

## MEKANISME EVENT FANSIGN MELALUI TRANSAKSI JUAL BELI ALBUM K-POP DI APLIKASI WEVERSE PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH

### Mechanism of Fansign Events through K-Pop Album Sales Transactions on the Weverse Application from the Perspective of Sharia Economic Law

Latifah Azkia & Sofia Ridha

UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi  
latifahazkia1704@gmail.com

#### Article Info:

Submitted: Revised: Accepted: Published:

Dec 30, 2025 Jan 24, 2026 Feb 5, 2026 Feb 10, 2026

#### Abstract

The practice of K-Pop fansign events that require the purchase of physical albums through the Weverse application as a prerequisite for participation in a lottery to meet idols raises legal questions regarding their validity from the perspective of Islamic economic law, particularly concerning the potential element of *maisir* (gambling) in their mechanism. This study aimed to analyze the mechanism of fansign events conducted through the sale and purchase of K-Pop albums on the Weverse application and to examine their compliance with the principles of Islamic economic law. A library research method with a descriptive qualitative approach was employed, using data obtained from Islamic economic law literature, scholarly journals, books, and official information on the Weverse application, which were then analyzed qualitatively using an inductive approach. The results show that the mechanism of fansign events on Weverse begins with the purchase of physical albums, followed by

registration for the fansign lottery and a random drawing to determine the winners, thus, from a *fiqh* perspective, involving a multi-contract system, namely a *salam* sale contract for the album and a *hibah* contract in the form of an opportunity to participate in the fansign lottery. From the perspective of Islamic economic law, this practice may be deemed permissible as long as the purchase of the album is based on the need and intention to own the album, not solely to participate in the lottery, and is not carried out excessively in a way that approximates *maisir*. The implications of this study provide a normative reference for the development of digital transaction practices that are aligned with *sharia* principles, particularly in designing promotional schemes and events that avoid elements of *gharar* and *maisir*.

**Keywords:** Fansign Event; K-Pop Album; Weverse; Sale and Purchase; Islamic Economic Law

**Abstrak:** Praktik *event fansign* dalam industri *K-Pop* yang mensyaratkan pembelian album fisik melalui aplikasi *Weverse* sebagai prasyarat keikutsertaan dalam undian pertemuan dengan idola menimbulkan pertanyaan hukum terkait keabsahannya dalam perspektif hukum ekonomi syariah, khususnya potensi unsur *maisir* (perjudian) dalam mekanismenya. Penelitian ini bertujuan menganalisis mekanisme *event fansign* melalui transaksi jual beli album *K-Pop* di aplikasi *Weverse* serta meninjau kesesuaiannya dengan prinsip hukum ekonomi syariah. Metode yang digunakan adalah penelitian kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan data yang diperoleh dari literatur hukum ekonomi syariah, jurnal ilmiah, buku, dan informasi resmi pada aplikasi *Weverse*, kemudian dianalisis secara kualitatif dengan pendekatan induktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme *event fansign* di *Weverse* diawali dengan pembelian album fisik, dilanjutkan dengan pendaftaran undian *fansign*, dan pengundian secara acak untuk menentukan pemenang, sehingga secara fikih mengandung sistem *multi akad*, yakni akad jual beli *salam* atas album dan akad *hibah* berupa kesempatan mengikuti undian *fansign*. Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, praktik ini dapat dikatakan diperbolehkan sepanjang pembelian album didasarkan pada kebutuhan dan niat untuk memiliki album, bukan semata-mata untuk mengikuti undian, serta tidak dilakukan secara berlebihan sehingga mengarah pada praktik yang mendekati *maisir*. Implikasi penelitian ini memberikan rujukan normatif bagi pengembangan praktik transaksi digital yang selaras dengan prinsip syariah, khususnya dalam merancang skema promosi dan *event* yang menghindari unsur *gharar* dan *maisir*.

**Kata Kunci:** *Event Fansign*; Album *K-Pop*; *Weverse*; Jual Beli; Hukum Ekonomi Syariah

## PENDAHULUAN

Jual beli merupakan salah satu bentuk muamalah atau kegiatan ekonomi yang diharamkan oleh Allah, sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah dalam Al-Qur'an surat An-Nisa' ayat 29 sebagai berikut: artinya "*Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.*"

Allah melarang hamba-hamba-Nya yang beriman memakan harta sebagian dari mereka atas sebagian yang lain dengan cara yang batil, yakni melalui usaha yang tidak diakui oleh syariat, seperti dengan cara riba dan judi serta cara-cara lainnya yang termasuk ke dalam kategori tersebut dengan menggunakan berbagai macam tipuan dan pengelabuan. Maka berniaga lah menurut peraturan yang diakui oleh syariat, yaitu perniagaan yang dilakukan suka sama suka diantara pihak pembeli dan pihak penjual, dan carilah keuntungan dengan cara yang diakui oleh syariat (Nashirudin & Wati, 2022; Sundari & Ridwan, 2022; Primadhany et al., 2023; Fakrurradhi, 2021).

