

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Disadari atau tidak, media telah banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari, semenjak abad ke-19 televisi sudah dikenal masyarakat umum hingga saat ini. Dewasa ini sudah hampir semua bidang menggunakan televisi sebagai suatu sarana untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat luas, dan sebagai media hiburan salah satunya dalam bidang perfilman. Penggunaan media televisi ternyata mampu memberikan bantuan yang cukup berarti dalam kegiatan penelitian, baik untuk kepentingan ekonomi, akademik, dan lain sebagainya. Film ternyata mampu memberikan prediksi dan rekomendasi terhadap kondisi-kondisi yang mungkin muncul berkaitan dengan masalah yang dihadapi.

Banyak orang menonton film-film hiburan, film seni, dokumenter, kartun, film eksperimental, atau film pendek mengenai pendidikan. Penonton film semakin bertambah seiring dengan berkembangnya keberadaan satelit, tv kabel, internet atau perkembangan jenis video seperti DVD yang bisa melakukan *playback*.

Film dipercaya menjadi sebuah media yang paling besar dapat memberikan pengaruh bagaimana cara menjalani hidup. Bukan karena film dapat mengingatkan akan sebuah memori kehidupan. Tetapi juga dapat memerankan sebuah masa perubahan hidup seperti yang ditayangkan oleh

pemeran dalam film yang ditonton. Dengan begitu film tidak hanya mempengaruhi bagaimana cara menjalani hidup, tetapi juga mempengaruhi cara berfikir masyarakat. Film dapat membuat kita berfikir sejenak akan sesuatu yang telah dilewati, memasuki dan mengerti budaya yang berbeda, dan menambah pengalaman *estetis* melalui keindahan yang disajikan oleh sebuah film. Dengan mempelajari film-film lama dan sejarahnya, kita dapat mengetahui bagaimana cara orang berfikir dari waktu ke waktu. Sejarah film adalah lebih dari sekadar objek filmnya saja. Selain itu, dengan mempelajari kebudayaan dan pengaruh sosial pada film, kita dapat melacak jejak isu-isu yang sedang mempengaruhi masyarakat pada jamannya.¹

Dalam perkembangannya film tidak hanya digunakan sebagai media hiburan tetapi juga digunakan sebagai media penyampai pesan. Film mengisahkan tentang berbagai nilai-nilai kehidupan, seperti halnya sosial, politik, nasionalism, sejarah, agama, cinta, bahkan ekonomi.

Ketika berbicara tentang ekonomi tidak akan lepas dari kata bisnis. Bisnis menjadi bagian penting dalam kegiatan ekonomi. Ada dua cara untuk sukses dalam bisnis. Salah satu cara adalah dengan mendaki jenjang perusahaan-perusahaan, cara lain yang lebih beresiko adalah dengan memulai bisnis sendiri menjadi pengusaha. Ketika siap untuk sukses maka juga siap akan resiko untuk gagal. Sebelum menerima tantangan kewirausahaan, terlebih dahulu harus mempelajari orang-orang yang berhasil untuk memahami

¹ Nanang Ganda Perwira, "Sejarah Perkembangan Film" dalam, <http://file.upi.edu/Direktori/FPBS/JUR. PEND SENI RUPA/196202071987031-NANANG GANDA PERWIRA/sejarah film.pdf>, diakses pada 30 April 2014.

prosesnya. Dapat dilakukan dengan bertanya langsung kepada mereka atau membaca tentang mereka.²

Mendefinisikan kewirausahaan dengan penekanan pada penciptaan hal-hal baru dikemukakan sebagaimana dikutip dari Rukka, menurut Joseph Schumpeter bahwa kewirausahaan adalah melakukan hal-hal baru atau melakukan hal-hal yang sudah dilakukan dengan cara baru, termasuk di dalamnya penciptaan produk baru dengan kualitas baru, metode produksi, pasar, sumber pasokan dan organisasi.³

Sejalan dengan penekanan pada penciptaan hal-hal baru dan resiko, dikutip dari Rukka, Buku Ajar Kewirausahaan menurut Hisrich, Peters dan Sheperd mendefinisikan kewirausahaan sebagai proses penciptaan sesuatu yang baru pada nilai menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan, menanggung risiko keuangan, fisik, serta resiko sosial yang mengiringi, menerima imbalan moneter yang dihasilkan, serta kepuasan dan kebebasan pribadi.⁴

