

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Fenomena gelombang Korea (*Hallyu*, dalam bahasa Inggris disebut *Korean wave*) bukan lagi hal yang baru. *Hallyu* merupakan fenomena penyebaran budaya Korea ke seluruh dunia, mencakup musik Korea (K-pop), makanan Korea (K-food), drama Korea (K-drama), perawatan kecantikan Korea (K-beauty), mode Korea (K-fashion), film, game, komik, dan sebagainya. *Hallyu* sudah ada sejak tahun 1997 yang dimulai dari Tiongkok, sedangkan di Indonesia sendiri *hallyu* mulai masuk dan berkembang sejak awal tahun 2000-an.<sup>1</sup>

Menurut laporan Korean Foundation, pada tahun 2022 terdapat 178 juta penggemar budaya Korea aktif yang tersebar di seluruh dunia.<sup>2</sup> Laporan tersebut menganalisis status komunitas saat ini di 109 dari 120 negara yang disurvei, tidak termasuk 11 negara yang tidak menyediakan informasi kuantitatif tentang komunitas *hallyu*. Berdasarkan wilayah, 23 negara di Asia, 21 di Amerika, 35 di Eropa, dan 30 di Afrika dan Timur Tengah dianalisis.<sup>3</sup>

Mayoritas dari penggemar *hallyu* tersebut adalah penggemar K-pop. Jumlah komunitas penggemar yang aktif khususnya K-pop meningkat dari

---

<sup>1</sup> Sitio, Rahotni. (2017). *Fenomena Hallyu pada komunitas Korean Cultural Centre Medan (KCCM) di Kota Medan*. (Skripsi). Universitas Negeri Medan. h. 1-2

<sup>2</sup> The Korea Foundation. (2023). *Analysis of Global Hallyu Status*. h. 2

<sup>3</sup> The Korea Foundation. (2023). h.10

966 pada tahun 2021 (65,94% dari total jumlah komunitas *hallyu*) menjadi 1.136 pada tahun 2022 (67,2%), yang bukan hanya merupakan peningkatan mutlak dalam hal jumlah, namun juga persentase yang lebih besar dari seluruh basis penggemar *hallyu*.<sup>4</sup>

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuat K-pop berkembang lebih luas hingga berbagai belahan dunia. Indonesia merupakan salah negara dengan jumlah penggemar K-pop terbesar di dunia pada tahun 2021 menurut GoodStats.<sup>5</sup> Berdasarkan hasil survei Korea Foundation for International Culture Exchange (KOFICE), rata-rata waktu yang dihabiskan penduduk Indonesia untuk mengonsumsi konten Korea Selatan selama 22 jam per bulan. Durasi tersebut menjadi yang tertinggi kedua di Asia Pasifik.<sup>6</sup>

Penggemar K-pop dikenal loyal terhadap idolanya. Untuk mendukung idola mereka, penggemar rela mengeluarkan sejumlah besar uang untuk membeli berbagai macam *merchandise* yang berkaitan dengan idola tersebut.<sup>7</sup> Membeli *merchandise* tersebut merupakan bentuk apresiasi dan dukungan para penggemar kepada idolanya.

*Merchandise official* akan diproduksi dan dirilis oleh agensi grup idol K-pop dan dijual melalui berbagai cara. Cara pertama melalui platform *online*,

---

<sup>4</sup> The Korea Fondation. (2023). h. 4

<sup>5</sup> Alifah, Nabilah Nur. (2002). Indonesia Jadi Negara Dengan Fans K-pop Terbanyak Di Dunia. *GoodStats*. <<https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-peringkat-pertama-dengan-fans-K-pop-terbanyak-di-dunia-6w71d>>.

<sup>6</sup> Sadya, Sarnita. (2021) Warga RI Habiskan Waktu 22 Jam Konsumsi Konten Korea Tiap Bulan. *DataIndonesia.Id*. <<https://dataindonesia.id/varia/detail/warga-ri-habiskan-waktu-22-jam-konsumsi-konten-korea-tiap-bulan>>.

<sup>7</sup> Ziyya, Anny Abidah. (2019). *Perancangan identitas brand dan media promosi untuk bisnis merchandise K-Pop* (Skripsi). Universitas Ciputra. h. 2

agensi K-pop menjual *merchandise* melalui *website* toko *online* resmi, contohnya seperti *weverse shop*. Cara kedua melalui toko fisik, Toko *merchandise* K-pop juga didirikan di berbagai lokasi, di mana penggemar dapat membeli *merchandise* resmi yang diproduksi oleh agensi sang idola. Dan cara ketiga, *merchandise* dapat dibeli di konser atau acara yang diadakan oleh idol tersebut.

