

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Tentang Album K-pop

##### 1. Gambaran Album K-pop

Korea Selatan merupakan salah satu contoh negara dengan kebudayaan dan industri hiburan yang sedang digandrungi oleh para remaja. Korea Selatan dapat dikatakan telah maju dibidang industri hiburan mulai dari bidang film, drama, dan musik. Salah satu industri terpopuler di negara Korea Selatan adalah industri Musik K-Pop. Di Korea Selatan sendiri penjualan album dibagi menjadi dua jenis yaitu album fisik dan album digital. Album fisik merupakan album yang berbentuk fisik dan didalamnya terdapat *CD*, *photobook*, *photocard*, dan *merchandise* lainnya. Sedangkan album digital merupakan album yang berbentuk file dan diunduh atau dibeli melalui internet. K-Pop pun semakin marak dan menarik penggemar dari berbagai grup untuk membeli serta mengkonsumsi *merchandise* dan album fisik idol K-Pop dengan beragam *packaging* dan beragam versi dengan alasan karena ingin mengoleksi dan mengambil *photocard* untuk kesenangan semata, walaupun lagu disetiap versi itu mempunyai tracklist yang sama<sup>151</sup>.

Gambar. 1

Album K-pop berbentuk fisik

---

<sup>151</sup> Maria Veronica, Sinta Paramita, dan Lusia Savitri S.U, "Eksplorasi Loyalitas Penggemar dalam Pembelian Album K-pop," *Koneksi* 2, no. 2 (2018): 434.



Gambar. 2

Album K-pop berbentuk digital

| <h1>NEO ZONE</h1> <h2>TRACK LIST</h2>  |                     |                       |                   |
|--|---------------------|-----------------------|-------------------|
| <b>01</b>  | Elevator (127F)     | <b>08</b>             | Sit Down!         |
| <b>02</b>  | 영웅 (英雄; Kick It)    | <b>09</b>             | 메아리 (Love Me Now) |
| <b>03</b>  | 꿈 (Boom)            | <b>10</b>             | 우산 (Love Song)    |
| <b>04</b>  | 낮잠 (Pandora's Box)  | <b>11</b>             | 백야 (White Night)  |
| <b>05</b>  | Day Dream (白日夢)     | <b>12</b>             | Not Alone         |
| <b>06</b>  | Interlude: Neo Zone | <b>13</b>             | Dreams Come True  |
| <b>07</b>  | 뽕 (MAD DOG)         | <b>WWW.NCT127.COM</b> |                   |

Gambar. 3

Cover album K-pop



Gambar. 4

*Photocard* pada Album K-pop



Gambar. 5

Poster album K-pop



Di era digital ini tidak menurunkan hasrat penggemar K-Pop untuk tidak membeli album fisik yang akan di keluarkan oleh Boygroup asal Korea tersebut, meskipun sudah terdapat album lagu berbentuk digital yang sudah tersebar di internet dan di akun *official* youtube Group Band tersebut maupun di aplikasi musik online lainnya tidaklah membuat alasan-alasan album fisik tidak laku keras dipasaran. Agensi-agensi yang menangani para musisi K-Pop sejauh ini telah berupaya sangat keras agar penjualan album fisik tetap laku keras dan tidak kalah dengan penjualan album secara digital dan cara yang mereka terapkan adalah dengan

memberikan beberapa hal spesial yang membuat keinginan para fans semakin kuat untuk membeli album fisik tersebut<sup>152</sup>.

Album musik K-Pop menjadi daya tarik tersendiri di kalangan para K-Popers. Selain itu design album yang cantik, album K-Pop memang sedikit berbeda dengan album musik pada umumnya. Dalam album K-Pop, para K-Popers tidak hanya akan mendapatkan CD lagu, tapi juga tiga komponen utama yang tidak terpisahkan, yaitu *photobook*, *photocard*, dan *poster*<sup>153</sup>. Untuk ukuran orang awam mungkin ketika melihat *photocard* hanyalah sebuah foto yang dicetak dengan kertas yang tebal dan terkesan tidak bernilai. Akan tetapi, bagi para pecinta K-Pop, *Photocard* adalah salah satu barang berharga yang tidak boleh sampai hilang maupun rusak, kenapa begitu? Karena kartu foto tersebut cukuplah langka dan yang hasil hanya bisa didapatkan dengan cara membeli setiap album baru yang dirilis artis tersebut. Bahkan para kolektor *photocard* bisa merogoh kocek yang dalam untuk mendapatkan kartu foto yang belum mereka miliki<sup>154</sup>.

Selain *Photocard*, biasanya penggemar juga akan mendapatkan *Photobook* bersama dengan pembelian album atau DVD. Sesuai namanya, buku ini berisi foto-foto grup yang terdiri dari keseluruhan

---

<sup>152</sup> “Alasan Kenapa Album Fisik Artis K-pop Itu Istimewa dan Bikin Pengen Punya,” *iniK-pop* (blog), 20 Desember 2016, <https://iniK-pop.com/alasan-kenapa-album-fisik-artis-K-pop-istimewa-dan-bikin-pengen-punya/>.

<sup>153</sup> “9 Jenis Album K-pop yang Suka Bikin Para K-popers Bingung Membedakannya,” diakses 6 Oktober 2022, <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/ines-sela-melia-s/jenis-album-K-pop-c1c2>.

<sup>154</sup> “7 Koleksi Pencinta K-pop yang Bikin Mereka Bahagia,” SINDOnews.com, diakses 6 Oktober 2022, <https://gensindo.sindonews.com/berita/1243/1/7-koleksi-pencinta-K-pop-yang-bikin-mereka-bahagia>.

anggotanya yang disesuaikan dengan konsep yang sedang diusung. Poster merupakan salah satu dari beberapa barang yang juga didapatkan dalam pembelian album K-Pop. Seperti *Photocard*, *Photobook* dan *poster* juga bisa hadir dalam berbagai versi<sup>155</sup>.

Saat ini kolektor album maupun *merchandise* K-pop semakin banyak, ada yang bertujuan untuk mengoleksi dan ada juga yang hanya membeli sesekali untuk kepuasan diri sendiri. Strategi pemasaran album maupun *merchandise* K-pop menggunakan media sosial sebagai sarana promosi produk yang akan dipasarkan. Pembelian album maupun *merchandise* K-pop biasanya dilakukan dalam sebuah sosial media dengan jasa *Group Order* (GO). Dalam grup chat GO tersebut admin akan menawarkan album yang akan dijual dengan sistem *pre-order* serta berbagai syarat dan ketentuannya. Grup chat tersebut menjadi tempat diskusi dan tanya jawab seputar produk yang ditawarkan admin GO (*reseller*), seperti menanyakan detail kondisi produk, estimasi harga, perkiraan pengiriman dan sebagainya.

Admin GO (*reseller*) biasanya membeli album murah dari *seller* Korea melalui media sosial berupa *website* khusus bagi *seller* Korea. Biasanya *seller* Korea akan memberikan harga yang murah untuk album atau *merchandise* yang *restock* di web resmi. Admin GO akan menjual lagi produk tersebut kepada pembeli atau konsumen dengan tambahan biaya biaya administrasi sebagai sebuah keuntungan bagi admin GO

---

<sup>155</sup> Dewi Nurfadayanti, "Sistem Jual Beli Pre-Order Album K-pop pada Akun Instagram Hunam.Id dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah" (Salatiga, Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2021), 58–59.

(*reseller*). Para *reseller* memasarkan produknya melalui media sosial berupa *Twitter*, *Instagram*, *Whatsapp Group*, dan lainnya.

## 2. Pelaksanaan Jual Beli Album dan *Merchandise* K-pop di Indonesia Secara *Online*

Proses jual beli secara *online* memiliki dampak positif dan negatif, pada sisi positif sangat mempermudah menjangkau barang yang ingin dibeli serta mempermudah sistem pembayaran. Sedangkan pada sisi negatifnya ialah karena barang tersebut tidak bisa kita lihat dan sentuh secara langsung, maka sebagai pembeli tidak mengetahui keaslian barang tersebut. Maka dilihatlah mulai dari mana terjadi perjanjian serta tanggung jawab ketika terjadi wanprestasi dalam transaksi jual beli *online*. Dalam hal ini terdapat tiga tahapan, berupa:

- a. Pra kontraktual, yaitu saat penjual dan pembeli melakukan negosiasi seperti menampilkan gambar produk *merchandise* K-pop dari *website* ketika barang tersebut menggunakan sistem *pre-order* ataupun telah *ready*;
- b. Tahap kontraktual, ialah ketika memulai suatu perjanjian sampai kepada pelaksanaan perjanjian selesai, tahapan ini dilaksanakan dalam pemenuhan syarat sahnya kontrak, pelaksanaan prestasi dari masing-masing pihak sampai kontrak tersebut berakhir;

- c. *Post* kontraktual, yaitu tahapan setelah perjanjian selesai. Seperti masa pemeliharaan, jaminan cacat tersembunyi atau garansi<sup>156</sup>.

