

# KOMODIFIKASI GELANG BENANG *TRIDATU* DALAM INDUSTRI PARIWISATA BALI

Ida Bagus Made Sudarmana<sup>1)</sup>, I Gusti Putu Bagus Suka Arjawa<sup>2)</sup>,  
Ni Made Anggita Sastri Mahadewi<sup>3)</sup>  
<sup>123)</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana  
Email: Gusbagus666@gmail.com<sup>1)</sup>, Suka\_arjawa@yahoo.com<sup>2)</sup>,  
Anggitasastrimahadewi@unud.ac.id<sup>3)</sup>

## ABSTRACT

*The tri datu bracelet is a three-colored bracelet that is used as a reminder to the people of the greatness of God in Balinese culture, the tri datu bracelet which is supposed to be a sacred object, but today is used as a tourist market commodity. This makes the tri datu bracelet an interesting research object to study from a sociological point of view. This study uses Max Weber's theory of rational action to analyze the phenomenon of modern tri datu bracelet sales as a form of rational action taken consciously by the community in economic mobility in the modernization era.*

**Keywords:** *Commodification, Tri Datu Bracelet, Tourism Industry.*

## 1. PENDAHULUAN

Cinderamata merupakan benda yang identik dengan suatu acara, atau tempat wisata di daerah tertentu, pada umumnya bentuknya sederhana, mungil serta bernilai artistik. Terdapat banyak jenis cinderamata, umumnya cinderamata berupa barang kerajinan atau benda-benda religi yang diubah menjadi cinderamata. Cinderamata berupa barang kerajinan, terbuat dari berbagai jenis bahan seperti serat kayu, rotan, bambu, tempurung kelapa, kulit kerang, kulit siput, dan lain-lain. Bahan-bahan tersebut diolah menjadi gantungan kunci, gelang, kalung, hiasan dinding, dan sebagainya. Sedangkan barang yang merupakan benda-benda religi yang diubah menjadi cinderamata umumnya tidak banyak mengalami perubahan bentuk dari bentuk aslinya.

Dewasa ini banyak masyarakat di wilayah sektor wisata menjadikan pembuatan cinderamata sebagai mata pencaharian utama. Dengan tindakan yang rasional,

masyarakat memilih suatu benda untuk dimodifikasi sedemikian rupa dan layak untuk diperjualbelikan sebagai cinderamata. Kegiatan seperti ini lazim terjadi dalam mobilitas ekonomi, terutama dalam industri pariwisata. Seperti halnya *tasbih* sebagai sarana umat muslim untuk *berzikir*, kini juga menjadi cinderamata bagi jemaat ketika pulang Haji atau Umrah.

Adanya perubahan fungsi, bentuk, atau makna suatu benda yang awalnya tidak memiliki nilai jual menjadi benda yang memiliki nilai jual disebut proses komodifikasi. Terjadinya proses komodifikasi pada suatu benda, dikarenakan adanya peluang penawaran dan permintaan pasar.

Begitu pula di Pulau Bali sebagai salah satu tujuan wisata dunia, banyak benda-benda sakral berubah fungsi menjadi benda komoditas. Salah satunya yakni gelang benang *tri datu*. Komodifikasi terhadap gelang benang *tri datu* merupakan salah satu bentuk

dari tindakan rasional terhadap benda budaya yang terjadi dalam industri pariwisata di Bali. Gelang benang *tri datu* merupakan benang sakral, berupa benang yang terdiri dari tiga warna yaitu merah, hitam, dan putih, yang biasanya didapatkan dari Pura atau dari *pemangku* setelah melaksanakan upacara yadnya yang sebelumnya telah *dipasupati*.

Banyak gelang *tri datu* hasil komodifikasi yang diperjual belikan sebagai produk cinderamata. Pengerajin telah banyak melakukan inovasi seperti penambahan pengait di ujung benang agar lebih memudahkan pemakaian gelang, dan penambahan aksesoris pada gelang agar lebih menarik konsumen. Dewasa ini gelang *tri datu* tidak hanya digunakan oleh umat Hindu melainkan digunakan juga oleh umat non-Hindu. Terdapat beragam alasan diantaranya, karena kombinasi warna benang pada gelang yang unik, sebagai aksesoris, ada juga yang ingin mendapatkan aura positif dari simbol kekuatan dari *Tri Murti*.

Gelang *tri datu* saat ini tidak hanya memiliki nilai keagamaan, melainkan juga berfungsi sebagai benda yang dimanfaatkan nilai estetikanya sebagai cinderamata. Komodifikasi sejatinya harus memberi keuntungan bagi masyarakat pelaku kebudayaan. Begitu pula dengan apa yang terjadi pada kebudayaan Bali yang berasaskan agama. Gelang *tri datu* yang sudah dimodifikasi diproduksi secara massal untuk dijadikan cinderamata khas Bali. Hal ini merupakan bentuk tindakan rasional yang dilakukan sebagian masyarakat Bali di era modern.

Sebagai benda yang cukup menarik dan dapat dikomodifikasi, gelang *tri datu* dijadikan

benda komoditas dengan prinsip rasionalisme ekonomi yang berlaku sebagai alat atau tujuan bagi aksi rasional. Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *komodifikasi gelang benang tri datu dalam industri pariwisata Bali*, dengan lebih menekankan pada proses terjadinya produksi, distribusi dan konsumsi produk komodifikasi gelang *tri datu* sebagai produk oleh-oleh khas pariwisata di Bali. Sekaligus mengetahui sejauh mana tanggapan masyarakat umum dan tokoh masyarakat terhadap praktik industri gelang *tri datu* di tempat-tempat pariwisata. Penelitian ini menggunakan teori tindakan rasional dari Max Weber sebagai alat analisis, di mana yang menjadi pokok pemikiran yakni perubahan benda-benda yang awalnya bukan benda industri yang hanya bernilai guna menjadi benda industri yang memiliki nilai guna dan nilai tukar.