Wennekers dan Thurik mendefinisikan kewirausahaan dengan mensintesisikan peran fungsional wirausahawan sebagai kemampuan dan kemauan nyata seorang individu, yang berasal dari diri mereka sendiri, dalam tim di dalam maupun luar organisasi yang ada, untuk menemukan dan menciptakan peluang ekonomi baru yang meliputi produk, metode produksi, skema organisasi dan kombinasi barang-pasar serta untuk memperkenalkan

² William G. Nikels, et al., *Pengantar Bisnis* Terj. Elevita Yuliati, et al (Jakarta: Salemba Empat, 2009),10.

³ Rusli Mohammad Rukka, *Buku Ajar Kewirausahaan* (Makasar: Lembaga Kajian dan Pengembangan Pendidikan Universitas Hasanudin, 2011), 20.

⁴ *ibid.*

ide-ide mereka kepada pasar, dalam menghadapi ketidakpastian dan rintangan lain, dengan membuat keputusan mengenai lokasi, bentuk dan kegunaan dari sumberdaya dan instusi, sebagaimana dikutip dari Rukka.⁵

Hal ini sejalan dengan definisi yang tertuang dalam Inpres No. 4 Tahun 1995 yang mendefinisikan kewirausahaan sebagai semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan memperoleh keuntungan yang lebih besar.⁶

Kewirausahaan merupakan bagian kecil dari sebuah bisnis. Sama halnya dengan pengertian bisnis secara umum, bisnis Islam dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas), kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, yang membedakan ialah dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya, adanya aturan halal dan haram.⁷

Pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Menurut Al-Syaibani, sebagaimana dikutip dalam Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam-Karim, *al-kasb* (kerja) sebagai mencari perolehan harta melalui berbagai cara yang halal. Dalam ilmu ekonomi, aktifitas tersebut termasuk dalam proses

⁵ Ibid.

⁶ Presiden RI ke-2 Soeharto, "Inpres No. 4 Tahun 1995", dalam <http://www.bphn.go.id/data/documents/95ip004.doc>, diakses pada 30 Mei 2014.

⁷ Akhmad Nur Zaroni, "Bisnis dalam Perspektif Islam", Jurnal Ekonomi, Mazahib Vol. IV, No. 2, 2007), 5.

produksi. Produksi dalam ekonomi Islam, aktifitas produksi yang yang terkait dengan halal dan haramnya suatu barang atau jasa dan cara memperolehnya. Al-Syaibani menegaskan bahwa kerja yang merupakan unsur utama produksi mempunyai kedudukan yang penting dalam kehidupan karena menunjang pelaksanaan ibadah kepada Allah SWT, karenanya hukum bekerja adalah wajib.⁸ Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah SWT menghalalkan jual beli. Seperti yang tercantum dalam surat Al-Baqoroh ayat 275 :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ
مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَاتْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ
النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”⁹

⁸ Adiwarmar Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), 257-258.

⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Kudus: Menara Kudus, 2006), 69.

Jual beli adalah bagian dari bekerja, dan dapat diartikan sebagai bisnis. Allah menghalalkan segala jenis jual beli atau bisnis. Tak terkecuali dalam berwirausaha.

Allah SWT melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan untuk mencari rizki. Sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah pada surat Al-Mulk ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”¹⁰

‘Berjalanlah di segala penjurunya’ dapat ditafsirkan sebagai berjalan atau keluar untuk berusaha mencari rizki salah satunya dengan berwirausaha dan dikuatkan dengan kalimat selanjutnya ‘makanlah sebagian dari rizki Nya.’

Dan dijelaskan kembali pada surat Al-A’raf ayat 10:

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعِيشًا قَلِيلًا ۗ مَا تَشْكُرُونَ ﴿١٠﴾

“Sesungguhnya Kami telah menempatkan kamu sekalian di muka bumi dan Kami adakan bagimu di muka bumi (sumber) penghidupan. Amat sedikitlah kamu bersyukur.”¹¹

Bagian penting dari sebuah bisnis ialah pemasaran. Pemasaran dapat didefinisikan sebagai strategi bisnis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan *values* dari satu inisiator kepada *stakeholder*-nya. Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin

¹⁰ Ibid., 956.

