 (2023), lebih dari 1.000 circle kreator (penjual independen) berpartisipasi, sementara jumlah pengunjung mencapai puluhan ribu. Acara ini menciptakan peluang bisnis besar bagi pelaku usaha lokal.

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

- Event ini telah diadakan delapan kali di Indonesia dan menjadi platform untuk mempromosikan budaya Jepang secara internasional. Pada edisi 2024, AFA-ID menghadirkan booth resmi *merchandise* anime dan menampilkan artis J-pop ternama, menarik ribuan pengunjung dalam setiap penyelenggaraannya

3. Jak Japan Matsuri dan Festival Lokal:

- Selain Comifuro dan AFA-ID, festival seperti Jak Japan Matsuri juga menjadi tempat bagi pelaku usaha untuk memasarkan produk berbasis budaya Jepang. Booth aksesoris, pakaian, dan suvenir budaya Jepang mendominasi event yang digelar di Gelora Bung Karno ini.

Peluang dan Tantangan

Industri ini memiliki potensi besar, tetapi tidak luput dari berbagai tantangan.

1. Peluang:

- **Komunitas Penggemar yang Loyal:** Basis penggemar yang solid menciptakan pasar yang stabil, terutama untuk franchise populer seperti One Piece, Naruto, atau Spy x Family.
- **Kolaborasi Lokal dan Internasional:** Banyak pelaku usaha mulai bekerja sama dengan perusahaan Jepang untuk mendapatkan lisensi resmi, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk lokal.

2. Tantangan:

Persaingan dengan Produk Impor: Produk impor murah, terutama dari Cina, sering kali menjadi pilihan utama konsumen karena harganya yang lebih terjangkau.

Industri pakaian, aksesoris, dan *merchandise* berbasis budaya Jepang di Indonesia adalah bagian penting dari ekonomi kreatif yang memiliki potensi besar untuk terus tumbuh. Didukung oleh komunitas penggemar yang besar, acara budaya, dan perkembangan teknologi digital, pasar ini menunjukkan prospek cerah di masa depan. Namun, untuk menjaga keberlanjutan, pelaku industri perlu mengatasi tantangan seperti persaingan dengan produk impor dan memastikan kepatuhan terhadap lisensi. Dengan strategi yang tepat dan dukungan pemerintah, industri ini dapat terus berkembang menjadi sektor unggulan dalam perekonomian kreatif Indonesia.

3.2 Pertumbuhan Industri

Industri pakaian dan *merchandise* berbasis budaya Jepang, khususnya anime dan *manga*, di Indonesia telah menunjukkan laju pertumbuhan yang signifikan dalam lima tahun terakhir. Perkembangan ini sangat dipengaruhi oleh peningkatan permintaan terhadap barang-barang bertema anime, baik di sektor pakaian, aksesoris, hingga berbagai *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 2019, pasar untuk pakaian bertema anime dan merchandise di Indonesia telah mengalami peningkatan yang signifikan, didorong oleh popularitas anime di

kalangan masyarakat, khususnya generasi muda. Data dari Statista menunjukkan bahwa pasar *fashion e-commerce* Indonesia diperkirakan akan menghasilkan pendapatan sebesar US\$7,72 miliar pada 2024, dengan laju pertumbuhan tahunan sekitar 4,4%. Meskipun tidak ada data 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 besar seperti Comic Frontier dan Chibicon juga memberikan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan sektor ini. Comic Frontier, yang diselenggarakan dua kali setahun, mencatatkan jumlah pengunjung yang terus meningkat. Pada 2019, acara ini menarik lebih dari 25.000 pengunjung, dengan tren peningkatan yang terus berlanjut setiap tahunnya. Event-event ini tidak hanya menjadi tempat berkumpulnya para penggemar anime dan *cosplay*, tetapi juga menjadi pasar potensial bagi penjualan *merchandise*, termasuk pakaian dan aksesoris bertema anime.

3. Penjualan Merchandise Anime dan Aksesoris

Merchandise anime, seperti figur, tas, pin, dan pakaian, terus mencatatkan pertumbuhan yang pesat. Penjualan online di platform seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee juga menunjukkan peningkatan yang signifikan, dengan berbagai produk aksesoris anime terjual cepat. Data dari riset pasar menunjukkan bahwa pada 2020, pasar merchandise anime di Indonesia tercatat mencapai angka triliunan rupiah, 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 bertema anime, seperti kaos, jaket, dan aksesoris lainnya, menjadi semakin populer seiring dengan meningkatnya kesadaran dan ketertarikan konsumen terhadap budaya Jepang. Sektor ini berkembang pesat berkat adanya acara besar, tetapi juga berkat *e-commerce* yang memungkinkan produsen kecil dan menengah untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Banyak pemain lokal, seperti Kyozone dan Animestore, mulai mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar, menawarkan berbagai produk yang disesuaikan dengan permintaan pasar.

