

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin banyaknya peminat musik pop korea atau biasa disebut *k-pop* di dari kalangan yang tidak pandang usia dari anak-anak remaja bahkan dewasa, tetapi tetap saja didominasi oleh kalangan remaja. Platform media sosial *streaming* musik seperti *Youtube*, *Spotify*, *Melon*, dan masih banyak lagi, telah berkontribusi untuk menyebarkan musik *k-pop* ke penjuru dunia termasuk Indonesia. *k-pop* ini selain tidak hanya masuk ke pasar musik saja, tetapi telah memengaruhi *tren* fashion, kecantikan dan gaya hidup di kalangan penggemar. Penggemar *k-pop* membuat komunitas *online* maupun *offline* dan banyak membantu di kalangan masyarakat yang sedang dalam musibah, dapat menciptakan fanbase yang *solid*.

K-pop bukan hanya sekedar musik dapat dilihat dengan pesatnya pertumbuhannya, *k-pop* telah melampaui batasan musik dari budaya dan identitas hingga ekonomi dan kesehatan mental dampak *k-pop* sudah sangat luas dan kompleks. Dengan rasa cinta atau mengagumi seorang penggemar kepada idola nya membuat penggemar berusaha memberikan dukungan kepada idolanya, dengan *voting*, *streaming* dan membeli *merchandise*, seperti : album, baju, aksesoris dan barang-barang *eksklusif* yang berbau idolnya lainnya. Tapi dikarenakan produksi album dan *merchandise*-nya dari korea selatan, memerlukan beberapa persyaratan dan biaya yang lebih mahal dan membuat penggemar kesulitan untuk membeli *merchandise* tersebut, dan beberapa penggemar kesulitan untuk mengakses

langsung untuk membeli *merchandise* tersebut. Para penggemar memilih untuk menggunakan jasa titip untuk membeli *merchandise* idolanya.

Bisnis *online* dengan konsep atau inovasi baru mulai muncul secara bertahap, seperti bisnis jasa titip atau jastip. Jasa titip, juga dikenal sebagai "jastip," adalah cara untuk meminta seseorang untuk melakukan sesuatu dan kemudian menerima imbalan yang dianggap sebagai biaya jasa dari pekerjaan yang telah dilakukan oleh individu tersebut atau suatu layanan informal yang diberikan oleh penyedia jasa (pihak yang menawarkan) kepada pengguna jasa untuk mendapatkan suatu barang untuk memenuhi kebutuhan atau hanya untuk keinginan tetapi tidak ingin membeli barang tersebut sendiri di toko yang dijual.

Ide bisnis ini membutuhkan modal kecil dan dapat dilakukan kapan saja. Menggunakan jasa titip atau jastip dapat membantu Anda menghemat waktu, tenaga, biaya pulang sekaligus, dan hal-hal lainnya. Seiring perkembangan situasi sosial saat ini, berbagai jenis jasa titip yang dibutuhkan oleh masyarakat atau pengguna jasa telah muncul. Beberapa contoh jenis jasa titip ini termasuk tiket konser, makanan (jajanan) yang tidak berasal dari produk lokal, produk perawatan kulit atau wajah, dan barang-barang dengan jumlah produk asing yang terbatas.¹

Dengan banyaknya penggemar *k-pop* di Indonesia bisa menjadi peluang usaha dan bisnis penjualan jasa titip *merchandise k-pop*, penjualan *fankit* yang berhubungan dengan idolanya. Praktik jasa titip ini bisa menjadi solusi bagi para penggemar yang memang ingin mendapatkan barang-barang yang mereka

¹ Ardana, Niken Ayu. "Analisis Kesesuaian Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Usaha Jasa Titip (Studi Kasus Pembelian Tiket Konser Para *K-pop* Fans)". *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. Vol.10 No.16. (2024).

inginkan terutama yang sulit dijangkau di negara kita. Jasa titip *merchandise k-pop* adalah layanan yang memungkinkan penggemar untuk memesan dan membeli barang-barang tersebut melalui pihak ketiga yang dapat mengakses langsung produk tersebut di Korea Selatan. Praktik ini menjadi solusi untuk penggemar jika ingin mendapatkan *merchandise* resmi dan asli yang sulit ditemukan di toko *offline* di Indonesia, juga barang-barang lain yang hanya dijual di Korea Selatan.