¹¹ Ibid., 222.

untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri.¹²

Perlunya akhlak dalam kegiatan ekonomi secara keseluruhan, lebih khusus lagi akhlak dalam pemasaran kepada masyarakat dari sudut pandangan Islam. Kegiatan pemasaran seharusnya dikembalikan pada karakteristik yang sebenarnya. Yakni religius, beretika, realistis dan menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan. Inilah yang dinamakan *marketing* syariah dan konsep terbaik *marketing* untuk sekarang dan masa depan. Prinsip *marketing* yang berakhlak seharusnya diterapkan. Jika nilai-nilai akhlak, moral dan etika sudah diabaikan, sangat dikhawatirkan dapat berhubungan dengan kultur masyarakat.

Pemasaran dalam perpektif Islam adalah ekonomi yang *Rabbani (divinity)*, realistis, humanis dan seimbang. Inilah yang membedakan sistem ekonomi Islam dengan sistem ekonomi konvensional. *Marketing* menurut Islam memiliki nilai dan karakteristik yang menarik. Pemasaran syariah meyakini perbuatan seseorang akan dimintai pertanggungjawabannya kelak. Selain itu, *marketing* syariah mengutamakan nilai-nilai akhlak dan etika moral dalam pelaksanaannya. Oleh karena itu, *marketing* syariah menjadi penting bagi para tenaga pemasaran untuk melakukan penetrasi pasar.¹³

Bisnis bergerak dalam berbagai bidang, tidak hanya di bidang konveksi, obat-obatan, tetapi juga pada makanan. Juga pada bisnis makanan olahan dan

¹² Hermawan Kertajaya, et al., *Syariah Marketing* (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006), 140.

¹³ Wiwi Dwi Desi Yanti, "Manajemen Pemasaran Islam dalam Pandangan Islam", dalam <http://definisiwirausahamenurutahli.blogspot.com/2013/06/manajemen-pemasaran-dalam-pandangan.html>, diakses pada 20 Maret 2014.

makanan ringan seperti rumput laut. Rumput laut merupakan salah satu sumber daya hayati yang terdapat di wilayah pesisir dan laut. Istilah "rumput laut" adalah rancu secara botani karena dipakai untuk dua kelompok "tumbuhan" yang berbeda. Dalam bahasa Indonesia, istilah rumput laut dipakai untuk menyebut baik gulma laut dan lamun.¹⁴

Rumput laut adalah salah satu jenis dari makanan laut yang berkhasiat untuk kesehatan tubuh. Semua jenis rumput laut mulai dari Dulse, Bladderwrack, Kombu, Sea Lettuce, hingga Nori dikenal kaya akan protein yang baik untuk peningkatan kualitas kesehatan tubuh. Beberapa manfaat mengkonsumsi rumput laut: kaya akan vitamin, menjaga kesehatan tiroid, kaya akan serat, mencegah kanker, mampu mendetoks tubuh. Rumput laut tidak hanya menjadi olahan makanan tetapi juga dijadikan bahan kosmetik dan obat herbal.

Rumput laut adalah makanan olahan yang dahulunya hanya ditemukan di daerah pesisir. Tetapi tidak untuk sekarang, olahan rumput laut banyak juga ditemukan di pasar-pasar modern. Ketika datang ke supermarket seperti *Indomart* dan *Alfamart* di sudut tempat makanan selalu terdapat rumput laut kemasan salah satunya yang di impor dari Thailand dengan merek Tao Kae Noi.

Film *Top Secret: The Billionaire* menjelaskan bagaimana rumput laut kemasan Tao Kae Noi bisa mudah didapatkan di berbagai negara bahkan di Indonesia. Diangkat dari kisah nyata, mengisahkan perjuangan seorang

¹⁴ id.wikipedia.org/wiki/Gulma_laut/, diakses pada 20 Maret 2014.

pengusaha muda bernama Top Ittipat diperankan oleh Peach Pachara yang merintis usahanya dari nol, dari usaha *game online*, bisnis DVD, kacang merah, dan terakhir bisnis rumput laut yang hingga mencapai kesuksesan.¹⁵

Tidak hanya sebagai hiburan saja, film *Top Secret: The Billionaire* mengandung nilai-nilai motivasi dan semangat untuk mencapai tujuan, yang menarik untuk dikaji. Secara tersirat menjelaskan, bagaimana langkah menjadi wirausaha yang sukses. Dalam prakteknya, berbisnis tidak hanya seperti terdapat dalam teori, pengalaman hidup dan semangat pantang menyerah yang lebih penting untuk mencapai kesuksesan. Tidak hanya hal tersebut, film *Top Secret: The Billionaire* juga menjelaskan bagaimana suatu strategi pemasaran yang baik dan bisa digunakan sebagai salah satu strategi dalam dunia bisnis.

