

ANALISIS MANAJEMEN RESIKO TERHADAP KEAMANAN DALAM PEMBELIAN TIKET KONSER K-POP SECARA ONLINE

Nazla Nurizal, Nurul Aida Dayana, Auladia Dinda Rahma

Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, Medan, Indonesia

Email: nazlanurizal@gmail.com, nurulaidadt@gmail.com, auladiadindarahma@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini mengeksplorasi manajemen risiko terhadap keamanan dalam pembelian tiket konser K-pop secara online. Dengan meningkatnya popularitas K-pop di Indonesia, transaksi tiket secara online menghadapi berbagai risiko, seperti penipuan, pencurian data pribadi, dan masalah teknis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi efektivitas manajemen risiko yang diterapkan pada platform penjualan tiket dan mengidentifikasi strategi keamanan yang dapat diimplementasikan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis literatur dari berbagai sumber ilmiah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan langkah-langkah keamanan yang kuat, termasuk enkripsi data dan autentikasi berlapis, sangat penting untuk melindungi konsumen. Selain itu, edukasi konsumen mengenai cara mengenali potensi penipuan juga menjadi faktor krusial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan sistem keamanan digital yang lebih andal di sektor e-commerce, khususnya dalam konteks pembelian tiket konser online.

Kata Kunci: Manajemen Risiko; Keamanan; Pembelian Tiket; Konser K-pop; E-commerce.

Abstract: This study explores risk management on security in online K-pop concert ticket purchases. With the increasing popularity of K-pop in Indonesia, online ticket transactions face various risks, such as fraud, personal data theft, and technical problems. The purpose of this study is to evaluate the effectiveness of risk management applied to ticket sales platforms and identify security strategies that can be implemented. The research method used is a qualitative approach with literature analysis from various scientific sources. The results of the study indicate that the implementation of strong security measures, including data encryption and layered authentication, is essential to protect consumers. In addition, consumer education on how to recognize potential fraud is also a crucial factor. This study is expected to contribute to the development of a more reliable digital security system in the e-commerce sector, especially in the context of online concert ticket purchases.

Keywords: Risk Management; Security; Ticket Purchase; K-pop Concert; E-commerce.

Article history

Received: Januari 2025

Reviewed: Januari 2025

Published: Januari 2025

Plagirism checker no 77

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.365

Copyright : author

Publish by : musytari



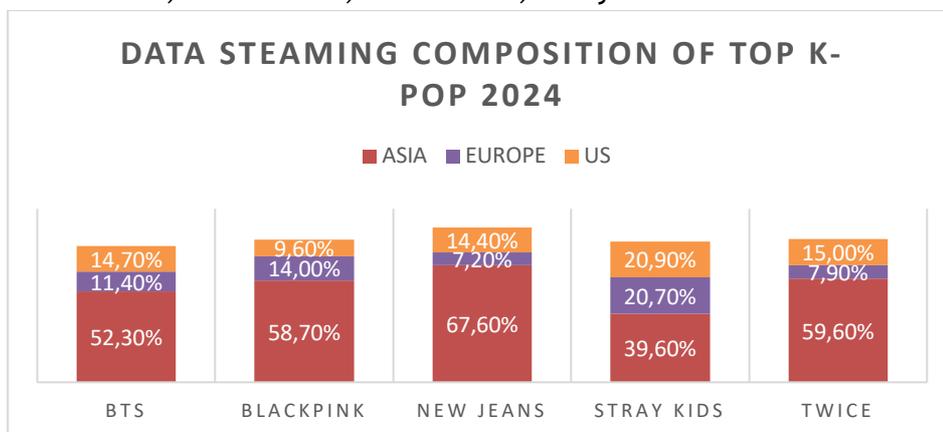
This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

A. INTRODUCTION

Kemajuan teknologi telah menjadi aspek penting dalam kehidupan manusia, dan internet berfungsi sebagai salah satu dari sedikit teknologi yang memfasilitasi pencarian informasi(Dan

et al., n.d.). Internet sudah menjadi wadah komunikasi baru, transformasi penggunaan komunikasi konvensional menjadi salah satu platform digital yang membawa paradigma baru dalam interaksi manusia (Zaini, 2024). Media sosial memberikan alternatif dalam kehidupan masyarakat, seperti komunikasi, informasi, hiburan, dan jual beli secara online. Perkembangan dunia saat ini telah mempengaruhi masuknya budaya asing ke wilayah Indonesia. Salah satunya adalah budaya Korea Selatan (Adisti & Sumarwan, 2024). Dengan kondisi seperti ini konsumen lebih cenderung memilih untuk melakukan aktivitasnya dengan memanfaatkan kemajuan teknologi untuk menunjang kebutuhan hidupnya (Online et al., n.d.). Budaya Korea Selatan yang telah masuk dan populer di Indonesia, seperti yang dikenal dengan istilah hallyu atau Korean Wave. Korean Wave, sebuah istilah yang merujuk pada tersebarnya budaya Korea secara global diberbagai negara seperti acara Tv, musik, dan film. K-Pop adalah salah satu bagian dari Korean Wave tersebut. (Adisti & Sumarwan, 2024)