Praktik penjualan barang *k-pop* harus dianalisis dalam konteks hukum Islam agar sesuai dengan prinsip syariah. Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) Nomor 13/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Wakalah bi al- Ujah memberikan pedoman penting untuk praktik wakalah. Menurut fatwa ini, wakalah adalah memberi kuasa kepada wakil oleh muwakkil untuk melakukan transaksi tertentu dengan imbalan(ujrah). Aspek seperti transparansi biaya, kejelasan objek transaksi, dan tanggung jawab antara pihak-pihak yang terlibat sangat penting dalam praktik jasa titip.

Pengertian akad wakalah tertera didalam Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No. 113/DSN-MUI/IX/2017 tentang Wakalah Bi Al-Ujah adalah akad pemberian kuasa dari muwakkil (orang yang mewakilkan), kepada wakil (orang diwakilkan) untuk melakukan perbuatan hukum tertentu. Untuk akad wakalah ini, ada empat rukun yang harus dipenuhi: orang yang di wakili (muwakkil), orang yang mewakili (wakil), sesuatu yang diwakili (muwakkal fih), dan shigat (ijab dan qabul).² Selain itu, orang yang mewakili harus jujur terhadap apa yang diwakilkan kepadanya dan tidak bertanggung jawab atas resiko yang tidak disebabkan oleh

² Fathurrahman Djamil, Penerapan Hukum Perjanjian Dalam Transaksi Di Lembaga Keuangan Syariah, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), Hlm.191-192.

kelalaian orang yang mewakili. Baik wakalah bil ujah maupun wakalah bil ujah memungkinkan salah satu pihak untuk menolak dan membatalkannya, sehingga keduanya bukanlah perjanjian yang tetap dan lazim.³

Wakalah menurut bahasa ialah al-hafidz, al-, ad-dhaman, serta attawfidh atau penyerahan, pendelegasian atau pemberian mandat yaitu pelimpahan kekuasaan oleh seseorang pada orang lain dalam hal-hal yang diwakilkan.⁴ Secara harfiah wakalah diartikan sebagai menahan, menjaga, menerapkan keahlian atau memperbaiki atas nama orang lain, berasal dari kata *Tawkeel* yang berarti meminta seseorang untuk mengambil alih sesuatu hal tertentu atau melimpahkan suatu tugas kepada orang lain.⁵ Wakalah sebenarnya adalah perjanjian yang digunakan ketika seseorang membutuhkan atau menginginkan sesuatu yang mereka tidak dapat lakukan sendiri sehingga mereka meminta bantuan orang lain untuk melakukannya dan orang tersebut akan mendapatka upah atas jasa yang dilakukan yang sesuai dengan kesepakatan dari kedua pihak. Upah atau imbalan juga dikenal sebagai wakalah bil ujah diberikan oleh pihak yang diwakilkan kepada pihak yang mewakilkan untuk pelaksanaan wakalah. Upah atau imbalan pada pelaksanaan wakalah bertujuan untuk menghargai jasa seseorang yang membantu mewakilkan tugas tertentu.

Arti kata upah dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah sebagai uang yang dibayarkan kepada pembalas jasa atau sebagai pembayar tenaga yang sudah

³ Sayid Sabiq, *Fiqh Al-Sunnah* (Juz V), (Beirut: Daar Al-Fikr, 1983), Hlm.236

⁴ Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah Di Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), Hlm.147.

