**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang**

Dalam pandangan ajaran Islam, segala sesuatu harus dilakukan dengan rapi, benar, tertib, dan teratur, proses-prosesnya pun juga harus di ikuti dengan baik, sesuatu tidak boleh dilakukan secara asal-asalan. Hal ini merupakan prinsip utama dalam ajaran Islam. Arahan pekerjaan yang jelas, landasan yang mantab dan cara-cara mendapatkan yang transparan, merupakan amal yang dicintai Allah SWT. Sebenarnya manajemen dalam arti mengatur segala sesuatu agar dilakukan dengan baik, tepat dan tuntas merupakan hal yang disyariatkan dalam ajaran Islam. Demikian pula jika kita melakukan sesuatu itu dengan baik, benar, terencana dan terorganisasi dengan rapi, maka kita akan terhindar dari keragu-raguan dalam memutuskan sesuatu atau dalam melaksanakan sesuatu.

Proses-proses manajemen pada dasarnya adalah perencanaan segala sesuatu secara mantab untuk melahirkan keyakinan yang berdampak pada melakukan sesuai dengan aturan serta memiliki manfaat. Perbuatan yang tidak ada manfaatnya adalah sama dengan perbuatan yang tidak pernah direncanakan. Jika perbuatan itu tidak pernah direncanakan, maka tidak termasuk dalam ketegori manajemen yang baik.[[1]](#footnote-2)

Untuk mendapat rezeki dan mencapai kemakmuran, tidak perlu meninggalkan moral. Manusia harus pandai bersyukur, artinya antara lain maupun melihat potensi dan kesempatan yang terbuka (karena rezeki Allah itu tidak terhitung jumlahnya). Manusia tidak boleh mengabdi kepada nafsu yang merupakan manifiestasi dari langkah-langkah setan, melainkan harus mengabdi kepada Allah SWT. Mengabdi kepada Allah tak lain adalah mencari rezeki secara etis. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur’an QS Al-Baqarah (2): 172.

“*Hai orang-orang yang beriman, makanlah rezeki yang baik-baik yang kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah jika kamu benar-benar mengabdi hanya kepada Allah*”.[[2]](#footnote-3)

Dalam bisnis Syari’ah atau pekerjaan apapun jenisnya, Islam menegaskan bahwa sumber rezeki itu adalah Allah, Al-Qur’an secara tegas menyatakan bahwa manusia mempunyai hak langsung dari Allah SWT untuk mencari rezeki dengan berusaha, bekerja atau menyumbangkan tenaga dalam proses produksi masyarakat. Sesuai dengan firman Allah dalam Al-Qur’an, Qs.ar-Ruum (30):37.

“*Allah yang melapangkan rezeki bagi siapa yang dikehendaki-Nya dan dia pula yang memperbaikinya*”.[[3]](#footnote-4)

 Dalam ayat diatas dikatakan bahwasannya Allah akan melapangkan rezeki bagi siapa yang dikehendaki-Nya dan dia pula yang menyempitkan. Hal ini menjelaskan bahwa dalam mengatur kehidupan dunia, peranan manusia tidak akan sama. Kepintaran dan jabatan seseorang tidak akan sama. Bagi siapapun yang ingin berubah, berusaha dan melakukan suatu pekerjaanyang halal maka Allah akan melapangkan rezeki orang tersebut. Jadi dapat disimpulkan bahwasanya setiap manusia yang dilakukan oleh manusia, selama itu masih berada pada jalan yang diridhoi oleh Allah SWT maka akan dibukakan rezeki yang luas.

Asas-asas ekonomi Islam. Sistem ekonomi mencangkup pembahasan tentang cara perolehan harta kekayaan dan pemanfaatannya baiki untuk kegiatan konsumsi maupun distribusi. Dalam hukum syara’ dijelaskan bagaimana seharusnya harta kekayaan (barang dan jasa) diperoleh, juga menjelaskan bagaimana manusia mengelola (mengkonsumsi) dan (mengembangkan) harta bagaimana mendistribusikan kekayaan yang ada. Inilah yang sesungguhnya dianggap oleh Islam sebagai masalah ekonomi bagi suatu masyarakat.