Pembelian online merupakan transaksi yang dilakukan melalui internet, di mana konsumen dapat membeli barang atau jasa tanpa harus bertemu langsung dengan penjual. (P. Of & Purchase, 2023) Belakangan ini industri hiburan mengalami pertumbuhan pesat dengan semakin banyaknya konser-konser besar yang diselenggarakan, baik skala nasional maupun internasional, salah satunya adalah konser K-pop. Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penggemar K-pop terbesar, mulai dari anak-anak hingga remaja. K-pop menawarkan banyak hal menarik yang memikat hati para remaja, sehingga mereka merasa tertarik dan menemukan sesuatu yang luar biasa di dalamnya. Salah satu perilaku yang sering terlihat pada penggemar K-pop adalah mengoleksi berbagai barang bertema K-pop, seperti merchandise, album, photocard, poster, hingga tiket konser K-pop (Adisti & Sumarwan, 2024). Pada transaksi pembelian tiket K-pop semuanya dilakukan secara online melalui website yang dinuat oleh penyelenggara konser. Transaksi ini menjadi salah satu perkembangan meningkatnya permintaan pembelian secara online (Online et al., n.d.). Proses pembelian tiket konser secara online menawarkan berbagai kemudahan bagi konsumen, seperti fleksibilitas dalam memilih tiket, kemudahan pembayaran, serta akses yang lebih luas. Pada tahun ini, jumlah streaming K-pop di seluruh dunia meningkat sebesar 42% dibanding dengan tahun sebelumnya 2022 (Adisti & Sumarwan, 2024). Grup yang paling atas untuk streaming regional yaitu ada BTS, BLACKPINK, New Jeans, Stray kids dan TWICE.



Sumber: indonesia.korea.net

Data tersebut juga mengumumkan data streaming regional untuk lima grup K-pop teratas, termasuk BTS, TWICE, BLACKPINK, Stray Kids, dan NewJeans. Asia menyumbang porsi terbesar di dalam konsumsi streaming terhadap NewJeans sebesar 67,6%, diikuti oleh Amerika Utara (AS dan Kanada) sebesar 14,4%, Amerika Latin sebesar 9,0%, dan Eropa sebesar 7,2%. Asia

menyumbang lebih dari separuh konsumsi streaming TWICE dan BLACKPINK, masing-masing sebesar 59,6% dan 58,7%. Konsumsi streaming terhadap BTS menguasai 34,9% di Amerika termasuk 20,2% di Amerika Latin dan 14,7% di Amerika Utara. Konsumsi streaming terhadap Stray Kids menyumbang 37,2% di Amerika, termasuk 16,3% di Amerika Latin dan 20,9% di Amerika Utara (Imamah & Julianti, 2023).

Musik k-pop sangat populer belakangan ini. Pengadaan konser di tiap Negara pasti selalu ada resiko resiko tersendiri terutama resiko saat pembelian tiket konser secara online. Tiket konser musik yang asli barcode akan tersimpan nomor secara random yang nantinya akan dicocokkan dengan data yang tersimpan pada database (Technology et al., 2023). Kemudian untuk mengurangi penggunaan tiket dengan kertas maka digantinya tiket elektronik berupa barcode. Barcode dapat menjamin keamanan tiket event. Penjualan tiket konser secara online menjadi semakin populer karena kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan fleksibilitas yang ditawarkannya (P. Of & Purchase, 2023). Namun, karena seiring dengan naik atau populernya konser musik menjadi tantangan atau kendala dalam mengelola proses penjualan tiket, seperti antrian panjang saat membeli tiket, permasalahan dengan sistem pembayaran, peretasan transaksi, dan kesulitan dalam pengelolaan data pembeli tiket. Bukan cuman itu, terdapat sejumlah tantangan dan risiko lain, seperti penipuan tiket, pencurian data pribadi, serta ketidakpastian dalam keaslian tiket yang dibeli (Assegaff, 2017). Risiko-risiko ini tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga dapat menurunkan tingkat kepercayaan terhadap platform penjualan tiket online.

