

# Adopsi Teknologi Informasi dalam Kegiatan Ekonomi Masyarakat Baduy Luar di Kanekes Banten

Anisah Agustina<sup>a1\*</sup>, Setiadi<sup>b2</sup>

<sup>ab</sup> Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 55281, Indonesia

<sup>1</sup>[anisahagustina@mail.ugm.ac.id](mailto:anisahagustina@mail.ugm.ac.id); <sup>2</sup>[setiadi\\_antro@ugm.ac.id](mailto:setiadi_antro@ugm.ac.id)

<p><b>SEJARAH ARTIKEL</b> Diterima: 22 Februari 2024 Direvisi: 17 Maret 2024 Disetujui: 21 April 2024 Diterbitkan: 30 April 2024</p> <p><b>*Corresponding</b> <a href="mailto:anisahagustina@mail.ugm.ac.id">anisahagustina@mail.ugm.ac.id</a></p> <p> 10.22219/satwika.v8i1.32425</p> <p> <a href="mailto:jurnalsatwika@umm.ac.id">jurnalsatwika@umm.ac.id</a></p> <p><b>How to Cite:</b> Agustina, A., &amp; Setiadi, S. (2024). Adopsi Teknologi Informasi dalam Kegiatan Ekonomi Masyarakat Bauy Luar di Kanekes Banten. <i>Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial</i>, 8(1), 23-26. <a href="https://doi.org/10/22210/satwika.v8i1.32425">https://doi.org/10/22210/satwika.v8i1.32425</a></p> 	<p><b>ABSTRAK</b></p> <p>Perkembangan teknologi di era digital lambat laun membawa arus perubahan dalam tatanan kehidupan masyarakat adat, termasuk masyarakat suku Baduy. Sebagaimana masyarakat adat lain, masyarakat Baduy Luar tidak terlepas dari pengaruh perkembangan era digital. Mereka mulai memanfaatkan teknologi sebagai alat penunjang aktivitas ekonomi. Studi ini bertujuan untuk mengetahui proses introduksi dunia digital pada masyarakat Baduy Luar, mendeskripsikan strategi ekonomi digital sebagai sebuah inovasi yang diadopsi masyarakat, dan mengetahui implikasinya terhadap moral ekonomi masyarakat Baduy. Penelitian ini menggunakan metode etnografi dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipan, wawancara mendalam, dan studi pustaka dengan teknik <i>purposive sampling</i>. Informan dalam penelitian ini adalah para tokoh adat dan masyarakat Baduy Luar yang aktif dalam kegiatan ekonomi digital. Analisis data menggunakan model Miles and Huberman. Hasil studi menunjukkan bahwa perubahan yang terjadi dalam kehidupan ekonomi Baduy Luar merupakan sebuah implikasi dari keterbukaan diri masyarakat terhadap modernisasi. Adopsi inovasi teknologi kemudian dimanfaatkan untuk mengembangkan ekonomi digital di tengah peraturan adat yang melarang penggunaan teknologi bagi masyarakat Baduy.</p> <p><b>Kata kunci:</b> <i>adopsi inovasi; Baduy Luar; ekonomi digital; moral ekonomi</i></p> <p><b>ABSTRACT</b></p> <p><i>The development of technology in the digital era gradually brings about changes in the life structure of indigenous communities, including the Baduy tribe. Like other indigenous communities, the Outer Baduy community cannot be separated from the influence of developments in the digital era. They begin to utilize technology as a supporting tool for economic activities. This study aims to understand the process of introducing the digital world to the Outer Baduy community, describe digital economic strategies as an adopted innovation, and ascertain its implications on the economic morals of the Baduy community. This study employs an ethnographic method with a qualitative approach. Data collection was carried out through participant observation, in-depth interviews, and a literature study using purposive sampling techniques. The informants in this research are traditional leaders and the Outer Baduy community who are active in digital economic activities. Data analysis uses the Miles and Huberman model. The results of the study indicate that the changes occurring in the economic life of Outer Baduy are an implication of the community's openness to modernization. The adoption of technological innovation is then utilized to develop a digital economy amidst customary regulations that prohibit the use of technology for the Baduy community.</i></p> <p><b>Keywords:</b> <i>innovation adoption; outer baduy; digital economy; moral economy</i></p>
--	---

© 2024 This is an Open Access Research distributed under the term of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original works are appropriately cited.



## PENDAHULUAN

Perubahan dalam kehidupan masyarakat adat, termasuk masyarakat adat Baduy, merupakan sebuah keniscayaan. Pasca dua puluh tiga tahun dibentuknya Provinsi Banten kehidupan masyarakat Baduy mengalami perubahan pada sisi sosial, ekonomi, dan budaya. Salah satu perubahan paling nyata dan cepat ialah adopsi teknologi informasi dan komunikasi berupa *handphone* dalam kehidupan sehari-hari. Masyarakat Baduy Luar diketahui menggunakan telepon genggam di tengah peraturan adat yang berlaku. Beberapa *ambu* menggunakan *handphone* di beranda sambil menjaga kios, kemudian seorang gadis membuka *handphone* sewaktu istirahat dari menenun, tidak sedikit *ambu* juga memberikan *handphone* pada anak yang menangis ingin menonton video, bahkan pernah terlihat seorang *ambu* memainkan *handphone* sewaktu memberi ASI pada bayi di pangkuannya. Namun yang lebih menarik ialah ketika melihat bapak dan *ambu* menggunakan *handphone* untuk melakukan aktivitas jual-beli secara *online*. Hal ini kemudian mendorong saya untuk melakukan penelitian mengenai adopsi inovasi teknologi dan ekonomi digital oleh masyarakat Baduy Luar.

Sebagian masyarakat Baduy Luar telah mengalami proses adopsi inovasi teknologi informasi dan komunikasi. Proses adopsi sebuah inovasi tidak terlepas dari beberapa unsur penting yaitu inovasi, saluran komunikasi, waktu, dan anggota sistem sosial yang terbagi dalam empat tipe proses yakni opsional, kolektif, otoritas, dan kontingensi (Rogers, 2003). Tingkat inovatif individu masyarakat Baduy Luar dalam memahami dan memanfaatkan penggunaan *handphone* juga berbeda-beda. Jika melihat kurva S (*S-curve*) milik Bass, tingkat inovatif individu dapat dikelompokkan menjadi lima yaitu *innovator* (*innovator*), *adopter awal* (*early adopter*), *mayoritas awal* (*early majority*), *mayoritas akhir* (*late majority*), dan *kaum kolot* (*laggards*) (Bass, 1969). Berdasarkan kurva tersebut, masyarakat Baduy Luar dapat terbagi menjadi beberapa kelompok sesuai tingkat inovasinya dalam penggunaan teknologi.

Pengenalan teknologi, terutama dalam bentuk *smartphone* dan internet pada masyarakat adat telah membawa perubahan fundamental dalam tata interaksi, komunikasi, dan akses informasi (Polnaya et.al, 2023). Meskipun demikian, masyarakat adat terus memperluas dan menantang batasan peng-

gunaan media (Rekhari, 2009). Bagi masyarakat adat media sosial memberdayakan komunitas secara sosial dan ekonomi. Penggunaan internet dan media sosial memberi mereka kesempatan dalam menyampaikan pesan secara langsung kepada dunia (Intahchomphoo, 2018). Teknologi informasi dan komunikasi yang dikombinasikan dengan akses internet telah berdampak pada perekonomian global, dan mengarah pada konsep ekonomi digital (Hernández et.al, 2022).

Konsep ekonomi digital atau *digital economy* pertama kali dipopulerkan oleh Tapscott (1996), ekonomi digital disebut sebagai ekonomi baru dengan ciri utama berupa penggunaan informasi digital secara eksklusif, dan tidak hanya merujuk pada pasar teknologi informasi dan komunikasi. Menurutnya, keberadaan ekonomi digital dibangun oleh dua belas atribut, yaitu; pengetahuan, digitalisasi, virtualisasi, molekularisasi, jaringan internet, disintermediasi, konvergensi, inovasi, prosumsi, kesegeraan, globalisasi, dan perpecahan (*discordance*) (Tapscott, 1996). Sejalan dengan itu terdapat tiga komponen utama dalam ekonomi digital, meliputi *e-business infrastructure*, *Electronic Business (e-business)*, dan *Electronic Commerce (e-commerce)* (Mesenbourg, 2001).