Dalam Islam Allah menganjurkan setiap manusia untuk mencari rizki Allah dengan cara halal atau yang tidak dilarang dalam ajaran Islam. Terkait dengan perkembangan zaman yang semakin maju, maka dalam melakukan usaha setiap orang harus mempertimbangkan bagaimana cara untuk mendapatkan keuntungan baik secara finansial atau dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Untuk menghadapinya diperlukan kekuatan-kekuatan atau daya saing terutama dalam pemberian kepuasan atau pelayanan kepada konsumen antara lain:

1. Daya saing kualitas, artinya kualitas yang diberikan harus bisa bersaing dengan baik. Dengan kata lain, alat-alat yang disediakan lebih baik dibandingkan dengan usaha yang sama di tempat lain.
2. Daya saing harga, artinya tidak akan mungkin suatu usaha akan memenangkan persaingan jika harga yang ditawarkan terlalu mahal sedangkan kualitas yang diberikan hanya biasa-biasa saja.
3. Daya saing marketing atau pemasaran, artinya setiap usaha harus bisa dikenal secara luas oleh masyarakat terkait dengan usaha yang akan dijalankan. Daya saing jaringan kerja artinya suatu bisnis tidak akan memiliki daya saing dan akan kalah jika bermain sendiri. Bermain sendiri hal ini memiliki arti tidak adanya kerjasama dengan jaringan atau lembaga lainnya yang mempunyai sinergi sama dengan bisnis lain di berbagai bidang.[[4]](#footnote-5)

Terkait dengan hal diatas maka peneliti melakukan studi lapangan tentang dunia musik yang banyak berkembang saat ini dengan pesat, sebenarnya telah banyak membuka peluang untuk berbisnis penyewaan studio musik. Kebanyakan orang enggan menjajaki bisnis ini lantaran butuh modal yang besar hanya untuk membeli peralatan alat-alat musik, disamping itu pula untuk mengelola studio musik pemilik harus mengerti tentang kualitas alat-alat musik.

Tingginya angka minat terhadap musik ini sangat menjanjikan jika membuka peluang bisnis persewaan alat-alat musik atau studio musik. Musik juga sebagai salah satu sarana yang cukup penting bagi setiap konsumen yang mencintai musik dituntut untuk dapat memberikan fungsi, pelayanan dan fasilitas yang memadai. Konsumen musik juga bukan hanya membutuhkan studio musik tapi juga melatih kemampuan musisikal mereka, melainkan melatih aksi panggung mereka.

Ada beberapa faktor yang perlu digaris bawahi dalam penyewaan studio musik. Musik merupakan salah satu pembangkit semangat dalam hidup untuk melakukan kegiatan apapun, selain itu dalam bermusik dapat memberikan suatu inspirasi untuk lebih semangat dalam hidup. Saat ini musik sedang menjadi tren dalam mengasah bakat anak muda untuk mengekspresikan gaya dan talenta. Musik juga menjadi penyalur kegiatan remaja untuk mengekspresikan dirinya. Dengan musik juga kenakalan remaja dapat diminimalisir karena energi yang dalam diri remaja dapat tersalurkan dalam musik.

