

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi di seluruh dunia. Pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan ke area alam yang dilakukan dengan tujuan mengkonservasi lingkungan dan melestarikan kehidupan dan kesejahteraan penduduk setempat (Anden, 2021). Pariwisata dilihat tidak hanya sebagai aktivitas rekreasi, pariwisata juga dianggap sebagai industri strategis yang dapat menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan daerah, dan memperkuat identitas lokal. Berbagai jenis pariwisata baru, seperti ekowisata, pariwisata berbasis komunitas, dan pariwisata budaya, muncul sebagai akibat dari perubahan pola hidup masyarakat modern yang semakin menghargai pengalaman alam, budaya, dan gaya hidup lokal. Pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya (Wahab, 2003). Kondisi ini membuat banyak negara, termasuk Indonesia bersemangat untuk meningkatkan pariwisata, yang memiliki dampak sosial dan budaya bagi masyarakat mereka selain keuntungan finansial.

Di Indonesia, pariwisata semakin menekankan daya tarik lokal serta keindahan alam dan peninggalan sejarah. Ketika fenomena ini terjadi, tren komodifikasi budaya muncul. Komodifikasi ini memiliki dua efek. Salah satunya yaitu memiliki kemampuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal melalui kegiatan ekonomi inovatif. Namun, pada saat yang sama, hal ini juga memiliki potensi untuk mengubah makna asli dari budaya karena mengubahnya agar sesuai dengan selera pasar wisatawan. Komodifikasi adalah proses terjadinya perubahan barang atau layanan yang sebelumnya mengikuti aturan sosial non-pasar menjadi suatu subjek yang mengikuti aturan pasar (Reyes, 2002). Komodifikasi merupakan salah satu

bentuk kapitalisme global mengakumulasi kapital, komodifikasi telah mentransformasi nilai guna menjadi nilai tukar yang sifatnya komersial (Horkheimer & Adorno, 1979). Fenomena kompleks yang mempertemukan budaya, ekonomi, dan modernitas disebut komodifikasi budaya. Ia memperlihatkan bagaimana elemen budaya dapat hidup kembali dalam ekonomi global, tetapi juga berisiko kehilangan makna aslinya. Dalam antropologi, penelitian ini penting karena membantu kita memahami bagaimana masyarakat menegosiasikan antara mempertahankan identitas budaya mereka dan memenuhi kebutuhan ekonomi mereka di tengah arus pariwisata dan kapitalisme global.

Komodifikasi budaya yang tidak terlepas dengan konstruksi historis dan *cultural* yang kompleks, maka media memproduksi dan menjadikan budaya bagian signifikasi *symbol* dan memiliki nilai komersial dalam program religi di televisi (Kitiarsa, 2008). Komodifikasi budaya memiliki dua sisi. Hal ini dapat meningkatkan ekonomi masyarakat lokal, tetapi dapat mengubah makna dan nilai asli budaya. Selain itu, fenomena komodifikasi dan manipulasi budaya tidak dapat dihindari, terutama pada sektor pariwisata. Kegiatan pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai sumber daya ekonomi dan lapangan kerja, tetapi juga membawa perubahan dalam masyarakat lokal dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam hal ini, pariwisata tidak hanya menjual keindahan alam tetapi juga menjual budaya masyarakat setempat. Wisatawan mengunjungi suatu negara atau wilayah untuk menikmati keindahan alam dan keunikan seni dan budaya. Bagaimana masyarakat memaknai, menghasilkan, dan menjual budaya mereka sebagai sumber penghidupan juga merupakan bagian dari komodifikasi dalam konteks ekonomi lokal. Pertanyaan yang muncul sebagai akibat dari fenomena komodifikasi budaya adalah, sejauh mana nilai budaya tetap relevan saat menjadi bagian dari sektor pariwisata ?

Selain itu, terdapat konsep tentang "authenticity staged", di mana budaya lokal sering kali ditampilkan ulang dalam bentuk yang telah disesuaikan dengan ekspektasi wisatawan (MacCannell, 1973). Dalam kenyataannya, masyarakat tidak hanya mempertahankan budaya

sebagaimana adanya, tetapi mereka juga mengubahnya menjadi sesuatu yang lebih visual dan menguntungkan bagi perdagangan. Fenomena ini menunjukkan bahwa nilai-nilai budaya masih relevan, tetapi telah dipilih dan diubah. Dengan kata lain, versi budaya yang ditunjukkan kepada wisatawan telah "dikurasi" untuk kepentingan pasar. Sebaliknya, komodifikasi budaya juga dapat dianggap sebagai cara bagi masyarakat lokal untuk menyesuaikan diri dengan perubahan ekonomi di seluruh dunia. Terdapat konsep "*McDonaldization*" dan bagaimana prediktabilitas, efisiensi, dan kalkulabilitas mulai berdampak pada berbagai aspek kehidupan, termasuk Budaya (Ritzer, 2010). Dalam industri pariwisata, budaya lokal sering disederhanakan dan distandarisasi agar wisatawan dapat membuat dan memakannya. Di satu sisi, hal ini dapat mengurangi kompleksitas budaya, tetapi di sisi lain juga akan memberikan masyarakat peluang ekonomi yang lebih besar. Namun, tidak semua komodifikasi mengakibatkan kehilangan nilai budaya. Dalam konsep "*tourist gaze*" menyatakan cara pengunjung melihat suatu objek memengaruhi produksi dan penampilan budaya (Urry, 1990). Dalam hal ini, masyarakat lokal sangat terlibat dalam menentukan representasi budaya mereka. Mereka dapat memanfaatkan pariwisata untuk memperkuat identitas budaya mereka dan memperoleh keuntungan finansial, meskipun mereka tidak selalu menjadi pihak yang pasif.

