SKRIPSI

DINAMIKA EKONOMI KREATIF CAPING BERBASIS IDENTITAS KULTURAL DALAM *E-COMMERCE* DI KOTA PONTIANAK

Program Studi Antropologi Sosial

Kajian Antropologi Ekonomi

Oleh:

Immanuel Rechardo Sitanggang

NIM. E1121201047

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2024

SKRIPSI

DINAMIKA EKONOMI KREATIF CAPING BERBASIS IDENTITAS KULTURAL DALAM *E-COMMERCE* DI KOTA PONTIANAK

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana

Oleh:

Immanuel Rechardo Sitanggang

NIM. E1121201047

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

DINAMIKA EKONOMI KREATIF CAPING BERBASIS IDENTITAS KULTURAL DALAM *E-COMMERCE*

DI KOTA PONTIANAK

Tanggung Jawab Yuridis Pada:

Immanuel Rechardo Sitanggang

NIM. E1121201047

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing Utama

Dr. Dahniar Th. Musa, M. Hum Tanggal…….

NIP.196404011993032002

Dosen Pembimbing Pendamping

Agus Yuliono, S.Pd, M.A Tanggal.....

NIP. 198807132019031009

HALAMAN PENGESAHAN

DINAMIKA EKONOMI KREATIF CAPING BERBASIS IDENTITAS KULTURAL DALAM *E-COMMERCE*

Oleh:

Immanuel Rechardo Sitanggang

NIM. E1121201047

Dipertahankan di :

Pada Hari/Tanggal :

Waktu :

Tempat :

Tim Penguji

Ketua	**Sekretaris**
Dr. Dahniar Th. Musa, M.Hum.	Agus YulionoS.Pd.,M.A.
NIP. 196404011993032002	NIP. 198807132019031009
Penguji Utama	**Penguji Pendamping**
Dr. Hj. Hasanah, M.Ag	Yulianti, SH, M.Si
NIP. 196011121987032002	NIP. 196007171988102001

Disahkan Oleh

Dekan FISIP UNTAN

Dr. Herlan,S.Sos,M.Si
NIP. 197205212006041001

ABSTRAK

Immanuel Rechardo Sitanggang: Dinamika Ekonomi Kreatif Caping Berbasis Identitas Kultural Dalam *E-Commerce* Di Kota Pontianak, Skripsi Program Studi Antropologi Sosial Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak 2024

Immanuel Rechardo Sitanggang

E1121201047@student.untan.ac.id

Caping merupakan kerajinan tangan kreatif yang dibuat untuk melindungi bagian atas kepala. Caping merupakan tutup pelindung kepala berbentuk kerucut yang dibawahnya memiliki lubang yang membentuk lingkaran. Pada dasarnya caping banyak digunakan oleh para petani dan nelayan untuk melindungi dari teriknya matahari serta hujan. Caping bagian produk tradisional yang melambangkan warisan budaya. Penjualan secara *E-commerce* merupakan penjualan yang sangat praktis dan efisien meluli media online. Penjualan kreatif caping diharapkan mampu mengubah pendapatan masyarakat dan inovasi kreativitas produk. Melalui penjualan secara *E-commerce* nilai-nilai identitas budaya dapat lestari dan tetap bertahan. Melalui caping budaya-budaya dapat diperkenalkan, baik melalui inovasi yang dibuat, serta pemasaran berbasis digital dan budaya. Dalam kajian ini mencoba untuk menjelaskan bagaimana Identitas kultural diterapkan dalam strategi pemasaran. teori yang digunakan dalam penelitian adalah teori Struktural Fungsionalisme Emile Durkheim, dalam teori ini Emile Durkheim berpandangan bahwa setiap unsur, setiap peran, memiliki fungsi dan ketergantungan satu sama lain. Baik alam, hewan, individu maupun kelompok. Melalui Analisis kualitatif dengan menggunakan metode etnografi deskriptif memberikan pengetahuan mengenai pentingnya kreativitas dan pelestarian budaya dalam pengembangan produk caping dan kawasan serta dampak keberlanjutan para pengrajin. Adapun teknik yang dilakukan adalah teknik wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi dalam melalukan pengumpulan data secara kolektif. Pada hasil kajian ditemukan Pengrajin berhasil menggunakan platform e-commerce dan sering menerapkan narasi budaya dalam pemasaran. Beberapa pengrajin mengadaptasi desain caping original dengan sentuhan budaya dan hiasan kreatif.