Penelitian terdahulu yang membahas ekonomi digital pada masyarakat adat sudah banyak dipublikasikan. Di Australia, berbagai situs *e-commerce* pribumi dimanfaatkan untuk menjual karya seni dan kerajinan *Yirdaki* atau *didgeridoos*. Penggunaan situs web juga dilakukan masyarakat Kelabit di Sarawak untuk mempromosikan pariwisata dan menawarkan gaya hidup Kelabit pada wisatawan (Dyson & Underwood, 2006). Hernández et.al (2022) menunjukkan aktivitas pengrajin di negara bagian Oaxaca yang menjual kerajinan khas Oaxacan melalui jejaring sosial *facebook* dan *Instagram*. Sementara di Indonesia, teknologi informasi dimanfaatkan Lembaga Adat Osing Kamiren sebagai strategi dalam pengembangan pariwisata dan ekonomi masyarakat adat (Dwi & Muallidin, 2021). Kemudian penelitian Wahyu et.al (2023) menghasilkan aplikasi *e-commerce* Galeri LAM Riau sebagai bentuk upaya Lembaga Adat Melayu Riau untuk menjual dan mempromosikan produk khas mereka.

Beberapa penelitian mengenai ekonomi digital juga pernah dilakukan pada masyarakat Baduy Luar.

Penelitian [Isnainiyah et.al \(2019\)](#) menunjukkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, penambah jaringan sosial, dan perluasan pemasaran tercapai sebesar 68,57%. Penelitian Saidah et.al (2022) terkait model pembayaran digital menggunakan QRIS di Baduy Luar. Selanjutnya beberapa kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan peneliti, di antaranya oleh [Suhartono et.al \(2023\)](#) dalam upaya pengembangan inovasi galeri serta mengemas produk tenun menjadi bentuk *fashion* kekinian khas Suku Baduy dan dipasarkan secara digital. Kegiatan serupa dilakukan oleh [Gentari et.al. \(2023\)](#) dalam upaya peningkatan motivasi dan kemandirian bagi pengrajin tas Baduy Luar melalui *digital marketing*. Sementara penelitian [Fernando et.al \(2024\)](#) menemukan kemunculan kapitalisme tersembunyi yang berhasil mendobrak tatanan kehidupan dan aktivitas masyarakat Baduy Luar. Pengaruh Pendidikan, media sosial, dan kebudayaan luar sebesar 3,7% memiliki hubungan signifikan dengan perubahan gaya hidup masyarakat Baduy Luar saat ini ([Jamaludin et.al., 2023](#)).

Dari beberapa literatur di atas terdapat persamaan pada konsep ekonomi digital masyarakat Baduy Luar sebagai subjek dalam penelitian. Namun sejauh ini belum ditemukan penelitian yang berfokus pada proses introduksi digitalisasi dalam kegiatan ekonomi digital masyarakat Baduy Luar secara keseluruhan yang ditinjau menggunakan teori adopsi inovasi. Maka dari itu, penelitian mengenai proses introduksi digitalisasi menjadi semakin penting. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses introduksi dunia digital pada masyarakat Baduy Luar. Selain itu penelitian ini berusaha mendeskripsikan berbagai strategi dalam kegiatan ekonomi digital sebagai sebuah inovasi yang diadopsi masyarakat. Kemudian dari kedua hal tersebut akan diketahui implikasinya terhadap moral ekonomi masyarakat Baduy.

Studi ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan di bidang sosial budaya, khususnya dalam perspektif antropologi mengenai kehidupan ekonomi masyarakat adat di era digitalisasi. Kemudian dapat digunakan sebagai rujukan bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian baru mengenai permasalahan ekonomi masyarakat lokal. Serta dapat menjadi rujukan bagi pemerintah daerah dalam memahami realitas ekonomi di lingkungan adat untuk kemudian menimbang, mengarahkan, dan memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi masyarakat Baduy.

## METODE

Artikel ini merupakan hasil penelitian lapangan yang berlangsung pada september dan oktober 2023 di lingkungan masyarakat Baduy Luar. [Gambar 1](#) menunjukkan peta wilayah Baduy, Desa Wisata Saba Budaya Baduy, Kanekes, Kecamatan Leuwidamar, Kabupaten Lebak, Banten. Penelitian dilaksanakan di tiga kampung Baduy Luar, yaitu di Kampung Kaduketug I, Kaduketug II, dan Kaduketug III.



**Gambar 1.** Peta Batas Kanekes  
(Sumber: Data milik Desa Kanekes)

Studi ini menggunakan metode etnografi dengan pendekatan kualitatif. Tahapan penelitian diawali dengan observasi partisipan untuk mengamati fenomena yang terjadi di lingkungan masyarakat Baduy. Kemudian diputuskan lokasi penelitian di wilayah Baduy Luar setelah ditemukan permasalahan mengenai penggunaan teknologi informasi dan sistem ekonomi digital oleh masyarakat yang akan dianalisis menggunakan teori difusi inovasi. Kemudian tahap selanjutnya adalah pengumpulan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pelibatan diri dalam observasi partisipan, dokumentasi, dan wawancara mendalam dengan para informan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* dilakukan berdasarkan pertimbangan dan tujuan tertentu ([Sugiyono, 2019](#)). Informan yang dipilih ialah beberapa tokoh yang memiliki peran dalam tatanan kehidupan masyarakat Baduy, beberapa masyarakat Baduy Luar yang melakukan aktivitas ekonomi digital, yang keduanya dianggap paling mengetahui persoalan masalah penelitian. Informan pertama merupakan tokoh masyarakat di antaranya adalah ayah M seorang juru bicara adat, *Jaro S* selaku *jaro pamarentah* atau kepala desa, *Kang U* selaku tokoh pemuda, *Bapak H* dan *S* seorang staf Desa, dan *Bapak A* selaku ketua organisasi saba budaya Baduy.

Informan kedua adalah beberapa masyarakat yang aktif melakukan kegiatan ekonomi digital di antaranya adalah *Ambu S*, *Ambu E*, *Teh A* yang ketiganya merupakan penenun, serta *Bapak A*, dan *Kang A* pemilik toko *online* di beberapa media sosial dan *e-commerce*. Jika dikalkulasi ada sebanyak 11 orang informan sebagai sumber informasi data primer dalam penelitian ini. Sementara data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan serta dua dokumen, yakni dokumen profil desa dan data kependudukan Desa Kanekes yang mendukung data primer. Dokumen pendukung menjadi sumber informasi yang memberikan gambaran umum kondisi Desa dan masyarakat Kanekes sebagai lokasi serta subjek penelitian.

Proses analisis dilakukan selama pengumpulan data berlangsung. Analisis data menggunakan Model Miles and Huberman, mencakup beberapa tahapan di antaranya yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2019). Data yang diperoleh kemudian diklasifikasi, dianalisis, diinterpretasi, dan dideskripsikan secara terus menerus sesuai dengan topik, tema dan sub tema dari permasalahan penelitian. Rangkaian makna yang menjadi satuan pengetahuan atau sistem budaya ditemukan setelah melewati keseluruhan kegiatan analisis. Begitupun dengan kesimpulan dan representasi dari kegiatan penelitian yang dilakukan, diperoleh pada tahap analisis (Spradley, 2007).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan memaparkan temuan penelitian yang diperoleh peneliti. Pemaparan akan diawali dengan memberikan gambaran umum masyarakat Baduy secara singkat. Kemudian di sub-bab selanjutnya membahas bagaimana proses introduksi teknologi dan digitalisasi masyarakat Baduy Luar, ekonomi digital dan strategi yang diadopsi untuk meningkatkan ekonomi masyarakat, dan implikasi keterbukaan diri pada teknologi terhadap moral ekonomi masyarakat Baduy di Desa Kanekes Banten.

Masyarakat Baduy terdiri dari dua kelompok yang jelas terpisah, yaitu masyarakat Baduy Dalam dan Baduy Luar yang dikenal sebagai *urang kajeroan* dan *urang panamping*. Apa yang khas dari pemilahan dua kelompok masyarakat Baduy adalah bahwa salah satu bagian, Baduy Dalam, merupakan bagian yang sakral, suci, berkuasa dan memimpin, sedangkan bagian Baduy Luar adalah yang tidak suci, profan, serta dipandang berkedudukan untuk melayani dan mengikuti (Geise, 2022). Menurut data kependudukan Desa Kanekes, mayoritas orang Baduy bermata pencaharian sebagai petani, dan 5% sisanya meru-

pakan perajin industri rumah tangga yang didominasi oleh perempuan (Catatan Lapangan, 2023). Seluruh kehidupan masyarakat Baduy diikat dan diintegrasikan oleh adat, termasuk dalam sistem teknologi, semuanya harus sesuai dengan ketentuan adat (Sam et.al, 1985). Merujuk pada (Adrian & Briandana, 2023); Nurmaulida, 2023; Aprianti et.al, 2023; Pudjiastuti et.al, 2023) masyarakat Baduy Luar telah banyak mengalami perubahan, baik secara sosial maupun spasial. Beberapa perubahan terlihat pada pola interaksi masyarakat Baduy dengan kelompok eksternal, perubahan lingkungan tempat tinggal yang semakin ramai didatangi wisatawan, dan potensi mudarnya budaya suku Baduy di era globalisasi.