5. Tren Pertumbuhan dalam Lima Tahun Terakhir

Dalam lima tahun terakhir, industri ini mengalami pertumbuhan yang stabil, didorong oleh beberapa faktor penting:

- **Pertumbuhan Basis Penggemar:** Penggemar anime di Indonesia terus berkembang, dengan komunitas yang aktif mengikuti acara-acara besar dan membeli merchandise. Hal ini semakin memperkuat daya beli masyarakat untuk produk-produk bertema anime.
- **Investasi dalam Event dan Produksi Lokal:** Festival besar dan konvensi seperti Comic Frontier dan Chibicon tidak hanya menjadi tempat berkumpul bagi penggemar, tetapi juga merupakan kesempatan bisnis bagi penjual merchandise lokal untuk mendapatkan keuntungan langsung. Selain itu, produsen lokal semakin banyak berinvestasi dalam produk-produk anime berkualitas, yang mendorong pertumbuhan sektor ini.
- **Perkembangan E-commerce:** Platform *e-commerce* yang terus berkembang juga menjadi salah satu faktor utama yang memfasilitasi pertumbuhan penjualan pakaian dan merchandise anime. Peningkatan transaksi di Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak memperlihatkan permintaan yang terus meningkat dari konsumen Indonesia untuk barang-barang bertema anime.

Secara keseluruhan, industri pakaian dan merchandise berbasis jejepangan di Indonesia, khususnya yang berhubungan dengan anime, menunjukkan tren pertumbuhan yang sangat positif dalam lima tahun terakhir. Terlepas dari tantangan yang ada, seperti ketergantungan pada barang impor, pengaruh besar dari komunitas penggemar dan acara besar, serta penetrasi digital melalui *e-commerce*, memberikan prospek yang cerah bagi industri ini. Dengan semakin berkembangnya minat terhadap budaya Jepang, industri ini diperkirakan akan terus berkembang dalam beberapa tahun mendatang.

3.3 Proyeksi Penjualan Industri

Proyeksi Penjualan Industri Pakaian dan Merchandise Jepjepangan di Indonesia

Industri pakaian dan merchandise berbasis jejepangan (anime, manga, dan budaya pop Jepang) di Indonesia menunjukkan potensi yang sangat besar untuk ekspansi dalam beberapa tahun mendatang. Dengan semakin populernya budaya Jepang di kalangan generasi muda Indonesia, sektor ini menjadi pasar yang menjanjikan bagi produsen lokal maupun internasional. 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 berbasis jejepangan, yang meliputi berbagai produk seperti baju anime, aksesoris, figur, dan lainnya, telah menunjukkan laju pertumbuhan yang sangat pesat dalam lima tahun terakhir. Meningkatnya permintaan terhadap produk-produk ini disebabkan oleh beberapa faktor utama:

- **Peningkatan Jumlah Penggemar Anime:** Di Indonesia, komunitas penggemar anime terus berkembang, didorong oleh semakin populernya anime di media sosial, platform streaming, dan televisi. Festival dan event seperti *Comic Frontier* dan *Chibicon* menjadi indikator penting dari pertumbuhan ini. Pada 2024, *Comic Frontier* diperkirakan akan menarik lebih dari 50.000 pengunjung, sebuah angka yang terus berkembang sejak 2019 yang mencatatkan lebih dari 25.000 pengunjung.
- **Pertumbuhan E-commerce:** Platform-platform seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee mencatatkan angka transaksi yang signifikan dalam kategori produk anime. Data menunjukkan bahwa pasar untuk merchandise anime di Indonesia dapat mencapai triliunan rupiah, dengan sektor ini semakin banyak melibatkan pemain lokal untuk memproduksi produk-produk berbasis budaya Jepang.
- **Trend Konsumen dan Preferensi Generasi Muda:** Generasi muda yang semakin tertarik pada budaya pop Jepang cenderung mencari barang-barang yang bisa mengekspresikan minat mereka. Pakaian dan aksesoris bertema anime menjadi pilihan utama, dengan konsumen yang semakin memilih untuk membeli barang-barang tersebut di platform online maupun secara langsung di acara-acara komunitas.