Melihat kondisi tersebut peneliti tertarik untuk meneliti tentang “**Analisis Strategi Pemasaran Islami dalam Prespektif Kewirausahaan pada Film Top Secret: The Billionaire (Rumput Laut Tae Kae Noi)**”

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Dari latar belakang di atas, dapat diperoleh identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh media televisi sebagai penyampai pesan.
2. Pengaruh film dalam kehidupan masyarakat.
3. Kewirausahaan sebagai unsur penting pada bisnis.
4. Perkembangan pemikiran Al-Syaibani dalam kaitannya dengan bisnis.
5. Kewirausahaan dalam prespektif Islam.

¹⁵ Songyos Sugmakanan, *Film TOP Secret* (GMM Thai Hub), 2011.

6. Marketing dalam ranah Islam.
7. Karakteristik rumput laut dengan keberagaman fungsi.
8. Nilai-nilai kewirausahaan dalam film Top Secret: The Billionaire.
9. Strategi pemasaran Islam dan prespektif kewirausahaan pada film Top Secret: The Billionaire.

Berdasarkan identifikasi masalah dan kemampuan penulis dalam mengidentifikasi masalah, maka dalam penelitian ini akan dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Nilai-nilai kewirausahaan dalam film Top Secret: The Billionaire.
2. Strategi pemasaran Islami dalam prespektif kewirausahaan pada film Top Secret: The Billionaire.

C. Rumusan Masalah

1. Apa saja nilai-nilai kewirausahaan dalam film Top Secret: The Billionaire?
2. Bagaimana analisis strategi pemasaran Islam dalam prespektif kewirausahaan pada film Top Secret: The Billionaire?

D. Kajian Pustaka

Penelitian yang saya lakukan berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Islam dalam Prespektif Kewirausahaan pada Film Top Secret: The Billionaire (Rumput Laut Tao Kae Noi)”. Penelitian ini tentu tidak lepas dari berbagai penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai acuan dan juga referensi.

Pertama, penelitian yang berjudul “Pengaruh Strategi Marketing Kelas Coba Gratis terhadap Preferensi Konsumen” oleh Uswatun Ratnasari, yang meneliti tentang pengaruh strategi marketing kelas coba gratis dengan

preferensi konsumen lembaga pengembangan inovasi pembelajaran Ayo Cerdas Indonesia dan seberapa besar pengaruh tersebut. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara strategi marketing kelas coba gratis dengan preferensi konsumen lembaga pengembangan inovasi pembelajaran Ayo Cerdas Indonesia, yang berpengaruh sebesar 28,4 % .¹⁶

Kedua, penelitian yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Nasabah Wanita Pekerja Sektor Formal BRI Syariah KC Surabaya Gubeng” oleh Tyas Parwanti, yang penelitiannya ingin menunjukkan respon tentang loyalitas nasabah wanita terhadap bauran pemasaran. Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah tidak cukup besar pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas nasabah wanita pekerja sektor formal disebabkan oleh ada faktor selain 4 indikator bauran pemasaran.¹⁷

Ketiga, penelitian yang berjudul “Konsep *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* pada Waralaba Bakmi Tebet Menurut Prinsip Syariah” oleh Annisa Dyah Utami. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sistem pelaksanaan waralaba, pembayaran *franchise fee* dan pembagian *royalty fee* pada Bakmi Tebet, sesuai atau tidak dengan prinsip syariah dan respon *franchise* terhadap *franchise fee* dan *royalty fee*. Hasil penelitian ini menunjukkan sistem waralaba Bakmi Tebet sesuai dengan konsep *musyarakah Al-Abdan* dan *Al-Inan*, yang keduanya terdapat unsur keadilan dan kerelaan antara kedua belah pihak. Besarnya *franchise fee* yang ditetapkan manajemen Bakmi Tebet pada setiap

¹⁶ Uswatun Ratnasari, “Pengaruh Strategi Marketing Kelas Coba Gratis terhadap Preferensi Konsumen” (Skripsi--Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2013).

