



**KOMODIFIKASI *BANTEN/UPAKARA*: PRAKTIK KAPITALISASI AGAMA**

Oleh

Ida Bagus Brata<sup>1)</sup> & Ida Bagus Rai<sup>2)</sup>

<sup>1</sup>FKIP Universitas Mahasaraswati Denpasar

<sup>2</sup>FKIP Universitas Dwijendra

Email: [1bbrata@gmail.com](mailto:1bbrata@gmail.com)

**Abstrak**

Tulisan ini bertujuan mengkaji terjadinya komodifikasi *banten/upakara* dalam pelaksanaan *yadnya* sebagai bagian dari praktik kapitalisasi dalam agama Hindu. Studi ini merupakan kajian deskriptif dengan pendekatan kualitatif interpretatif dalam perspektif budaya. Hasil kajian menunjukkan bahwa upacara/ritual sebagai suatu mata rantai yang tidak dapat dipisahkan antara *tattwa/filsafat*, yang merupakan tujuan daripada ajaran agama Hindu, dan *susila/etika* merupakan aturan-aturan sebagai pola bagi kelakuan manusia yang wajib dilaksanakan untuk mencapai tujuan seperti yang digariskan dalam ajaran agama Hindu. Makna sesungguhnya suatu upacara, merupakan suatu cara untuk menghubungkan diri dengan sang pencipta/*Ida Sang Hyang Widhi Wasa* dengan menggunakan media (alat) yang lazim disebut *banten/upakara*. Secara historis agama Hindu memiliki watak yang sosialistik, namun karena begitu kuatnya tekanan revolusi industri yang kapitalistik dalam bingkai globalisasi, sehingga umat Hindu tidak lagi dapat mempertahankan jati dirinya dalam *beryadnya* secara utuh, akibatnya komodifikasi terhadap *banten/upakara* sebagai praktik kapitalisasi agama tidak bisa dihindarkan. Upacara *yadnya* yang dipersenbahkan mengalami pergeseran, tidak lagi pengorbanan secara tulus ikhlas, namun lebih pada membangun citraan, dengan penampilan secara fisik dan cenderung konsumeristik.

**Kata Kunci:** Komodifikasi, Kapitalisasi Agama & *Upakara/banten*

**PENDAHULUAN**

Kehidupan masyarakat Bali dewasa ini, merupakan suatu kontinum dari tradisi dan pengalaman masyarakat dalam kehidupan sosio-historisnya di masa lampau. Faktor yang paling berpengaruh dalam membentuk kebudayaan Bali selanjutnya adalah terintegrasinya kebudayaan Bali yang bersifat komunal dan agraris ke dalam agama Hindu. Agama Hindu bagi kebudayaan Bali merupakan roh dan jiwa, sehingga tumbuh dan berkembang sebagai sosok kebudayaan yang religius. Wujud dari pengaruh itu adalah dalam bentuk perpaduan yang utuh antara tradisi, agama, dan kebudayaan dengan kualitas nilai-nilai yang didasarkan atas *tattwa* (filsafat), *susila* (etika), dan upacara keagamaan (ritual). Ketiganya merupakan kesatuan yang utuh yang menjiwai segala aspek kehidupan masyarakat Hindu Bali.

Upacara/ritual merupakan suatu mata rantai yang tidak dapat dipisahkan antara

*tattwa/filsafat*, yang merupakan tujuan daripada ajaran agama Hindu, dan *susila/etika* merupakan aturan-aturan sebagai pola bagi kelakuan manusia yang patut dilaksanakan untuk mencapai tujuan seperti yang digariskan dalam ajaran agama Hindu. Wijayananda (2004:49) menjelaskan kata “upacara” berakar dari dua suku kata, yaitu “*upa*” artinya dekat/mendekat, dan “*cara*” artinya harmonis, seimbang, dan selaras. Upacara berarti dengan keseimbangan, keharmonisan, dan keselarasan dalam diri, berusaha melakukan mendekati diri dengan *Ida Sang Hyang Widhi Wasa/Tuhan Yang Maha Esa*.

