



<https://ejournal.unib.ac.id/index.php/jsn>

DOI ://doi.org/10.33369/jsn.10.1. 124-151

**Eksistensi Ayu Windy Tenun Ikat Dalam Peningkatan Perekonomian
Melalui Komodifikasi Kain Endek**

*The Existence Of Ayu Windy Tenun Ikat In Improving The Economy
Through The Commodification Of Endek*

**Ni Luh Nyoman Kebayantini, I Gusti Agung Alit Suryawati, Nyoman Ayu
Sukma Pramestisari**

e-mail : allgtr.asp@gmail.com

**Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Udayana,
Indonesia**

Abstrak

Penelitian ini mengkaji mengenai industri kreatif di bidang endek yaitu Ayu Windy Tenun Ikat yang berkembang sebagai salah satu usaha fesyen sebagai usaha pelestarian budaya Bali yaitu endek. Industri kreatif semakin digencarkan guna pengembangan keterampilan, kreativitas, dan bakat yang dimiliki individu dalam menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan. Pengembangan industri pariwisata dilakukan guna meningkatkan perekonomian daerah tanpa mengesampingkan aspek sosial budaya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus guna memenuhi kebutuhan atas pemahaman mendetail, lengkap serta komprehensif terhadap permasalahan dengan perolehan data bersifat variatif dan berlimpah. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh bahwa Ayu Windy Tenun Ikat merupakan industri kreatif fesyen menggunakan warisan budaya selalu mengimplementasi kreativitas dalam setiap inovasinya. Ayu Windy Tenun Ikat mampu menjadi aktor yang inovatif, aktor penjaga warisan budaya dengan langkah konkritnya yang mampu membalikkan wacana dominan, sekaligus mampu ikut ambil bagian dalam meningkatkan perekonomian dan mendukung perkembangan pariwisata Bali. Semangat melestarikan dieksekusi dengan praktik sosial komodifikasi kain endek menjadi berbagai produk fesyen dengan sentuhan modern seperti bando, polo T-Shirts, taplak meja, sarung bantal, sandal, dan sebagainya. Praktik sosial komodifikasi kain endek dalam UMKM Ayu Windy Tenun Ikat dimulai dari pembatinan nilai sosial seorang perempuan, keinginan memiliki usaha, ekspansi ekonomi yang didukung oleh terakumulasi berbagai macam modal (sosial, kapital, budaya dan simbolik) yang tersedia di lingkungannya. Pemanfaatan ranah fisik

dan non fisik sangat penting untuk dilakukan dalam rangka ekspansi nama bisnis dan penjualan produk.

Kata Kunci : Endek, Fesyen, Industri Kreatif

Abstract

This research examines the creative industry in the field of endek, namely Ayu Windy Tenun Ikat which developed as one of the fashion businesses to preserve Balinese culture, namely endek. Creative industries are increasingly intensified for the development of skills, creativity, and talents possessed by individuals in creating welfare and employment. Developments regarding the development of tourism-based industries are carried out to improve the regional economy without neglecting socio-cultural aspects. This research uses qualitative methods with a case study approach to meet the need for a detailed, complete, and comprehensive understanding of problems with varied and abundant data acquisition. Based on the results of the research, it was found that Ayu Windy Tenun Ikat is a fashion creative industry using cultural heritage that always implements creativity in every innovation. Ayu Windy Tenun Ikat can become an innovative actor, an actor who guards cultural heritage with concrete steps that can reverse the dominant discourse, as well as being able to take part in improving the economy and supporting the development of Bali tourism. The spirit of preservation is executed by the social practice of commodification of endek fabrics into various fashion products with a modern touch such as bandos, polo t-shirts, tablecloths, pillowcases, sandals, and so on. The social practice of commodification of endek cloth in MSMEs Ayu Windy Tenun Ikat starts from the establishment of a woman's social values, the desire to have a business, economic expansion supported by the accumulation of various kinds of capital (social, capital, cultural and symbolic) available in her environment. At the same time, the use of physical and non-physical domains is very important to be carried out to expand business names and product sales.

Keywords : Creative Industries, Endek, Fashion

PENDAHULUAN

Industri kreatif tengah menjadi sorotan baik pemerintah maupun masyarakat karena memberikan sumbangan signifikan terhadap pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Pada tahun 2019, data Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (BEKRAF) menunjukkan kontribusi industri kreatif terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai target sejumlah 96,23%. Selain PDB, kontribusi industri kreatif terhadap penyerapan tenaga kerja memenuhi target hingga mencapai angka lebih dari 17 juta penduduk (Syahbudi & Ma, 2021). Adapun industri kreatif meliputi keterampilan, kreativitas, dan bakat yang dimiliki individu dalam menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan (Antara & Yogantari, 2018). Dengan memfokuskan pada pemberdayaan daya cipta dan daya kreasi, industri kreatif membawahi 16 subsektor,

salah satunya adalah fesyen. Fesyen merupakan satu dari 16 bagian ekonomi kreatif yang berkembang pesat dari waktu ke waktu. Dunia fesyen mencakup segala hal yang berhubungan dengan manufaktur pakaian mulai dari proses desain, produksi, distribusi, dan komersialisasi (Arika et al., 2023). Fakta industri fesyen berkembang dengan cepat memiliki interseksi kuat dengan masifnya digitalisasi dan penyebaran informasi melalui pemanfaatan kecanggihan berbagai sarana teknologi informasi. Berbagai platform digital baik *e-Commerce* maupun media sosial mewadahi perkembangan industri fesyen di tengah masyarakat seperti Shopee, Tokopedia, Instagram, Tiktok, dan sebagainya. Secara konkret dinamika *e-Commerce* dan media sosial memiliki relevansi dengan apa yang disebut dalam *Collins Dictionary* sebagai *the industry that deals with the world of fashion* (Aleksandrova, 2021).

Memahami industri fesyen selalu mengalami perkembangan dari waktu ke waktu akibat sifat utama yang dikantongi, yaitu tidak pernah mati. Alasan mendasar keabadian industri fesyen dikarenakan fesyen dapat menjadi etalase kecil tentang diri seseorang di mata orang lain. Posisi fesyen dalam menarasikan identitas pengguna akhirnya menjadikan fesyen terus hidup dan berinovasi tiada henti. Membaca peluang dengan cermat, inovatif dan kreatif harus dimiliki oleh penyedia barang di industri fesyen guna bertahan dan mampu bersaing dengan lawan bisnis lainnya (Hartatik et al., 2023). Semakin unik para produsen menyuguhkan makna implisit dari produknya, semakin tertarik konsumen untuk mengkonsumsi produk tersebut. Dalam dunia fesyen, upaya menghadirkan kebaruan makna disebut sebagai dekonstruksi mode. Dekonstruksi mode dapat dipahami pada tataran upaya manusia mengubah tidak hanya cara berpakaian melainkan gaya hidup. Dengan kata lain, melalui sebuah produk baru, terdapat makna secara implisit atas gaya hidup apa yang sedang dilakoni oleh sang pengguna (Zahra & Hendrawan, 2017). Menelisik lebih jauh mengenai dekonstruksi fesyen, khususnya pakaian, terdapat istilah *avant garde*. *Avant garde* berarti mode yang jauh di depan, mengacu pada gaya pribadi yang unik dan berani; eksperimen, inovasi, ide orisinal atau non konvensional dari periode tertentu. Kemampuan bertahan dengan cara dekonstruksi fesyen *avant garde* di tengah percepatan pergantian mode sangat krusial untuk dimiliki para produsen industri fesyen. Secara komprehensif *avant garde* berarti meliputi dari perhatian terhadap struktur permodalan, pengadaan bahan, strategi penjualan hingga layanan kepada konsumen paska pembelian (Amsari et al., 2023).

Ayu Windy Tenun Ikat menjadi salah satu Usaha Mikro Kecil Menengah di Kabupaten Buleleng Provinsi Bali yang bergerak pada industri kreatif bidang bus fashion. Usaha ini didirikan oleh Putu Ayu Windiani dengan perhatian tinggi kepada pelestarian warisan budaya. UMKM Ayu Windy Tenun Ikat dapat dikategorikan ke dalam industri kreatif sebab produk yang diciptakan berasal dari hasil kreativitas serta keterampilan individu. Kreativitas ini turut menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan perekonomian. Ayu Windy Tenun Ikat berdiri sejak tahun 2016 hingga kini dengan memfokuskan produksi pada bus fashion baik pakaian maupun aksesoris. Bertahan selama enam tahun di tengah perubahan mode, persaingan bisnis hingga pandemi Covid-19 merupakan bukti pencapaian bahwa Ayu Windy Tenun Ikat dapat bersaing di tengah fluktuasi pasar. Ikon sekaligus karakteristik utama dari bus fashion ini terletak pada keunikan mengangkat kearifan lokal kain endek Bali yang umumnya dianggap kuno.

Komersialisasi budaya dalam konteks seni warisan leluhur berupa kain endek digambarkan Ayu Windy Tenun Ikat sejalan dengan program pemerintah untuk mendongkrak industri pariwisata budaya Bali. Hal ini tertuang dalam UU Kepariwisata No. 10 Tahun 2009 mengenai pengembangan industri berbasis pariwisata dilakukan guna meningkatkan perekonomian daerah tanpa mengesampingkan aspek sosial budaya. Bali menjadi provinsi yang menggunakan pariwisata sebagai pondasi utama pendapatan daerah terutama pariwisata budaya. Pariwisata budaya mengarah pada pengertian jenis pariwisata yang dipandu atau didampingi untuk mengenal sekaligus memahami budaya dan kearifan lokal masyarakat lokal, dan kain endek menjadi salah satu kearifan lokal masyarakat Bali (Wulandari et al., 2020). Selain itu, kain tenun endek telah diakui sebagai identitas kultural dan artefak ritual (Diantari, 2022).