Melalui penelitian ini peneliti mencoba memaparkan sejauh mana fakta lapangan mengenai produksi, distribusi, penjualan dan konsumsi gelang *tri datu* sebagai cinderamata sektor pariwisata Bali. Sebagai sebuah bentuk komodifikasi benda sakral menjadi benda komoditas yang murni untuk keperluan industri dan pariwisata. Lebih lanjut, dalam penelitian berjudul *komodifikasi gelang benang tri datu dalam industri pariwisata Bali* ini, mengkaji lebih jelas bagaimana keterkaitan proses industri pariwisata dengan penjualan benda cinderamata sebagai pendongkrak perekonomian oleh beberapa masyarakat.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Ghofur & Rini (2015) yang meneliti tentang *Komodifikasi Sintren Kumar Budoyo Dalam Arus Modernisasi*. Dengan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Mendeskripsikan dan menjabarkan, bahwa proses komunikasi Sintren Kumar Budoyo merupakan suatu siklus, mulai dari proses produksi, distribusi, dan konsumsi, yang disokong oleh seniman, pemerintah, dan masyarakat apresiator. Faktor pendorong komodikasi Sintren Kumar Budoyo meliputi faktor atas perubahan spirit dalam berkesenian sintren, dan kreativitas pengembangan estetika berkesenian sintren serta pengaruh media dan budaya modern, dan juga faktor dari permintaan konsumen.

penelitian yang dilakukan oleh Irianto (2016) yang meneliti tentang *Komodifikasi Budaya di Era Ekonomi Global Terhadap Kearifan Lokal: Studi Kasus eksistensi Industri Pariwisata dan Kesenian Tradisional di Jawa Tengah*. Dengan melakukan studi kasus eksistensi industri pariwisata dan kesenian tradisional di Kabupaten Wonosobo dan Magelang Provinsi Jawa Tengah yang mendeskripsikan, menjabarkan, dan menggambarkan bahwa di era ekonomi global ini, menuntut semua unsur kebudayaan dapat dijadikan komoditas. Komodifikasi budaya merupakan proses produksi benda budaya sebagai komoditas yang diperjualbelikan melalui industri budaya dengan mengikuti aturan pasar. Irianto menyimpulkan bahwa komodifikasi budaya menjadi keniscayaan di era ekonomi global yang berkembang di era pascamodernitas yang ditandai dengan kian berkembangnya industri pariwisata.

komodifikasi budaya terhadap kearifan lokal pada dasarnya dapat dipecahkan dengan sejumlah strategi tanpa harus memarjinalkan masyarakat pendukung kearifan lokal tersebut. dan keberadaan kesenian tradisional sebagai identitas kultural dapat terlindungi dan direvitalisasi dari tuntutan komodifikasi budaya, sepanjang dikembangkan suatu konsep yang mampu mensinergikan antara persepsi dan respons masyarakat pendukung dengan tuntutan industri pariwisata.

Penelitian yang dilakukan oleh Agusta (2017) yang meneliti tentang *Dampak Komodifikasi Terhadap Perubahan Identitas Tari Topeng Hitam*. Penelitian ini dirancang dengan metode kuantitatif dan teknik analisis kualitatif dan menggunakan teori komodifikasi dan strukturasi. Penelitian ini menggunakan teori komodifikasi dan strukturasi yang bertujuan untuk melihat fenomena perubahan bentuk, makna, dan fungsi sajian tari topeng hitam. Sedangkan teori strukturasi digunakan untuk melihat pola perilaku kehidupan masyarakat di Desa Ngrawan terhadap perubahan nilai-nilai yang ada pada tari topeng hitam.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komodifikasi yang terjadi sejak tahun 2012 dilakukan oleh pihak-pihak yang memiliki kepentingan untuk mengembangkan tari topeng hitam menjadi aset produk wisata budaya yang memiliki nilai jual bagi wisatawan. Proses komodifikasi tari topeng hitam sebagai atraksi wisata budaya yang dilakukan memberikan dampak negatif terhadap nilai dan unsur sejarah. Namun juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan pariwisata serta memberikan keuntungan tersendiri secara ekonomi, dan

saat ini menjadi identitas baru bagi masyarakat Desa Ngarawan bagi masyarakat Desa Ngarawan.

## 2.1. LANDASAN TEORI

Teori yang dipergunakan untuk mengungkap fenomena komodifikasi yang terjadi dalam industri cinderamata gelang *tri datu* adalah teoritindakan rasional oleh Max Weber. Weber merupakan pemikir sosiologi klasik yang memberi perhatian besar pada sistem ekonomi. Weber dalam pandangannya mengklasifikasi tindakan sosial antara tindakan rasional dan non rasional. Pada intinya tindakan rasional berkaitan dengan pertimbangan yang sadar atas pilihan tindakan yang dilakukan. Tindakan individu didasari oleh pemikiran rasional untuk kepentingan tertentu. Apabila dunia ekonomi kapitalis modern semakin kuat mengikuti hukum-hukum imanennya sendiri, maka semakin kecil kemungkinannya ia dijamah hubungan manapun yang mungkin dibayangkan dengan etika religius sebagaimana komoditas yang diciptakan atas dasar rasionalitas. Ketegangan antara agama dan dunia, paling jelas terlihat dalam wilayah ekonomi. Ekonomi rasional adalah sebuah organisasi fungsional berorientasi pada harga uang yang muncul dalam pertarungan kepentingan manusia di pasar. Uang adalah elemen paling abstrak dan impersonal yang sangat berpengaruh dalam kehidupan manusia. Hal demikian semakin terbukti ketika kapitalisme menjadi semakin rasional, dengan demikian juga semakin bersifat impersonal. Bagaimanapun tidak ada agama penyelamatan sejati yang mampu mengatasi ketegangan antara religiusitas mereka

dengan sebuah ekonomi rasional (Weber dalam Noorkholish dan dkk, 2009:406).

