

## JEJAK EKONOMI KONSER K-POP (NCT DREAM TOUR "THE DREAM SHOW 2: JAKARTA") DALAM MENGHASILKAN PENDAPATAN NASIONAL

Galih Wardana<sup>1</sup>, Ikka Salsabilla<sup>2</sup>, Feronica Simanjorang S.Sos., M.AB<sup>3</sup>

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sumatera Utara

[ikkasalsabilla@gmail.com](mailto:ikkasalsabilla@gmail.com)<sup>1</sup>, [galihwardana1209@gmail.com](mailto:galihwardana1209@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[feronicasimanjorang@gmail.com](mailto:feronicasimanjorang@gmail.com)<sup>3</sup>

### Abstrak

Salah satu produk unggulan sektor pariwisata adalah industri MICE (Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition) Indonesia, yang memiliki potensi pengembangan yang sangat besar. Dyandra & Co, perusahaan induknya dan bagian dari Kompas Gramedia Group, memberikan layanan acara melalui Dyandra Global Edutainment (DGE). Dengan pendapatan tahunan \$25 triliun, industri MICE tumbuh pesat. Industri ini sangat besar untuk pasar luar negeri, terutama musik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar dampak acara musik NCT Dream Tour "The Dream Show 2: Jakarta", yang merupakan acara konser yang dibawakan oleh 7 boy group Korea, terhadap ekonomi negara, didorong oleh tingginya antusiasme masyarakat terhadap berbagai acara musik. NCT Dream Tour "The Dream Show 2: Jakarta" adalah acara konser di mana tujuh kelompok pemuda Korea berpartisipasi. Studi ini mempelajari seberapa besar acara NCT Dream Tour "The Dream Show 2: Jakarta" berdampak pada ekonomi, pertumbuhan, dan pendapatan nasional Indonesia.

Kata kunci : Industri pariwisata, K-Pop, Pendapatan Nasional

### Abstract

One of the main products in the pariwisata sector is the Indonesian MICE (Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition) industry, which has a very large potential for growth. Dyandra & Co., an independent company and division of Kompas Gramedia Group, provides event services through Dyandra Global Edutainment (DGE). With an annual revenue of \$25 trillion, the MICE sector is growing rapidly. This industry is very important to export outside the country, especially music. The purpose of this study is to understand some of the major effects of the NCT Dream Tour "The Dream Show 2: Jakarta" musical performance, which is a concert featuring seven Korean boy bands and is intended to address the nation's economy through a variety of musical events.

The NCT Dream Tour "The Dream Show 2: Jakarta" is a concert in which a number of Korean pop stars will perform. This study examines how the NCT Dream Tour "The Dream Show 2: Jakarta" affected Indonesia's economy, population growth, and national income.

Keywords: Pariwisata industry, K-pop, national income

## **Pendahuluan**

Budaya Indonesia sangat beragam. Budaya lokal telah dipengaruhi oleh perkembangan zaman dan globalisasi. Dengan kemajuan teknologi saat ini, menjadi semakin mudah untuk mengetahui tentang budaya asing dalam lingkungan kehidupan sehari-hari. Ini membuat mendapatkan informasi menjadi lebih mudah dan cepat. Teknologi dapat menyebarkan budaya dan informasi ke seluruh dunia. Salah satunya adalah budaya Korea, juga dikenal sebagai Hallyu atau Hallyu. Penyebaran budaya Korea di Indonesia dibantu oleh aktifnya pengenalan berbagai media. Baik laki-laki maupun perempuan menunjukkan minat yang meningkat terhadap budaya ini. Menurut Kaprang (2013), banyak remaja Indonesia yang mengaku sebagai penggemar selebriti dari negara ginseng.