Jual beli *pre-order* dilakukan oleh dua orang atau lebih dimana pembeli melakukan pemesanan barang (*merchandise*) kepada penjual. Pada saat dibukanya *pre-order* masih belum diketahui spesifikasi dari barang yang di *pre-orderkan*, seperti berat barang, bentuk barang, dan juga harga yang bersifat estimasi dari penjual. Barang juga tidak tersedia langsung dari penjual, karena barang tersebut berasal dari luar negeri atau impor. Jika pembeli ingin ikut *pre-order* maka diwajibkan membayar uang muka (DP) ataupun *full payment* sesuai harga estimasi yang ada. Masa tunggu barang (*merchandise*) *pre-order* tersebut biasanya dua minggu dari tanggal dirilisnya, sementara terkadang penjual belum mengetahui kapan barang (*merchandise*) tersebut akan dirilis<sup>157</sup>.

- a. Barang (*merchandise*) terhitung pajak bea cukai dan biaya pengiriman dari Korea ke Indonesia.

Barang (*merchandise*) yang diperjualbelikan merupakan barang impor. Sehingga untuk masuk ke Indonesia harus membayar pajak bea cukai dan biaya pengiriman. Harga yang dicantumkan oleh penjual biasanya sudah termasuk pajak bea

---

<sup>156</sup> Ahdiana Yuni Lestari dan Endang Heriyani, *Dasar-Dasar Pembuatan Kontrak dan Aqad* (Yogyakarta: Moco Media, 2009), 107.

<sup>157</sup> Janah, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Jual Beli Pre order Pada Akun Instagram 'Milky\_Kshop,'" 48.



cukai dan biaya pengiriman, sehingga pembeli tidak perlu khawatir harga akan naik drastis setelah sampai di Indonesia<sup>158</sup>.

b. Pemesanan dengan sistem *pre-order*

Pemesanan dengan sistem *pre-order* biasanya melalui beberapa tahapan, yaitu 1) Pesan melalui Whatsapp atau Line dengan mengisi format pemesanan, 2) Transfer ke nomor rekening admin untuk DP ataupun *full payment* melalui beberapa pilihan Bank, 3) Konfirmasi jika sudah melakukan transfer kepada admin, 4) Menunggu album (*merchandise*) sampai ke Indonesia, 5) Admin akan memberikan informasi melalui Whatsapp atau Line mengenai harga akhir dari album (*merchandise*) tersebut, dan 6) Menunggu album (*merchandise*) tersebut dikirim ke alamat pembeli<sup>159</sup>.

c. Pemesanan ke pembuat barang

Barang (*merchandise*) yang diperjualbelikan merupakan impor dari Korea Selatan. Maka untuk mendapatkan barang tersebut, admin atau penjual harus melakukan *pre-order* terlebih dahulu kepada distributor untuk barang yang belum dirilis. Admin atau penjual harus membayar lunas *pre-order* tersebut kepada distributor. Untuk pemesanan album sendiri melalui *website* resmi distributor album Korea, seperti Synnara Music yang merupakan salah satu distributor musik terbesar Korea.

---

<sup>158</sup> Janah, 56.

<sup>159</sup> Janah, 58–63.

d. Pelunasan pembayaran dan Pengiriman pesanan

Pelunasan pembayaran biasanya akan diberitahukan oleh admin kepada pembeli setelah harga akhir ditetapkan. Pembeli wajib melunasi kekurangan pembayaran selama batas waktu yang telah ditentukan oleh admin. Pembeli akan diberitahu mengenai perkiraan kapan barang sampai di Indonesia. Sebelum dikirim kepada pembeli, barang (*merchandise*) di cek terlebih dahulu dan dipastikan barang tidak ada yang cacat. Barang (*merchandise*) yang dikirim kepada pembeli dibungkus dengan rapi dan aman.

e. Pembatalan pesanan

Ketika sudah melakukan transfer uang, maka sudah dianggap setuju untuk membeli album (*merchandise*) tersebut. Pembeli tidak boleh melakukan pembatalan pembelian dan jika tetap ingin membatalkan, tidak akan ada pengembalian uang sama sekali. Jadi uang yang sudah ditransfer dianggap hangus<sup>160</sup>.

## B. Hasil Penelitian

Pemasaran album K-pop di Banjarmasin cukup ramai, karena ada banyak peminat album tersebut yang berasal dari Kpopers itu sendiri. Hal tersebut berdasarkan informasi dan data yang telah saya kumpulkan dari hasil wawancara kepada *reseller* album K-pop di wilayah Banjarmasin. Berikut saya lampirkan beberapa bukti hasil pemesanan album K-pop di wilayah Banjarmasin dari para *reseller*.

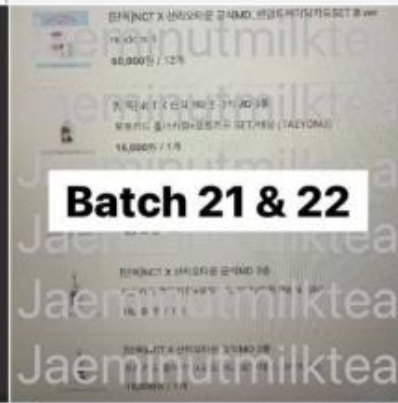
---

<sup>160</sup> Janah, 64–65.

Gambar 6

Bukti pemesanan dari reseller SWU





Gambar 7

Bukti pemesanan dari reseller PAA

< PROOF CO PER KR AN

주문해 주셔서 감사합니다.

결제정보

결제금액 ₩25,000

결제일 2021.10.25

결제내역

주문 상품 정보

{원정진} Stray Kids (스트레이 키즈) - Holiday Special Single (Christmas Eve) \*\* 사은 두께이브 단 품 >

배송 정보

보내드사람

받는사람

연락처1

연락처2

배송주소

Payment Info

Wire Transfer (Gmarket Private)

Due on 2021-12-07 / ₩25,000

Total Item Price ₩22,000

Total Shipping Fee ₩3,000

**Total Amount : ₩25,000**

Shipping Info

Name

Phone No. 0105

Street Address

Busan Jung-gu Gwangbok-dong 2(i)-ga Gwangbok-dong 2(i)-ga 부산광역시 중구, 하우스 홈 호 4

Sign Out | Help | About Gmarket

WELCOME KIT

스트레이키즈\_2nd\_공식 팬클럽 웰컴키트

Request Period 2021.10.25. 10:00 ~ 2021.11.14. 21:59

Estimated arrival date 2022.02.13. ~ 2022.03.15.

TRACK DELIVERY

< PROOF CO SELLCHIN

商品信息

商品名称

数量

商品总价

运费

实付款(在支付宝担保账户中)

收货地址

订单信息

联系商家

商品信息

商品名称

数量

商品总价

运费

实付款(在支付宝担保账户中)

收货地址

订单信息

联系商家

商品信息

商品名称

数量

商品总价

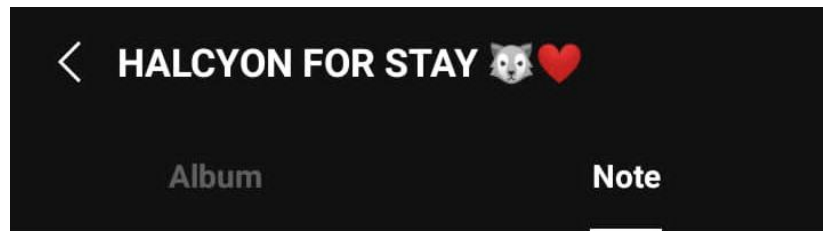
运费

实付款(在支付宝担保账户中)

收货地址

订单信息

联系商家



Q Teks, @pembuat, #hashtag

 **lulu 3Lacha**

**SOUND WAVE**

주문 상품 정보

(한정판) Stray Kids (스트레이 키즈) - Holiday Special Single (Christmas EveL) \*\* 사운드웨이브 단독 >

배송 정보

보내는사람 [Redacted]

받는사람 lulu

연락처1 [Redacted]

연락처2 [Redacted]

배송주소 [Redacted]

요청사항 없음

주문내역 확인

"LEBIH BAIK MENYESAL BELI DARIPADA MENYESAL GA BELI"

HALCYON FOR YOU

[HELP RT] OPEN PO STRAY KIDS - CHRISTMAS EVEL LIMITED VER.

Web: SWKR (Album + Benefit)

DP 165K

Sistem List Prio Bias saat 2nd Payment!