Kata Kunci: Caping, *E-commerce*, Ekonomi kreatif, Fungsionalisme-struktural Identitas Kultural, Kualitatif, Mengkuang .

ABSTRACT

Immanuel Rechardo Sitanggang: *The Dynamic of Caping Creative-Economy Based on Cultural Identity in E-Commerce in Pontianak City. Undergraduate Thesis, Social Anhropology Study Program, Faculty of Social and Political Sciences. University Tanjungpura, Pontianak 2024.*

Immanuel Rechardo Sitanggang

E1121201047@student.untan.ac.id

Caping is a creative handmade craft designed to protect the top of the head. It is a Conical-Shaped head covering with an opening underneath forming a circular shape. Essentially, caping is widely used by farmers and fisherman to shield themselves from the sun and rain. However, beyond that, caping is a tradisional product that symbolizes cultural heritage. E-Commerce sales are a very practical and efficient way of selling through online media. This method of selling is considered a creative approach for caping, with the hope of transforming community income and fostering product innovation. Through e-commerce, cultural identity values can be preserved and sustained. In this way, cultures can be Introduced not only through innovations in product design but also through digital and culture-based marketing. This study attempts to explain how cultural identity is aplied is aplied in marketing strategies. The theory used in this research is Emile Durkheim's Structural Functionalism Theory. In this theory, Durkheim argues that every element and every role has a function and is interdependent with one another, whether in nature, animals, Individuals, or groups. This research employe qualitative analysis using a descriptive ethnographic method. This method provided insights into the importance of creativity and cultural preservation in the development of caping products and local Industries, as well as the sustainability impact on crafters. The data collection techniques used included in-depth interviews, observations, and documentation to gather data collectively. The findings revealed that crafters successfully utilized e-commerce platforms and frequently incorporated cultural narratives in their marketing strategis. Additionally, some crafters adapted the original caping design by incorporating cultural elements and creative decorations. .

Word key: *Caping, Creative Economy, Cultural Identity, E-Commerce, Mengkuang, Structural functionalism, Qualitative.*

RINGKASAN SKRIPSI

Skripsi ini berjudul *"Dinamika Ekonomi Kreatif Caping Berbasis Identitas Kultural dalam E-commerce".* Judul ini dipilih dengan alasan perkembangan dunia melalui media penjualan Online pada saat Pandemi Covid-19. Hal ini membuat perubahan budaya mengalami perkembangan baik dari segi aktivitas didalam rumah dan ativitas di luar rumah. Setelah era Pandemi berakhir masyarakat merasa betah melakukan kegiatan-kegiatan dari dalam rumah, seperti berkerja di rumah (*work from house*), pesan makanan (*Go-Food*), dan aktivitas praktis lainnya. Perubahan Kreativitas Pengrajin caping tidak lepas dari terhadap perkembangan kebutuhan pasar. Perkembangan dunia digital juga tidak membatasi perubahan budaya yang dibuat sedemikian rupa namun bagaimana masyarakat menerapkan basis kultural kawasan dalam membangun Identitas Kultural.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran latar belakang inovasi produk terhadap inovasi pasar dalam penjualan *E-commerce*. Serta melakukan analisis terhadap penerapan basis kultural dalam membangun Identitas kreattif Kampung Caping. Penerapan Identitas basis kultural kampung caping diharapkan dapat melestarikan budaya cpaing, pengembangan produk dan kawasan budaya. Peneliti berharap bahwa kajian ini nantinya akan bermanfaat untuk perkembangan Ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang Antropologi Sosial mengenai pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kultural dalam *E-commerce*.

Pada penelitaan ini menggunakan Teori Fungsionalisme dari Emile Durkheim yang bertujuan sebagai alat bedah dalam mengklasifikasikan temuan

hasil penelitian yang dilakukan peneliti. Peneltian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode etnografi deskriptif. Teknik yang dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi. Lokasi penelitian dilakukan di Kampung Caping, Kota Pontianak, Provisi Kalimantan Barat.

