

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Demam Korea telah masuk ke seluruh dunia, Indonesia merupakan salah satu negara yang terkena dampak dari demam Korea tersebut. Demam di sini bukanlah sebuah penyakit, melainkan sebuah ungkapan yang diperuntukkan untuk penyebaran budaya Korea secara global di berbagai negara di seluruh dunia. Saat ini, masyarakat Indonesia, khususnya remaja Indonesia baik pria maupun wanita, sangat menggemari dunia K-pop, hal itu ditunjukkan oleh banyaknya penggemar drama Korea di Indonesia. Tak hanya drama, para aktor dan aktris bahkan *Boy Group* dan *Girl Group* juga sangat disukai oleh masyarakat Indonesia. Fenomena Korea yang begitu cepat menyebar ke seluruh dunia memimbulkan yang banyak kelompok penggemar. Budaya pop adalah budaya yang sedang tren atau banyak diminati. Budaya pop biasanya berkaitan dengan sesuatu yang dapat dinikmati oleh seluruh manusia atau orang-orang tertentu.¹

¹ Ida Ri'aeni, dkk., "Pengaruh Budaya Korea (K-Pop) Terhadap Remaja Di Kota Cirebon", *Communications*, Vol. 1, No. 1 (Januari 2019), prodi

Fenomena ini memiliki dampak yang sangat nyata pada kehidupan sehari-hari, terutama pada generasi remaja pada saat ini. Pesatnya perkembangan teknologi informasi akibat globalisasi adalah faktor utamanya adalah penyebab besarnya antusiasme masyarakat terhadap hiburan Korea di Indonesia. Hiburan Korea sendiri sangat identik dengan musik, drama *musical*, film, dan acara hiburan (*variety show*) yang dikemas rapi dengan mengenalkan budaya Korea. Lambat laun, budaya Korea banyak diterapkan dalam keseharian para penggemarnya, mulai dari pakaian, *makeup* ala Korea, menggunakan perawatan kulit (*skin care*) yang berasal dari Korea, makanannya, gaya berbicara, hingga bahasanya.²

Gelombang *hallayu* atau gelombang Korea pertama dikenal di Indonesia sekitar tahun 2000-an yang dimulai dengan penayangan drama Korea di beberapa stasiun televisi swasta Indonesia. Salah satu drama yang ditayangkan adalah *Endlees Love* pada tahun 2002. Ceritanya dikemas rapi, tidak memiliki begitu banyak episode, memiliki pemain peran yang

S1 Ilmu Komunikasi Ilmu Universitas Muhammadiyah Cirebon, Jawa Barat, h. 2.

² Egsgaum, "Fenomena Koren Wave di Indonesia", <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>, diakses pada 15 Maret 2021, pukul 10.30 WIB.

penampilannya sangat menarik perhatian, menjadikan drama ini sebagai awal yang baik untuk masuknya budaya pop Korea lainnya.³ Indonesia merupakan salah satu negara yang paling terlihat atau terkena dampak cukup besar dalam hal demam Korea ini, hal ini dapat dilihat di pertelevisian, toko-toko *online* serta *brand-brand* Indonesia yang kini sedang berlomba-lomba untuk menayangkan atau menginformasikan tentang berita Korea serta menjadikan para aktris,aktor, *boy group* dan *girl group* asal Korea Selatan sebagai *ambassador* dari produk mereka.⁴

Salah satu hiburan Korea yang banyak disukai oleh kaum remaja adalah musik pop Korea. Musik pop Korea, atau biasa disingkat sebagai *K-pop* adalah salah satu sektor hiburan yang mengangkat perekonomian Korea Selatan. Di Indonesia sendiri popularitas musik *pop* Korea menyaingi musik barat. Bukti popularitas *Korean pop* di Indonesia ditandai dengan maraknya konser *K-Pop* di Indonesia yang tiketnya selalu habis terjual, meski dengan harga tiket yang cukup mahal mulai dari

³ Ida Ri'aeni, dkk., "Pengaruh Budaya Korea (K-Pop) Terhadap Remaja Di Kota Cirebon", ..., h. 9.

⁴ Fluryndese K. Simbar, "*Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado*", Jurnal Holistik, Tahun X NO.18/Juli-Desember 2016 issn 1979-0481, h. 13.

ratusan ribu sampai jutaan rupiah bahkan puluhan juta untuk tika VVIP.