Penguasaan atas wawasan terkait kain tradisional Bali endek diantaranya ialah filosofi kain tradisional endek berasal dari kata “*gendekan*” atau “*ngendek*” yang berarti diam atau tetap dalam Bahasa Bali (Lucianto et al., 2021). Windi mengungkapkan penting untuk paham dinamika endek hingga nilai yang terkandung. Pemahaman tentang endek menjadi modal untuk memperoleh loyalitas pelanggan sebab menjual kain endek bukan sekedar menjual kain biasa, tetapi sekaligus menjual cerita, makna, dan memperkenalkan endek sebagai identitas (Ariani, 2019). Ciri khas

endek dapat dilihat dari corak, motif, dan penggunaan warna. Posisi admin semakin membuka wawasan Windi bahwa terdapat pakem atas penggunaan endek berdasarkan motif. Pertama, motif patra dan *ancak saji* mengantongi dimensi tersakral, di mana hanya dapat digunakan untuk kegiatan upacara keagamaan. Dua motif sakral ini memiliki makna mendalam yakni menunjukkan rasa hormat kepada Sang Pencipta. Kedua, motif nuansa alam biasa digunakan untuk kegiatan sosial atau kegiatan sehari-hari. Ketiga, motif flora, fauna, dan pewayangan kerap muncul dalam mitologi Bali untuk kegiatan upacara, persembahyangan, dan bahan busana modern.

Menggal dari perjalanan kain endek, sebagai salah satu bagian dari tiga jenis kain tenun tradisional Bali, dua lainnya ialah kain songket dan kain gringsing. Kain endek yang merupakan kain tenun ikat kerap digunakan untuk pakaian kegiatan keseharian dan acara keagamaan (Ariani, 2019). Dengan spirit menjaga warisan lokal, Ayu Windy Tenun Ikat tidak hanya memasarkan pada ranah-*ranah* konvensional, tetapi aktif pada pagelaran busana dan berbagai platform online. Produk yang ditawarkan pun sangat variatif dan tidak terbatas pada fesyen untuk menunjang aktivitas tradisional keagamaan ataupun kegiatan formal, melainkan terdapat sentuhan modern yang lebih fleksibel cocok digunakan pada kegiatan sehari-hari. Produk tersebut meliputi baju, kemeja, dress, tas, aksesoris, celana, rok, cardigan, dan sebagainya.

Bisnis yang berlokasi di Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali ini memiliki sisi menarik yaitu pengagasnya ialah seorang perempuan muda. Sebagai generasi muda, wacana dominan kerap kali acuh terhadap fesyen dengan nuansa tradisional, tetapi hal ini berbeda dengan Ayu Windi. Ayu Windi justru semakin melebarkan sayap usahanya dengan menggaungkan secara konsisten produk-produk yang berasal dari kain endek. Hal ini terbukti dari berbagai aktivitas pagelaran fesyen yang diikuti seperti Buleleng Fashion Week pada pertengahan tahun 2022, pengikut di sosial media seperti Instagram yang mencapai lebih dari 4.000 pengikut, hingga aktif menjadi pembicara dari kategori pebisnis muda kreatif dan inovatif beberapa media massa. Di sisi lain, pangsa pasar Ayu Windy Tenun Ikat dapat dikatakan beragam baik dari anak-anak, remaja, dewasa hingga orang tua, baik laki-laki maupun perempuan. Kondisi ini terefleksikan melalui produk yang ditawarkan serta identifikasi pengikut di sosial media.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penelitian ini hadir untuk melihat secara lebih dalam dan kritis terkait eksistensi Ayu Windy Tenun Ikat sebagai sebuah UMKM

yang bergerak pada bidang industri kreatif fesyen menggunakan warisan budaya (Endek) sebagai daya jual utama komoditasnya. Inovasi dan kreativitas ini tentu menjadi penting untuk digali dan dikembangkan sehingga nantinya dapat menjadi pijakan baru bagi generasi-generasi mendatang agar berperan aktif sebagai aktor utama pada arus pembangunan nasional. Harapannya adalah tidak saja berperan aktif sebagai aktor utama, tetapi lebih menitik beratkan pada aksi konkret guna meningkatkan perekonomian bangsa melalui pemberdayaan masyarakat dengan menjadikan kearifan lokal sebagai sumbu utama.

Penelitian ini menggunakan teori praktik sosial dari Pierre Bourdieu sebagai acuan untuk bertolak dari pengaruh segenap faktor eksternal serta dinamika internal Windi sebagai aktor utama pendiri bisnis fesyen endek memperkuat relevansi bahwa upaya pengembangan bisnis merupakan sebuah wujud konkret praktik sosial, khususnya praktik sosial komodifikasi kain tradisional endek. Melalui karyanya, Bourdieu meletakkan gagasan pada tiga konsep besar ketika berusaha memahami sebuah praktik sosial meliputi habitus, modal sosial, dan ranah (Wuriyani, 2020).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penggunaan metode kualitatif pada penelitian ini mampu memenuhi kebutuhan atas pemahaman mendetail, lengkap serta komprehensif terhadap permasalahan dengan perolehan data bersifat variatif dan berlimpah (Dantes, 2012). Pendekatan studi kasus dipilih dengan alasan peneliti dapat mengeksplorasi kehidupan nyata kasus temporer melalui pengumpulan data yang detail dan mendalam berdasarkan perolehan data primer maupun sekunder (Pratama et al., 2021). Relevansi dengan metode studi kasus juga terletak pada kasus dalam penelitian ini bersifat kontemporer (sedang terjadi) (Adlini et al., 2022). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif maupun kualitatif. Data kuantitatif yang digunakan seperti menghitung data konten pada usaha Ayu Windy dan peningkatan peminat usaha Ayu Windy Tenun Ikat. Data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil wawancara, observasi, dokumentasi, serta berbagai arsip atau penelitian sebelumnya mengenai usaha kreatif di bidang fesyen dan Ayu Windy Tenun Ikat.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh melalui observasi langsung di tempat usaha kreatif Ayu Windy Tenun Ikat, dokumentasi, serta wawancara dengan pendiri Ayu Windy Tenun Ikat. Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah data perkembangan media sosial Ayu Windy Tenun Ikat dan penelitian sebelumnya mengenai usaha kreatif di bidang fesyen. Teknik analisis data penelitian ini terdiri dari tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Setelah pengumpulan data, tahap berikutnya adalah reduksi data, di mana data diseleksi dengan cara dipilih, disederhanakan maupun diabstrakkan sesuai kebutuhan untuk menjawab permasalahan penelitian sehingga data yang tidak relevan dapat dipisahkan. Setelah tahap reduksi, data disajikan dalam bentuk narasi, tabel maupun media lain hingga akhirnya dapat ditarik kesimpulan dengan melibatkan kemampuan peneliti dalam memahami makna dan alur sebab akibat berdasarkan rumusan masalah penelitian ini. Guna mendapatkan hasil yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan maka verifikasi dilakukan dengan cara kembali mempertanyakan maupun melihat dan mencermati perolehan data.

PEMBAHASAN

Historis Kesuksesan Ayu Windy Tenun Ikat

Wujud konkret perkembangan bisnis fesyen dalam konteks industri kreatif adalah keberadaan Ayu Windy Tenun Ikat. Bisnis fesyen dengan produk utama kain tradisional endek ini didirikan oleh seorang perempuan muda bernama lengkap Putu Ayu Windiani. Perempuan kelahiran 1991 yang akrab disapa Windi telah merintis bisnis fesyen sejak tahun 2016, diusia 25 tahun. Berlokasi di Baktiseraga, Buleleng Bali, Ayu Windi kini berhasil menyerap kurang lebih 10 karyawan dengan komposisi lima karyawan dengan daerah asal dari Kabupaten Buleleng dan lima lainnya berasal dari luar Kabupaten Buleleng. Meskipun demikian, seluruh karyawan berdomisili di Kabupaten Buleleng. Lokasi domisili para karyawan merupakan sebuah elemen pertimbangan penting ketika merekrut karyawan dengan alasan efektivitas dan efisiensi kerja.

Menelisik kategori kerja pada karyawan tetap, 10 karyawan Ayu Windy terbagi ke dalam tiga kategori yaitu tim kreatif media, akuntan, dan sales. Tim kreatif media bekerja pada ranah digital meliputi media sosial dan *e-commerce*. Secara spesifik beban kerja berada pada pemetaan strategi branding dan penjualan produk, pembuatan konten,

dan evaluasi penjualan ranah digital. Selain itu, tim kreatif media juga mengemban tanggung jawab untuk menjadi sales online khususnya berkomunikasi dengan pelanggan terkait penawaran dan penjelasan spesifikasi produk. Tim sales memiliki tanggung jawab untuk menawarkan dan menjelaskan spesifikasi produk dagang serta berkomunikasi langsung dengan pelanggan di butik. Adapun akuntan secara detail bertugas untuk mengatur seluruh aspek keuangan dari bisnis fesyen Ayu Windy Tenun Ikat.

Menyadari vitalnya perkembangan dunia digital, Ayu Windy Tenun Ikat memanfaatkan berbagai platform media sosial dan *e-commerce* untuk mengembangkan bisnisnya. Beberapa platform media sosial yang digunakan seperti Tiktok, Instagram, Youtube dan Facebook. Jumlah pengikut dari setiap media sosial Ayu Windy Tenun Ikat dapat dikatakan relatif tinggi, hal ini didukung oleh inovasi dan konsistensi tim kreatif media sosial untuk mengunggah konten setiap hari yang tercantum pada tabel 1.