Agensi perusahaan K-pop ketika mengumumkan akan merilis sebuah *merchandise*, barang tersebut tidak akan langsung dijual di pasaran. Namun, agensi akan membuka pre-order pembelian *merchandise* di *website* toko *online* resmi terlebih dahulu. Sebagai contoh, *boygrup* BTS akan melakukan *comeback* dan merilis sebuah album, kemudian agensi akan membuka pre-order pembelian album tersebut di *weverse shop* satu bulan sebelum album tersebut dirilis. Selain album, *merchandise* lainnya juga memiliki masa *pre-order* dalam pembeliannya.

Penggemar K-pop sering kali mengalami kendala dalam membeli *merchandise* secara langsung di *website* toko *online* resmi tersebut. Hal ini dikarenakan perbedaan negara antara penjual dan pembeli, sehingga biaya pengiriman dari Korea ke negara lain bisa jadi cukup mahal, terutama untuk barang yang lebih berat seperti album dan pakaian. Selain itu juga pembeli harus membayar bea dan pajak ketika barang tiba di negara mereka, yang dapat menambah biaya keseluruhan. Perbedaan nilai mata uang dan metode pembayaran yang terbatas juga menjadi kendala lainnya. Maka dari itu, banyak

dari penggemar K-pop lebih memilih untuk membeli *merchandise* K-pop tersebut di toko-toko *online* yang dikelola oleh penggemar di Indonesia.

Pembelian *merchandise* melalui toko *online* memiliki harga yang relatif lebih murah jika dibandingkan dengan membeli langsung di *website* toko *online* resminya jika diperhitungkan dengan biaya pengiriman dan pajak. Hal ini dikarenakan biaya pengiriman dan pajak digabungkan dengan milik pembeli-pembeli *merchandise* lain di toko tersebut.

Harga *merchandise* yang tidak murah juga membuat penggemar K-pop melakukan jual beli dengan sistem *sharing*. Sistem *sharing* adalah praktik di mana beberapa individu atau kelompok penggemar bersama-sama memesan *merchandise* dalam jumlah besar untuk kemudian membagi barang-barang tersebut di antara mereka. Ini dapat menguntungkan penggemar yang mungkin tidak mampu membeli barang-barang tersebut sendirian atau yang ingin mendapatkan harga yang lebih baik melalui pembelian massal.

Salah satu toko *online* yang menjual *merchandise* K-pop dengan sistem *sharing* adalah toko *zkdlrnisa*. Toko *zkdlrnisa* berbentuk sebuah grup pemesanan *merchandise* K-pop di aplikasi whatsapp di mana pengelola toko akan mengunggah penawaran open *sharing pre-order merchandise* K-pop di grup tersebut kemudian anggota grup tersebut akan menandai *merchandise* yang akan dibelinya. Selain di dalam grup order, penawaran tersebut juga akan diunggah di akun twitter (sekarang X) pengelola toko dengan format yang akan memudahkan pembeli yang sedang mencari barang tersebut. kemudian jika ada

pembeli yang berminat terhadap merchandise sharing tersebut, maka pengelola toko akan memasukannya kedalam grup order di aplikasi whatsapp.

Jual beli *pre-order merchandise* K-pop dengan sistem *sharing* membuat pembeli dapat memilih item yang hanya akan dibelinya dalam *merchandise* tersebut. Sebagai contoh *merchandise going magazine* dari boygrup seventeen, dalam *merchandise* tersebut terdapat 1 pcs majalah dan 1 set photocard random. Pembeli dapat menentukan akan membeli item yang mana, misalkan hanya membeli *photocard* salah satu membernya saja atau hanya membeli majalahnya saja. Pembagian harga untuk setiap item bisa berbeda-beda. *Photocard* gambar *idol* A dengan *idol* B bisa berbeda, selain itu harga di toko A dan toko B juga bisa mengalami perbedaan. Perbedaan tersebut perlu ditinjau dari perspektif hukum ekonomi syariah dalam hal keadilan harga bagi pembelinya.

Sistem Ekonomi Islam bukan hanya tentang sistem ekonomi tanpa bunga. Berdasarkan keadilan Islam yang universal, sistem ini mencakup dan menampung seluruh aspek ekonomi kehidupan manusia. Sistem ekonomi Islam merupakan jalan tengah kemanusiaan yang berangkat dari kesadaran akan pentingnya etika. Salah satu ekonom muslim, Baqir al-Shadr, menyatakan bahwa keadilan sosial sangat penting dalam menciptakan dan menjaga kesejahteraan masyarakat. Ia berpendapat bahwa masalah ekonomi muncul karena ketidakadilan distribusi.<sup>8</sup> Keadilan distribusi dalam ranah ekonomi mikro juga perlu diperhatikan dalam jual beli *pre-order merchandise* K-pop

---

<sup>8</sup> Nasrudin & Ani Fatimah Zahra Saifi, (2023). Muhammad Baqir Al-Shadr's thoughts in building a fair economic system. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 8, h. 14–22.

dengan sistem *sharing*, karena ketidakadilan dalam memberikan harga dan sistem pendistribusian dapat menyebabkan ketidakrelaan di antara pembeli.