Perkembangan dunia saat ini juga ikut mempengaruhi kegiatan transaksi bermuamalah, dari hal yang bersifat kebutuhan hingga hiburan. Dunia hiburan pun tak luput dengan transaksi yang ada dilingkup sekitarnya. Belakangan ini salah satu industri hiburan yang tengah mencuri banyak perhatian mata dunia adalah Industri Hiburan Korea Selatan (Adella, 2024; Kemala, 2018). Salah satu industri hiburan Korea Selatan yang akhir-akhir ini sedang ramai diperbincangkan dikalangan anak muda adalah *K-Pop* atau *Korean Pop Music* (Kartikasari & Sudrajat, 2022; Wicaksono & Maryana, 2021; Setiawan, 2023).

*K-Pop* merupakan singkatan dari *Korean Pop*, istilah ini mengacu pada musik populer dari Korea Selatan yang mencakup dari berbagai genre musik. *K-Pop* ini juga merupakan ungkapan yang sering digunakan untuk mendeskripsikan jenis musik, lagu, dan tarian yang diproduksi oleh seorang *idol* dari Korea Selatan, termasuk *girl group*, *boy group*, ataupun artis solo (Azzurra & Hijrah, 2024). Biasanya, seorang *idol K-Pop* ini tidak hanya musisi dan penari berbakat saja, tetapi seorang *idol* juga memiliki fitur fisik yang menarik dan menawan (Sakinah et al., 2022).

Industri *K-Pop* tidak hanya menyuguhkan pertunjukan panggung yang memukau, tetapi mereka juga menawarkan beragam produk yang berkaitan dengan *idol K-Pop*. Mulai dari album fisik dan digital, *photocard*, *lightstick*, hingga tiket acara seperti konser, *fanmeeting*, dan lain sebagainya (Marwati et al., 2024; Insani et al., 2024). Produk-produk ini pada umumnya dipromosikan dan dijual pada *website* atau aplikasi *online shop* tertentu seperti Ktown4u, Weverse, Mecimashop, SMTOWN&STORE, YG Select, dan berbagai platform lain sebagainya (Luthfina & Irwansyah, 2020).

Diantara berbagai platform *online shop* diatas, salah satunya terdapat aplikasi multifungsi yang tidak hanya digunakan sebagai *online shop*, tetapi juga sebagai platform komunitas penggemar (*fanbase*) dan media sosial untuk artis dan penggemar, yaitu aplikasi

Weverse. Weverse merupakan platform media sosial khusus *idol* dengan penggemar, aplikasi ini dibuat khusus untuk *idol* dan penggemar agar tercipta suasana komunikasi yang lebih nyaman bagi *idol* maupun penggemar tersebut (Tofani, 2023; Aditiyarani & Sinduwiatmo, 2024; Hirwiza & Lubis, 2023). Aplikasi ini memiliki 10 juta pengguna aktif bulanan dari 245 negara dan wilayah. Data terakhir menunjukkan, dalam kurun waktu pada tahun 2023, jumlah artis di Weverse melonjak dari 71 menjadi 117 artis yang bergabung pada aplikasi Weverse ini (Company, 2025).

Diantara semua produk yang ditawarkan dalam aplikasi Weverse ini, terdapat suatu satu *event* yang cukup menarik dari sistem mekanisme transaksinya. *Event* itu disebut *Event Fansign*. *Event fansign* atau dapat disebut *fansign* saja, merupakan istilah dalam bahasa Inggris yang secara bahasa terdiri atas kata '*fan*' dan '*sign*', *fan* (*fans*) yang artinya penggemar, dan *sign* yang artinya tanda tangan. Jadi berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa *fansign* merupakan acara dimana para penggemar *K-Pop* dapat bertemu langsung dengan idolanya dan mendapatkan tanda tangan (Tambunan et al., 2024). *Event fansign* dapat diadakan secara langsung (*offline*) ataupun melalui *video call* (*online*).