Tabel 1 Jumlah Pengikut Ayu Windy Tenun Ikat Berdasarkan Jenis Media Sosial dicatat pada 20 Juli Th. 2023

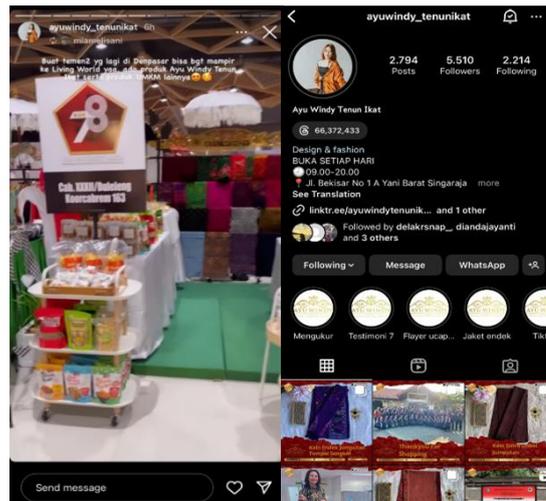
No	Media Sosial	Jumlah pengikut	Jumlah konten
1.	Instagram @ayuwindytenunikat	5.5510	2.794
2.	Tiktok @ayuwindytenunikat	1.143	324
3.	Youtube Ayu Windy Tenun Ikat	30	9
4.	Facebook Ayuwindy Tenun ikat	592	3.525

Sumber: Akun resmi masing-masing media sosial Ayu Windy Tenun Ikat

Suguhan konten dari masing-masing media sosial dapat dikatakan beragam baik dari jenis maupun kuantitas. Instagram @ayuwindytenunikat misalnya, dalam satu hari akan mengunggah konten dalam fitur *story* atau cerita rata-rata 5-10 konten dengan durasi 15-60 detik selama 24 jam. Konten tersebut dapat berupa foto atau video seperti aktivitas penjualan di toko, konten hiburan bertemakan kain endek, ucapan selamat ulang tahun pada pelanggan setia, keterlibatan Ayu Windy Tenun Ikat di acara tertentu dan sebagainya. Pada fitur unggahan di *feeds* Instagram secara konsisten tim kreatif Ayu Windy mengunggah foto atau video sejumlah 1-3 konten perhari dengan durasi

video kurang lebih 60 detik dan apabila video berada di atas 60 detik maka akan digunakan fitur *reels*. Setiap unggahan konten di Instagram selalu menggunakan *watermark* sehingga menunjukkan bahwa karya atau konten tersebut secara orisinal milik Ayu Windy Tenun Ikat.

Gambar 1. Tangkapan Layar Konten Story dan Beranda Instagram Ayu Windy Tenun Ikat



Sumber: Dokumen pribadi tim peneliti

Seperti halnya Instagram, Tiktok, Facebook, dan Youtube, Ayu Windy Tenun Ikat memiliki konten serupa seperti hiburan bertemakan kain endek, edukasi filosofi endek, aktivitas penjualan di toko dan sebagainya. Dengan jumlah pengikut mencapai lebih dari 1000 pengikut, unggahan konten pada akun Tiktok @ayuwindytenunikat dan Facebook Ayu Windy Tenun Ikat secara konsisten dilakukan minimal satu konten perhari. Berbeda dengan media sosial lainnya, melalui Youtube sajian konten berupa video terkesan lebih holistik baik dari sajian materi dan durasi video antara 3-5 menit. Sebagian besar konten pada media sosial Youtube memperlihatkan secara rinci keterlibatan Ayu Windy Tenun Ikat di beberapa rangkaian acara seperti HUT Kabupaten Buleleng, perayaan Bulan Soekarno, *Buleleng Development Festival*, dan perayaan HUT Ayu Windy Tenun Ikat. Secara substansial konteks keterlibatan sangat beragam, seperti sebagai desainer dalam acara *fashion show* menggunakan kain endek, membuka lapak atau berjualan produk endek di sebuah pameran, hingga membuat acara sendiri bertemakan endek dalam rangkaian hari ulang tahun Ayu Windy Tenun Ikat.

Gambar 2. Tangkapan Layar Konten Hiburan dengan Tema Fesyen Endek Tiktok Ayu

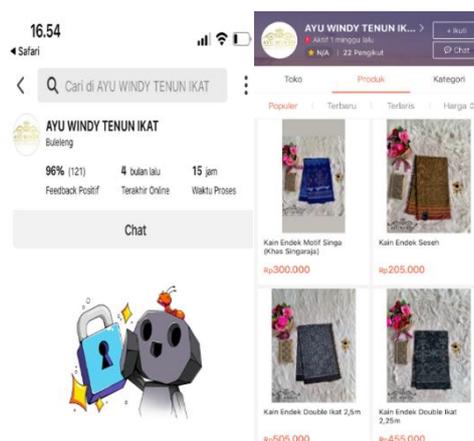


Windy Tenun Ikat

Sumber: Dokumen pribadi tim peneliti

Eksistensi Ayu Windy Tenun Ikat di dunia digital turut dikembangkan dengan cara bergabung ke *e-commerce*. Berbeda dengan media sosial, transaksi pada *e-commerce* dapat terselesaikan tanpa keluar dari aplikasi tersebut, apalagi jika sudah terkoneksi dengan dompet digital. Adapun media sosial masuk ke dalam kategori *social commerce* sebab transaksi menggabungkan jejaring sosial dan *e-commerce* sehingga pembeli harus melakukan transaksi di luar aplikasi, khususnya untuk pembayaran. Ayu Windy Tenun Ikat dapat ditemukan di beberapa *e-commerce* seperti Shopee dan Bukalapak.

Gambar 6.3. Tangkapan Layar Profil *e-commerce* Ayu Windy Tenun Ikat



Sumber: Data pribadi tim peneliti

Selama enam tahun, Ayu Windy Tenun Ikat telah berkembang sangat signifikan terutama dalam persaingan komoditas fesyen Endek di Kabupaten Buleleng.

Signifikansi perkembangan bisnis ditandai oleh perolehan tender seragam endek dari beberapa instansi pemerintahan Kabupaten Buleleng. Kerjasama dengan instansi pemerintahan diantaranya dinas pertanian, RSUD Kabupaten Buleleng, Dinas Pariwisata, Bank Pemerintah Daerah Bali area Buleleng, hingga Koperasi Perorangan. Silaturahmi bisnis dengan para dinas tidak berhenti pada relasi jual-beli endek demi kepentingan seragam, melainkan berlanjut pada rangkaian acara lainnya seperti lomba *fashion show* antar dinas pada HUT Kabupaten Buleleng, di mana Windi terlibat sebagai desainer sekaligus penyedia busana. Pada HUT Kabupaten Buleleng 28-30 Maret 2023, Windi mengaku dari 15 tawaran dinas, dirinya hanya mengambil 10 tawaran sebagai desainer busana endek tema kasual dalam rangkaian acara *fashion show*. Diluar dugaan, model dengan rancangan desain busana milik Windi memperoleh juara 1 dan juara 3. Adapun proyek desain Windi dengan koperasi lebih dari sekedar desain busana, tetapi desain logo salah satu koperasi di Buleleng menggunakan kain endek. Paska proyek logo koperasi selesai, Windi dengan cekatan mendaftarkan karya tersebut guna mendapatkan HaKI sehingga originalitas karyanya dilindungi oleh dan telah berbadan hukum. Adapun judul karyanya yang sudah terdaftar HaKI pada Maret 2023 ialah Motif Patra Logo Koperasi.

Gambar 4. Sertifikat Penghargaan, HaKI, dan Surat Ijin Usaha di Butik Ayu Windy Tenun Ikat



Sumber: Dokumentasi pribadi tim peneliti.

Selain menjaga dengan baik relasi sosial dengan instansi pemerintahan, Ayu Windy Tenun Ikat memperluas jejaring sosial melalui partisipasi aktif di berbagai acara sebagai narasumber. *Warmadewa Research Center* menjadi salah satu lembaga yang mengundang Windi untuk berbicara mengenai implementasi kebijakan pemerintah

Provinsi Bali terhadap keberlanjutan industri budaya tenun Bali. Pada tahun 2021, era pandemi Covid-19 tidak menghalangi spirit Windi mengembangkan bisnis fesyen endeknya, di mana ia aktif terlibat sebagai narasumber pada dialog interaktif RRI Singaraja dengan tema Endek Buleleng Tampilkan Inovasi. Melalui segenap aktivitas di kancah publik, Ayu Windy Tenun Ikat semakin dikenal oleh masyarakat dengan inovasi endek dalam ranah fesyen dengan berbagai ragam dan bentuk produk. Seperti disampaikan Windi berikut ini.

“...iya, waktu itu (2021) ikut diundang sama (oleh) RRI untuk ngomong gimana sih (bagaimana) caranya ngembangin (mengembangkan) bisnis fesyen tapi pakai endek. Ngomong filosofi endek, terus gimana endek dipandang negatif dan kuno, dan gimana caranya ngangkat derajat endek lagi ya lewat kita yang gak (tidak) malu pake (memakai) endek...” (Wawancara Windi, 2023).