Sistem jual beli *pre-order* dalam hukum ekonomi syariah disebut dengan jual beli salam. Jual beli salam adalah jual beli barang yang disebutkan sifatnya dalam tanggungan dengan pembayaran yang dilakukan saat itu juga. Jual beli salam merupakan jual beli dengan hutang. Namun bedanya, yang dihutang bukan uang pembayarannya, melainkan barangnya. Sedangkan uang pembayarannya diserahkan secara tunai.

Jual beli salam dibolehkan dalam Al-Qur'an sebagaimana dalam surat Al-Baqarah ayat 282

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

"Hai orang-orang yang beriman, jika kalian melakukan utang-piutang yang pembayarannya dilakukan pada waktu tertentu, hendaklah dilakukan pencatatan...."

Ibnu Abbas menyatakan dalam kitab Nashb al-Rayah (4/44) dan al-Talkhish al-Khabir (242) bahwa jual beli salam merupakan bagian dari substansi ayat tersebut (yaitu utang-piutang) yang dibolehkan oleh Allah dan diizinkan untuk dilakukan.<sup>9</sup> Utang-piutang pada akad salam terletak pada objek barang yang akan diperjual belikan sedangkan pembayarannya dilakukan pada waktu akad dilaksanakan.

<sup>9</sup> Mubarak, J., & Hasanudin, H. (2020). *Fikih Mu'amalah Maliyyah Akad Jual Beli*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. h. 256

Akad salam yang dilakukan dalam jual beli *merchandise* K-pop di zkdlrnisa menggunakan akad salam paralel. Hal ini dikarenakan zkdlrnisa pada awalnya belum memiliki barang yang akan dijual kepada pembeli. Barang tersebut dimiliki oleh pihak ketiga yakni agensi perusahaan K-pop. Maka dari itu, zkdlrnisa juga melakukan akad salam dengan agensi Perusahaan K-pop. Akad salam paralel termasuk kedalam multi akad.

Akad salam dalam jual beli diatur dalam Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No: 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli Salam. Dalam fatwa tersebut dijelaskan bahwa pembayaran harus dilakukan pada saat kontrak disepakati dan dalam jumlah yang diketahui. Artinya pembayaran tersebut harus dilaksanakan secara tunai ketika akad disepakati. Barang yang menjadi objek akad harus jelas ciri-cirinya dan spesifikasinya. Penjual harus menyerahkan barang tepat pada waktunya dengan kualitas dan jumlah yang telah disepakati, jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih tinggi, penjual tidak boleh meminta tambahan harga.<sup>10</sup>

Implementasi akad salam pada jual beli *pre-order merchandise* K-pop tidak sesuai dengan Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No: 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang jual beli salam, terdapat banyak kekhawatiran akan masuk ke dalam jual beli yang mengandung *gharar*. Hal ini dikarenakan ketika membuka *pre-order* untuk *merchandise* K-pop tersebut, tidak dijelaskan secara fisik mengenai berat dari barang tersebut, akibatnya harga barang menjadi bersifat estimasi atau perkiraan.

---

<sup>10</sup> Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No: 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Salam.

Harga barang yang menjadi objek akad bisa saja mengalami perubahan akibat kesalahan perhitungan estimasi berat sehingga harga pengiriman dan pajak lebih besar dari yang diestimasikan. Barang juga tidak dijelaskan secara spesifik dan sering kali beberapa item *diblur* oleh agensi sehingga pembeli tidak mengetahui secara jelas spesifikasi barang tersebut. Jangka waktu barang sampai ke tangan pembeli juga tidak bisa dipastikan secara jelas. Pada awal pelaksanaan kontrak penjual tidak memberitahukan kapan barang tersebut akan sampai ke tangan pembeli. Maka dari itu, jual beli *pre-order merchandise* K-pop disinyalir mengandung unsur *gharar*.

Penyerahan pembayaran yang dilakukan ketika jual beli *merchandise* K-pop tidak dilakukan secara tunai pada saat akad dilaksanakan. Pada awal akad akan dilakukan pembayaran pertama yang berupa uang muka, dan pembayaran selanjutnya dilakukan ketika barang baru akan dikirim ke alamat pembeli. Pembayaran kedua tersebut bisa sesuai dengan kesepakatan awal, namun bisa juga berbeda karena ada penambahan biaya. Hal ini tidak sesuai dengan syarat salam yang pembayarannya dilakukan di awal akad secara tunai.