Hallyu terbentuk budaya menjadi populer pada pertengahan tahun 1999, ketika seorang reporter Beijing dikejutkan oleh pesatnya popularitas hiburan Korea di Tiongkok. Hallyu merupakan perlombaan menyebarkan budaya Korea ke seluruh dunia, atau mengeksport budaya Korea. Berawal dari industri hiburan termasuk K-Pop dan KDrama, ia menjadi pionir budaya Korea mendunia. Bermula dari budaya suatu negara dan sekarang menjadi brand image, jadi jangan heran, masyarakat sangat suka menonton drama Korea dan menikmati musik pop Korea, mereka juga mulai menyukai makanan, pakaian khas Korea, yang bagus untuk Orang Korea Bahkan tidak jarang para penggemarnya belajar bahasa, Hangul (Korea) bahkan barang-barang asal Korea Selatan banyak beredar di pasaran

Budaya populer Korea memiliki kemampuan unik untuk memikat penggemarnya melalui berbagai media, termasuk drama dan musik yang dinamis. Inilah yang membedakannya dan menjadikannya bagian budaya pop yang dicintai. Musik Korea terkenal dengan gayanya yang easy listening, dan pilihan fashion para idolanya memberikan efek memukau bagi penggemarnya di Indonesia. Tak heran jika K-pop begitu populer di kalangan anak muda. Kesuksesan Korean Wave telah mendorong terciptanya merchandise yang berhubungan dengan idola seperti album, photocard, photobook, poster, lightstick, dan banyak lagi, yang sangat ingin dibeli oleh para penggemar. Loyalitas penggemar terhadap idolanya merupakan faktor penting dalam mendorong penjualan merchandise

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wijayanti (2012), peningkatan popularitas budaya populer Korea di seluruh dunia telah berdampak besar pada masyarakat di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Fenomena budaya yang disebut sebagai "Korean Wave" telah berkembang di banyak negara, termasuk Indonesia. Fenomena ini erat terkait dengan munculnya musik Korean Pop, atau K-pop. Menurut Soraya (2013), K-pop adalah salah satu jenis musik yang berasal dari Korea Selatan. Kehadirannya di Indonesia telah meningkatkan popularitasnya, dan banyak orang sekarang menjadi penggemar setia musik Korea Selatan. Penggemar ini tinggal di seluruh negeri, membentuk komunitas penggemar K-pop yang luas.

Dalam publikasi Achmada & Sadewo tahun 2014, Storey menegaskan bahwa konsumsi budaya populer pasti akan berujung pada munculnya fandom. Penggemar, yang merupakan penonton paling mencolok dari fenomena budaya pop, mampu membentuk masa depan budaya tersebut dengan menghasilkan nilai-nilai dan tren baru. Dunia pop Korea adalah contoh utama dari fenomena ini; ia mampu menciptakan alam

semesta yang benar-benar baru yang dapat melahirkan tren-tren baru, yang sering kali diikuti oleh banyak orang. Meski seiring berjalannya waktu, K-Pop tetap menjadi kekuatan budaya yang menonjol di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan seringnya diadakannya konser K-Pop di dalam negeri yang masing-masing mematok harga tiket yang mahal. Meskipun demikian, konser-konser ini selalu terjual habis karena minat para penggemar yang tak tergoyahkan terhadap genre tersebut.

Sektor MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) di Indonesia memiliki banyak peluang untuk berkembang, sesuai dengan peraturan yang tercantum dalam Pasal 14(1) UU RI No. 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata. Industri pariwisata dianggap sebagai produk terbaik. Disebabkan oleh kemajuan dalam teknologi, ilmu pengetahuan, dan persaingan bisnis yang banyak menghasilkan pertemuan dan perundingan dalam dan luar negeri, prospek industri pameran semakin menarik di era globalisasi. Saat ini, industri pameran, konferensi, dan konvensi (MICE, Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) di Indonesia sedang berkembang pesat. Data menunjukkan pertumbuhan rata-rata sebesar 14% setiap tahun sejak 2016. Dengan pertumbuhan tahunan sebesar \$25 triliun, industri MICE merupakan pasar yang sangat besar bagi pasar luar negeri, khususnya di bidang musik. Tingginya minat masyarakat terhadap berbagai acara musik juga telah mendorong pertumbuhan industri MICE, dengan munculnya penyelenggara khususnya di bidang musik.