2. Analisis Keuangan dan Proyeksi Penjualan

Dalam konteks penjualan, sektor pakaian dan merchandise berbasis jejepangan di Indonesia berpotensi mencapai pendapatan yang sangat besar. Berdasarkan data yang diperoleh, pendapatan sektor ini akan meningkat seiring dengan berkembangnya komunitas penggemar dan kemajuan teknologi. Sebagai contoh:

- **Pendapatan *Fashion E-Commerce*:** Pada 2024, pasar fashion e-commerce Indonesia diperkirakan menghasilkan pendapatan sebesar US\$7,72 miliar, dengan laju pertumbuhan tahunan sebesar 4,4%. Meskipun data spesifik untuk baju anime tidak selalu tersedia, sektor ini tetap merasakan dampak positif dari pertumbuhan pasar fashion secara keseluruhan, yang diperkirakan akan terus meningkat dalam beberapa tahun ke depan.
- **Event dan Penjualan *Merchandise*:** Comic Frontier, yang menjadi acara terbesar untuk komunitas penggemar anime, mencatatkan angka transaksi yang terus berkembang. Penjualan *merchandise* di *event* ini meliputi berbagai produk, mulai dari pakaian anime, figur, hingga aksesoris seperti tas dan topi, yang semuanya memiliki permintaan yang stabil dan terus meningkat setiap tahunnya.

3. Tantangan yang Dihadapi Industri

Walaupun industri ini berkembang pesat, ada beberapa tantangan yang perlu diatasi oleh pengusaha dan pelaku industri untuk memaksimalkan potensi pasar:

- **Persaingan dengan Produk Impor:** Produk *merchandise* anime, baik pakaian maupun aksesoris, sebagian besar masih diimpor dari Jepang atau negara lain. Hal ini menambah tantangan bagi produsen lokal yang harus bersaing dengan harga produk impor yang lebih murah.
- **Fluktuasi Permintaan dan Musiman:** Penjualan *merchandise* anime sering kali dipengaruhi oleh musim-musim tertentu, seperti festival atau perayaan anime tertentu. Oleh karena itu, perencanaan produksi dan pemasaran yang tepat sangat penting untuk memaksimalkan pendapatan.
- **Biaya Produksi dan Bahan Baku:** Mengingat ketergantungan pada bahan baku impor, biaya produksi untuk barang-barang seperti pakaian dan figur anime dapat cukup tinggi, yang mempengaruhi margin keuntungan. Inovasi dalam proses produksi dan penggunaan teknologi modern dapat menjadi solusi untuk menurunkan biaya dan meningkatkan efisiensi.

4. Strategi Pengembangan dan Rekomendasi

Untuk memanfaatkan potensi besar dalam industri ini, berikut beberapa strategi yang dapat diadopsi oleh pelaku usaha:

- **Diversifikasi Produk:** Selain pakaian, pengusaha dapat memproduksi berbagai jenis *merchandise* yang lebih beragam seperti aksesoris, tas, dan bahkan barang-barang koleksi eksklusif yang berkaitan dengan anime dan manga. Diversifikasi ini dapat membantu untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas.
- **Optimalisasi E-Commerce:** Mengingat tingginya transaksi online di platform seperti Tokopedia dan Bukalapak, pengusaha perlu meningkatkan kehadiran mereka di dunia maya, baik melalui toko online sendiri maupun melalui platform *e-commerce* yang sudah ada. Penjualan online memungkinkan produk untuk dijangkau oleh konsumen dari berbagai wilayah di Indonesia.
- **Partisipasi dalam Event dan Festival:** Menjadi bagian dari acara besar seperti Comic Frontier dan Chibicon bisa memberikan peluang besar untuk memperkenalkan produk kepada penggemar anime. Selain itu, event ini memberikan kesempatan untuk melakukan pemasaran langsung dan membangun hubungan dengan konsumen.
- **Kolaborasi dengan Influencer dan Komunitas:** Untuk memperkuat merek dan menarik perhatian konsumen, kolaborasi dengan influencer yang memiliki pengikut di kalangan penggemar anime dapat sangat efektif. *Influencer* dapat membantu dalam meningkatkan brand awareness dan mendorong penjualan produk.

Industri pakaian dan *merchandise* berbasis jejepangan di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk berkembang lebih jauh, didorong oleh komunitas penggemar yang terus tumbuh, peningkatan penggunaan *e-commerce*, serta acara-acara budaya pop Jepang yang semakin populer. Meskipun ada tantangan dalam persaingan dengan produk impor dan biaya produksi, peluang yang ada sangat menjanjikan bagi pelaku usaha yang mampu berinovasi dan memahami dinamika pasar. Dengan strategi yang tepat, industri ini akan terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun mendatang.