Barang yang menjadi objek jual beli salam tidak bisa dilihat dan diterima secara langsung pada saat akad. Maka dari itu untuk menghindari ketidakjelasan atau *gharar*, barang tersebut harus jelas diketahui jenisnya, tipenya, kuantitasnya, kualitasnya, spesifikasinya dan waktu penyerahan barang tersebut.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Mubarak, J., & Hasanudin, H. (2020). *Fikih Mu'amalah Maliyyah Akad Jual Beli*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. h.259-260



Hal tersebut didukung oleh hadits Riwayat Bukhari No. 2086

مَنْ أَسْلَفَ فَلْيُسَلِّفْ فِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ، وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ، إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ

"Barang siapa melakukan salaf (salam), hendaknya ia melakukan dengan takaran yang jelas dan timbangan yang jelas, untuk jangka waktu yang diketahui"

Jual beli *gharar* merupakan jual beli yang dilarang dalam Islam. Sebagaimana hadist riwayat Muslim No. 2783

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْعَرْرِ

“Dari Abu Hurairah dia berkata: Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam melarang jual beli dengan cara hashah dan cara lain yang mengandung unsur (gharar)”

Agama Islam melarang adanya paksaan dalam praktik jual beli, Islam juga tidak membolehkan atau mengharamkan adanya kezaliman dalam jual beli seperti adanya riba, *maysir*, *gharar* dan hal-hal yang merugikan dalam bermuamalah. Ketika melakukan jual beli selain ada pembeli dan penjual, rukun dan syarat jual beli lainnya pun harus terpenuhi. Apabila ada pelaksanaan jual beli yang di dalamnya terdapat salah satu unsur kezaliman dalam jual beli, maka hukum jual beli yang dilakukan bisa menjadi tidak sah.

Berdasarkan penjelasan terhadap praktik jual beli di atas, maka sebagai penguatan atas penelitian tersebut perlu ditindak lanjuti dengan mengangkat judul “**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP JUAL**

## **BELI *PRE-ORDER MERCHANDISE K-POP* DENGAN SISTEM *SHARING* (Studi Kasus di Grup WhatsApp ZKDLRNISA)”**

### **B. Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan. Bahwa ketika *merchandise* rilis, pembelian *merchandise* akan dimulai dengan pembelian secara pre-order di *website* toko *online* resmi masing-masing *idol*. Karena beberapa kendala dalam pembelian secara langsung melalui *website* tersebut, seperti kendala biaya, mata uang dan bahasa, maka terdapat beberapa opsi lain bagi pembeli untuk membeli *merchandise* tersebut. Salah satu cara membeli *merchandise* K-pop adalah dengan membelinya pada toko *online* dengan sistem *sharing*. Namun terdapat beberapa hal dalam praktik jual beli tersebut yang di khawatirkan akan menimbulkan *gharar*.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti dapat merumuskan pokok masalah yang menjadi kajian dalam penelitian pada sebuah toko *online* yang menggunakan sistem *sharing*, yakni toko *zkdlrnisa*. Adapun sub masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana mekanisme jual beli *pre-order merchandise* K-pop dengan sistem *sharing* di grup whatsapp *zkdlrnisa*?
2. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik jual beli *pre-order merchandise* K-pop dengan sistem *sharing* di grup whatsapp *zkdlrnisa*?

3. Bagaimana implementasi multi akad dalam jual beli pre-order merchandise K-pop dengan sistem *sharing* di grup whatsapp zkdlrnisa?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan yang telah diberikan sebelumnya. Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui mekanisme jual beli *pre-order merchandise* K-pop dengan sistem *sharing* di grup whatsapp zkdlrnisa
2. Untuk mengetahui tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik jual beli *pre-order merchandise* K-pop dengan sistem *sharing* di grup whatsapp zkdlrnisa
3. Untuk mengetahui implementasi multi akad dalam jual beli *pre-order merchandise* K-pop dengan sistem *sharing* di grup whatsapp zkdlrnisa

### D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah dapat memberikan perkembangan deskripsi terhadap sudut pandang teoritis dan praktis, diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber informasi dan referensi dari sebuah topik yang berkaitan dengan penelitian ini

- b. Penelitian ini ditujukan sebagai sarana untuk pengembangan ilmu pengetahuan hukum ekonomi syariah terutama mengenai praktik *pre-order* yang menggunakan akad salam paralel untuk dijadikan pembelajaran dan penelitian lebih lanjut bagi semua kalangan.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai acuan bagi penjual *merchandise* K-pop yang berjualan dengan sistem *pre-order* dan *sharing* untuk mengetahui bagaimana hukum dari praktik jual belinya
- b. Sebagai acuan bagi masyarakat khususnya pembeli untuk mengetahui bagaimana hukum Islam ketika membeli *merchandise* K-pop dengan sistem *pre-order* dan *sharing*

## E. Kerangka Berpikir

Jual beli merupakan akad saling tukar menukar harta walaupun dalam tanggungan (barangnya belum ada), adanya saling tawar menawar dalam harga, dengan cara-cara tertentu bertujuan memindahkan kepemilikan barang atau manfaatnya yang bersifat abadi. Makna ‘akad saling tukar menukar’ dalam definisi tersebut bermakna akad *mu’awadhah*, bukan akad *tabarru’*. Makna ‘harta’ dalam definisi tersebut bermakna sesuatu yang dipandang harta oleh hukum. Makna ‘walaupun dalam tanggungan (barangnya belum ada) menjadikan akad salam juga termasuk ke dalam jual beli. Makna ‘adanya

saling tawar menawar' mengartikan bahwa jual beli tersebut dilakukan dengan keridhaan kedua belah pihak karena menggunakan harga yang disepakati.<sup>12</sup>

Transaksi jual beli merupakan aktivitas yang diperbolehkan dalam Islam. Banyak ayat Al-Qur'an yang membahas mengenai jual beli, salah satunya disebutkan dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 275.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...

“Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”

Terdapat kaidah fiqh muamalah:

الأصل في المعاملة الأباحة إلا أن يدل دليل على تحريمها

“Hukum asal dalam muamalah adalah kebolehan sampai ada dalil yang menunjukkan keharamannya”

كُلُّ مُعَامَلَةٍ فِيهَا عَرَرٌ أَوْ جَهَالَةٌ فِيمَا يُقْصَدُ فَهِيَ بَاطِلَةٌ

“Setiap muamalah yang didalamnya terdapat kesamaran atau ketidaktahuan tujuannya, maka hukumnya batal”

كُلُّ مَا أَمَكَّنَ ضَبْطُهُ بِالصِّفَةِ وَالتَّوَعُّعِ وَالْقَدْرِ وَالْأَجْلِ صَحَّ سَلَمُهُ فِي الدِّمَةِ

“setiap akad yang dimungkinkan dapat sempurna dengan sifat, macam, ukuran, dan waktu, maka sah penyerahannya dalam tanggungan”

Terdapat kaidah Ushuliyah:

الضَّرَرُ يَزَالُ

<sup>12</sup> Hidayat, E. (2015). *Fiqh Jual Beli*. Bandung: Penerbit Rosda Karya. h. 2

“Kemadaratan harus dihilangkan”

Berdasarkan kaidah fiqih muamalah di atas diketahui bahwa kegiatan bermuamalah boleh dilakukan selama tidak ada dalil yang mengharamkannya. Namun, jika dalam kegiatan muamalah tersebut terdapat unsur kesamaran maka hukum dari kegiatan bermuamalah tersebut menjadi batal. Ketika melakukan transaksi jual beli harus jelas objek transaksinya, terutama dalam transaksi yang diserahkan dalam tanggungan, dalam kaidah disebutkan bahwa objek tersebut harus diketahui sifat, macam, ukuran dan waktunya.

Jual Beli yang barangnya diserahkan dalam tanggungan adalah jual beli *pre-order*. Jual beli *pre-order* adalah sistem pembelian di mana pembeli melakukan pemesanan di awal penjualan, sebelum barang yang dipesan tersedia. Pembeli harus membayar sejumlah tertentu di muka sampai barang yang dibelinya tiba dalam waktu tertentu setelah pemesanan *pre-order*.<sup>13</sup> Dalam hukum ekonomi syariah, jual beli *pre order* dikenal dengan nama jual beli salam dan jual beli *istishna*.

Jual beli salam adalah jual beli yang pembayaran harganya dilakukan secara tunai sedangkan penyerahan barang yang dibeli atau dipesan dilakukan secara tangguh. Barang yang dibeli tersebut belum ada atau belum wujud atau sudah wujud tapi tidak tertentu. Barang tersebut akan diserahkan kemudian pada waktu yang sudah disepakati.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Chairunisa. (2022). Pre Order Adalah: Arti, Metode Serta Kelebihan Dan Kekurangannya. *Dailysocial.id*. <<https://dailysocial.id/post/pre-order-adalah>>.

<sup>14</sup> Mubarak, J., & Hasanudin, H. (2020). *Fikih Mu'amalah Maliyyah Akad Jual Beli*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. h. 252

Akad salam terbagi menjadi dua, yakni akad salam dan akad salam paralel. Akad Salam Paralel adalah varian dari akad jual beli yang melibatkan dua transaksi salam.<sup>15</sup> Akad salam paralel merupakan akad salam di mana penjual memesan kepada pihak lain untuk menyediakan barang pesanan.<sup>16</sup> Dalam akad salam paralel, pembeli pada transaksi salam pertama menjadi penjual pada transaksi salam kedua dengan obyek barang dan ciri-ciri barang yang sama.

