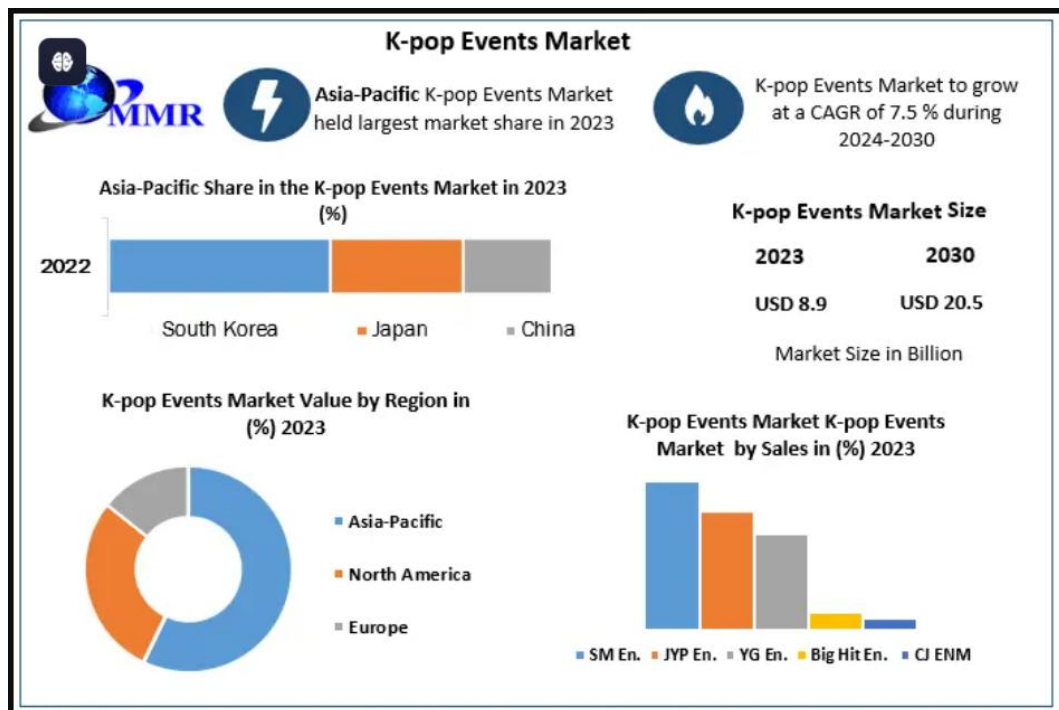


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena jasa titip atau yang dikenal dengan istilah "jastip" di Indonesia telah menjadi tren yang berkembang pesat, terutama di kalangan penggemar budaya pop Korea (KPop). Jastip memungkinkan individu, yang disebut sebagai "Jastipper," untuk membeli barang atas nama orang lain, khususnya produk yang sulit diakses oleh konsumen akhir. Popularitas KPop di Indonesia terus meningkat, didorong oleh globalisasi dan semakin luasnya akses terhadap teknologi. Berdasarkan data dari GoodStats, Indonesia menempati posisi sebagai pasar *streaming* KPop terbesar ketiga di dunia untuk 100 grup KPop terpopuler, hanya kalah dari Jepang dan Amerika Serikat (Prastiwi, 2024).



Gambar 1.1 Analisis pasar Kpop (Maximize Market Research, 2024)

Hasil analisis pasar KPop dari Maximize Market Research (2024) yang ditunjukkan pada Gambar 1.1 memperkirakan bahwa industri ini akan mengalami pertumbuhan tahunan sebesar 7,3% (CAGR) hingga tahun 2030, dengan nilai pasar mencapai USD 20,5 miliar. Data ini menunjukkan bahwa KPop bukan sekadar tren hiburan, tetapi juga sektor ekonomi yang signifikan dengan jangkauan global yang

luas. Dengan proyeksi pertumbuhan yang positif, pasar ini menawarkan peluang besar dalam berbagai aspek, termasuk acara, *merchandise*, dan platform digital.

Menurut survei Katadata Insight Center (KIC) pada tahun 2022 terhadap 1.609 penggemar KPop di Indonesia, sekitar 30% dari mereka mengoleksi *photo card* idola, 29,3% memiliki poster, dan 27,6% menyimpan *sticker* (Ahdiat, 2022). Namun, tidak semua produk KPop mudah diakses di Indonesia akibat keterbatasan distribusi internasional dan kebijakan impor yang seringkali membatasi produk-produk tersebut hanya untuk pasar Korea Selatan. Hambatan ini mendorong munculnya layanan jastip KPop, yang memungkinkan para penggemar memperoleh *merchandise* yang diinginkan melalui perantara seperti jastipper. Namun, tingginya risiko penipuan, keterbatasan sistem pengelolaan transaksi, dan kurangnya integrasi antara penjual dan pembeli menjadi tantangan yang belum sepenuhnya teratasi di pasar jastip KPop. Oleh karena itu, Justifans dirancang sebagai aplikasi terintegrasi yang menghubungkan jastipper dengan penggemar KPop untuk menyederhanakan proses bisnis dalam layanan jastip..

Sebagai nilai tambah, Justifans dilengkapi dengan sistem rekomendasi berbasis *machine learning* menggunakan pendekatan *Content-Based Fltering* dan *Collaborative Filtering*. Sistem ini dirancang agar dapat memberikan pengalaman yang lebih personal kepada pengguna dengan menyediakan rekomendasi produk yang sesuai dengan preferensi mereka. Dengan demikian, Justifans tidak hanya menjadi solusi dalam menjembatani penggemar dengan barang yang sulit diakses, tetapi juga menjadi bagian dari inovasi teknologi dalam mendukung pertumbuhan ekonomi digital di sektor *merchandise* KPop yang terus berkembang.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan utama dalam pelaksanaan PKL ini adalah: "Bagaimana menerapkan sistem rekomendasi berbasis *Content-Based Filtering* dan *Collaborative Filtering* yang relevan pada fitur rekomendasi aplikasi Justifans?"

1.3 Tujuan PKL

Tujuan Praktek Kerja Lapang ini adalah untuk menerapkan sistem rekomendasi berbasis *Content-Based Filtering* dan *Collaborative Filtering* yang relevan pada fitur rekomendasi aplikasi Justifans.

1.4 Manfaat PKL

Adapun manfaat pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan solusi inovatif berupa proyek aplikasi berbasis teknologi *machine learning* untuk meningkatkan efisiensi dan personalisasi dalam aplikasi Justifans.
2. Mendukung tercapainya misi mitra, yaitu Bangkit Academy, dalam mendukung transformasi digital di Indonesia melalui pengembangan talenta teknologi yang kompeten dan siap bekerja di sektor teknologi.