3.4 Karakteristik Industri

Industri pakaian dan merchandise berbasis jejepangan di Indonesia terus berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh perubahan preferensi budaya dan meningkatnya jumlah penggemar anime serta budaya pop Jepang. 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 berbasis jejepangan adalah remaja dan dewasa muda berusia antara 15 hingga 34 tahun. Menurut laporan dari Statista, sekitar 23 juta orang Indonesia teridentifikasi sebagai penggemar anime, yang menunjukkan potensi pasar yang besar untuk produk-produk terkait anime dan *manga*. Konsumen dalam rentang usia ini sangat terhubung dengan dunia digital, berinteraksi aktif melalui media sosial seperti Instagram, Twitter, dan TikTok, serta *platform streaming video* seperti Crunchyroll dan Netflix. Keterikatan mereka pada anime dan budaya Jepang lebih dari sekadar konsumsi hiburan—itu juga menjadi cara mereka membangun identitas sosial. Produk-produk anime dan *manga* menjadi simbol ekspresi diri yang sangat penting, menciptakan peluang besar bagi produsen lokal untuk memasarkan barang-barang seperti pakaian bertema anime, figur koleksi, aksesoris, dan barang-barang lainnya yang terkait dengan dunia anime.

Selain itu, *platform e-commerce* berperan penting dalam memperluas akses pasar bagi produk-produk berbasis anime. *Platform* seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee memungkinkan konsumen untuk membeli produk secara daring, yang menawarkan kemudahan dan kenyamanan bagi pelanggan di berbagai wilayah, baik di kota besar maupun di daerah-daerah yang lebih terpencil. Perkembangan pesat *e-commerce* di Indonesia berdampak besar pada penetrasi pasar, karena konsumen kini dapat mengakses produk anime dan *merchandise* tanpa batasan geografis. Hal ini mendukung para pelaku industri untuk memperkenalkan produk mereka secara langsung ke konsumen tanpa perlu memiliki jaringan distribusi yang besar di seluruh Indonesia. Pada tahun 2024, diperkirakan sektor *fashion e-commerce* di Indonesia akan mencapai pendapatan US\$7,72 miliar, dengan pertumbuhan tahunan sebesar 4,4%. Meskipun demikian, sektor khusus seperti merchandise anime meskipun tidak memiliki angka yang pasti, jelas menunjukkan adanya tren positif yang sangat berpotensi untuk terus berkembang.

Karakteristik lain yang memengaruhi industri ini adalah peran komunitas penggemar yang semakin besar. Komunitas penggemar anime di Indonesia sangat aktif, terutama di media sosial dan acara-acara komunitas. *Event* seperti Comic Frontier dan Chibicon yang diadakan setiap tahun menarik ribuan pengunjung, yang menjadi wadah bagi para penggemar anime untuk saling bertemu, berbagi, dan tentunya membeli produk *merchandise* yang mereka gemari. Comic Frontier, misalnya, menarik lebih dari 50.000 pengunjung pada tahun 2024, yang menunjukkan betapa kuatnya antusiasme terhadap produk-produk terkait anime. Selain itu, komunitas ini memiliki loyalitas yang tinggi, di mana mereka tidak hanya membeli produk anime, tetapi juga berpartisipasi aktif dalam diskusi, berbagi pengalaman, dan memberikan rekomendasi produk di platform media sosial. Hal ini meningkatkan visibilitas merek dan mendorong penjualan produk melalui metode pemasaran berbasis komunitas yang sangat efektif.

Produk-produk yang paling diminati di pasar ini adalah pakaian bertema anime, seperti kaos, jaket, dan hoodie, serta berbagai aksesoris *cosplay* yang menjadi bagian integral dari identitas penggemar anime. Pakaian bertema anime dan *merchandise* lainnya menawarkan lebih dari sekadar fungsi konsumsi, tetapi juga fungsi identitas sosial bagi pemakainya. Hal ini berbeda dengan produk fashion biasa, di mana pakaian tidak hanya digunakan untuk kenyamanan fisik tetapi juga sebagai sarana untuk mengekspresikan kecintaan terhadap karakter atau seri tertentu. Selain itu, figur koleksi dan barang-barang eksklusif seperti pernak-pernik anime sering kali menjadi produk yang dicari oleh para penggemar sebagai bagian dari koleksi pribadi mereka, yang memiliki nilai lebih sebagai barang langka dan bernilai tinggi di pasar.