Dalam hal bisnis penyewaan studio musik ada beberapa hal sangat menarik dalam bidang usaha ini. Di Kabupaten Tulungagung ada studio musik yang ternama yaitu Studio Musik Jamuz. Studio musik Jamuz Beji Tulungagung ada beberapa strategi dalam bidang pemasaran dan pelayanan. Dalam pengelolaan studio musik Jamuz dilengkapi fasilitas yang lengkap di dalam studio disamping itu pula memakai sound system yang berkualitas tinggi sehingga suara yang dikeluarkan sangat menggelegar. Dalam studio musik di Jamuz alat-alat musiknya lengkap kualitasnya sangat bagus dan berkualitas tinggi, alat-alat tersebut didatangkan dari pusat alat-alat musik pusat dari luar kota maka kualitas dan nada yang dihasilkan sangatlah padu dan mempunyai power yang tinggi, harga sewa alat-alat musik ini sangat terjangkau tidak terlalu mahal. Selain itu pula pengelola studio musik Jamuz juga mengedepankan dalam pelayanan terhadap konsumen yang menggunakan jasa studio musik ini pelayanan yang sangat bagus juga memiliki daya tarik terhadap konsumen itu sendiri, merupakan salah satu dalam bidang pemasaran, sehingga para konsumen diberi kemudahan apabila masih belum begitu tahu atau pun kurang mengerti dalam memainkan alat-alat musik pengelola studio musik Jamuz memberikan saran-saran atau pun masukan bagaimana melatih *skill* di bidang musik juga memberikan motivasi untuk membangkitkan semangat konsumen. Dalam bidang penyewaan studio musik Jamuz tidak hanya menyewakan alat-alat di studio tetapi juga menjadi sponsor dalam suatu acara acara musik band, sehingga dalam even tersebut konsumen biar lebih tau tentang kualitas alat-alat musik yang disewakan. Bidang pemasaran pengenalan alat-alat musik di Jamuz juga mempromosikan lewat brosur yang disebarkan dibeberapa sekolahan ataupun kampus sehingga mempermudah pengenalan studio ke para konsumen.

Dalam hal ini bisnis penyewaan studio musik juga menguntungkan pihak studio guna menjadikan bisnis untuk membantu perekonomian keluarga. Namun juga ada beberapa permasalahan dalam menjalankan bisnis usaha studio musik, baik dalam hal manajemen maupun pemasaran serta peningkatan kualitas studio yang akan ditinjau dari perspektif pemasaran syari’ah. Hal-hal inilah yang nantinya akan diteliti oleh peneliti. Terkait dengan hal diatas maka dari peneliti akan melakukan studi lapangan tentang studio musik dengan judul “USAHA RENTAL STUDIO MUSIK JAMUZ TULUNGAGUNG DITINJAU DARI PERSPEKTIF PEMASARAN SYARI’AH”.

1. **Fokus Penelitian**
2. Bagaimana sistem pemasaran rental studio musik Jamuz Tulungagung?
3. Bagaimana sistem pemasaran studio musik Jamuz Tulungagung ditinjau dari perspektif Pemasaran Syari’ah?
4. **Tujuan Penelitian**
5. Untuk mengetahui sistem pemasaran studio musik Jamuz Tulungagung.
6. Untuk mengetahui sistem pemasaran studio musik Jamuz Tulungagung yang ditinjau dari perspektif pemasaran Syari’ah.
7. **Kegunaan Hasil Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Praktis
2. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi ilmu serta tambahan wawasan pengetahuan, tentang teknik pengelolaan studio musik, cara meningikatkan kualitas studio musik dan juga faktor-faktor penghambat pengelolaan studio musik. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui dan mengkaji tentang hal tersebut.

1. Bagi pemilik usaha rental studio musik

Bahwasannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan motivasi kepada pemilik usaha rental studio musik agar lebih memperhatikan cara-cara meningkatkan mutu dan juga agar lebih meminimalisir faktor-faktor penghambat pemasaran dan pengelolaan usaha studio musik.

1. Secara Teoritis
2. Bagi Keilmuan Ekonomi Islam

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan penyempurnaan dalam pengembangan keilmuan Pemasaran Syari’ah dan Ekonomi Islam khususnya mengenai usaha dalam meningkatkan persewaaan studio musik, serta penelitian ini guna memberikan masukan untuk meningkatkan perekonomian dalam bidang usaha studio musik.

1. Bagi Pemasaran Syari’ah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan inspirasi dalam mengingkatkan manajemen penggelolaan dalam menjelankan usaha studio musik, serta dalam bidang pemasaran kepada konsumen agar dalam menjalankan usaha berjalan dengan apa yang diharapkan.