## Proses Introduksi Teknologi dan Digitalisasi

Selama berabad-abad orang Baduy berhasil mengisolasi diri dan mempertahankan wilayahnya dari pengaruh kebudayaan luar (Zaterdag, 1987) serta menolak modernitas (Economist, 2022). Namun lambat laun, kini masyarakat Baduy Luar mulai terbuka dengan kemajuan teknologi. Selaras dengan temuan yang menyebutkan bahwa masyarakat Baduy Luar merupakan suku Baduy yang keluar dari adat istiadat dan terkontaminasi budaya luar sehingga sudah menggunakan alat-alat modern (Muhibah & Rohimah, 2023). Menurut Kepala Desa Kanekes Jaro S, digitalisasi masyarakat Baduy Luar terjadi pada pertengahan 2015, dan tahun tersebut menjadi periode awal meluasnya penggunaan *handphone* di kalangan masyarakat (Catatan Lapangan, 2023). Kemudian mulai banyak orang Baduy Luar yang mahir menggunakan *handphone* (Nurmaulida, 2023), yang dimanfaatkan untuk pemenuhan kebutuhan komunikasi, hiburan, serta menjadi alat pendukung transaksi jual-beli secara *online*. Perubahan masyarakat Baduy Luar bermula sejak mereka membuka diri pada arus modernisasi yang perlahan masuk ke dalam lingkungan adat.

Ditemukan beberapa hal yang mendorong terbukanya masyarakat Baduy Luar pada kemajuan teknologi. Pertama, masyarakat memiliki kesadaran bahwa zaman telah berubah, dan sadar mereka memiliki kesempatan untuk mengikuti perubahan tersebut. Menurut Ayah M selaku juru bicara adat, beliau menilai bahwa perkembangan zaman berhasil mempengaruhi cara berpikir masyarakat dan baginya kemajuan teknologi ini tidak bisa dihindari oleh masyarakat Baduy (Wawancara dengan Ayah M, 15 Oktober 2023). Perubahan pola pikir masyarakat menghasilkan kebiasaan baru di luar tradisi dan

peraturan adat. Salah satunya, kini hampir setiap atap rumah di Kampung Kaduketug I – III terpasang panel surya guna mengalirkan arus listrik yang perlahan menggeser peran lampu minyak untuk menerangi ruangan. Adopsi inovasi ini menyebar antarindividu dan dinilai berhasil memenuhi kebutuhan penerangan masyarakat Baduy Luar. Kendati demikian, tidak semua ruangan diberikan penerangan. Pengakuan para *ambu* yang saya jumpai, panel surya serta akumulatornya dibeli melalui *e-commerce* yang terpasang pada *handphone* dengan sistem pembayaran *cash on delivery* (COD). Mereka lebih memilih menggunakan lampu sebab penggunaan lilin dinilai boros dan rawan memicu kebakaran. Aliran listrik dari panel surya bagi sedikit orang juga dimanfaatkan untuk mengisi daya telepon genggam. Adopsi teknologi oleh masyarakat Baduy Luar didorong oleh pemikiran terbuka dan rasional dalam memandang risiko, peluang, serta manfaat dari sebuah teknologi.

Kedua, hampir setiap orang Baduy Luar yang saya temui memberi kesan bahwa *handphone* menjadi salah satu alat kebutuhan sehari-hari. Bagi sebagian masyarakat *handphone* dimanfaatkan sebagai alat penunjang aktivitas ekonomi yang hasilnya diutamakan untuk pemenuhan keperluan keluarga. Teknologi dianggap sebagai kebutuhan primer yang perlu didukung kemampuan adaptasi penggunaannya. Dari sanalah kemudian masing-masing individu memiliki ketertarikan tersendiri dalam memandang teknologi, dan menggunakannya ke arah positif sebagai bentuk upaya untuk mencari tambahan penghasilan di luar berladang. Sebab menurut *Kang A*, sejauh ini hasil dari ladang masih belum banyak, terlebih bertani dinilainya hanya sebatas titipan atau warisan sejak dahulu yang tidak boleh ditinggalkan (Wawancara dengan *Kang A*, 22 Oktober 2023). Masyarakat Baduy Luar sudah memanfaatkan *handphone* sebagai alat pendukung aktivitas ekonomi di samping kegiatan bertani yang merupakan mata pencaharian utama suku Baduy.

Ketiga, *urang* Baduy Luar menyadari bahwa mereka memiliki potensi besar dari hasil alam dan kerajinan tangannya, sehingga kemudian muncul motivasi untuk memperkenalkan seluruh potensi tersebut ke ranah lebih luas dengan memanfaatkan teknologi. Hasil alam yang dijual di antaranya madu hutan, gula aren, kopi *tutu*, minuman jahe, durian, duku, dan manggis, sementara kerajinan yang dijual meliputi kain tenun berbagai motif dan ukuran, tas rajut atau tas *koja*, tas *kepek*, berbagai alat makan terbuat dari bambu, serta aneka aksesoris seperti gantungan kunci, gelang dan cincin rajut terlihat pada

**gambar 3.** Bersamaan dengan itu, mereka juga menjajakan barang yang dijual secara langsung di beranda rumah. Terhitung sebanyak  $\pm 65$  warung/kios berdiri sepanjang jalur wisatawan di Kampung Kaduketug I – III, dan hampir semua pemilik warung memiliki toko di beberapa *e-commerce* dan media sosial yang dikelola melalui *handphone*.



**Gambar 2.** Potret kios di beranda rumah Orang Baduy Luar (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Maka tidak heran bila rata-rata penghasilan terbesar masyarakat Baduy Luar di 3 kampung tersebut diper-oleh dari memanfaatkan teknologi dengan berniaga secara *online*. Di samping itu setiap kios menerima sistem pembayaran digital melalui transfer, serta menyediakan *barcode* yang dipajang pada figura kayu dan mesin EDC (*Electronic Data Capture*).

Kehadiran teknologi dalam kehidupan masyarakat Baduy Luar tidak berlangsung begitu saja. Setiap individu masyarakat melalui prosesnya masing-masing ketika menerima teknologi dan digitalisasi sebagai sebuah inovasi baru. [Rogers \(2003\)](#) menyebutnya dengan istilah difusi inovasi yang dipengaruhi oleh beberapa unsur penting meliputi inovasi, saluran komunikasi, waktu, dan kelompok masyarakat. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa teori difusi inovasi memperhitungkan dengan jelas bagaimana inovasi dari salah satu produk makanan IF dikomunikasikan melalui saluran berbeda meliputi jaringan media sosial dan/atau platform media sosial ([Nyagadza et.al, 2023](#)). Sejalan dengan tinjauan dalam penelitian tersebut bahwa keempat unsur demikian juga ditemukan dalam proses difusi inovasi dalam tatanan kehidupan masyarakat Baduy Luar. Berikut ini beberapa pengaruh faktor internal dan eksternal dalam proses introduksi teknologi dan digitalisasi pada masyarakat Baduy Luar.