 BCA, DANA, SPAY, QRIS

 Latimer

Gambar 8

Bukti pemesanan dari reseller PMA

[일]에서 2023년 04월 21일에 주문하신 내역입니다.

| 주문상세내역  |   | 평점후기등록                             | 상품후기등록     |                 |       |      |                             |
|---|---|------------------------------------|------------|-----------------|-------|------|-----------------------------|
| <b>주문자</b>  |   |                                    |            |                 |       |      |                             |
| 주문번호  | 20230421  | 주문일자                               | 2023.04.21 |                 |       |      |                             |
| 주문자   |   | 주문서 입금현황                           |            |                 |       |      |                             |
| 주문 메모   |   |                                    |            |                 |       |      |                             |
| <b>배송지</b>  |   |                                    |            |                 |       |      |                             |
| 배송번호  |   | 송장번호                               |            |                 |       |      |                             |
| 수취인   | Cloudytteak   | 연락처                                |            |                 |       |      |                             |
| 주소  |   |                                    |            |                 |       |      |                             |
| 배송메세지   |   |                                    |            |                 |       |      |                             |
| <b>주문상품</b>   |   |                                    |            |                 |       |      |                             |
|   | <b>주문상품정보</b>   | 상품별주문번호                            | 수량         | 가격              | 적립    | 처리상태 | 배송번호                        |
|  | [에플특전] 엑스디너리 히어로즈 (Xdirnary-Heroes) - 미니3집 (Deadlock) (일련번호) : Poster | 20230421215910-3<br>7961873325_[1] | 10         | <b>163,000원</b> | 1,600 | 상품준비 | S-23042121-9<br>83887067-00 |
|  | [에플특전] 엑스디너리 히어로즈 (Xdirnary-Heroes) - 미니3집 (Deadlock) (컴팩트반)          | 20230421215910-3<br>7961873325_[2] | 9          | <b>93,600원</b>  | 900   | 상품준비 | S-23042121-9<br>83887067-00 |
| <b>256,600(상품구매금액) (할인/추가금액) = 256,600원</b>                                       |   |                                    |            |                 |       |      |                             |





Thank you.  
Your payment has been successfully processed.

|                 |   |
|-----------------|---|
| Booking Number  | Y4031E  |
| Ticket Holder   | Tin   |
| Event           | Xdinary Heroes OFFICIAL FANCLUB WILANS 1ST GEN. |
| Venue           | -   |
| Date            | 2023.04.30 (sun) [11:00:00]                     |
| Seat(1)         | Non selection seat                              |
| Delivery Method | Overseas delivery<br>INDONESIA                  |

Payment Information

|                |             |
|----------------|-------------|
| Total Amount   | ₩73,000     |
| Payment Method | Credit Card |

Cancellation regulation

|                       |                                |
|-----------------------|--------------------------------|
| Cancellation Deadline | 2023-03-31 23:59               |
| Cancellation Fee      | 0% ~ 30% (of the ticket price) |

\* Booking fee can be refund until 23:59 on the day of the purchasing. Otherwise impossible.  
 - Cancellation regulation may differ from certain events. Please check 'My Ticket' for more information

My Ticket

Print



주문 상세 내역

계서 2023년 04월 21일에 주문하신 내역입니다.

주문 상세 내역

|       |             |          |            |
|-------|-------------|----------|------------|
| 주문자번호 | 20230421221 | 주문일자     | 2023.04.21 |
| 주문지   |             | 주문서 발급원형 |            |
| 주문 배송 |             |          |            |

배송지정보

|       |            |      |  |
|-------|------------|------|--|
| 배송번호  |            | 송장번호 |  |
| 수취인   | Cloudyfeok | 연락처  |  |
| 주소    |            |      |  |
| 배송비내지 |            |      |  |

주문상세정보

| 상품명  | 수량 | 가격      | 적립  | 처리상태                        | 배송비            |
|--|----|---------|-----|-----------------------------|----------------|
| [특정종류] 엑스디너리 히어로즈(XDinary Heroes) - 3RD Mini Album [Dealock]<br>[CO]가제트! 웨지(가제트) ** 시몬드레이크(가제트) 단품 미공개 포스터 1종 랜덤<br>종류             | 1  | 10,400원 | 100 | 배송준비<br>-355,428,827<br>-00 | \$-230,421,222 |
| [0430 상품] 엑스디너리 히어로즈(XDinary Heroes) - 3RD Mini Album [Dealock] (2종 중 랜덤 1종)<br>가제트! 웨지(가제트) ** 시몬드레이크(가제트) 단품 미공개 포스터 1종 랜덤<br>종류 | 1  | 16,300원 | 150 | 배송준비<br>-355,428,827<br>-00 | \$-230,421,222 |

26,700(상품구매금액) \* 3,000(배송료) (당일/추가금액) = 29,700원

Ramanya peminat album K-pop di Banjarmasin, menjadi kesempatan bagi para *reseller* untuk mengambil keuntungan dan menambah pemasukan melalui penjualan album. Namun, ada juga *reseller* yang hanya berniat membantu para Kpopers untuk membeli album tanpa takut tertipu oleh oknum-oknum tidak bertanggung jawab. Contohnya seperti Saudari AP, tujuan utamanya menjadi *reseller* ialah membantu para Kpopers membeli album padanya. Kata APS :

Dulu waktu awal saya mau jadi *reseller* dan beli dari jasa GO, ternyata saya kena *scam* (penipuan). Setelah kejadian itu saya tidak ingin ada orang lain dan teman-teman saya merasakan yang telah terjadi pada

saya. Jadi akhirnya saya menjadi *reseller* seperti ini untuk membantu teman-teman yang ingin membeli album dan *merchandise* K-pop dari saya tanpa takut tertipu. Untuk masalah untung itu belakangan, saya hanya mengambil untung lima sampai sepuluh ribu aja buat biaya packing dan sebagainya<sup>161</sup>.

Seseorang yang ingin menjadi *reseller* album ataupun *merchandise* K-pop tidak terlalu susah dan ribet. Menjadi *reseller* tidak perlu melalui pendaftaran yang panjang dan ribet, serta tidak ada syarat dan ketentuan tertentu. Seseorang yang ingin menjadi *reseller* hanya perlu memiliki akun atau member K-Town Indonesia dan perlu memiliki alat pembayaran internasional. Untuk pemesanan album biasanya dilakukan lewat K-Town (*website* resmi distributor album Korea) dan melakukan pembayaran sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Selain melalui K-Town, pembelian album juga bisa dilakukan melalui *sellkor* (*Seller Korea*) album hasil dari *fansign*.

Pembelian album juga bisa dilakukan dengan mencari *supplier* album maupun *merchandise* K-pop dengan harga yang murah. Para *supplier* ini biasanya menawarkan album dan *merchandise* K-pop melalui akun *base-base* K-pop di Twitter maupun pada akun pribadi mereka masing-masing. Selain itu juga bisa membeli melalui jasa GO (*group Order*), pemilik GO biasanya membeli langsung dari Korea sehingga harganya masih bisa untuk dijual kembali oleh *reseller*. Contohnya seperti Saudari PMA, ia memilih membeli melalui *supplier* Indonesia karena ia kurang bisa untuk membeli langsung dari *website* Korea.

---

<sup>161</sup> Andhini Putri Sari, Penjual atau Reseller, 28 April 2023.

Pemasaran album K-pop sama halnya dengan pemasaran produk pada umumnya. Dalam pemasaran album K-pop juga memiliki strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan album dengan menggunakan strategi pemasaran yang diterapkan. Para *reseller* album K-pop yang telah diwawancara mengaku bahwa mengetahui sedikit banyaknya tentang strategi pemasaran.

Strategi pemasaran dilakukan untuk meningkatkan penjualan yang dilakukan oleh penjual dengan menentukan dan merumuskan strategi pemasaran yang akan digunakan. Strategi pemasaran yang dimiliki dan digunakan oleh setiap penjual itu berbeda-beda, namun tetap bertolak ukur pada empat unsur utama dalam strategi pemasaran berupa produk, harga, tempat/distribusi, dan promosi. Tujuan adanya strategi pemasaran ialah untuk meningkatkan penjualan yang dilakukan oleh penjual. Mengenai strategi pemasaran yang diterapkan, para *reseller* menjawab :

a. Saudari SWU, 20 Tahun

Mengenai strategi yang diterapkan saya lebih fokus pada segi harga, harga yang lebih murah menjadi nilai *plus* pada usaha saya. Saya berusaha menjual album K-pop kepada konsumen dengan harga yang lebih murah dibanding *reseller* lain yang ada di Banjarmasin, meskipun perbedaan harga hanya sedikit, sekitar 2.000-5.000 saja sangat berpengaruh pada ketertarikan konsumen untuk membeli album pada saya<sup>162</sup>.

b. Saudari PMA, 19 Tahun

Strategi pemasaran yang diterapkan mungkin lebih ke promosi. Saya biasanya sering promosi melalui *Twitter* untuk memperoleh konsumen yang lebih luas dan lebih banyak. Untuk wilayah Kalimantan biasanya melalui grup chat Kpopers, seperti grup chat “Stay Kalsel” yang ada di *Whatsapp*. Melalui promosi saya

---

<sup>162</sup> Sabrina Wahda Utami, Penjual atau Reseller, 14 Maret 2023.

menekankan penjualan untuk wilayah Banjarmasin yang biasanya dicantumkan dalam promosi di media sosial. Dengan begitu menjadi hal utama dalam promosi saya karena jika satu domisili atau wilayah tidak perlu mengeluarkan biaya untuk ongkos pengiriman dari saya ke pembeli ataupun mengurangi biaya ongkos kirim untuk pembeli di luar wilayah Banjarmasin. Mungkin itu bisa dimaksudkan sebagai strategi pemasaran yang saya gunakan<sup>163</sup>.

c. Saudari SM, 25 Tahun

Strategi pemasaran yang diterapkan mungkin lebih ke harga dan distribusi. Saya menawarkan harga yang lebih murah dan dengan memiliki distribusi yang mudah di akses (domisili yang sama dengan pembeli)<sup>164</sup>.

d. Saudari PAA, 22 Tahun

Kalau saya dan teman-teman lebih mengutamakan promosi, soalnya menurut kami promosi itu bisa menjadi pemicu utama seseorang untuk membeli album. Meskipun awalnya seseorang tidak ingin membeli album, tapi setelah sering melihat promosi dengan album tersebut ia akan tertarik untuk membelinya. Jadi kami lebih menerapkan strategi promosi, biasanya promosi di GO, di *instagram*, di *twitter*, di *whatsapp*, dan di *shopee*<sup>165</sup>.

e. Saudari APS

Kalau saya lebih mengutamakan promosi, bisa lewat media sosial seperti *twitter*, *instagram*, grup *whatsapp*, dan *Shopee*, maupun promosi dan teman ke teman. Untuk wilayah Banjarmasin, memang promosi yang paling berpengaruh terhadap pemasaran album menurut saya. Setelah promosi, baru harga, dan biasanya para pembeli akan membandingkan harga dari reseller satu dengan lainnya untuk mencari harga termurah. Dan yang lebih penting juga, *trusted* (terpercaya) atau tidaknya reseller tersebut<sup>166</sup>.