⁵ Indah Nuhyatia “Penerapan Dan Aplikasi Akad Wakalah Pada Produk Bank Syariah”. *Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*. Vol. 3. No. 2. (2013), Hlm.95.

dibayarkan untuk melakukan pekerjaan. Dalam bahasa Arab, upah disebut al-ujrah, karena al-ajru berarti iwad (ganti), dan alsawab (pahala) juga disebut al-ajru atau al-ujrah, yang berarti upah. Upah adalah kompensasi atas jasa yang diberikan sebagai imbalan atas keuntungan yang diperoleh dari pekerjaan tertentu.⁶ Upah dalam Islam termasuk dalam ijarah, seperti perjanjian kerja. Istilah "ijarah" berarti upah, pengganti, atau imbalan. Secara umum, ijarah adalah imbalan atas penggunaan barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu atau imbalan atas kegiatan tertentu.⁷ Karena upah merupakan bagian dari pelaksanaan ijarah, ia tidak dapat dipisahkan dari sewa atau ijarah. Ijarah dapat diterapkan secara luas dalam setiap perjanjian dalam bentuk kompensasi atas keuntungan yang telah diperoleh. Secara umum, upah (ujrah) dapat dibagi menjadi dua kategori:

1. Pemberian upah atau imbalan karena menerima manfaat dari sesuatu, seperti rumah, pakaian, dll.
2. Pemberian upah atau imbalan karena melakukan pekerjaan dengan bantuan orang lain, seperti pelayan jenis pertama menghasilkan sewa menyewa dan pelayan jenis kedua menghasilkan pekerjaan.⁸

Upah dapat berupa uang tunai, non tunai, barang dan jasa. Jika upah atau upah disebutkan pada saat akad, upah yang bersangkutan adalah upah yang telah disebutkan. Jika upah tidak disebutkan atau ada perselisihan, upah yang dilaksanakan adalah upah yang sepadan. Oleh karena itu, gaji dibagi menjadi dua

⁶ Ruslan Abdul Ghofur, Konsep Upah Dalam Ekonomi Islam, (Jakarta: Arjasa Pratama, 2020), Hlm.7.

⁷ Wasilatur Rohmaniyah, Fiqih Muamalah Kontemporer, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2019), Hlm.126.

⁸ Ruslan Abdul Ghofur, Konsep Upah Dalam Ekonomi Islam, (Jakarta: Arjasa Pratama, 2020), Hlm.10.

kategori, yaitu:⁹ 1) Ajrun Musamma, atau upah yang telah disebutkan, adalah upah yang disebutkan pada awal transaksi dan harus disertai dengan kerelaan (diterima) kedua belah pihak. 2) Ajrul Mistli, atau upah yang sepadan, adalah upah yang sepadan dengan pekerjaan dan sesuai dengan kondisi pekerjaannya. Oleh karena itu, harta yang dituntut sebagai pengganti dalam suatu transaksi yang serupa Upah atau al-ujrah, menurut uraian di atas, adalah imbalan atau pembayaran yang diberikan seseorang atau organisasi kepada orang lain untuk usaha, kerja, atau pelayanan tertentu.

Dalam kaidah fiqh, akad wakalah bil ujah ini merupakan akad yang baru dalam masalah muamalah modern. Mekanisme titip beli secara *online* ini bersifat jasa dan jual beli, dengan kata-kata "saya titip belikan barang itu" menunjukkan bahwa tujuannya adalah jasa dan jual beli, bukan menitip barang seperti pelafadzan. Dalam satu kaidah fikih, tujuan dan hakekat suatu akad bukan lafadz dan bentuk kalimatnya. Disamping biaya jasa si wakil dan biaya kirim yang harus ditanggung si muwakkil, si wakil akan mengenakan tarif harga barang real real sejumlah yang muwakkil titipkan.¹⁰

Banyak aspek kehidupan manusia diatur oleh Islam. Mulai dari yang paling dasar, seperti etika makan dan minum, hingga yang lebih kompleks, seperti transaksi keuangan dan jual beli. Menurut agama Islam, transaksi apa pun harus

⁹ Gia Dwi Lestari Dkk, "Tinjauan Fatwa DSN MUI No. 80 DSN-MUI/III/2011 Terhadap Penetapan Ujah Pada Produk Mandiri *Online* Sekuritas Trading Syariah". *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*. Vol 6, No. 2, (2020), Hlm.281.