Menurut Nadzir (2016), untuk memahami alasan mengapa penyelenggara acara dalam pameran, acara musik, dan pameran berhasil, kita harus mempertimbangkan daya tarik utama acara yang diselenggarakan oleh industri MICE, yang mencakup keteraturan acara, bintang tamu, konsultan, dan promosi. serta berbagai kegiatan menyenangkan lainnya (Lee & Lee, 2017). Sebagai perusahaan induk dan bagian dari Grup Kompas

Gramedia, Dyandra Global Edutainment (DGE) adalah salah satu penyedia layanan acara Dyandra & Co. DGE telah berkembang menjadi penyelenggara acara konser terkemuka di Indonesia sejak berdiri pada tahun 2019. Salah satu acara tersebut adalah NCT Dream Tour "The Dream", yang akan berlangsung dari Sabtu hingga Senin, 4 hingga 6 Maret 2023 di Aula ICE BSD Tangerang 5-6, Indonesia.

Konser hallyu seperti NCT Dream Tour "The Dream Show 2: Jakarta" menjadi fenomena yang mempengaruhi perekonomian Indonesia. Konser tersebut menarik perhatian lebih dari 10.000 penonton K-pop di Indonesia dan total terjual 37.000 tiket. Fenomena Hallyu khususnya musik pop Korea atau K-pop menjadi salah satu subsektor hiburan pendongkrak perekonomian Korea Selatan. Sebagai rumah bagi jutaan musisi K-pop atau pecinta K-pop, Indonesia memiliki basis penggemar yang besar dan setia di industri K-pop, menjadikan Indonesia sebagai pasar yang sangat menjanjikan bagi perekonomian Korea.

Meski saat ini belum ada informasi spesifik mengenai dampak Konser NCT Dream Tour "The Dream Show 2: Jakarta" dan konser K-pop lainnya terhadap pendapatan nasional Indonesia, namun fenomena Korean Wave telah memberikan dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat Indonesia. rakyat. Konser K-pop juga dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan tingkat okupansi ekonomi di kota-kota tempat konser diadakan, khususnya industri perhotelan.

Selain itu, konser K-pop juga dapat menjadi motor penggerak pertumbuhan industri hiburan, ekonomi kreatif, dan pemasaran/promosi Indonesia. Oleh karena itu, konser K-pop, termasuk NCT Dream Tour "The Dream Show 2: Jakarta", berpotensi memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia, terutama

melalui peningkatan kunjungan wisatawan, pertumbuhan industri hiburan, dan ekonomi kreatif.

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dan analitis. Dengan menggunakan data primer dan sekunder—data dari sumber kepustakaan—penulis menjelaskan masalah penelitian dan memberikan gambaran tentang fenomena atau karakteristik populasi. Studi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam, mendalam, dan terperinci tentang peristiwa atau fenomena yang dibahas. Metode ini biasanya berkonsentrasi pada alasan mengapa suatu kejadian atau fenomena dapat terjadi di masyarakat. Penelitian deskriptif tidak hanya menggambarkan, tetapi juga menjelaskan subjek penelitian secara lebih detail dan mendalam. Jenis penelitian ini dapat dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk menjelaskan suatu situasi dengan bantuan studi kepustakaan yang membantu peneliti menganalisis data mereka. Metode ini memberikan gambaran yang komprehensif dan mendalam tentang peristiwa atau fenomena. Ini memungkinkan pemahaman yang lebih baik tentang karakteristik populasi atau fenomena yang diteliti.