Rasionalitas merupakan konsep dasar yang digunakan Weber dalam membaca perkembangan kapitalisme modern akibat dari rasionalisasi hukum, politik dan industri. Tindakan rasional menurut Weber berhubungan dengan pertimbangan yang sadar dan pilihan tindakan itu dinyatakan atas dasar rasionalitas tindakan sosial. Melalui teori tindakan sosial (*social action*) Weber mendefinisikan rasionalitas dalam bentuk tindakan individu (aktor) yang memiliki makna subyektif bagi individu lain dan mengharapkan timbulnya reaksi dari individu lain. Sebagaimana dengan aktifitas ekonomi, dimana tindakan aktor selalu bersinggungan dengan individu lain dan menghadirkan reaksi atas tindakan tersebut. Perkembangan dari suatu hubungan sosial dapat pula diterangkan melalui tujuan-tujuan mengambil manfaat dari tindakannya (Ritzer, 2013:37). Weber membedakan tindakan sosial ke dalam empat jenis rasionalitas manusia, yaitu:

1. Tindakan rasional (*zwek rational*)  
Tindakan ini juga disebut juga tindakan instrumental bertujuan.
2. Tindakan berorientasi nilai  
Tindakan ini dilakukan dengan pertimbangan nilai.
3. Tindakan afektif  
Tindakan ini didasarkan atas keterlekatan emosional.
4. Tindakan tradisional  
Tipe tindakan ini menggunakan tradisi, *custom*, adat atau kebiasaan masyarakat sebagai pertimbangannya. (Sidiq, 2018).

Menurut Smith (dalam Suyanto, 2013) masyarakat yang kapitalistik dan rasional

umumnya baru akan membeli dan mengonsumsi sesuatu ketika mereka membutuhkan, dan itupun dengan dasar pertimbangan yang serba rasional, mengkalkulasi untung rugi dan dibayangkan masyarakat senantiasa mencari komoditas dengan harga yang terendah karena disitulah sifat rasional masyarakat bekerja. Massifikasi produk (*massification of product*) budaya adalah salah satu perkembangan penting dalam revolusi industri. Barang-barang yang diproduksi menuntut standarisasi, sehingga dengan cara ini selera massal bisa dinetralkan sampai batas-batas yang memuaskan semua lapisan dalam masyarakat. Atas desakan standarisasi produk yang diperuntukkan bagi sejumlah besar massa itulah, muncul alasan kuat untuk menyeragamkan produk budaya. Dari prinsip logika ini penyeragaman produk budaya adalah awal dari logika industri kebudayaan yang berkembang sebagai proyek penyeragaman selera dan citarasa (Ibrahim (ed) dalam Suyanto, 2013:116).

Produk hasil komodifikasi dijual untuk mendapatkan profit. Sebagaimana yang dikemukakan Weber sebagai bentuk tindakan rasionalitas ekonomi. Ketika diterapkan pada konsumsi, ini berarti bahwa barang-barang konsumsi kemudian memiliki kehidupan ganda yaitu sebagai agen kontrol sosial dan sebagai objek yang digunakan oleh orang-orang biasa untuk mengkonstruksi budaya mereka sendiri. Budaya tidak dapat dipisahkan dari hubungan produksi sosial namun pada saat yang sama kebudayaan memiliki otonomi tertentu dari hubungan-hubungan pasar dan kebudayaan yang pada

akhirnya berada pada kategori yang sama (Lee dalam Nurhadi, 2015:85-86).

Kapitalisme menjadikan segala sesuatu dapat diproduksi ulang menjadi benda baru untuk dijual, terlepas dari apakah benda tersebut bersifat khusus maupun tidak. Segala sesuatu yang telah diproduksi industri adalah benda komoditas yang memiliki nilai guna, yang di jual sebagai benda yang memiliki nilai tukar. Kerangka kerja kapitalisme memahami keinginan-keinginan dalam kerangka komoditas yang diproduksi berkaitan dengannya. Sebagai wujud rasionalitas ekonomi, pemenuhan tuntutan ekonomi dilakukan dengan menjadikan benda budaya menjadi benda komoditas. Gelang *tri datu* yang memiliki keunikan tersendiri kemudian dijadikan sebagai kesempatan bisnis, menjadi sebuah komoditas pasar untuk ditawarkan sebagai cinderamata yang memiliki daya tarik fisik yang unik.

### 3. METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-eksplanatif. Penelitian ini berupaya untuk dapat memaparkan produksi, distribusi dan konsumsi gelang *tri datu* sebagai komoditas dalam industri pariwisata. Oleh karena itu, jenis data yang digunakan yang digunakan dalam melakukan penelitian ini yaitu menggunakan data kualitatif dan data kuantitatif. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dengan cara melakukan wawancara langsung kepada informan yang

telah ditentukan sebelumnya (Sugiyono, 2015: 225). Sedangkan sumber data skunder adalah sumber data yang diperoleh dari sumber lain di luar dari sumber data utama seperti hasil penelitian sebelumnya, tulisan berupa buku, jurnal, artikel, dan lain-lain sebagai pendukung maupun pelengkap data (Sugiyono, 2015: 225). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan observasi berbentuk *participant observation*, menggunakan wawancara semi terstruktur dan dokumentasi yang berguna untuk menunjang hasil penelitian. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teori tindakan rasional dari Max Weber dan tahapan analisis data dapat di bagi menjadi tiga yakni adanya reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi.