Penelitian ini dilakukan karna bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas risiko yang akan atau mungkin terjadi di platform penjualan tiket online dan mengidentifikasi strategi-strategi peningkatan keamanan yang dapat diimplementasikan. Banyak penggemar yang tertipu dengan tiket palsu, tiket yang dijual dengan harga yang jauh lebih tinggi oleh calo ilegal, atau situs penjualan yang tidak resmi. Selain itu, ancaman terhadap keamanan data pribadi juga menjadi perhatian, mengingat pembelian tiket online melibatkan transaksi keuangan yang sensitif. Peretasan, pencurian identitas, serta penyalahgunaan informasi pribadi semakin memperburuk situasi ini (Dan et al., n.d.). Kondisi ini memerlukan perhatian serius, karena tidak hanya merugikan konsumen secara finansial, tetapi juga merusak kepercayaan terhadap sistem penjualan tiket online. Sejalan dengan perkembangan teknologi, berbagai platform penyedia tiket berusaha untuk meningkatkan keamanan transaksi dengan menerapkan berbagai strategi manajemen risiko. Manajemen risiko bertujuan untuk meminimalisir potensi kerugian dan melindungi baik konsumen maupun penyelenggara acara (Dan et al., n.d.). Strategi seperti autentikasi ganda, penggunaan platform pembayaran yang aman, hingga penerapan teknologi anti-bot, merupakan beberapa langkah yang dapat diambil untuk mengurangi risiko(Assegaff, 2017). Meski demikian, masih banyak kasus di mana konsumen menjadi korban penipuan atau mengalami masalah keamanan lainnya. Melalui penelitian ini, diharapkan platform yang digunakan oleh mitra dapat memperbaiki sistem keamanan dan meningkatkan kepercayaan konsumen dalam melakukan transaksi tiket secara online. Pada akhirnya, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan kontribusi pada pengembangan sistem keamanan digital yang lebih andal di sektor e-commerce.

B. LITERATURE REVIEW

Manajemen Resiko

Manajemen Risiko merupakan proses yang sistematis untuk mengidentifikasi, menganalisis, mengevaluasi, dan mengatasi risiko yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan suatu organisasi atau individu (E-issn et al., 2022). Manajemen risiko dapat meminimalkan potensi kerugian yang mungkin timbul dan memaksimalkan peluang untuk mencapai hasil yang positif. Risiko juga bias dibidang dengan kemungkinan terjadinya peristiwa atau kondisi yang dapat menimbulkan kerugian atau dampak negatif. Manajemen resiko seharusnya bersifat berkelanjutan dan mengembangkan proses yang bekerja dalam keseluruhan strategi organisasi dan strategi dalam mengimplementasikan (Vol, 2019). Manajemen resiko harus diterjemahkan sebagai suatu strategi dalam teknis dan sasaran operasional, pemberian tugas dan tanggung jawab serta kemampuan merespon secara menyeluruh pada suatu organisasi, di mana setiap manajer dan pekerja memandang manajemen resiko sebagai bagian dari deskripsi kerja. Manajemen resiko seharusnya ditujukan untuk menanggulangi suatu permasalahan sesuai dengan metode yang digunakan dalam melaksanakan aktifitas dalam suatu organisasi di masa lalu, masa kini dan masa depan. Manajemen resiko juga terbagi dari beberapa kategori dari resiko itu sendiri (Siregar & Amalia, 2020):

(i) Risiko Murni (*Pure Risk*)

Risiko murni (*pure risk*) merupakan risiko yang hanya berpotensi menimbulkan kerugian ketika terjadi. Beberapa contoh risiko murni antara lain bencana alam, kecelakaan di tempat kerja, dan risiko kesehatan. Manajemen risiko murni sangat diperlukan oleh organisasi untuk mengurangi dampak negatif yang dapat menghambat kegiatan operasional atau merusak aset berharga (Vol, 2019).

(ii) Risiko Spekulatif (*Speculative Risk*)

Risiko spekulatif (*speculative risk*) adalah jenis risiko yang dapat menghasilkan dua kemungkinan hasil, yaitu keuntungan atau kerugian. Berbeda dengan risiko murni yang hanya berpotensi menyebabkan kerugian, risiko spekulatif melibatkan keputusan yang disengaja untuk mendapatkan hasil tertentu, seperti dalam investasi, perdagangan saham, atau pengembangan bisnis baru. Manajemen risiko spekulatif penting untuk mengoptimalkan peluang keuntungan sambil meminimalkan potensi kerugian (Dan et al., n.d.)