Dari penelitian ditemukan hasil bahwa Kelompok pengrajin dalam perkembangan pasar online terdapat penggabungan strategi baru dalam pemasaran produk dan inovasi produk di Kampunng Caping. Hasil penelitian menunjukan bahwa strategi penerapan Identitas kultural dalam hal *E-commerce* sudah dilakukan. Pengenalan akan produk caping melalui dunia online dan perangkat elektronik berhasil memperkenalkan produk dalam hal pemasaran. Inovasi pemasaran yang dilakukan sudah melakukan kombinasi dari segi media online, pasar dengan cara tradisional, dan pameran. Hal ini menunjukan perkembangan inovasi pengenalan akan produk caping berjalan. Sehingga pada hasil kajian ini ditemukan Pada hasil kajian ditemukan Pengrajin berhasil menggunakan platform e-commerce dan sering menerapkan narasi budaya dalam pemasaran. Beberapa pengrajin mengadaptasi desain caping original dengan sentuhan budaya dan hiasan kreatif.

Saran yang dapat bisa diberikana berdasarkan hasil kajian ini adalah semua orang harus memahami bahwa setiap Individu membutuhkan orang lain dalam membangun perannya di Lingkungan sosial. Dalam teori fungsionalisme Emile Durkheim mengatakan bahwa setiap mansuia memiliki peran dalam lingkunan sosial. Dimana setiap masyarakat merupakan bagian orang-orang yang memiliki ketergantungan satu sama lain. Sama halnya dengan fenomena yang ada di pasar.

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Immanuel Rechardo Sitanggang
Nomor Induk Mahasiswa	:	E1121201047
Program Studi	:	Antropologi Sosial
Fakultas	:	Ilmu Sosial dan Politik

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi yang berjual "Dinamika Ekonomi Kreatif Caping Berbasis Identitas Kultural Dalam *E-commerce*" merupakan benar hasil karya tulis sendiri. Namun jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya pada bagian daftar pustaka dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran dalam isinya sesuai dengan skripsi yang semestinya.

Pontianak,……2024

Yang membuat pernyataan

Immanuel Rechardo Sitanggang

Nim. E1121201047

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Petarung lahir di Lapangan, Petarung lahir dari kegagalan, Tetapi tetap bergerak dan jangan menyerah"

(1 Korintus 16:13)

"Berdirilah dengan Teguh, Bersikaplah Sebagai laki-laki, dan Tetap Kuat"

PERSEMBAHAN

Pertama, saya mengucapkan puji dan syukur saya kepada Yesus Kristus sebagai Tuhan dan Juruselamat saya atas anugrah yang diberikan sehingga saya dapat meyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya Derman Sitanggang dan Riama Naibaho yang telah mengajari saya apa yang disebut dengan pantang menyerah. Memberikan motivasi, pengertian, dan rasa kekeluargaan yang sampai saat ini masih saya nikmati.
2. Adek perempuan saya yang senantiasa memberikan motivasi, dukungan, dan doa.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yesus Kristus atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan, sehingga saya bias menyelesaikan skripsi dengan judul "Dinamika Ekonomi Kreatif *Caping* Berbasis Identitas Kultural Dalam *E-Commerce*". Adapun tujuan disusunnya proposal skripsi ini adalah salah satu syarat untuk menyusun skripsi. Selain itu proposal skripsi ini juga bertujuan agar bias memberikan wawasan tentang pengaruh kehidupan aspek kebudayaan ekonomi kreatif. Saya sangat menyadari proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, saya selaku penulis dengan besar hati menerima dengan terbuka semua kritik dan saran yang membangun agar laporan ini bias tersusun lebih baik lagi. Saya berharap semoga laporan ini bias bermanfaat untuk kita semua. Tidak lupa juga penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya dan Pujian setinggi-tingginya kepada:

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak, Dr. Herlan, S.sos., M.Si. atas keterlibatannya dalam mengurus surat keterangan dosen pembimbing skripsi.
2. Koordinator Prodi Antropologi Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak, Dr. Pabali Musa, M. Ag. Atas dukungan moral yang diberikan kepada penulis.
3. Dosen Pembimbing utama, Dr. Hj. Dahniar Th. Musa, M..Hum yang telah membimbing dan memberikan arahan dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.