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Gambaran Wilayah Penelitian**

#### **4.1.1. Gambaran Umum Kabupaten Gianyar**

Gianyar merupakan salah satu dari sembilan Kabupaten/Kota di Propinsi Bali, terletak antara  $08^{\circ} 18'48''$  -  $08^{\circ} 38'58''$  Lintang Selatan  $115^{\circ} 13'29''$  -  $115^{\circ} 22'23''$  Bujur Timur. Kabupaten Gianyar berbatasan langsung dengan Kabupaten Badung dan Kota Denpasar disebelah Barat, Kabupaten Bangli di sebelah Utara, Kabupaten Bangli dan Klungkung disebelah Timur serta Samudra Indonesia disebelah Selatan.

#### **A. Jumlah Desa dan dusun**

Dari tujuh Kecamatan yang ada di Kabupaten Gianyar jumlah Desa terbanyak

berada di Kecamatan Sukawati dan Kecamatan Gianyar masing-masing terdapat 12 Desa. Kecamatan dengan 9 desa yaitu Blahbatuh dan Payangan, 8 desa ada di Tampaksiring, dan terdiri atas 7 desa yakni Kecamatan Ubud dan Tegallalang. Kelurahan ada sebanyak 6 buah yaitu di Kecamatan Gianyar ada 5, dan di Ubud ada 1, sehingga total Desa dan Kelurahan adalah 70 buah (BPS Kabupaten Gianyar, 2010: 23).

#### **B. Pertumbuhan Ekonomi**

Laju pertumbuhan PDRB yang menggambarkan laju pertumbuhan ekonomi Kabupaten Gianyar tahun 2011 adalah 6,76%. Dengan laju pertumbuhan penduduk pertengahan tahun sebesar 1,76% dimana tahun 2011 menunjukkan jumlah penduduk 479.497 jiwa (hasil proyeksi), mewujudkan PDRB perkapita dengan peningkatan 8,74% atas dasar harga berlaku dan 4,91% atas dasar harga konstan (Anonim, 2012: 15).

#### **4.1.2. Profil Kecamatan Sukawati**

Desa Sukawati merupakan bagian dari Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, yang secara astronomis terletak diantara  $08^{\circ}37'30''$ -  $08^{\circ}35'20''$ LS dan  $115^{\circ}16'20''$ -  $115^{\circ}19'20''$ BT Sukawati merupakan satu Desa Adat dan satu Desa Dinas, juga merupakan satu kesatuan yang harmonis, memberikan kontribusi kepada pembangunan Desa Sukawati sehubungan swadya masyarakat semakin tahun semakin bertambah (BAPPEDA dalam Febriani, Wesnawa, dan Treman, 2010).

#### **4.1.3 Profil Pasar Seni Sukawati**

Pasar Seni Sukawati terletak di Kabupaten Gianyar, Bali yang berada di jalan raya Desa

Sukawati. Atas usulan dan musyawarah di tingkat Desa dan Kecamatan, dipinjamkan tempat sementara di Banjar Tebuana dan Banjar Dlodtangkaluk Desa Sukawati sebagai tempat berjualan, dimana lokasi ini milik Desa Adat Sukawati. Setelah Pasar Seni diresmikan dan banyaknya pengrajin yang berkeinginan untuk berjualan di Pasar Seni. Maka diawal tahun 1990 Pemerintah Kabupaten Gianyar kembali membangun 2 blok gedung lagi, yaitu Blok A dan Blok C yang berfungsi efektif pada tahun 1991. Pasar Seni Sukawati mempunyai gedung dengan luas bangunan 1137,12 meter persegi, dan jumlah seluruh stand 770 meja dan masing - masing stand luasnya 1,20 meter. Pasar Seni Sukawati mempunyai 3 blok dan masing - masing blok mempunyai dua lantai masing-masing blok tersebut adalah:

1. Blok A terletak di sisi paling depan dengan luas bangunan 281,52 meter persegi dengan jumlah total stand 167 meja dengan luas 199,30 meter.
2. Blok B terletak di tengah antara blok A dan C dengan luas bangunan 507,6 meter persegi dengan jumlah total stand 406 meja dengan luas 489,8 meter.
3. Blok C terletak di belakang Blok B dengan luas bangunan 348 meter persegi dengan jumlah total stand 197 meja dengan luas 235,20 meter(sulistiyawati, 2018).

#### **4.1 Modernisasi Masyarakat Bali**

Perkembangan pariwisata di Bali, memberikan keuntungan pada masyarakat Bali dalam segi ekonomi. Akan tetapi, pariwisata di sisi lain berdampak pada ketergantungan dan terjadinya ketimpangan pada masyarakat Bali dalam banyak hal.

Modernisasi telah mengubah mental dan sikap orang Bali. Masyarakat menjadi lebih maju dengan cara berfikir yang lebih ekonomis, dan segala sesuatu mulai terukur dalam pemenuhan kebutuhan hidup yang telah memiliki standarisasi tersendiri setiap aspeknya sesuai kebutuhan. Modernisasi kehidupan masyarakat Bali dalam sektor ekonomi saat ini Sejalan dengan pemikiran Max Weber dalam teori rasionalitas, yang memandang tindakan sosial antara tindakan rasional dan non rasional dilakukan atas dasar pertimbangan yang sadar terhadap pilihan tindakan yang dilakukan. Pengaruh pariwisata menyebabkan perubahan terhadap kebudayaan yang mulai di dipandang sebagai sumber daya komersial bagi sebagian masyarakat.

Dewasa ini, sebagian masyarakat Bali berwirausaha sebagai pedagang maupun distributor cinderamata pada pasar sukawati. Fenomena penjualan cinderamata *tri datu* adalah salah satu contoh bentuk perubahan mobilitas ekonomi dalam pola pikir masyarakat Bali. Besarnya dampak industri pariwisata di pulau Bali sangat mempengaruhi mobilitas ekonomi dan sosial. Segala kebutuhan jenisnya mulai berkembang dan memiliki standar yang ditentukan sesuai kebutuhan. Kini banyak barang-barang yang dulunya hanya di buat saat akan dipergunakan saja, kini telah diproduksi secara masal guna memenuhi kebutuhan masyarakat yang makin banyak. Banyak kebudayaan lokal, bahkan yang sifatnya sakral berubah menjadi benda profan yang dijadikan sarana memperoleh pendapatan tambahan.