Pasar Bunga Bandungan adalah salah satu daya tarik wisata di Kabupaten Semarang. Selain pasar bunga Bandungan, terdapat wisata lain seperti Umbul Sidomukti, Candi Gedong Songo, dan Taman Bunga Celosia. Dengan udaranya yang dingin dan tanahnya yang subur, Bandungan terkenal dengan berbagai macam bunga, oleh karena itu banyak wisatawan hanya datang untuk membeli bunga. Di Bandungan, bunga bukan hanya komoditas yang menguntungkan, tetapi juga merupakan simbol budaya, keindahan, kesuburan, dan hubungan manusia dengan alam. Hal ini sejalan dengan pandangan (Geertz, 1978) yaitu simbol memiliki makna khusus untuk menjelaskan suatu keadaan atau budaya yang terkandung di dalamnya. Kekuatan khas simbol-simbol itu berasal dari

kemampuan mereka yang dikira ada untuk mengidentifikasi fakta dengan nilai pada taraf fundamental, untuk memberikan pada sesuatu yang bagaimana pun juga bersifat faktual murni, suatu muatan normatif yang komprehensif. Dalam situasi seperti ini, bunga dapat dianggap sebagai simbol budaya yang memiliki makna spiritual dan estetika bagi orang Bandungan. Penjualan bunga di Pasar Bandungan akhirnya berkembang menjadi daya tarik wisata tersendiri di mana pengunjung tidak hanya datang untuk berbelanja, tetapi juga untuk menikmati suasana, keindahan, dan simbol budaya lokal.

Penelitian ini sangat penting karena dapat membantu memahami secara menyeluruh bagaimana komodifikasi bunga terjadi di Pasar Bandungan dan bagaimana fenomena tersebut memengaruhi struktur ekonomi lokal, makna budaya, dan identitas sosial masyarakat setempat. Komodifikasi bunga bukan hanya jual beli, tetapi juga menunjukkan bagaimana masyarakat melihat simbol budaya bunga. Dalam situasi ini, bunga tidak hanya memiliki nilai dagang sebagai barang dagangan, tetapi juga memiliki makna simbolik yang terkait dengan adat istiadat, gaya hidup, dan perspektif masyarakat pegunungan Bandungan. Namun, pada hal ini komodifikasi tidak selalu berarti kehilangan pemaknaan budaya. Ketika benda dikomodifikasi (diperdagangkan di pasar), benda tersebut tidak kehilangan nilai budayanya secara instan. Sebaliknya, proses komodifikasi sering kali menambahkan lapisan makna baru atau menggeser makna aslinya (Appadurai, 1986). Oleh karena itu, penting bagi penelitian ini untuk mengungkap seberapa besar proses komodifikasi dapat memengaruhi cara masyarakat berinteraksi dengan budaya mereka dalam hal sosial dan ekonomi. Seperti yang dikemukakan oleh Bordieu (1984) tentang teori habitus, yaitu habitus memungkinkan individu untuk bernavigasi dalam dunia sosial tanpa perhitungan yang sadar dan rasional secara terus-menerus, menghasilkan tindakan yang terasa "alami" atau masuk akal dalam konteks sosial mereka.

Teori *The Social Life of Things* yang dikemukakan oleh Appadurai (1986) menjadi salah satu landasan teoritis dalam penelitian ini. Dalam buku *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, Appadurai

mengajak untuk memahami benda tidak hanya sebagai objek material yang pasif, tetapi sebagai entitas yang memiliki "kehidupan sosial" (social life). Melalui perspektif ini, makna dan nilai suatu benda dipahami sebagai sesuatu yang dinamis, yang dapat berubah seiring dengan pergerakannya dalam berbagai konteks sosial, budaya, dan ekonomi. Teori Makna Budaya Benda sangat relevan untuk memahami fenomena komodifikasi bunga di Pasar Bandungan. Menurut perspektif ini, bunga tidak dianggap sebagai objek statis; sebaliknya, dianggap sebagai benda yang memiliki "kehidupan sosial" yang berubah seiring dengan keadaan sosial, budaya, dan ekonomi. Bagaimana bunga memiliki makna yang berbeda dalam masyarakat Bandungan dapat dijelaskan oleh konsep "*regimes of value*" yang terkandung dalam teori Appadurai. Dalam sistem ekonomi, bunga dinilai berdasarkan harga, permintaan pasar, dan peluang keuntungan; namun, dalam sistem budaya, bunga memiliki nilai simbolik yang terkait dengan tradisi dan kebiasaan masyarakat. Dalam sektor pariwisata, bunga merupakan bagian dari daya tarik visual dan pengalaman yang ditawarkan kepada wisatawan. Ketiga rezim ini saling berhubungan dan memiliki arti yang kompleks.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji komodifikasi bunga yang terjadi di Pasar Bandungan dan bagaimana fenomena tersebut memengaruhi struktur ekonomi lokal, makna budaya, dan identitas sosial masyarakat setempat dari berbagai perspektif. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Asshofi, et al. (2024) penelitian ini membahas keberhasilan relokasi Pasar Bunga dan Sayur Bandungan yang ternyata berjalan lebih baik daripada relokasi pasar lain, meskipun dilakukan selama pandemi. Tidak ada perselisihan antar pedagang, pendekatan pengelola yang efektif, dan penanganan kemacetan yang sebelumnya menjadi masalah di lokasi lama adalah komponen utama keberhasilan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mendalam tentang bagaimana hubungan antara budaya dan ekonomi lokal dalam konteks pariwisata modern. Dari hasil penelitian tersebut, terdapat persamaan tujuan dengan penelitian yang akan penulis lakukan mengenai bagaimana masyarakat lokal memproduksi, memasarkan, dan memaknai bunga sebagai daya tarik

wisata. Yang menjadi pembeda antara dua penelitian ini adalah selain mengidentifikasi tentang bunga sebagai daya tarik wisata, penulis juga mengidentifikasi seberapa besar proses komodifikasi dapat memengaruhi cara masyarakat berinteraksi dengan budaya mereka dalam hal sosial dan ekonomi.

Penelitian terdahulu selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Lestariningsih, et al. (2018) penelitian ini menganalisis perbedaan pendapatan petani bunga krisan sebelum dan sesudah adanya agrowisata, serta menganalisis pengaruh agrowisata terhadap peningkatan pendapatan petani bunga krisan di Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang. Terlepas dari fakta bahwa kedua penelitian ini membahas tentang bagaimana bunga dapat mempengaruhi ekonomi masyarakat, penelitian yang akan dilakukan oleh penulis juga berkonsentrasi pada bagaimana komodifikasi bunga terjadi di Pasar Bandungan. Penelitian oleh Barokah, et al pada tahun 2019 juga menjadi penelitian terdahulu selanjutnya. Pada umumnya, penelitian ini hampir mirip dengan penelitian- penelitian terdahulu sebelumnya. Penelitian ini mengidentifikasi faktor sosial ekonomi apa saja yang mempengaruhi pendapatan petani dan mengetahui faktor sosial ekonomi apa yang paling mempengaruhi pendapatan petani pada usahatani bunga potong krisan di Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. Sebagai pembaharu, lingkup penelitian penulis akan lebih luas, mencakup tidak hanya faktor sosial dan ekonomi tetapi juga bagaimana hubungan antara budaya dan ekonomi lokal dalam konteks pariwisata modern.