Keamanan

Keamanan ialah sebagai kondisi di mana individu, kelompok, atau sistem terlindungi dari berbagai ancaman atau bahaya (Rahayu et al., 2024). Keamanan mencakup beberapa aspek, termasuk keamanan fisik yang melibatkan perlindungan terhadap aset fisik seperti bangunan dan peralatan, serta individu dari ancaman langsung (Zaini, 2024). Selain itu, keamanan informasi berfokus pada perlindungan data dari akses yang tidak sah dan pencurian, menggunakan metode seperti enkripsi dan kontrol akses. Keamanan siber juga menjadi perhatian penting, terutama dalam melindungi sistem komputer dan jaringan dari serangan digital (Dan et al., n.d.). Di sisi lain, keamanan sosial berkaitan dengan perlindungan individu dalam masyarakat dari diskriminasi dan pelanggaran hak asasi manusia. Keamanan ekonomi mencakup stabilitas dan perlindungan terhadap ancaman yang dapat memengaruhi kesejahteraan ekonomi, sedangkan keamanan lingkungan melibatkan perlindungan terhadap sumber daya alam dari kerusakan dan polusi (Zaini, 2024). Secara keseluruhan, tujuan dari keamanan adalah untuk menciptakan lingkungan yang aman dan stabil, memungkinkan

individu dan masyarakat untuk hidup, bekerja, dan berkembang tanpa ketakutan terhadap ancaman yang dapat mengganggu kesejahteraan mereka. Keamanan dalam pembelian online sangat penting dan harus perlu diperhatikan oleh konsumen dan penjual untuk melindungi informasi pribadi dan keuangan selama transaksi (Online et al., n.d.). Keamanan dalam pembelian online tidak hanya melindungi individu, tetapi juga mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan pasar digital secara keseluruhan.

Pembelian Online

Pembelian online merupakan proses membeli barang atau jasa melalui internet (Ashoer et al., 2019). Dengan kemajuan teknologi dan akses yang semakin mudah, belanja online telah menjadi pilihan populer bagi banyak orang. Pembelian online biasanya dilakukan melalui platform e-commerce yang menyediakan berbagai produk dan jasa. Contoh platform seperti Ticketmaster, TIX ID, Traveloka, Tiket.com atau website yang dibuat oleh penyelenggara acara (Ashoer et al., 2019). Platform atau website ini sering menawarkan antarmuka pengguna yang ramah dan memungkinkan konsumen untuk mencari dan membandingkan pilihan tiket. Salah satu keuntungan utama dari pembelian online adalah kemudahan dan kenyamanan. Konsumen dapat berbelanja kapan saja dan di mana saja tanpa harus pergi ke toko fisik (A. Of et al., 2023). Ini juga memungkinkan untuk menemukan produk yang mungkin tidak tersedia di lokasi lokal. Pembelian online menawarkan akses ke berbagai produk dari berbagai merek dan penjual, memungkinkan konsumen untuk membandingkan harga dan fitur dengan lebih mudah. Berbagai metode pembayaran tersedia untuk pembelian online, termasuk kartu kredit, transfer bank, dompet digital, dan pembayaran di tempat (A. Of et al., 2023). Keberagaman metode ini memudahkan konsumen dalam menyelesaikan transaksi. Setelah melakukan pembelian, konsumen biasanya akan menerima konfirmasi melalui email atau aplikasi. Tiket dapat dikirimkan secara digital (e-ticket) atau dalam bentuk fisik, tergantung pada penyelenggara acara. E-ticket sering kali lebih praktis, karena bisa langsung ditampilkan di ponsel saat memasuki acara (Multidisiplin & Volume, 2024). Meskipun memberikan banyak kemudahan, pembelian online juga membawa risiko, seperti penipuan dan pencurian identitas. Oleh karena itu, penting bagi konsumen untuk mematuhi praktik keamanan saat berbelanja, seperti memastikan situs web aman, menggunakan metode pembayaran yang terpercaya, dan menjaga informasi pribadi tetap aman (Imamah & Julianti, 2023). Banyak platform e-commerce menyediakan fitur ulasan dan penilaian dari konsumen lain, yang membantu pembeli dalam membuat keputusan. Ulasan ini dapat memberikan gambaran tentang kualitas produk dan reputasi penjual (Imamah & Julianti, 2023).

METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali pemahaman mendalam tentang pengalaman pengaruh pengguna dalam melakukan pembelian secara online. Dan sumbernya berasal dari jurnal dan referensi lain yang merujuk pada pembelian tiket secara online. Data dikumpulkan dari berbagai sumber ilmiah yang relevan, seperti artikel jurnal, buku-buku terkait dengan pengaruh manajemen resiko terhadap keamanan dalam pembelian tiket online. Teknik pengumpulan datanya berasal dari penelitian penelitian sebelumnya. Sumber-sumber ini menyediakan informasi yang komprehensif mengenai Manajemen Resiko

dan keamaa dalam pembelian online serta penerapannya dalam praktik nyata.. Hasil dari penelitian (Dan et al., n.d.)memberikan gambaran yang lebih luas dan mendalam mengenai bagaimana pengaruh manajemen resiko terhadap keaman dalam pembelian secara online dipersepsikan dan diterapkan. memberikan pemahaman praktis mengenai resiko resiko yang sering tau mungkin terjadi ketika pembelian online.

C. RESULT & DISCUSSION

Keamanan Pembelian Tiket Konser K-pop Secara Online

Perkembangan globalisasi turut mempermudah masuknya budaya Korea (K-Pop) ke Indonesia. Budaya ini mendapat sambutan hangat dari kalangan remaja, yang kemudian membentuk komunitas pecinta K-Pop dengan gaya hidup khas mereka sendiri (Imamah & Julianti, 2023). Hal tersebut membuat para penggemar K-pop sangat menantikan kesempatan untuk bertemu langsung dengan idola mereka saat mengadakan konser di Indonesia. Biasanya ketika boyband atau girlband k-pop yang akan menyelenggarakan konser, tiket yang mereka jual belikan akan di lakukan secara online secara keseluruhan menggunakan webside yang di siapkan oleh agensi mereka masing masing (Imamah & Julianti, 2023). Pembelian tiket konser secara online telah menjadi praktik umum di era digital, namun keamanan transaksi ini menjadi isu yang sangat penting. Terdapat berbagai isu keamanan yang perlu diperhatikan oleh para penggemar musik. Salah satu risiko utama dalam pembelian tiket secara online adalah penipuan. Saat tibanya boyband atau girlband dari korea ini untuk menyelenggarakan konser di Indonesia ini menjadi kesempatan bagi para oknum penipuan menjalankan kejahatannya (Imamah & Julianti, 2023).

Banyak situs web palsu yang menawarkan tiket dengan harga menarik atau murah, tetapi pada kenyataannya, tiket tersebut tidak ada atau tidak valid (P. Of & Purchase, 2023). Para penipu sering kali menggunakan teknik pemasaran yang meyakinkan untuk menarik perhatian pembeli. Oleh karena itu, penting bagi konsumen untuk selalu memeriksa keaslian situs web tempat mereka membeli tiket (A. Of et al., 2023). Memastikan bahwa situs tersebut memiliki sertifikat keamanan yang valid dan ulasan positif dari pengguna lain dapat membantu mengurangi risiko ini. Selain penipuan, masalah privasi dan keamanan data juga menjadi perhatian. Saat melakukan pembelian online, pengguna biasanya diminta untuk memberikan informasi pribadi, termasuk nama, alamat, dan rincian kartu kredit (Ashoer et al., 2019). Jika situs web tidak dilindungi dengan baik, data ini dapat jatuh ke tangan yang salah. Oleh karena itu, penting untuk memilih situs yang menggunakan protokol keamanan seperti HTTPS dan memiliki kebijakan privasi yang jelas (Multidisiplin & Volume, 2024). Pengguna juga disarankan untuk menggunakan metode pembayaran yang aman, seperti dompet digital, yang dapat menambah lapisan perlindungan tambahan.

