

ABSTRAK

Bariza Nazla Azzulala, 2024, *Modal Budaya dan Modal Sosial dalam Upaya Mengembangkan Industri Kreatif Produk Tape di Madura*, Tesis Program Studi Ekonomi Syariah (ES) Program Magister (S2), Pascasarjana IAIN Madura, Pembimbing Dr. H. Rudy Haryanto, SST. MM dan Dr. Farahdilla Kutsiyah, S.PT., MP.

Kata Kunci: Modal Budaya, Modal Sosial, Industri Kreatif, Produk Tape.

Industri kreatif menjadi salah satu topik yang senantiasa menarik untuk dikaji. Pemerintah mulai melirik industri kreatif sebagai alternatif roda penggerak ekonomi yang akan terus berputar. Perkembangan suatu usaha juga dipengaruhi oleh modal yang tidak habis pakai yaitu modal sosial dan modal budaya yang dimiliki oleh pelaku usaha. Salah satu usaha yang masih berjalan adalah usaha rumah tangga produk tape yang ada di Madura. Terdapat 4 fokus dalam penelitian ini yaitu *pertama* untuk mengetahui bentuk modal budaya dan modal sosial yang ada pada usaha rumah tangga tape di Madura, *kedua* untuk mengetahui peran modal budaya dan modal sosial dalam upaya mengembangkan industri kreatif produk tape di Madura, *ketiga* untuk mengetahui bentuk kreatifitas usaha tape di Madura dan yang *keempat* adalah untuk mengidentifikasi pengaruh modal budaya dan modal sosial terhadap pengembangan usaha rumah tangga produk tape di Madura.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kombinasi atau campuran (*Mix method*) antara penelitian kualitatif dengan penelitian kuantitatif. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sequential Exploratory Design*. Merupakan desain penelitian yang dilakukan secara berurutan dimulai dengan pendekatan kualitatif terlebih dahulu kemudian disusul dengan pendekatan kuantitatif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk modal budaya yang ada pada usaha rumah tangga produk tape di Madura adalah berupa karya, kebiasaan-kebiasaan dan resep. Sedangkan bentuk modal sosialnya adalah berupa jaringan, norma dan keperluan. Hasil yang kedua menunjukkan peran modal budaya dan modal sosial dalam mengembangkan Industri kreatif produk tape di Madura adalah melalui karya, kebiasaan dan resep dapat menjadi salah satu strategi dalam mengenalkan produk lokal berupa tape dan melestarikan warisan budaya berupa resep turun temurun. Hasil penelitian yang ketiga adalah menunjukkan bentuk kreatifitas yang ada pada produk tape di Madura yaitu berupa inovasi berupa ragam produk serta perubahan pada kemasan. Hasil terakhir dalam penelitian ini adalah mengenai analisis pengaruh modal budaya dan modal sosial terhadap pengembangan Industri kreatif produk tape di Madura yang menunjukkan modal budaya tidak berpengaruh nyata terhadap pengembangan Industri kreatif produk tape di Madura sedangkan modal sosial berpengaruh nyata terhadap pengembangan Industri kreatif produk tape di Madura.

ABSTRACT

Bariza Nazla Azzulala, 2024, *Cultural Capital and Sosial Capital in Efforts to Develop a Creative Industri for Tape Products in Madura*, Sharia Economics (ES) Thesis for Masters Program (S2), Postgraduate Program at IAIN Madura, Supervisor Dr. H. Rudy Haryanto, SST. MM and Dr. Farahdilla Kutsiyah, S.PT., MP.

Keywords: Cultural Capital, Sosial Capital, Creative Industri, Tape Products.

The creative Industri is a topic that is always interesting to study. The government is starting to look at the creative Industri as an alternative driving wheel of the economy that will continue to turn. The development of a business is also influenced by non-consumable capital, namely Sosial capital and cultural capital owned by business actors. One business that is still running is a household tape product business in Madura. There are 4 focuses in this research, namely first to find out the forms of cultural capital and Sosial capital that exist in household tape businesses in Madura, second to find out the role of cultural capital and Sosial capital in efforts to develop the creative tape product Industri in Madura, third to find out the forms of creativity tape business in Madura and the fourth is to identify the influence of cultural capital and Sosial capital on the development of household tape product businesses in Madura.

This research is a type of combined or mixed research (Mix method) between qualitative research and quantitative research. The research design used in this research is Sequential Exploratory Design. It is a research design carried out sequentially starting with a qualitative approach first then followed by a quantitative approach.

