

BAB II

GAMBARAN UMUM MECIMAPRO

Dalam beberapa waktu terakhir, industri K-Pop berkembang sangat pesat ditandai dengan tingginya penjualan album, konser dan beragam acara K-Pop yang masif diselenggarakan di berbagai belahan dunia seperti yang terjadi di Indonesia. Pesatnya perkembangan industri K-Pop membuat subgenre musik tersebut menjadi suatu fenomena budaya global dan menghasilkan peluang ekonomi yang signifikan bagi pelaku industri kreatif, khususnya dalam penyelenggaraan acara seperti promotor konser. Mecimapro menjadi salah satu promotor di Indonesia yang rutin menyelenggarakan konser atau acara K-Pop. Mecimapro didirikan pada tahun 2016 dibawah naungan PT Melania Citra Permata dengan tujuan memperkenalkan budaya Korea Selatan, khususnya musik serta drama Korea di Indonesia.

Sepanjang karirnya Mecimapro telah menggelar lebih dari 60 *event* dengan berbagai skala, mulai dari *mini concerts* hingga pertunjukan berskala stadium dari deretan artis ternama Korea Selatan. Beberapa diantaranya yaitu Bigbang, Super Junior, Girls Generations, EXO, Seventeen, Stray Kids (G)I-DLE, ITZY, Treasure, Woodz, Twice, DAY6, IVE, Enhypen dan masih banyak lagi. Konser-konser yang diselenggarakan oleh Mecimapro umumnya dapat menarik ribuan hingga 20.000 penonton per *event*. Namun, beberapa konser besar mencatat jumlah audiens yang jauh lebih tinggi, seperti pada konser SEVENTEEN *Right Here* yang berhasil menghadirkan lebih dari 50.000 penonton. Selain itu, tur DAY6 *Forever Young* yang digelar di beberapa kota di Indonesia, termasuk Bali, Surabaya, dan Jakarta, dilaporkan habis terjual dengan estimasi total audiens berjumlah 30.000 – 50.000 orang.

Pada tahun 2024, Mecimapro juga menggelar festival musik Kpop bertajuk Sarangheo Indonesia. Festival SHI diselenggarakan di Beach City International Stadium (BCIS) pada Sabtu, 4 Mei 2024, dengan menampilkan artis-artis ternama Kpop termasuk DAY6, Young K, Chen dan Xiumin EXO, serta Xikers. Festival tersebut diperkirakan dihadiri oleh 15.000 – 2.000 penonton. Hal ini menunjukkan

konsistensi Mecimapro dalam membawa pengalaman konser K-Pop berskala besar ke Indonesia, sekaligus memperkuat posisinya sebagai salah satu promotor yang aktif dan berpengaruh di Industri K-Pop. Namun, selain dari rekam jejaknya dalam menyelenggarakan konser-konser berskala besar, Mecimapro juga dikenal karena berbagai kontroversi pada penyelenggaraan acara-acaranya. Sejumlah kontroversi yang muncul terkait penyelenggaraan acara Mecimapro sering kali menyita perhatian publik dan memunculkan beragam respons bahkan keluhan dari para konsumen, penggemar, maupun masyarakat luas.

Berbagai kontroversi atau persoalan yang sering kali melibatkan Mecimapro meliputi kendala teknis saat pelaksanaan acara, permasalahan distribusi dan pengelolaan tiket, hingga adanya dugaan penggelapan dana. Rangkaian kasus tersebut berulang kali menjadi perhatian media dan penggemar, serta berkontribusi dalam membentuk pandangan publik terhadap kinerja Mecimapro sebagai promotor konser. Salah satu yang cukup menyita banyak perhatian adalah konser Seventeen "*Be The Sun*" yang diselenggarakan pada 24-25 September 2022 di ICE BSD, Tangerang. Setelah pelaksanaan konser, media sosial diramaikan dengan berbagai keluhan dan protes dari konsumen melalui tagar #BannedMecima hingga menjadi trending topik di platform X selama beberapa waktu.

