

## ABSTRAK

Gurindam Bayu Bangsawan, Persaingan Ekonomi Majelis Shalawat di Tulungagung. Skripsi Tulungagung: Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, IAIN Tulungagung, 2019.

Penelitian ini bertujuan untuk fokus melihat bagaimana persaingan antar majelis sholawat, tidak hanya persaingan identitas tetapi pada persaingan ekonominya. Sebab, shalawat memiliki makna berbeda bagi beberapa orang-orang Muslim, yaitu sebagai suatu bentuk penampilan kesalehan, ketaatan pada ajaran agama, dan juga perwujudan ibadah. Menjamurnya majelis ini dapat dikategorikan dalam terminologi baru dikalangan muslim yakni muslim kelas menengah Muslim. Kelas menengah, yang memang memiliki kekuatan ekonomi dan berwawasan luas, dengan mudah dapat mengakses dan mengikuti beberapa kegiatan keagamaan yang secara spesifik dirancang dan disediakan khusus bagi mereka. Kondisi itulah yang kemudian menciptakan “habitus” yang mengedepankan komoditisasi dan komodifikasi Islam secara berulang sebagai modal kultural sekaligus sebagai identitas.

Adapun rumusan masalah yang diajukan meliputi: 1) Bagaimana latar belakang berdirinya majelis shalawat di Tulungagung?, 2) Apa saja bentuk-bentuk kegiatan majelis shalawat yang memiliki dampak ekonomi?, dan 3) Bagaimana bentuk persaingan ekonomi antar majelis shalawat?

Tujuan penelitian ini yaitu, 1) Untuk mengetahui dan memahami sejarah berdirinya majelis shalawat di Tulungagung, 2) Untuk mengetahui dan memahami bentuk-bentuk kegiatan majelis shalawat yang memiliki dampak ekonomi, dan 3) Untuk mengetahui dan memahami bentuk persaingan ekonomi antar mejelis shalawat.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Untuk mengumpulkan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Hasil penelitian ini adalah 1) Awal mula munculnya Gebyar shalawat di Tulungagung ini ditandai dengan hadirnya Habib Syekh di wilayah mataraman tepatnya berada di pondok Lirboyo Kediri, 2) Kegiatan shalawat ternyata merubah relasi audiences (Nahdliyin) dengan artis (Habib), relasi yang terbentuk ini pada dasarnya sama dengan model *franchise* (waralaba), dan 3) dengan menghadirkan atribut-atribut material, panggung “megah”, paket pesanan *sound system* dan proyektor dan pembuat film, dibentuk dari standarisasi penginderaan yang dikondisikan dan disituasikan secara hiperestesis.

Kata Kunci: Persaingan Ekonomi, Majlis Shalawat, dan Muslim Kelas Menengah

## ABSTRACT

Gurindam Bayu Bangsawan, *Economic Competition of the Shalawat Council in Tulungagung*. Tulungagung Thesis: Faculty of Ushuluddin, Adab, and Da'wah, IAIN Tulungagung, 2019.

This study aims to focus on looking at how competition between sholawat assemblies, not only identity competition but on economic competition. Because, blessings have different meanings for some Muslims, namely as a form of appearance of piety, obedience to religious teachings, and also the embodiment of worship. The mushrooming of this assembly can be categorized in new terminology among Muslims namely Muslim middle class Muslims. The middle class, which does have economic power and broad-mindedness, can easily access and participate in several religious activities specifically designed and provided specifically for them. That condition then creates "habitus" which prioritizes the commoditization and commodification of Islam as a cultural capital. as well as identity.

As for the formulation of the problems proposed include: 1) What is the background of the founding of the shalawat council in Tulungagung ?, 2) What are the forms of shalawat council activities that have an economic impact?

The purpose of this study are, 1) To find out and understand the history of the founding of the shalawat assembly in Tulungagung, 2) To know and understand the forms of shalawat assembly activities that have economic impacts, and 3) To find out and understand the forms of economic competition among shalawat assemblies.

In this study, researchers used qualitative research methods. To collect data using observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques used in this study were descriptive data in the form of written or oral words from people and observed behavior.

The results of this study are 1) The beginning of the emergence of the Gebyar shalawat in Tulungagung was marked by the presence of the Habib Shaykh in the mataraman region precisely in the Lirboyo Kediri cottage, 2) The activity of shalawat turned out to change the relationship of audiences (Nahdliyin) with the artist (Habib), this formed relationship basically the same as the franchise model (franchise), and 3) by presenting material attributes, the "grand" stage, sound system and projector order packages and filmmakers, formed from standardized sensing standardization and hyperesthetic situation.

Keywords: Economic Competition, Majlis Shalawat, and Middle Class Muslims