Penelitian terdahulu selanjutnya dilakukan oleh Setiyawan et al. (2018) yang menganalisis perbedaan pendapatan petani bunga krisan sebelum dan sesudah adanya agrowisata, serta menganalisis pengaruh agrowisata terhadap peningkatan pendapatan petani bunga krisan di Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang. Penelitian ini berkonsentrasi pada elemen ekonomi, terutama bagaimana pendapatan petani bunga krisan berbeda sebelum dan sesudah agrowisata, serta bagaimana agrowisata memengaruhi peningkatan pendapatan ini.

Pendekatan yang digunakan cenderung kuantitatif, dengan fokus pada mengukur tingkat kesejahteraan ekonomi petani melalui indikator pendapatan. Namun, fokus penelitian penulis berbeda, yaitu pada proses komodifikasi bunga sebagai fenomena sosial dan budaya. Penelitian penulis melihat bunga tidak hanya sebagai komoditas ekonomi, tetapi juga sebagai objek budaya yang mengalami transformasi maknanya dari nilai simbolik menjadi nilai ekonomi dalam konteks pasar dan pariwisata. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang lebih menekankan pada pemahaman makna, praktik sosial, dan nilai bunga.

Penelitian yang dilakukan oleh Mardiningsih et al. (2020) juga menjadi penelitian terdahulu. Penelitian ini berfokus pada strategi pengembangan agrowisata berbasis bunga krisan di Taman Bunga Celosia dengan menggunakan pendekatan manajemen melalui analisis SWOT. Penelitian ini berfokus pada aspek perencanaan dan pengembangan usaha, dengan tujuan untuk membuat strategi yang mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan agrowisata dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal. Penelitian terdahulu ini menggunakan pendekatan deskriptif-strategis untuk analisis SWOT, sementara penelitian penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan perspektif makna budaya benda. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk melihat lebih dalam bagaimana bunga dimaknai oleh aktor sosial seperti petani, pedagang, dan wisatawan, serta bagaimana makna tersebut berubah selama proses komodifikasi. Pembaruan dalam penelitian penulis menggunakan pendekatan analisis yang melihat bunga sebagai bukan hanya objek ekonomi atau tujuan wisata, tetapi juga sebagai benda yang memiliki makna budaya yang terus berubah. Dengan melihat komodifikasi sebagai proses transformasi makna, yang melibatkan perjanjian antara nilai ekonomi dan nilai simbolik.

Selanjutnya, penelitian terdahulu dilakukan oleh Nurfadillah et al. (2022) yang meneliti perilaku konsumen terutama terkait karakteristik, tingkat kinerja, kepentingan, dan kepuasan konsumen terhadap produk hortikultura pascarelokasi di Pasar Bandung. Penelitian ini berfokus pada

sudut pandang konsumen dengan menggunakan pendekatan yang cenderung kuantitatif untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dan penilaian kualitas produk dan layanan. Sementara itu, fokus penelitian penulis adalah komodifikasi bunga sebagai fenomena sosial dan budaya. Penelitian penulis melihat bunga dari sudut pandang konsumen dan melibatkan berbagai aktor seperti petani, pedagang, dan masyarakat lokal untuk memahami bagaimana bunga diproduksi, diperdagangkan, dan dimaknai dalam konteks pasar dan pariwisata. Penelitian penulis mencoba melihat bunga sebagai objek budaya yang mengalami komodifikasi dan bukan hanya produk hortikultura yang dikonsumsi. Ini memberikan perspektif yang lebih mendalam dengan melihat bagaimana bunga berubah dalam hubungannya dengan ekonomi, budaya, dan pariwisata di pasar Bandungan.

Penelitian terdahulu selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Ediati, et al. (2001) fokus penelitian ini adalah bagaimana merancang dan merencanakan wisata agro bunga di Bandungan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan, mempelajari, dan mengembangkan masalah yang terkait dengan perencanaan pengembangan kawasan wisata, dengan penekanan khusus pada aspek desain, tata ruang, dan pengembangan kawasan wisata agro. Namun, topik utama penelitian penulis adalah komodifikasi bunga sebagai fenomena sosial dan budaya di Pasar Bunga Bandungan. Penelitian ini tidak berfokus pada desain kawasan wisata; sebaliknya, fokusnya adalah bagaimana bunga sebagai objek budaya mengalami perubahan signifikan dalam proses produksi, perdagangan, dan pariwisata. Kebaruan dalam penelitian penulis adalah perspektif analisis yang melihat bunga sebagai objek yang memiliki makna budaya yang berkembang dan perlu dirancang dan dikembangkan. Dengan menekankan transformasi nilai bunga dari nilai simbolik ke nilai ekonomi dalam konteks pasar dan pariwisata, penelitian penulis ini menawarkan perspektif yang lebih interpretatif.

Penelitian terdahulu berikutnya dilakukan oleh Sandikusumah, et al. (2025). Penelitian ini berisi komodifikasi budaya dalam konteks tradisi,

terutama Tradisi Sesaji Rewanda di Desa Wisata Kandri. Fokus penelitian ini adalah bagaimana praktik budaya ritual dan sakral dipromosikan dalam industri pariwisata dan bagaimana hal ini berdampak pada aspek sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat. Pembaruan yang ada pada penelitian penulis terdapat di pendekatan yang melihat komodifikasi yang mencakup praktik budaya simbolik atau ritual dan benda material sehari-hari seperti bunga. Penelitian penulis menunjukkan bahwa hal-hal yang tampak sederhana pun dapat mengalami perubahan signifikan dalam sistem pasar dan pariwisata. Selain itu, proses komodifikasi, di mana bunga dianggap sebagai objek yang mengalami perjalanan makna, dibahas dalam penelitian penulis. Pendekatan ini menawarkan perspektif baru pada komodifikasi budaya yang berfokus pada proses dan dinamika makna yang terjadi selain dampak.

