

## INTISARI

Generasi muda di Indonesia memiliki ambisi tinggi dalam tingkat produktivitas, terlebih untuk meraih tujuan mereka. Banyak dari pemuda yang kemudian mulai membuka dan menjalankan bisnis atau usahanya sendiri, di mana bidang yang ditekuni pun beragam. Pada beberapa tahun belakangan ini, pasar dari luar negeri pun telah menjamah di kalangan masyarakat Indonesia. Pasar tersebut tentu memiliki dampak positif dan negatifnya sendiri. K-Pop yang datang dari Korea Selatan menjadi salah satu bentuk pasar luar negeri yang sukses mendominasi di Indonesia. Tingginya minat pasar tersebut, dapat memberikan peluang pasar kepada pelaku bisnis. Melihat adanya kesempatan dalam mengembangkan pasar tersebut, beberapa kaum muda mampu memanfaatkan peluang yang ada untuk memulai sendiri bisnis mereka. Terlepas dari peluang yang masuk, rintangan di dalam menjalankan bisnis tentu akan dihadapi oleh setiap pelaku usaha. Menerapkan metode kualitatif, data di dalam penelitian ini didukung oleh data empirik yang berasal dari hasil wawancara serta observasi. Dengan melakukan studi kasus dan mengaplikasikan teori ekonomi beserta transformasi milik Karl Polanyi, tulisan ini akan memberikan jawaban atas bentuk tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha, bagaimana cara mereka menghadapi tantangan guna mempertahankan serta mengembangkan usaha yang sedang dijalankan, serta perkembangan dari usaha mereka dari masa pandemi sampai saat ini.

kata kunci: pebisnis muda, teori ekonomi dan transformasi, tantangan dan peluang pasar, perkembangan pasar

## ABSTRACT

Younger generations in Indonesia tend to have a solid ambition in term of productivity, moreover when achieving their goals. Many of them tried to start and build their own business, with various types of specialty. In these latest years, foreign markets are starting to develop in Indonesia. Those foreign markets have both of positive and negative sides. K-Pop is one of a legit case in this aspect. Becoming one of the popular market in the world, coming from South Korea, it also succeeds in conquering its market in Indonesia. Turning into a high demand market, then K-Pop also gives a chance to younger people to be a businessman. Calculating the possibilities, younger people took their chance in developing this market, by being a businessman who sells K-Pop stuff. Despite the potential it has, there will always be obstacles waiting to be overcome by them. Taking this matter as a study case, this paper is going to unfold the truths behind the market in Indonesia, with the help of informants. Using qualitative method as its main, the data in this research are coming from empiric-based which derived from the result of interview and observation. Applying the economic and transformation theory by Karl Polanyi, this paper will give answers of how the businessman overcoming the hardship of doing their business, with the purpose of maintaining and developing their current business, as well as their development throughout the years.

keywords: young seller, economic and transformation theory, potential uncertainty and market chance, and market development



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Generasi Muda Indonesia dalam Membangun Bisnis Printilan K-Pop: Studi Kasus terhadap Transaksi Jual-Beli Melalui Media Sosial**

Putri Sekar Melati, Prof. Dr. Setiadi, S.Sos, M.Si.

Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>