Salah satu konser *K-Pop* yang tiketnya terjual habis saat konser di Indonesia adalah Super Junior dengan judul konser "*Super Show 4*" pada April 2012, tahun tersebut menjadi momentum besar yang menandai ledakan demam *K-Pop* di Indonesia dan memunculkan banyak penggemar musik *K-Pop*. Sejak itu, Indonesia mulai sering di sambangi oleh *boy group/girl group* asal negeri Korea Selatan. Selain Super Junior ada juga *group idol* generasi kedua yang sangat populer di Indonesia, yaitu EXO. *Boyband* EXO telah menggelar konser di Indonesia dalam rangka konser *EXO Planet #5: The Exploratin*, pada 23 November 2019. Di Indonesia sendiri, tiket sudah dijual sejak Selasa (1/10) pukul 16.30 WIB di Blibli.com dan Ticket.com. Hanya dalam hitungan menit tiket konser EXO sudah habis terjual.⁵ Hal ini membuktikan bahwa minat masyarakat, khususnya remaja Indonesia terhadap dunia *K-Pop* sangat tinggi.

Selain dua *boy band* tersebut, ada juga banyak grup idola lain yang ikut serta mengadakan konser di Indonesia seperti, grup

⁵ Hendra Noor Saleh, Presdir PT Dyandra Promosindo, sub holding DGE, promotor EXO tahun 2019.

idola dari generasi kedua, yaitu TVXQ, 2PM, BIGBANG, 2NE1, dan SNSD. Hingga grup idola generasi ketiga seperti BTS, IKON, WINNER, BLACKPINK, SEVENTEEN, GFRIEND dan lainnya. Indonesia saat ini adalah negara dengan populasi terbesar keempat di dunia dan merupakan salah satu penggemar paling dasar ke-3 boyband EXO dan BTS di dunia dengan total sekitar 495.000 penggemar.⁶ 56 persen *fans K-pop* menghabiskan waktu 1-5 jam berselancar di media sosial untuk mencari tahu segala informasi tentang idola mereka. Sebanyak 28 persen *fans* bahkan menghabiskan 6 jam lebih di dunia maya untuk melihat berbagai aktivitas sang idola.⁷

Biasanya para *fans K-Pop* atau penggemar *K-Pop* akan selalu membeli barang-barang yang digunakan atau dimiliki para artis idola mereka. Misalnya, baju, tas, sepatu, topi, poster, album, gantungan kunci berwajah *member idol* kesukaan mereka, *lightstick* atau barang apa saja yang dipakai atau berhubungan dengan *idol favorit* mereka pasti akan mereka beli dan terjual

⁶ Krisna Ayu Kartika Putri, Skripsi: “*K-Pop sebagai Hiperealitas (Studi Pada Army dan EXO-L di Malang)*”, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2018), h. 10.

⁷ Asfira Rachmad Rinata, Sulih Indra Dewi, *Fanatisme Penggemar Kpop Dalam Bermedia Sosial Di Instagram*, *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 8, No. 2, Desember 2019, pp. 13-23, h. 14.

habis dengan sangat cepat. Mulai dari harga yang murah sampai yang ratusan juta. Salah satu barang yang harus dimiliki dan pasti dibeli oleh para penggemar *K-pop* adalah album, terutama album yang bertanda tangan (album *fansign*) dan terdapat tulisan tangan dari *idol favorit* mereka. Album *fansign* sendiri merupakan album fisik yang dibeli ketika ada acara *fansign* (penanda tangan *idol*) saja. Album ini sama dengan album lainnya yang berisi CD, foto-foto para member *idol grup*, poster, *PhotoCard* dan lirik lagu, yang membedakan album *fansign* dan album lainnya adalah terdapat tanda tangan asli para member *idol grup*. Untuk memenangkan acara *fansign* yakni bertemu *idol* secara langsung atau *VC (Video Call)* dan mendapatkan tanda tangan *idol* di album yang mereka beli, para *fans* harus rela membeli lebih dari 1 album. Pemenang *fansign* biasanya dipilih secara acak, semakin banyak album yang dibeli semakin besar kesempatan memenangkan acara tersebut. Oleh karena itu biasanya para *fans* harus membeli banyak album seperti puluhan sampai ratusan bahkan ribuan album agar nama mereka muncul sebagai pemenang dalam *event fansign* tersebut, tetapi terkadang ada juga *fans* yang hanya membeli 1 album atau kurang dari 10 album bisa

memenangkan acara *fansign*, karena dalam *event fansign* ini tidak ada ketentuan khusus mengenai batasan pembelian album yang harus dibeli para penggemar agar memenangkan acara tersebut. Karena ketidakpastian itulah terkadang ada *fans* yang merasa sedih karena sudah membeli album banyak tetapi tidak bisa memenangkan *event* tersebut.