1.2 Rumusan Masalah

Pasar Bandungan di Kabupaten Semarang adalah salah satu pusat perdagangan bunga terbesar di Jawa Tengah dan tempat wisata lokal yang terus meningkat. Di pasar ini, orang menjual bunga untuk simbol-simbol budaya seperti kehidupan, kesuburan, dan keindahan. Mereka juga menawarkan keuntungan finansial. Dalam industri pariwisata, bunga menarik wisatawan untuk tidak hanya berbelanja, tetapi juga untuk menikmati suasana dan budaya pasar tradisional. Namun, menjadikan pasar bunga sebagai destinasi wisata juga mengubah cara orang melihat dan memaknai bunga. Sekarang, bunga banyak dibuat dan dijual sebagai barang ekonomi, meskipun sebelumnya memiliki makna simbolik dalam kehidupan sosial dan ritual budaya. Dalam proses komodifikasi budaya, nilai-nilai tradisional beralih ke nilai-nilai pasar. Berdasarkan hal tersebut, dalam penelitian ini berupaya menjawab dua permasalahan yaitu :

1. Bagaimana peran bunga dalam mendorong daya tarik wisata di Pasar Bandungan ?

2. Bagaimana komodifikasi bunga memengaruhi ekonomi lokal serta makna budaya yang dilekatkan masyarakat Bandungan pada bunga?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memahami hubungan antara budaya, ekonomi, dan pariwisata melalui keberadaan bunga di Pasar Bandungan, berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan. Pasar bunga yang berkembang menjadi tempat wisata menunjukkan perubahan sosial-ekonomi dan nilai budaya dalam masyarakat. Secara lebih spesifik, tujuan penelitian adalah :

1. Menjelaskan bagaimana peran bunga dalam mendorong daya tarik wisata di Pasar Bandungan
2. Menganalisis bagaimana komodifikasi bunga memengaruhi ekonomi lokal serta makna budaya yang dilekatkan masyarakat Bandungan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antara budaya dan ekonomi dalam konteks pariwisata lokal di Pasar Bandungan dengan menganalisis kedua elemen tersebut. Penelitian ini berusaha menjelaskan bagaimana pertumbuhan ekonomi di daerah wisata berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dan mengubah nilai-nilai sosial dan budaya yang telah lama ada dengan menganalisis peran bunga sebagai simbol budaya dan komoditas ekonomi. Pemahaman ini penting karena masyarakat lokal seringkali berada di persimpangan antara mempertahankan tradisi dan mengikuti tuntutan pasar yang semakin kompetitif di tengah pertumbuhan wisata.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis (Akademis)

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat membantu kemajuan penelitian antropologi budaya dan pariwisata ekonomi, terutama dengan memahami bagaimana komodifikasi memengaruhi hubungan antara nilai budaya dan usaha ekonomi masyarakat lokal.

Penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman kita tentang dinamika transformasi budaya dalam konteks ekonomi pasar dan pariwisata dengan menganalisis peran bunga sebagai komoditas wisata di Pasar Bandungan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman tentang teori komodifikasi budaya dalam konteks lokal Indonesia dengan menekankan bagaimana nilai-nilai simbolik dan identitas budaya dapat berubah, beradaptasi, atau bahkan berubah sebagai akibat dari pertumbuhan pariwisata berbasis ekonomi lokal.

1.4.2 Manfaat Praktis

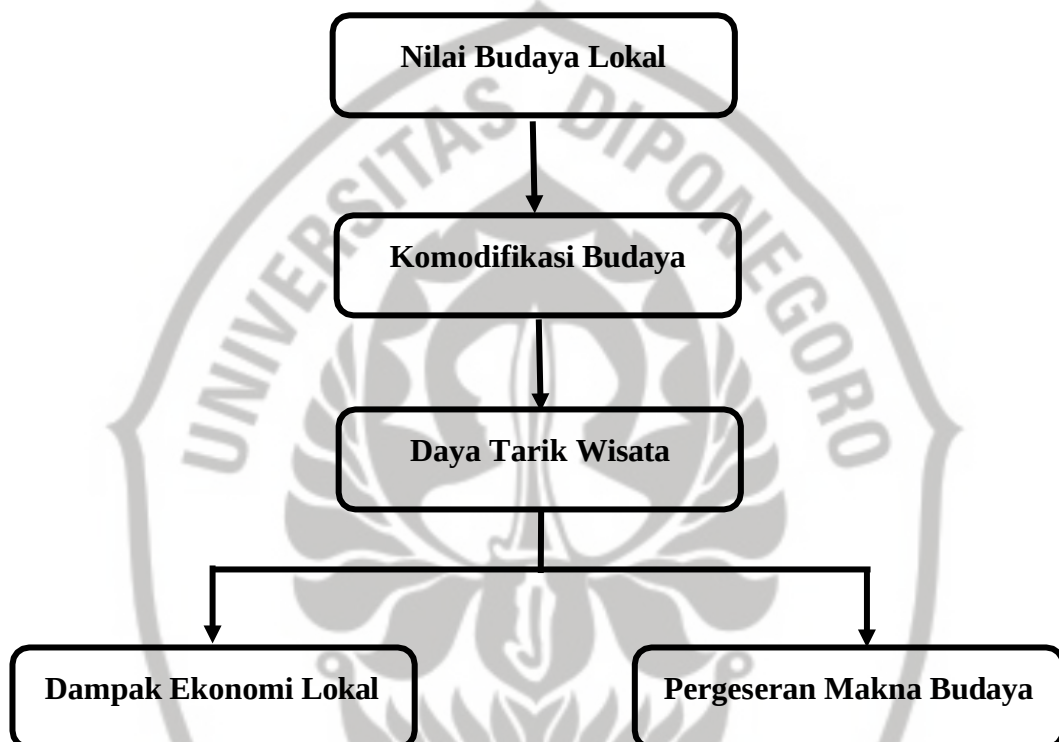
Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada berbagai pihak yang terlibat dalam pengelolaan dan pengembangan Pasar Bandungan sebagai destinasi wisata berbasis budaya. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pemerintah daerah saat membuat kebijakan pariwisata yang mengutamakan keuntungan finansial sambil mempertahankan nilai-nilai budaya lokal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat dan pelaku usaha lokal tentang pentingnya mempertahankan makna budaya bunga agar tetap menjadi identitas khas daerah dan sumber pertumbuhan ekonomi. Penelitian ini juga dapat membantu pengembang pariwisata dan peneliti lain mengembangkan model pariwisata berkelanjutan yang mengimbangi nilai budaya dan ekonomi.