Pertama adalah faktor internal dari individu masyarakat Baduy Luar selaku imitator yang

berpengaruh besar terhadap keberlangsungan adopsi dan adaptasi. Menilik jauh dari cerita pengalaman Bapak Kepala Desa Kanekes Jaro S pada tahun 2005 sebelum menjabat, beliau memperhatikan salah satu perangkat desa sedang berkomunikasi dengan seseorang yang berada di Lampung menggunakan telepon genggam berantena (Wawancara dengan Jaro S, 19 Oktober 2023). Dari pengamatan tersebut kemudian timbul sebuah ketertarikan yang menjadi pendorong terbukanya individu untuk mengadopsi *handphone* sebagai inovasi baru dalam berkomunikasi jarak jauh. Hal ini sejalan dengan hasil beberapa studi yang menunjukkan bahwa teknologi seluler telah diadopsi dengan cepat oleh pemuda pribumi di Australia dan Afrika dan beberapa melaporkan adanya keinginan yang kuat untuk menggunakan teknologi seluler di komunitas pribumi Ontario Utara (Li et.al, 2021). Pada masyarakat Baduy Luar ketertarikan mereka akan teknologi sebagai sebuah inovasi baru lahir dari pengamatan terhadap pihak eksternal dan wisatawan yang datang ke wilayah Baduy. Penetapan wilayah Baduy sebagai desa wisata juga berperan dalam meningkatkan intensitas kontak dengan budaya lain yang berpotensi mempengaruhi pola pikir dan kebiasaan masyarakat. Kontak yang terjalin dengan pihak luar kemudian menjadi salah satu faktor pendorong perubahan sosial (Aprianti et.al, 2023) dan menjadi saluran komunikasi yang menghubungkan masyarakat Baduy Luar dengan teknologi. Dalam proses difusi inovasi, saluran komunikasi memiliki peran penting sebagai media atau alat yang berfungsi sebagai penyalur pesan dari sumber inovasi kepada penerima inovasi (Saidah et.al, 2022). Melalui saluran komunikasi tersebut, masyarakat Baduy kerap bertanya mengenai berbagai hal berkenaan dengan keingintahuannya pada wisatawan, kemudian proses transfer pengetahuan terjadi melalui komunikasi yang terjalin antara kedua individu. Namun tidak semua masyarakat memiliki keberanian bertanya langsung pada wisatawan dikarenakan keluguan dan rasa tidak percaya diri, sehingga beberapa memilih belajar secara mandiri seperti yang dilakukan Kang A sejak 2016 hingga saat ini sukses menekuni kegiatan jual-beli di *e-commerce* dan media sosial.

Kedua, adalah pengaruh eksternal yang masuk untuk memperkenalkan sistem ekonomi digital dalam bentuk kegiatan pemberdayaan masyarakat berupa pembinaan, sosialisasi, penyuluhan, dan pelatihan yang dicanangkan berbagai lembaga, termasuk lembaga pemerintah hingga swasta. Seperti dilakukan perwakilan dinas perindustrian dan perdagangan provinsi, sewaktu penelitian berlangsung mereka

mengadakan kegiatan pembinaan *one village one product* kepada para pengrajin di Baduy Luar. Merujuk pada (Isnainiyah et.al, 2019; Suhartono et.al, 2023; Gentari et.al, 2023) upaya pengembangan inovasi produk Baduy melalui pengemasan hingga pemasaran secara digital dilakukan pada penelitian pengabdian masyarakat. Melalui program pemberdayaan di era digitalisasi, pelaku usaha mikro kecil menengah dapat memanfaatkan platform *online* guna menjangkau pelanggan di berbagai lokasi mulai dari regional hingga global (Kardini et.al, 2023). Proses introduksi dalam bentuk transfer pengetahuan membawa masyarakat pada akses pendidikan nonformal. Peningkatan akses pendidikan dalam bentuk seperti ini memungkinkan masyarakat mendapat pengetahuan dan keterampilan baru yang berguna untuk beradaptasi terhadap perubahan (Aprianti et.al, 2023).

Berdasarkan cerita para pemilik kios, media sosial mulai digunakan setelah masyarakat mengikuti program pelatihan pemasaran melalui *Instagram* dan *e-commerce* L yang diselenggarakan oleh kelompok kerja dari kota J sebelum pandemi covid-19. Kegiatan tersebut menunjuk Kang A sebagai pembicara sekaligus motivator bagi peserta lain mewakili masyarakat Baduy Luar yang lebih dulu aktif di berbagai media sosial. Kegiatan serupa juga sering kali dilakukan kelompok mahasiswa dalam program KKN, yang salah satunya memperkenalkan *Tiktok* dan *Tiktok shop* kepada para *ambu*. Proses introduksi inovasi dilakukan berbagai pihak eksternal melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat terjadi pada kurun waktu tertentu kepada orang Baduy Luar sebagai kelompok masyarakat penerima inovasi.

Setiap kios di Baduy Luar sudah mengadopsi pembayaran non tunai. Hal ini bermula sejak 2017, ketika kelompok pegawai Bank B mendatangi setiap rumah dan menawarkan pembuatan rekening tabungan gratis. Setelah berhasil diterima dengan baik, di akhir 2022 mereka datang kembali untuk mengadakan kegiatan penyuluhan transaksi digital dengan QRIS sekaligus menawarkan cetak *barcode* sebagai media transaksi. Satu persatu kemudian mendaftarkan diri dan tidak lebih dari satu minggu *barcode* dapat digunakan. Sistem pembayaran digital seperti transfer dan QRIS memberikan kemudahan bagi para wisatawan yang tidak membawa uang tunai, lalu pada akhirnya menguntungkan para pemilik kios. Meskipun demikian pada awalnya tidak semua individu langsung menerima tawaran dari pihak Bank B, sehingga proses cetak *barcode* ini terbagi menjadi dua kloter. Dari perbincangan bersama Bapak A, seluruh kios sudah menyediakan *barcode*, dan beliau sendiri

sudah memiliki mesin EDC (*Electronic Data Capture*) untuk memfasilitasi pembayaran menggunakan kartu debit atau kredit.



**Gambar 3.** Barcode QRIS dan mesin EDC  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

“Kita berbisnis itu kalau tidak mengimbangi teknologi sekarang *tuh* sudah tertinggal. Contoh sekarang misalnya transaksi di toko ini belum pakai teknologi, terus yang beli engga ada *cash*. Dari pada pembeli balik lagi, ya mending bikin kaya gitu (*barcode*). Karena bisa aja orang belanja *gak* bawa *cash*. Semua juga pake pembayaran teknologi (non tunai) kan”. (Perbincangan dengan Bapak A, pada 18 Oktober 2023).

Sejauh ini pembayaran QRIS di Baduy Luar menjadi opsi pembayaran yang cukup memudahkan pihak pembeli [gambar 3](#). QRIS telah diperkenalkan oleh Bank Indonesia sebagai bagian dari upaya untuk mendorong adopsi pembayaran digital dan meningkatkan inklusi keuangan di Indonesia ([Wibowo, 2023](#)). Alat pembayaran non tunai seperti QRIS ataupun transfer merupakan inovasi yang cukup membantu antara penjual dan pembeli, meskipun penjual lebih memilih pembayaran secara tunai ([Saidah et.al, 2022](#)). Terbukanya masyarakat untuk mengadopsi sistem pembayaran digital juga didorong oleh organisasi yang memantau efektivitas pembayaran dan keseimbangan harga produk yang dijual para pedagang di Baduy Luar, sehingga terhindar dari kecemburuan sosial dan persaingan dagang yang tidak sehat. Selain itu, motivasi tiap individu telah menggerakkan kelompok masyarakat Baduy ke arah kemajuan ekonomi.

Kegiatan-kegiatan yang telah diselenggarakan berbagai lembaga di lingkungan Baduy Luar berhasil mempengaruhi masyarakat, khususnya bagi adopter awal yang menerima lebih dulu inovasi dari pihak eksternal. Kemudian adopter awal berperan dalam perluasan sebaran inovasi kepada masyarakat lainnya. Keputusan masyarakat Baduy Luar untuk memiliki *handphone*, memanfaatkan media sosial dan *e-commerce* dalam proses jual beli, serta menerapkan sistem

transaksi non tunai juga dipengaruhi melalui proses tanya-jawab antara calon adopter dengan masyarakat atau kelompok selaku imitator awal. Jika ditinjau dari pemikiran [Rogers \(2003\)](#), proses pengambilan keputusan oleh orang Baduy Luar dilakukan secara kontingensi karena terdapat dua tipe dalam proses introduksi teknologi dan digitalisasi yang terjadi yakni secara opsional, dimana individu masyarakat secara sadar berlaku sebagai unit pengambil keputusan adopsi inovasi, dan secara kolektif melalui kelompok D dan S sebagai kelompok adopter awal di Baduy Luar.