Persaingan harga menjadi salah satu tantangan utama bagi pelaku industri ini. Produk-produk impor, terutama yang berasal langsung dari Jepang, sering kali memiliki harga yang lebih murah dan kualitas yang terjamin. Produk-produk ini memenuhi keinginan konsumen yang mencari barang asli dari negara asal anime tersebut. Namun, para produsen lokal dapat mengatasi tantangan ini dengan berfokus pada inovasi desain dan produksi terbatas yang memberikan nilai eksklusivitas. Selain itu, strategi pemasaran yang lebih kreatif, seperti berkolaborasi dengan influencer atau komunitas *cosplay*, juga dapat membantu produsen lokal menciptakan daya tarik yang kuat bagi pasar yang sangat tersegmentasi ini.

Secara keseluruhan, industri pakaian dan *merchandise* berbasis jejepangan di Indonesia memiliki potensi besar untuk tumbuh. Pengaruh budaya pop Jepang, didorong oleh media sosial dan event-event komunitas, memberikan peluang yang sangat besar bagi pelaku industri untuk menysasar pasar yang terus berkembang. Di sisi lain, tantangan seperti persaingan harga dan biaya produksi yang tinggi masih perlu diatasi dengan inovasi dan strategi pemasaran yang lebih adaptif. Inovasi produk, pemasaran berbasis komunitas, serta kerjasama dengan influencer akan

memainkan peran kunci dalam memperkuat posisi pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal di pasar yang semakin kompetitif. Dengan pendekatan yang tepat, industri ini diperkirakan akan terus berkembang, tidak hanya sebagai sektor yang menguntungkan, tetapi juga sebagai bagian dari ekosistem ekonomi kreatif Indonesia yang semakin vital.

3.5 Tren Industri

Industri pakaian dan merchandise berbasis jejepangan di Indonesia telah mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Proses ini dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah semakin meluasnya kecintaan terhadap budaya pop Jepang, terutama anime, *manga*, dan berbagai produk terkait lainnya. Tren ini telah menciptakan pasar yang besar bagi produk-produk tersebut di Indonesia, khususnya di kalangan anak muda yang menjadi mayoritas konsumennya. Permintaan pasar untuk produk anime semakin berkembang seiring dengan meningkatnya jumlah penggemar, yang terhubung melalui berbagai platform digital dan acara komunitas. Dalam hal ini, pasar Indonesia merupakan salah satu pasar terbesar bagi produk-produk yang berhubungan dengan budaya pop Jepang, dengan sekitar 23 juta orang Indonesia yang teridentifikasi sebagai penggemar anime, sebuah angka yang terus meningkat. Hal ini menandakan adanya permintaan yang sangat besar untuk produk-produk merchandise anime, baik berupa pakaian bertema anime, figur koleksi, aksesoris, maupun berbagai barang koleksi lainnya.

Tren yang mempengaruhi industri ini sangat terkait dengan aksesibilitas produk melalui platform *e-commerce* yang berkembang pesat. Platform seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee memberikan kemudahan bagi konsumen untuk membeli produk-produk anime tanpa terbatas oleh lokasi geografis. Dengan kemudahan akses tersebut, banyak produsen lokal yang kini dapat memperkenalkan produk mereka kepada pasar yang lebih luas. *E-commerce* telah mempermudah transaksi dan memungkinkan barang-barang yang dulunya sulit didapatkan untuk dapat diakses oleh konsumen di seluruh Indonesia. Hal ini terlihat dari proyeksi pendapatan sektor *fashion e-commerce* di Indonesia yang diperkirakan mencapai US\$7,72 miliar pada tahun 2024, dengan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 4,4%. Meskipun angka ini mencakup keseluruhan sektor *fashion*, tren yang sama juga berlaku untuk produk-produk anime yang kini semakin populer di kalangan masyarakat Indonesia.

Selain itu, komunitas penggemar anime juga memiliki peran yang sangat besar dalam mendorong permintaan pasar. Komunitas ini tidak hanya berfungsi sebagai wadah bagi para penggemar untuk berbagi informasi dan pengalaman mengenai anime, tetapi juga menjadi pasar yang sangat potensial bagi produk-produk yang berhubungan dengan anime. Acara-acara komunitas seperti Comic Frontier dan Chibicon yang diselenggarakan setiap tahun mampu menarik ribuan pengunjung, yang pada gilirannya meningkatkan permintaan terhadap produk-produk merchandise terkait anime. Comic Frontier 2024, misalnya, tercatat mengundang lebih dari 50.000 pengunjung, sebuah angka yang mencerminkan betapa besarnya antusiasme pasar terhadap produk-produk anime. Acara seperti ini memberi peluang bagi produsen dan penjual untuk menjangkau konsumen secara langsung dan menawarkan produk-produk eksklusif yang sulit ditemukan di tempat lain. Dalam hal ini, komunitas penggemar anime menjadi pendorong utama dari tren industri ini, karena mereka tidak hanya membeli produk, tetapi juga menjadi bagian dari ekosistem yang lebih besar di dunia anime.