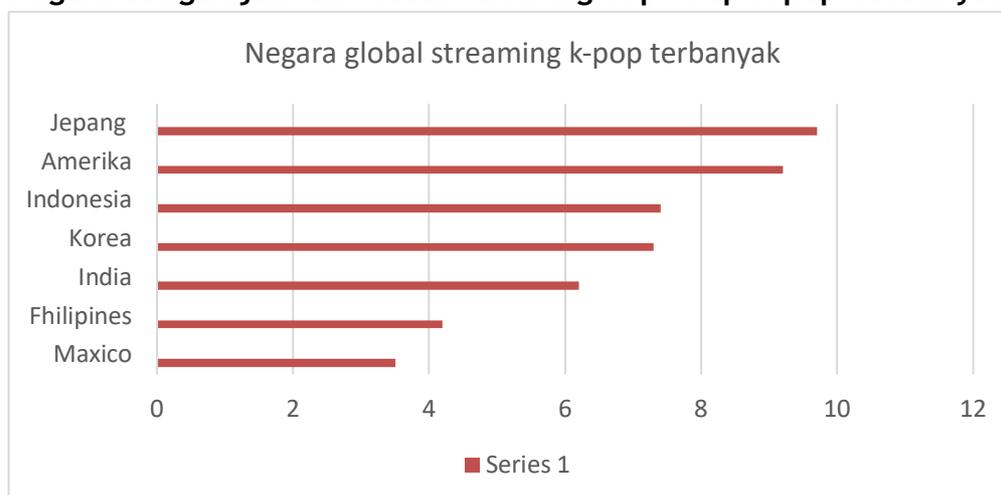
Selanjutnya, pentingnya menggunakan platform/website resmi untuk pembelian tiket konser tidak bisa diabaikan. Banyak artis dan promotor menggunakan situs resmi untuk menjual tiket, yang sering kali menawarkan jaminan keaslian dan kebijakan pengembalian yang jelas (Wardhani et al., 2022). Dengan membeli tiket dari sumber resmi, pembeli tidak hanya mendapatkan tiket yang valid, tetapi juga dukungan pelanggan yang lebih baik jika terjadi masalah. Selain itu, edukasi konsumen mengenai cara mengenali tanda-tanda penipuan juga sangat penting. Misalnya, jika harga tiket jauh lebih rendah daripada harga pasar atau jika ada tekanan untuk membeli dengan cepat, ini bisa menjadi tanda adanya penipuan. Konsumen yang teredukasi akan lebih mampu mengambil keputusan yang tepat dan

aman saat membeli tiket konser secara online tiket (A. Of et al., 2023).. Meskipun pembelian tiket konser secara online menawarkan kemudahan, penting untuk tetap waspada terhadap berbagai risiko yang ada. Dengan melakukan riset yang tepat, memilih platform resmi, dan menjaga keamanan data pribadi, para penggemar musik dapat menikmati pengalaman konser yang menyenangkan tanpa harus khawatir tentang potensi penipuan atau pelanggaran data. Keamanan dalam pembelian tiket adalah tanggung jawab bersama antara penyedia layanan dan konsumen, dan dengan langkah-langkah yang tepat, semua pihak dapat berkontribusi pada ekosistem yang lebih aman dan terpercaya (Assegaff, 2017).

Manajemen Resiko Terhadap Keamanan Dalam Pembelian Tiket Konser K-pop Online

Dilihat dari perkembangan zaman sekarang ini, Indonesia termasuk salah satu negara dengan jumlah penggemar K-pop terbanyak di dunia. Pengaruh K-pop di Indonesia sangat kuat, dengan penggemar yang berasal dari berbagai kalangan, terutama remaja dan anak muda (Imamah & Julianti, 2023). Indonesia sering kali menempati peringkat tinggi dalam hal interaksi media sosial terkait K-pop, streaming musik, dan penjualan merchandise (Vol, 2019). Kepopuleran music k-pop saat ini di Indonesia telah menjadi fenomena yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Banyak faktor yang berkontribusi terhadap popularitas ini, dan pengaruhnya terasa di berbagai aspek kehidupan sosial dan budaya. Menurut survei yang dilakukan oleh Kumparan terhadap 100 penggemar K-Pop, sekitar 57% dari mereka berusia antara 12 hingga 20 tahun, sementara 42% berusia antara 21 hingga 30 tahun, dan hanya 1% berusia di atas 30 tahun (Adisti & Sumarwan, 2024)

