

ABSTRAK

Saung Angklung Udjo merupakan obyek wisata yang menawarkan kearifan lokal berupa etalase budaya Sunda dengan atraksi utama adalah pertunjukan seni budaya angklung dan kegiatan-kegiatan budaya lainnya. Hal tersebut membuat Saung Angklung Udjo menjadi obyek wisata unggulan di Kota Bandung. Potensi yang dimiliki menjadi peluang besar untuk digunakan dalam meningkatkan nilai manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat sekitarnya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengkaji seberapa besar potensi dan peran Saung Angklung Udjo sebagai sentra komunitas seni budaya Sunda dalam *community empowerment* masyarakat sekitar. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *human capital* dan *social capital*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Data yang berhasil dikumpulkan berasal dari wawancara dengan pihak Saung Angklung Udjo dan perwakilan masyarakat sekitar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hingga saat ini Saung Angklung Udjo masih terus melibatkan masyarakat dalam kegiatan bisnisnya. Di sisi lain, hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang kontradiktif dari segi *social capital*. Hasil penelitian mengungkap bahwa hubungan yang terjalin hanya bersifat transaksional. Selain itu, masyarakat sekitar yang tidak terlibat langsung dalam kegiatan Saung Angklung Udjo tidak terlalu merasakan manfaat keberadaannya. Hal ini dapat menjadi acuan bagi Saung Angklung Udjo untuk mengkaji visi misi serta 3 aspek utama yang menjadi fokus utamanya yaitu pelestarian kesenian, pendidikan dan lingkungan (alam dan masyarakat). Aspek mana yang belum maksimal terealisasi sehingga Saung Angklung Udjo bisa merencanakan program – program kerja baru.

Kata Kunci: *Community Empowerment, Human Capital, Social Capital, Kota Bandung*

ABSTRACT

Saung Angklung Udjo is a tourist attraction that offers local wisdom in the form of Sundanese culture exhibition with angklung as its main performance and other cultural activities. This makes Saung Angklung Udjo a leading tourist attraction in Bandung. Its potential is a great opportunity in increasing the value of economic and social benefits for the surrounding community. Therefore, this study aims to examine the potential and role of Saung Angklung Udjo as the center of the Sundanese cultural arts community in the community empowerment of the surrounding community. The theoretical foundation used in this study is human capital and social capital. The research method used is descriptive qualitative method. Data collected from interviews with Saung Angklung Udjo and representatives of surrounding communities. The results of the study show that until now, Saung Angklung Udjo still continues to involve the community in its business activities. On the other hand, the results of this study show contradictory results in terms of social capital. The results of the study revealed that the relationship that exists is only transactional. In addition, the surrounding community that is not directly involved in the activities of Saung Angklung Udjo does not really benefit from its existence. This can be a reference for Saung Angklung Udjo to review the vision and mission, as well as the 3 main aspects which are the main focus, namely the preservation of arts, education and the environment (nature and society). Which aspects have not been maximized are realized so that Saung Angklung Udjo can plan new work programs.

Keywords: Community Empowerment, Human Capital, Social Capital, Bandung

DAFTAR ISI

Abstrak	i
<i>Abstract</i>	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	iv
Daftar Tabel	vi
Daftar Gambar	vii
Bab I Pendahuluan	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Pertanyaan Penelitian	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
Bab II Kajian Pustaka	
2.1. Kewirausahaan	10
2.2. <i>Social Entrepreneurship</i>	13
2.2.1. Nilai <i>Social Entrepreneurship</i>	15
2.3. <i>Social Capital</i>	16
2.4. <i>Human Capital</i>	19
2.5. Konsep Pengembangan Industri Ekonomi Kreatif Indonesia	21
2.6. Industri Seni Musik dan Pertunjukan Indonesia	22
2.7. Definisi <i>Community Empowerment</i>	22
Bab III Kerangka Pemikiran	
3.1. Kerangka Pemikiran	24
Bab IV Metode Penelitian	
4.1. Obyek dan Subyek Penelitian	26
4.2. Metode Penelitian	26
4.3. Jenis Data	27
4.4. Teknik Pengumpulan Data	27
4.5. <i>Blueprint/Cetak Biru</i> Penelitian	28
4.6. <i>Guideline</i> Wawancara Penelitian	31
4.7. Analisis Data	35

4.8. Teknik Analisis Data	36
4.9. Kesimpulan atau Verifikasi	38
4.10. Uji Keabsahan Data	38
Bab V Hasil Penelitian dan Pembahasan	
5.1. Profil Perusahaan	40
5.2. Sejarah Perusahaan	40
5.3. Hasil Penelitian	41
5.4. Pembahasan	78
5.5. Implikasi Manajerial	81
Bab VI Kesimpulan dan Saran	
6.1. Kesimpulan	83
6.2. Saran	82
Daftar Pustaka	85
Lampiran	
Lampiran A	88
Lampiran B	97
Lampiran C	106
Lampiran D	114
Lampiran E	118
Lampiran F	122
Lampiran G	127
Lampiran H	133

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. <i>Blueprint/Cetak Biru Penelitian</i>	29
Tabel 4.2. <i>Guideline Wawancara Penelitian</i>	31



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Rasional Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia	3
Gambar 1.2.	Jumlah Usaha Ekonomi Kreatif di Provinsi Jawa Barat	4
Gambar 1.3.	Kontribusi Sub-sektor Ekonomi Kreatif pada PDB 2016	5
Gambar 2.1.	Elemen – Elemen di dalam <i>Social Capital</i>	17
Gambar 3.1.	Kerangka Pemikiran	24