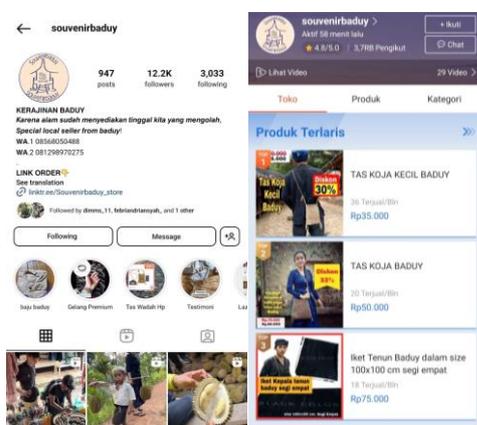
Meskipun demikian, tingkat kecepatan setiap masyarakat menerima inovasi berbeda-beda. Dalam [Saidah et.al \(2022\)](#), Rusmiati menerangkan bahwa masing-masing individu akan memiliki jangka waktu untuk menerima atau menolak inovasi. Dengan pertimbangan pengambilan keputusan terhadap inovasi berdasarkan nilai-nilai kemasyarakatan, jangka waktu yang dibutuhkan untuk menerima sebuah inovasi, dan jangka waktu masyarakat untuk beradaptasi dengan inovasi baru. Sehingga tidak bisa dipungkiri bahwa masih banyak kaum kolot (*laggards*) yang menolak tegas penggunaan teknologi bagi masyarakat Baduy secara keseluruhan, di antaranya ialah *baris kokolotan* yang termasuk dalam lembaga adat serta seluruh masyarakat Baduy Dalam yang tidak termasuk dalam fokus penelitian ini. Penolakan kaum kolot terhadap inovasi teknologi didasari oleh nilai-nilai keadatan, tradisi dan komitmen tidak melanggar aturan adat.

### Ekonomi Digital Masyarakat Baduy

Sejalan dengan [Tapscott \(1996\)](#), aktivitas ekonomi digital dalam kehidupan masyarakat Baduy Luar dibangun oleh dua belas atribut. (1) *Pengetahuan* menjadi pilar utama yang membangun terwujudnya ekonomi digital oleh masyarakat. Orang Baduy Luar memiliki pengetahuan mengenai transformasi digital melalui berbagai proses introduksi dari pihak luar, kemudian mengimplementasikannya dalam kegiatan perniagaan. Pengetahuan memberdayakan pesaing bisnis dengan informasi terbaru mengenai peluang inovasi yang kompetitif melalui berbagai saluran ([Zahra et.al, 2024](#)). Pengetahuan yang diperoleh kemudian berkembang menjadi (2) *inovasi-inovasi* unggul demi melebarkan sayap di tengah persaingan bisnis. Berbagai studi menunjukkan bahwa inovasi berperan dalam peningkatan produktivitas, efisiensi, dan kualitas produk, serta membuka peluang baru dalam menciptakan pasar yang lebih luas dan mengurangi biaya produksi ([Al et.al, 2023](#)). Aktivitas

ekonomi digital oleh masyarakat Baduy Luar merupakan bentuk inovasi yang diterima dan dilakukan secara berkelanjutan hingga saat ini.

Peran (3) *digitalisasi* atau transformasi digital mewujudkan model bisnis, produk, proses, serta struktur organisasi dalam aktivitas ekonomi digital (Anjani, 2023). Masyarakat Baduy memanfaatkan berbagai media sosial sebagai wadah untuk melakukan promosi dan memasarkan produk, dan dengan digitalisasi masyarakat kemudian mentransformasi toko fisik menjadi toko *online* di beberapa media sosial dan *e-commerce*. Hal seperti ini bukanlah sesuatu yang mustahil terjadi di era (4) *globalisasi*, yang merujuk pada perpindahan nilai-nilai tradisional ke arena global (Zahra et.al, 2024).



Gambar 4. Toko Online milik Kang A di Media sosial dan *e-commerce* S (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Globalisasi mendorong banyak perubahan dan telah berhasil membawa masyarakat Baduy Luar pada kemudahan dan kecepatan proses transaksi seperti contoh pada gambar 4. Mulanya mereka melakukan proses jual beli secara tradisional lewat jasa tengkulak dan berjalan kaki ratusan kilometer ke luar wilayah Baduy (*ngalancong*). Namun kemampuan adaptasi terhadap digitalisasi saat ini telah membuat mereka lebih dekat dengan para konsumen, sebab proses transaksi dapat dilakukan lintas batas tanpa harus bersusah payah dan tanpa melalui perantara atau (5) *disintermediasi*. Penghapusan perantara dari serangkaian bisnis melalui internet dikenal sebagai kekuatan untuk disintermediasi, karena mempermudah segala jenis barang dan jasa langsung menjangkau konsumen (Wibowo, 2022).

Atribut selanjutnya ialah (6) *molekularisasi*. Menurut James Waat dalam Zahra et.al, (2024) kesuksesan dalam bisnis dapat dicapai bila menerapkan bentuk molekuler. Konsep molekuler diartikan sebagai sistem fleksibel yang dapat menyesuaikan diri dengan perubahan keadaan dan melakukan penye-

suaian untuk mencegah bencana. Molekularisasi mengubah sistem perekonomian masyarakat semula tradisional menjadi lebih fleksibel dan lebih ringan. Berdasarkan cerita Bapak S, dahulu sekitar tahun 1950an para petani gula Baduy terikat oleh sistem *tokeh* atau tengkulak. Mereka diberikan uang muka oleh tengkulak dengan jaminan lahan serta hasil tanamnya. Namun jika hasil tanam tidak sesuai dengan jumlah yang diminta para *tokeh*, maka lahan petani diambil alih *tokeh* tersebut (Wawancara dengan Bapak S, 27 Oktober 2023). Jauh berbeda dengan sistem ekonomi saat ini yang lebih fleksibel, membuat petani gula bisa langsung menjual hasil panen tanpa melalui sistem yang rumit. Mereka dapat menjualnya langsung di kios-kios atau menjualnya secara *online* menggunakan *handphone*. Dengan mengimplementasikan bentuk molekuler, perusahaan dapat dengan mudah beradaptasi dan bertahan dalam dinamisnya perubahan di arena bisnis (Fasluki, 2023).

Masyarakat Baduy Luar memiliki setidaknya satu perangkat yang memuat beragam platform untuk dioperasikan. Melalui perangkat *handphone*, mereka melakukan (7) *virtualisasi* yang bisa mengubah barang fisik berupa produk khas Baduy menjadi barang virtual dalam bentuk foto/video untuk ditunjukkan pada konsumen di berbagai media. Virtualisasi dapat mempermudah bisnis individu dengan perangkat sederhana yang mampu menjangkau seluruh sasaran konsumen (Fasluki, 2023). Selanjutnya (8) *konvergensi* media, komunikasi, dan konten dilakukan untuk memperluas jangkauan konten yang diunggah penjual. Penjual produk khas Baduy memanfaatkan berbagai platform, mulai dari beberapa media sosial dan *e-commerce* yang memberikan berbagai opsi sesuai minat konsumen. Konvergensi memberikan peluang baru bagi pengelola media yang terkonvergensi untuk memperluas pemilihan audien berdasarkan minatnya, karena dalam waktu yang bersamaan tersedia beberapa pilihan akses (Mardhiyyah, 2023).

(9) *Asumsi* menjadi atribut pembangun ekonomi digital lainnya yang melahirkan pergeseran orientasi produksi para pengrajin di Baduy Luar. Perubahan sistem produksi yang semula dilakukan dalam jumlah besar, menjadi *customization* atau menerima secara terbuka permintaan khusus dari konsumen. Dalam kasus ini para pemilik modal menggunakan jasa pengrajin tenun yang tersebar di setiap kampung dan mereka menentukan warna, ukuran, serta motif kain sesuai dengan permintaan atau melihat tingginya minat konsumen pada jenis kain tertentu. Meski demikian produksi dalam jumlah besar masih tetap berlangsung, salah satunya pada *tas koja* yang menjadi

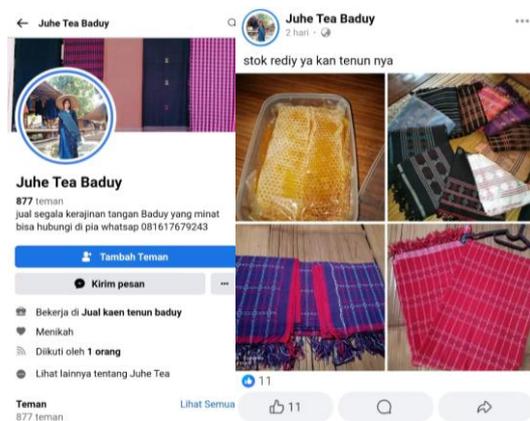
produk *best seller* Kang A di *e-commerce* S. Proses penjualan, transaksi, negosiasi, hingga pengiriman produk dapat dilakukan sesegera mungkin atau (10) *immediacy* pada sistem ekonomi digital dibandingkan dengan sistem ekonomi sebelumnya yang masih konvensional. Kegiatan ekonomi digital di Baduy Luar juga didukung oleh (11) *jaringan internet* yang dapat membangun interkoneksi dalam membentuk jaringan-jaringan ekonomi. Terhitung sejak 2010 sinyal internet di Baduy Luar dinilai sudah cukup bagus (Wawancara dengan Kang A, 22 Oktober 2023). Meskipun cakupannya hanya sampai Kampung Legok Jeruk, dan selebihnya merupakan *blank spot* saat memasuki kawasan Baduy Dalam yang menolak sinyal internet dan melarang keras penggunaan teknologi komunikasi.