1.5 Kerangka Pemikiran

Nilai budaya lokal disini tertuju kepada konteks budaya masyarakat Bandungan, di mana bunga memiliki nilai simbolik sosial, spiritual, dan ekonomi selain sebagai komoditas. Bunga, misalnya, digunakan dalam upacara adat, persembahan, atau sebagai representasi kesuburan dan keindahan. Sebelum orientasi wisata muncul, nilai-nilai ini melekat kuat dalam kehidupan masyarakat. Kemudian proses komodifikasi budaya menunjukkan bagaimana nilai budaya diubah menjadi komoditas ekonomi.

Untuk memenuhi permintaan wisatawan, bunga yang semula memiliki nilai simbolik sekarang dibuat, dikemas, dan dijual. Dalam situasi seperti ini, budaya tidak hanya dilestarikan tetapi juga diperdagangkan untuk mendapatkan nilai. Lalu, Ketika budaya dikomodifikasi, peran bunga bertambah menjadi daya tarik wisata dan hal itu mengubah fungsi ekonomi dan cara masyarakat melihat budaya mereka.

Bagan 1. 1 Kerangka Pemikiran



1.5.1 Tinjauan Pustaka

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji komodifikasi bunga yang terjadi di Pasar Bandungan dan bagaimana fenomena tersebut memengaruhi struktur ekonomi lokal, makna budaya, dan identitas sosial masyarakat setempat dari berbagai perspektif. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Ahmad, et al. (2024) penelitian ini membahas keberhasilan relokasi Pasar Bunga dan Sayur Bandungan yang ternyata berjalan lebih baik daripada relokasi pasar lain, meskipun dilakukan selama pandemi. Tidak ada perselisihan antar pedagang, pendekatan pengelola yang efektif, dan

penanganan kemacetan yang sebelumnya menjadi masalah di lokasi lama adalah komponen utama keberhasilan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mendalam tentang bagaimana hubungan antara budaya dan ekonomi lokal dalam konteks pariwisata modern. Dari hasil penelitian tersebut, terdapat persamaan tujuan dengan penelitian yang akan penulis lakukan mengenai bagaimana masyarakat lokal memproduksi, memasarkan, dan memaknai bunga sebagai daya tarik wisata. Yang menjadi pembeda antara dua penelitian ini adalah selain mengidentifikasi tentang bunga sebagai daya tarik wisata, penulis juga mengidentifikasi seberapa besar proses komodifikasi dapat memengaruhi cara masyarakat berinteraksi dengan budaya mereka dalam hal sosial dan ekonomi.

Penelitian terdahulu selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Lestariningsih, et al. (2018) penelitian ini menganalisis perbedaan pendapatan petani bunga krisan sebelum dan sesudah adanya agrowisata, serta menganalisis pengaruh agrowisata terhadap peningkatan pendapatan petani bunga krisan di Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang. Terlepas dari fakta bahwa kedua penelitian ini membahas tentang bagaimana bunga dapat mempengaruhi ekonomi masyarakat, penelitian yang akan dilakukan oleh penulis juga berkonsentrasi pada bagaimana komodifikasi bunga terjadi di Pasar Bandungan. Penelitian yang dilakukan oleh Kusumaningtyas, et al. (2019) juga menjadi penelitian terdahulu selanjutnya. Pada umumnya, penelitian ini hampir mirip dengan penelitian-penelitian terdahulu sebelumnya. Penelitian ini mengidentifikasi faktor sosial ekonomi apa saja yang mempengaruhi pendapatan petani dan mengetahui faktor sosial ekonomi apa yang paling mempengaruhi pendapatan petani pada usahatani bunga potong krisan di Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. Sebagai pembaharu, lingkup penelitian penulis akan lebih luas, mencakup tidak hanya faktor sosial dan

ekonomi tetapi juga bagaimana hubungan antara budaya dan ekonomi lokal dalam konteks pariwisata modern.

Penelitian terdahulu selanjutnya dilakukan oleh Setiyawan et al. (2018) yang menganalisis perbedaan pendapatan petani bunga krisan sebelum dan sesudah adanya agrowisata, serta menganalisis pengaruh agrowisata terhadap peningkatan pendapatan petani bunga krisan di Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang. Penelitian ini berkonsentrasi pada elemen ekonomi, terutama bagaimana pendapatan petani bunga krisan berbeda sebelum dan sesudah agrowisata, serta bagaimana agrowisata memengaruhi peningkatan pendapatan ini. Pendekatan yang digunakan cenderung kuantitatif, dengan fokus pada mengukur tingkat kesejahteraan ekonomi petani melalui indikator pendapatan. Namun, fokus penelitian penulis berbeda, yaitu pada proses komodifikasi bunga sebagai fenomena sosial dan budaya. Penelitian penulis melihat bunga tidak hanya sebagai komoditas ekonomi, tetapi juga sebagai objek budaya yang mengalami transformasi maknanya dari nilai simbolik menjadi nilai ekonomi dalam konteks pasar dan pariwisata. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang lebih menekankan pada pemahaman makna, praktik sosial, dan nilai bunga.

Penelitian yang dilakukan oleh Mardiningsih et al. (2020) juga menjadi penelitian terdahulu. Penelitian ini berfokus pada strategi pengembangan agrowisata berbasis bunga krisan di Taman Bunga Celosia dengan menggunakan pendekatan manajemen melalui analisis SWOT. Penelitian ini berfokus pada aspek perencanaan dan pengembangan usaha, dengan tujuan untuk membuat strategi yang mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan agrowisata dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal. Penelitian terdahulu ini menggunakan pendekatan deskriptif-strategis untuk analisis SWOT, sementara penelitian penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan perspektif

makna budaya benda. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk melihat lebih dalam bagaimana bunga dimaknai oleh aktor sosial seperti petani, pedagang, dan wisatawan, serta bagaimana makna tersebut berubah selama proses komodifikasi. Pembaruan dalam penelitian penulis menggunakan pendekatan analisis yang melihat bunga sebagai bukan hanya objek ekonomi atau tujuan wisata, tetapi juga sebagai benda yang memiliki makna budaya yang terus berubah. Dengan melihat komodifikasi sebagai proses transformasi makna, yang melibatkan perjanjian antara nilai ekonomi dan nilai simbolik.