Kesuksesan pemanfaatan endek sebagai komoditas utama bisnis fesyen disadari penuh karena penetapan Surat Edaran Gubernur Bali No. 4 Tahun 2021 tentang Penggunaan Kain Tenun Endek Bali/Kain Tenun Tradisional Bali setiap Hari Selasa. Konsumsi atas kain endek meningkat drastis paska penetapan SE Gubernur 2021 lalu. Namun, apabila hanya mengandalkan konsumsi endek seragam kantor, Windi merasa bisnis tidak akan berkembang. Perkembangan bisnis bukan sebatas peningkatan jumlah penjualan dan keuntungan semata, melainkan melahirkan inovasi produk fesyen endek di luar bentuk seragam kantor sehingga masyarakat jauh lebih interaktif dengan endek sebagai identitas dalam kehidupan keseharian. Secara konkrit, inovasi tersebut dapat dilihat dari produk fesyen endek Ayu Windy berupa bando, bomber jaket zumba, rok, kemeja, polo T-shirt, selendang, udeng, tas, sarung bantal, masker hingga sandal dan sepatu dengan nuansa endek.

Gambar 5. Sandal, Jaket Bomber, dan Souvenir Endek Komoditas Ayu Windy Tenun Ikat



Sumber: Dokumentasi pribadi tim peneliti

Komitmen Windi dalam pengembangan bisnis diakui bukan semata pemenuhan kebutuhan ekonomi. Kondisi ini dikarenakan selain bisnis fesyen, Windi bersama suami memiliki dua bisnis lain yaitu ritel modern di RSUD Kabupaten Buleleng dan bisnis alat kesehatan di Kabupaten Buleleng. Bisnis fesyen Ayu Windy Tenun Ikat justru merupakan sebuah wadah untuk menekan kecemasan Windi atas keterdesakan eksistensi kain endek dalam konteks warisan budaya lokal akibat persaingan dengan budaya global. Sejalan dengan SE Gubernur Provinsi Bali No. 4 Tahun 2021, bagi Windi, masyarakat Bali harus berpihak dan berkomitmen terhadap sumber daya lokal dengan berperan aktif baik melestarikan, melindungi, dan memberdayakan kain tenun endek Bali. Secara lebih mendasar kain tradisional endek adalah identitas dan jati diri masyarakat Bali (Apriliani et al., 2022). Maka dari itu, menyadari potensi dan urgensi kain endek, Windi mengembangkan bisnis fesyen dengan meletakkan endek sebagai komoditas utama untuk menjawab keresahan yang dirasakan.

Keresahan dan kesuksesan Windi dalam merintis bisnis fesyen endek bukan tanpa alasan dan hadir begitu saja. Peran keluarga menentukan daya tarik dan perspektifnya terkait posisi sentral endek. Lahir dari keluarga pebisnis, Windi berasal dari Kabupaten Klungkung. Semasa kecil dirinya tumbuh di tengah keluarga pebisnis kain tenun Endek. Wawasan tentang endek telah tersosialisasikan sejak kecil oleh keluarga besar kepada Windi. Pada usia remaja bahkan Windi terlibat aktif menjadi pekerja pada usaha keluarga sebagai admin dengan tugas mendata jumlah persediaan produk endek, jumlah produk endek terjual, jenis endek paling diminati, menjadwalkan pertemuan konsultasi antara pelanggan dengan pemilik usaha dan menjelaskan detail produk kepada pelanggan.

Di tengah gempuran selera pasar, Windi sepakat bahwa penting untuk selalu mempertahankan pakem atas penggunaan kain endek berdasarkan motif. Pengalaman panjang kehidupan berjibaku dengan endek ternyata pada satu titik kehidupan membawa Windi berdiri sebagai tokoh pebisnis endek inovatif. Keputusan untuk menikah dengan Dewa Angga mengharuskan Windi berpindah domisili dari Klungkung ke Buleleng pada tahun 2014. Perpindahan lokasi tempat tinggal merupakan momentum utama perjalanan karir Windi di Buleleng. Dengan membaca pasar anak muda, rintisan awal ialah membuka usaha penyewaan kebaya dan kamen atau jarit. Penguat alasan pembukaan usaha sewa kebaya dan kamen dikarenakan

Buleleng adalah kota pelajar di Bali. Momen wisuda pelajar SMA dan mahasiswa menjadi target utama pasar penyewaan kebaya dan kamen pada saat itu. Bahkan paket lengkap dengan riasan wajah turut ditawarkan dengan cara membangun kerjasama dengan beberapa perias wajah sekitar.

Dua tahun berjalan, perkembangan usaha penyewaan kebaya dan kamen diluar target dan harapan. Pada tahun 2017, bisnis secara perlahan dialihkan secara spesifik khusus menjual pakaian endek terutama seragam kantoran endek dan pada tahun 2018 seluruh komoditas telah beralih menjadi endek. Selain seragam siap pakai, kain endek lembaran turut menjadi komoditas awal Ayu Windy Tenun Ikat sebagai bentuk respon terhadap permintaan pasar yang terus meningkat. Menelisik awal mula bisnis fesyen endek ini berdiri, dukungan keluarga disadari betul oleh Windi sebagai pondasi kokohnya akar bisnis Ayu Windy Tenun Ikat. Dukungan pertama berasal dari suami yaitu Dewa Angga dengan profesi sebagai tenaga kesehatan di RSUD Kabupaten Buleleng yang sekaligus memberikan akses kepada Windi untuk melakukan perluasan sekaligus titik awal menggaet pasar perkantoran. Dukungan pada sektor publik secara materil juga dilakukan dengan cara memberikan suntikan dana modal usaha, turutan mengatur strategi *branding*, menyeleksi karyawan hingga tahap evaluasi bisnis. Selain itu dukungan penuh Dewa Angga dikatakan termasuk pada ranah domestik seperti mengurus pekerjaan rumah tangga dan mengurus anak. Bahkan dalam ranah adat dukungan diberikan dengan cara tidak memaksa Windy memprioritaskan kegiatan keadatan di tengah kesibukan pengembangan karir dan bisnis fesyen endek. Hal ini disampaikan Windi seperti di bawah ini.

“... kami sepakat dari awal urusan rumah itu urusan berdua. Suami dan mertua juga dukung banget sih (sekali) aku jalanin (menjalankan) bisnis, itu butik aja kan lahan mertua sebenarnya. Dibantuin juga ngurus Kinan (baca: nama anaknya), apalagi kalau harus ikut pameran ke luar kota...” (Wawancara Windi, 2023).

Dukungan penuh oleh mertua bagi Windi sama penting dengan dukungan suami sehingga dapat mengembangkan bisnis secara maksimal. Di beberapa kesempatan, relasi sosial ayah dari suami atau mertua laki-laki turut dimanfaatkan oleh Windi untuk mengembangkan bisnis baik sebagai calon pelanggan ataupun sekadar memperkenalkan bisnis barunya. Korelasi upaya pengembangan bisnis dengan relasi sosial mertua laki-laki dikarenakan berprofesi sebagai dosen di salah satu perguruan tinggi swasta di

Buleleng sehingga Windi merasa dunia akademik juga sangat familiar dengan penggunaan endek dalam aktivitasnya. Kedua mertua Windy juga menunjukkan dukungan terhadap pilihan menantu mereka untuk berkarir di bisnis fesyen melalui sikap ikut berpartisipasi mengurus cucu atau buah hati Windi yaitu Kinan, seperti dinyatakan informan berikut ini.

“...iya, mendukung istri itu wajib. Namanya dalam berumah tangga penting untuk saling melengkapi, dan mewadahi agar saling tumbuh dan berkembang...”
(Wawancara Angga, 2023).

Realita konkrit peran dukungan keluarga dalam rangka menyukseskan karir oleh Windi dirasa angin segar sebab wacana dominan di masyarakat cenderung kepada hubungan tidak harmonis antara mertua dan menantu khususnya bila tinggal di bawah satu atap. Hal ini secara signifikan menjadi kekhawatiran awal mulai merintis bisnis karena status perkawinan patrilineal serta tempat tinggal satu atap dengan mertua. Meskipun konflik pasti terjadi, namun Windi merasa sejauh ini dukungan moral dan materil dari suami dan mertua sangat tinggi. Begitupun dengan keluarga asal Windi di Klungkung, dukungan tiada henti dikucurkan sejak awal gagasan mendirikan bisnis. Antusiasme keluarga Windi terekam dengan jelas ketika memberikan respon akan membantu untuk mencarikan penenun, tukang jahit, bahkan mensuplai kain endek sebagai komoditas. Melihat historisitas Klungkung sebagai daerah sentra endek dan kepemilikan bisnis endek keluarga Windi maka secara substansial Windi bersama karyawannya kerap menimba ilmu dengan keluarga di Klungkung. Seperti filosofi endek, cara mengkomodifikasi filosofi endek, dan cara meraup pasar endek.

Enam tahun berlalu, bisnis fesyen endek Ayu Windy Tenun Ikat semakin menunjukkan performanya. Sebagai generasi milenial, Windi menyadari penuh signifikansi dunia digital sebagai basis pengembangan usaha. Omset rata-rata perbulan kini telah mencapai angka puluhan juta dengan surplus belasan juta. Setiap karyawan turut mengaku telah mengantongi upah perbulan sesuai dengan UMR Buleleng bahkan ditambah dengan pemberian bonus. Membangun relasi kekeluargaan dengan para karyawan bagi Windi adalah kunci kesuksesan dalam dunia bisnis. Tanpa karyawan, sebaik apapun model dan inovasi suatu bisnis tidak akan tereksekusi dengan baik tanpa dukungan loyalitas dari para karyawan. Selain memberikan bonus, upaya lain meningkatkan solidaritas para karyawan adalah menggunakan bahasa informal sehingga hierarki ketimpangan relasi kuasa tidak terjadi. Karyawanpun mengaku merasa bekerja

bersama “kakak perempuan” karena perhatian pemilik bisnis melampaui urusan pekerjaan. Beberapa kali para karyawan mengaku kerap bercerita mengenai persoalan hidup mereka dengan Windi sehingga ikatan antara mereka dapat terbangun sangat erat, seperti dinyatakan informan berikut ini.