Dari perbedaan tingkat keterbukaan masyarakat Baduy secara keseluruhan maka dengan begitu timbul (12) *perpecahan (discordance)* yang membagi kelompok masyarakat ke dalam individu atau pelaku usaha yang memutuskan untuk menggunakan atau tidak menggunakan teknologi. Serta individu yang paham dan tidak paham dengan teknologi. Disimpulkan dari hasil observasi dan didukung oleh survey yang pernah dilakukan salah satu perangkat desa Bapak H bahwa di Kampung Kaduketug I–III Baduy Luar hampir seluruh masyarakat sudah menerima, mengerti dan memanfaatkan penggunaan *handphone* untuk kebutuhan sehari-hari khususnya dalam kegiatan ekonomi digital.

Kios-kios yang berdiri sepanjang jalur wisata menjual berbagai macam produk yang dibuat secara mandiri atau didapatkan dari pengrajin di kampung Gajeboh, Cisaban, Cipaler, dan Cicakal dengan sistem bagi hasil. Hampir setiap *ambu* pemilik kios menjual kain yang ditenunnya sendiri di beranda rumah dengan tujuan menjaga kualitas kain tenun, juga sebagai daya tarik wisatawan agar singgah untuk melihat proses menenun sekaligus berharap mereka membeli beberapa produk. Pemilik kios di Kampung Kaduketug I–III Baduy Luar juga memiliki akun media sosial dan mengelolanya untuk kepentingan jual-beli. Bahkan setiap kios menunjukkan identitasnya dengan memasang *banner* bertuliskan nama pemilik, produk yang dijual, serta nomor telepon *whatsapp*, akun Instagram, dan *e-commerce* yang aktif untuk dihubungi. Identitas demikian juga ditemukan pada *brand tag* yang dipasang oleh *Ambu E* pada kain tenun, dan *brand tag* tersebut beliau dapatkan melalui *e-commerce L*.

Seringkali pesanan datang dari berbagai kota, mulai dari Serang, Jakarta, Bandung, hingga dari seberang Pulau Kalimantan dan Sulawesi melalui nomor *whatsapp* pemilik kios, menurut *Ambu E*

biasanya pemesan yang menghubungi langsung via *whatsapp* merupakan salah satu dari pelanggan tetap. Setiap *ambu* yang saya temui aktif mengunggah foto kain tenun melalui fitur *whatsapp status*. Meskipun tidak selalu menarik pembeli, terkadang beberapa pembeli langsung menghubungi nomor *whatsapp* untuk bertanya stok kain atau produk lain yang akan dibeli dari pemilik kios. Jika produk yang diinginkan pembeli tidak bisa terpenuhi, maka penjual akan mencari produk tersebut pada kios lain dan hasil penjualan dibagi oleh keduanya. Biasanya perantara seperti dalam kasus ini hanya mendapat upah menjual sekitar Rp 5.000 sampai 30.000 sesuai jenis produk yang terjual.



Gambar 5. Akun Facebook dan unggahan promosi produk Baduy  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Selain *whatsapp*, masyarakat Baduy Luar memiliki akun Facebook dan Instagram untuk melakukan promosi. Pada Gambar 5 di atas melalui facebook, pemilik akun bergabung sebagai anggota forum jual beli dan di beberapa forum tersebut mereka menawarkan produk khas Baduy. Gambar 5 menunjukkan bahwa pemilik toko melengkapi profil dengan mengunggah foto produk lewat fitur *status*. Produk utama yang fokus dijual para *ambu* adalah kain tenun Baduy. Namun dari keterangan *Ambu S*, terkadang ia malas mempromosikan kain tenun di facebook sebab sering dijumpai berbagai modus dari calon pembeli yang tidak serius. Meskipun demikian, kerap kali *ambu* mengaktifkannya hanya untuk sekadar memeriksa kolom pesan atau mengunggah foto produk terbaru.

Di Instagram, promosi dilakukan dengan mengunggah foto menggunakan fitur *Instagram story* dan *Instagram feeds* untuk menarik perhatian pengguna Instagram. Beberapa pemilik toko mencantumkan keterangan harga untuk setiap jenis produk, tapi beberapa lainnya memilih tidak agar calon pembeli

langsung bertanya harga melalui kolom komentar atau pesan kepada pemilik akun. Namun sayangnya *Instagram* menjadi media yang paling sedikit mendatangkan pembeli di antara media sosial lain, khususnya bagi para pemilik akun dengan minim pengikut. *Ambu muda* mengaku memiliki cara khusus untuk memperluas jangkauan konten dengan menambahkan tagar atau *hashtag* di setiap keterangan foto yang diunggah. Lebih lanjut mereka memiliki pengetahuan bahwa konsistensi menjadi hal penting dalam mengelola media sosial selain menyuguhkan konten terbaik. Hal ini dibuktikan oleh akun *instagram* milik *Teh A* pada gambar 2 yang sukses menarik 96.700 pengikut. Setelah diamati, strategi penjualan yang dilakukan oleh *Teh A* ialah menginterkoneksi *Instagram* dengan toko online milik keluarga di 4 *e-commerce*, dan media sosial lain melalui platform *linktr.ee* yang disematkan pada keterangan profil. Di samping memiliki beberapa akun media sosial, tren pemanfaatan *e-commerce* juga meluas di kalangan masyarakat. Diketahui bahwa jumlah pemilik akun *e-commerce* di Baduy Luar  $\pm 30$  orang, namun sayangnya tidak semua terlampau aktif menerima pesanan. Namun bagi *Kang A*, mengelola akun *e-commerce* menjadi aktivitas sehari-hari sebab hampir setiap jam pesanan diterima dari berbagai wilayah di Indonesia. Toko yang dikelola *Kang A* menerima berapapun jumlah pesanan tanpa batas minimum dan menerima berbagai sistem pembayaran (Wawancara dengan *Kang A*, 22 Oktober 2023). Ketika saya datang, beliau sedang mengemas *tas koja*, gelang, dan ikat kepala (*lomar*) menggunakan plastik *packing*, kemudian nomor resi pengiriman dicetak menggunakan *printer* kecil.

Sistem pengiriman saat ini jauh lebih mudah dan praktis dari tahun-tahun sebelumnya, para penjual kini hanya tinggal mengumpulkan pesanan dan mengemas paket untuk di kirim. Setelah itu paket-paket tersebut langsung diserahkan kepada seorang kurir dari ekspedisi J yang datang setiap hari untuk menjemput dan membawanya ke *drop point* awal. Bukan hanya *Kang A* saja, melainkan setiap penjual yang memiliki pesanan untuk dikirim akan selalu memberikan paket pada kurir. Setiap hari ketika berjalan melewati kios-kios, saya selalu melihat beberapa paket yang terkemas rapi disimpan di beranda oleh pemilik kios untuk memberi tanda pada kurir agar segera membawanya dan pemilik kios selaku pengirim akan membayar ongkos kirim secara tunai pada kurir.

## Implikasi Keterbukaan Diri terhadap Moral Ekonomi Masyarakat Baduy

Realitas kehidupan masyarakat Baduy yang melekat dengan nilai kesederhanaan digambarkan Jet Bakels dalam tulisannya di surat kabar RNC Handelsblad pada 1993, sebagaimana tertulis di bawah ini.

“Kesederhanaan dalam berbusana tercermin dalam rumah tangga yang seadanya. Tidak ada kursi atau meja dimanapun, tidak ada kasur atau bantal, tidak ada piring, gelas atau peralatan plastik. Orang-orang duduk di lantai, tidur di atas tikar, makan dari daun lontar, dan minum dari setengah tutup. Hal ini bukan berarti masyarakat Baduy tidak mengenal produk-produk zaman modern; semuanya dijual di pasar, namun adat tidak memperbolehkan pembelian barang tersebut, lagipula nenek moyang juga tidak mengetahui komoditas tersebut (Bakels, 1993)”.