1. **Penegasan Istilah**

Karena adanya keterbatasan waktu, dana, teori-teori supaya peneliti dapat dilakukan secara lebih mendalam, maka tidak semua masalah akan diteliti. Untuk menghindari penafsiran yang berbeda-beda, maka dalam pembahasan ini penulis memberi penegasan judul untuk menguraikan kata-kata sebagai berikut:

1. Secara Konseptual
2. Usaha: adalah suatu kegiatan dengan mengarahkan tenaga dan fikiran untuk mencapai tujuan kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu yang bertujuan untuk mencukupi kebutuhan hidup.[[5]](#footnote-6)
3. Studio musik: adalah ruangan atau sekelompok ruangan yang digunakan untuk berlatih musik. Sebagian besar studio musik memiliki alat musik lengkap seperti: -drum -guitar -keyboard -bass -amplifier -mixer –microphone.[[6]](#footnote-7)
4. Pemasaran syari’ah: Sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada *stek holdernya,* yang didalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.[[7]](#footnote-8)
5. Ekonomi Islam: adalah pengertahuan dalam penerapan hukum Syari’ah untuk mencegah terjadinya ketidak adilan atas pemanfaatan dan pembuangan sumber-sumber material dengan tujuan untuk memberikan kepuasan manusia dan melakukan sebagai kewajiban kepada Allah SWT dan masyarakat.[[8]](#footnote-9)
6. Secara Operasional

Secara operasional kajian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana sistem pemasaran studio musik Jamuz Tulungagung dan bagaimana sistem pemasaran studio musik Jamuz Tulungagung yang ditinjau dari perspektif pemasaran syariah.

1. **Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika Penulisan Skripsi ini disajikan dalam 5 (lima) bab, dan di setiap bab terdapat sub-sub bab sebagai perinciannya. Maka sistematika pembahansannya sebagai berikut:

Bab I dimaksudkan untuk memberikan gambaran secara singkat apa yang akan dibahas dalam skripsi. Bab pertama membahas tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah, sistematika pembahasan

Bab II membahas tentang kajian pustaka yang terdiri kajian pustaka yang terdiri dari teori pemasaran, foundasi ekonomi Islam, pemasaran syari’ah, prinsip-prinsip pemasaran syari’ah, serta nilai-nilai keimanan yang ditinjau dari perspektif pemasaran syari’ah, dan penelitian terdahulu.

Bab III membahas tentang metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, prosedur pengumpulan data, teknik analisa data, pengecekan keabsahan temuan dan tahap-tahap penelitian

Bab VI membahas tentang hasil penelitian, diskripsi obyek penelitian, paparan data penelitian, dan pembahasan strategi pemasaran studio musik Jamuz Tulungagung dan, strategi pemasaran studio musik Jamuz Tulungagung yang ditinjau dari perspektif pemasaran syari’ah.

Bab V membahas tentang penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran dari peneliti. Demikian garis besar pembahasan skripsi ini, untuk selengkapnya dibahas dalam uraian selanjutnya.

1. Ali Hasan. *Manajemen Bisnis Syari’ah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hal .91 [↑](#footnote-ref-2)
2. Depag RI, *Al-Qur`an dan Terjemahnya,* (Jakarta: Departemen Agama Islam RI, 1971), hal. 42 [↑](#footnote-ref-3)
3. Depag RI, *Al-Qur`an dan Terjemahnya,* (Jakarta: Departemen Agama Islam RI, 1971), hal. 646 [↑](#footnote-ref-4)
4. Didin Hafidhudin, Hendri Tanjung, *Manajemen Syari’ah Dalam Praktik*. (Jakarta: Gema Insani, 2003), hal. 44-45 [↑](#footnote-ref-5)
5. <http://mencobausahaaa.blogspot.com/>, diakses 20 mei 2014, jam 08.00 [↑](#footnote-ref-6)
6. [http://wwwstudiomusic.blogspot.com/2010/12/studio-music-band.html. diakses 20 mei 2014](http://wwwstudiomusic.blogspot.com/2010/12/studio-music-band.html.%20diakses%2020%20mei%202014), jam. 08.00 [↑](#footnote-ref-7)
7. Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syari’ah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), hal.139 [↑](#footnote-ref-8)
8. Muhammad, *Ekonomi Mikro Islam dalam perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), hal 6 [↑](#footnote-ref-9)