*Fansign* biasanya diadakan untuk promosi album baru dan tiketnya tidak diperjualbelikan. Untuk bisa mengikuti *fansign*, penggemar harus membeli album yang sedang dipromosikan pada aplikasi Weverse tersebut, kemudian setiap pembelian akan mendapatkan kesempatan untuk masuk undian pemenang yang akan mengikuti *event fansign* tersebut (Astra, 2024). Sistem ini dalam istilah *K-pop* biasa disebut dengan *Raffle* atau *Lucky Draw*. *Raffle* merupakan sistem penentuan pemenang *fansign* yang dipilih dengan sistem berbasis undian. Yang berarti setiap album yang dibeli mewakili satu tiket undian. Dengan kata lain, jika seseorang membeli 10 album, maka mereka memiliki 10 kali lipat kesempatan untuk keluar sebagai pemenang.

Berdasarkan ketentuan tersebut, penentuan pemenang *event fansign* di aplikasi Weverse ini dipilih secara acak, semakin banyak album yang dibeli maka semakin besar peluang untuk memenangkan *event* tersebut. Maka dari fakta tersebut, penggemar yang ingin mengikuti *fansign* terkadang harus rela membeli banyak album bahkan hingga ratusan album agar bisa mendapatkan peluang yang lebih besar dan memenangkan undian menghadiri *fansign* tersebut (Dwiyanti et al., 2022). Meskipun demikian, perlu diingat bahwa sistem ini tetap mengandalkan keberuntungan, dan seseorang yang membeli lebih sedikit album masih memiliki peluang untuk menang.

Dalam prinsip hukum ekonomi syariah, seluruh aktivitas perekonomian masyarakat diatur berdasarkan al-Qur'an maupun as-Sunnah, Ijmak dan Qiyas yang mengacu pada lima macam hukum yang sudah pasti tertuang dalam syariah Islam, yaitu wajib, haram, makruh, sunah, dan mubah (Adam, 2019; Abas et al., 2023; Albanjari et al., 2025; Sapi'I et al., 2022). Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh kegiatan transaksi termasuk didalamnya jual beli, harus memenuhi rukun dan syarat yang telah ditetapkan. Dalam Islam, transaksi jual beli tidak diperbolehkan adanya unsur seperti *maisir*, *gharar* dan *riba*, ataupun unsur lain yang membuat akad jual beli tersebut menjadi tidak jelas tujuannya. Hal ini juga disebutkan di KHES dalam pasal 21 huruf d, bahwa akad dilakukan berdasarkan sejumlah asas, salah satunya yaitu: "Luzum/tidak berubah; setiap akad dilakukan dengan tujuan yang jelas dan perhitungan yang cermat, sehingga terhindar dari praktik spekulasi atau *maisir*" (Susanti, 2024)

Tujuan penelitian untuk mengetahui mekanisme event fansign melalui transaksi jual beli album k-pop di aplikasi weverse perspektif hukum ekonomi syariah.

## METODE

Penelitian yang akan penulis lakukan ini merupakan penelitian kepustakaan (*library research*) dengan data utama yang digunakan adalah literatur-literatur yang dapat dikelompokkan kepada bahan kepustakaan (Mahanum, 2021; Abdussamad & Sik, 2021). Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang terkait dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti (Rukhmana et al., 2022). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang analisis datanya lebih mengacu kepada pendeskripsian data-data yang didapatkan melalui literatur kepustakaan dan dituliskan dalam bentuk kata-kata atau kalimat-kalimat verbal dan bukan dalam bentuk angka-angka. Berdasarkan sumber data yang penulis kemukakan sebelumnya maka metode pengumpulan data yang penulis gunakan adalah dengan membaca literatur-literatur utama dan juga mencari informasi pada aplikasi Weverse yang berhubungan dengan permasalahan penelitian. Hasil bacaan dan informasi dari aplikasi Weverse itu selanjutnya disimpulkan dan dituliskan dalam catatan-catatan kecil pada sebuah buku yang dikhususkan untuk mencatat. Aktifitas selanjutnya adalah mengelompokkan data-data tersebut kepada bagian-bagian sesuai dengan sub-sub pembahasan yang sudah disistematiskan dalam penelitian ini. Kemudian penulis menyusun data-data tersebut ke dalam sebuah tulisan atau laporan penelitian.