Selanjutnya, penelitian terdahulu dilakukan oleh Nurfadillah et al. (2022) yang meneliti perilaku konsumen terutama terkait karakteristik, tingkat kinerja, kepentingan, dan kepuasan konsumen terhadap produk hortikultura pascarelokasi di Pasar Bandungan. Penelitian ini berfokus pada sudut pandang konsumen dengan menggunakan pendekatan yang cenderung kuantitatif untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dan penilaian kualitas produk dan layanan. Sementara itu, fokus penelitian penulis adalah komodifikasi bunga sebagai fenomena sosial dan budaya. Penelitian penulis melihat bunga dari sudut pandang konsumen dan melibatkan berbagai aktor seperti petani, pedagang, dan masyarakat lokal untuk memahami bagaimana bunga diproduksi, diperdagangkan, dan dimaknai dalam konteks pasar dan pariwisata. Penelitian penulis mencoba melihat bunga sebagai objek budaya yang mengalami komodifikasi dan bukan hanya produk hortikultura yang dikonsumsi. Ini memberikan perspektif yang lebih mendalam dengan melihat bagaimana bunga berubah dalam hubungannya dengan ekonomi, budaya, dan pariwisata di pasar Bandungan.

Penelitian terdahulu selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Ediati, et al. (2001) fokus penelitian ini adalah bagaimana merancang dan merencanakan wisata agro bunga di Bandungan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan,

mempelajari, dan mengembangkan masalah yang terkait dengan perencanaan pengembangan kawasan wisata, dengan penekanan khusus pada aspek desain, tata ruang, dan pengembangan kawasan wisata agro. Namun, topik utama penelitian penulis adalah komodifikasi bunga sebagai fenomena sosial dan budaya di Pasar Bunga Bandung. Penelitian ini tidak berfokus pada desain kawasan wisata; sebaliknya, fokusnya adalah bagaimana bunga sebagai objek budaya mengalami perubahan signifikan dalam proses produksi, perdagangan, dan pariwisata. Kebaruan dalam penelitian penulis adalah perspektif analisis yang melihat bunga sebagai objek yang memiliki makna budaya yang berkembang dan perlu dirancang dan dikembangkan. Dengan menekankan transformasi nilai bunga dari nilai simbolik ke nilai ekonomi dalam konteks pasar dan pariwisata, skripsi ini menawarkan perspektif yang lebih interpretatif.

Penelitian terdahulu berikutnya dilakukan oleh Sandikusumah, et al. (2025). Penelitian ini berisi komodifikasi budaya dalam konteks tradisi, terutama Tradisi Sesaji Rewanda di Desa Wisata Kandri. Fokus penelitian ini adalah bagaimana praktik budaya ritual dan sakral dipromosikan dalam industri pariwisata dan bagaimana hal ini berdampak pada aspek sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat. Pembaruan yang ada pada penelitian penulis terdapat di pendekatan yang melihat komodifikasi yang mencakup praktik budaya simbolik atau ritual dan benda material sehari-hari seperti bunga. Penelitian penulis menunjukkan bahwa hal-hal yang tampak sederhana pun dapat mengalami perubahan signifikan dalam sistem pasar dan pariwisata. Selain itu, proses komodifikasi, di mana bunga dianggap sebagai objek yang mengalami perjalanan makna, dibahas dalam penelitian penulis. Pendekatan ini menawarkan perspektif baru pada komodifikasi budaya yang berfokus pada proses dan dinamika makna yang terjadi selain dampak.

1.5.2 Landasan Teori

Komodifikasi budaya adalah proses di mana elemen budaya seperti tradisi, kesenian, ritual, simbol, dan identitas lokal berubah dari memiliki makna sosial, spiritual, dan kolektif menjadi barang yang dapat dijual. Menurut perspektif ini, budaya tidak lagi dianggap sebagai representasi identitas dan nilai masyarakat; sebaliknya, dianggap sebagai barang dagangan yang memiliki nilai di pasar. Proses ini terjadi sebagai akibat dari masuknya logika kapitalisme ke dalam budaya di mana segala sesuatu dinilai berdasarkan nilai ekonomi dan potensi keuntungan yang akan diperoleh. Gagasan Karl Marx ini dikembangkan oleh para pemikir budaya seperti Raymond Williams, Stuart Hall, dan Arjun Appadurai untuk menunjukkan bahwa dalam masyarakat modern, budaya sering direproduksi dan dikonsumsi layaknya produk industri, bukan berdasarkan fungsi sosial atau nilai sakral.

Teori makna budaya benda yang dikemukakan oleh (Appadurai, 1986) dalam bukunya *“The Social Life of Things”* menekankan bahwa benda tidak dapat dipahami sebagai objek statis, melainkan memiliki “kehidupan sosial” (*social life*). Dalam perspektif ini, makna dan nilai sesuatu tidak tetap, tetapi berubah seiring dengan konteks sosial, budaya, dan ekonomi tempatnya berada. Oleh karena itu, untuk memahami sesuatu, kita harus melihat bagaimana itu beredar, digunakan, dan dipertukarkan dalam masyarakat. (Appadurai, 1986) menjelaskan bahwa nilai suatu benda tidak hanya ditentukan oleh fungsi praktisnya tetapi juga oleh proses pertukaran yang terjadi di antara berbagai aktor sosial. Nilai suatu benda tidak hanya bersifat ekonomi tetapi juga mencakup nilai simbolik dan sosial yang dihasilkan dari interaksi manusia dengan benda tersebut.

Dalam industri pariwisata, komodifikasi budaya tampak jelas ketika aspek budaya lokal digabungkan untuk menarik

wisatawan. Misalnya, upacara adat diatur sesuai musim liburan, tarian tradisional yang dulunya memiliki makna religius sekarang dimainkan untuk menarik wisatawan, dan bunga, yang memiliki makna simbolik dalam kehidupan masyarakat, digunakan sebagai daya tarik wisata seperti di Pasar Bandungan. Fenomena ini menunjukkan bagaimana budaya lokal menyesuaikan diri dengan mekanisme pasar sambil menghadapi risiko kehilangan maknanya yang asli. Di satu sisi, komodifikasi budaya dapat membawa masyarakat ke arah peluang ekonomi, tetapi di sisi lain, ia juga dapat mengubah arti budaya dan mengasingkan masyarakat dari tradisinya sendiri.