4. Dosen Pembimbing Pendamping, Agus Yuliono, M.A yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan masukan, pengertian dan pengarahan kepada penulis dalam proses pembuatan skripsi.
5. Pembahas Pertama, Dr. Hj. Hasanah, M. Ag dan Pembahas kedua… yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan kritik, saran dan masukan terhadap skripsi ini.
6. Dosen Pembimbing Akademik (PA) selama penulis menjalankan perkuliahan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak yang telah memberikan perhatian kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Antropologi Sosial, Staf Tata Usaha, Akademik dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada Kepala UPT Bahasa beserta seluruh Staf Universitas Tanjungpura Pontianak yang telah membantu pengembangan bahasa kepada penulis.
9. Kepada Kepala Perpustakaan beserta seluruh Staf Tata Usaha Universitas Tanjungpura Pontiana yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Saya berterimakasih kepada keluarga saya dalam memberikan dukungan dan motivasi kepada saya. Saya juga tidak lupa berterima kasih kepada teman-teman Antropologi yang memberikan warna dalam kehidupan sosial.

Kata penutup penulis sangat berterimakasih atas segala kebaikan serta bantuan dan motivasi dalam penulisan skripsi ini. Hasil karya yang penulis lakukan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi banyak pihak dan kebaikan mereka dibalas oleh Tuhan Yesus Kristus.

Pontianak, November 2024

Immanuel Rechardo Sitanggang

DAFTAR ISI

COVER..... i
LEMBAR PERSETUJUAN..... ii
HALAMAN PENGESAHAN..... iii
ABSTRAK..... iv
ABSTRACT..... v
RINGKASAN SKRIPSI..... vi
PERNYATAAN KEASLIAN..... viii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... ix
MOTTO..... ix
KATA PENGANTAR..... x
DAFTAR ISI..... xiii
DAFTAR BAGAN..... xvi
DAFTAR TABEL..... xvii
DAFTAR GAMBAR..... xviii
DAFTAR LAMPIRAN..... xxi
BAB I PENDAHULUAN..... 1
10.1 Latar Belakang..... 1
10.2 Identifikasi Masalah..... 5
10.3 Fokus Penelitian..... 5
10.4 Rumusan Masalah..... 6
10.5 Tujuan Penelitian..... 6
10.6 Manfaat Penelitian..... 6
10.6.1 Teoritis..... 6
10.6.2 Praktis..... 7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 8
2.1 Konsep dan Teori..... 8
2.1.1. Inovasi..... 8
2.1.2. Ekonomi Kreatif..... 9

2.1.3. *E-Commerce* 12
2.1.4. Caping 13
2.1.5. Dinamika 14
2.1.6. Identitas Kultural 15
2.2 Kajian Teori 16
2.3 Hasil Penelitian Yang Relevan 20
2.4 Kerangka Pikir 24
BAB III METODE PENELITIAN 25
3.1 Jenis Penelitian 25
3.2 Langkah-langkah Penelitian 26
3.3 Lokasi Dan Waktu Penelitian 32
3.3.1 Lokasi Penelitian 32
3.3.2 Waktu Penelitian 32
3.4 Subyek dan Obyek Penelitian 33
3.5 Teknik Pengumpulan Data 33
3.6 Instrumen atau Alat Pengumpulan Data 35
3.7 Teknik Analisis Data 35
3.7.1 Analisis Kualitatif 36
3.7.2 Analisis Deskriptif 36
3.7.3 Analisis Domain 38
3.7.4 Analisis Taksonomi 38
3.7.5 Analisi Komponensial 39
3.7.6 Analisis Tema Cultural 39
3.8 Keabsahan Data (Uji Validitas) 39
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN 40
4.1 Sejarah 40
4.1.1 Kota Pontianak 40
4.1.2 Kampung Mendawai 44
4.1.3 Kampung Caping 50
4.1.4 Struktur Organisasi 55
4.2 Kondisi Geografis dan Demografis 58
4.2.1 Kondisi Geografis 58
4.2.2 Demografi 62
4.3 Kondisi Sosial dan Budaya 64