¹⁰ Ardiana, Zandy Sellyfio. "Akad Wakalah Bil Ujah Dan Akad Qard Dalam Penerapan Akad Pembelian Barang". *Dharmasisya Jurnal Program Magister Hukum Fakultas Hukum Universitas Indonesia*. Vol.2 No.2, (2022).

dilakukan dengan kesepakatan kedua belah pihak. Hal tersebut sudah di jelaskan pada Al-Qur'an Surat An-Nisa Ayat 29 yang artinya *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu: sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."* Dalam Islam, ada berbagai macam transaksi yang dilarang. Ini adalah transaksi yang dilarang karena berbagai alasan, seperti:

- Zatnya (objek transaksinya) haram, seperti alkohol dan daging babi Allah sudah jelas mengharankan zat itu secara langsung akan dilarang oleh islam.
- Hal yang haram selain sifatnya (cara transaksinya), bisa disebut harang karena cara transaksinya atau jual belinya yang memang dilarang oleh islam Seperti Tadlis, Ikhtikar, Ba'i Najasy, Gharar, Riba, dan Risywah.
- Perjanjiannya tidak sah atau tidak lengka, jika jual beli yang dilakukan sama-sama ridha atau rela maka sah tapi jika jual beli yang dilakukan tidak rela maka bisa dianggap haram atau tidak sah tansaksinya.¹¹

Tapi biasanya jasa titip dan jual beli yang dilakukan oleh penjual hanya bisa menyebutkan ciri-ciri dan kaakteristik barang tersebut tanpa tahu barang aslinya seperti berat, ukuran, kualitasnya dan kapan waktu bisa diterima oleh pembeli/pihak yang penitip, atau belum ada kejelasan tentang barang tersebut. Dalam jual beli jasa titip ini akan ada pembeli dan dan penjual tentu saja harus sesuai dengan prinsip syariah, juga tidak boleh melenceng dari rukun dan syarat

¹¹ Fiqri, Yudhi Yanuar. "Transaksi Yang Dilarang Dalam Islam". *Al – A 'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, Vol. 04 No.1, (2024).

jual beli dan hal-hal yang dilarang oleh hukum ekonomi syariah. Jika di dalam jasa titip ini ada unsur gharar atau ketidak pastian dan kejelasan mengenai barang tersebut penjual harus menuliskan dalam deskripsi barang yang akan dijual dengan jelas dan rinci.

Dalam beberapa transaksi, islam melarang riba gharar dan penipuan. Hal yang sangat penting yang harus dihindari penjual dan pembeli ketika bertransaksi di jastip ini: Riba, Tidak boleh ada transaksi yang mengandung riba, seperti menambah biaya yang tidak wajar untuk jasa yang diberikan. Gharar (Ketidakpastian), Akad tidak boleh dilakukan jika ada ketidakpastian besar tentang objek transaksi atau biaya yang dikenakan. Penipuan atau Kecurangan, Ini adalah *ilegal* untuk menipu pelanggan atau memanipulasi harga barang. Untuk menghindari melanggar ketentuan yang ada dalam fatwa ini, jasa titip *merchandise k-pop* harus dilakukan sesuai dengan prinsip syariah dengan mempertimbangkan poin-poin tersebut.

Sebenarnya sekarang sudah banyak penggemar *k-pop* yang mengalami masalah diatas, seperti riba, ada beberapa toko jasa titip yang menaikkan harga dan lebih banyak meraup keuntungan jika saja kadang dibandingkan dengan toko lain perbedaan harganya cukup jauh. Gharar, atau ketidak pastian barang tersebut yang dimana sebagai penitip kita tidak tahu barang tersebut asli harga aslinya dan mungkin saja bisa menaikkan harga barang tersebut. Penipuan karena kita tidak mengetahui barang tersebut terkadang ada penjual yang memanfaatkan itu untuk menukar barang yang asli dengan yang palsu seperti kasus baru baru ini dimana ada yang dititipi atau penjual menukar mendeskripsikan bahwa yang di jual atau

jastip tersebut *lightstick* dari salah satu *boygroup* tapi setelah di cek dan di sambungkan ke aplikasi khusus *lightstick* tersebut tidak mau terhubung dan beberapa detail barang dengan yang asli sedikit berbeda yang menandakan barang tersebut palsu.