¹⁷ Tyas Parwanti, “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Nasabah Wanita Pekerja Sektor Formal BRI Syariah KC Surabaya Gubeng” (Skripsi--Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2013).

cabangnya tidak sama satu sama lain bergantung pada biaya yang dibutuhkan untuk membuka suatu cabang.¹⁸

Keempat, penelitian yang berjudul “Konsep Kewirausahaan dalam Al-Qur’an” oleh Khafid Alfikri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna kewirausahaan dalam istilah Al-Qur’an dari berbagai penafsiran ayat-ayat yang terkait. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah: 1) berwirausaha harus memiliki motivasi, etika dan cara-cara yang baik dalam berwirausaha. 2) istilah kewirausahaan dalam Al-Qur’an menggunakan bahasa yang berbeda yakni mencari rezki dan bekerja keras jadi kewirausahaan masuk pada kategori mencari rezki dengan cara usaha yang mandiri. 3) ketika terjun ke dunia usaha harus memiliki sikap/karakteristik yang sesuai dengan Al-Qur’an (*akhlak al-karimah*), berorientasi pada suatu yang bermanfaat, memperhatikan aspek halal-haram dan memiliki manajemen yang baik dalam pengolahannya.¹⁹

Kelima, penelitian yang berjudul “Nilai-Nilai Pendidikan Islam yang Terkandung dalam Film Hafalan Sholat Delisa” oleh Nur Hadini Fitriana. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pesan-pesan yang ada dalam sebuah karya film yakni tentang nilai-nilai dari pendidikan Islam. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai-nilai yang terkandung pendidikan Islam yang terkandung dalam film Hafalan Sholat Delisa meliputi:

- 1) nilai kebersihan dan kesucian dalam menjalankan perintah sholat. 2) nilai

¹⁸ Annisa Dyah Utami, “Konsep *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* pada Waralaba Bakmi Tebet Menurut Prinsip Syariah” (Skripsi--Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2010).

¹⁹ Khafid Alfikri, “Konsep Kewirausahaan dalam Al-Qur’an” (Skripsi--Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2013).

kejujuran dalam perkataan maupun perbuatan sehari-hari baik terhadap orang tua, guru maupun teman sekitar. 3) nilai tentang kesabaran yang tinggi ditunjukkan ketika mendapat musibah yang besar, seolah-olah tidak mampu menghadapinya. 4) nilai kedisiplinan dalam beribadah utamanya dalam melaksanakan sholat fardhu lima waktu yang dapat mendisiplinkan diri dalam melakukan aktifitas sehari-hari. 5) nilai keikhlasan dalam hati serta perbuatan, ditujukan ketika melakukan ibadah dan perbuatan mulia apapun hanya ditujukan kepada Allah SWT bukan lantaran menghendaki adanya pemberian hadiah atas usaha dari manusia, yang berarti *lillahi ta'ala*.²⁰

Berbagai penelitian terdahulu yang pernah dibaca oleh peneliti, lima penelitian di ataslah yang dianggap paling berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan sekarang ini, akan tetapi penelitian yang akan diteliti oleh penulis terkait kasus yang diangkat tidaklah sama. Seperti tercantum di atas penelitian pertama sampai dengan ketiga hanya mempunyai variabel penelitian strategi pemasaran namun tidak membahas mengenai kewirausahaan dan subjek penelitian yang digunakan berbeda, tidak menggunakan film dalam penelitiannya. Begitu juga penelitian keempat variabel dan subjek penelitian yang digunakan berbeda, tetapi mempunyai kesamaan dalam konsep kewirausahaan Islam. Sedangkan penelitian kelima subjek yang digunakan sama, yaitu menggunakan film sebagai sumber primer namun variabel yang diteliti berbeda, yaitu mengenai nilai-nilai pendidikan Islam. Sehingga penelitian ini merupakan penelitian yang baru (original).

²⁰ Nur Hadini Fitriana, "Nilai-nilai Pendidikan Islam yang Terkandung dalam Film Hafalan Sholat Delisa" (Skripsi--Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2013).