Negara dengan jumlah Global Streaming Top Grup K-pop Terbanyak Tahun 2024



Sumber: GoodStats 2024

Grafik di atas menunjukkan bahwa pasar utama untuk streaming grup idola Korea berasal dari Jepang, dengan sekitar 9,7 miliar streaming, diikuti oleh Amerika Serikat dengan 9,2 miliar dan Indonesia dengan 7,4 miliar. Sementara itu, Korea Selatan sendiri menempati posisi keempat dengan total streaming sebesar 7,3 miliar (Vol, 2019). Platform media sosial memiliki peran penting dalam menyebarkan pengaruh K-Pop di seluruh dunia. Penggemar memanfaatkan YouTube, Instagram, TikTok, dan X untuk mengikuti berita terkini tentang idola mereka, berbagi konten, dan berinteraksi dengan penggemar lainnya (Adisti & Sumarwan, 2024). Ini semua berkontribusi pada semakin meluasnya popularitas K-Pop yang tak terelakkan. Selain itu, komunitas penggemar K-pop di Indonesia sangat aktif, sering

mengadakan acara fan gathering, proyek fanbase, dan mendukung berbagai aktivitas idola mereka melalui media sosial. Beberapa artis K-pop bahkan menyadari tingginya antusiasme penggemar di Indonesia dan sering menyapa mereka secara khusus di acara global (Multidisiplin & Volume, 2024)

Ketika grup K-pop akan mengadakan konser di satu negara misalnya Indonesia, masi banyak resiko resiko dalam pembelian tiket konser. Tiket konser biasanya dibeli secara online melalui website yang di buat oleh agensi grup k-pop itu sendiri (Adisti & Sumarwan, 2024). Pembelian tiket konser secara online rentan terhadap berbagai risiko keamanan, baik bagi penyelenggara maupun bagi pembeli (Vol, 2019). Tetapi Pembelian tiket konser secara online telah menjadi pilihan utama bagi banyak orang, namun keamanan dalam transaksi ini menghadirkan tantangan tersendiri (Ashoer et al., 2019) Salah satu aspek yang ditekankan adalah risiko operasional, yang mencakup kemungkinan terjadinya kegagalan sistem atau gangguan teknis saat proses transaksi berlangsung. Kegagalan semacam ini tidak hanya mengganggu pengalaman pengguna, tetapi juga dapat menyebabkan hilangnya pendapatan bagi penyedia layanan (Rahayu et al., 2024). Oleh karena itu, penting bagi penyedia untuk memiliki sistem manajemen risiko yang efektif, termasuk pengawasan rutin dan rencana pemulihan darurat. Dengan langkah-langkah ini, penyedia layanan dapat meminimalkan dampak dari gangguan yang mungkin terjadi, sehingga memastikan kelancaran transaksi bagi konsumen (Assegaff, 2017).

Selain risiko operasional, keamanan siber menjadi perhatian utama dalam pembelian tiket online (A. Of et al., 2023). Penelitian ini menunjukkan bahwa banyak konsumen khawatir tentang potensi pencurian data pribadi dan informasi keuangan mereka. Untuk mengatasi masalah ini, penyedia layanan harus menerapkan langkah-langkah keamanan yang kuat, seperti enkripsi data, autentikasi berlapis, dan sistem pemantauan untuk mendeteksi aktivitas mencurigakan. Edukasi kepada konsumen mengenai pentingnya perlindungan data dan cara mengenali tanda-tanda penipuan juga sangat penting untuk meningkatkan rasa aman saat melakukan transaksi (A. Of et al., 2023).

Risiko reputasi juga merupakan faktor yang tak kalah penting dalam manajemen risiko (A. Of et al., 2023). Penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa insiden keamanan yang tidak ditangani dengan baik dapat merusak citra penyedia layanan dan mengurangi kepercayaan konsumen (Imamah & Julianti, 2023). Oleh karena itu, penting bagi penyedia untuk memiliki strategi komunikasi yang jelas dan responsif dalam menghadapi insiden (Assegaff, 2017). Respon yang cepat dan transparan terhadap masalah keamanan dapat membantu memulihkan kepercayaan konsumen dan mencegah dampak negatif yang lebih luas terhadap reputasi perusahaan (Imamah & Julianti, 2023).

Manajemen risiko yang efektif sangat penting dalam menjaga keamanan dalam pembelian tiket konser secara online (Assegaff, 2017). Penyedia layanan harus terus melakukan evaluasi dan pembaruan terhadap sistem manajemen risiko untuk menghadapi tantangan yang selalu berkembang di era digital (Zaini, 2024). Dengan menerapkan strategi yang komprehensif, diharapkan industri tiket konser online dapat memberikan pengalaman yang aman dan memuaskan bagi konsumen, serta berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi digital yang berkelanjutan.