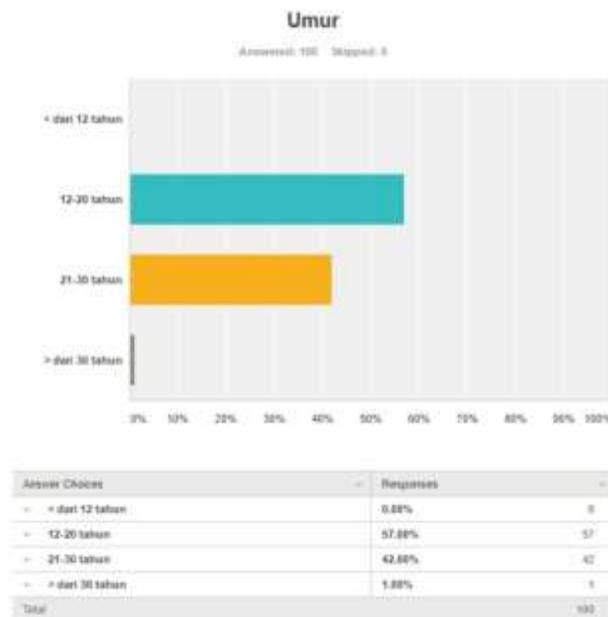
## **Materi dan Pembahasan**

Budaya K-pop mempunyai kemampuan untuk memukau penggemar, dimulai dengan drama dan musiknya yang dinamis, itulah sebabnya budaya K-pop mendapat tempat di kalangan penggemar. Gaya musik musik Korea yang enak didengar, fashion para idolanya juga sukses memikat telinga dan mata para penggemarnya di tanah air. Tak

heran jika musik K-pop banyak digandrungi oleh mayoritas anak muda. Demam Korea atau biasa disebut Hallyu sedang berkembang pesat. Hallyu sendiri merupakan penyebaran budaya pop Korea secara internasional. Hal ini menunjukkan betapa antusiasnya masyarakat Indonesia dalam menerima budaya negeri ginseng tersebut. Korea Selatan berusaha memperkenalkan budayanya melalui stasiun televisi swasta serta band pria dan wanita yang tidak hanya menampilkan musik K-pop yang catchy tetapi benar-benar siap dalam hal kostum, aksesoris, tarian bahkan penampilan. Tubuh mereka dijadikan seragam. Gaya fashion mereka dikenal unik dan mampu menciptakan tren baru yang sedang populer di kalangan idola.

Dengan popularitas Hallyu, kemunculan produk/komoditas yang berhubungan dengan idola seperti album, kartu foto, album foto, poster, dan light stick telah membangkitkan keinginan penggemar untuk membeli. Faktor penyebabnya adalah sikap setia penggemar terhadap idolanya sehingga menimbulkan keinginan untuk membeli suatu barang. Veronica mengatakan dalam penelitiannya bahwa seorang penggemar K-pop yang sudah memiliki perasaan terhadap seorang idola akan melakukan apa saja, termasuk membeli berbagai versi album yang dirilis oleh agensi idola dalam jumlah besar, hal itu demi kepuasan dirinya sendiri dan untuk membantu penjualan album idolanya, sehingga membentuk loyalitas penggemar.

Gambar 1. Diagram Usia Penggemar Kpop



Terlihat dari data chart Kumparan.com, usia penggemar K-pop sebagian besar berusia antara 12 dan 20 tahun, terhitung 56%. Penggemar sering kali memiliki banyak akun media sosial yang didedikasikan untuk aktivitas penggemar. Penggemar K-pop biasanya bergabung dengan salah satu grup penggemar K-pop, di mana mereka menggunakannya untuk mencari informasi tentang idolanya. Aktivitas pembelian merchandise, tiket konser, atau album K-pop di sana secara tidak langsung menghasilkan pendapatan. Penggemar K-pop sangat tergila-gila sehingga mereka selalu ingin membeli barang-barang yang berhubungan dengan idolanya. sama seperti penggemar boy band NCT, juga disebut Nctzen. NCT adalah boyband milik SM Entertainment yang berasal dari Neo Culture Technology. Saat ini, NCT memiliki 23 anggota, dan jumlah mereka akan terus meningkat. NCT sekarang terdiri dari banyak divisi, seperti NCT 127, NCT Dream, Wayv, dan yang akan datang.

NCT Dream adalah subgrup ketiga dari boy band Korea NCT, yang hanya memiliki anggota remaja. Pada awalnya, unit ini memiliki sistem kelulusan yang

menghapus anggota yang berusia dua puluh tahun. Namun, pada tahun 2020, sistem ini berubah, menjadikan NCT Dream sebagai unit permanen NCT. Tujuh anggota grup ini adalah Mark, Renjun, Jenso, Haechan, Jaemin, Chenle, dan Jisung. Mereka debut pada 25 Agustus 2016 dengan lagu "Chewing Gum." SM Rookie serta NCT.

