

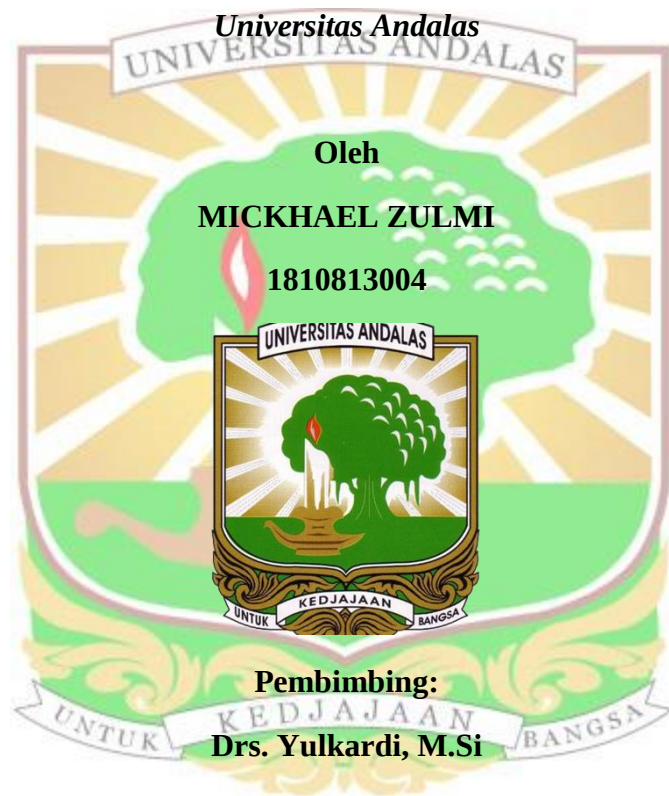
**TERBUKANYA PELUANG PENYELUNDUPAN IPHONE *BLACK MARKET*
DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

Tugas Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Sosial

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Andalas



Oleh

MICKHAEL ZULMI

1810813004

Pembimbing:

Drs. Yulkardi, M.Si

DEPARTEMEN SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG 2025

ABSTRAK

MICKHAEL ZULMI, 1810813004. Departemen Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas Padang. Judul Skripsi: Terbukanya Peluang Penyelundupan iPhone *Black Market* di Kota Padang. Pembimbing Drs. Yulkardi, M. Si.

iPhone black market merupakan iPhone yang diselundupkan ke dalam negeri tanpa melalui jalur resmi dan menghindari sistem perpajakan, berbeda dengan iPhone legal yang didistribusikan oleh distributor resmi yang tersertifikasi pemerintah. Selain itu, terdapat juga iPhone refurbished, yaitu iPhone bekas yang diperbaiki dan bisa berstatus legal atau black market. iPhone black market sering kali menyerupai produk asli namun tidak original, yang banyak diminati terutama oleh anak muda karena harganya yang lebih murah. Dalam era digital, pemasaran iPhone black market semakin mudah dilakukan melalui media sosial dan platform e-commerce, yang memungkinkan promosi global tanpa biaya tinggi dan tanpa perlu tatap muka. E-commerce menjadi sarana efektif pemasaran, selain rekomendasi dari teman atau komunitas. Tujuan utama dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan interaksi dualitas agen dan struktur dalam pemasaran iPhone black market di Kota Padang. Sedangkan tujuan khususnya adalah Mendeskripsikan faktor *social constraining* (membatasi) dan faktor *social enabling* (memungkinkan) dalam pemasaran iPhone black market di Kota Padang.

Penelitian ini menggunakan teori strukturasi oleh Anthony Giddens. Pendekatan penelitian yang digunakan untuk memperoleh data adalah metode kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif, yang mana data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi dan pengumpulan data sekunder.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa faktor social constraining atau yang membatasi pemasaran iPhone *black market* ini diantaranya norma sosial dan etika masyarakat, pengaruh hukum dan regulasi, kepercayaan konsumen terhadap garansi dan keamanan produk, kesadaran ekonomi dan daya beli konsumen, persaingan dengan produk resmi dan kredit pembelian, hambatan sosial yang dihadapi oleh agen. Sedangkan faktor social enabling atau yang memungkinkan dalam pemasaran iPhone *black market* ini ialah adanya gengsi sosial dan simbol status, normalisasi terjadinya praktik *black market*, pengaruh teman sebaya dan lingkungan sosial, kurangnya literasi konsumen, kesenjangan sosial dan ekonomi serta jaringan sosial dan relasi personal sebagai modal utama.

Kata Kunci: Pemasaran, iPhone, Black Market.

ABSTRACT

MICKHAEL ZULMI, 1810813004. Department of Sociology, Faculty of Social and Political Sciences, Andalas University, Padang. Thesis Title: The Smuggling of Black Market iPhones in the City of Padang. Supervisor: Drs. Yulkardi, M.Si.

The black market iPhone refers to iPhones that are smuggled into the country through unofficial channels and evade the national taxation system, in contrast to legal iPhones, which are distributed by government-certified official distributors. Additionally, there are refurbished iPhones—used iPhones that have been repaired and restored—which can have either legal or black market status. Black market iPhones often resemble genuine products but are not original, and are especially popular among young people due to their lower prices. In the digital era, the marketing of black market iPhones has become increasingly easier through social media and e-commerce platforms, which allow global promotion at low cost and without the need for face-to-face interaction. E-commerce serves as an effective marketing tool, in addition to peer or community recommendations. The main objective of this study is to describe the duality of agency and structure in the marketing of black market iPhones in Padang City. The specific objective is to describe the social constraining and social enabling factors in the marketing of black market iPhones in Padang City.

This study uses Anthony Giddens' structuration theory. The research approach used to collect data is qualitative with a descriptive research type, in which data was obtained through in-depth interviews, observation, and secondary data collection.

Based on the findings, the **social constraining factors** that limit black market iPhone marketing include social norms and ethics, the influence of laws and regulations, consumer trust in product warranties and safety, economic awareness and purchasing power, competition from official products and installment options, and social barriers faced by agents. On the other hand, the **social enabling factors** that support black market iPhone marketing include social prestige and status symbols, normalization of black market practices, peer and social environment influence, low consumer literacy, social and economic inequality, and the use of social networks and personal relationships as key capital.

Keywords: Marketing, iPhone, Black Market