Komoditas gelang *tri datu* tercipta atas dasar modus ekonomi yang dilakukan pelaku usaha. Dewasa ini banyak industri rumah tangga bermunculan dalam pembuatan cinderamata sebagai produk khas Bali. Komoditas diciptakan tidak selalu atas dasar kebutuhan. Produk gelang *tri datu* sengaja di ciptakan pelaku industri oleh-oleh untuk mengkonstruksi logika hasrat konsumen agar merasa butuh akan cinderamata yang mencirikan Bali. Disisi lain tingginya antusiasme wisatawan untuk berkunjung ke Bali meningkatkan peluang penjualan cinderamata. Pangsa pasar penjualan gelang *tri datu* tidak hanya menyasar wisatawan lokal maupun mancanegara melainkan juga telah menyasar ke masyarakat Bali sendiri. Hal ini tercermin dari mulai banyaknya masyarakat Bali yang membeli gelang *tri datu* sebagai aksesoris.

## **4.2 Proses Produksi, Distribusi, dan Konsumsi Gelang *Tri Datu***

### **4.3.1. Produksi Gelang *Tri Datu***

Komodifikasi merupakan hal umum terjadi dalam industri pariwisata. Tindakan ini dilakukan atas dasar modus rasional individu dalam merubah sesuatu untuk diperjual belikan. Industri pariwisata selalu membutuhkan hal baru untuk menarik minat konsumen. Tuntutan pariwisata menjadikan pelaku wisata untuk terus berkreatifitas dan berinovasi guna memenuhi tuntutan pasar wisata. Berbagai inovasi kerap dilakukan oleh produsen untuk menggaet konsumen serta memperluas pangsa pasar.

Dewasa ini, perkembangan industri cinderamata meningkat pesat dalam perekonomian Bali. Perkembangan ini

dibuktikan dengan banyaknya bermunculan industri rumah tangga dalam pembuatan cinderamata. Tidak hanya masyarakat lokal Bali yang memperoleh manfaat, melainkan juga para penduduk dari luar Bali ikut meraup pundi-pundi penghasilan dari industri ini. Banyak tantangan yang harus dihadapi oleh para produsen untuk mempertahankan pangsa pasar. Salah satunya adalah kunjungan wisatawan yang tidak dapat di pastikan serta tingginya persaingan dalam industri cinderamata. Karena tantangan yang cukup besar, tidak sedikit produsen yang gulung tikar akibat tidak bisa mengimbangi persaingan pasar. Untuk mempercepat proses akumulasi kapital, munculnya berbagai variasi produk adalah cara yang dikembangkan produsen cinderamata untuk menggaet pangsa pasar yang lebih luas.

Sejalan dengan hal ini, pelaku ekonomi yang inovatif umumnya tidak sekedar menunggu dan hanya melayani permintaan pasar. Melainkan, juga menciptakan dan menawarkan kebutuhan-kebutuhan baru dalam skala yang lebih luas serta dengan sistem penjualan yang beragam. Seolah melahirkan konsumen yang tak pernah terpuaskan untuk terus mengkonsumsi apa yang mereka inginkan. Untuk memuaskan hasrat wisatawan, maka diciptakanlah gelang *tri datu* modern sebagai penambah keragaman produk cinderamata yang dapat di produksi oleh produsen.

Proses pembuatan cinderamata gelang *tri datu* membutuhkan bahan yang terbaik untuk dijadikan gelang. Selanjutnya dibutuhkan dana sebagai modal produksi sebesar Rp. 50.000, untuk membeli bahan benang kasur dan benang wol yang menjadi



bahan dasar gelang. Untuk membeli bahan-bahan aksesoris gelang seperti; pengait, per, dan aksesoris lainnya yang merupakan barang impor dari cina yang informan beli di toko bahan permak-pernik. Pembelian bagian aksesoris gelang dibutuhkan dana sekitar Rp. 225.000 dalam sekali produksi, yang dapat menghasilkan 200 buah gelang. Tidak hanya gelang informan Badri juga memproduksi berbagai jenis cinderamata *tri datu* seperti kalung dan gantungan kunci. Jumlah dan besaran biaya ditentukan berdasarkan seberapa tingkat kualitas bahan dan banyaknya aksesoris tambahan pada produk.

Mengeluti industri cinderamata terutama cinderamata *tri datu* para pelaku usaha haruslah kuat menyesuaikan dengan keadaan pangsa pasar yang terus berubah-ubah tanpa mengenal waktu. Berbagai dampak positif dari keberadaan pariwisata di Bali telah banyak dirasakan masyarakat, baik dari dan luar Bali. Meningkatnya aktivitas pariwisata di Bali telah meningkatkan peluang kerja bagi sebagian besar masyarakat di berbagai bidang pekerjaan. Sebagian dari mereka merupakan penduduk lokal yang memutuskan untuk bekerja di sektor wisata, akibat dari dampak perubahan mobilitas ekonomi Bali yang telah berlangsung cukup lama. Sebagian lainnya, merupakan pendatang yang menetap di Bali untuk bekerja di sektor industri pariwisata atau sektor kerja lainnya.