Permintaan terhadap produk-produk merchandise anime di Indonesia didorong oleh keinginan penggemar untuk mengekspresikan kecintaan mereka terhadap anime dan karakter-karakter favorit mereka. Produk seperti pakaian bertema anime, figur koleksi, dan aksesoris *cosplay* bukan hanya dianggap sebagai barang konsumsi, tetapi juga sebagai simbol identitas sosial. Kaos, hoodie, jaket bertema anime, dan aksesoris *cosplay* semakin banyak diminati oleh konsumen yang ingin menunjukkan afiliasi mereka dengan karakter anime tertentu. Hal ini mengubah cara pandang terhadap pakaian dan aksesoris, di mana produk-produk tersebut lebih dari sekadar fungsionalitas, tetapi juga bagian dari ekspresi diri. Produk figur koleksi juga menjadi sangat populer, terutama bagi para penggemar yang ingin memiliki barang langka dan bernilai tinggi sebagai bagian dari koleksi pribadi mereka. Fenomena ini juga didorong oleh tren kolektibilitas yang berkembang pesat di kalangan penggemar anime, di mana barang-barang eksklusif dan terbatas memiliki nilai yang sangat tinggi di pasar. Selain itu, dengan hadirnya platform media sosial dan *influencer*, tren produk anime semakin berkembang. *Influencer* di Instagram, TikTok, dan YouTube memiliki pengaruh besar dalam memperkenalkan produk baru, menciptakan lonjakan permintaan secara instan setelah sebuah produk dipromosikan. Penggemar anime seringkali mengikuti rekomendasi produk dari *influencer*, yang mendorong keputusan pembelian mereka.

Dengan mempertimbangkan perkembangan ini, industri pakaian dan merchandise berbasis jejepangan di Indonesia diperkirakan akan terus berkembang dalam beberapa tahun mendatang. Meningkatnya jumlah penggemar anime, semakin berkembangnya platform streaming seperti Netflix dan Crunchyroll, serta berkembangnya komunitas penggemar anime di Indonesia akan terus memperkuat permintaan pasar terhadap produk-produk terkait anime. Dengan konsumen yang

semakin terhubung melalui media sosial dan acara-acara komunitas, pasar ini memiliki potensi yang besar untuk terus berkembang. Selain itu, para produsen dapat memanfaatkan inovasi desain dan kerja sama dengan influencer untuk menciptakan produk yang menarik dan meningkatkan visibilitas merek mereka di pasar. Dalam hal ini, produk-produk anime tidak hanya sekadar barang konsumsi, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup dan identitas sosial yang semakin diperhitungkan. Oleh karena itu, industri ini sangat potensial untuk berkembang lebih lanjut, dan diperkirakan akan menjadi salah satu sektor yang terus bertumbuh dalam industri kreatif di Indonesia, memberikan peluang yang besar bagi para pelaku bisnis yang dapat memahami dan memenuhi kebutuhan pasar ini dengan tepat. Dengan perkembangan yang pesat ini, industri pakaian dan *merchandise* berbasis jejepangan akan terus menjadi pilar penting dalam ekonomi kreatif Indonesia, memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan sektor ini di masa depan.

3.6 Prospek Industri Jangka Panjang

Industri pakaian dan *merchandise* berbasis jejepangan di Indonesia memiliki prospek yang sangat cerah dalam jangka panjang. Beberapa faktor yang mendukung prospek industri ini termasuk pertumbuhan populasi penggemar anime, ekspansi *e-commerce*, serta perkembangan budaya pop Jepang yang semakin mendalam di Indonesia. Indonesia, dengan populasi lebih dari 270 juta orang dan lebih dari 50% di antaranya adalah generasi muda, menjadikan pasar Indonesia sebagai salah satu pasar terbesar di Asia Tenggara untuk produk berbasis anime. Menurut data dari Asosiasi Pengusaha Jepang di Indonesia (JPPI), sekitar 23 juta orang Indonesia secara aktif terlibat dalam komunitas anime, *manga*, dan *cosplay*, yang merupakan indikator jelas bahwa pasar ini memiliki permintaan yang terus berkembang. Hal ini juga tercermin dalam semakin banyaknya acara dan festival anime, seperti Comic Frontier dan Chibicon, yang dapat menarik puluhan ribu pengunjung setiap tahunnya, yang mayoritas adalah penggemar setia anime.