NCT Dream merilis single terbarunya "We Young" pada tanggal 17 Agustus dan juga merilis mini album pertama mereka dengan judul yang sama, "We Go Up", pada tanggal 3 September 2018. Album NCT Dream "We Young" terdiri dari enam lagu, dengan satu lagu yang disebut sebagai "Trigger The Fever". Pada bulan Agustus 2018, SM Entertainment mengumumkan bahwa NCT Dream akan merilis mini album kedua mereka, "We Go Up," pada tanggal Karena usianya yang masih 20 tahun, Mark menjadi anggota grup yang lulus pertama. Untuk merayakannya, NCT Dream merilis lagu "Candle Light" sebagai bagian dari inisiatif SM Station.

Setelah konser pertama mereka di Jakarta pada tahun 2020, NCT Dream akan menggelar konser keduanya di Jakarta pada tahun 2023. Konser ini diberi nama "The Dream Show 2" dan akan diadakan selama tiga hari di ICE BSD Jakarta pada tanggal 4 hingga 6 Maret 2023. Ini adalah konser boy group besutan SM Entertainment. Dyandra Global Edutainment memiliki pengalaman dalam menyelenggarakan konser artis internasional di Indonesia. Selain lagu-lagu dari album NCT Dream seperti "Hello Future", "Hot Sauce", "Boom", dan "We Go Up", penampilan spesial dari anggota staf NCT Dream, termasuk duet Haechan dan Jenso, dimainkan di konser tersebut.

Untuk konser ini, ada beberapa kategori. Harga tiket untuk konser NCT Dream The Dream Show 2 di Jakarta, seperti yang diumumkan oleh Instagram resmi promotor konser Dyandra Global, adalah sebagai berikut: Kategori 1A, 1B, 1C, 1D (berdiri): Rp 2,75 juta, Kategori 2A, 2B (berdiri): Rp 2,55 juta, Kategori 3 (duduk): Rp 2,45 juta, Kategori 4A,

4B, 4C, 4D (berdiri): Rp 1,7 juta, Kategori 5 (duduk): Rp 1,5 juta, Kategori 6A, 6B: Rp 1 juta. Harga Selain itu, pembeli harus mengetahui apakah tiket yang mereka beli tidak dapat ditukar, dikembalikan, atau dibatalkan.



Gambar 2. Tiket NCT Dream Tour "The Dream Show 2: Jakarta



Gambar 3. Berlangsung Konser

Selain untuk hiburan, "The Dream Show 2" juga menjadi wadah bagi para anggota NCT Dream untuk mengekspresikan kreativitasnya secara individu maupun kelompok. Melalui pertunjukan yang dikurasi dengan cermat, konser ini memungkinkan para penggemar untuk merasakan kehangatan dan semangat band, menciptakan kenangan yang akan mereka kenang selamanya.

Oleh karena itu, The Dream Show 2 lebih dari sekedar konser, tetapi sebuah pengalaman holistik yang menggabungkan musik, seni pertunjukan, dan hubungan emosional antara NCT Dream dan basis penggemar setianya. Industri musik pop Korea (K-Pop) juga turut serta dalam pemulihan perekonomian nasional. K-pop juga berdampak pada daya beli masyarakat Indonesia yang juga dapat meningkatkan pendapatan negara. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pengusaha lokal yang menggunakan artis Korea sebagai brand ambasadornya untuk menarik minat konsumen. Banyak merek juga menawarkan kartu foto pada setiap pembelian produknya.



Gambar 4. NCT Dream Brand Ambassador Tos Tos



Gambar 5. NCT Dream Brand Ambassador Something



Gambar 6. NCT Dream Brand Ambassador Lemonilo

Hal ini tentunya akan menarik konsumen untuk membeli barang atau menggunakan produk lokal dan berdampak baik bagi perusahaan karena masyarakat semakin sadar dan diminati. Selain itu, pembelian album K-pop masyarakat Indonesia juga turut membantu meningkatkan perekonomian nasional.