## HASIL

### Mekanisme Event Fansign Melalui Transaksi Jual Beli Album K-Pop di Aplikasi Weverse

Mekanisme pelaksanaan *event fansign* pada umumnya menjadikan album *K-Pop* sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk bisa mengikuti *event fansign*. Pembelian album *K-Pop* dan pengumuman mengenai *fansign* ini tersedia dan dapat diakses melalui platform yang bekerja sama dengan artis yang akan mengadakan *event fansign*.

Weverse merupakan salah satu platform yang mengadakan *event fansign* dengan artis yang terdaftar dalam aplikasi tersebut. Weverse merupakan platform digital yang populer di kalangan penggemar *K-Pop*, memfasilitasi interaksi antara artis dan penggemar melalui berbagai fitur, termasuk pembelian *merchandise* dan partisipasi dalam *event* khusus seperti *fansign*. Keterlibatan banyak artis dalam mempromosikan produk dan *event* mereka di Weverse menjadikannya platform ini sebagai pilihan bagi penggemar yang ingin memperdalam interaksi dengan idola mereka.

Berdasarkan hasil penelusuran data kepustakaan serta informasi resmi yang tersedia pada aplikasi Weverse, mekanisme pelaksanaan event fansign melalui transaksi jual beli album K-Pop dapat dijelaskan sebagai suatu rangkaian proses yang terstruktur dan sistematis. Mekanisme ini diawali dari proses pembelian album hingga penentuan pemenang undian fansign.

Pertama, pihak penyelenggara (agensi artis atau Weverse Shop) mengumumkan pelaksanaan event fansign bersamaan dengan perilisan album baru. Informasi tersebut mencakup periode pembelian album, syarat dan ketentuan keikutsertaan, jumlah pemenang, serta jadwal pengumuman hasil undian.

Kedua, penggemar yang ingin mengikuti event fansign diwajibkan membeli album fisik K-Pop yang sedang dipromosikan melalui aplikasi Weverse Shop dalam periode yang telah ditentukan. Setiap pembelian satu album secara otomatis memberikan satu kesempatan undian (*raffle entry*) kepada pembeli. Dengan demikian, semakin banyak jumlah album yang dibeli, maka semakin besar pula peluang untuk terpilih sebagai pemenang event fansign.

Ketiga, setelah melakukan pembelian album, penggemar diwajibkan mendaftarkan diri ke dalam undian event fansign dengan mengisi data identitas yang sesuai dengan ketentuan penyelenggara. Proses pendaftaran ini bersifat administratif dan tidak dikenakan biaya tambahan selain harga album.

Keempat, setelah periode pembelian dan pendaftaran ditutup, pihak Weverse akan melakukan proses pengundian secara acak untuk menentukan pemenang event fansign. Pengundian ini dilakukan tanpa mempertimbangkan jumlah album secara langsung, namun berdasarkan sistem peluang dari jumlah entri yang dimiliki masing-masing peserta.

Kelima, pengumuman pemenang event fansign dilakukan secara resmi melalui aplikasi Weverse pada tanggal yang telah ditentukan. Peserta yang dinyatakan menang akan memperoleh hak untuk mengikuti event fansign, baik secara langsung (offline) maupun secara daring (online video call), sesuai dengan konsep acara yang diselenggarakan.

Berdasarkan mekanisme tersebut, dapat disimpulkan bahwa event fansign di aplikasi Weverse tidak menjual tiket acara secara langsung, melainkan menggunakan pembelian album sebagai sarana untuk memperoleh kesempatan mengikuti undian fansign.

## PEMBAHASAN

### 1. Analisis Mekanisme Event Fansign dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Mekanisme pelaksanaan *event fansign* pada umumnya menjadikan album *K-Pop* sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk bisa mengikuti *event fansign*. Pembelian album *K-Pop* dan pengumuman mengenai *fansign* ini tersedia dan dapat diakses melalui platform yang bekerja sama dengan artis yang akan mengadakan *event fansign* (Lestari & Febrieta, 2024).

Weverse merupakan salah satu platform yang mengadakan *event fansign* dengan artis yang terdaftar dalam aplikasi tersebut. Weverse merupakan platform digital yang populer di kalangan penggemar *K-Pop*, memfasilitasi interaksi antara artis dan penggemar melalui berbagai fitur, termasuk pembelian *merchandise* dan partisipasi dalam *event* khusus seperti *fansign*. Keterlibatan banyak artis dalam mempromosikan produk dan *event* mereka di Weverse menjadikannya platform ini sebagai pilihan bagi penggemar yang ingin memperdalam interaksi dengan idola mereka (Lestari & Febrieta, 2024; Wahyuni, S., & Kusuma, R. 2024).

Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, suatu transaksi dinilai sah atau tidak berdasarkan terpenuhinya rukun dan syarat akad serta terbebas dari unsur yang dilarang seperti gharar, maisir, dan riba. Oleh karena itu, mekanisme event fansign melalui pembelian album K-Pop di aplikasi Weverse perlu dianalisis secara mendalam dari sisi akad dan tujuan transaksi.

Berdasarkan hasil penelitian, transaksi pembelian album K-Pop di Weverse dapat dikategorikan sebagai akad jual beli salam, karena pembayaran dilakukan di muka sementara barang (album) diterima di kemudian hari sesuai dengan waktu pengiriman yang ditentukan (Permadani & Saepudin, 2024; Widyawati, 2024). Akad ini pada dasarnya diperbolehkan dalam hukum Islam selama memenuhi syarat dan rukun jual beli salam, yaitu kejelasan harga, spesifikasi barang, dan waktu penyerahan.

Adapun kesempatan mengikuti undian event fansign yang diperoleh setelah pembelian album tidak termasuk ke dalam objek jual beli utama. Kesempatan tersebut lebih tepat dipahami sebagai hibah (pemberian tambahan) dari pihak penjual kepada pembeli. Dengan demikian, dalam satu rangkaian transaksi terjadi multi akad, yaitu akad jual beli salam yang diikuti dengan hibah kesempatan mengikuti undian fansign.

## **2. Kedudukan Undian Event Fansign Ditinjau dari Konsep Maisir**

Undian dalam Islam pada dasarnya tidak serta-merta diharamkan. Undian menjadi terlarang apabila mengandung unsur maisir, yaitu adanya spekulasi yang menyebabkan salah satu pihak memperoleh keuntungan sementara pihak lain mengalami kerugian tanpa adanya pertukaran yang seimbang (Nurjanah et al., 2024; Anti et al., 2025).

Dalam konteks event fansign di Weverse, undian dilakukan setelah transaksi jual beli album yang sah. Pembeli tetap memperoleh album sebagai barang yang bernilai manfaat, terlepas dari menang atau tidaknya dalam undian fansign. Oleh karena itu, secara prinsip tidak terdapat unsur kehilangan harta tanpa imbalan.

Namun demikian, berdasarkan analisis hukum ekonomi syariah, praktik ini menjadi tidak diperbolehkan apabila motivasi utama pembeli bukanlah untuk memiliki album, melainkan semata-mata mengejar peluang undian fansign. Terlebih lagi apabila pembelian dilakukan secara berlebihan (israf) hingga menimbulkan pemborosan dan spekulasi semata, maka praktik tersebut berpotensi mengarah kepada maisir yang dilarang dalam Islam.

## **3. Batasan Kebolehan Event Fansign Menurut Hukum Ekonomi Syariah**

Berdasarkan pembahasan di atas, pelaksanaan event fansign melalui transaksi jual beli album K-Pop di aplikasi Weverse diperbolehkan secara bersyarat, yaitu:

- a. Pembelian album dilakukan dengan niat utama untuk memiliki dan memanfaatkan album tersebut, bukan semata-mata untuk mengikuti undian.
  - b. Jumlah album yang dibeli tidak berlebihan dan tidak mengarah pada pemborosan.
  - c. Undian fansign tidak menjadi objek jual beli yang diperjualbelikan secara langsung.
  - d. Tidak terdapat unsur paksaan, penipuan, atau ketidakjelasan dalam mekanisme transaksi.
- Apabila syarat-syarat tersebut tidak terpenuhi, maka mekanisme event fansign berpotensi mengandung unsur maisir dan bertentangan dengan prinsip hukum ekonomi syariah.

Implikasi penelitian, hasil penelitian ini memiliki implikasi teoretis dan praktis. Secara teoretis, penelitian ini memperkuat kajian hukum ekonomi syariah dalam konteks transaksi digital modern, khususnya praktik jual beli yang dikombinasikan dengan sistem undian pada industri hiburan. Temuan mengenai penerapan multi akad, yaitu akad jual beli salam dan hibah berupa kesempatan mengikuti undian fansign, memperkaya pemahaman tentang fleksibilitas akad syariah dalam menghadapi inovasi transaksi berbasis aplikasi. Secara praktis, penelitian ini memberikan panduan bagi penyelenggara event, platform digital, dan konsumen Muslim agar lebih memperhatikan niat transaksi, proporsionalitas pembelian, serta potensi unsur maisir dalam pelaksanaan event fansign. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi regulator dan praktisi ekonomi syariah dalam merumuskan kebijakan atau pedoman terkait transaksi promosi berbasis undian di era digital.