Salam paralel diperbolehkan dalam fatwa DSN MUI No: 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang jual beli salam. Dalam fatwa tersebut, disebutkan bahwa salam paralel dapat dilakukan dengan syarat, akad kedua terpisah dari, dan tidak berkaitan dengan akad pertama. Penyerahan barang harus dilakukan tepat pada waktunya dengan kualitas dan jumlah yang telah disepakati. Fatwa ini juga menetapkan ketentuan tentang pembayaran dan barang dalam jual beli salam.<sup>17</sup>

Salah satu barang yang dijual menggunakan salam paralel adalah *merchandise* k-pop. *Merchandise* K-pop adalah berbagai pernak pernik yang berbau *idol* K-pop, biasanya dirilis secara resmi oleh agensi yang menaungi sang idola, atau dirilis secara tidak resmi oleh berbagai pihak komersial.<sup>18</sup> *Merchandise* sendiri terdiri dua macam yakni *merchandise official* yang diproduksi dan dirilis secara langsung oleh perusahaan tempat grup K-pop

---

<sup>15</sup> Muamala Net Media Ekonomi Islam. (2023). Akad Salam Dan Istisna Pararel Beserta Contohnya. *Muamalah, & Halal*

<sup>16</sup> Langlang Buana, M. T., & Halim, S. (2022). Tinjauan literatur akad salam dan analisa penerapannya pada penjualan laptop online di marketplace besar Indonesia. *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, 4.

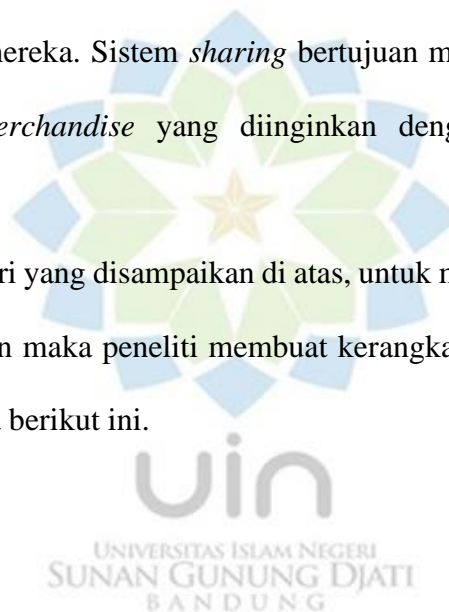
<sup>17</sup> *Fatwa Dewan Syari'ah Nasional NO: 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Salam.*

<sup>18</sup> Muniarti, et al. (2022). Analisis perilaku konsumsi Kpop fans ditinjau dari teori konsumsi Al-Ghazali. *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*, h. 16

tersebut bernaung, dan *merchandise unofficial* yang diproduksi oleh penggemar grup K-pop.<sup>19</sup>

Harga *merchandise* K-pop yang mahal membuat pembeli melakukan pembelian dengan sistem *sharing*. Sistem *sharing* adalah praktik di mana beberapa individu atau kelompok penggemar bersama-sama memesan *merchandise* dalam jumlah besar untuk kemudian membagi barang-barang tersebut di antara mereka. Sistem *sharing* bertujuan memudahkan penggemar untuk membeli *merchandise* yang diinginkan dengan harga yang lebih terjangkau.<sup>20</sup>

Berdasarkan teori yang disampaikan di atas, untuk memfokuskan penelitian yang akan dilakukan maka peneliti membuat kerangka berpikir dalam bentuk bagan, sebagaimana berikut ini.



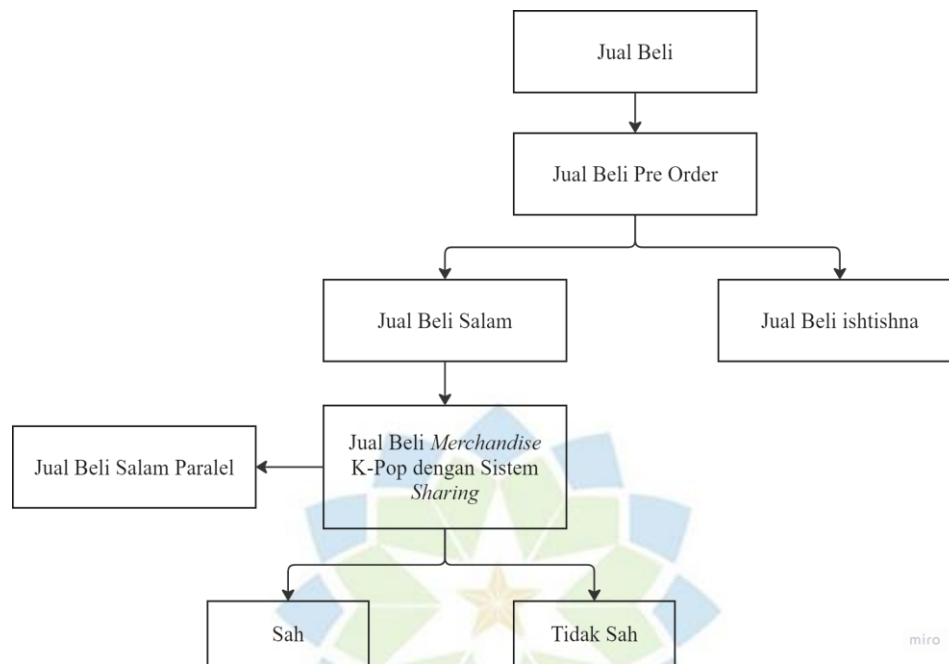
---

<sup>19</sup> Ziyya, Anny Abidah. (2019). *Perancangan identitas brand dan media promosi untuk bisnis merchandise K-Pop* (Skripsi). Universitas Ciputra.