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 didalamnya terdapat salah satu unsur kezaliman dalam jual beli, maka hukum jual beli yang dilakukan bisa menjadi haram atau tidak sah.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul **“Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Salam Album K-Pop Dalam Event Fansign (Studi Kasus Pada Fans K-Pop Di Kelurahan Duri Kosambi)”**.

B. Fokus Penelitian

Dari beberapa permasalahan diatas, maka penulis akan memfokuskan penelitian ini kepada Analisis Hukum Islam terhadap Sistem Jual Beli Salam Album K-Pop dalam *Event Fansign* Pada *Fans K-Pop* di Kelurahan Duri Kosambi.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana Sistem Jual Beli *Salam* Album *K-Pop* dalam *Event Fansign* yang dilakukan Para *Fans K-Pop* di Kelurahan Duri Kosambi?
2. Bagaimana Analisis Hukum Islam terhadap Jual Beli *Salam* Album *K-pop* dalam *Event Fansign* yang dilakukan Para *Fans K-Pop* di Kelurahan Duri Kosambi?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Sistem Jual Beli *Salam* Album *K-Pop* dalam *Event Fansign* yang dilakukan Para *Fans K-Pop* di Kelurahan Duri Kosambi.

2. Untuk Mengetahui Analisis Hukum Islam terhadap Jual Beli *Salam* Album *K-pop* dalam *Event Fansign* yang dilakukan para *Fans K-Pop* di Kelurahan Duri Kosambi.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dapat ditinjau dari dua segi yang saling berkaitan yaitu dari segi teoritis dan dari segi praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan referensi khususnya dalam Prodi Hukum Ekonomi Syariah mengenai jual beli salam album *K-Pop* dalam *event fansign* dan kasus-kasus yang serupa.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan penulis terhadap proses dan hukum Islam terhadap jual beli album *K-Pop* dalam *event fansign*.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan informasi kepada masyarakat umum

khususnya para *fans* K-Pop terhadap sistem jual beli album *K-Pop* dalam *event fanisgn*.

F. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Nama/Tahun/Judul /Perguruan Tinggi	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Erna Nur Hidayati/2018/Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Berbentuk “Goodies” Dalam “Event Gathering FANBASE Boy Grup Korea” Di Surabaya/UIN Sunan Ampel ⁸	Proses jual beli berbentuk <i>goodies</i> dalam <i>event gathering fanbase boy group</i> Korea di Surabaya sama dengan pelaksanaan jual beli pesanan di <i>event organizer</i> (EO) atau <i>fanbase</i> lainnya, di mana <i>fanbase</i> akan menyebarkan poster selama satu bulan sebelum <i>event</i>	Permasalahan: sama-sama membahas tentang jual beli barang K-Pop berdasarkan prinsip syariah. Perbedaan: Produk dan lokasi Penelitian Erna Nurhidayati membahas tentang barang <i>goodies</i> yang merupakan bukan barang <i>official</i> yang biasanya di desain sendiri oleh penyelenggara <i>event</i> di

⁸ Erna Nur Hidayati., Skripsi: “Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Berbentuk “Goodies” Dalam “Event Gathering Fanbase Boygroup Korea” Di Surabaya”, (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018).

		<p>dimulai.</p> <p>pembukaan pemesanan <i>goodies</i> atau pembelian tiket dihitung dari awal poster disebar sampai jangka waktu 4-9 hari. Sedangkan untuk pembayaran tiket dan <i>goodies</i>, yakni melalui transfer ke rekening maupun OTS (<i>On The Spot</i>) atau pembayaran ditempat. Dan dalam Analisis Hukum Islam terhadap praktik jual beli berbentuk <i>goodies</i> dalam <i>event gathering fanbase boygroup</i> Korea di Surabaya ditemukan unsur <i>gharar</i> dalam objek barang berbentuk</p>	<p>Surabaya. Sedangkan dalam skripsi ini, penulis hanya berfokus pada album <i>fansign</i> K-Pop saja dan penelitian ini dilakukan di Jakarta.</p>
--	--	--	--