4.3.1 Penduduk 64
4.3.2 Sistem Religi 66
4.3.3 Sistem Mata Pencaharian 70
4.3.4 Sistem Teknologi 73
4.4 Warisan Budaya Tak Benda 76
4.4.1 Mariam Karbit 76
4.4.2 Makan Saprahan 78
4.4.3 Caping 79
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 82
5.1 Dinamika Ekonomi Kreatif 82
5.1.1 Pengetahuan Para Pengrajin Caping 82
5.1.2 Produk para pengrajin caping 90
5.1.3 Penjualan para Pengrajin caping 107
5.2 Basis Kultural Masyarakat Kampung Caping 122
5.2.1 Basis Kultural Produk Masyarakat Kampung Caping 122
5.2.2 Basis Kultural Ekonomi Masyarakat Kampung Caping 127
5.2.3 Basis Kultural Solidaritas Masyarakat Kampung Caping 129
BAB VI PENUTUP 137
6.1 Kesimpulan 137
6.2 Saran 139
6.3 Keterlibatan Penelitian 140
Daftar Pustaka 142

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 **Alur Berpikir .....** 24

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Waktu Penelitian 32
Tabel 4.1 Jumlah Kepadatan Penduduk 63
Tabel 4.2 Survey Angkatan Kerja Nasional 64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Mural Pontianak Tempoe Doeloe 41
Gambar 4.2 Masjid Baitul Makmur 49
Gambar 4.3 Rumah Cagar Budaya.....50
Gambar 4.4 Kondisi Kampun Mendawai 51
Gambar 4.5 Pembuatan Gertak.....52
Gambar 4.6 Kelompok Masyarakat Lokal.....56
Gambar 4.7 UMKM Kelompok Masyarakat Lokal Caping 58
Gambar 4.8 Peta Pontianak 59
Gambar 4.9 Peta Kelurahan Kota Pontianak 60
Gambar 4.10 Kampung Caping 61
Gambar 4.11 Tanjak dan Songket Melayu 65
Gambar 4.12 Amik Sulai Keturunan Syekh Umar.....67
Gambar 4.13 Mesjid Al Faizin 69
Gambar 4.14 Kios Masyarakat 70
Gambar 4.15 Mancing dengan sampan 71
Gambar 4.16 Mancing dengan Joran Pancingan.....71
Gambar 4.17 Penjualan Caping 72
Gambar 4.18 Bantuan Komputer 73
Gambar 4.19 Fasilitas Lampu Jalan 74
Gambar 4.20 Kapal Mesin.....75
Gambar 4.21 Meriam Karbit.....76
Gambar 4.22 Makan Saprahan.....78
Gambar 4.23 Kebersamaan Makan Saprahan.....79
Gambar 4.24 Caping Mengkuang di Kapuas Sanggau.....81
Gambar 5.1 Caping sebagai *Home Décor* 85
Gambar 5.2 Hiasan dekorasi dinding rumah makan 86
Gambar 5.3 Hiasan Cup Lampu.....87

Gambar 5.4 Kiri Caping Corak daya, Kanan Caping Original 88
Gambar 5.5 Caping kreasi ukuran besar, sedang, kecil..... 89
Gambar 5.6 Membuang tulang daun menkuang 91
Gambar 5.7 Proses Ndulang 92
Gambar 5.8 Ngelayur 92
Gambar 5.9 Menjemur daun mengkuang 93
Gambar 5.10 Daun Mengkuang digabung menjadi satu ringke 94
Gambar 5.11 Pembuatan Ringke 94
Gambar 5.12 Pembentukan bagian Ringke 95
Gambar 5.13 Gambaran bentuk Ringke 96
Gambar 5.14 Inyit 96
Gambar 5.15 Penyatuan Inyit dan Ringke..... 97
Gambar 5.16 Bentuk Caping yang mulai jadi..... 97
Gambar 5.17 Pembuatan Tapok..... 98
Gambar 5.18 Pembentukan Tapok..... 98
Gambar 5.19 Bentuk Tapok..... 99
Gambar 5.20 Sirat 99
Gambar 5.21 Penyatuan lekar..... 100
Gambar 5.22 Pemasangan corak kain dayak pada inyit..... 101
Gambar 5.23 Pemasangan kain corak lapisan bawah ringke..... 101
Gambar 5.24 Melapisi rotan dengan corak lain 102
Gambar 5.25 Caping full bahan baku kain 103
Gambar 5.26 Caping dari bahan baku Sampah..... 104
Gambar 5.27 Caping plastik buatan masyarakat..... 104
Gambar 5.28 Caping ukuran besar..... 105
Gambar 5.29 Caping ukuran kecil..... 106
Gambar 5.30 Tudung saji bahan baku daun mengkuang 106
Gambar 5.31 Penjualan melalui media sosial *whatsapp* 110