Namun memang sebagai pembeli kita bisa lebih berhati-hati untuk memilih jasa titip yang sesuai dan dapat terpercaya agar sebagai konsumen kita juga tidak menanggung kerugian. Karena banyak sebenarnya yang membutuhkan jasa titip ini juga diperbolehkan. Tapi pelaku jasa titip ini juga harus menerapkan prinsip hukum ekonomi islam dan sesuai akad wakalah bi al-ujrah agar kedua belah pihak sama-sama tidak mengalami kerugian. Maka dari itu peneliti menjadi tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang : **“Prinsip Transparansi Pada Praktik Jasa Titip *Merchandise K-pop* Menurut Fatwa DSN MUI NO.13/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Wakalah Bi Al-Ujrah. “**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian tersebut maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana prinsip transparansi praktik jasa titip *merchandise k-pop*?
2. Bagaimana praktik jasa titip *merchandise k-pop* menurut fatwa DSN MUI NO.13/DSN-MUI/IX/2017?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan suatu hal yang ingin dicapai sebagai

pemecahan suatu permasalahan yang di hadapi. Berdasarkan permasalahan yang telah di uraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui prinsip transparansi praktik jasa titip *merchandise k-pop*?
2. Untuk mengetahui praktik jasa titip *merchandise k-pop* sudah menurut fatwa DSN MUI No.13/DSN-MUI/IX/2017?

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Penelitian tentang praktik jasa titip *merchandise k-pop* menurut Fatwa DSN MUI No. 13/DSN-MUI/IX/2017 dapat memberikan sejumlah kegunaan yang signifikan bagi penulis maupun bagi masyarakat. Berikut adalah beberapa kegunaan hasil penelitian tersebut:

1. Kegunaan Teoritis

Dengan adanya penelitian jastip ini dapat meningkatkan pemahaman kita tentang konsep-konsep bisnis syariah seperti transparansi, keadilan, dan etika dalam transaksi. Dengan data dan hasil baru, penelitian dapat memperbarui atau mengembangkan teori yang ada agar lebih relevan dengan praktik jastip saat ini. Penelitian yang menganalisis berbagai metode jastip dapat memberikan wawasan tentang strategi yang berhasil dan faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan, sehingga pelaku usaha dapat membuat model yang lebih baik. Penelitian juga dapat memberikan wawasan mendalam tentang perilaku pelanggan saat menggunakan layanan jastip. Pelaku bisnis dapat mengubah layanan mereka untuk memenuhi harapan pelanggan dengan memahami hal-hal seperti kepercayaan dan kebutuhan

yang mempengaruhi keputusan pembeli. Bisnis dapat menggunakan pengetahuan ini untuk membuat kebijakan yang lebih baik dan berhasil. Hasil penelitian dapat membantu pelaku usaha jastip meningkatkan layanan mereka dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik dengan memberikan wawasan yang mendalam tentang teori, model bisnis, perilaku konsumen, dan kebijakan terbaik.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian dapat menunjukkan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Bisnis dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan mengetahui apa yang diinginkan pembeli. Pelaku usaha dapat menggunakan penelitian untuk membuat strategi pemasaran yang lebih baik. Mereka dapat membuat kampanye yang lebih relevan dan menarik dengan memahami tren dan perilaku pelanggan. Penelitian memiliki kemampuan untuk menemukan celah di pasar yang belum dimanfaatkan. Bisnis jastip dapat memanfaatkan informasi ini untuk membuat barang atau layanan baru yang memenuhi permintaan pasar. Pelaku usaha dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan menerapkan temuan penelitian tentang transparansi dan etika bisnis. Ini sangat penting saat membangun hubungan yang akan bertahan lama.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk Peneliti Selanjutnya, temuan penelitian dapat menjadi referensi penting bagi mereka yang ingin melanjutkan penelitian tentang subjek yang sama atau terkait. Penelitian ini dapat mempercepat proses penelitian