Beranjak jauh dari periode waktu tersebut, saat ini kesederhanaan seperti yang ditulis Bakels tidak lagi seutuhnya ditemukan di lingkungan masyarakat Baduy Luar. Tradisi-tradisi terdahulu yang sebelumnya sangat dijunjung tinggi sebagai peraturan adat Baduy perlahan luntur terkena dampak arus globalisasi (Nurmaulida, 2023). Saat ini meskipun bangunan rumah masih seragam bahan dan bentuknya, namun di bagian dalam setiap ruangan sudah dilengkapi beberapa peralatan modern. Di antaranya yaitu lemari plastik, peralatan makan plastik dan aluminium, tempat tidur yang dilengkapi seprai bergambar, hingga produk pencuci. Mereka mendapatkan barang tersebut dengan membelinya langsung di pasar dan memesannya secara *online* di *e-commerce*. Terbukanya masyarakat Baduy Luar terhadap modernisasi membawa perubahan signifikan terhadap sistem teknologi dan peralatan orang Baduy yang semula menggunakan alat tradisional berbahan dasar alam ke peralatan modern berbahan plastik. Kemudian memudarnya rasa keterikatan masyarakat Baduy Luar dengan peraturan adat membuat mereka dengan mudahnya membeli peralatan modern, bahkan dengan sistem pembayaran berbasis teknologi melalui *e-commerce*.

Peraturan adat melarang secara tegas penggunaan alat-alat rumah tangga modern, tidak terkecuali juga penggunaan *handphone* dalam aktivitas ekonomi digital bagi masyarakat Baduy. Jika ditinjau dari peribahasa Baduy, yang diutarakan *Kang U*,

“Karena salah sahiji patokan eta, lojor teu meunang dipotong, pondok teu meunang disambung, nila saplasna, nyarek sacekna, nu euweuh baheula ulah aya ayeuna. Jadi intina ketika modernisasi iyeu asup ka urang eta PR berat bagi kami sebagai tokoh-tokoh pemuda (Perbincangan dengan Kang U, pada 24 Oktober 2023)”

mengenai peribahasa yang menjadi patokan dalam hukum *tangtu*, menekankan bahwa hal-hal yang tidak ada sejak zaman dahulu di Baduy, tidak boleh ada di masa sekarang. Aturan adat tidak bisa dikurang atau ditambah, dan tidak pernah berubah. Maka dari itu penggunaan berbagai alat dan cara modern saat ini dalam kegiatan ekonomi oleh masyarakat Baduy Luar telah bergeser dari nilai moral ekonomi yang terpatri dalam sistem kebudayaan Baduy. Hal ini menjadi kekhawatiran para tokoh adat, dan menjadi sebuah tantangan yang berat bagi Kang U selaku tokoh pemuda di Baduy Luar.

Kegiatan ekonomi masyarakat Baduy mulanya hanya mengandalkan lahan pertanian, yakni dengan berladang padi *huma*, palawija, serta berbagai jenis sayur dan buah, yang dilakukan secara tradisional bahkan beberapa dari kasus terdahulu petani sampai terjerat sistem *tokeh*. Hasil panen ladang umumnya untuk pemenuhan kebutuhan keluarga, sebab andai-pun diborongkan pada tengkulak, mereka mendapat nilai jual yang lebih kecil dari harga pasar. Sehingga tak jarang mereka memilih pergi menjualnya langsung ke pasar atau pergi *ngalancong* menemui kerabat yang dikenalnya di luar wilayah Baduy untuk mendapat harga yang lebih memuaskan. Hadirnya digitalisasi dalam sistem ekonomi telah membawa perubahan besar pada sebagian masyarakat Baduy Luar terutama di Kampung Kaduketug I-III. Pola pikir masyarakat yang sudah diiringi motivasi dan kesadaran akan peluang dari potensi yang dimiliki membuat mereka lebih rasional dalam mencapai tujuannya masing-masing. Dari sanalah kemudian adaptasi terhadap digitalisasi dilakukan atas dasar rasionalitas yang melihat besarnya peluang usaha yang dimiliki sehingga kemudian mewujudkan berbagai bentuk strategi dalam kegiatan ekonomi digital dan menjadi sumber penghasilan utama selain bertani dan berladang bagi masyarakat Baduy Luar. Hal ini sejalan dengan pandangan Popkin (1986) dalam Scott (1994) bahwa petani tradisional khususnya dalam kasus ini di Baduy Luar, didominasi oleh motivasi memperoleh keuntungan yang bersifat individu, dengan pengambilan keputusan individu dan interaksi strategis, serta asumsi bahwa manusia mengejar tujuan-tujuannya dengan cara yang rasional.

Terlepas dari dampak positif digitalisasi bagi masyarakat Baduy Luar, para tokoh adat memiliki kekhawatiran tersendiri dalam menghadapi perkembangan digital di lingkungan Baduy. Dari perbincangan dengan juru bicara Baduy, jaro pemerintahan, jaro *warega*, tokoh pemuda, dan ketua organisasi Baduy, disimpulkan bahwa aturan Baduy tidak membenarkan adanya kelonggaran untuk digitalisasi. Namun mereka juga mengakui adanya dilema bahwa akan melanggar aturan adat jika digitalisasi dijalankan. Sementara jika tidak dijalankan, digitalisasi sudah terlanjur menjadi kebutuhan bagi masyarakat. Sehingga adat melakukan beberapa upaya dalam menghadapi digitalisasi serta modernisasi yang perlahan melekat dalam kehidupan ekonomi masyarakat dengan cara mengimbau, menegaskan, memberikan arahan, nasihat, hingga teguran yang bersifat umum, terkecuali yang mengarah pada individu, biasanya diberikan secara khusus. Selain itu ialah dengan melakukan sistem pembersihan barang-barang modern melalui operasi *garadah*.

Dalam konteks digitalisasi, teknologi menjadi persoalan yang sulit dibatasi, adat hanya berupaya dengan mengarahkan penggunaan “alat canggih” ke arah positif. Sedangkan operasi *garadah* merupakan aturan yang diamanatkan leluhur dan harus dijalankan suku Baduy karena mereka tidak boleh terkontaminasi teknologi. *Garadah* menurut aturan seharusnya dilakukan setiap 3 bulan sekali di bulan indah bagi suku Baduy, namun menurut Kang U metode tersebut kurang efektif dan sudah mengendur ketegasannya. Saat ini *garadah* hanya dilakukan satu tahun sekali dan dalam praktiknya hanya membersihkan barang-barang sesuai kondisi dan isu yang mencuat di forum adat, seperti contoh ialah *garadah* peralatan rumah tangga modern, *garadah* kendaraan, hingga *garadah* peralatan digital. Lembaga adat seperti membedakan cara penegasan aturan sesuai ruang lingkup masyarakat. Masyarakat Baduy Dalam tidak memanfaatkan teknologi modern dalam kehidupannya (Wicaksono et.al, 2022), karena di Baduy Dalam penerapan larangan penggunaan *handphone* lebih ketat dari pada di Baduy Luar. Perbedaan penegasan aturan adat di dua wilayah Baduy terus berlanjut sekalipun pada hakikatnya kedua wilayah terpisah ini dipayungi hukum adat yang sama.

## SIMPULAN

Pergeseran moral ekonomi masyarakat Baduy Luar terlihat dari penggunaan peralatan modern yang tersimpan di dalam rumah adat dan pemanfaatan sistem teknologi dalam kegiatan perniagaan. Hal