1.6 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami secara menyeluruh makna, proses, dan pengalaman sosial yang terkait dengan fenomena komodifikasi budaya bunga di Pasar Bandungan. Peneliti melihat bagaimana masyarakat setempat, termasuk pedagang, tokoh masyarakat, dan wisatawan, melihat transformasi peran bunga dari simbol budaya menjadi komoditas ekonomi dalam konteks pariwisata melalui pendekatan kualitatif. Oleh karena itu, penelitian berkonsentrasi pada pemahaman mendalam tentang nilai-nilai budaya, makna simbolik, dan interaksi sosial yang terjadi di lapangan daripada mengumpulkan data statistik atau angka.

Penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk memahami fenomena sosial, hukum, dan kebijakan secara mendalam melalui eksplorasi pengalaman, makna, serta pola interaksi di dalamnya. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang mengandalkan angka dan statistik, penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses interpretatif terhadap data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali wawasan yang lebih kompleks mengenai suatu fenomena berdasarkan pengalaman

subjek penelitian (Creswell & Poth, 2018). Teknik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan ketika peneliti sudah punya target individu dengan karakteristik yang sesuai dengan penelitiannya (Turner, 2020).

1.6.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapat pemahaman yang dalam mengenai organisasi atau peristiwa khusus, dibanding memberi deskripsi bagian permukaan dari sampel besar dari sebuah populasi. Penelitian ini bertujuan untuk memberi penjelasan mengenai struktur, tatanan, dan pola yang luas yang ada dalam kelompok partisipan. Penelitian kualitatif disebut etno-metodologi (penelitian lapangan) yang menghasilkan data mengenai kelompok manusia dalam latar sosial (Denzin & Lincoln, 1994). Penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk memahami fenomena sosial, hukum, dan kebijakan secara mendalam melalui eksplorasi pengalaman, makna, serta pola interaksi di dalamnya. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang mengandalkan angka dan statistik, penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses interpretatif terhadap data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali wawasan yang lebih kompleks mengenai suatu fenomena berdasarkan pengalaman subjek penelitian (Creswell & Poth, 2018).

Penelitian ini bertujuan untuk memahami hubungan antara budaya, ekonomi, dan pariwisata melalui keberadaan bunga di Pasar Bandungan. Metode kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi makna, dorongan, dan pengalaman para pelaku, seperti pedagang, pengunjung, dan warga lokal, yang semuanya tidak dapat diukur secara numerik. Peneliti dapat mempelajari dinamika hubungan

sosial, adaptasi terhadap pariwisata, dan konflik atau kolaborasi yang muncul dalam konteks ekonomi dan budaya setempat dengan menggunakan metodologi ini.

1.6.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kec. Bandungan, Kab. Semarang, Jawa tengah. Dimana terdapat Pasar Bunga yang menjadi tempat untuk masyarakat bertransaksi jual-beli ataupun berinteraksi. Alasan saya memilih Bandungan menjadi fokus pada penelitian ini karena saat ini peran bunga di Bandungan bukan lagi menjadi daya tarik wisata tetapi juga menjadi aktivitas ekonomi bagi wisatawan yang berkunjung. Waktu penelitian akan berlangsung selama 3 bulan, yaitu Desember 2025–Februari 2026.

1.6.3 Penentuan Informan

Dalam menentukan informan, penulis menggunakan teknik purposive sampling. *Purposive sampling* adalah penelitian dengan cara mengambil sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan atau kriteria sampel yang diperlukan (Horkheimer & Adorno, 1979). Penulis memilih metode purposive sampling karena ada banyak hambatan yang menghalangi peneliti untuk mengambil sampel secara acak. Dengan menggunakan metode ini, penulis berharap kriteria sampel yang mereka peroleh sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Dalam penelitian yang akan dilakukan penulis, Bapak Bowo Sulaksono (Warga Lokal Bandungan) yang akan menjadi jembatan yang menghubungkan penulis dengan para informan lainnya. Penulis telah memberikan informasi singkat tentang topik penelitian yang sedang di jalankan dan melampirkan kriteria informan yang penulis harapkan melalui pesan pribadi dengan Bapak Bowo. Kriteria tersebut, yaitu:

1. Pedagang lama di pasar bunga Bandungan

Mereka adalah informan penting karena mereka adalah pelaku utama dalam aktivitas ekonomi dan saksi langsung dari perubahan

yang terjadi di pasar. Mereka memiliki sejarah panjang tentang bagaimana bunga diperdagangkan sebelumnya, bagaimana dampaknya terhadap masyarakat sebelum pasar menjadi destinasi wisata, dan bagaimana perubahan pola jual beli dan perilaku konsumen terkait dengan pariwisata setelah pasar. Selain itu, pedagang lama dapat memberikan informasi langsung tentang dampak ekonomi, perubahan harga, dan strategi adaptasi mereka untuk menghadapi arus wisatawan dan logika pasar yang baru.

2. Tokoh masyarakat yang mengetahui dinamika sosial warga lokal

Berperan penting karena mereka memiliki pandangan yang lebih luas tentang perubahan sosial dan budaya yang disebabkan oleh komodifikasi bunga. Pandangan mereka membantu peneliti menelusuri aspek budaya, nilai, dan identitas yang terpengaruh oleh aktivitas ekonomi pasar dan pariwisata.