selanjutnya dengan memberikan data dan hasil yang sudah ada. Penelitian yang ada dapat menghasilkan gagasan baru dan jawaban atas pertanyaan penelitian. Ini mendorong peneliti untuk meneliti bidang yang mungkin belum banyak diteliti.

E. Penegasan Istilah

Dalam penelitian ada beberapa istilah yang sering disebutkan oleh penulis, agar mudah dipahami dan memudahkan pembahasan selanjutnya maka penulis akan mendeskripsikan sedikit beberapa istilah kunci pada proposal ini, yaitu :

1. Prinsip transparansi dalam bisnis

Transparansi dalam penelitian ini merujuk pada keterbukaan dan kejelasan informasi yang diberikan oleh penyedia jasa titip kepada konsumen mengenai semua aspek transaksi. Ini mencakup informasi tentang biaya, produk, dan syarat-syarat yang terkait dengan jasa titip. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti sifat tembus cahaya, nyata, dan jelas. Basel committee mendefinisikan transparansi sebagai suatu kegiatan untuk menyampaikan informasi yang dapat dipercaya dan tepat waktu kepada publik, sehingga memungkinkan bagi para pengguna informasi untuk memanfaatkannya sesuai dengan kebutuhan. Proses penyampaian informasi tersebut bukanlah hasil dari transparansi, transparansi dapat diraih jika pihak penyedia jasa mampu menyediakan informasi yang relevan, akurat, tepat waktu dan sesuai dengan definisi sebagaimana yang telah disebutkan.¹²

¹² M.Umar Chapra, Corporate Governance Lembaga Keuangan Syariah, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), Hlm. 87.

2. Jasa titip

Bisnis *online* yang memiliki bentuk atau konsep baru mulai muncul secara bertahap, salah satunya adalah bisnis jasa titip, yang biasanya disebut sebagai "jasa jastip". Jasa titip, juga dikenal sebagai "jastip," adalah cara untuk meminta seseorang untuk melakukan sesuatu dan kemudian menerima imbalan yang dianggap sebagai biaya jasa dari pekerjaan yang telah dilakukan oleh individu tersebut. Suatu layanan informal yang diberikan oleh penyedia jasa (pihak yang menawarkan) kepada pengguna jasa untuk mendapatkan suatu barang untuk memenuhi kebutuhan atau hanya untuk keinginan tetapi tidak ingin membeli barang tersebut sendiri di toko yang dijual. Ide bisnis ini membutuhkan modal kecil dan dapat dilakukan kapan saja. Menggunakan jasa titip menghemat waktu, energi, dan biaya perjalanan sekaligus. Seiring perkembangan situasi sosial saat ini, berbagai jenis jastip yang dibutuhkan oleh masyarakat atau pengguna jasa telah muncul. Contohnya termasuk tiket konser, barang branded luar negeri, makanan (jajanan) yang tidak berasal dari produk lokal, produk perawatan kulit atau wajah, dan barang-barang dengan jumlah produk luar negeri yang terbatas.