D. CONCLUSION

Dengan meningkatnya popularitas K-pop di Indonesia, risiko yang terkait dengan transaksi online, seperti penipuan, pencurian data pribadi, dan masalah teknis, semakin relevan untuk diperhatikan. Penelitian ini menunjukkan bahwa penyedia layanan harus menerapkan langkah-langkah keamanan yang komprehensif, termasuk enkripsi data, autentikasi berlapis, dan pemantauan sistem untuk melindungi konsumen. Selain itu, edukasi konsumen mengenai cara mengidentifikasi tanda-tanda penipuan dan pentingnya memilih platform resmi juga menjadi aspek krusial dalam mengurangi risiko. Oleh karena itu, penguatan sistem manajemen risiko akan berkontribusi pada pengalaman yang lebih aman dan memuaskan bagi penggemar K-pop, serta menjaga reputasi penyedia layanan. Dengan pendekatan yang tepat, diharapkan industri tiket konser online dapat tumbuh secara berkelanjutan, memberikan rasa aman bagi konsumen, dan mendukung perkembangan ekonomi digital yang lebih luas. Dan untuk penelitian berikutnya disarankan untuk mencari lebih luas tentang resiko resiko yang sangat fatal mengenai pembelian tiket secara online.

E. REFERENCES

- Adisti, W. H., & Sumarwan, U. (2024). *Analisis Ticket War Konser K-pop melalui Media Sosial Twitter dalam Perspektif Space Transition Theory Menurut keterangan dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. 6, 82-97.
- Ashoer, M., Syahnur, H., & Murdifin, I. (2019). *Bagaimana Gaya Hidup mempengaruhi Keputusan Pembelian Tiket Online?* 20(1), 52-65.
- Assegaff, S. (2017). *Analisis Perilaku User pada Pemanfaatan Layanan Pemesanan Tiket Online pada Aplikasi Mobile : Prespektif Kepercayaan dan Resiko oleh Konsumen*. 16(1), 62-80.
- Dan, S., Pembelian, P., Wieneke, K., Junaedi, S., & Si, M. (n.d.). *PENGARUH RISIKO-RISIKO PEMBELIAN PADA ONLINE*. 1-16.
- E-issn, V. N. P., Nelly, R., & Siregar, S. (2022). *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal Analisis Manajemen Risiko Pada Bank Syariah : Tinjauan Literatur Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*. 4, 918-930. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v4i4.1008>
- Imamah, S., & Julianti, S. (2023). *Analisis Rational Choice Theory Dalam Penipuan Jual Beli Online (Studi Kasus : Penipuan Tiket Konser Di Media Sosial Twitter)*. 5, 183-192.
- Multidisiplin, J., & Volume, S. (2024). 1, 2 1, 2. 02(03), 80-89.
- Of, A., Influence, T., Promotional, O., Types, M., Diversity, P., Consumer, O., Pengaruh, A., Media, J., Dan, P., Produk, K., Keputusan, T., Purnomo, R. K., Saufi, H. A., Hs, R., Mataram, U., Produk, K., & Pembelian, K. (2023). *Experimental Student Experiences*. 1(1).
- Of, P., & Purchase, P. T. (2023). *FENOMENOLOGI MINAT PEMBELIAN TIKET KONSER PASCA PANDEMI : WAR TICKET KONSER COLDPLAY JAKARTA TAHUN 2023*. 2(9), 2905-2926.
- Online, T., Pt, D. I., & Airasia, I. (n.d.). *No Title*.
- Rahayu, W. I., Andini, A. N., Mutfia, S., & Putri, I. (2024). *SISTEM TRANSAKSI UNTUK PENJUALAN TIKET*. 16(1).
- Siregar, H. O., & Amalia, N. (2020). *Manajemen Resiko Dan Efisiensi Investasi Pada Perusahaan BUMN Di Indonesia non keuangan Risk Management And Investmen Efficiency Of Indonesia State-Owned Enterprises*. *Jurnal MONEX*, 9(1), 97-108.
- Technology, I., Prayoga, M. R., Wafaa, R. Al, Sibyan, H., Informatika, S. T., & Info, A. (2023). *RANCANG BANGUN APLIKASI EVENTREE : LAYANAN MANAJEMEN*. 01(1), 51-60.
- Vol, J. (2019). *No Title*. 10(1), 67-86.
- Wardhani, A., Niaga, J. A., & Jakarta, P. N. (2022). *Analisis Risiko dan Implikasinya pada*

Penyelenggaraan Festival / Special Event Berdasarkan Perspektif Attendance Management (Studi Kasus : Event Berdandang Bergoyang 2022). 11(1), 396-400.

Zaini, A. Z. (2024). *Perlindungan Konsumen dalam Penipuan Transaksi Pembelian Tiket Konser Secara Online. 6(4), 10443-10452.*