<sup>20</sup> Kumparan. (2018). Perjuangan Fans Menjalankan Bisnis Merchandise K-Pop Online. *Kumparan.Com*. <<https://kumparan.com/kumparank-pop/perjuangan-fans-menjalankan-bisnis-merchandise-k-pop-online>>.



*Bagan 1. Kerangka Berfikir*



## F. Penelitian Terdahulu

Bagian ini menampilkan hasil kajian penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian ini. Penelitian terdahulu membantu peneliti dalam menemukan rujukan kajian yang relevan dengan topik penelitian. Berikut di bawah ini hasil penelitian terdahulu yang mempunyai relevansi dengan penelitian ini:

Pertama, skripsi yang ditulis oleh Rifqoh Muslikhah pada tahun 2019 dengan judul “Analisis Hukum Ekonomi Syariah Tentang Sistem Jual Beli *Pre-Order* Pada Akun Instagram SMTOWN BIG FAMILY”<sup>21</sup>. Dalam penelitian ini menjelaskan mengenai proses pelaksanaan jual beli *pre-order* di akun

<sup>21</sup> Muslikhah, R. (2019). *Analisis Hukum Ekonomi Syari’ah Tentang Sistem Jual Beli Pre Order Pada Akun Instagram SMTOWN BIG FAMILY* (Skripsi). Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. h. 1-114

Instagram @smtwon\_bigfamily dan pandangan hukum ekonomi syariah terhadap jual beli tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik jual beli yang dilakukan pada akun tersebut menggunakan akad salam. Dalam akad salam tersebut terdapat beberapa syarat jual beli salam yang tidak terpenuhi sehingga akad menjadi bathil.

Kedua, skripsi yang ditulis oleh Rossy Akbar Fitriana pada tahun 2022 dengan judul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Jual Beli Pre Order Album K-pop Pada Akun Instagram Allaboutmerch.K-pop”<sup>22</sup>. Dalam penelitian ini menjelaskan mengenai proses pelaksanaan jual beli pre-order di akun Instagram @allaboutmerch.K-pop dan pandangan hukum ekonomi syariah terhadap jual beli tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik jual beli yang dilakukan pada akun tersebut menggunakan akad ishtishna. jual beli tersebut dinilai sesuai dengan ketentuan dalam hukum ekonomi syariah namun belum secara maksimal.

Ketiga, skripsi yang ditulis oleh Dewi Nurfadayanti pada tahun 2021 dengan judul “Sistem Jual Beli Pre-Order Album K-pop Pada Akun Instagram Hunam.Id Dalam Prespektif Hukum Ekonomi Syari’ah”<sup>23</sup>. Dalam penelitian ini menjelaskan Dalam penelitian ini menjelaskan mengenai proses pelaksanaan jual beli pre-order di akun Instagram @hunam.id dan pandangan hukum ekonomi syariah terhadap jual beli tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan

---

<sup>22</sup> Fitriana, R. A. (2022). *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktek Jual Beli Pre Order Album Kpop Pada Akun Instagram Allaboutmerch.Kpop* (Skripsi). Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. h. 1-97

<sup>23</sup> Nurfadayanti, D. (2021). *Sistem Jual Beli Pre-Order Album K-Pop Pada Akun Instagram Hunam.Id Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syari’ah* (Skripsi). Institut Agama Islam Negeri Salatiga. h. 1-115

bahwa praktik jual beli yang dilakukan pada akun tersebut menggunakan akad salam. Analisi hukum Islam terhadap jual beli pada akun tersebut dinilai belum sepenuhnya sah.

Keempat, skripsi yang ditulis oleh Shanti Nur Janah pada tahun 2020 dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Jual Beli Preorder Pada Akun Instagram Milky\_kshop”<sup>24</sup>. Dalam penelitian ini menjelaskan mengenai proses pelaksanaan jual beli pre-order di akun Instagram @milky\_kshop dan pandangan hukum ekonomi syariah terhadap jual beli tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik jual beli yang dilakukan pada akun tersebut menggunakan akad ishtisna. Jual beli *preoder* pada penelitian tersebut dinilai belum memenuhi sebagian ketentuan istishna.