Dalam postingan media sosial tersebut, para konsumen mengeluhkan adanya dugaan penimbunan tiket dan kerja sama antara pihak promotor dengan calo tiket serta menyampaikan protes atas barcode tiket yang tidak dapat dipindai saat konsumen memasuki venue. Menanggapi hal tersebut, Mecimapro memberikan klarifikasi dan membantah seluruh tuduhan yang beredar. Pihak promotor menegaskan bahwa tidak terdapat kerja sama dengan calo, tidak ditemukan barcode tiket yang tidak dapat dipindai, serta menjelaskan bahwa kardus berisi tiket yang sempat viral di media sosial merupakan tiket untuk pertunjukan hari kedua yang sedang dalam proses perapihan dan pelabelan.

Permasalahan serupa kembali terjadi pada konser Seventeen "*Right Here*" di Jakarta pada Februari 2025, sejumlah konsumen menyampaikan keluhan terkait proses penukaran tiket dan pengaturan antrean yang dinilai kurang optimal.

Mecimapro selaku promotor mengharuskan para konsumen untuk menukarkan voucher tiket dengan gelang (*wristband*) di lokasi khusus yang jauh dari *venue* konser, yakni di Lotte Mall, Jakarta Selatan. Lokasi penukaran tiket yang terpusat di satu titik dan berada jauh dari *venue* konser dinilai merugikan konsumen, khususnya bagi Mereka yang berasal dari luar kota dan memiliki keterbatasan waktu sehingga hanya bisa melakukan penukaran tiket pada hari pelaksanaan konser. Kondisi ini juga berpotensi membuka celah terjadinya praktik penipuan, seiring munculnya pihak-pihak yang menawarkan jasa penukaran tiket kepada konsumen.

Pada akhirnya kebijakan tersebut menyebabkan penumpukan antrean dengan jumlah massa yang sangat besar. Antrean yang berkepanjangan bahkan meluas hingga area luar pusat perbelanjaan, menimbulkan ketidaknyamanan bagi konsumen yang harus menunggu dalam waktu lama tanpa dukungan fasilitas dan ruang tunggu yang memadai. Bahkan keterbatasan jumlah petugas serta pengaturan antrean yang kurang efektif menyebabkan terjadinya insiden kecelakaan, dimana seorang konsumen dilaporkan tertabrak kendaraan saat berada dalam antrean. Hal ini memicu kritik terhadap standar keamanan dan keselamatan yang diterapkan oleh Mecimapro selama proses penukaran tiket. Permasalahan ini menguatkan pandangan bahwa perencanaan operasional, seperti pengaturan proses penukaran tiket serta penerapan prosedur keamanan dan keselamatan oleh Mecimapro akan berdampak langsung pada pengalaman konsumen.

Selain itu, Mecimapro juga sempat menghadapi permasalahan terkait penundaan dan pembatalan konser, seperti yang terjadi pada konser *Saranghaeyo Indonesia* dan IVE "*Show What I Have*" In Jakarta. Konser *Saranghaeyo Indonesia* yang awalnya dijadwalkan pada akhir tahun 2023, harus diundur hingga bulan Januari 2024. Dalam kasus ini, Mecimapro menawarkan tiga opsi kepada konsumen, yakni pengajuan refund atau pengembalian dana, mempertahankan tiket untuk digunakan pada jadwal konser yang baru, atau menggunakan dana tersebut sebagai deposit untuk pembelian tiket maupun produk lain melalui Mecimashop. Sementara itu, konser IVE "*Show What I Have*" In Jakarta yang seharusnya diselenggarakan pada

Januari 2024 harus ditunda selama tujuh bulan dan baru dilaksanakan pada Agustus 2024. Kondisi tersebut menimbulkan beragam respons dari konsumen yang menyoroti kesiapan promotor dalam mengelola perubahan jadwal acara berskala besar, terutama dalam aspek komunikasi krisis, transparansi informasi dan perlindungan hak konsumen.