## 1. Pengaruh Konser K-pop terhadap Perekonomian

Fenomena K-pop Indonesia atau yang dikenal dengan Korean Pop telah menjadi sensasi global yang berdampak tidak hanya pada industri hiburan, namun juga perekonomian Indonesia. Antusiasme masyarakat Indonesia terhadap budaya Korea, khususnya K-pop, mencapai tingkat yang belum pernah terjadi sebelumnya dalam beberapa tahun terakhir, sehingga menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah penggemar K-pop terbanyak di dunia. Dampak dari fenomena K-pop tidak hanya terbatas pada industri hiburan saja, namun juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Salah satu dampak positif konser K-pop terhadap perekonomian Indonesia adalah peningkatan daya beli. Konser K-pop tidak hanya sekedar hiburan, tapi juga memberikan pengaruh terhadap daya beli masyarakat

Indonesia. Hal ini ditunjukkan melalui pemanfaatan artis Korea sebagai brand duta oleh pengusaha lokal untuk menarik minat konsumen.

Konser K-pop tidak hanya bermanfaat bagi industri hiburan, tetapi juga berperan penting dalam memberikan kontribusi terhadap perekonomian nasional. Selain itu, konser K-pop juga memberikan dampak yang signifikan terhadap sektor pariwisata di Indonesia. Sebut saja NCT Dream Tour "The Dream Show 2: Jakarta" yang memberikan dampak positif terhadap okupansi perekonomian di kota tempat konser tersebut digelar, khususnya pada industri perhotelan. Konser Blackpink juga berdampak pada peningkatan okupansi ekonomi di Jakarta, dengan hotel-hotel di sekitarnya menjadi yang paling terkena dampaknya. Lonjakan okupansi ini berperan penting dalam menghasilkan pendapatan dari sektor pariwisata, yang pada akhirnya bermanfaat bagi perekonomian nasional.

Konser K-pop memberikan dampak positif bagi industri hiburan Indonesia dalam berbagai hal. Konser ini menghasilkan pertumbuhan penjualan tiket, penjualan merchandise, dan konsumsi di sekitar tempat konser. Konser K-pop tidak hanya memberikan dampak lokal, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan industri hiburan dalam skala yang lebih besar. Oleh karena itu, konser K-pop seperti "The Dream Show 2: Jakarta" oleh NCT Dream Tour memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Konser-konser tersebut tidak hanya memberikan hiburan tetapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan sektor pariwisata dan industri hiburan sehingga meningkatkan daya beli masyarakat. Dengan demikian, konser K-pop berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia. Melalui konser K-pop, diharapkan pemerintah lebih memperhatikan dunia hiburan dan pariwisata sehingga kontribusi positif fenomena K-pop dapat dioptimalkan untuk mendukung

pertumbuhan perekonomian Indonesia. Meningkatnya jumlah konser belakangan ini turut meningkatkan penerimaan pajak daerah pada Januari hingga Februari 2023. Berdasarkan catatan Kementerian Keuangan (Kemenkeu), hingga akhir Februari 2023, penerimaan pajak daerah yang dicapai sebesar Rp 25,85 triliun.

## **2. Dampak pada Peluang Usaha**

Ada banyak alasan mengapa penggemar K-pop menonton album musik Korea secara langsung. Salah satunya adalah keberagaman dan pembaruan album K-Pop yang cepat, yang orisinalitasnya dijamin oleh pemasok lokal terbesar di Korea. Selama lima tahun terakhir, K-pop telah menjadi begitu mendunia sehingga menjadi global secara budaya, termasuk di Indonesia sendiri. Kegilaan terhadap musik K-Pop membawa dampak bagi penggemarnya, sehingga banyak kalangan yang melihatnya sebagai peluang bisnis yang sangat besar di bidang fashion, kecantikan, dan industri. (Hastuti dkk., 2021)