Bisnis jastip, atau jastip, menjadi populer akhir-akhir ini di kalangan masyarakat, terutama di kalangan remaja. Para bisnis jastip ini pasti memiliki tujuan untuk menawarkan layanan mereka. Target mereka sebagian besar berasal dari penggemar artis *k-pop*, juga dikenal sebagai *k-pop* Fans, yang secara bertahap menjadi anggota atau penggemar. Pengusaha jasa titip ini melakukan promosi atau menawarkan jasanya melalui platform sosial media

seperti Instagram, Twitter, dan situs web dengan biaya jasa yang berbeda, sehingga produk yang diinginkan pelanggan dijual dengan harga sedikit lebih tinggi dari harga asli.¹³

3. *Merchandise K-pop*

Barang-barang yang dijual resmi oleh agensi *idol* yang dinaungi seperti tas, aksesoris, baju dan barang-barang lainnya yang memiliki nama atau foto *idol* tersebut. Keberadaan *merchandise* ini penting bagi penggemar sebagai bentuk dukungan terhadap idola mereka. pembelian *merchandise* berupa album juga membantu dan bentuk dukungan penggemar agar *idol* tersebut memenangkan piala di ajang penghargaan di Korea. *Merchandise* menjadi salah satu sumber pendapatan penting bagi artis dan agensi mereka, membantu mendukung produksi musik dan kegiatan promosi, dan menjadi identitas bagi penggemar, memungkinkan mereka untuk menunjukkan dukungan mereka terhadap artis atau grup favorit mereka. *Merchandise* juga membantu komunitas penggemar bersatu, menciptakan rasa kebersamaan dan ikatan. *Merchandise* sering kali menunjukkan inovasi dan estetika artis *k-pop*, memberikan penggemar kesempatan untuk bergabung dengan budaya pop yang mereka cintai.

4. Penggemar

Orang-orang yang memiliki kesukaan dan kecintaan terhadap artis atau idolanya yang mau menyisihkan waktu dan uang untuk mendukung

¹³ Ardana, Niken Ayu, "Analisis Kesesuaian Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Usaha Jasa Titip (Studi Kasus Pembelian Tiket Konser Para *K-Pop* Fans)". *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. Vol. 10 No.16, (2024).

idolanya, juga orang yang membutuhkan penghiburan dari idolanya yang mungkin dia tidak dapatkan dari orang-orang terdekatnya. Juga memiliki kecintaan yang mendalam terhadap musik, budaya, dan artis dari Korea Selatan. Penggemar ini sering kali terlibat dalam berbagai aktivitas yang menunjukkan dukungan mereka terhadap idola dan grup musik *k-pop*. Penggemar *k-pop* sangat tertarik pada *merchandise* resmi, seperti album, poster, dan barang koleksi. Mereka sering kali menggunakan jasa titip untuk mendapatkan barang-barang yang sulit diakses. Penggemar *k-pop* sangat penting bagi industri musik dunia. Mereka tidak hanya membeli produk, tetapi juga berperan aktif dalam membangun budaya dan komunitas *k-pop*.

F. Sitematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian initerdiri dari lima bab, agar dapat memberikan penjelasan secara sederhana, mudah di pahami oleh pihak manapun dan memudahkan peneliti, maka dari itu penelitian ini memiliki lima bab, adapun sistematika pembahasannya sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan, berisi tentang penggambaran awal dari penelitian ini, yaitu konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sitematika penelitian.

BAB II Kajian Pustaka, pada bab ini berisi tetang landasan teori yang berhubungan dengan kajian yang akan di bahas dalam penelitian ini, yaitu kajian teori mengenai Prinsip Transparansi Pada Praktik Jasa Titip *Merchandise K-Pop* Menurut Fatwa DSN MUI NO.13/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Wakalah Bi Al-Ujah“.

BAB III metode penelitian, pada bab ini berisi tentang metode penelitian yang peneliti gunakan, yaitu : jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian, pada bab ini berisi tentang penjelasan daripaparan data semua data yang sudah peneliti kumpulkan dari lapangan dan data primer maupun sekunder dan dapat dilanjutkan dengan analisis data.

BAB V Analisis penelitian, pada bab ini berisi tentang pembahasan hasil penelitian dari data-data yang peneliti kumpulkan mengenai Prinsip Transparansi Pada Praktik Jasa Titip *Merchandise K-Pop* Menurut Fatwa DSN MUI NO.13/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Wakalah Bi Al-Ujrah. “.

BAB VI Penutup , penutup ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian dan saran skripsi.