Sebagian besar *reseller* menggunakan unsur promosi sebagai strategi pemasaran yang digunakan, dan unsur harga berada di urutan kedua sebagai pilihan untuk penerapan strategi pemasaran. Meskipun begitu, para *reseller* mengaku bahwa sebenarnya unsur pemasaran yang paling dominan dan

---

<sup>163</sup> Putri Maulidya Arafat, Penjual atau Reseller, 17 Maret 2023.

<sup>164</sup> Siti Munawarah, Penjual atau Reseller, 27 Maret 2023.

<sup>165</sup> Putri Ayu Amalia, Penjual atau Reseller, 5 April 2023.

<sup>166</sup> Sari, Penjual atau Reseller.

berpengaruh dalam pemasaran album K-pop di Banjarmasin ialah unsur harga. Karena para pembeli ini akan melihat dari harga terlebih dahulu dengan membandingkan satu *reseller* dengan *reseller* lainnya. Setelah itu baru melihat tempat atau wilayah si *reseller*, apakah satu wilayah dengan pembeli sehingga biaya pengiriman tentu lebih murah dibanding membeli dengan *reseller* luar daerah. Namun, menurut saudari PAA “kedua unsur tersebut tetap akan diawali dengan adanya promosi sehingga bisa menarik calon pembeli untuk menggali informasi penjualan tersebut lebih dalam lagi<sup>167</sup>”.

Saudari SWU mengaku bahwa sedikit saja perbedaan harga antara satu *reseller* dengan *reseller* lainnya, sangat berpengaruh terhadap penjualan album di wilayah Banjarmasin. Sependapat dengan saudari SWU, saudari SM juga mengatakan bahwa “Untuk pemasaran album K-pop di wilayah Banjarmasin yang paling berpengaruh ialah dari segi harga. Pembeli pasti lihat harganya dulu dan bandingin dengan *reseller* lainnya”<sup>168</sup>. Hal tersebut dapat diartikan bahwa unsur harga sangat berpengaruh terhadap pemasaran album K-pop di Banjarmasin. Saudari SWU menambahkan, selain harga, promosi juga sangat berpengaruh dalam penjualan album K-pop di Banjarmasin. Sedangkan saudari APS berpendapat bahwa:

Untuk wilayah Banjarmasin, memang promosi yang paling berpengaruh terhadap pemasaran album menurut saya. Setelah promosi, baru harga, dan biasanya para pembeli akan membandingkan harga dari *reseller* satu dengan lainnya untuk mencari harga termurah<sup>169</sup>.

---

<sup>167</sup> Amalia, Penjual atau Reseller.

<sup>168</sup> Munawarah, Penjual atau Reseller.

<sup>169</sup> Sari, Penjual atau Reseller.

Berbeda dengan *reseller* lainnya, saudari PMA berpendapat mengenai pemasaran album K-pop di Banjarmasin tergantung kepada produk yang ditawarkan. Katanya:

Pemasaran dan penjualan album di Banjarmasin ini tergantung produk yang ditawarkan. Album K-pop kan ada berbagai macam dari berbagai grup K-pop. Misalnya album *Blackpink*, album *BTS*, album *NCT*, album *Secret Number*, dan lain-lain. Nah, untuk album *Blackpink* penjualannya lebih besar dibanding album *Secret Number* di Banjarmasin. Karena *Blackpink* lebih terkenal dan lebih banyak peminatnya dibanding *Secret Number*. Sehingga berpengaruh juga terhadap pemasaran album di Banjarmasin, jadi menurut saya unsur produk lebih berpengaruh dibanding unsur lain dalam pemasaran album K-pop di Banjarmasin<sup>170</sup>.

Selama menjadi *reseller*, para *reseller* yang telah saya wawancarai mengaku memiliki satu kendala yang sama dan utama. Kendala utama yang mereka hadapi selama menjadi *reseller* ialah biaya bea cukai yang tidak sesuai dengan prediksi dan biaya pengiriman yang mahal. Saudari SWU berkata bahwa “Terkadang pengiriman dari Korea Selatan harus transit dulu di Pulau Jawa, membuat biaya pengiriman bertambah banyak dibanding pengiriman langsung ke Kalimantan”<sup>171</sup>. Hal tersebut menjadi alasan beberapa pembeli kurang berminat membeli album melalui *reseller* Banjarmasin dengan alasan harganya lebih mahal dibanding dengan membeli dari Pulau Jawa. Saudari PAA berpendapat bahwa “Padahal jika dibandingkan dengan tambahan biaya pengiriman dari luar Kalimantan, harga album tersebut kurang lebih sama dengan harga yang ditawarkan oleh *reseller* Banjarmasin”<sup>172</sup>.

---

<sup>170</sup> Arafat, Penjual atau Reseller.

<sup>171</sup> Utami, Penjual atau Reseller.

<sup>172</sup> Amalia, Penjual atau Reseller.

Sependapat dengan saudari PAA, saudari APS juga mengatakan bahwa ada beberapa pembeli ada yang sering membanding-bandingkan harga album dengan harga album dari pulau Jawa. Ia menambahkan “Meskipun harga album tersebut hanya berbeda sedikit, bagi beberapa pembeli hal tersebut dianggap cukup penting”<sup>173</sup>. Seperti yang diketahui bersama bahwa biaya pengiriman ke wilayah Kalimantan memang cukup mahal, sehingga menjadi kendala yang tidak bisa dihindari oleh para *reseller* album K-pop di Banjarmasin.

Tabel 2

Data hasil wawancara penjual atau *reseller*

| No. | Nama | Umur     | Pekerjaan | Lama Menjadi Reseller | Pemahaman Tentang Strategi Pemasaran   | Strategi Pemasaran Yang Diterapkan                                      |
|-----|------|----------|-----------|-----------------------|--|---|
| 1.  | SWU  | 20 Tahun | Mahasiswa | 5 Tahun               | Cara memasarkan dagangan (produk), dalam hal ini berarti memasarkan album K-pop.     | Harga yang lebih murah dan memperbanyak promosi.                        |
| 2.  | PMA  | 19 Tahun | Mahasiswa | 2 Tahun               | Proses pemasaran dengan mempromosikan produk yang dilakukan sebelum tahap penjualan. | Memperbanyak promosi dan tempat atau domisili yang sama dengan pembeli. |

---

<sup>173</sup> Sari, Penjual atau Reseller.

|    |     |          |              |         |  |   |
|----|-----|----------|--------------|---------|--|---|
| 3. | SM  | 26 Tahun | Swasta       | 6 Bulan | Cara kita melakukan pemasaran suatu produk, seperti cara kita promosi, target pasar, serta untung ruginya.               | Harga yang lebih murah dan memiliki distribusi yang mudah di akses (domisili yang sama dengan pembeli). |
| 4. | PAA | 22 Tahun | Admin Olshop | 6 Tahun | Cara kita memperkenalkan produk kepada calon pembeli dengan tujuan agar produk tersebut bisa terjual sebanyak-banyaknya. | Mengutamakan dan memperbanyak promosi di berbagai media sosial.   |
| 5. | APS | -        | Karyawan     | 2 Tahun | Strategi yang digunakan oleh penjual untuk memaksimalkan jumlah barang atau produk yang terjual.                         | Memperbanyak promosi melalui media sosial dan dari teman ke teman.                                      |

Sumber: Diolah Penulis (2023)

### C. Pembahasan atau Analisis

Sebelum masuk ke bagian analisis strategi pemasaran sebagaimana yang dirumuskan dalam rumusan masalah, penulis juga akan menganalisis mengenai penjualan album yang dilakukan para *reseller* berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan. Penjualan album K-pop di Banjarmasin ini menggunakan sistem *pre order*. Jual beli *pre order* merupakan sistem



pembelian barang dengan memesan dan membayar terlebih dahulu sebelum produksi dimulai, dengan jangka waktu (perkiraan/estimasi) sampai barang tersebut tersedia. Dalam Islam, jual beli *pre order* disebut juga dengan jual beli *salam*. Jual beli *salam* ialah jual beli yang dilakukan dengan cara menyerahkan uang muka terlebih dahulu, kemudian barangnya akan diantar belakangan sesuai dengan ciri-ciri yang telah disepakati oleh kedua belah pihak sebelumnya<sup>174</sup>.