The results of this research show that the forms of cultural capital that exist in household tape product businesses in Madura are in the form of works, habits and recipes. Meanwhile, the form of Sosial capital is in the form of networks, norms and beliefs. The second result shows the role of cultural capital and Sosial capital in efforts to develop the creative tape product Industri in Madura, namely that through works, habits and recipes can be one strategy in introducing local products in the form of tape to outsiders and preserving cultural heritage in the form of recipes handed down from generation to generation. The third research result shows the form of creativity that exists in tape products in Madura, namely in the form of innovations in processing tape into dodol and gaben tape as well as changes to packaging. The final result of this research is the analysis carried out to determine the influence of cultural capital and Sosial capital on the development of the tape product creative Industri in Madura, which shows that cultural capital has no real influence on the development of the tape product creative Industri in Madura, while Sosial capital has a real influence on the development of the creative Industri tape products in Madura.

خلاصة

باريزا نزلة أزولالا ٢٠٢٤، رأس المال الثقافي ورأس المال الاجتماعي في الجهود المبذولة لتطوير صناعة إبداعية لمنتجات الأشرطة في مادورا، أطروحة اقتصاديات الشريعة (ES) لبرنامج الماجستير (S2)، برنامج الدراسات العليا في معهد مادورا الإسلامي الحكومي، المشرف د. إتش. رودي هاريانتو، SST. مم و د. فرهدبلا كوتسيا، MP، S.PT.

الكلمات المفتاحية: رأس المال الثقافي، رأس المال الاجتماعي، الصناعة الإبداعية، منتجات الأشرطة.

الصناعة الإبداعية هي موضوع مثير للاهتمام دائماً للدراسة. بدأت الحكومة تنظر إلى الصناعة الإبداعية باعتبارها عجلة قيادة بديلة للاقتصاد الذي سيستمر في الدوران. يتأثر تطوير الأعمال أيضاً برأس المال غير القابل للاستهلاك، أي رأس المال الاجتماعي ورأس المال الثقافي المملوكين للجهات الفاعلة في مجال الأعمال. إحدى الشركات التي لا تزال تعمل هي شركة منتجات الأشرطة المنزلية في مادورا. الشريط هو طعام نموذجي أو طعام تقليدي للشعب الإندونيسي. وتشتهر هذه الأكلة في إندونيسيا، وخاصة في جاوة الشرقية وجاوة الغربية. هناك ٤ محاور في هذا البحث، وهي أولاً معرفة أشكال رأس المال الثقافي ورأس المال الاجتماعي الموجودة في شركات الأشرطة المنزلية في مادورا، وثانياً معرفة دور رأس المال الثقافي ورأس المال الاجتماعي في الجهود المبذولة لتطوير منتج الشريط الإبداعي الصناعة في مادورا، والثالث لمعرفة أشكال الإبداع في أعمال الأشرطة في مادورا، والرابع هو تحديد تأثير رأس المال الثقافي ورأس المال الاجتماعي على تطوير أعمال منتجات الأشرطة المنزلية في مادورا.

هذا البحث هو نوع من الأبحاث المركبة أو المختلطة (طريقة المزيج) بين البحث النوعي والبحث الكمي. تصميم البحث المستخدم في هذا البحث هو التصميم الاستكشافي المتسلسل. وهو تصميم بحث يتم إجراؤه بشكل تسلسلي بدءاً من النهج النوعي أولاً ثم يتبعه النهج الكمي.

تظهر نتائج هذا البحث أن أشكال رأس المال الثقافي الموجودة في شركات إنتاج الأشرطة المنزلية في مادورا تكون في شكل أعمال وعادات ووصفات. وفي الوقت نفسه، فإن شكل رأس المال الاجتماعي هو في شكل شبكات وأعراف ومعتقدات. وتبين النتيجة الثانية دور رأس المال الثقافي ورأس المال الاجتماعي في الجهود الرامية إلى تطوير صناعة المنتجات الشريطية الإبداعية في مادورا، أي أنه من خلال الأعمال والعادات والوصفات يمكن أن تكون استراتيجية واحدة في تقديم المنتجات المحلية في شكل شريط إلى الغرباء والحفاظ على التراث الثقافي. التراث في شكل وصفات تنتقل من جيل إلى جيل. تظهر نتيجة البحث الثالثة شكل الإبداع الموجود في منتجات الأشرطة في مادورا، وتحديداً في شكل ابتكارات في معالجة الشريط إلى شريط دودول وجابين بالإضافة إلى التغييرات في التغليف. والنتيجة النهائية لهذا البحث هي التحليل الذي تم إجراؤه لتحديد تأثير رأس المال الثقافي ورأس المال الاجتماعي على تطور صناعة المنتج الشريطي الإبداعي في مادورا، مما يدل على أن رأس المال الثقافي ليس له تأثير حقيقي على تطوير منتج الشريط الإبداعي الصناعة في مادورا، في حين أن رأس المال الاجتماعي له تأثير حقيقي على تطوير الصناعة الإبداعية للأشرطة في مادورا.