Kelima, skripsi yang ditulis oleh Siti Rohmah Wati pada tahun 2022 dengan judul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Tentang Transaksi Jual Beli Dengan Sistem Pre Order Merchandise K-pop (Studi Pada Sosial Media Instagram @Indomyclub Dan @Priorkit)”<sup>25</sup>. Dalam penelitian ini menjelaskan mengenai proses pelaksanaan jual beli pre-order di akun Instagram @milky\_kshop dan pandangan hukum ekonomi syariah terhadap jual beli tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik jual beli yang dilakukan pada akun tersebut menggunakan akad salam. Pada penelitian ini, jual beli salam yang dilakukan

---

<sup>24</sup> Janah, S. N. (2020). *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Jual Beli Preorder Pada Akun Instagram Milky\_kshop* (Skripsi). Institut Agama Islam Negeri Surakarta. h. 1-97

<sup>25</sup> Wati, S. R. (2022). *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Tentang Transaksi Jual Beli Dengan Sistem Pre Order Merchandise Kpop (Studi Pada Sosial Media Instagram @Indomyclub Dan @Priorkit)* (Skripsi). Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. h. 1-88

oleh akun Indomyclub dan akun PriorKit dinilai belum memenuhi syarat jual beli akad *salam*

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas, terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu.

*Tabel 1. Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu*

No	Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
1	Rifqoh Muslikhah, Analisis Hukum Ekonomi Syariah Tentang Sistem Jual Beli Pre Order Pada Akun Instagram "SMTOWN BIG FAMILY"	Penelitian terdahulu dan penelitian ini sama sama membahas mengenai hukum ekonomi syariah terhadap jual beli pre-order pada merchandise K-pop	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempat penelitian terdahulu adalah salah satu akun Instagram jual beli merchandise K-pop yakni @smtown_bigfamily, sedangkan tempat penelitian pada penelitian ini adalah sebuah grup order yakni zkdlrnisa.</li> <li>• Objek dalam penelitian terdahulu dijual secara utuh sedangkan dalam penelitian ini objek dijual secara sharing.</li> </ul>
2	Rossy Akbar Fitriana, Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Jual Beli Pre Order Album K-pop Pada Akun Instagram "Allaboutmerch. K-pop"	Penelitian terdahulu dan penelitian ini sama sama membahas mengenai hukum ekonomi syariah terhadap jual beli pre-order pada merchandise K-pop	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Akad yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah akad ishtishna, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan akad salam</li> <li>• Tempat penelitian terdahulu adalah salah satu akun Instagram jual beli merchandise K-pop yakni @allaboutmerch.K-pop, sedangkan tempat penelitian pada penelitian ini adalah sebuah grup order yakni zkdlrnisa.</li> <li>• Objek dalam penelitian terdahulu dijual secara utuh sedangkan dalam penelitian ini objek dijual secara sharing.</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objek pada penelitian terdahulu hanya album K-pop, sedangkan penelitian ini membahas merchandise K-pop secara umum</li> </ul>
3	Dewi Nurfadayanti, Sistem Jual Beli Pre-Order Album K-pop Pada Akun Instagram Hunam.Id Dalam Prespektif Hukum Ekonomi Syari'ah	Penelitian terdahulu dan penelitian ini sama-sama membahas mengenai hukum ekonomi syariah terhadap jual beli pre-order pada merchandise K-pop	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempat penelitian terdahulu adalah salah satu akun Instagram jual beli merchandise K-pop yakni @Hunam.id, sedangkan tempat penelitian pada penelitian ini adalah sebuah grup order yakni zkdlrnisa.</li> <li>• Objek dalam penelitian terdahulu dijual secara utuh sedangkan dalam penelitian ini objek dijual secara sharing.</li> <li>• Objek pada penelitian terdahulu hanya album K-pop, sedangkan penelitian ini membahas merchandise K-pop secara umum</li> </ul>
4	Shanti Nur Janah, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Jual Beli Preorder Pada Akun Instagram "Milky_kshop"	Penelitian terdahulu dan penelitian ini sama-sama membahas mengenai hukum ekonomi syariah terhadap jual beli pre-order pada merchandise K-pop	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Akad yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah akad ishtishna, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan akad salam</li> <li>• Tempat penelitian terdahulu adalah salah satu akun Instagram jual beli merchandise K-pop yakni @allaboutmerch.K-pop, sedangkan tempat penelitian pada penelitian ini adalah sebuah grup order yakni zkdlrnisa.</li> <li>• Objek dalam penelitian terdahulu dijual secara utuh sedangkan dalam penelitian ini objek dijual secara sharing.</li> <li>• Objek pada penelitian terdahulu hanya album K-pop, sedangkan penelitian</li> </ul>

			ini membahas merchandise K-pop secara umum
5	Siti Rohmah Wati, Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Tentang Transaksi Jual Beli Dengan Sistem Pre Order Merchandise K-pop (Studi Pada Sosial Media Instagram @Indomyclub Dan @Priorkit).	Penelitian terdahulu dan penelitian ini sama sama membahas mengenai hukum ekonomi syariah terhadap jual beli pre-order pada merchandise K-pop	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempat penelitian terdahulu adalah salah satu akun Instagram jual beli merchandise K-pop yakni @indomyclub dan @priorkit, sedangkan tempat penelitian pada penelitian ini adalah sebuah grup order yakni zkdlrnisa.</li> <li>• Objek dalam penelitian terdahulu dijual secara utuh sedangkan dalam penelitian ini objek dijual secara sharing.</li> </ul>