*Pre order* album K-pop termasuk dalam barang yang diperbolehkan untuk menggunakan akad *salam* dengan syarat barang tersebut spesifikasinya jelas dan harus dibayar tunai di awal, dan ketentuan lainnya yang sesuai dengan syarat-syarat jual beli *salam*. Praktik jual beli *salam* terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi. Apabila ada salah satu syarat yang tidak terpenuhi, maka akad tersebut bisa menjadi tidak sah atau *bathil*. Berikut syarat jual beli *salam*, yaitu<sup>175</sup>:

- Pembayaran dilakukan di awal (tunai)
- Dilakukan pada barang-barang yang memiliki kriteria yang jelas
- Penyebutan kriteria barang dilakukan saat akad dilangsungkan
- Penentuan tempo penyerahan barang pesanan
- Barang pesanan tersedia pada saat jatuh tempo

---

<sup>174</sup> Siregar dan Khoerudin, *Fiqh Muamalah Teori dan Implementasi*, 130.

<sup>175</sup> Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Yogyakarta: STAIN Jusi Metro Lampung, 2014), 73–74.

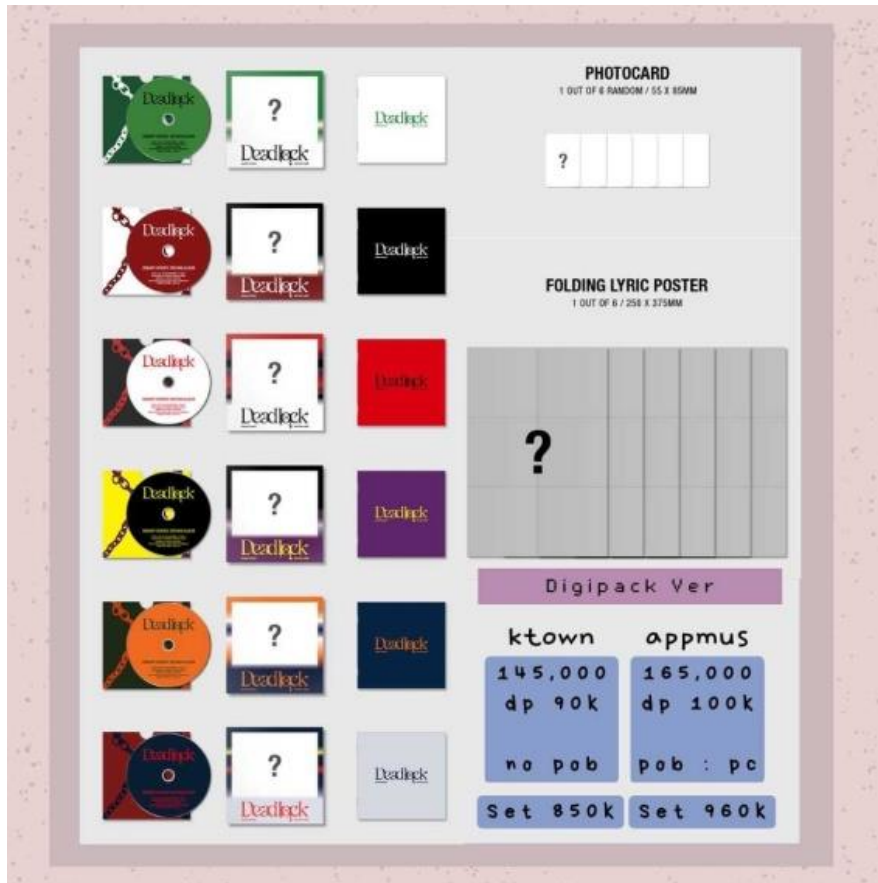
- Barang pesanan adalah barang yang pengadaannya dijamin oleh pengusaha

Dari syarat-syarat jual beli *salam* di atas, ada syarat yang tidak terpenuhi pada praktik jual beli album K-pop, yaitu barang memiliki kriteria yang jelas dan penyebutan kriteria barang saat akad berlangsung. Belum diketahuinya harga yang pasti di awal pemesanan, belum diketahui dengan jelas karakteristik dari barang tersebut, dan jangka waktu penyerahannya yang tidak diketahui secara pasti. Meskipun album K-pop tersebut bisa berubah sifatnya menjadi jelas setelah agensi (perusahaan) tersebut merilis album fisik tersebut. Album K-pop juga termasuk kategori barang yang bisa diserahterimakan dan sah untuk diperjualbelikan setelah kejelasan dari barang tersebut, tetapi ketika di awal akad barang tersebut belum diketahui secara jelas dari *cover* hingga spesifikasi dari tersebut, bahkan harganya pun masih berupa perkiraan (estimasi).


Berdasarkan hasil wawancara yang berhasil penulis lakukan, ada sebagian *reseller* yang membuka *pre order* sebelum agensi (perusahaan) album K-pop tersebut mengumumkan detail atau spesifikasi album yang akan dirilis nantinya. Namun, ada juga beberapa *reseller* yang membuka *pre order* setelah agensi (perusahaan) album K-pop tersebut mengumumkan detail atau spesifikasi album yang akan dirilis. Sehingga *reseller* yang membuka *pre order* setelah adanya detail atau spesifikasi album, bisa memberitahukan kepada calon pembeli mengenai spesifikasi album dan perkiraan harga yang kemungkinan besar tidak terjadi perubahan harga.

Gambar 9


Contoh postingan *pre order* album K-pop




**OUT BOX**  
2006 / 100 / 100 x 120mm




**PHOTOBOOK**  
2006 / 100 / 100 x 120mm




**CD-R**  
2006




**PHOTOCARD**  
3 OUT OF 24 RANDOM / 100 x 150mm




**FOLDING PHOTOCARD**  
2006 / 1 OUT OF 12 RANDOM / 100 x 150mm



**MINI LYRIC POSTER**  
2006 / 80 x 120mm / 100 x 120mm




**DOOR HANGER**  
2006 / 100 x 120mm / 100 x 120mm




**PRE-ORDER ONLY**


**UNIT PHOTOCARD**  
1 OUT OF 12 RANDOM / 100 x 150mm



**FRAME PHOTOCARD**  
1 OUT OF 6 RANDOM / 100 x 150mm



**POSTER**  
1 OUT OF 2 RANDOM / 100 x 120mm



Standar Ver

**ktown**

255,000  
dp 155k

pob: poster,  
photocard,  
frame pc

Set 500k

**appmus**

315,000  
dp 215k

pob ;  
poster,  
photocard,  
frame  
photocard,  
exclusive  
photocard

Set 620k

est 450gr

cloudytyteok

**Deadlock**  
XDINARY HEROES 3RD MINI ALBUM

bit.ly/jajanDEADLOCK

✓ special freebies  
group order (Line)  
pre order & web benefit

PHOTOCARD  
1 SET (1000000 - 1000000)

FOLDING LYRIC POSTER  
1 SET (1000000 - 1000000)

Digipack Ver

|           |           |
|-----------|-----------|
| ktown     | appmu5    |
| 149.000   | 185.000   |
| dp 100    | dp 100K   |
| pkb : pkb | pkb : pkb |
| Set 180K  | Set 180K  |

Please Read !!!

Periode PO 16 - 24 April 2023  
[akan di co secara berkala, demi menghindari kehabisan pob]

pengiriman ke INA 3-4 Minggu dari  
[release 26 April 2023] Mohon bersabar yaa ^^

Album bisa prio versi ya! Silahkan akses link dibawah ini

[bit.ly/jajanDEADLOCK](https://bit.ly/jajanDEADLOCK)

untuk pemesanan 1st Studio Album  
LESSERAFIM - UNFORGIVEN ini!!

Xdinaryheroes\_indonesia  
x cloudytyteok

Standar Ver

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| ktown                              | appmu5   |
| 155.000                            | 185.000  |
| dp 155K                            | dp 215K  |
| pkb : poster, photocard, frame, pc | pkb : poster, photocard, frame, photocard, exclusive photocard |
| Set 500K                           | Set 620K   |

Set 450K

Hi siang temen-temen semua, izin drop link untuk jajan album xdinaryheroes deadlock yaa ✨

<https://bit.ly/jajanDEADLOCK>

Semua versi album, bisa pilih prio ya Vills 🍷

Yuk mari jajan bareng xdinaryheroes\_indonesia dan minclou!!

Close PO : 24 April, 16.00

Tracking jajanan mu disini :

<https://bit.ly/trackGObyCloudytyteok>

PS : kalau mau titip beliin dr web lain, juga bisa yaa.

Chat aja minclou nya ajaaa ♡

<https://bit.ly/trackGObyCloudytyteok>

Dilihat dari contoh *pre order* album K-pop di atas, maka spesifikasi atau kriteria barang sudah jelas dan disebutkan saat akad berlangsung. Hanya saja tempo penyerahan barang pesanan masih belum jelas, karena tergantung waktu pengiriman barang dari distributor Korea Selatan. Informasi pengiriman barang dan perkiraan barang sampai ke Indonesia diberitahukan secara berkala pada *group chat* khusus pemesanan album K-pop tersebut. Jika dilihat dari segi teoritik, syarat-syarat jual beli *salam* pada transaksi di atas masih belum terpenuhi seluruhnya. Namun, menurut penulis transaksi tersebut masih bisa diterima selama pembeli menyetujui dan menerima hal tersebut. Karena kunci dasar transaksi jual beli ialah suka sama suka, tanpa adanya kerelaan dari kedua pihak atau salah satu pihak, maka jual beli yang dilakukan tidak sah<sup>176</sup>. Sehingga syarat *salam* yang belum terpenuhi secara keseluruhan masih bisa diterima dan dimaafkan.

