

KOMODIFIKASI (KOMODITIFIKASI) DALAM INDUSTRI PERHOTELAN DI BALI

Oleh Ni Putu Ratna Sari

ratnasariubud@yahoo.com

ABSTRACT

Comodification or comoditification has occurred in tourism industry, but unfortunately scientific information on it, especially in the hotel sector is very limited. Thus, conducting research on such issue and write down the article on the issue has been encouraged, especially on comoditification in hotel industries in Bali.

The reserach was undertaken in some hotels in Bali. Data were collected through field observation, conducting interview, and checking documnets (literature review). Data were analysed in a descriptive qualitative analysis.

Results of this research showed that there were some forms of comodification or comoditification observed in hotel sectors in Bali such as on building the temple in the hotel, the use of top of building as a restaurant, placement of solar cell on the top-flated roof of buildings, the placement of Boma carving on “madya mandala” of hotel, *klumpu* or *jineng* which was modified into resting room, the use of modified “canang” as decoration, *umbul-umbul*, *kober* and other ceremony facilities for decoration in daily businesses, mis management of Nyepi package, inapropriate management of pura hotel, etc.

Keywords: tourism, comoditification / comodification, carving/ornament, tri angga, hotel, Bali

I. PENDAHULUAN

Komodifikasi (*commodification*) sebenarnya adalah suatu konsep yang tidak hanya menyangkut tentang masalah produksi komoditas atau barang dalam pengertian perekonomian yang sempit tentang barang-barang yang diperjual-belikan saja, namun menyangkut lebih daripada itu, yakni tentang bagaimana barang-barang itu didistribusikan dan dikonsumsi (Fairclough, 1995). Konsep ini bukanlah sesuatu hal yang baru, melainkan telah terjadi sejak dahulu sehingga seakan telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat (Keat and Abercrombie, 1990). Munculnya gejala komodifikasi ini karena adanya *spirit* ekonomi uang untuk memperoleh keuntungan (Max Weber *di dalam* Turner, 1992).

Dalam dunia pariwisata, komodifikasi dikenal juga sebagai turistifikasi (*touristification*), yakni upaya menjadikan masyarakat tujuan wisata sebagai produk pariwisata. Hal ini dikemukakan oleh Picard (1996) *di dalam* Surbakti (2008), walaupun sejumlah pakar di Bali lebih suka memakai istilah komersialisasi atau komoditisasi (Surbakti, 2008). Istilah komodifikasi dan komoditisasi kadang-kadang memiliki makna sama (sinonim), khususnya pada tulisan yang menguraikan proses membuat komoditi dari segala sesuatu yang belum biasa ada dalam perdagangan sebelumnya (Fyke, *undated*).

Diskusi tentang komodifikasi dalam dunia

pariwisata khususnya diskusi tentang komodifikasi dan authenticity mencuat sejak Dean Mac Cannel mempublikasikan tulisannya yang sangat berpengaruh, yaitu *The Tourist*, pada tahun 1976 (Macleod, 2006). Namun istilah ini relatif agak baru dikenal di Indonesia (Surbakti, 2008). Ada beberapa tulisan yang telah memuat tentang komodifikasi yang berkaitan dengan dunia pariwisata di Bali, antara lain Sukmawati (2011), Ruastiti (2011), dan sebagainya.

Sebagai gejala ekonomi yang cenderung bersifat kontemporer, di dunia pariwisata tidak terelakkan lagi telah terjadi proses komodifikasi (*commodification*). Mengingat terbatasnya informasi tentang komodifikasi di dunia perhotelan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kasus komodifikasi di bidang perhotelan di Bali

II. TINJAUAN PUSTAKA

Piliang (2005: 191) Ciri dari masyarakat posmodern adalah menjadikan hampir semua sisi kehidupan menjadi komoditas yang bisa diperjualbelikan, sehingga masyarakat posmodern dikatakan sebagai masyarakat konsumen. Komodifikasi telah merambah pada bidang-bidang pendidikan, kebudayaan, keagamaan, tubuh, hasrat, bahkan kematian. Menurut Barker (2004: 14), komoditas adalah produk yang mengandung nilai guna dan nilai tukar. Komoditas merupakan sesuatu yang