“...Mb Gek (panggilan Windi) itu ramah dan baik kok. Kita kayak (seperti) sama kakak perempuan sendiri. Kalau Ulang Tahun juga biasa dikasih (diberi) kado, pernah ada yang dikasi (diberi) anting emas, gelang, sama ada dulu yang dikasih (diberi) cincin...” (Wawancara Pegawai 1, 2023).

Penerapan model kinerja kekeluargaan antara pemilik usaha dan kelas pekerja diakui berimplikasi pada kondisi saling berkompetisi menunjukkan loyalitas secara sehat. Kompetisi dalam konteks ini memiliki makna Windi selalu berupaya menunjukkan bahwa karyawan adalah bagian dari keluarga yang menyukseskan bisnis. Karyawan menunjukkan loyalitas sebagai bagian dari keluarga yang menyukseskan bisnis dengan terus berkontribusi aktif untuk keberlangsungan bisnis ini. Loyalitas ini ditunjukkan dengan strategi tambal sulam ketika kegiatan harus dilaksanakan secara lembur seperti mengikuti pameran di luar kota, *brainstorming* ide bersama untuk konten media sosial, bahkan merencanakan *roadshow* untuk HUT ke 5 Ayu Windy Tenun Ikat. Keterlibatan para karyawan dimulai dari merancang ide *roadshow* dengan konsensus akan dilaksanakan selama dua hari dengan agenda hari pertama adalah olahraga zumba, serta lomba *fashion show* dengan kategori usia anak-anak dan remaja. Bahkan Windi menyediakan jaket bomber zumba untuk 20 peserta pertama. Hari kedua ialah pengumuman juara lomba *fashion show* serta acara hiburan seperti tari-tarian dan tampilan beberapa penyanyi. Dari dua hari tersebut Windi turut mengadakan pameran UMKM, di mana terdapat lima UMKM di sekitar Buleleng dengan produk dagang seperti aksesoris, makanan dan minuman, serta pakaian. Hal ini dinyatakan oleh 2 (dua) informan sebagai berikut.

“...aku aja (saja) kaget lho, bisa-bisanya 17 Mei 2023 kemarin rame banget (sekali). Hiburannya dari tari-tarian, zumba bareng, fashion show, ada Dj juga. Paling heran sih pejabat bisa-bisanya nyempetin (menyempatkan diri) hadir untuk datang, senang banget pastinya sama tim juga...” (Windi, 2023).

“...waktu itu (HUT ke-5) kita bahkan ada 10 orang aja untuk bikin acara. Awalnya ragu, tapi lama-lama optimis kok, yang penting sudah berusaha. Paling berkesan itu

waktu kepala dinas banyak yang datang, ternyata acara kita menarik...” (Wawancara dengan Pegawai 2, 2023).

Hari kedua menunjukkan posisi strategis Ayu Windy Tenun Ikat dalam kancan bisnis fesyen khususnya di Kabupaten Buleleng. Rentetan tamu undangan penting hadir seperti Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng, Kepala Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan UMKM Kabupaten Buleleng, Kepala Bank BPD Bali Cabang Singaraja, Ketua IWAPI Buleleng dan segenap tamu undangan dengan total berjumlah lebih dari 200 orang. Kehadiran segenap pejabat penting di Buleleng merepresentasikan bahwa Ayu Windy Tenun Ikat memiliki relasi sosial yang baik dengan segenap *stakeholder* strategis tataran regional Kabupaten Buleleng.

Komodifikasi Kain Endek Sebagai Sebuah Praktik Sosial

Menelisik makna komodifikasi dapat diawali melalui dua kata utama yaitu komoditas dan modifikasi. Komoditas erat kaitannya dengan segala sesuatu yang dijual atau memiliki nilai jual, dan modifikasi berarti bermakna mengubah (Hasan et al., 2022). Secara sederhana, komodifikasi dapat dimaknai perubahan sebuah benda agar memiliki nilai jual, tidak terkecuali kebudayaan (Pramestisari et al., 2023). Perkembangan rezim industri mengakibatkan salah satu bagiannya, industri pariwisata, mengalami transformasi pesat dalam proses komodifikasi kebudayaan. Shepherd dengan tegas melayangkan argumen bahwa sejalan dengan signifikansi permintaan wisata, komodifikasi budaya tidak dapat dihindarkan sebab wisatawan ingin merasakan pengalaman berbudaya yang berbeda dari tempat asal mereka (Pramestisari et al., 2023). Realita konkrit atas pernyataan tersebut terefleksikan dengan baik melalui dinamika industri pariwisata Bali yang dipandang bertaraf internasional.

Komodifikasi budaya demi menunjang pengembangan pariwisata telah terekognisi melalui hukum legal formal UU Kepariwisata No. 9 Tahun 1990, kini menjadi UU No. 10 Tahun 2016 sebagai payung besar peraturan terkait kepariwisataan lainnya. Di mana ditekankan bahwa beberapa daerah termasuk Bali menjadi daerah dengan pengembangan industri pariwisata guna meningkatkan pendapatan daerah dan pusat. Sejak saat itu, pengelolaan pariwisata atas berbagai ruang dan bentuk komodifikasi semakin terorganisasi dengan signifikan. Sejalan dengan Cohen menegaskan bahwa pakaian adat, ritual, festival, kesenian rakyat, dan tempat ibadah menjadi bagian dari komoditas pariwisata, sebagaimana mereka dipentaskan dan

diproduksi hanya untuk konsumsi pariwisata (Pramesisari et al., 2023). Destinasi budaya memiliki potensi tinggi sekaligus peran vital dalam keberlangsungan industri pariwisata Bali. Sebut saja dalam ranah seni tari dan musik tradisional seperti Tari Kecak, Tari Pendet, Drama Tari, Joged, Gong Kebyar. Pada ranah ritus keagamaan meliputi *ngaben*, *mesangih*, dan *piodalan* khususnya di beberapa pura dengan pengaruh kuat bagi masyarakat Hindu-Bali. Seni kerajinan seperti gelang *Tri Datu*, lukisan, Kain Songket, dan Kain Endek.

Komitmen pemerintah daerah dalam merespon arus pembangunan nasional tercantum dari segenap kelahiran kebijakan daerah sebagai respon positif. Salah satunya penetapan Surat Edaran No. 4 Tahun 2021 tentang penggunaan kain tenun endek Bali atau kain tenun tradisional Bali. Semua karyawan dan atau pegawai di seluruh instansi di Bali dihimbau untuk menggunakan pakaian yang dibuat dari endek Bali pada setiap hari Selasa. Penerbitan regulasi bertolak dari dua alasan utama yaitu komitmen dalam upaya melindungi budaya lokal serta dukungan penuh terhadap keberlanjutan UMKM atau IKM khususnya di Bali. Maka dari itu, penguatan perekonomian daerah semaksimal mungkin dilakukan dengan cara mendukung sektor industri melalui sinergi pemerintah, pelaku usaha, masyarakat dan wisatawan (Sari & Retnaningsih, 2020).

Peran sentral UMKM dan industri kreatif sebagai jantung penopang perekonomian Indonesia dalam lanskap nasional dan Bali dalam lanskap regional sudah tidak diragukan. Secara konkrit, lokus penelitian bisnis fesyen Ayu Windy Tenun Ikat merupakan bagian nyata bagaimana sumbangsih UMKM, industri kreatif dengan komodifikasi kultural dapat membantu roda perekonomian lokal sekaligus nasional. Pada tahun 2016, Ayu Windy Tenun Ikat telah terdaftar secara resmi sebagai usaha dengan kategori UMK, dengan kategori industri kreatif sebab bergerak di bidang fesyen dengan kain tradisional endek sebagai komoditas utama. Omset bulanan bahkan mencapai puluhan juta rupiah dengan laba berada pada angka belasan juta.

Ekspansi inovasi pengembangan endek dilakukan dengan cara memperluas jenis produk. Perluasan jenis produk dapat dilihat melalui kreatifitas membuat berbagai produk fesyen dengan sentuhan atau nuansa endek seperti tas, masker, bando, jaket bomber, celana olahraga, polo T-Shirt, selendang, sepatu, sandal, topi, sarung bantal, taplak meja, dan lain-lain. Di kalangan pelanggan setia bahkan menyematkan identitas bagi Windy yakni "*di tangan Windy semua jadi endek*". Kesuksesan atas penolakan nilai

negatif atas endek melalui aksi nyata tentu dapat dikatakan berhasil. Salah satu pelanggan dengan profesi sebagai pejabat salah satu bank turut menyatakan bahwa ketika kunjungan rutin dilakukan oleh petinggi pusat dilakukan, pemberian cendera mata pasti menggunakan produk dari Ayu Windy Tenun Ikat. Dengan kata lain, komodifikasi budaya dalam konteks ekspansi inovasi produk endek dilakukan melebihi upaya maksimalisasi profit dan memperkenalkan budaya lokal. Melainkan menyingkirkan stigma negatif endek sebagai identitas masyarakat Bali dengan mendekatkan endek pada kehidupan masyarakat melalui produk sehari-hari.