Gambar 5.32 Pemasaran melalui Instagram Kampung Caping Pontianak.....111
Gambar 5.33 Milla Collection 112
Gambar 5.34 Milla Collection 113
Gambar 5.35 Pengrajin caping kreasi ibu lala sarmila.....113
Gambar 5.36 Penjualan Ibu lala sarmila melalui event-event 115
Gambar 5.37 Pengambilan bahan baku daun mengkuang.....118
Gambar 5.38 Pameran caping.....119
Gambar 5.39 Paket wisata melukis caping.....120
Gambar 5.40 UMKM galery Kampung Caping 121
Gambar 5.41 Anak-anak membuat caping 123
Gambar 5.42 Pengerjaan pembuatan caping disaetiap sebagian rumah.....124
Gambar 5.43 Kegiatan pembuatan produk caping Ibu Rosilawati.....125
Gambar 5.44 Penyimpanan produk caping oleh salah satu masyarakat.....125
Gambar 5.45 Persediaan bahan baku rotan oleh masyarakat kampung 126
Gambar 5.46 Kano 129
Gambar 5.47 Kerja sama pembuatan produk caping dari pemesanan.....130

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman wawancara 149
Lampiran 2. Pedoman Observasi 150
Lampiran 3.Wawancara..... 151
Lampiran 4. Dokumentasi Penelitian 228
Lampiran 5. Riwayat Hidup 232
Lampiran 6. Surat tugas..... 233

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kampung Caping merupakan kampung wisata yang terletak di gg. Mendawai, Kelurahan Bansir Laut, Kecamatan Pontianak Tenggara, Kota Pontianak. Keberadaan kampung caping disampaikan juga oleh Fery Andi (2017) bahwa kampung terletak dibagian Bansir Laut yang merupakan tempat para pelancong atau musafir. Kampung Caping merupakan Kampung wisata yang tercipta berdasarkan ide-ide kreatif dari masyarakat. Berdasarkan pernyataan Dedi (2018) kampung caping merupakan bentuk inovasi ide masyarakat untuk meningkatkan pendapatan ekonomi. Nama kampung ini sebenarnya Kampung Mendawai yang lebih dikenal dengan nama Kampung Caping.

Kampung caping tumbuh menjadi kampung wisata sekaligus kampung kreatif karena memiliki usaha produk lokal yang sangat khas dan menjadi identitas masyarakat disekitarnya. Produk lokal tersebut ialah Caping, Caping merupakan sebuah sebutan yang diambil dari tutup pelindung berbentuk kerucut yang biasa digunakan para petani dan penambang sampan di Kalimantan Barat. Caping menurut Sari dkk. (2020) adalah bagian masyarakat Indonesia yang agraris bahkan sampai Asia Tenggara. Selain itu letak kampung yang berada di tepian sungai Kapuas, menjadi daya Tarik para wisatawan. Beberapa obyek kebudayaan melayu Pontianak masih eksis dan dirawat oleh masyarakat.

Konsep kampung caping berawal dari isu ekonomi, namun pada perkembangannya bergerak ke arah pada isu-isu sosial seperti pemberdayaan masyarakat. Bhinandi (2017) menjelaskan bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu cara yang dilaksanakan dengan sengaja untuk memafasilitasi masyarakat lokal dalam merencanakan, memutuskan, ,dan mengelola sumber daya lokal yang dimiliki melalui kegiatan kolektif dan berjejaring sehingga pada akhirnya mereka memiliki kemampuan dan kemandirian secara ekonomi, ekologi, dan sosial.