Adapun dengan *reseller* yang membuka *pre order* sebelum agensi (perusahaan) mengumumkan detail atau spesifikasi mengenai album yang akan dirilis nantinya, maka karakteristik produk belum jelas dan jangka waktu yang belum pasti. Ketika dibukanya *pre order* tersebut, barang belum ada dipasaran, belum diketahui harga, bentuk fisik, dan yang tertulis di postingan hanyalah perkiraan (estimasi) dari *reseller*. Ketika dibukanya *pre order*, objek bisa dikatakan dalam keadaan *gharar* dikarenakan semua ketentuan belum dijelaskan secara detail.

---

<sup>176</sup> Mustofa, *Fiqih Mu'amalah Kontemporer*, 22.

Diperbolehkannya transaksi *salam*, syaratnya adalah dengan batas waktu penyerahan barang yang jelas (*ila ajalin maktum*). Maka praktik *salam* dari *pre order* tersebut memiliki sedikit kecacatan cara pelaksanaan praktik *salam* itu sendiri. Salah satu jual beli yang dilarang dalam *muamalah* ialah jual beli yang mengandung *gharar*. Meskipun barang tersebut sah untuk diperjualbelikan dan diserahterimakan<sup>177</sup>.

Dalam transaksi jual beli album K-pop ini, para *reseller* tidak memberikan hak opsi (*khiyar*) yang disyariatkan oleh salah satu atau kedua pihak dalam akad bahwa mereka mempunyai hak untuk membatalkan akad dalam waktu tertentu dan jika tidak dibatalkan selama waktu itu, maka akadnya berlangsung (tidak batal)<sup>178</sup>. Tidak ada hak *khiyar* untuk pembeli, jika pembeli sudah melakukan pembayaran uang muka maka tidak bisa membatalkan pesannya, jika pembeli tetap ingin membatalkan pesannya maka uang muka yang sudah dibayar akan hangus. Sehingga transaksi tersebut tidak memenuhi ketentuan dari *khiyar*.

Selain itu, *khiyar aib* juga tidak diterapkan dalam transaksi jual beli album K-pop ini. *Khiyar aib* ialah apabila barang yang dibeli ternyata ada cacat atau rusak, maka pembeli berhak mengembalikan barang tersebut kepada penjual<sup>179</sup>. Tidak ada *khiyar aib* bagi pembeli jika ternyata barang yang diterima ada kecacatan, dengan alasan karena barang atau produk yang

---

<sup>177</sup> Rifqoh Muslikah, "Analisis Hukum Ekonomi Syariah Tentang Sistem Jual Beli Pre Order Pada Akun Instagram 'Smtown Big Family'" (Semarang, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019), 88–89.

<sup>178</sup> Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), 258.

<sup>179</sup> Syukur, *Fiqh Muamalah*, 68.

diterima pembeli itu merupakan produk asli dari distributor, dan *reseller* hanya membantu menyalurkan tanpa tahu bagaimana kondisi produk atau barang tersebut di dalamnya. Untuk keadaan tersebut, *reseller* dan pembeli di awal transaksi sudah sama-sama mengetahui dan menyepakati jika ada produk atau barang yang diterima itu cacat, maka pembeli tidak bisa mengembalikan atau menuntut ganti rugi kepada *reseller*, karena hal tersebut di luar kuasa seorang *reseller*.

#### 1. Strategi Pemasaran Album K-Pop di Banjarmasin

Salah satu kunci untuk seorang wirausaha dalam memaksimalkan tujuan usahanya agar mendapatkan laba yaitu pemasaran produk. Pentingnya pemasaran produk dalam sebuah usaha ialah agar usaha tersebut tetap bisa dijalankan dan terus berkembang. Pemasaran memiliki banyak metode yang bisa dipilih untuk memasarkan produk, baik itu dengan sistem yang tradisional berupa pemasaran melalui promosi dari mulut ke mulut, maupun sistem yang modern seperti sekarang ini dengan menggunakan sosial media sebagai sarana memasarkan produk.

Strategi pemasaran yang diterapkan dengan bagus dan dapat menarik perhatian publik, menjadikan konsumen baru bertambah banyak. Adanya variasi dan inovasi harus dikembangkan agar produk tidak membosankan dan mampu bertahan dalam persaingan dengan



produk-produk yang ada dipasaran<sup>180</sup>. Penerapan strategi pemasaran juga bertujuan agar pengusaha bisa tetap mempertahankan konsumen lama dan menarik perhatian konsumen baru agar mampu meningkatkan penjualan produk perusahaan tersebut.

Strategi pemasaran dapat diartikan sebagai usaha dalam seleksi pasar sasaran, penentuan posisi bersaing dan pengembangan suatu bauran pemasaran yang efektif untuk mencapai tujuan dan melayani konsumen<sup>181</sup>. Menurut William Bygrave, strategi pemasaran itu pada dasarnya menunjukkan bagaimana sasaran pemasaran dapat tercapai. Dalam membangun sebuah strategi yang efektif, suatu perusahaan akan menggunakan variabel-variabel bauran pemasaran<sup>182</sup>. Konsep bauran pemasaran disebutkan oleh Kotler terdiri dari empat unsur, yaitu :

a. Produk (*product*)

Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi agar dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat<sup>183</sup>. Strategi pada produk ini umumnya dilakukan untuk memperpanjang masa edar atau siklus hidup, apabila perusahaan mengetahui bahwa sasaran pembeli mulai bosan,

---

<sup>180</sup> Handayani dan Permana, "Strategi Pemasaran Merchandise Korea di Kalangan Generasi Z," 130.

<sup>181</sup> Philip Kotler dan Paul N. Bloom, *Teknik dan Strategi Pemasaran Jasa Profesional* (Jakarta: Intermedia, 1995), 27.

<sup>182</sup> Yusanto dan Widjajakusuma, *Mengagas Bisnis Islam*, 169.

<sup>183</sup> Juneda, "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan PT. BNI Syariah terhadap Minat Pengusaha di Kota Parepare," 18.

maka perusahaan harus mengubah barang atau jasa yang ditawarkan tersebut<sup>184</sup>. Tingkat kesuksesan suatu produk di pasaran dipengaruhi oleh tiga hal mendasar yaitu harga, ketersediaan, dan kualitas.

Dalam hal ini para *reseller* sebagian besar menjual produk berupa album K-pop, dan sebagian lagi menjual album K-pop beserta dengan *merchandise* K-pop juga. Album yang ditawarkan akan berbeda-beda tergantung dengan masa promosi album tersebut, seperti saat pertengahan bulan April kemarin yang menjadi masa promosi album dari *boygroup* NCT dengan unit yang bernama “Dojaejung”. Jadi selama masa promosi tersebut para *reseller* akan menawarkan pemesanan (*Pre Order*) album tersebut. Kemudian pada bulan-bulan selanjutnya akan ditawarkan pemesanan album dari grup yang berbeda sesuai dengan grup yang melakukan promosi album pada waktu tersebut. Sehingga produk yang ditawarkan akan selalu berbeda dan tidak akan membuat konsumen merasa bosan.

Selain produk yang ditawarkan selalu berbeda sesuai dengan masa promosi album tersebut. Album K-pop yang merupakan produk yang ditawarkan para *reseller* ini juga memiliki poin utama yang menjadi alasan para pembeli ingin membelinya, yaitu bentuk atau tampilan album K-pop dibuat

---

<sup>184</sup> Handayani dan Permana, “Strategi Pemasaran Merchandise Korea di Kalangan Generasi Z,” 132.

sedemikian rupa dengan bentuk dan tampilan yang sangat bagus dan cantik. Bentuk ataupun warna setiap album K-pop ini akan berbeda-beda, sehingga sangat menarik para penggemar untuk membelinya.

Hal tersebut sejalan dengan pendapat beberapa konsumen atau pembeli yang berhasil diwawancarai, mereka semua mengatakan bahwa produk (album K-pop) secara fisik menjadi alasan mereka untuk membelinya. Saudari KR mengatakan “Alasan utama aku membeli album ialah karena produknya yang bagus dan sangat menarik, setelah itu baru liat harganya”<sup>185</sup>. Selain itu, saudari NA juga mengaku bahwa produk adalah alasan utama yang membuatnya ingin membeli album K-pop.

b. Harga (*price*)

Harga merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan yang lain menghasilkan biaya. Sehingga harga harus sangat diperhatikan karena menentukan laku tidaknya produk atau jasa yang dipasarkan<sup>186</sup>. Harga terdiri dari beberapa atribut berupa tingkat harga, kebijakan diskon, masa kredit atau metode pembayaran.

Dalam hal ini para *reseller* menjual produknya (album K-pop) dengan harga yang masih dapat dijangkau oleh para

---

<sup>185</sup> Kiky Ramadayanti, Pembeli atau Konsumen, 28 Maret 2023.