Ketika ingin mengulas secara spesifik komodifikasi kain endek pada bisnis fesyen Ayu Windy Tenun ikat, penting untuk memahami posisi ketiga konsep besar pada praktik sosial Pierre Bourdieu. Membongkar kesuksesan bisnis fesyen Ayu Windy Tenun Ikat pertama-tama harus mampu membaca keberadaan habitus yang mengitarinya. Habitus pada pandangan Bourdieu merujuk pada sebuah pembatasan nilai sosial budaya atau hasil interaksi struktur dunia sosial (Wadanubun et al., 2020). Lebih lanjut Bourdieu mengungkapkan bahwa eksistensi habitus terbentuk bahkan sebelum subjek hadir di dunia, sehingga dapat mempengaruhi subjek meskipun nantinya subjek mampu mempengaruhi habitus itu sendiri. Memahami peran habitus dalam relasi sosial Windi tentu menjadi sangat beragam tetapi setidaknya terdapat empat habitus dengan peran signifikan. Bertolak dari penekanan Bourdieu bahwa proses internalisasi habitus bersifat halus melalui sosialisasi, cenderung tanpa disadari dan tampil sebagai kewajaran alias *taken for granted* padahal sesungguhnya hanya konstruksi belaka, maka penting untuk membongkar relasi empat habitus utama. *Pertama*, pembatasan nilai sosial perempuan khususnya wacana sebagai istri idealnya bekerja agar berdaya sehingga dependensi kepada suami terhindarkan. Windy kecil selalu disosialisasikan oleh keluarga untuk menjadi pribadi mandiri khususnya secara finansial. Sosialisasi ini dikuatkan terutama akibat kultur perempuan Hindu-Bali akan menjalani jenis perkawinan patrilineal, dimana kedudukan secara keadatan, wewenang dalam posisi strategis berada di bawah pihak laki-laki atau suami (Suketi, 2020).

Maka dari itu, guna mengantisipasi ketimpangan relasi kuasa dan ketergantungan maka penting untuk memiliki karir agar mengantongi posisi tawar tinggi. Pembentukan karakter melalui internalisasi habitus pertama direfleksikan dengan dorongan untuk mencapai minimal pendidikan tinggi terbukti dari kelulusan sebagai sarjana Hukum

pada tahun 2012 di salah satu universitas swasta di Bali. Setelah kelulusannya, Windi terus didorong oleh keluarga untuk berkecimpung bisnis endek milik keluarga tapi ditolak sebab ingin mencari pengalaman lain. Akhirnya bekerja sebagai admin di RSUD Kabupaten Klungkung digeluti hingga memutuskan untuk menikah pada tahun 2014 dan pindah ke Singaraja. Meninggalkan daerah asal memaksa Windi untuk mencari strategi agar tetap berpenghasilan sendiri di samping telah mengurus dua bisnis milik suaminya pada saat itu. Membangun bisnis sendiri merupakan penemuan jawaban atas kegelisahan Windi. Kegelisahan secara kritis dapat dibaca sebagai bukti konkrit bagaimana habitus pertama tersosialisasikan dengan baik di benak Windi.

Memiliki bisnis sendiri sekaligus menjadi habitus *kedua*, di samping bukti kekuatan internalisasi habitus pertama. Dikatakan sebagai habitus kedua sebab karakter bisnis sangat erat dengan “kebebasan”, artinya tidak mengikat secara waktu atau dapat disesuaikan dengan kesibukan lainnya. Kesibukan lain dalam konteks ini tentu mengarah pada peran Windi sebagai perempuan Bali dengan beban bersifat *multi-burden* yaitu peran domestik, peran publik, dan peran keadatan. Berkenaan dengan itu, untuk menopang kegelisahan atas konsekuensi habitus pertama, maka memiliki bisnis sendiri hadir sebagai alternatif solusi sekaligus habitus kedua. Perspektif mengenai “kebebasan” dalam berbisnis diperoleh melalui pengalaman lingkungan sekitar terutama bisnis keluarganya, lingkungan pertemanan, sosial media, dan pengalaman sebagai kelas pekerja yang terikat waktu. Sehingga nilai “kebebasan” dalam berbisnis telah terinternalisasi ke dalam kerangka kognitif sebagai sebuah kebenaran atau kondisi ideal. Hal ini terungkap seperti berikut ini.

“... betul. Kalau kita bisnis, itu bisa sesuai dengan waktu luang kita kapan mau ngejalaninnya, kapan mau buat desain, apa yang mau dikembangkan. Kalau kerja kantoran aku udah gak (sudah tidak) mungkin, biar tetap ada yang fleksibel, kalau terikat semua repot...” (Windi, 2023).

Memahami penting untuk mengeksekusi kondisi ideal atas habitus kedua, maka tahap selanjutnya ialah merancang ide bisnis inovatif. Windi memahami betul bahwa inovasi menjadi ruh kunci bagi kesuksesan sebuah bisnis, sehingga dapat dikategorikan sebagai habitus *ketiga*. Pada sub bab 6.1 di atas, telah dipaparkan bahwa Ayu Windy Tenun Ikat merupakan bisnis kedua setelah bisnis penyewaan kebaya dan jarit atau kamen tidak mencapai target. Melihat pangsa pasar endek relatif tinggi, maka inovasi

dipusatkan pada pengembangan endek sebagai komoditas utama. Pengembangan komoditas endek secara perlahan dimulai dengan menggaet pangsa pasar utama yaitu pekerja kantoran, apalagi sejak tahun 2021 membawa implikasi logis dari penetapan SE Gubernur No. 4 Tahun 2021.

Ekspansi inovasi pengembangan jenis produk dengan sentuhan endek diungkapkan bukan sekadar untuk maksimalisasi akumulasi kapital. Lebih dari itu, Windi dan tim ingin menunjukkan bahwa generasi muda mampu menjadi aktor untuk menjaga warisan budaya dengan langkah konkrit. Walaupun deklarasi urgensi pelestarian warisan budaya semakin signifikan disosialisasikan, di ranah publik khususnya anak muda mayoritas memandang endek dengan kesan “kuno”, “tradisional”, “formal”, “tidak kekinian”, dan “mahal”. Menariknya habitus mengenai kesan negatif terhadap endek tidak terinternalisasi pada Windi, justru terpacu untuk menciptakan negasi atas nilai tersebut. Maka eksistensi habitus *keempat*, secara signifikan mempengaruhi perkembangan karir bisnis, namun berada pada posisi oposisi.

Realita di lapangan akhirnya menjadi faktor pendorong utama untuk menjawab keresahan Windi dengan membawa wajah baru atas endek melalui penciptaan produk keseharian dengan nuansa endek. Jaket bomber misalnya diciptakan untuk digunakan oleh para instruktur senam zumba ketika sedang menjalankan profesinya. Di beberapa acara fashion show, ketika diminta untuk menjadi desainer baju dengan sentuhan endek, Windi memadukan model busana modern dengan endek di beberapa bagian. Bahkan penciptaan taplak meja dan sarung bantal diharapkan dapat bermanfaat sebagai instrumen sosialisasi di lingkungan lembaga primer. Dengan kata lain, Windi sebagai aktor dapat mempengaruhi sebuah struktur sosial ketika pembatnan atas suatu nilai tidak berjalan dengan baik.

Pemaparan atas empat habitus menandakan bahasan atas modal menjadi topik selanjutnya. Kepemilikan modal oleh aktor bagi Bourdieu penting dipetakan ketika ingin memahami kesuksesan suatu praktik sosial. Semakin besar kepemilikan atas modal, maka semakin tinggi legitimasi seorang aktor. Bourdieu mengungkapkan terdapat empat modal dalam praktik sosial yaitu modal ekonomi, modal sosial, modal budaya, dan modal simbolik (Fatmawati & Sholikin, 2020). Pertama, modal ekonomi meliputi modal materil yang bernilai dan dapat dipertukarkan. Data menunjukkan bahwa sejak awal gagasan bisnis fesyen endek dihadirkan, modal ekonomi bukan

kendala utama. Modal ekonomi telah dimiliki oleh aktor praktik sosial meskipun diakui hanya mencapai setengah dari kebutuhan modal awal. Dalam proses perintisan usaha bisnis fesyen endek, dukungan modal ekonomi turut dibantu oleh keluarga asal, mertua, dan suami. Keluarga asal berperan dalam memberikan beberapa kain endek sebagai komoditas utama. Mertua memberikan alat produksi berupa lahan lengkap dengan bangunan toko yang kini menjadi butik penjualan. Sedangkan suami memberikan dana awal untuk melakukan renovasi butik serta membeli peralatan untuk butik seperti etalase, manekin, rak, dan sebagainya. Adapun modal ekonomi dari Windy sendiri digunakan untuk sebagai modal awal seperti membeli alat jahit, mencari karyawan, mengikuti seminar dan pelatihan, dan kas awal bisnis fesyen endek.

Setelah modal ekonomi, terdapat modal budaya sebagai modal kedua. Modal budaya menyangkut produksi kualifikasi intelektual melalui pendidikan formal maupun warisan keluarga. Refleksi kritis menunjukkan kepemilikan modal budaya terlihat ketika peneliti memahami histori identitas Windi berasal dari Klungkung. Sejarah mencatat, kain endek berkembang sejak abad ke-16 pada masa pemerintahan Raja Dalem Watuenggong di Gelgel, Klungkung. Di Desa Sulang, produksi kain endek sangat pesat di bawah pengorganisasian Wayan Rudja. Sejak produksi masif oleh Rudja pada abad ke-16, Klungkung selalu terkenal sebagai daerah asal endek. Identitas asal endek menjadikan Windy tersosialisasi bahwa identitas asal Klungkung dan endek merupakan satu kesatuan. Ketenaran endek Klungkung di kancah publik menjadi modal budaya kuat bagi keberlangsungan bisnis fesyen Ayu Windy Tenun Ikat. Di samping asal muasal endek, secara konkrit Windi juga hadir dari keluarga pebisnis endek di Klungkung, sehingga memperkuat relasi identitas endek dan Klungkung sebagai modal budaya.