Inisiatif pemberdayaan ekonomi di kawasan pesisir sungai Kapuas Kampung Caping merupakan kegiatan produksi yang sudah terjadi turun termurun dilakukakan dari kearifan lokal yang identik dengan kerajinan tangan dan diserasikan dengan potensi wisata lain. Dilihat dari kegiatan ekonomi kreatif meningkatkan produktifitas, mengelola, menabung menimbulkan gejala ekonomi. Kegiatan menyimpan, menabung dan mendistribusikan kerap terjadi dalam kegiatan ekonomi kreatif yang dilakukan masyarakat. Gejala ini bisa menjadi ekonomi budaya yang dimana rangkaian pemikiran manusia menghasilkan kebudayaan.

Merujuk terhadap ekonomi kreatif dari cara memproduksi caping serta pengetahuan kearifan perempuan lokal yang dimiliki masyarakat terdapat hubungan antara kreativitas dan pemasaran kreatif dalam mempengaruhi ekonomi. Aktivitas masyrakat kampung caping sejalan menurut Susanti & Nurmayani (2020) kehidupan sosial didasarkan pada asumsi bahwa dasar pangkal gejala sosial merupakan ekonomi. Dari pernyataan tersebut disampaikan bahwa membahas

ekonomi tidak serta merta ekonomi pasar tetapi sosial dan kebudayaan Kartono (1981). Adanya nilai-nilai produksi yang dapat menguntungkan individu atau kelompok maupun dari inventaris diri masyarakat untuk mengembangkan kreatifitas, bakat, yang dapat menimbulkan sebuah nilai bagi kampung, kelompok, individu, dsb.

Kreatvitas dalam memproduksi caping diperlukan adanya pendistribusian bahan baku. Tanpa adanya bahan baku kegiatan mengolah dan menyalurkan barang hasil produksi tidak akan berjalan. Perlunya bahan baku dalam narasi Ganjar Pranowo dalam adu gagasan di UGM sempat juga disampaikan Dani (2023) bahwa Ganjar menginginkan inovasi dan stabilisasi bahan pokok dan memantau persediaan bahan pokok. Keterbatasan adanya bahan pokok menjadi sesuatu hal yang sangat penting dalam berjalannya aktivitas ekonomi. Masalah ini juga ditegaskan ketua relawan caping dalam Ibrahim (2021) para pengrajin Kampung Caping sangat membutuhkan akses angkutan dalam pengambilan bahan baku daun mengkuang. Masalah sama mengenai penyediaan bahan baku disampaikan juga oleh salah satu masyarakat ibu suhaini bahwa;

> “dahulu masyarakat mengambil bahan baku tidak perlu ke sungai ambawang, karena dahulu di daerah kampung caping bahan baku pembuatan tudung caping berupa daun mengkuang seperti daun pandan ada disekitaran kampung. tetapi sekarang untuk mendapatkan bahan baku harus pergi kepada pengepul untuk mencarikan daun mengkuang.”

Selain harus melakukan transaksi pembelian bahan baku, para pengrajin mendapat masalah pelik lainnya dalam memasarkan produk kearifan lokal yang telah dibuat. Para pengrajin memiliki keterbatasan akan pengetahuan era industri

internet. Pengetahuan akan memasarkan produk lokal berbasis online jarang sekali dilakukan oleh pengrajin. Seorang pengrajin disampaikan Yanuarius videogo seno (2023) memanfaatkan media untuk memperkenalkan produk, memperkenalkan tidak hanya berasal dari produk yang dibuat tetapi dari teknologi media dan branding dari kerajinan.

Perkembangan zaman yang pesat mendorong manusia menggunakan teknologi dalam upaya membantu perkembangan dunia industri melalui teknologi internet. Konsep yang bertujuan menciptakan manusia dan teknologi bekerja sama, yang dimana manusia dapat fokus pada tugas-tugas yang membutuhkan kreativitas sedangkan teknologi sebagai penolong sampingan. Memanfaatkan platform marketplace terhadap dukungan basis pasar *e-commerce* diharapkan dapat meningkatkan ekonomi dan bersiap menjadi daya saing di era globalisasi. Aktivitas ekonomi bisa mengalami perubahan apabila didukung dengan penggunaan teknologi. Perubahan kerajinan caping melalui pemasaran berbasis online juga disampaikan Muhammad (2020), bahwa teknik melestarikan kerajinan caping dengan memasarkan melalui tokopedia mengalami perubahan, mulai dari tampilan yang lebih kekinian hingga menambah fungsi caping.