<sup>186</sup> Bakhri dan Abdussalam, *Sukses Berbisnis Ala Rasulullah SAW*, 135.

pembeli (konsumen). Ada yang memberikan harga yang lebih murah, ada yang memberikan bonus berupa *freebies*, memberikan diskon dengan minimal pembelian dan ada juga yang memberikan potongan biaya pengiriman bagi yang ingin albumnya dikirim. Namun tetap memperhitungkan biaya dan pengeluaran agar penjualan yang dilakukan tidak mendatangkan kerugian. Meskipun keuntungan yang diperoleh tidak terlalu besar, akan tetapi para *reseller* bisa memperoleh citra yang baik di mata para konsumen. Sejalan dengan hal tersebut, saudari MA mengatakan bahwa “saat ingin membeli album, biasanya aku liat harganya dulu baru dilihat *resellernya trusted* atau tidak”<sup>187</sup>. Sependapat dengan MA, saudari AR juga mengaku bahwa alasannya membeli album juga karena harganya.

c. Distribusi/Media (*distribution*)

Distribusi merupakan usaha-usaha pemasar untuk menjamin ketersediaan produk bagi pasar sasaran yang dibutuhkan. Pemasaran perlu menjamin bahwa produk yang ditawarkan akan tersedia pada saat konsumen membutuhkannya di manapun, kapanpun dan berapapun<sup>188</sup>. Sebuah produk agar sampai ke tangan konsumen, tentunya mengalami proses yang cukup panjang. Pemasaran produk tersebut harus memiliki

---

<sup>187</sup> Muja Amelia, Pembeli atau Konsumen, 26 Maret 2023.

<sup>188</sup> Kartiko, “Analisis Strategi Marketing Syariah Pada Usaha Mikro (Studi Kasus pada Pedagang Pakaian Pasar Juwana Baru-Pati),” 34.

tempat yang mudah dijangkau oleh target pasarnya (*availability and visibility*)<sup>189</sup>.

Para *reseller* sebagian besar berdomisili di wilayah Banjarmasin, sehingga sangat mempermudah dalam pemasaran dan penjualan album K-pop di wilayah Banjarmasin. Hal tersebut juga menjadi nilai tambah karena dengan memiliki domisili yang sama dengan konsumen akan memperkecil biaya pengiriman kepada konsumen, atau bahkan tanpa mengeluarkan biaya sama sekali apabila ada konsumen yang mau mengambil sendiri album tersebut ke tempat *reseller*. Hal tersebut sejalan dengan pendapat salah satu konsumen, yaitu saudari AR, katanya “setelah melihat harganya, alasanku membeli album ialah karena tempat yang dekat atau satu domisili dengan aku”<sup>190</sup>.

Selain itu, para *reseller* juga mampu menjangkau pembeli dari luar daerah bahkan luar pulau melalui media sosial seperti *twitter*, *instagram*, dan sebagainya. Sehingga pemasaran yang dilakukan tidak hanya bersifat *offline*, akan tetapi bersifat *online* juga. Dengan begitu produk bisa di distribusikan ke manapun, kapanpun, serta berapapun yang diinginkan oleh pembeli.

#### d. Promosi (*promotion*)

---

<sup>189</sup> Handayani dan Permana, “Strategi Pemasaran Merchandise Korea di Kalangan Generasi Z,” 129.

<sup>190</sup> Amelia Ridhani, Pembeli atau Konsumen, 30 Maret 2023.

Promosi ialah salah satu cara untuk meningkatkan penjualan dengan tujuan meraih keuntungan atau laba yang maksimal, karena melalui promosi mampu menarik perhatian konsumen untuk menentukan dan mengambil keputusan pembelian terhadap suatu produk. Promosi bertujuan memodifikasi perilaku konsumen, menginformasikan, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan calon konsumen tentang perusahaan dan produk atau jasa yang ditawarkan<sup>191</sup>. Promosi juga bertujuan untuk memberitahukan mengenai produk dengan beberapa detailnya kepada calon konsumen agar mereka tertarik terhadap produk ditawarkan.

Para *reseller* melakukan promosi melalui media sosial seperti Twitter, Instagram, Line, Shopee dan Whatsapp. Promosi juga dilakukan di beberapa GC (*group chat*) di aplikasi Whatsapp dan Line. Mereka melakukan promosi atau iklan dengan sebagus dan semenarik mungkin untuk bisa menarik minat penggemar, dan akhirnya akan membeli album melalui mereka. Selain itu promosi juga dilakukan lewat mulut ke mulut atau dari teman ke teman lainnya. Promosi merupakan strategi yang cukup kuat untuk menjadi alasan pembelian album K-pop, seperti yang dikatakan saudari RN, katanya “awalnya tidak ingin

---

<sup>191</sup> Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, 3.

membeli album, tapi setelah melihat promosi yang menarik dan menggiurkan, dan akhirnya aku jadi ingin beli album”<sup>192</sup>.

Tabel 3

Data hasil wawancara pembeli album K-pop

| No. | Nama | Umur     | Pekerjaan         | Alasan Membeli Album K-Pop  | Hal Yang Membuat Tertarik Membeli Album K-Pop                              |
|-----|------|----------|-------------------|---|--|
| 1.  | MA   | 24 Tahun | Swasta            | Karena tertarik dengan <i>Photocard</i> nya dan untuk kesenangan.                                   | Harga, setelah itu baru dilihat <i>reseller</i> nya terpercaya atau tidak. |
| 2.  | KR   | 24 Tahun | Staf Administrasi | Awalnya karena penasaran dan akhirnya ketagihan, serta sebagai apresiasi terhadap karya grup K-pop. | Produk dan harganya.   |
| 3.  | AR   | 22 Tahun | Mahasiswi         | Karena suka melihat foto-foto dari konsep album K-pop.  | Harga dan tempat atau domisili penjualnya.                                 |
| 4.  | NA   | 23 Tahun | Swasta            | Karena penasaran dan sebagai <i>self reward</i> .   | Produk dan harganya.   |
| 5.  | RN   | 23 Tahun | Swasta            | Karena bentuk atau kemasannya, isi di dalamnya, dan   | Promosi.   |

<sup>192</sup> Risna Noviyanti, Pembeli atau Konsumen, 3 April 2023.

|  |  |  |  |                       |  |
|--|--|--|--|-----------------------|--|
|  |  |  |  | <i>photocard</i> nya. |  |
|--|--|--|--|-----------------------|--|

Sumber: Diolah Penulis (2023)

## 2. Strategi Pemasaran Album K-Pop di Banjarmasin dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Berdasarkan prinsip syariah, dalam melakukan kegiatan pemasaran harus berlandaskan kepada semangat beribadah kepada Allah Swt. dan berusaha maksimal untuk kesejahteraan bukan hanya sekedar demi kepentingan golongan maupun kepentingan pribadi. Adanya hukum Islam dalam kehidupan manusia baik itu dalam hal sosial masyarakat ataupun bisnis, bertujuan agar dalam menjalankan aktivitasnya tidak saling merugikan antar satu dengan yang lainnya<sup>193</sup>.

Sebagaimana yang telah penulis kemukakan pada bab II kajian teori, Hukum ekonomi syariah memiliki prinsip-prinsip yang menjadi tolak ukur dalam pelaksanaan ekonomi Islam, prinsip-prinsip tersebut yaitu tauhid, keadilan (*al-'Adl*), kebebasan (*al-Hurriyah*), dan tolong-menolong (*at-Ta'awun*). Keempat prinsip inilah yang digunakan untuk menganalisis empat unsur strategi pemasaran album K-pop yang telah dijelaskan di pembahasan sebelumnya. Analisis tersebut ialah sebagai berikut.

### a. Produk (*product*)

Produk yang ditawarkan berupa album K-pop dimana album tersebut memiliki bentuk yang beragam dan terdiri

---

<sup>193</sup> Yulia Herawati, "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Fashion Muslim pada Masa Pandemi Covid-19 di Toko SN Collection" (Cirebon, Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati, 2022), 83.



dari beberapa item yang menjadi satu paket di dalam album tersebut. Album yang ditawarkan akan berbeda-beda tergantung dengan masa promosi album tersebut. Setiap bulan akan ditawarkan pemesanan album dari grup yang berbeda sesuai dengan grup yang melakukan promosi album pada saat itu. Sehingga produk yang ditawarkan akan selalu berbeda dan tidak akan membuat konsumen merasa bosan.

Berdasarkan prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah, unsur produk (album K-pop) yang digunakan oleh para *reseller* ini menurut penulis mencakup dua prinsip, yaitu prinsip tauhid dan prinsip kebebasan. Prinsip tauhid dilihat dalam menjalankan usahanya, para *reseller* meniatkan semuanya sebagai bentuk usaha mencari rezeki, sehingga diharapkan segala usahanya tersebut bisa memperoleh ridha dari Allah Swt. Sedangkan prinsip kebebasan dilihat dari para *reseller* memberi kebebasan kepada pembeli untuk membeli album apapun yang mereka mau selama album tersebut memang dalam masa promosi. Para *reseller* juga memberi kebebasan kepada pembeli untuk membeli album seberapa banyak pun yang mereka inginkan, selama album tersebut masih ada dan pembeli

lain masih mendapat kesempatan untuk bisa membelinya juga.

b. Harga (*price*)

Dari segi harga, album K-pop yang ditawarkan oleh para *reseller* ini masih dapat dijangkau oleh pembeli (konsumen) karena harga tersebut memang sesuai dengan harga pasaran album K-pop di berbagai wilayah maupun negara. Para *reseller* ini juga memiliki cara sendiri dalam menawarkan harga, ada yang memberikan harga yang lebih murah, ada juga harga standar namun memberikan bonus berupa *freebies*, ada yang memberikan diskon dengan minimal pembelian, dan ada juga yang memberikan potongan biaya pengiriman. Hal tersebut dilakukan untuk menarik minat konsumen, namun tetap memperhitungkan biaya dan pengeluaran agar penjualan yang dilakukan tidak mendatangkan kerugian.