#### **4.3.2. Distribusi Gelang *Tri Datu***

Komodifikasi pada gelang benang *tri datu* telah menghasilkan peluang kerja kepada penduduk pulau Bali di era modernisasi. Industri cinderamata telah

membuka banyak lapangan kerja terutama bagi sebagian kaum wanita di Bali untuk dapat ikut bekerja di sektor wisata guna membantu meningkatkan perekonomian keluarga. Pola rasional dalam ekonomi telah dilakukan oleh masyarakat dan pelaku usaha dalam industri pariwisata. Banyaknya lini yang dapat dimasuki oleh masyarakat, menjadikan usaha gelang *tridatu* memiliki pangsa pasar yang terbilang cukup luas.

Mengingat cukup banyaknya manfaat yang di rasakan masyarakat dari jawaban para informan. Kita dapat mengetahui bagaimana pariwisata berpengaruh besar terhadap keadaan ekonomi di pulau Bali yang semakin berkembang. Sebagaimana pemikiran Weber mengenai rasionalitas ekonomi, masyarakat telah berhasil membaca potensi pasar yang di aplikasikan dalam industri cinderamata khas Bali. Masyarakat menggunakan pemikirannya untuk mendapatkan potensi usaha dan peningkatan lapangan pekerjaan di berbagai sektor.

#### **4.3.3. Konsumsi Gelang *Tri Datu***

Penjualan gelang *tri datu* modern pada dasarnya adalah bagian dari mata rantai terakhir dalam rangkaian aktivitas ekonomi. Dalam kegiatan ini produsen mengembangkan manajemen produksi dan mencetak produk, setelah itu memasarkannya pada konsumen. Muara dari seluruh aktivitas produksi dan penjualan gelang *tri datu* adalah bagaimana produk yang di hasilkan laku dan dapat memperluas pangsa pasar cinderamata khas Bali. Banyak dari pengunjung yang berkunjung ke Bali ingin menggunakan gelang *tri datu* yang sama yang digunakan oleh penduduk lokal Bali maupun dijadikan oleh-

oleh saat kembali dari kunjungan. Hal ini tentu saja sangat menguntungkan bagi pelaku industri cinderamata karena permintaan yang tinggi dari konsumen telah meningkatkan pendapatan yang diperoleh.

#### **4.4. Pandangan Tokoh Agama dan Masyarakat Umum Terhadap Komodifikasi Gelang *Tri Datu***

Mobilitas ekonomi dan sosial menjadi sorotan ketika membicarakan dampak pariwisata. Industri telah mengambil banyak keuntungan dari sumber daya ekonomi, sosial-budaya, dan alam dari masyarakat Bali. Meskipun dewasa ini bermunculan beberapa oknum yang menjual gelang *tri datu* melalui media online, dengan embel-embel sakral dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Sejatinya tidak ada aturan secara tertulis dan detail mengenai tatacara penggunaan gelang *tri datu* sakral. Akan tetapi pihak tokoh agama banyak menyarankan agar gelang di pergunakan pada tangan kanan, karena kanan sering di artikan sebagai simbol kebaikan. Umumnya tangan kanan digunakan untuk melakukan kegiatan baik dalam sehari-hari maka diharapkan gelang tersebut juga bermanfaat untuk tujuan yang baik.

Disisi lain gelang *tri datu* adalah simbol perlambang *Tri Murti*. Penggunaan gelang *tri datu* sifatnya relatif. bisa saja di anggap penting, bisa saja tidak bergantung dari pandangan masyarakat. Makna sejati dari gelang *tri datu* adalah sebagai pengingat umat dengan Tuhan. Penggambaran seperti ini tidak di landasi kebenaran, maka tak satupun karakter pada hal yang sakral tadi bisa di anggap sakral. Gelang *tri datu* akan

menjadi sakral karena dipergunakan untuk keperluan yang sakral, maka tidak boleh digunakan dalam aktifitas kehidupan profan. Benda sakral seharusnya tidak dapat di setarakan dengan benda profan dalam lingkup apapun. Patut diingat, hal-hal sakral menjadi sakral karena dia memang diciptakan untuk hal yang sakral. Kedua hal tersebut berada pada posisi yang berbeda karena tujuan penciptaan kedua benda tersebut tidak sama. Karena gelang *tri datu* yang di jual pada sektor pariwisata adalah produk dari hasil kerja. Kegiatan pembuatan gelang *tri datu* modern bertujuan sebagai sarana pemenuhan kebutuhan hidup, dan pekerjaan adalah bentuk dari kegiatan yang sifatnya keseharian guna memperoleh pendapatan.

#### **4.5 Analisis Tindakan Rasional Terhadap Komodifikasi Gelang *Tri Datu***

Komodifikasi terhadap gelang *tri datu* merupakan salah satu bentuk dari sekian tindakan rasional terhadap benda budaya yang terjadi dalam industri pariwisata Bali. Kegiatan komodifikasi terhadap benda budaya memiliki faktor pendorong yang dapat dianalisis dari sudut pandang sosiologis. Tindakan komodifikasi gelang *tri datu* oleh masyarakat sangat berkaitan dengan teori tindakan rasional yang di kemukakan oleh Max Weber yang membagi empat tipe tindakan rasional individu, yaitu:

1. Tindakan rasional (*zwek rational*)
2. Tindakan berorientasi nilai
3. Tindakan afektif
4. Tindakan tradisional

Berdasarkan empat tipe tindakan rasional tersebut dapat di jelaskan, bahwa fenomena

komodifikasi gelang *tri datu* merupakan tindakan rasional yang mengakibatkan individu atau sekumpulan orang dalam satu tindakan dengan orientasi pada tujuan tindakan dan cara mewujudkannya. Kaitannya dengan komodifikasi gelang *tri datu* yaitu:

1. Kegiatan produksi, distribusi dan penjualan cinderamata oleh sebagian masyarakat merupakan bentuk aktifitas kerja yang dilandasi oleh pemikiran rasional dari masyarakat di era modern. Hal ini dibuktikan dengan tindakan pemilihan objek yang di jadikan benda cinderamata. Pelaku usaha telah menerapkan pemikiran rasional dalam analisis pasar yang melihat potensi usaha di bidang pariwisata sebagai bentuk modus rasional dalam memenuhi hasrat konsumen.
2. Penciptaan produk baru berupa gelang *tri datu* modern untuk tujuan industri, merupakan bentuk kegiatan kerja pelaku usaha cinderamata sebagai sarana memperoleh pendapatan sebagai wujud tindakan berorientasi nilai. Penjualan produk cinderamata *tri datu* sebagaimana yang di sebutkan Weber sebagai tindakan rasionalitas dalam bentuk tindakan aktor (produsen) yang menawarkan atau menjual produk cinderamata kepada individu lain (distributor dan pedagang) dan mengharapkan timbulnya reaksi (minat) dari konsumen untuk mengkonsumsi produk cinderamata yang ditawarkan. Sebagaimana dengan aktifitas ekonomi, di mana tindakan produsen selalu bersinggungan dengan individu lain (distributor dan pedagang

pasar) dan menghadirkan reaksi atas tindakan konsumsi oleh konsumen.

3. Mengkomodifikasi suatu hal atau benda merupakan hal yang lumrah bagi pelaku usaha. Akan tetapi pada komodifikasi gelang *tri datu* ini berbeda dengan apa yang di kemukakan Weber dalam tipe tindakan rasional bagian ke tiga yaitu tindakan afektif atau tindakan yang di dasarkan atas keterlekatan emosional. Dikarenakan dalam prakteknya pelaku usaha sama sekali tidak menaruh simpati secara mendalam dan sejenisnya. Proses komodifikasi terhadap gelang *tri datu* justru hanya mengutamakan hasrat untuk mendapatkan profit. Pada industri cinderamata *tri datu*, produsen sepenuhnya hanya memanfaatkan nilai estetika gelang tanpa memikirkan nilai historis gelang sebagai objek yang di sakralkan oleh masyarakat Bali.
4. Kegiatan komodifikasi seperti yang terjadi pada gelang *tri datu* dapat di kategorikan sebagai bentuk tindakan tradisional dalam lingkup kegiatan industri, akan tetapi kegiatan komodifikasi semacam ini sedikit berbeda dengan apa yang di kemukakan Weber dalam empat tipe tindakan rasional bagian ke empat. Dalam penjabarannya tipe ke empat menjelaskan tindakan tradisional berupa kebiasaan di landasi tanpa perencanaan. Faktanya yang di lakukan oleh pelaku usaha merupakan kebiasaan yang di barengi dengan perencanaan berupa pemilihan objek yang akan di komodifikasi serta merencanakan sistem manajemen pemasarannya.

Rasionalitas konsumsi dari masyarakat maupun wisatawan sebagai masyarakat konsumerisme yang selalu mengkonsumsi objek konsumsi, tidak selalu atas dasar kebutuhan melainkan sebagai pemenuhan hasrat yang tak pernah terpuaskan akan sesuatu yang unik. Oleh karena itu kegiatan konsumsi konsumen di atas bukan hanya sekedar proses mobilisasi ekonomi di lingkup pariwisata. Melainkan di balik itu pemilihan cinderamata *tri datu* merupakan tindakan rasional konsumen dalam memilih cinderamata yang mudah di bawa. Disisi lain pemilihan cinderamata gelang *tri datu* yang dinilai sangat terjangkau dari segi harga merupakan tindakan rasional wisatawan yang berorientasi nilai ekonomis. Adapun pembelian berbagai cinderamata sebagai benda oleh-oleh merupakan tindakan afektif yang di dasari oleh perasaan suka cita wisatawan yang ingin di bagikan dengan orang lain setelah berkunjung ke tempat obyek wisata. Pembelian cinderamata merupakan aktifitas tradisional yang sering dilakukan oleh para pelancong ketika berkunjung ke suatu tempat maupun obyek wisata.

Menurut Weber sangat mungkin bagi kapitalisme untuk menjadi kekuatan “yang paling menentukan” dalam kehidupan sebagai “modus rasional kehidupan” yang mencoba memenuhi hasrat konsumsi, kemudian sebagai faktor penentu adalah bagaimana produsen dapat menarik minat konsumen yang kemudian membeli produk cinderamata. Aktifitas ekonomi tidak hanya memenuhi hasrat konsumen melainkan produsen, distributor dan pedagang cinderamata

mendapat keuntungan pendapatan dari aktivitas penjualan cinderamata *tri datu*.

Perkembangan pola pikir yang lebih modern dan rasional juga di gunakan oleh tokoh-tokoh masyarakat dalam menanggapi fenomena penjualan cinderamata gelang *tri datu*. Komodifikasi gelang *tri datu* semata dinilai sebagai kegiatan ekonomi yang wajar dan lumrah dalam keperluan industri pariwisata. Kemajuan zaman telah memodernkan cara pandang tokoh masyarakat yang menelaah fenomena penjualan cinderamata *tri datu* sebagai penjualan benda profan yang tidak menyentuh ranah sakral benang *tri datu* yang diupacarai. Tokoh masyarakat menilai kegiatan komodifikasi hal yang wajar yang dapat bermanfaat bagi masyarakat sebagai tindakan modus ekonomi guna memenuhi kebutuhan hidup.

Komodifikasi terhadap gelang *tri datu* merupakan suatu tindakan rasionalitas ekonomi yang lazim digunakan produsen dalam meningkatkan minat dan memperluas pangsa pasar cinderamata untuk keperluan berdagang. Berbeda dengan gelang *tri datu* sakral yang di buat dan diperuntukkan untuk keperluan yang sakral. Gejala reifikasi seperti ini memang sejatinya tak dapat di hindarkan, akibat dari perubahan pola pikir masyarakat yang termodernisasikan. Pariwisata telah mengubah pola pikir masyarakat untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menghasilkan pendapatan.