Batasan penelitian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian hanya menggunakan metode kepustakaan (*library research*) sehingga tidak melibatkan data empiris dari penggemar, penyelenggara, atau pihak Weverse secara langsung. Kedua, objek kajian difokuskan pada satu platform digital, yaitu aplikasi Weverse, sehingga hasil penelitian belum tentu sepenuhnya merepresentasikan mekanisme fansign pada platform lain. Ketiga, analisis hukum ekonomi syariah dalam penelitian ini bersifat normatif dan konseptual, sehingga belum mengkaji secara mendalam dampak psikologis dan ekonomi perilaku konsumtif penggemar terhadap praktik pembelian album dalam jumlah besar.

## KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: **1)** Mekanisme *event fansign* pada aplikasi Weverse pada umumnya mengharuskan pembelian album *K-Pop* sebagai syarat utama bagi penggemar yang ingin berpartisipasi. Langkah awal

untuk mengikuti *event fansign* ini adalah dengan mendaftarkan diri pada aplikasi Weverse, aplikasi tersebut dapat diunduh melalui *Google Play Store*, *iOS*, ataupun perangkat *PC*. Para peserta diarahkan untuk membeli album fisik sebagai syarat utama mengikuti undian, pembelian album ini dilakukan pada menu Weverse Shop dengan membeli album artis yang akan mengadakan *event fansign* pada menu “*Buy Album*” pada halaman pengumuman *fansign* artis tertentu. Setelah melakukan pembelian album, peserta diarahkan untuk mendaftarkan diri untuk mengikuti undian atau seleksi *fansign* dengan mengisi informasi pada halaman “*Enter Raffle*”. Weverse akan melakukan pengundian berdasarkan data pendaftar, pemenang akan diumumkan melalui notifikasi atau dapat diakses melalui pemberitahuan pada halaman ‘*Event*’ oleh artis yang mengadakan *event fansign* tersebut. 2) Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, pelaksanaan *event fansign* ini menerapkan sistem *multi akad*, dimana penggemar membeli album dengan akad jual beli *salam* dan setelahnya menerima hibah berupa kesempatan untuk mengikuti undian *event fansign*. Pelaksanaan jual beli album *K-Pop* di aplikasi Weverse pada dasarnya sah karena telah memenuhi rukun dan syarat jual beli dalam akad *salam*. Terkait hibah yang diterima berupa undian *event fansign*, penulis mengambil kesimpulan bahwa undian *event fansign* ini diperbolehkan dengan syarat bahwa penggemar yang mendapatkan kesempatan mengikuti undian memang berniat membeli album *K-Pop* yang dipromosikan tersebut, bukan semata-mata hanya ingin mengikuti undian. Selain itu, album yang dibeli harus sesuai dengan kebutuhan penggemar dan tidak dibeli secara berlebihan. Namun apabila syarat-syarat tersebut tidak terpenuhi, maka *event fansign* ini tidak diperbolehkan karena penerapannya mengarah kepada praktik perjudian yang dilarang.

Penelitian ini memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan ilmu hukum ekonomi syariah, khususnya dalam kajian muamalah kontemporer berbasis digital. Penelitian ini memperluas ruang diskursus mengenai praktik undian dalam transaksi jual beli modern dan memberikan klasifikasi akad yang lebih jelas terhadap fenomena *fansign* dalam industri *K-Pop*. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi dalam menghubungkan studi hukum Islam dengan fenomena budaya populer global, sehingga membuka peluang kajian interdisipliner antara hukum, ekonomi, dan studi budaya.

Peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian empiris dengan melibatkan responden penggemar *K-Pop*, penyelenggara event, atau pihak platform digital guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif. Penelitian lanjutan juga dapat membandingkan mekanisme event *fansign* pada berbagai platform digital lainnya untuk melihat perbedaan dan persamaannya dari perspektif hukum ekonomi syariah. Selain itu,