Dengan demikian, perkembangan inovasi ekonomi kreatif di kalangan pengrajin caping dapat dipandang sebagai salah satu bagian budaya secara turun temurun yang menimbulkan gejala ekonomi. Fenomena ini mencerminkan budaya ekonomi kreatif dan pengaruh inovasi *e-commerce* dalam membentuk pola hidup tingkah laku masyarakat sebagai pemenuhan kebutuhan. Kajian Jufriansyah dll. (2020) menuturkan bahwa memiliki tujuan untuk mencanangkan Penyusunan

strategi pemasaran industri kreatif di Kampung Mendawai. pemasaran industri kreatif belum menunjukan dampak terhadap penjualan, oleh sebab itu dicanangkan strategi pemasaran melalui pemasaran digital dan iklan. Kajian Jessica (2018) menjelaskan kurangnya pengetahuan akan pemasaran membuat kerajinan tangan ekonomi kreatif caping sulit dikenal dan statis.

Berdasarkan permasalahan di atas maka peneliti tertarik menggali lebih dalam bagaimana dinamika peran ekonomi kreatif caping dalam pemasaran kreatif berbasis *e-commerce* meningkatakan ikatan kekerabatan untuk memenuhi pemenuhan kebutuhan sosial, sekaligus bentuk penguatan identitas kultural Kampung Caping. Pembahuruan dari penelitian sebelumnya mendeskripsikan hubungan kultural masyarakat dengan pertukaran pengetahuan kreatif dalam membangun branding identitas kultural kampung.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah yang terjadi diatas terdapat beberapa tantangan yang dihadapi, yaitu:

1. keterbatasan pemahaman terhadap dunia digital industri membuat ekonomi kreatif pengrajin caping akan tertinggal.
2. Budaya dinamis memaksa para ekonomi kreatif melakukan inovasi kolaborasi dengan penyedia jasa.

1.3 Fokus Penelitian

Berdasarkan masalah yang terjadi diatas maka fokus penelitian ini menjelaskan serta menganalisis dinamika ekonomi pengrajin caping terhadap

perkembangan inovasi ekonomi caping terhadap pendistribusian berbasis *e-commerce*, serta mendeskripsikan basis kultural masyarakat Kampung Caping dalam membangun Identitas kampung kreatif.

1.4 Rumusan Masalah

1. Bagaimana dinamika ekonomi kreatif para perempuan pengrajin Caping terhadap inovasi pasar?
2. Bagaiamana basis kultural masyarakat Kampung Caping dalam membangun Identitas kampung kreatif?

1.5 Tujuan Penelitian

Mengacu dari latar belakang diatas, maka tujuan dari kajian ini adalah sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan dinamika ekonomi kreatif caping terhadap inovasi pasar berbasis *e-commerce*.
2. Menganalisis basis kultural masyarakat Kampung Caping dalam membangun identitas kreatif Kampung Caping.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Teoritis

Penelitian ini sangat diharapkan dapat memberikan konstribusi bagi pengembangan ilmu antropologi ekonomi. Penelitian ini juga diharapkaan bisa menjadi sumbangsih penerapan teori dalam melakukan penelitian, terutama pada bidang antropologi.

1.6.2 Praktis

1. Bagi masyarakat kampung Caping: Dengan kajian ini di harapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman penelitian dengan topik yang sedang dibahas yaitu tentang Dinamika Ekonomi Kreatif Caping berbasis Identitas Kultural dalam *E-commerce*.

2. Bagi pembaca: Dengan penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi masyarakat kota Pontianak terutama pada Pengrajin ekonomi kreatif serta para Pengunjung wisata Kampung Caping bagaimana ekonomi kreatif Caping memiliki eksistensi dalam pengenalan Identitas Kultural dalam menjaga serta melestarikan branding dari sebuah budaya. .