Peningkatan konsumsi media digital turut mempercepat prospek industri ini. Platform streaming seperti Netflix, Crunchyroll, dan YouTube memainkan peran besar dalam mempopulerkan anime di kalangan masyarakat Indonesia. Menurut laporan dari Newzoo, pasar video game dan media streaming di Indonesia diperkirakan akan tumbuh 10,3% pada tahun 2024, yang tidak hanya mencakup game tetapi juga mencakup anime dan hiburan berbasis digital lainnya. Sebagai contoh, sejak anime seperti *Attack on Titan*, *Demon Slayer*, dan *Jujutsu Kaisen* diputar secara eksklusif di Netflix Indonesia, permintaan untuk barang-barang terkait anime tersebut meningkat tajam, khususnya di kalangan anak muda dan kolektor.

E-commerce merupakan faktor kunci yang akan mendorong pertumbuhan pasar anime di Indonesia dalam beberapa tahun mendatang. Dengan penetrasi internet yang terus berkembang dan semakin banyaknya konsumen yang memilih berbelanja secara online, *platform-platform* seperti Tokopedia dan Shopee telah memperluas akses produk-produk anime kepada pasar yang lebih luas. Data dari Google-Temasek menunjukkan bahwa *e-commerce* Indonesia diproyeksikan akan mencapai USD 82 miliar pada tahun 2025, dan sektor *fashion online* akan menyumbang sebagian besar dari angka ini. Hal ini berarti bahwa produk-produk anime dan *merchandise* yang berhubungan dengan budaya Jepang juga akan mendapatkan manfaat dari pertumbuhan pasar *e-commerce* tersebut, terutama dengan meningkatnya permintaan untuk pakaian bertema anime, figur koleksi, serta aksesoris *cosplay*.

Komunitas penggemar anime di Indonesia sangat aktif dan terorganisir, yang menjadi penggerak utama dalam perkembangan pasar ini. Komunitas-komunitas seperti Anime Indonesia dan berbagai forum *cosplay* di media sosial menciptakan peluang untuk berinteraksi langsung dengan penggemar, memberikan saran produk, serta mempromosikan barang-barang eksklusif. Selain itu, acara-acara besar seperti Comic Frontier, yang diadakan dua kali setiap tahun, dan Chibicon, yang menarik lebih dari 50.000 pengunjung pada tahun 2024, berfungsi sebagai ajang pertemuan penggemar serta bazar produk *merchandise*. Dalam acara-acara ini, penjual dan pengrajin lokal dapat memperkenalkan produk mereka kepada pasar yang lebih luas, menciptakan peluang langsung untuk penjualan dan memperkuat eksistensi brand di pasar yang semakin kompetitif. Kegiatan tersebut juga membentuk kesadaran merek dan mempopulerkan produk-produk baru, memperluas pangsa pasar untuk merchandise anime di Indonesia.

Selain itu, munculnya kolaborasi antara brand lokal dan internasional juga menjadi pendorong yang memperkuat prospek industri ini. Sebagai contoh, kolaborasi antara Uniqlo dan berbagai franchise anime besar seperti One Piece dan Naruto menghasilkan produk-produk fashion eksklusif yang menarik perhatian penggemar dan konsumen dari kalangan muda. Hal ini menunjukkan bahwa produk anime kini semakin diterima dalam gaya hidup masyarakat, yang tidak hanya berlaku di kalangan penggemar hardcore, tetapi juga merambah ke konsumen yang lebih luas. Kolaborasi serupa dengan merek lokal seperti Kotak Kecil dan HYPE telah sukses menggabungkan elemen-elemen budaya Jepang dalam desain mereka, yang semakin menarik perhatian konsumen muda yang mencari produk fashion unik dengan sentuhan budaya populer.

Prospek jangka panjang dari industri ini juga didukung oleh inovasi dalam desain dan pemasaran. Dengan meningkatnya penetrasi internet dan media sosial, produsen dan merek dapat memanfaatkan teknologi *augmented reality* (AR) untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih interaktif, seperti mencoba pakaian

anime secara virtual atau membeli produk eksklusif secara langsung melalui aplikasi e-commerce. Produk-produk berbasis digital seperti NFT (*Non-Fungible Tokens*) yang mengusung tema anime juga mulai populer, membuka peluang baru bagi para penggemar untuk memiliki barang koleksi digital yang unik dan langka.