Pesona KPop yang meliputi musik, visual artis, dan gerak panggung menjadi faktor utama yang menarik para penggemar KPop. Dari segi bisnis, banyak penggemar yang mencari merchandise KPop untuk dijual berasal dari kalangan pelajar SMP dan mahasiswa. Hasilnya, item K-pop hadir dalam berbagai macam item dan kisaran harga yang bervariasi. (L.S. Indonesia, 2022) Para pelaku bisnis khususnya penggemar K-pop sendiri telah bereksperimen dengan berbagai tren bisnis. Para pelaku bisnis ini mulai berlomba-lomba mengembangkan idenya hingga menghasilkan merchandise yang berkaitan dengan musik K-pop. (Angleni, 2021).

## **3. Dampak pada Penerimaan Pajak**

Popularitas K-pop global mendorong penjualan album fisik pada tahun 2022. Menurut Kantor Berita Yonhap, ekspor album K-pop akan melebihi US\$233 juta pada tahun 2022 atau setara dengan Rp 3,52 triliun. Berdasarkan data impor dan ekspor Korea Customs Service (KCS), angka tersebut meningkat 5,6% dari tahun sebelumnya. Indonesia sendiri menjadi salah satu negara yang paling banyak mengimpor album K-pop pada tahun 2022, menempati peringkat sepuluh besar. (Niardo, 2023) Pajak album K-pop ini merupakan pajak yang dikenakan atas pembelian album K-pop yang berasal dari Korea Selatan. Pembelian album dan produk lainnya dari Korea Selatan termasuk pembelian barang impor, dan Anda harus membayar bea masuk. Sesuai peraturan Kementerian Keuangan tentang bea masuk dan pajak impor, jika harga album musik K-pop kurang dari 3 dolar AS atau setara dengan 43.500 rupiah, maka pembeli tidak perlu membayar bea masuk melainkan dikenakan biaya. diharuskan membayar pajak pertambahan nilai 10% jika melebihi 3 dolar AS, Anda perlu membayar pajak impor dan pajak pertambahan nilai. Pemerintah sebelumnya memutuskan untuk mengenakan bea masuk barang impor dengan batas minimal US\$ 75.

Realisasi tersebut meningkat secara year-on-year sebesar 9,7% dibandingkan realisasi periode yang sama tahun 2022 sebesar Rp 23,57 triliun, demikian dikutip Kontan.co.id. Realisasi penerimaan pajak daerah yang sebagian besar berasal dari pajak hiburan yang termasuk dalam pajak konsumsi mencapai 306,07 miliar rupiah, meningkat dari tahun ke tahun sebesar 61,5%. Namun penerimaan pajak tidak sama di setiap daerah. Sedangkan total penerimaan pajak hiburan pada Januari 2023 sebesar Rp 172,25 miliar menurut Kantor Pajak Daerah (Bapeda) Provinsi DKI Jakarta. (Syafitri, 2021) (Nurnani, 2017)

Penerimaan pajak hiburan meningkat 196,93%, pajak parkir meningkat 37,31%, pajak hotel meningkat 83,06%, dan pajak catering meningkat 37,29%. Selain itu, penerimaan pajak kendaraan bermotor meningkat 14,12% dan BBNKB meningkat 12,18%. Pajak hiburan ini juga meningkat sebesar 196% karena penurunan kinerja yang tajam pada tahun 2020 dan 2021. Hotel ini berangsur pulih. Meski memiliki kinerja positif, pemerintah daerah tetap perlu mengoptimalkan potensi Pendapatan Asli Daerah (PAD) agar dapat mempertahankan kinerja positif selama bertahun-tahun. Pertumbuhan ini menunjukkan aktivitas, mobilitas, dan aktivitas masyarakat yang berdampak pada perekonomian dan pendapatan daerah.