penelitian selanjutnya dapat mengkaji dampak perilaku konsumtif dan aspek etika bisnis Islam dalam praktik promosi berbasis undian, serta mengembangkan model transaksi digital yang lebih sesuai dengan prinsip keadilan dan kemaslahatan dalam syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abas, M., Sunarto, S., Sudrajat, A. S. S. N. S., Jumali, E., Qurtubi, A. N., Baroroh, H., ... & Anam, M. (2023). *Hukum Ekonomi Syari'ah*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Syakir Media Press.
- Adam, P. (2019). *Fikih Muamalah Kontemporer*. PT RajaGrafindo Persada.
- Adella, D. (2024). *Penggunaan Soft Power oleh Korea Selatan untuk Meningkatkan Kerja Sama Industri Hiburan dengan Indonesia Tahun 2018–2021* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Adityarani, R., & Sinduwiatmo, K. (2024). Weverse Menghubungkan Boygroup Treasure dan Para Penggemar Mereka. *Interaction Communication Studies Journal*, 1(2), 82–96. <https://doi.org/10.47134/interaction.v1i2.2881>
- Albanjari, F. R., Estede, S., Rineliana, S. E., Jenita, S. E., Purwanto, S. E., Amin, F. H. M., & Sy, M. E. (2025). *Pengantar Ekonomi Syariah*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Anti, Y., Zakiyah, N., & Siregar, R. M. S. (2025). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Undian Berhadiah (Studi Kasus Toko Asrin Siregar Pidoli Dolok Kecamatan Panyabungan). *TAHKIM*, 21(1), 70–85. <https://jurnal.iainambon.ac.id/index.php/tahkim/article/view/9605>
- Astra, R. (2024). Sistem Raffle dalam Event Fansign K-Pop dan Implikasi Perilaku Konsumtif Penggemar. *Jurnal Komunikasi Populer*, 6(1), 45–58.
- Azzurra, D., & Hijrah, N. (2024). Pengaruh Budaya Populer K-Pop Terhadap Fenomena Campur Kode dan Alih Kode di Media Sosial. *ISOLEK: Jurnal Pendidikan, Pengajaran, Bahasa, dan Sastra*, 2(1), 117–225. <https://doi.org/10.59638/isolek.v2i1.278>
- Company, H. (2025). *Weverse platform artist growth and user statistics*. HYBE Corporation.
- Dewi, R. P. (2023). Larangan MAGHRIB (Maysir, Gharar, Riba) dalam Transaksi Jual Beli: Kajian Ekonomi Islam. *EJESH: Journal of Islamic Economics and Social*, 1(1), 23–33. <https://rumahjurnal.iainsasbabel.ac.id/ejesh/article/view/3265>
- Dwiyanti, R., Pratama, A. R., & Lestari, N. (2022). Konsumsi Album K-Pop dan Budaya Fansign di Kalangan Penggemar Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 11(2), 155–168.
- Fakrurradhi, F. (2022). Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam dalam Al-Qur'an Menurut Tafsir Ibnu Katsir. *Al Mashaadir: Jurnal Ilmu Syariah*, 2(2), 1–15. <https://doi.org/10.52029/jis.v2i2.55>
- Hirwiza, T. L., & Lubis, F. H. (2023). Persepsi Penggemar K-Pop (Korean Pop) Tentang Aplikasi Weverse Sebagai Media Komunikasi Penggemar dan Idolanya. *KESKAP: Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi dan Administrasi Publik*, 2(2), 164–169. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/keskap/article/view/16065>