tersedia untuk dijual di pasar dan komodifikasi adalah proses yang diasosiasikan dengan kapitalisme, yaitu objek, kualitas, dan tanda berubah menjadi komoditas. Pendapat yang senada diungkapkan oleh Mulyanto (2012: xviii) bahwa komoditas adalah hasil kerja manusia (barang atau jasa) yang sengaja diproduksi untuk dipertukarkan melalui mekanisme pasar. Komodifikasi (komoditisasi) adalah proses menjadikan sesuatu yang bukan komoditas menjadi atau diperlakukan seperti halnya komoditas yang bisa diperjualbelikan demi laba. Komodifikasi merupakan ciri mendasar dari kapitalisme yang hampir menjadikan semua barang dan jasa, termasuk tanah, dan tenaga kerja, yang sebetulnya bukan komoditas menjadi komoditas. Bilamana pandangan-pandangan di atas dirangkum, maka sesuatu yang dikomodifikasi tidak hanya terbatas pada hasil kerja manusia berupa barang dan jasa yang mengandung nilai guna dan nilai tukar, tetapi juga tanah, tenaga kerja, dan kemudian merambah pada bidang-bidang pendidikan, kebudayaan, keagamaan, tubuh, hasrat, bahkan kematian dan semua itu diasosiasikan dengan kapitalis.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berlokasi di beberapa hotel di Bali. Data dikumpulkan melalui pengamatan langsung di hotel, wawancara dan studi kepustakaan. Analisis data dilakukan dengan secara deskriptif kualitatif.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Komodifikasi yang terjadi pada industri perhotelan di Bali dapat dilihat dari beberapa kasus. Seperti misalnya ukuran ruang dan fungsi “utama mandala” pada hotel banyak yang sudah berubah dari yang seharusnya. Ruang utama mandalanya rata-rata sempit dan tempat sucinya kadang-kadang dianggap sebagai pelengkap saja, sebagai hiasan, dan kurang terawat. Ruang untuk tempat suci atau utama mandala pada sebagian besar hotel yang pernah diaudit di Bali nampak relatif sempit jika dibandingkan dengan seharusnya yang meliputi wilayah minimal 1/9 atau sekitar 11 % dari luas lahan keseluruhannya. Hal ini terjadi karena pengusaha perhotelan mungkin menganggap terlalu boros atau tidak menguntungkan (dari segi ekonomi) jika menyediakan lahan untuk pura (utama mandala) yang terlalu besar. Malahan ada satu hotel di Kuta yang pura hotelnya dibongkar dan digantikan dengan restoran akhir-akhir ini, mungkin karena menganggap sia-sia memiliki pura. Di samping itu, ada kasus sebuah hotel yang di



Gambar 1. Foto pura utama salah satu hotel di Bali yang sangat sempit (kiri) dan malahan bukan hanya di depan dan di belakang puranya dipakai sebagai tempat menaruh tong sampah (gambar kiri) tetapi malahan di dalam puranya dipakai sebagai lubang tempat sampah (gambar kanan)

dalam puranya dibuat lubang tempat membuang dan membakar sampah dari lingkungan hotel, sehingga tidak sesuai dengan konsep pura sebagai kawasan yang lebih disucikan dibandingkan kawasan lainnya di lingkungan hotel tersebut.

Struktur bangunan hotel ada yang diubah dari struktur arsitektur bangunan yang sesuai dengan konsep “tri angga” dalam arsitektur tradisional Bali. Atap bangunan di Bali yang secara tradisional biasanya berbentuk limas, ada yang dimodifikasi menjadi datar sehingga bisa dimanfaatkan untuk pembuatan restoran, atau kolam renang di atas bangunan tersebut, sehingga dikenal sebagai “roof top restaurant”, “roof top swimming pool”, dan sebagainya. Malahan ada hotel yang memiliki “roof top” yang dianggap istimewa karena letaknya tinggi dan dari sana bisa mendapatkan tempat untuk melihat di kejauhan atau melihat atau pemandangan yang lepas jauh.

Juga ada sebagian hotel yang memanfaatkan bagian atas bangunan sebagai tempat mesin-mesin, tempat tangki air (water tank), tempat penyimpanan barang sejenis gudang dan sebagainya. Tangki air sering kali ditaruh di bagian atas hotel, dan ada diantaranya yang menaruhnya di bagian “atap” hotel yang dibuat datar berbeton. Jadi bagian atap hotel itu menjadi lebih fungsional.