Posisi pendidikan formal pantas dipertimbangkan, sebab bagian dari kerangka modal budaya. Windy mendapatkan gelar sarjana Hukum pada tahun 2012 di salah satu perguruan tinggi swasta Bali. Kesadaran atas perlindungan hukum dalam membangun bisnis mencapai kapasitas penuh terbukti dengan upaya Windi sedari dini untuk terus memberikan perlindungan hukum bagi bisnis fesyennya. Beberapa upaya perlindungan hukum seperti kepemilikan status perizinan berusaha berbasis risiko, tanda daftar perusahaan perorangan, pendaftaran atas HaKI terhadap beberapa karya seperti motif patra logo koperasi, kepemilikan sertifikat merek Ayu Windy Tenun Ikat, dan izin usaha

UMK. Selain itu, melek hukum mengakibatkan Windi semakin yakin menempuh bisnis fesyen endek sebab memahami komitmen pemerintah dalam pelestarian warisan budaya, signifikansi sumbangsih industri kreatif, dan UMKM bagi pengembangan pariwisata Bali dan bangsa ini.

Modal ketiga adalah modal sosial. Bourdieu menekankan bahwa modal sosial merujuk pada kepemilikan relasi dengan pihak lain yang memiliki nilai tambah (Rajab, 2022). Konsep modal sosial menjadi sangat relevan ketika melihat bangunan jaringan sosial milik Ayu Windy Tenun Ikat. Modal sosial pertama di masa merintis mengarah pada kepemilikan bisnis endek oleh keluarga, sehingga pengalaman dalam mempraktikkan komodifikasi endek dapat diraih dengan mudah. Bahkan beberapa tenaga lepas seperti kebutuhan akan tukang tenun dan tukang jahit dapat diperoleh dengan rekomendasi dari bisnis keluarga di Klungkung.

Modal sosial kedua secara konkrit dilihat dari bagaimana upaya pertama Windy menembus pasar kantoran yaitu RSUD Kabupaten Buleleng, karena posisi suami sebagai tenaga kesehatan bertugas di rumah sakit tersebut. Pasar pertama menjadi momentum vital bagi Windy untuk memperkenalkan kualitas produk miliknya, karena implikasi jangka panjang akan dimulai dari pandangan pertama. Keberhasilan membangun modal sosial pada pengalaman pertama dapat digapai dengan bukti hingga hari ini RSUD Kabupaten Buleleng baik secara kelembagaan maupun para pekerja di dalamnya sebagian besar menjadi pelanggan tetap Ayu Windy Tenun Ikat.

Perluasan modal sosial turut dilakukan oleh Windi dengan menggunakan relasi mertua laki-lakinya. Secara implisit pemanfaatan modal sosial berlangsung dengan cara sosialisasi persuasif, di mana Windy memberikan baju endek sebagai seragam ataupun aksesoris agar digunakan ketika beraktivitas terutama saat bertemu rekan kerja. Dengan profesi dosen, Windi yakin bahwa perluasan pasar dapat dicapai sebab lingkungan kerja dosen kerap menuntut nuansa formal dan berbudaya sebagai bentuk dari profesionalitas. Penerapan promosi persuasif menemukan titik kesuksesan karena mertua laki-laki mengaku turut mempromosikan secara verbal kepada rekan kerja terkait kualitas dari produk bisnis fesyen Ayu Windy Tenun Ikat. Hingga hari ini, strategi promosi dengan metode persuasif terus dilakukan dengan hasil memuaskan, di mana rekan kerja mertua laki-laki kerap berbelanja dalam skala kecil maupun partai besar di Ayu Windy Tenun Ikat. Selain modal sosial yang kasat mata, penting untuk dihadirkan kepemilikan modal

sosial implisit milik Windi. Keberhasilan atas bisnis fesyen merupakan bagian pembuktian bahwa keselarasan antara peran domestik, publik, dan keadatan tercapai. Pada bagian gambaran umum peneliti telah memaparkan bahwa perolehan data memperlihatkan relasi sosial baik antara suami dalam berbagi peran di rumah tangga sangat penting. Bahkan modal sosial yang baik dari mertua juga meliputi membantu pada proses mendidik anak. Di lain sisi, modal sosial berwujud relasi sosial dengan para karyawan menjadi modal sentral berikutnya. Penerapan metode kekeluargaan, curahan perhatian diluar lanskap bisnis, penciptaan ranah demokratis bersama karyawan menjadi latar belakang penting bagaimana relasi sosial dapat dipelihara dengan baik. Sejauh ini, hubungan harmonis antara Windy dan karyawan dirasakan dan dapat dibuktikan dari loyalitas satu sama lain kepada Ayu Windy Tenun Ikat.

Modal sosial terakhir ialah modal simbolik. Modal simbolik dapat dipahami pada kerangka segala bentuk prestise, status, otoritas, dan legitimasi yang melekat pada subjek atau aktor sebagai hasil dari berbagai kapital (Fathurokhmah, 2023). Pemaparan atas ketiga modal awal, telah menghantarkan suatu titik akumulasi di mana kepemilikan modal simbolik dikantongi oleh Windi. Pertama, simbol sebagai pemilik bisnis fesyen endek Ayu Windy Tenun Ikat. Kandungan prestise dan status sosial akan seketika terbayang dibenak publik khususnya pelanggan Ayu Windy Tenun Ikat ketika Windi terlekat dengan simbol *owner* atau pemilik bisnis. Pemilik memiliki pemaknaan selain otoritas atas bisnis, juga representasi aktor yang menjadi alasan pencapaian sukses atas ekspansi bisnis fesyen endek ini. Windy mengungkapkan bahkan ketika Ayu Windy Tenun Ikat terlibat pada pagelaran atau pameran budaya, pasti ada panitia dan calon pengunjung yang memastikan bahwa dirinya hadir langsung pada kegiatan tersebut. Hal ini menandakan bahwa Windi sebagai aktor memiliki keterlekatan sangat kuat dengan bisnis miliknya.

Modal simbolik kedua adalah ketika sebagian besar pelanggan dan orang terdekat melontarkan pernyataan “*apapun di tangan Windi semua jadi endek*”. Pernyataan ini terlontar bertolak dari kreativitas dan inovasi Windi yang tertuang sebagai desain sekaligus produk dengan sentuhan endek. Bahkan beberapa produk ungkap Windi didesain secara spontan demi memanfaatkan sisa kain endek dari produk lainnya. Pada dasarnya, keinginan Windi untuk menyingkirkan pandangan negatif atas endek melalui penciptaan berbagai produk keseharian dengan sentuhan endek, menghantarkan

identitas baru pada dirinya. Dengan kata lain, simbol tersebut dapat dibaca sebagai penyematan kepercayaan para pelanggan dan orang terdekat kepada Windi atas kompetensi sebagai desainer inovatif pemilik bisnis fesyen Ayu Windy Tenun Ikat.

Paparan dua bagian modal simbolik secara kritis merupakan akumulasi atas tiga modal lainnya yakni modal ekonomi, modal sosial, dan modal budaya. Ketika ketiga modal tersebut dimanfaatkan maka semakin kuat kepemilikan atas modal simbolik bahkan melahirkan simbol baru yang dapat dijadikan modal baru. Ranah menjadi konsep terakhir dalam memahami praktik sosial komodifikasi endek pada bisnis fesyen. Gambaran sederhana atas ranah meliputi sebuah tempat atau arena aktor sosial saling bersaing demi mendapatkan berbagai sumber daya baik materil maupun simbolik. Dalam ranah, para aktor menggunakan strategi dan memanfaatkan modal mereka untuk mencapai posisi tertentu atau mempertahankan posisi tertentu.

Kontekstualisasi ranah dalam analisis kritis praktik sosial komodifikasi endek mengarah pada dua hal. Pertama, ranah fisik. Kedua, ranah non-fisik. Ranah fisik dapat dilihat dari berbagai bentuk kegiatan yang diikuti oleh Windi untuk melakukan ekspansi nama bisnis dan penjualan produknya. Mengikuti talkshow, menjadi pembicara, mengikuti pameran, mengikuti pagelaran, menciptakan pagelaran sendiri, merupakan pemanfaatan berbagai ranah konkret yang dilakukan Windi. Selain kegiatan luring, ekspansi dalam konteks daring juga termasuk pada kategori ini, seperti pemanfaatan media sosial dan *e-commerce*. Pada sub bab sebelumnya peneliti telah memaparkan bahwa Windy beserta tim media menyadari penuh signifikansi dunia digital untuk pengembangan bisnis. Maka dari itu, konsisten untuk mengunggah konten dilakukan untuk maksimalisasi tujuan bisnis fesyen.

Berbeda dengan ranah fisik, ranah non fisik merupakan arena dimana pertarungan kepentingan terjadi antar para aktor. Ranah budaya menjadi bagian dari ranah kedua. Keterdesakan eksistensi budaya lokal akibat pengaruh globalisasi dan citra modern budaya barat merupakan ranah penuh pertarungan antar budaya dalam konteks oposisi biner (Sulistiyadi et al., 2019). Budaya modern kerap dikonotasikan lebih maju, kekinian, dan menarik perhatian khalayak umum. Berbeda dengan budaya lokal kerap dikonotasikan tradisional, kuno, formal, dan artefak dalam konteks negatif. Sehingga Windi sebagai aktor melalui bisnis fesyen ingin melebur kondisi dikotomi ini mencapai jalan tengah melalui produk-produk Ayu Windy Tenun Ikat, di mana endek disuguhkan

sangat dekat dengan keseharian melalui penciptaan tas, bando, masker, sandal, polo T-shirt dan sebagainya. Menariknya posisi Windi sebagai aktor dalam ranah ini sejalan dengan komitmen pemerintah lokal khususnya untuk melestarikan identitas melalui warisan budaya Bali berupa kain endek.