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui nilai-nilai kewirausahaan dalam film Top Secret: The Billionaire.
2. Untuk menganalisis strategi pemasaran Islam dalam perspektif kewirausahaan pada film Top Secret: The Billionaire.

F. Kegunaan Hasil Penelitian

1. Secara Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap pengembangan ilmu ekonomi khususnya dalam pemasaran dan kewirausahaan dalam perspektif Islam.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi wahana dalam meningkatkan kompetensi penelitian dan penulisan serta ilmu pengetahuan.

2. Secara praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu sumber informasi/rujukan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya pemasaran dan kewirausahaan perspektif Islam.

G. Definisi Operasional

Agar lebih memudahkan dalam memahami skripsi ini, maka penelitian ini mendefinisikan beberapa istilah, antara lain:

Pertama, strategi pemasaran Islam, strategi pemasaran adalah satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengomunikasikan,

cara menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya.²¹ Sedangkan dalam prinsip Islam, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri.²²

Kedua, kewirausahaan secara etimologi berasal dari kata “wira” yang berarti teladan dan “usaha” yang berarti kemampuan yang memperoleh manfaat, jadi wirausaha ialah kegiatan yang berkemampuan keras dalam melakukan tindakan yang bermanfaat.²³

Ketiga, film *Top Secret* yaitu film yang diproduksi GMM Thai Hub mengisahkan perjalanan bisnis seorang milyuner muda bernama Top Ittipat berasal dari Thailand dengan produknya Tao Kae Noi.

Berdasarkan uraian di atas maka akan muncul Analisis Strategi Pemasaran Islam dalam Perspektif Kewirausahaan Pada Film *Top Secret: The Billionaire*.

²¹ Philip Kotler, *Marketing*, cetakan 12 (Jakarta: Erlangga, 2010), 6.

²² Hermawan Kertajaya, et al., *Syariah Marketing* . . ., 140.

²³ Tarsis Tarmudji, *Prinsip-Prinsip Kewirausahaan* (Jogjakarta: Liberty, 2008), 4.

H. Metode Penelitian

1) Data

Data yang dikumpulkan peneliti adalah data mengenai strategi pemasaran Islam dalam konteks kewirausahaan dalam film Top Secret: The Billionaire.

2) Sumber Data

Dalam penelitian ini digunakan dua metode pengambilan data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer ialah data pokok atau utama yang diperoleh dari sumber data oleh peneliti untuk tujuan yang khusus. Penelitian ini menggunakan file film Top Secret sebagai sumber data primer.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu data yang diperoleh peneliti dari video iklan rumput laut Tao Kae Noi, internet mengenai info film, biografi Top Ittipat dan perjalanan bisnis Top. Juga data pendukung yang berasal dari buku, artikel, jurnal maupun literatur lain, meliputi: pemasaran, strategi pemasaran dalam konteks Islam, kewirausahaan, dan lain sebagainya. Beberapa diantaranya: buku Syariah Marketing karangan Herman Kartajaya, buku Kewirausahaan karya Kasmir, Manajemen Strategik karya M. Taufiq Amir dan lain sebagainya.

3) Subjek Penelitian

Adapun objek penelitian ini adalah file film Top Secret: The Billionaire produksi GMM Thai Hub yang menceritakan perjalanan bisnis Milyuner muda Top Ittipat.

4) Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini:

Penelitian ini bersifat kualitatif, secara lebih rinci teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung.²⁴ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi tidak berstruktur, yaitu observasi yang dilakukan tanpa menggunakan *guide observasi*. Dengan demikian, pada observasi ini peneliti secara pribadi mengembangkan daya pengamatannya dalam mengamati suatu objek. Pada observasi ini yang terpenting adalah peneliti harus menguasai “ilmu” tentang objek secara umum dari objek yang akan diamati. Berbeda dengan observasi partisipasi, peneliti tidak perlu memahami secara teoritis objek penelitian terlebih dahulu.²⁵

²⁴ Nana Syaodih Sukmadinata, *Jenis-jenis Penelitian*, Cet III (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), 220.

²⁵ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Kencana, 2010), 116.

Dalam hal ini peneliti mengkaji dan menganalisis nilai-nilai strategi pemasaran Islam pada film *Top Secret: The Billionaire*.