Beberapa hotel ada menggunakan hiasan ukiran yang tidak semestinya. Dalam pengamatan penulis, ada hotel yang memakainya ukiran Boma sebagai hiasan pada dinding kamar hotel, di atas pintu kamar, di gerbang masuk ke wilayah hotel dan



Gambar 2: Contoh *roof top restaurant* di hotel (gambar dari web, disitasi 12 11 2015).



Gambar 3. Bagian paling atas dari hotel yang dibuat datar, tidak berbentuk limas, kemudian diisi pembangkit listrik tenaga surya (*solar cell*).

sebagainya. Menurut para ahli agama, penggunaan ini tidak tepat. Boma yang merupakan representasi dari Tuhan (putra Betara Wisnu) hanya dipakai hiasan saja pada lingkungan “madya mandala” dari hotel, padahal seharusnya ditempatkan di kawasan suci atau di gerbang masuk ke kawasan yang suci, misalnya gerbang masuk ke pura atau merajan hotel, kecuali hiasan Boma bersayap yang bisa dipakai untuk hiasan pada *bade* atau *bengko* untuk kelengkapan upacara *ngaben* dan *ngasti* di Bali (Ngurah Oka Supartha, ahli agama, *pers.comm.*, 2000).

Patung-patung dewa sebagai manifestasi Tuhan ada yang dipakai sebagai hiasan pada hotel. Ada hotel yang menempatkan patung-patung manifestasi Tuhan ini sebagai hiasan kebun, atau sebagai hiasan penyambut tamu yang dipasang langsung di lantai di bagian depan loby hotel. Jika dipasang pada loby hotel, saat turis tiba di hotel dan masuk ke loby, maka patung-patung ini seolah-olah menyambut



Gambar 4. Ukiran Boma yang seharusnya dipasang pada pintu masuk atau di tempat kawasan yang disucikan ini dipasang pada pintu masuk ke bagian “madya mandala” hotel karena dianggap sebagai hiasan belaka oleh pihak arsitek hotel.



Gambar 5. Wisatawan menikmati ruang terbuka di depan *klumpu* atau *jineng*. *Klumpu* atau *jineng* ini yang ada dimodifikasinya menjadi sarana bermalam wisatawan

tamu yang datang. Hal ini tidak tepat, karena patung-patung dewa sebagai manifestasi Tuhan seharusnya ditempatkan pada tempat yang layak, sesuai dengan makna dan fungsinya, atau manifestasi Tuhan yang dipuja.

Fungsi fasilitas dalam hotel juga bisa dirubah dari fungsi aslinya. Misalnya, ada *klumpu* atau *jineng* yang dimanfaatkan sebagai kamar tempat tinggal untuk bermalam bagi para turis padahal sebenarnya



Gambar 6. Canang yang lengkap di samping berisi bunga, juga berisi pinang, kapur, sirih. Ada hotel yang memakai canang tanpa pinang, kapur dan sirih dan canang ini dipakai sebagai hiasan

atau aslinya *jineng* atau *klumpu* tersebut berfungsi sebagai tempat penyimpanan hasil panen.

Ada juga hotel yang membuat *bale kulkul* namun hanya sebagai hiasan belaka. *Kulkul* yang ada pada *bale kulkul* ini tidak pernah dipakai untuk semestinya, misalnya untuk penanda/panggilan untuk pertemuan, kejadian kemalingan, kematian, dan sebagainya untuk warga banjar, atau untuk sarana komunikasi warga subak, penanda odalan di pura, penanda ada hal-hal penting di puri, dan sebagainya. *Bale kulkul* ini hanya dipakai sebagai hiasan agar menarik bagi turis.

Pada beberapa hotel, bahan-bahan upacara ada yang dimodifikasi sebagai hiasan belaka. Misalnya, canang “yang tidak lengkap” dipakai sebagai hiasan meja makan di beberapa restoran milik hotel tertentu. Canang ini sudah kehilangan nilai magisnya, karena unsur utamanya tidak lengkap dalam “canang hiasan” tersebut, yaitu tidak berisi buah pinang, kapur dan sirih (atau *base* dalam bahasa Balinya), yang mana ketiganya merupakan simbol dari Tri Murti, Tuhan dalam tiga fungsi utama, sebagai pencipta, pemelihara dan *pemrelina* atau pelebur (buah pinang berwarna merah sebagai simbol Brahma atau Tuhan sebagai pencipta, *base* berwarna hitam kalau dihancurkan berwarna hitam sebagai simbol Wisnu atau dewa penjaga/pemelihara alam semesta beserta isinya, sedangkan kapur berwarna putih sebagai simbol Ciwa yaitu Tuhan dalam fungsinya sebagai pelebur atau *pemrelina*, pengembali ke unsur asal).