		<p><i>goodies</i> karena tidak diketahui bentuk, contoh, dan spesifikasi lainnya, hanya menjelaskan dalam bentuk tulisan di poster.</p>	
2.	<p>Youngki Barani Tarihoran/2019/Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Tiket <i>Handsake</i> JKT48/IAIN Purwokerto⁹</p>	<p>Menurut penulis jual beli tiket <i>handsake</i> JKT48 ini termasuk jual beli yang dilarang karena tidak memberikan manfaat di dalam praktiknya, sedangkan syarat syahnya jual beli salah satunya yaitu barang yang diperjual belikan harus memiliki manfaat sehingga</p>	<p>Persamaan: sama-sama membahas tentang jual beli berdasarkan prinsip syariah.</p> <p>Perbedaan: dalam skripsi Youngki Barani Tarihora membahas tentang hukum jual beli tiket <i>handsake</i> pada JKT48. Sedangkan pada skripsi ini penulis membahas tentang</p>

⁹ Youngki Barani Tarihoran., Skripsi: “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Tiket Handshake Jkt48 (Studi Kasus Event Circus Jkt48 Di Rita Supermall Purwokerto)*”, (Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2019).

		tidak merugikan salah satu pihak dan dalam jual beli tiket <i>handsake</i> JKT48 mempunyai unsur <i>kemudharatan</i> dan bertentangan dengan syara'.	hukum jual beli album K-Pop dalam <i>event fansign</i> .
--	--	--	--

G. Kerangka Pemikiran

Hukum Islam merupakan aturan yang ditetapkan Allah SWT yang dirumuskan secara rinci, mempunyai kekuatan hukum yang tetap serta mengikat bagi siapa saja yang menganutnya, berdasarkan Al-Quran, hadist dan ijtihad ulama. Hukum Islam juga mengatur tentang jual beli, jual beli menurut bahasa, artinya menukar kepemilikan antara barang milik orang pertama dengan barang milik orang kedua. Sedangkan menurut istilah, artinya menukar barang dengan barang atau barang dengan uang yang dilakukan dengan cara melepaskan hak kepemilikan dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.¹⁰

¹⁰ Ru'fah Abdullah, *Fiqh Muamalah*, (Serang: Media Madani, 2018), h. 83.

Hukum jual beli dalam Islam adalah *mubah* atau boleh, sebagaimana yang terkandung dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 275 :

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ...

“... Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...” (QS. Al-Baqarah: 275)

Dalam Islam ada yang namanya akad *salam*. *As-salam* merupakan jenis akad dalam jual beli menurut hukum Islam, di mana pada praktiknya pembeli harus menyerahkan uangnya terlebih dahulu atau pembayarannya dilakukan di awal sementara barang akan diserahkan di kemudian hari.

Korean pop atau biasa disingkat *K-Pop* merupakan jenis musik yang berasal dari Korea Selatan. Menyukai musik *pop* Korea adalah bagian tak terpisahkan dari *Korean Wave* di berbagai negara. *Korean Pop* tidak hanya memperkenalkan musik tetapi juga memperkenalkan budaya melalui kostum, pakaian, dan gaya hidup.¹¹

¹¹ Wikipedia, <http://id.wikipedia.org/wiki/K-Pop>, diakses pada 15 Maret 2021, pukul 14.30 WIB.

Di Korea Selatan, penjualan album dibagi menjadi dua jenis, yaitu album fisik dan album digital. Album fisik merupakan album yang dapat dipegang dan didalamnya terdapat CD, album foto, foto berbentuk kartu, stiker, dan aksesoris lainnya. Sementara album *digital* adalah album yang hanya berisikan lagu yang dapat diunduh melalui internet. Musik K-pop semakin banyak menarik penggemar dari berbagai kalangan untuk membeli serta mengkoleksi *merchandise* dan album fisik *idol* K-pop dengan beragam *packaging* dan beragam versi. Penggemar dari *group idol* Korea biasanya diketahui suka membeli beragam versi dengan alasan karena ingin mengumpulkan dan mengambil *PC* untuk kesenangan semata, walaupun lagu di setiap versi itu mempunyai *tracklist* yang sama.¹²

Fansign adalah sebuah *event* kegiatan *signing* (tanda tangan) album yang biasanya terjadi setelah artis merilis album baru. Sementara yang disebut dengan penggemar adalah seseorang yang menyukai sesuatu dengan sangat bersemangat,

¹² Maria veronica, dkk., “Eksplorasi Loyalitas Penggemar Dalam Pembelian Album K-Pop”, *Koneksi*, Vol. 2, No. 2 (Desember 2018), Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, h. 433-440.

biasanya masing-masing kelompok penggemar akan membuat basis penggemar atau akun perkumpulan para penggemar yang disebut (*Fanbase*) dimana akun tersebut akan memberikan informasi tentang hal-hal yang mereka sukai, contohnya *fanbase K-Pop* maka akun tersebut akan memberikan informasi mengenai *K-Pop* saja.¹³

Menurut Jeli Jenson, kelompok penggemar dibagi menjadi dua khas patalogi, yaitu “individu yang terobsesi” (biasanya laki-laki) dan “kerumunan histeris” (biasanya perempuan).¹⁴ Penggemar yang terlalu berlebihan menyukai sesuatu dan berbuat nekat atau berbuat sesuatu yang terlalu jauh disebut sebagai penggemar fanatik. Sikap fanatik dari para penggemar K-pop dapat dilihat dari semakin aktifnya mereka dalam mengikuti kegiatan idola mereka, serta penggunaan internet yang intensif, karena saat ini internet merupakan akses termudah untuk mengetahui kegiatan idola mereka terlebih jika artis yang mereka sukai berasal dari luar negeri. Contoh dari

¹³ Wikipedia, <http://id.wikipedia.org/wiki/Penggemar>, diakses pada 15 Maret, pukul 14.20 WIB.

¹⁴ John Storey, *Cultur Studies dan Kajian Budaya Pop*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), h. 157.

sikap fanatik seperti rela mengejar dan berdesakan hanya untuk menunggu dan melihat kedatangan idola mereka di bandara, serta membeli dan mengoleksi berbagai macam *marchandise* yang berkaitan dengan *idol* mereka.

H. Metode Penelitian

Metode Penelitian merupakan suatu cara yang digunakan untuk mencari, mengolah dan membahas data dalam suatu penelitian, untuk memperoleh solusi atau cara pemecahan terhadap suatu masalah yang akan diteliti.¹⁵ Adapun metode-metode yang digunakan penulis untuk menganalisis masalah dalam penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*) dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian dimana data yang dikumpulkan akan berupa fakta-fakta atas suatu kejadian

¹⁵ Rifkoh Muslikhah, Skripsi: “*Analisis Hukum Ekonomi Syari’ah Tentang Sistem Jual Beli Pre Order Pada Akun Instagram “SMTOWN BIG FAMILY”*” (Semarang: Universitas Islam Negeri Waisongo, 2019), h. 14.

yang digunakan untuk memberikan gambaran secara sistematis serta akurat.¹⁶ Sementara penelitian kualitatif merupakan sebuah metode yang menghasilkan data berupa kata-kata baik secara lisan maupun tulisan dari sumber atau objek yang akan diteliti, bentuk lain dari data penelitian kualitatif adalah berupa gambar atau rekaman video yang diperoleh saat melakukan penelitian. Data tersebut nantinya digunakan untuk menjelaskan secara deskriptif tentang masalah yang sedang diteliti.¹⁷ Proses penelitian ini bersifat induktif, yakni dimulai dengan mengamati suatu fenomena atau suatu kejadian baru kemudian dapat menyimpulkan fenomena-fenomena tersebut menjadi sebuah kesimpulan umum.¹⁸ Penelitian ini juga menggunakan metode penelitian pustaka sebagai bahan tambahan dalam menyusun karya ilmiah ini.

¹⁶ Hardani, dkk., (ed), *Metodelogi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Jakarta: CV Pustaka Ilmu Group, Cet-1, 2020), h. 54.

¹⁷ Sandu Sitoyo dan Ali Sodik, *Dasar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, Cet 1, 2015,), h. 28..

¹⁸ Ahmad Zaini, dkk., (ed), *Pedoman Penulisan Skripsi*, (Serang: LPM UIN SMH Banten, 2020), h. 5.

2. Sumber Data

Ada dua jenis sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu:

a. Data primer

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung melalui responden yang mempunyai hubungan dengan objek penelitian.¹⁹ Data ini didapat berdasarkan observasi dan diperoleh langsung melalui wawancara secara dengan para *fans K-Pop* di Kelurahan Duri Kosambi.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sumbernya didapat melalui pihak lain, tidak langsung diperoleh dari subjek penelitian.²⁰ Sumber data sekunder didapat dari buku-buku, jurnal, makalah, artikel, dan data-data yang lain yang berkaitan dengan penelitian yang penulis butuhkan.

¹⁹ Sandu Sitoyo dan Ali Sodik, *Dasar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, Cet 1, 2015,), h. 67.

²⁰ Erna Nur Hidayati., Skripsi: "*Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Berbentuk "Goodies" Dalam "Event Gathering Fanbase Boygroup Korea" Di Surabaya*", (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018), h. 64.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data yang diperlukan terkait dengan masalah yang akan diteliti, penulis menggunakan teknik penelitian kepustakaan (*library research*) dan teknik penelitian lapangan (*field research*).

a. Penelitian Kepustakaan (*library research*)

Teknik penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan atau mengambil data yang bersumber dari buku-buku, jurnal, internet atau *website*, artikel dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian dalam skripsi ini.

b. Penelitian Lapangan (*field research*)

Teknik yang dilakukan dengan menggunakan penelitian lapangan yakni meliputi :

1) Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan dan pencatatan langsung terkait objek penelitian. Dalam hal ini penulis akan melakukan observasi

kepada para *fans K-Pop* di Kelurahan Duri Kosambi.

2) Wawancara

Dalam tahap wawancara ini, penulis akan melakukan percakapan tanya jawab melalui dua acara, yaitu dengan cara tatap muka atau bertemu langsung dengan penggemar *K-Pop* dan melalui media sosial seperti, Instagram, Whatsaap atau Twitter mengenai penjualan dan pembelian album *fansign*.

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan data berupa arsip yang relevan. Dokumentasi yang dilampirkan penulis akan berbentuk foto penulis dengan narasumber yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian ini.

4. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data merupakan cara untuk menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai

sumber.²¹ Untuk melakukan penganalisaan terhadap data yang diperoleh, penulis menggunakan teknik analisis deskriptif, yakni data yang telah terkumpul dideskripsikan sebagaimana adanya. Data yang terkumpul kemudian disederhanakan dan disajikan secara sistematis, kemudian diolah dan ditelaah hingga diperoleh jawaban dari permasalahan yang diteliti.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pemahaman tentang pembahasan skripsi ini, penulis membagi sistematis pembahasan menjadi lima bab. Tiap-tiap bab saling berkaitan atau saling berkesinambungan antara bab pertama dan bab berikutnya, dalam setiap bab dibagi menjadi beberapa sub-bagian yang rinciannya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, bab ini berisi tentang: Latar Belakang Masalah, Fokus Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Penelitian Terdahulu yang Relevan, Kerangka

²¹ Lexi. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), h. 190.

Pemikiran, Metode Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

BAB II TEORI JUAL BELI SALAM DAN UNDIAN

DALAM HUKUM ISLAM, bab ini berisi tentang: Pengertian Jual Beli *Salam*, Dasar Hukum Jual Beli *Salam*, Syarat dan Rukun Jual Beli *Salam*, Konsep Jual Beli *Salam* dalam Islam, Fatwa Jual Beli *Salam*, Manfaat dan Keuntungan Akad *Salam*, Bentuk-bentuk Jual Beli dalam Islam, serta penjelasan mengenai undian yang meliputi Pengertian Undian, Dasar Hukum Undian, Macam-macam Undian dan Pendapat Para Ulama Tentang Undian Berhadiah.

BAB III SISTEM JUAL BELI SALAM ALBUM K-POP

DALAM EVENT FANSIGN, dalam bab ini berisi tentang: Gambaran Umum Mengenai *Event Fansign*, Profil Aplikasi Penjualan Album *K-Pop* dalam *Event Fansign* dan Sistem Jual Beli *Salam* Album *K-Pop* dalam *Event Fansign*.

BAB IV ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP JUAL

BELI SALAM ALBUM K-POP DALAM EVENT FANSIGN, bab ini berisi tentang: Analisis Sistem

Jual Beli *Salam* Terhadap Album *K-Pop* dalam *Event Fansign* yang dilakukan para *Fans K-Pop* di Kelurahan Duri Kosambi dan Analisis Hukum Islam terhadap Jual Beli *Salam* Album *K-Pop* dalam *Event Fansign* yang dilakukan para *fans K-Pop* di Kelurahan Duri Kosambi.

BAB V PENUTUP, bab ini berisi tentang: Kesimpulan dan Saran.