1.6.4 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan untuk penelitian, teknik pengumpulan data selalu terkait erat dengan rumusan masalah penelitian yang akan diselesaikan. Peneliti menggunakan metode pengamatan (observasi) dan wawancara untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, metode berikut digunakan untuk mengumpulkan data :

a. Teknik Observasi Partisipatif

Untuk mengamati interaksi sosial nyata antara penjual, pembeli, dan pengunjung, peneliti melakukan pengamatan langsung di lokasi pasar. Teknik pengamatan merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki. Dalam hal ini, peneliti akan mengikuti berbagai kegiatan proses jual-beli yang berada di lokasi pasar. Keikutsertaan peneliti dalam mengamati berbagai bentuk

interaksi sosial yang terjadi di pasar tersebut sebagai upaya pengamatan dinamika sosial yang terjadi di pasar tradisional bandungan.

b. Teknik Wawancara

Wawancara dilakukan dengan informan utama untuk mempelajari pengalaman, perspektif, dan cara mereka berinteraksi di pasar bunga. Wawancara adalah proses tanya jawab yang berlangsung secara lisan yang melibatkan dua orang atau lebih yang bertemu secara langsung dan bertatap muka untuk mendengarkan informasi atau keterangan yang diperlukan untuk penelitian. Peneliti akan mewawancarai pedagang di Pasar Bandungan, warga lokal Bandungan dan wisatawan yang berkunjung ke pasar bunga untuk rekreasi atau pun berbelanja.

1.6.5 Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data merupakan proses penting untuk memahami makna di balik fenomena sosial yang diamati. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan secara menyeluruh dengan melihat bagaimana proses komodifikasi budaya bunga terjadi di Pasar Bandungan, serta bagaimana hal itu memengaruhi makna budaya dan ekonomi masyarakat setempat. Analisis ini dilakukan melalui penggunaan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Mengikuti pandangan dari Miles dan Huberman (1994), analisis data kualitatif meliputi tiga alur, yaitu :

3. Reduksi Data, yaitu proses memilih, memusatkan perhatian pada, menyederhanakan, dan mengubah data kasar dari wawancara, observasi, atau dokumentasi.
4. Penyajian Data (*Data Display*), yaitu mengorganisir data yang telah direduksi agar lebih mudah dipahami dan dilihat hubungannya.

5. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi, yaitu tahap akhir untuk menginterpretasikan data dan menarik kesimpulan awal, yang kemudian diverifikasi berulang kali.

Terlebih dahulu ditranskripsikan semua data yang diperoleh dari observasi partisipatif, dokumentasi lapangan, dan hasil wawancara mendalam. Selain itu, memiliki transkrip yang lengkap memudahkan analisis selanjutnya, karena peneliti dapat menelusuri kembali kutipan dan pernyataan yang relevan dengan subjek penelitian. Selain itu, setiap catatan lapangan yang dikumpulkan dari hasil observasi, seperti interaksi sosial antar pedagang, tindakan penjualan bunga, dan perilaku pengunjung di Pasar Bandungan, diorganisir dan dikompilasi untuk memberikan gambaran kontekstual yang lengkap tentang dinamika sosial dan ekonomi di lokasi penelitian.

Setelah data dikumpulkan dan ditranskripsikan, peneliti melanjutkan dengan proses pengelompokan dan pengorganisasian data sesuai dengan fokus penelitian. Untuk melakukan pengelompokan ini, kata kunci, pola, dan kategori yang sering digunakan oleh informan diidentifikasi. Topik utama penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Makna budaya bunga, yang menunjukkan nilai simbolik masyarakat Bandungan
- b. Proses komodifikasi, yang menunjukkan bagaimana bunga berubah dari simbol budaya menjadi produk ekonomi
- c. Dampak ekonomi lokal, yang menunjukkan perubahan sosial dan peningkatan kesejahteraan masyarakat
- d. Perubahan makna budaya, yang menunjukkan bagaimana masyarakat mengubah cara mereka melihat bunga.

Dengan membagi subjek berdasarkan tema ini, para peneliti dapat melakukan analisis yang lebih mendalam, sistematis, dan terarah untuk mencapai tujuan penelitian mereka.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun secara sistematis dengan tujuan untuk memudahkan pembaca dalam memahami alur berpikir dan isi penelitian. Adapun sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab, dengan uraian sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah yang menjelaskan alasan dan urgensi untuk melakukan penelitian ini. Bagian ini juga berisi rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian (teoritis maupun praktis), landasan teori yang digunakan, serta sistematika penulisan. Bagian ini menjadi dasar pemahaman arah penelitian penulis.

BAB II : BANDUNGAN DAN PASAR BUNGA : KONTEKS WILAYAH, AKTIVITAS SOSIAL, DAN EKONOMI LOKAL

Pada bab II ini berisi gambaran umum dari wilayah Kecamatan Bandungan terkait kondisi wilayah nya dan aktivitas sosial dan ekonomi di Bandungan. Selain itu bab ini juga membahas aktivitas sosial ekonomi di Pasar Bunga Bandungan, dan Komoditas bunga di Pasar Bunga Bandungan.

BAB III : BUNGA DI PASAR BUNGA BANDUNGAN : PRAKTIK PRODUKSI BUNGA, IDENTITAS BUDAYA, DAN DAMPAK EKONOMI BAGI MASYARAKAT LOKAL

Bab III dalam penelitian ini menguraikan praktik produksi bunga di Pasar Bunga Bandungan, dampak ekonomi dan sosial yang ditimbulkannya, serta makna dan identitas budaya yang melekat pada bunga dalam konteks masyarakat lokal. Proses produksi dan distribusi, efeknya terhadap ekonomi, dan pergeseran arti bunga sebagai simbol budaya adalah topik dari pembahasan. Selain itu, hasil wawancara dengan para informan disajikan dalam bab ini sebagai data empiris yang mendukung analisis dan memberikan gambaran langsung tentang kondisi di lapangan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Bab IV ini menganalisis temuan Bab III menggunakan kerangka teori yang telah digunakan. Fokus diskusi adalah bagaimana bunga dikomodifikasi, bagaimana hal itu berdampak pada ekonomi lokal, dan bagaimana makna budaya masyarakat berubah. Oleh karena itu, bab ini mengaitkan data observasi dan hasil wawancara dengan analisis teoritis yang lebih mendalam.

BAB V : PENUTUP

Bab V dalam penelitian ini merupakan bagian penutup yang berisi kesimpulan dari seluruh hasil penelitian serta saran yang dapat diberikan. Hasil dari bab-bab sebelumnya, terutama tentang proses komodifikasi bunga, dampak pada ekonomi lokal, dan makna budaya yang berubah di Bandungan, digunakan untuk membuat kesimpulan ini. Bab ini juga mencakup rekomendasi untuk penelitian lanjutan agar pihak-pihak terkait dalam pengelolaan pariwisata berbasis budaya dapat mempertahankan keseimbangan antara pelestarian budaya dan nilai ekonomi.