KESIMPULAN

Kain endek Bali dipilih sebagai komoditas utama oleh UMKM Ayu Windy Tenun Ikat bukan karena alasan ingin mengakumulasi modal kapital semata, melainkan lebih kepada keprihatinan seorang anak muda (Windi) akan warisan budaya lokal yang semakin tergerus akibat modernisasi. Ditambah lagi keprihatinannya melihat masyarakat khususnya generasi muda yang masih kurang akan eksistensi warisan budaya lokal (kain endek). Maka dari itu, spirit melestarikan dieksekusi dengan praktik sosial komodifikasi kain endek menjadi berbagai produk fesyen dengan sentuhan modern seperti bando, polo T-Shirts, taplak meja, sarung bantal, sandal, dan sebagainya. Disini dapat dilihat bagaimana generasi milenial mampu menjadi aktor yang inovatif, aktor penjaga warisan budaya dengan langkah konkritnya yang mampu membalikkan wacana dominan, sekaligus mampu ikut ambil bagian dalam meningkatkan perekonomian dan mendukung perkembangan pariwisata Bali.

Praktik sosial komodifikasi kain endek dalam UMKM Ayu Windy Tenun Ikat tidak dapat dipisahkan dari dimulainya pembatinaan nilai sosial seorang perempuan muda untuk dapat independen, keinginan memiliki usaha dan ekspansi ekonomi. Hal ini didukung oleh diakumulasinya berbagai macam modal (sosial, kapital, budaya dan simbolik) yang tersedia di lingkungannya. Bersamaan dengan itu, pemanfaatan ranah fisik dan non fisik sangat penting untuk dilakukan dalam rangka ekspansi nama bisnis dan penjualan produk.

Saran

Berkenaan dengan hasil penelitian ini, beberapa saran dapat dikemukakan sebagai berikut.

1. Bagi Ayu Windy Tenun Ikat, dalam mengembangkan bisnis teruslah melakukan inovasi sesuai perkembangan dan selera zaman sehingga tetap eksis dan diterima oleh masyarakat luas. Demikian pula bergeraklah maju terus di ranah fisik untuk mengedukasi masyarakat terutama generasi muda agar sadar dan dapat

2. menghargai serta mampu melestarikan berbagai budaya lokal khususnya kain endek.
3. Bagi generasi muda, dapat berkaca dari Ayu Windy Tenun Ikat yang mampu sebagai pelopor generasi milenial yang prihatin sekaligus berjuang melestarikan budaya lokal (endek). Perjuangannya berbuah manis dengan diterimanya produk inovasi kain endek oleh berbagai kalangan dan ini dapat dijadikan cambuk pelecut bagi anak muda lainnya.
4. Bagi pemerintah dan masyarakat, semoga dapat memberikan perhatian dan dukungan bagi generasi muda yang penuh kekuatan, bakat dan mimpi untuk melestarikan budaya lokal dengan cara masing-masing, seperti memberi ruang anak muda berkiprah, membantu modal usaha dengan bunga ringan, atau membeli produk-produk yang dihasilkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Aleksandrova, A. (2021). Covid-Based Neologisms in Media Texts. *KNOWLEDGE-International Journal*, 46(6), 993–996. <https://doi.org/10.38003/zrffs.15.4>
- Amsari, S., Sy, S. E., & Windu Anggara, M. E. (2023). *Ekonomi Kreatif*. umsu press.
- Antara, M., & Yogantari, M. V. (2018). Keragaman Budaya Indonesia Sumber Inspirasi Inovasi Industri Kreatif. *SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi)*, 1, 292–301. <https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/68>
- Apriliani, S., Gulendra, I. W., & Budiaprilliana, L. (2022). Endek Patchwork As Inspiration For Painting Pouch Collaboration With High Artistic Value. *Cita Kara: Jurnal Penciptaan Dan Pengkajian Seni Murni*, 2(2), 99–108. <https://doi.org/10.59997/citakara.v2i2.1851>
- Ariani, N. M. (2019). Pengembangan Kain Endek sebagai Produk Penunjang Pariwisata Budaya di Bali. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 9(2), 146–159. <https://doi.org/10.22334/jihm.v9i2.154>
- Arika, D., Syarief, E., & Amboro, Y. P. (2023). Perlindungan Hukum Atas Mode Pakaian Sebagai Desain Industri Di Indonesia. *Jurnal Yustisiabel*, 7(2), 264–283. <https://doi.org/10.32529/yustisiabel.v7i2.2429>
- Dantes, N. (2012). Metodologi penelitian. *Yogyakarta: CV Andi Offset*.
- Diantari, N. K. Y. (2022). Estetika Postmodern pada Produk Fast Fashion dengan Kain Bermotif Endek. In *Dasa Citta Desain: E-Book Chapter Desain*. <https://ebook.chapter.isi-dps.ac.id/index.php/dcd/article/view/61>
- Fathurokhmah, F. (2023). *Wacana Kritis Klaim Kebenaran Isu Keagamaan Masa Krisis Di Media Sosial-Damera Press*. Damera Press.
- Fatmawati, N. I., & Sholikin, A. (2020). Pierre Bourdieu dan konsep dasar kekerasan simbolik. *Madani Jurnal Politik Dan Sosial Kemasyarakatan*, 12(1), 41–60. <https://doi.org/10.52166/madani.v12i1.3280>

- Hartatik, H., Rukmana, A. Y., Efitra, E., Mukhlis, I. R., Aksenta, A., Ratnaningrum, L. P. R. A., & Efdison, Z. (2023). *TREN TECHNOPRENEURSHIP: Strategi & Inovasi Pengembangan Bisnis Kekinian dengan Teknologi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hasan, S., Elpisah, E., Sabtohadhi, J., Nurwahidah, M., Abdullah, A., & Fachrurazi, F. (2022). *Manajemen Keuangan*. Penerbit Widina. <https://doi.org/10.22225/politicos.3.1.2023.59-75>
- Lucianto, B., Siswoyo, G. M., Gotama, P. S., Phang, S. M. H., Davis, V. A., Somawiharja, Y., & Tanzil, M. Y. (2021). Pengembangan Motif Tekstil Kain Tenun Endek dengan Pengaruh Budaya Bali. *Folio*, 2(2). <https://journal.uc.ac.id/index.php/FOLIO/article/view/3475>
- Pramestisari, N. A. S., Kebayatini, N. L. N., & Putra, K. A. D. (2023). Komodifikasi Nilai Kesakralan (Transformasi Fungsi Ruang Dalam Perspektif Heterotopia di Pura Dalem Ped). *POLITICOS: Jurnal Politik Dan Pemerintahan*, 3(1), 59–75. <https://doi.org/10.22225/politicos.3.1.2023.59-75>
- Pratama, B. I., Anggraini, C., Pratama, M. R., Illahi, A. K., & Ari, D. P. S. (2021). *Metode Analisis Isi (Metode Penelitian Populer Ilmu-Ilmu Sosial)*. UNISMA PRESS.
- Rajab, B. (2022). Pembentukan Modal Sosial Dan Kepentingan Ekonomi-Politik Negara. *Jurnal Interaksi Sosiologi*, 1(1), 79–121. <http://jos.unsoed.ac.id/index.php/jis/article/view/6556>
- Sari, N. M., & Retnaningsih, E. (2020). Strategi Pengembangan Science Techno Park melalui Ekosistem Inovasi dalam Rangka Peningkatan daya Saing Daerah Provinsi Sumatera Selatan. *Publikasi Penelitian Terapan Dan Kebijakan*, 3(1), 1–20. <https://doi.org/10.46774/pptk.v12i1.114>
- Suketi, N. N. (2020). *Kedudukan Perempuan Dalam Perspektif Hukum Waris Bali*. Indonesia Prime.
- Sulistiyadi, Y., Eddyono, F., & Entas, D. (2019). *Pariwisata Berkelanjutan dalam Perspektif Pariwisata Budaya di Taman Hutan Raya Banten*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Syahbudi, M., & Ma, S. E. I. (2021). *Ekonomi Kreatif Indonesia: Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif Menuju Go Global (Sebuah Riset Dengan Model Pentahelix)*. Merdeka Kreasi Group.
- Wadanubun, S., Susanti, A. T., & Kudubun, E. E. (2020). Perjuangan Perempuan dalam Arena Politik (Studi Pemilihan Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah di Kabupaten Mimika, Propinsi Papua dalam Prespektif Pierre Bourdiue). *Jurnal Analisa Sosiologi*, 9(2). <https://doi.org/10.20961/jas.v9i2.43026>
- Wulandari, P. K., Saraswati, D., & Damayanti, G. (2020). Ketahanan Sosial Pemuda Dalam Pengelolaan Wisata Budaya (Studi Pada Yayasan Lasem Heritage Di Lasem, Rembang, Jawa Tengah). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 26(2), 249–272. <https://doi.org/10.22146/jkn.56994>
- Wuriyani, E. P. (2020). Mengenalkan Pemikiran Pierre Bourdieu untuk Sastra. *Jurnal Edukasi Kultura: Jurnal Bahasa, Sastra Dan Budaya*, 7(1), 1–10. <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/kultura/index>
- Zahra, A., & Hendrawan, A. (2017). Pemanfaatan Konsep Dekonstruksi Fashion Pada Lembaran Denim Sebagai Aplikasi Produk Fashion. *Jurnal Seni Rupa*, 5(3), 266–275. <http://dx.doi.org/10.26742/atrat.v5i3.345>