Sejatinya yang terpenting dari industri cinderamata gelang *tri datu* adalah bagaimana menghasilkan suatu produk baru melalui logika rasional tanpa merusak kesakralan dari benda aslinya. Paling utama

dari logika produsen dalam memandang potensi pasar adalah bagaimana benda baru di hasilkan melalui potensi-potensi kebudayaan Bali yang dapat di olah menjadi produk ekonomi dan dapat menghasilkan profit. Melalui tindakan rasional pelaku usaha baik itu produsen, distributor dan pedagang telah mendapatkan peluang usaha yang cukup menjanjikan guna memenuhi kebutuhan hidup yang terus meningkat di tengah arus modernisasi mobilitas ekonomi pulau Bali yang terus berkembang sebagai destinasi wisata internasional.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dari pembahasan penelitian, maka dapat diambil kesimpulan. Tindakan rasional produsen, distributor dan pedagang merupakan tindakan yang sejalan dengan teori yang dikemukakan Weber. Penciptaan produk baru berupa gelang *tri datu* modern untuk tujuan industri, merupakan bentuk tindakan rasional ekonomi pelaku usaha industri cinderamata sebagai sarana memperoleh pendapatan. Benda budaya dimanfaatkan nilai estetikanya untuk dijadikan komoditas yang dikemas dengan bentuk yang lebih modern sebagai wujud tindakan berorientasi nilai. Di sisi lain hasrat konsumen dapat terpenuhi tanpa mengusik kesakralan benang *tri datu* sakral sebagai bentuk tindakan afektif pelaku usaha. Melalui penciptaan varian benda-benda cinderamata baru untuk di konsumsi sebagai bentuk tindakan tradisional yang biasa dilakukan oleh pelaku industri terutama industri pariwisata. Selanjutnya empat tipe tindakan rasional tercermin dari tindakan rasional yang dilakukan konsumen, pembelian cinderamata

sebagai oleh-oleh wisata yang dianggap cukup terjangkau dan mudah di bawa. Konsumen memilih cinderamata *tri datu* karena dianggap cukup murah. Menjadikan cinderamata *tri datu* sebagai oleh-oleh, merupakan wujud perasaan suka cita melalui benda cinderamata yang ingin dibagikan kepada orang terdekat setelah berkunjung ke Bali. Pembelian cinderamata sebagai benda oleh-oleh merupakan kebiasaan lama yang umum dilakukan oleh wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata. Sebagaimana yang dilakukan informan dalam pembelian cinderamata *tri datu*, tindakan yang umum dilakukan oleh konsumen atau wisatawan sejalan dengan apa yang dijabarkan Weber dalam klasifikasi tipe tindakan rasional yang dilakukan dalam mengambil tindakan rasional. Gelang *tri datu* yang di jual pada sektor pariwisata sepenuhnya merupakan produk dari hasil kerja tanpa mengusik kesakralan gelang *tri datu* yang melalui proses penyakralan. Tindakan tersebut dianggap lazim karena sebagai salah satu tindakan rasional yang dilakukan oleh masyarakat dalam mobilitas ekonomi. Bagi Tokoh agama serta masyarakat umum penggunaan gelang *tri datu* dianggap sah-sah saja. Penggunaanya dapat dimaklumi selama penggunaannya tepat dan tetap menghormati gelang *tri datu* sebagai benda kebudayaan Bali.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

### Buku;

- Lee. M. J. (2015). *Kebudayaan Konsumsi & Komoditas: Sebuah Kajian Politik Budaya Konsumen*. Penerjemah: Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

- Max weber. (2009). *Max weber SOSIOLOGI*. Penerjemah: Noorkholish dan dkk. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ritzer, George. (2013). *Sosiologi Ilmu pengetahuan Berparadigma Ganda*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, B. (2013). *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Jakarta: Kencana.
- Suyanto, B. & Sutinah. (2013). *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Febriani, Ni Nyoman Siska., I Gede Astra Wesnawa., dan Wayan Treman., (2010). *Kajian Potensi Pasar Seni Sukawati Sebagai Objek Wisata Budaya di Desa Sukawati Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar (TINJAUAN GEOGRAFI PARIWISATA)*, <http://repository.ipb.ac.id>(Diakses 18 Januari 2018).
- Sulistyawati, Agung sri. (2018). *Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung ke Pasar Seni Sukawati GIANYAR – BALI*, <https://repositori.unud.ac.id> (Diakses 18 Januari 2018).

#### **Jurnal;**

- Ghofur, Abdul., & Rini, Hartati Sulistyo. (2015). Komodifikasi Sintren Kumar Budoyo dalam Arus Modernisasi. *SOLIDARITY*, Vol. 4 (1).
- Irianto, Agus Maladi. (2016). Komodifikasi Budaya di Era ekonomi Global Terhadap Kearifan Lokal: Studi Kasus Eksistensi Industri Pariwisata dan Kesenian Tradisional di Jawa tengah. *Jurnal THEOLOGIA*, Vol. 27, Nomor 1, Juni 2016: 213-235.
- Agusta, Tessianiva., Warto., Supana. (2017). Dampak Komodifikasi Terhadap Perubahan Identitas Tari Topeng Hitam. *Haluan Sastra Budaya*, Volume 1, No. 1, 237-252.
- Internet;
- Anonim.(2012). *PROFIL KABUPATEN GIANYAR*,<http://www.sippa.ciptakarya.pu.go.id>(Diakses 7 Mei 2019).
- BPS Kabupaten Gianyar. (2010). *Gianyar Dalam Angka-Gianyar in Figure 2010*,<http://datin.menlh.go.id> (Diakses 16 Mei 2019).
- Sidiq. (2018). *Tindakan Sosial: Pengertian dan Contohnya*, <https://sosiologis.com> (Diakses 20 juni 2019).

#### **Skripsi;**