Pada tahun 2025, Mecima kembali menjadi sorotan publik karena penyelenggaraan konser DAY6 "*Forever Young*" In Jakarta. Penyelenggaraan konser tersebut memunculkan sejumlah permasalahan yang mendapat perhatian luas dari publik dan memicu kritik terhadap kinerja promotor. Misalnya, pada 6 Januari 2025, penjualan tiket *presale* dibuka untuk anggota *membership* Mecimapro (MCP *Membership*), tetapi banyak akun *membership* tidak terdeteksi oleh sistem akibat buruknya kualitas *website* dan penggunaan vendor yang tidak sesuai untuk sistem *ticketing war*. Pada tahap ini juga terdapat kasus *Virtual Account* (VA) ganda yang menyebabkan kekacauan dalam proses pembayaran. Sementara itu, saat *general sales* dibuka sejumlah konsumen tidak menerima e-tiket padahal telah berhasil melakukan pembayaran. Dana yang telah terbayarkan itu mencapai Rp541.775.000,00 dan tertahan dengan status *pending payment* selama hampir satu minggu tanpa adanya klarifikasi dari Mecimapro. Selama proses *ticketing* juga banyak konsumen yang menerima jumlah tiket yang tidak sesuai dengan pesanan. Menurut *vendor payment gateway*, hal ini dikarenakan sistem Mecimapro tidak mampu menampung volume transaksi besar. Pernyataan tersebut disampaikan oleh ipay88 Indonesia selaku *vendor payment gateway* Mecimapro melalui *press release* dalam akun media sosial resminya.

Sementara itu, pada 21 Maret 2025, Mecimapro mengumumkan pemindahan *venue* konser dari Jakarta *International Stadium* (JIS) ke Stadion Madya Gelora Bung Karno (GBK) tanpa memberikan opsi *refund* ataupun benefit tambahan kepada konsumen. Setelah menerima berbagai protes dari konsumen dan munculnya tagar #MECIMA_NOT_PROfessional yang menjadi perbincangan luas di media sosial, Mecimapro akhirnya memberikan opsi *refund* pada 2 April 2025. Mecimapro juga menawarkan opsi *upgrade* dan *downgrade* tiket terkecuali untuk *CAT Orange* serta

menyediakan layanan *shuttle* bus gratis untuk konsumen yang telah memesan penginapan sekitar JIS. Berdasarkan *timeline* dari Mecimapro proses *refund* akan berlangsung pada 14-18 April 2025. Tetapi, hingga 17 April 2025, konsumen baru mulai menerima pengembalian dana dan hanya 8,1 persen dari total pengajuan *refund* yang telah diterima oleh konsumen dengan total sebesar Rp317.300.000,00. Bahkan, hingga saat ini, Mecimapro masih harus mengembalikan dana sebesar Rp4.670.350.000,00 kepada para konsumen.

Terlepas dari banyaknya permasalahan yang muncul dalam penyelenggaraan konser oleh Mecimapro, minat konsumen untuk menghadiri konser-konser yang dipromotori Mecimapro pada kasus-kasus sebelumnya masih relatif tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman negatif yang dialami konsumen tidak serta-merta menghilangkan keinginan untuk kembali, meskipun permasalahan serupa terjadi secara berulang. Situasi tersebut mengindikasikan bahwa minat beli konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh pengalaman negatif, tetapi juga oleh sikap konsumen terhadap merek (*brand attitude*) serta bagaimana promotor merespons permasalahan yang terjadi. Namun, permasalahan dalam penyelenggaraan konser DAY6 “*Forever Young*” in Jakarta berpotensi menjadi titik krusial bagi Mecimapro. Tingginya publisitas negatif, disertai dengan respons krisis yang dinilai kurang optimal baik dalam kasus ini maupun kasus-kasus sebelumnya berpotensi memengaruhi minat beli konsumen. Hal ini dikarenakan kejelasan, kecepatan, dan konsistensi merk atau promotor dalam merespons krisis menjadi pertimbangan penting bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian tiket konser yang diselenggarakan oleh promotor terkait.