Ada hotel yang memanfaatkan *kober* atau *umbul-umbul* atau sarana upacara Hindu lainnya sebagai hiasan belaka dari berbagai acara yang digelar di hotel. *Kober* dan *umbul-umbul* ini biasanya berisi lukisan



Gambar 7. *Umbul-umbul*, *kober* dan lain-lain dengan hiasan gambar para Dewa atau manifestasinya merupakan sarana upacara yang disucikan umat Hindu. Ada hotel yang memakai sarana upacara ini sebagai bagian dari hiasan untuk kegiatan bisnis sehari-harinya.

Dewa atau Hanoman dan sebagainya, yang menurut tafsir agama Hindu tidak bisa dipakai sebagai hiasan sembarangan. Syukurnya akhir-akhir ini, temuan sejenis ini sudah semakin jarang.

Ada beberapa hotel yang menamai bangunannya atau ruangnya menyamai nama Tuhan/Ida Sang Hyang Widhi Waca atau manifestasinya, misalnya Bayu, Wisnu dan sebagainya. Menurut beberapa tokoh agama Hindu, penggunaan nama-nama Tuhan atau manifestasinya harus tepat dan tidak boleh dipakai sembarangan.

Ada beberapa hotel di Bali yang mengkomersialkan hari raya umat Hindu. Misalnya penjualan produk Paket Hari Raya Nyepi di hotel. Hari Raya Nyepi yang dirayakan oleh umat Hindu di Bali setiap tahun sekali adalah dalam rangka menyambut tahun baru Caka. Namun acara ini sering dikemas dalam paket wisata Nyepi di beberapa hotel di Bali. Walaupun turis dilarang bepergian ke luar hotel saat hari raya Nyepi, namun berbagai kegiatan tetap dijalankan dalam “syarat-syarat” teretentu di dalam hotel. Masalahnya jika paket ini tidak dikelola dengan baik, misalnya jika aktivitas ini terlihat dan terdengar dari luar hotel, menimbulkan kebisingan atau kegaduhan, tentu ini bisa mengganggu kekhusyukan perayaan hari raya Nyepi oleh umat Hindu.

Beberapa hotel membiarkan turisnya yang menginap di hotel untuk jalan-jalan kemudian memasuki pura hotel tanpa peringatan sama sekali, yang penting turisnya puas tinggal di hotel tersebut, walaupun ada yang sudah memperingatkan. Sebagian turis di antaranya ada yang menaiki “pelinggih” pura dan berpose sambil berfoto di sana,

Paket Nyepi | Hotel Murah di Bali
www.hoteldomestik.com > Paket spesial

□
 □

[Translate this page](#)

Mar 22, 2015 - **Paket Nyepi Di** Pop Kuta Beach
 / Pop Legian Dewi Sri / Pop Hardys Singaraja
 ... **Paket Nyepi di** The Alea **Hotel** Seminyak

Kirana Bali Wisata
Paket Nyepi di Hotel Bali 3 Hari 2 Malam -
wisata di Bali

www.wisatabaliaga.com/paket-nyepi-di-hotel-bali-3-h...

□

[Translate this page](#)

Selain itu, **di** hampir semua **hotel – hotel di** Bali menawarkan **paket nyepi** dengan harga murah spesial untuk wisatawan yang ingin menikmati suasana damai **di** ...

Gambar 8. Contoh informasi dan iklan paket Nyepi di Bali yang marak ditawarkan di *web site*

atau pura dipakai sebagai latar belakang berfoto karena dianggap menarik dan dipakai sebagai ciri/bukti sudah mengunjungi Bali. Mungkin dalam kasus ini pura dianggap sebagai hiasan belaka. Maka ini menjadi masalah dalam kaitan dengan kesucian pura, terutama kalau ada misalnya turis yang datang bulan masuk pura dan naik ke pelinggih.