2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subjek penelitian, namun melalui dokumen, yaitu menghimpun data fisik terkait dengan permasalahan yang diteliti. Metode dokumentasi disebut juga metode dokumenter. Metode ini adalah metode yang digunakan untuk mengetahui data historis. Dengan demikian, bahan dokumentasi memegang peranan yang amat penting.²⁶

Walau metode ini terbanyak digunakan pada penelitian ilmu sejarah, namun kemudian ilmu-ilmu sosial lain secara serius menggunakan metode pengumpulan data. Karena sejumlah besar fakta dan sosial tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Sebagian besar data yang tersedia adalah berbentuk surat-surat, catatan-catatan harian, cinderamata, laporan dan sebagainya.

3. Bahan Visual

Bahan visual dapat bermacam-macam jenisnya seperti film, video, *slide*, grafis, dan sebagainya. Bahan visual bermanfaat untuk mengungkapkan suatu keterkaitan antara objek penelitian dengan peristiwa di masa silam atau peristiwa saat ini. Bahan

²⁶ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Rasearch* (Bandung: Alumni, 1995), 170.

visual juga memiliki makna secara spesifik terhadap objek atau informan penelitian.²⁷

4. Penelusuran data *online*

Perkembangan internet yang sudah semakin maju dan pesat telah mampu menjawab berbagai kebutuhan masyarakat, menjadikan media *online* seperti internet sebagai salah satu medium yang bermanfaat bagi penelusuran berbagai informasi, mulai dari informasi teoritis maupun data primer ataupun sekunder yang diinginkan oleh peneliti untuk kebutuhan penelitian. Adanya metode penelusuran data *online* untuk memanfaatkan data *online* yang ada. Metode penelusuran data *online* adalah tata cara melakukan penelusuran data melalui media *online* seperti internet atau media jaringan lainnya yang menyediakan fasilitas *online* sehingga memungkinkan peneliti dapat memanfaatkan data informasi *online* yang berupa data maupun teori, secepat dan semudah mungkin, serta dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.²⁸

5) Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul maka selanjutnya dilakukan pengolahan data dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

Data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini dikelola menggunakan penelitian deskriptif analisis. Jenis penelitian ini, dalam

²⁷ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif...*, 122.

²⁸ *Ibid.*, 124-125.

deskripsinya juga mengandung uraian-uraian, tetapi fokusnya terletak pada analisis hubungan antara variabel.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik-teknik pengolahan data sebagai berikut:

- a. *Editing*, yaitu pemeriksaan kembali dari semua data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapannya, kejelasan makna, keselarasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian.²⁹ Dalam hal ini penulis akan mengambil data yang akan dianalisis dengan rumusan masalah saja.
- b. *Organizing*, yaitu menyusun kembali data yang telah didapat dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis.³⁰ Penulis melakukan pengelompokan data yang dibutuhkan untuk dianalisis dan menyusun data tersebut dengan sistematis untuk memudahkan penulis dalam menganalisis data.
- c. Penemuan Hasil, yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan, yang akhirnya merupakan sebuah jawaban dari rumusan masalah.³¹

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D* (Bandung: Alfa Beta, 2008), 243.

³⁰ *Ibid.*, 245.

³¹ *Ibid.*, 246.

6) Teknik Analisis Data

Data yang telah berhasil dikumpulkan selanjutnya akan dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu analisis yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati dengan metode yang telah ditentukan.³² Metode deskriptif analisis merupakan metode yang bertujuan mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap suatu objek penelitian yang diteliti melalui sampel atau data yang terkumpul dan membuat kesimpulan yang berlaku secara umum.³³ Peneliti menggunakan teknik ini karena yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, dimana memerlukan data-data untuk menggambarkan suatu fenomena yang apa adanya (alamiah). Sehingga benar salahnya, sudah sesuai dengan peristiwa yang sebenarnya. Kemudian data tersebut diolah dan dianalisis dengan pola pikir induktif yang berarti pola pikir yang berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti, dianalisis dan disimpulkan sehingga pemecahan persoalan atau solusi tersebut dapat berlaku secara umum. Peneliti mengkaji dan menganalisis secara mendalam Film *Top Secret: The Billionaire* untuk mendapatkan informasi mengenai strategi pemasaran dalam konsep Islam dan nilai-nilai kewirausahaan yang terkandung dalam film tersebut.

³²Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif* (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), 143.

³³<http://www.bimbingan.org/pengertian-pendekatan-deskriptif-analitis.htm>, 29 April 2014.

I. Sistematika Pembahasan

Penulisan skripsi ini dibagi dalam beberapa bab yang terdiri dari lima bab, yaitu:

Bab pertama, berupa pendahuluan yang memuat uraian mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab dua, berisi sebagai dasar kajian untuk menjawab permasalahan yang ada pada penelitian ini. Dalam bab ini dibahas teori-teori yang menjadi dasar pedoman tema penelitian yang diangkat. Hal ini merupakan studi literatur dari berbagai referensi. Meliputi teori kewirausahaan dan teori strategi pemasaran dalam konteks Islam.

Bab tiga, memuat deskripsi data yang berkenaan dengan variabel yang diteliti secara obyektif dalam arti tidak dicampur dengan opini peneliti, yakni mengenai film *Top Secret: The Billionaire*.

Bab empat, membahas hasil-hasil yang didapat dari data yang kemudian dijabarkan secara terperinci hasil-hasil yang didapat dari pengolahan data, yakni mengenai nilai-nilai kewirausahaan dan strategi pemasaran Islam dalam prespektif kewirausahaan yang terkandung dalam film *Top Secret: The Billionaire*.

Bab lima, merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an. Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Kudus: Menara Kudus, 2006.
- Alfikri, Khafid. "Konsep Kewirausahaan dalam Al-Qur'an". Skripsi--Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2013.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana, 2010.
- . *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press, 2001.
- Fitriana, Nur Hadini. "Nilai-nilai Pendidikan Islam yang Terkandung dalam Film Hafalan Sholat Delisa". Skripsi--Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2013.
- Karim, Adiwarmarman Azwar. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.
- Kartono, Kartini. *Pengantar Metodologi Rasearch*. Bandung: Alumni, 1995.
- Kertajaya, Hermawan, et al., *Syariah Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006.
- Kotler, Philip. *Marketing*, cetakan 12. Jakarta: Erlangga, 2010.
- Nikels, William G, et al. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Parwanti, Tyas. "Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Nasabah Wanita Pekerja Sektor Formal BRI Syariah KC Surabaya Gubeng". Skripsi--Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2013.
- Perwira, Nanang Ganda. "Sejarah Perkembangan Film", dalam <http://file.upi.edu/Direktori/FPBS/JUR.PENDSENIRUPA/196202071987031-NANANGGANDAPERWIRA/sejarahfilm.pdf>, diakses pada 30 April 2014.

- Ratnasari, Uswatun. “Pengaruh Strategi Marketing Kelas Coba Gratis terhadap Preferensi Konsumen” (Sripsi--Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2013)
- Rozi, Fahrur. “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan”. Skripsi--Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2013.
- Rukka, Rusli Mohammad. *Buku Ajar Kewirausahaan*. Makasar: Lembaga Kajian dan Pengembangan Pendidikan Universitas Hasanudin, 2011.
- Soeharto. “Inpres No. 4 Tahun 1995”, dalam <http://www.bphn.go.id/data/documents/95ip004.doc>, diakses pada 30 Mei 2014.
- Sugmakanan, Songyos. *Film TOP Secret*. GMM Thai Hub, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfa Beta, 2008.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. *Jenis-jenis Penelitian*, Cet III. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007.
- Tarmudji, Tarsis. *Prinsip-Prinsip Kewirausahaan*. Jogjakarta: Liberty, 2008.
- Yanti, Wiwi Dwi Desi. “Manajemen Pemasaran Islam dalam Pandangan Islam”, dalam <http://definisiwirausahamenurutahli.blogspot.com/2013/06/manajementpemasaran-dalam-pandangan.html>, diakses pada 20 Maret 2014.
- Yusuf, Abu *Kitab Al-Kharaj*. Beirut: Dar al-Ma’arif, 1979.
- Zaroni, Akhmad Nur. “Bisnis dalam Perspektif Islam”. *Jurnal Ekonomi, Mazahib* Vol. IV, No. 2, 2007.
- id.wikipedia.org/wiki/Gulma_laut/, diakses pada 20 Maret 2014.
- <http://www.bimbingan.org/pengertian-pendekatan-deskriptif-analitis.htm>, diakses pada 29 April 2014.