Industri musik Korea Selatan sangat bergantung pada penjualan lagu digital dan fisik yang dikemas dalam bentuk album untuk mendapatkan pendapatan. Meningkatnya minat pembelian album K-pop menyebabkan munculnya banyak penjual yang menawarkan album dan merchandise K-pop. Pembelian album dan produk lainnya dari Korea Selatan termasuk pembelian barang impor, dan Anda harus membayar bea masuk. Sesuai dengan Peraturan Menteri Keuangan tentang bea masuk dan pajak impor, pembeli tidak dikenai bea masuk tapi dikenakan PPN 10 persen jika harga album K-Pop di bawah US\$ 3 atau setara dengan Rp43.500 namun, jika di atas US\$ 3 akan dikenakan pajak masuk dan PPN. Pemerintah sebelumnya memutuskan untuk mengenakan bea masuk barang impor dengan batas minimal US\$ 75.

## **Kesimpulan**

Konser "The Dream Show 2" yang diadakan di Jakarta telah memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Konser ini dihadiri oleh lebih dari 10.000 penonton K-pop dan berhasil menjual total 37.000 tiket. Konser ini juga

memberikan dampak positif terhadap sektor perhotelan, dengan peningkatan okupansi perekonomian di kota tempat konser berlangsung, terutama pada sektor perhotelan di sekitarnya. Selain itu, konser ini juga memberikan dampak positif terhadap industri hiburan, termasuk penjualan tiket, merchandise, dan konsumsi di sekitar tempat konser. Dari sisi pendapatan, konser ini telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia melalui penjualan tiket dan kontribusi terhadap sektor pariwisata. Dari sisi pengeluaran, konser ini juga memberikan dampak positif terhadap industri hiburan dan ekonomi kreatif, seperti penjualan barang-barang terkait K-pop, termasuk album, merchandise, dan produk-produk terkait K-pop lainnya. Dengan demikian, konser "The Dream Show 2" telah memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia, terutama melalui peningkatan pendapatan dari penjualan tiket, kontribusi terhadap sektor pariwisata, sektor perhotelan, dan pertumbuhan industri hiburan dan ekonomi kreatif di Indonesia.

## Referensi

- Alliance, MG (Februari 2023). Penerimaan pajak hiburan terus meningkat sebagai akibat dari meningkatnya jumlah konser musik. MUC Consulting telah mendapatkan informasi ini dari: <https://mucglobal.com/id/news/3106/marak-konser-musik-piderimaan-pajak-hiburan-turut-naik>.
- Apriliani, Muharsih, dan Rohayati (2021). Fakultas Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang, Vol. 1 No. 1 (E-ISSN 2797-2127), April 2021–Juli 2021, 75-84.

Februaria, Izza, Muhtadi, dan Arisnawati (2023). Bagaimana Perilaku Konsumtif Penggemar K-POP Mempengaruhi Peluang Jurnal Sahmiyya terdaftar di ISSN 2963-2986 dan E-ISSN 2963-8100, dan terdiri dari bab II, 212-221.

Februaria, Izza, Muhtadi, dan Arisnawati (tahun 2023). Bagaimana Perilaku Konsumtif Penggemar K-POP Mempengaruhi Peluang Jurnal Sahmiyya, yang diterbitkan di ISSN 2963-2986 dan E-ISSN 2963-8100, mencakup bab II, hlm. 212–221.

Nurnani, N. 6 Januari 2017. Sumber: <https://kumparan.com/kumparank-pop/fanatisme-fans-k-pop-candu-dan-bumbu-remaja/full>

Suharto dan Pradipta (2021). Pengaruh New Normal terhadap Kegiatan Pariwisata Indonesia. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, Volume 2, Nomor 1, Juli 2021, 28–42.

Syafitri, I. I. (2021). Analisis Kontribusi Pajak Reklame, Pajak Hotel, dan Pajak Restoran Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Pada Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta.

Wigati, A. A. (2023, Febuari sunday). *Pandemi Usai, Konser Marak Kembali, Bagaimanakah Ketentuan Pajaknya?* Retrieved from Pajakku: <https://www.pajakku.com/read/62bec6fda9ea8709cb18a9e9/Pandemi-USai-Konser-Marak-Kembali-Bagaimanakah-Ketentuan-Pajaknya>