- Insani, I. M. I., Iqbal, M., & Rakhman, M. A. (2024). Dampak Budaya Korean Pop dalam Perilaku Konsumerisme di Kalangan Penggemar K-Pop UKM Hallyu-Up Edutainment. *The Indonesian Journal of Social Studies*, 7(1), 39–53. <https://doi.org/10.26740/ijss.v7n1.p39-53>
- Kartikasari, D., & Sudrajat, A. (2022). Fenomena K-Pop sebagai Budaya Populer Global. *Jurnal Kajian Budaya*, 4(1), 1–14.
- Kemala, A. (2018). Globalisasi Industri Hiburan Jepang dan Korea: Pengaruh terhadap Perspektif Publik Antar Negara. *Global: Jurnal Politik Internasional*, 20(2), 201–222. <https://doi.org/10.7454/global.v20i2.336>
- Lestari, R., & Febrieta, D. (2024). Transaksi Digital dan Promosi Berbasis Event dalam Industri Hiburan Korea. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 7(1), 88–101.
- Luthfina, S., & Irwansyah, I. (2020). Studi Fenomenologi: Penggunaan Aplikasi Weverse Shop oleh ARMY. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 324–339. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3527>
- Mahanum, M. (2021). Tinjauan Kepustakaan. *ALACRITY: Journal of Education*, 1–12. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.20>
- Mahipal, M., Suryana, M. P., Hidayat, N. A., Putri, N. S., & Putri, J. S. (2025). Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Pembelian Emas Elektronik di Platform Digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 11300–11305. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/26489>
- Marwati, S., Rahman, F., & Putri, A. (2024). Merchandise K-Pop dan Strategi Pemasaran Fandom. *Jurnal Manajemen Bisnis Kreatif*, 5(2), 60–74.
- Nashirudin, M., & Wati, S. (2022). Prinsip Keadilan dalam Transaksi Muamalah Perspektif Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Islam*, 6(1), 25–40.
- Nurjanah, D. I., Fitriana, F., Anisa, R., Darmawan, D., & Cahya Jaweda, P. M. (2025). Konsep Gharar dan Maisir dalam Transaksi Ekonomi Fikih Mu'amalah. *Al-Fiqh*, 2(3), Article 368. <https://doi.org/10.59996/al-fiqh.v2i3.368>
- Permadani, R. A., & Saepudin, E. (2024). Tinjauan Fatwa DSN MUI Nomor 111/DSN-MUI/IX/2017 Terhadap Praktik Jual Beli Merchandise K-Pop Melalui Weverse Shop. *Jurnal Hukum dan Administrasi Publik*, 2(1), 1–12.
- Primadhany, E. F., Baihaki, B., & Makrup, Z. (2023). Akad Mudharabah dan Relevansinya dengan Ayat Muamalah pada Transaksi Teknologi Finansial Syariah. *TAWAZUN: Journal of Sharia Economic Law*, 6(1), 70–88. <https://doi.org/10.21043/tawazun.v6i1.16149>
- Rukhmana, T., Darwis, D., IP, S., Alatas, A. R., Tarigan, W. J., Mufidah, Z. R., ... & ST, S. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Rey Media Grafika.
- Sakinah, R., Maulana, H., & Yusuf, M. (2022). Idol K-Pop dan Konstruksi Citra Visual dalam Industri Hiburan Korea. *Jurnal Media dan Budaya Populer*, 3(2), 99–112.
- Sapi'i, S. H. I., Imam Asrofi, S. E. I., LM, I. P., Feri Irawan, S. E. I., & Agus Salihin, M. E. (2022). *Transaksi dalam Ekonomi Islam*. Edu Publisher.
- Sari, I. N., & Ledista, L. (2022). Gharar dan Maysir dalam Transaksi Ekonomi Islam. *Izdihar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 22–40. <https://doi.org/10.32764/izdihar.v2i2.2610>

- Setiyawan, R. (2023). *Dalam Bayang-Bayang Budaya Populer dan Kuasa Negara*. UMSurabaya Publishing.
- Sundari, A., & Ridwan, A. H. (2022). Tafsir dan Hadist Sukuk Obligasi Syariah (Mengungkap Konsep Transaksi Kebatilan dalam QS. An-Nisa: 29). *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(6), 2464–2472.
- Susanti, R. (2024). Asas Luzum dalam KHES dan Penerapannya pada Transaksi Digital. *Jurnal Legislasi Islam*, 8(1), 1–15.
- Tambunan, D., Prakoso, E., & Laily, N. (2024). Fan Meeting dan Fansign dalam Industri K-Pop: Studi Budaya Populer. *Jurnal Kajian Global*, 9(1), 34–48.
- Tofani, R. (2023). Media Sosial Idol–Fan Interaction pada Platform Weverse. *Jurnal Ilmu Komunikasi Digital*, 5(2), 70–85.
- Umami, S. R., Muzakkiy, M. S., & Muis, A. (2024). Muamalah dalam Hukum Jual Beli Online Menurut Syariat Islam dan Negara. *Jurnal Masharif Al-Syariah*, 9(5). <https://journal.umsida.ac.id/index.php/masharif/article/view/24653>
- Wahyuni, S., & Kusuma, R. (2024). Platform Digital dan Loyalitas Fandom K-Pop. *Jurnal Ekonomi Digital*, 4(1), 52–66.
- Wicaksono, M. A., & Maryana, D. (2021). Pengaruh Fenomena Tren Korean Wave dalam Perkembangan Fashion Style di Indonesia. *Jurnal Sosial-Politika*, 2(2), 74–85. <https://doi.org/10.54144/jsp.v2i2.35>
- Widyawati, T. (2024). *Analisis Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli dengan Sistem Pre-Order Album K-Pop Secara Online di Shopee* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Zulfaa, N. (2018). Bentuk Maisir dalam Transaksi Keuangan. *Jurnal Hukum Ekonomi Islam*, 2(1), 1–14. <https://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/jhei/article/view/52>