Di sisi lain, meskipun pasar ini memiliki prospek yang sangat cerah, industri ini juga dihadapkan pada tantangan persaingan dari produk impor murah dan keberagaman selera konsumen yang semakin berkembang. Namun, dengan adanya kebijakan proteksi industri lokal, yang membatasi impor barang-barang merchandise dengan biaya rendah, produk lokal yang berkualitas tinggi akan terus memiliki daya saing. Di samping itu, produsen lokal yang bisa menawarkan produk inovatif dan orisinalitas dalam desain memiliki peluang besar untuk memenangkan hati penggemar di pasar domestik.

Secara keseluruhan, dengan semakin berkembangnya minat terhadap budaya Jepang, pertumbuhan yang signifikan dalam e-commerce, serta perkembangan komunitas penggemar yang semakin besar, prospek industri pakaian dan merchandise berbasis jepang di Indonesia sangat menjanjikan. Pasar ini diprediksi akan terus berkembang dengan angka pertumbuhan tahunan yang signifikan. Dengan memanfaatkan tren yang ada, inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi digital, industri ini dapat mengukir kesuksesan jangka panjang, menjadi bagian penting dari ekonomi kreatif Indonesia yang terus berkembang.

3.7 Kesimpulan

Industri pakaian dan *merchandise* berbasis jepang di Indonesia memiliki prospek yang sangat cerah di masa depan, didorong oleh peningkatan permintaan konsumen yang terus berkembang, pertumbuhan komunitas penggemar yang semakin besar, serta dukungan teknologi dan e-commerce. Indonesia, dengan jumlah penggemar anime yang sangat besar, lebih dari 20 juta orang, memiliki potensi besar untuk menjadi pasar utama bagi produk-produk berbasis budaya Jepang. Beberapa faktor penting yang mendukung pertumbuhan industri ini meliputi pertumbuhan populasi anak muda, yang menjadi segmen utama pasar, serta peningkatan konsumsi media digital, yang semakin memperkenalkan anime kepada konsumen yang lebih luas.

Tren budaya pop Jepang di Indonesia semakin kuat, dengan semakin banyaknya acara-acara seperti Comic Frontier dan Chibicon yang menarik ribuan pengunjung setiap tahunnya. Acara ini tidak hanya menjadi tempat bagi para penggemar untuk berkumpul, tetapi juga berfungsi sebagai saluran promosi dan distribusi barang-barang merchandise anime. Di sisi lain, *e-commerce* berperan penting dalam memperluas pasar, memungkinkan produk-produk anime mudah

dijangkau oleh konsumen di seluruh Indonesia. Dengan penetrasi internet yang terus berkembang dan semakin banyaknya konsumen yang beralih ke belanja online, produk-produk anime dan merchandise terkait kini dapat dijangkau dengan lebih mudah melalui *platform-platform* seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak.

Inovasi dalam desain produk, seperti kolaborasi antara merek lokal dan internasional, serta kemajuan dalam penggunaan teknologi seperti augmented reality (AR) dan NFT, juga semakin memperkuat daya tarik produk-produk anime di Indonesia. Produk-produk ini tidak hanya menarik bagi penggemar anime hardcore, tetapi juga berhasil merambah konsumen lebih luas yang mencari barang dengan tema budaya pop Jepang. Kebijakan proteksi industri lokal juga semakin mendukung daya saing produk lokal terhadap produk impor, dengan menjaga kualitas dan orisinalitas produk yang ditawarkan.

Prospek jangka panjang untuk industri ini sangat menjanjikan. Dengan pertumbuhan pasar yang pesat dan semakin berkembangnya industri kreatif di Indonesia, pakaian dan merchandise berbasis jejepangan akan terus menjadi bagian penting dari ekonomi kreatif tanah air. Hal ini tercermin dalam proyeksi pertumbuhan industri ini yang diperkirakan akan terus naik dalam lima tahun ke depan, seiring dengan meningkatnya minat terhadap budaya Jepang dan pengaruhnya terhadap gaya hidup masyarakat.

Secara keseluruhan, dengan dukungan dari berbagai sektor seperti teknologi, *e-commerce*, dan komunitas penggemar, industri pakaian dan merchandise berbasis jejepangan di Indonesia akan terus mengalami pertumbuhan yang signifikan. Seiring dengan semakin banyaknya acara dan festival yang mengangkat budaya Jepang, serta keberhasilan kolaborasi dengan merek internasional, industri ini dapat meraih kesuksesan berkelanjutan, menjadikannya sektor yang sangat menguntungkan dalam jangka panjang.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA