

ABSTRAK

Riska Rahmadaniah 210211040092 “Strategi Pemasaran Album K-pop di Banjarmasin dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”. Pembimbing I: Prof. Dr. H. M. Hanafiah, M.Hum, Pembimbing II: Dr, Mahmud Yusuf, M.SI, pada Pascasarjana UIN Antasari Banjarmasin (2023)

Kata kunci : strategi pemasaran, album K-pop, reseller, pre order.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena K-pop yang sangat populer di kalangan remaja saat ini. Penulis menemukan fakta bahwa di Kalimantan Selatan, terutama di Banjarmasin ada banyak peminat album K-pop tersebut. Sehingga menjadi lahan bisnis bagi para *reseller* untuk menawarkan sistem *pre order* pemesanan album K-pop kepada para calon pembeli. Tetapi, bagaimana kah cara *reseller* ini menawarkan album K-pop dengan melihat bahwa mayoritas masyarakat Banjarmasin merupakan penganut agama Islam yang menjunjung tinggi nilai-nilai Islam dalam *bermuamalah*. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi pemasaran album K-pop di Banjarmasin serta strategi pemasaran album K-pop tersebut dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Data ini diperoleh dari *reseller* (penjual) album K-pop yang ada di Banjarmasin melalui teknik pengumpulan data dan teknik analisis data, yang dianalisis menggunakan teori Manajemen strategi, strategi pemasaran, teori pemasaran Islam, serta teori Hukum Ekonomi Syariah.

Hasil dari penelitian ini ialah *pertama*, para reseller menggunakan empat unsur utama dalam melaksanakan strategi pemasaran album K-pop di Banjarmasin, yaitu produk, harga, distribusi/media, dan promosi. Namun, sebagian besar reseller lebih memfokuskan kepada unsur strategi berupa harga dan promosi. *Kedua*, para reseller album K-pop di Banjarmasin dalam menjalankan strategi pemasaran dapat dikatakan telah sesuai dengan prinsip-prinsip yang menjadi tolak ukur kegiatan ekonomi yang diatur dalam Hukum Ekonomi Syariah yaitu prinsip tauhid, prinsip keadilan (*ad-'adl*), prinsip kebebasan (*al-hurriyyah*), dan prinsip tolong menolong (*at-ta'awun*). Namun jika dilihat dari karakteristik dan prinsip pemasaran Islam, ada satu poin yang tidak terpenuhi ketika *pre order* dibuka sebelum agensi (perusahaan) album K-pop tersebut mengumumkan detail atau spesifikasi album yang akan dirilis nantinya. Sehingga objek bisa dikatakan dalam keadaan *gharar* dikarenakan semua ketentuan belum dijelaskan secara detail.