Berdasarkan prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah, unsur produk (album K-pop) yang digunakan oleh para *reseller* ini menurut penulis mencakup dua prinsip, yaitu prinsip keadilan dan prinsip tolong menolong. Prinsip keadilan dapat dilihat bahwa para *reseller* tidak pernah membandingkan para pembeli maupun calon pembeli, baik dari segi umur, *gender*, suku,

agama, ataupun yang lainnya dalam memberikan harga. Sebisa mungkin para *reseller* ini bersikap adil kepada setiap orang yang membeli album kepadanya. Sedangkan prinsip tolong menolong terdapat pada usaha para *reseller* sebagai perantara antara pembeli dengan distributor untuk transaksi jual beli album. Para *reseller* membantu meringankan biaya pengiriman produk dari Korea Selatan ke Indonesia dengan *sharing* (berbagi) biaya pengiriman kepada sesama pembeli yang memesan album melalui *reseller* tersebut, sehingga biaya pengiriman menjadi lebih murah bagi para pembeli dibandingkan dengan membeli sendiri.

c. Distribusi/Media (*distribution*)

Para *reseller* yang sebagian besar berdomisili di Banjarmasin mempermudah pemasaran dan penjualan album K-pop di wilayah Banjarmasin. Selain itu, untuk bisa mendistribusikan produknya menuju pasar yang lebih luas lagi, para *reseller* mendistribusikan produk melalui media sosial seperti *twitter*, *instagram*, dan sebagainya agar bisa menjangkau pembeli dari luar daerah bahkan luar pulau. Sehingga produk bisa di distribusikan ke manapun, kapanpun, serta berapapun yang diinginkan oleh pembeli.

Berdasarkan prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah, unsur produk (album K-pop) yang digunakan oleh para *reseller* ini menurut penulis mencakup dua prinsip, yaitu prinsip keadilan dan prinsip tolong menolong. Prinsip keadilan dapat dilihat tidak pernah membandingkan para pembeli maupun calon pembeli dari domisili atau tempat tinggalnya. Para *reseller* berusaha untuk bisa menjangkau para pembeli dari berbagai wilayah baik diluar daerah maupun diluar pulau melalui media sosial, sehingga para calon pembeli dari wilayah manapun bisa membeli album K-pop melalui para *reseller* ini. Sedangkan prinsip tolong menolong terdapat pada usaha para *reseller* sebagai perantara antara pembeli dengan distributor untuk transaksi jual beli album. Sehingga para *reseller* membantu orang-orang ataupun teman-teman mereka sendiri yang ingin membeli album K-pop namun tidak bisa membelinya secara mandiri kepada distributor entah yang terkendala karena distribusi ataupun media.

d. Promosi (*promotion*)

Promosi dilakukan oleh para *reseller* melalui media sosial seperti *twitter*, *instagram*, *line*, *shopee*, dan *whatsapp*. Selain itu juga dilakukan promosi di beberapa GC (*group chat*) di aplikasi *whatsapp* dan *line*. Mereka

melakukan promosi dengan sebagus dan semenarik mungkin agar para penggemar tertarik membeli album melalui mereka. Promosi juga dilakukan lewat mulut ke mulut atau dari satu teman ke teman lainnya.

Berdasarkan prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah, unsur produk (album K-pop) yang digunakan oleh para *reseller* ini menurut penulis mencakup dua prinsip, yaitu prinsip tauhid dan prinsip kebebasan. Prinsip tauhid dilihat dalam usaha mereka mempromosikan atau menawarkan album K-pop kepada para pembeli dinilai sebagai usaha mencari rezeki dengan meniatkan semuanya karena Allah Swt. dan mengharapkan memperoleh ridha dari-Nya. Sedangkan prinsip kebebasan dilihat dari cara mereka melakukan promosi yang tanpa ada unsur paksaan untuk membeli ataupun paksaan untuk membeli berapa banyak. Para *reseller* ini tidak ingin dan tidak berniat memaksa orang-orang yang melihat promosi mereka untuk harus membelinya melalui mereka. Pilihan untuk membeli atau tidaknya itu berada ditangan para calon pembeli, para *reseller* tidak berhak dan tidak pernah memaksa calon pembeli untuk membeli album K-pop pada mereka.

Selain prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah di atas, strategi pemasaran album K-pop di Banjarmasin juga dapat dilihat dari konsep

pemasaran Islam. Konsep pemasaran dalam Islam (pemasaran syariah) tidak hanya memberikan kepuasan tataran duniawi saja, melainkan juga mengarah pada kepuasan ukhrawi karena terdapat ridha Allah Swt. yang dituju. Sehingga tujuan pemasaran syariah adalah menerapkan prinsip-prinsip etika dan berlandaskan nilai-nilai Islam untuk menciptakan kepuasan duniawi dan ukhrawi bagi para pelaksananya<sup>194</sup>. Pemasaran syariah memiliki karakteristik yang terdiri atas empat unsur yang menjadi panduan bagi para pemasar, yaitu ketuhanan (*rabbaniyyah*), etis/etika (*akhlaqiyyah*), realistis (*al-waqi'iyah*) dan humanistis (*insaniyyah*)<sup>195</sup>.

#### 1. Ketuhanan (*rabbaniyyah*)

Karakteristik ini merupakan satu keyakinan yang kuat bahwa semua gerak-gerik manusia selalu berada dalam pengawasan Allah Swt. Kondisi tercipta karena kesadaran akan nilai-nilai religius yang dipandang penting dan mewarnai aktivitas pemasaran sehingga tidak terjerumus dalam perbuatan yang dapat merugikan orang lain, bukan tercipta karena keterpaksaan<sup>196</sup>. Dalam hal ini apa saja yang kita lakukan adalah hal yang disukai oleh Allah Swt.. Seperti seorang *reseller* yang membantu para pembeli untuk bisa membeli apa yang mereka inginkan, ia bisa dikatakan *rabbaniyyah* karena

---

<sup>194</sup> Miftah, "Mengenal Marketing dan Marketers Syariah," 18.

<sup>195</sup> Alma dan Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, 350.

<sup>196</sup> Kertajaya dan Sula, *Syari'ah Marketing*, 28.

membantu orang lain adalah hal yang diperintahkan oleh Allah Swt..

2. Etis/etika (*akhlaqiyyah*)

Konsep pemasaran syariah sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika tanpa peduli dari agama manapun. Karena pada dasarnya nilai-nilai moral dan etika merupakan nilai yang bersifat universal, yang diajarkan oleh semua agama<sup>197</sup>. Seorang *reseller* juga mengutamakan etika dan kesopanan terhadap semua pembeli maupun calon pembeli nya, entah pembeli tersebut beragama Islam maupun non-Islam.

3. Realistis (*al-waqi'iyah*)

Dalam konsep pemasaran syariah semua transaksi yang dilakukan harus sesuai realita, tidak menjurus kepada kebohongan, tidak membeda-bedakan orang, suku, warna kulit, serta semua tindakan penuh dengan kejujuran<sup>198</sup>. Para *reseller* selalu tanggap apabila terjadi perubahan pada produk atau harga dan langsung menginformasikan kepada para pembeli tanpa bermaksud menutup-nutupinya maupun berbohong. Serta berlaku adil kepada para pembeli tanpa membeda-bedakannya. Namun dalam hal ini ada sebagian reseller entah yang diwawancara ataupun reseller yang tidak dapat dijangkau penulis, yang membuka *pre order* sebelum

---

<sup>197</sup> Kertajaya dan Sula, 32.

<sup>198</sup> Kertajaya dan Sula, 35.

agensi (perusahaan) album K-pop tersebut mengumumkan detail atau spesifikasi album yang akan dirilis nantinya. Maka karakteristik produk belum jelas dan jangka waktu yang belum pasti. Ketika dibukanya pre order tersebut, barang belum ada dipasaran, belum diketahui harga, bentuk fisik, dan yang tertulis di postingan hanyalah perkiraan (estimasi) dari reseller. Ketika dibukanya pre order, objek bisa dikatakan dalam keadaan gharar dikarenakan semua ketentuan belum dijelaskan secara detail.

#### 4. Humanistis (*insaniyyah*)

Humanistis dalam pemasaran syariah ditujukan agar derajat manusia terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara. Pemasaran syariah berusaha membuat kehidupan menjadi lebih baik dan tidak merusak tatanan hidup di masyarakat<sup>199</sup>. *Reseller* berperan membantu orang-orang untuk mendapatkan barang atau produk yang mereka inginkan agar bisa membuat kehidupan menjadi lebih baik. Tidak berlaku curang terhadap harga maupun produk agar tidak merusak tatanan hidup dalam bermasyarakat dan bisa berperilaku rela sama rela antara kedua belah pihak.

---

<sup>199</sup> Alma dan Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, 351.