tersebut merupakan implikasi dari keterbukaan masyarakat pada teknologi dan digitalisasi yang dipengaruhi oleh pihak eksternal maupun internal melalui proses introduksi inovasi. Sehingga saat ini masyarakat Baduy Luar mengimplemantasikan kegiatan ekonomi digital dalam kehidupan sehari-hari serta memanfaatkan beberapa media sosial dan *e-commerce* sebagai strategi untuk menjual aneka produk khas Baduy. Masyarakat Baduy Luar tidak dapat menghindari masuknya arus modernisasi melalui berbagai proses introduksi yang berpotensi memudahkan nilai-nilai tradisional. Hal ini merupakan sebuah tantangan bagi mereka untuk selalu menjaga kelestarian budaya seraya hidup berdampingan dengan teknologi modern. Penelitian ini dibatasi oleh metode dan pendekatan yang digunakan, sehingga tidak dapat menampilkan persentase angka yang mencakup keseluruhan populasi untuk menggambarkan akurasi jumlah masyarakat Baduy sebagai pelaku ekonomi digital. Oleh karenanya perlu dilakukan penelitian lanjutan mengenai permasalahan serupa dengan metode penelitian yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, A., & Briandana, R. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Facebook Bagi Masyarakat Baduy Luar. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 199-219. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i2.13427>.
- Al Aidhi, et.al. (2023). Peningkatan Daya Saing Ekonomi melalui peranan Inovasi. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(2), 118-134. <https://doi.org/10.58812/jmws.v2i02.229>
- Allende-Hernández, et.al. (2022). Inclusion of Indigenous Peoples in the Digital Economy through E-Commerce: A Case Study of Oaxaca. *IntechOpen*, 1-17. 10.5772/intechopen.106729
- Anjani, W. R. (2023). Implementasi Digital Marketing Dalam Mengembangkan Strategi Bisnis Digital Di Era Transformasi Digital. *INTERDISIPLIN: Journal of Qualitative and Quantitative Research*, 1(1), 29-40. <https://doi.org/10.61166/interdisiplin.v1i1.4>.
- Aprianti, S. A. et.al. (2023). Perubahan Sosial Masyarakat Suku Baduy Luar Sebagai Akibat Modernisasi. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 572-582. <https://doi.org/10.47467/elmutjama.v4i1.5745>
- Bakel, J. (1993). Het Heilige Bos Ban de Baduy. "NRC Handelsblad". *www.delpher.nl*. Available at:<https://resolver.kb.nl/resolve?urn=KBNC01:000030914:mpeg21:p022>
- Bass, F. M. (1969). A New Product Growth Model for Consumer Durables. *Management Science*, 15(5), 215-227. <https://www.jstor.org/stable/2628128>
- Dwi Anggreani, M., & Muallidin, I. (2021). Strategi Lembaga Adat Dalam Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Pengembangan Pariwisata Di Desa Adat Osing Kemiren. *Jurnal Pemerintahan Dan Kebijakan (JPK)*, 2(1), 8-20. <https://doi.org/10.18196/jpk.v2i1.12542>
- Dyson, L. E., & Underwood, J. (2006). Sistema de Información Científica Indigenous People on the Web Indigenous People on the Web Indigenous People on the Web. *Indigenous People on the Web Journal of Theoretical and Applied Electronic Com-merce Research*, 1(1), 65-76. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=96510107>
- Fernando, J., et.al. (2024). Fenomena Kapitalisme Tersembunyi dalam Kehidupan Suku Baduy Luar. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 2(1), 275-286. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v2i1.2616>
- Fasluki. (2023). Strategi Digital Marketing Oleh Rumah Kurasi Kediri Dalam Meningkatkan Omzet UMKM. *innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6) <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/7183>
- Geise, N. J. (2022). *Badujs en Moslims: Kajian Etnografis Masyarakat Adat di Lebak Parahiang, Banten Selatan*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
- Gentari, R. E., et.al. (2023). Upaya Peningkatan Motivasi dan Kemandirian Perekonomian Pengrajin Tas Melalui Digital Marketing Di Ciboleger Baduy Banten. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 114-120. <https://doi.org/10.25008/altifani.v3i1.328>
- Intahchomphoo, C. (2018). Indigenous peoples, social media, and the digital divide: A systematic literature review. *American Indian Culture and Research Journal*, 42(4), 85-111. <https://doi.org/10.1080/10812397.2018.1533333>

- org/10.17953/aicrj.42.4.intahchomphoo
- Isnainiyah, N. (2019). Internet Marketing bagi Perajin Tradisional Baduy Internet Marketing for Traditional Craftsmen of Baduy. *Jurnal Mitra*, 3(2), 130-140. <https://ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/mitra/article/download/843/448>
- Jamaludin, A., et.al. (2023). Analysis Of The Social Influence Of The Outside Society On The Changes In The Life Style Of Baduy Luar Tribe. *Educativo: Jurnal Pendidikan*, 2(1), 326-333. <https://doi.org/10.56248/educativo.v2i1>
- Kardini, N. L. et.al. (2023). Mengenal Ekonomi Makro dalam Era Digitalisasi. Yayasan Cendikia Mulia Mandiri: Batam.
- Li, J., Brar, A., & Roihan, N. (2021). The use of digital technology to enhance language and literacy skills for Indigenous people: A systematic literature review. *Computers and Education Open*, 2(1), 1-21. <https://doi.org/10.1016/j.caeo.2021.100035>
- Mardhiyyah, M. (2023). Konvergensi Media (Analisis Transformasi Media Konvensional Dalam Perspektif Ekonomi Kritis). *Jurnal An-Nida*, 15(2), 129-144. <https://doi.org/10.34001/annida.v15i2.5177>
- Mesenbourg, T. L. (2001). *Measuring the Digital Economy: Difinitions, Underlying Concepts, and Measurement Plans*. Maryland: US Census Bureau.
- Nyagadza, B., et.al. (2023). Examining the influence of social media eWOM on consumers' purchase intentions of commercialised indigenous fruits (IFs) products in FMCGs retailers. *Sustainable Technology and Entrepreneurship*, 2(3), 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.stae.2023.100040>
- Nurmaulida, A. (2023). Potensi Memudarnya Budaya Suku Baduy Luar Terhadap Era Globalisasi. *Jurnal Pendidikan Seni dan Seni Budaya*. <https://jurnal.univpgripalembang.ac.id/index.php/sitakara/article/view/11168/7050>
- Polnaya, T. et.al. (2023). Transformasi Budaya Dan Interaksi Sosial Dalam Masyarakat Adat: Dampak Masuknya Teknologi Digital. *Jurnal Sosial Humaniora*, 1(1), 1-14. <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/baileofisip>
- Pudjiastuti, S. R., et.al. (2023). Tantangan Dalam Menjaga Identitas Budaya Baduy Luar Dan Baduy Dalam Pada Era Perubahan. *Jurnal Citizenship Virtues*, 2023(2), 630–637. <https://jurnal.stkipkusumanegara.ac.id/index.php/citizenshipvirtues/article/view/1876>
- Rekhari, S. (2009). Indigenous communities and new media: Questions on the global Digital Age. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 7, 175–181. <https://doi.org/10.1108/14779960910955882>.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusions of Innovations*. New York: The Free Press.
- Saidah, M., et.al (2022). Difusi Inovasi Program Digital Payment di Desa Kanekes Baduy. *Jurnal Ilmu Komunikasi Jurnal Communicology*, 10,(2), 138-153. <http://journal.unj.ac.id/>
- Sam, S., Abdurachman, & Zarkasih. (1986). *Tata Kehidupan Masyarakat Baduy Di Propinsi Jawa Barat*. Bandung: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Scott, J. C. (1994). *Moral Ekonomi Petani (Pergolakan dan Subsistensi di Asia Tenggara)*. Jakarta: LP3ES.
- Spradley, J. P. (2007). *Metode Etnografi*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartono, et.al. (2023). Inovasi Galeri Dan Pemasaran Berbasis Digital Untuk Produk Kain Tenun Khas Suku Baduy. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Terbuka*, 2, 125–136. <https://doi.org/10.33830/prosidingsemaster.v2i1.702>
- Tapscott, D. (1996). *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. McGraw-Hill.
- The Economist. (2022). Time Lords: The Baduy Kanekes. *The Economist Magazine London*. 445 (9327), 1-8. <https://www.economist.com/christmas-specials/2022/12/20/in-a-corner-of-java-live-the-amish-of-indonesia>
- Wahyu, A., et.al. (2023). Aplikasi E-Commerce Galeri Lembaga Adat Melayu Riau Berbasis Mobile Menggunakan Flutter Menerapkan Metode Waterfall. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 4(2), 458–469. <https://doi.org/10.47065/josh.v4i2.2687>

- Wibowo, A. (2022). Transformasi Ekonomi Digital. Yayasan Prima Agus Teknik: Semarang.
- Wibowo, A. (2023). Internet of Thing (IoT) dalam Ekonomi dan Bisnis Digital. Yayasan Prima Agus Teknik: Semarang. [https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yaya\\_sanpat/article/view/436](https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yaya_sanpat/article/view/436)
- Wicaksono. A., et.al. (2022). Living side by side with nature: evidence of self-governance in three local communities in Indonesia. *Heliyon*, 8(12), 1-8. [www.cell.com/heliyon](http://www.cell.com/heliyon).
- Wijaya, H., & Nailufaroh, L. (2022). Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan UMKM Kota Serang dengan Literasi Digital Sebagai Variabel Moderasi. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(4), 1941–1949. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i4.2580>
- Zahra, S., et.al. (2024). Menggali Potensi Kewirausahaan di Era Digital: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 54–63. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v1i6.592>.
- Zaterdag, & Zondag. (1987). Wachters aan het water. "Trouw". *www.delpher.nl*. Available at: <https://resolver.kb.nl/resolve?urn=ABCDDD:010827181:mpeg21:p033>