Di samping itu, ada yang pura hotelnya dibiarkan terbuka tanpa pintu pagar dan tanpa peringatan atau larangan masuk bagi wanita yang sedang datang bulan. Bagi sebagian hotel yang konsen masalah budaya, mereka seharusnya memasang “alert sign” dan larangan bagi turis yang datang bulan untuk masuk pura, serta juga larangan bagi semua turis menaiki pura tanpa ijin apalagi hanya untuk berfoto.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Ada berbagai bentuk komodifikasi pada industri perhotelan di Bali yaitu pada pembangunan Pura hotel, penggunaan struktur bangunan atap hotel yang dijadikan restoran, atap hotel yang dijadikan tempat pemanas air, ukiran Boma yang seharusnya dipasang pada pintu masuk atau di tempat kawasan yang disucikan ini dipasang pada pintu masuk ke bagian “madya mandala” hotel karena dianggap sebagai hiasan, *Klumpu* atau *jineng* ini yang



Gambar 10. Pura hotel yang tidak dipagar (disengker) rawan dimasuki turis untuk berfoto, termasuk naik ke atas ‘pelinggih’, dan pura ini rawan dimasuki turis yang tidak seharusnya (misalnya turis yang sedang datang bulan)

ada dimodifikasinya menjadi sarana bermalam wisatawan, canang sebagai hiasan belaka, *umbul-umbul*, *kober* dan lain-lain dengan hiasan gambar para Dewa atau manifestasinya merupakan sarana upacara yang disucikan umat Hindu dipakai dalam kegiatan bisnis sehari-harinya, iklan paket Nyepi di Bali yang marak ditawarkan di *web site*, Pura hotel yang tidak dipagar (disengker) rawan dimasuki turis untuk berfoto, termasuk naik ke atas ‘pelinggih’, dan pura ini rawan dimasuki turis yang tidak seharusnya (misalnya turis yang sedang datang bulan).

5.2. Saran

1. Pihak hotel harus memperhatikan dan menerapkan nilai-nilai Tri Hita Karana pada operasional hotelnya.
2. Hendaknya pihak hotel lebih bisa memahami dalam menerapkan arsitektur Bali agar kesucian dari makna atau simbol agama tetap terjaga kesakralannya
3. Pihak pemerintah juga perlu melakukan pengawasan terhadap semua pembangunan dan operasional hotel agar tidak terjadi kesalahan dalam penggunaan simbol-simbol yang dianggap sakral tidak pada tempatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Barker, Chris. 2004. *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Kreasi Wacana: Yogyakarta.
- Fiske, R. H. (undated). *Robert Hartwell Fiske's Dictionary of Unendurable English: A Compendium of Mistakes in Grammar, Usage, and Spelling with commentary on lexicographers and linguists*. p. 99 di dalam <https://en.wikipedia.org/wiki/Commodification>,

- cited 10 November 2015.
- Fairlough, N. 1995. *Discourse and Social Change*. Cambridge : Potity Press.
- Keat, R and N. Abercrombie. 1990. *Enterprise Culture*. London: Routledge.
- Macleod, N. 2006. *Cultural Tourism: Aspects of Authenticity and Commodification*. Pp. 177-190 in "Cultural and Tourism Change: Cultural Tourism in a Changing World: Politics, Participation and (Re) presentation" ed by M. K. Smith and M. Robinson. Great Britain: MPG Books.
- Mulyanto, Dede. 2012. *Genealogi Kapitalisme: Antropologi dan Ekonomi Politik Pranata Eksploitasi Kapitalistik*. Yogyakarta: Resist Book
- Picard, M. 1996. *Cultural Tourism and Touristic Culture*. Singapore: Archipelago Press.
- Piliang, Yasraf Amir. 2005. *Transpolitika: Dinamika Politik di Dalam Era Virtualitas*. Yogyakarta: Jalasutra
- Ruastiti, N.M. 2011. *Komodifikasi Obyek Wisata Puri Saren Agung Ubud, bagian I (laporan penelitian)*. http://repo.isi-dps.ac.id/976/1/Komodifikasi_Obyek_Wisata_Puri_Saren_Agung_Ubud%2C_bagian_I.pdf, cited 12 11 2015.
- Sukmawati, N. M. R. 2011. *Komodifikasi Kerajinan Seni Patung Kayui di Desa Mas, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar*. Thesis. Denpasar: Program magister (S2) Kajian Pariwisata, Program Pascasarjana, Universitas Udayana.
- Surbakti, A. 2008. *Komodifikasi Budaya Populer dalam Pariwisata*. *Jurnal Analisis Pariwisata*, Fakultas Pariwisata Unud Vol. 8 No. 2 (hal. 7-24).
- Turner, B.S. 1992. *Max Weber : From History to Modernity*. London : Routledge.