Penjelasan di atas memberikan makna bahwa sebelum umat Hindu melakukan suatu upacara, hendaknya terlebih dahulu dapat menciptakan keseimbangan, keselarasan, dan keharmonisan dalam diri masing-masing individu umat agar dapat terwujudnya keharmonisan dengan *Ida Sang Hyang Widhi*



*Wasa*/Tuhan Yang Maha Esa. Sesungguhnya dari sinilah dapat dilihat ketakwaan umat di dalam melaksanakan kewajiban agamanya, sehingga dapat dinilai sejauh mana mereka dapat merubah sikap, mental, dan perilakunya sehari-hari agar sesuai dengan kaidah-kaidah normatif ajaran agamanya.

Putra (1997:6) mengatakan bahwa upacara merupakan pelaksanaan *yadnya* atau korban suci, perlengkapannya disebut "*upakara* atau *banten*" yang pada umumnya lebih banyak berbentuk material. Kata upacara juga berasal dari bahasa sanskerta yang berarti mendekati, juga berarti penghormatan (Wiana, 1997:38). Bila dicermati makna sesungguhnya dari suatu upacara itu merupakan suatu cara untuk menghubungkan diri dengan Sang Pencipta/*Ida Sang Hyang Widhi Wasa* dengan menggunakan media (alat) yang lazim disebut *upakara/banten*. Di dalam agama Hindu di Bali *upakara/banten* merupakan simbol keagamaan yang sangat sarat akan fungsi dan makna. Atas dasar itulah *upakara/banten* sebagai simbolis dari *Bhuana Agung* dan *Bhuana Alit* memiliki fungsi dan makna sakral. Berdasarkan *upakara/banten* inilah agama Hindu dapat dihayati dan dilaksanakan oleh segala lapisan masyarakat Hindu sesuai dengan kemampuannya masing-masing. Dan semuanya itu dilakukan dengan hati yang tulus ikhlas merupakan korban suci yang disebut sebagai *yadnya*.

Wijayananda (2004:15) menjelaskan *yadnya* berasal dari akar kata "*Yaj*" yang berarti sembahyang, persembahan/kurban, yang semuanya itu dilandasi dengan ketulusan dan kesucian hati, tanpa mengharap imbalan jasa. Tujuan *yadnya* adalah untuk melakukan pemujaan kepada Tuhan Yang Maha Esa secara langsung maupun tidak langsung serta sebagai penyucian diri dan alam semesta. *Yadnya* itu bukanlah kegiatan sebatas upacara/*upakara* saja. Kegiatan upacara/*upakara* hanyalah merupakan bagian dari *yadnya* itu sendiri. Mempersembahkan suatu upacara harus didasarkan dengan rasa bhakti yang tulus ikhlas. Rasa bhakti tidak hanya bisa diwujudkan dalam tingkah laku saja, tetapi juga persembahan

dengan melalui suatu proses, sehingga menghasilkan suatu *upakara* yang didasari atas perasaan yang ikhlas dari hati nurani yang tulus.

Secara historis kelahiran agama Hindu memiliki watak yang sosialistik, di dalamnya jika dicermati mengandung dua makna mendasar, yaitu: *pertama*, larangan untuk mendapatkan keuntungan dengan cara mengeksploitasi antar sesama manusia, serta larangan untuk menggunakan uang (harta) yang didapatkan dengan cara-cara kotor untuk membiayai segala kegiatan yang bersifat kebajikan. *Kedua*, adalah anjuran untuk mendedekahkan bagian kecil dari kekayaannya kepada mereka yang membutuhkan (orang miskin).

Kendatipun hakikat dari agama Hindu adalah sosialistik, namun karena demikian kuatnya tekanan revolusi industri dengan paradigma modernitas-kapitalisme, maka agama Hindu tidak mampu lagi mempertahankan jati dirinya secara utuh. Kuatnya pengaruh ideologi kapitalisme dapat menimbulkan dua kecenderungan utama dalam wajah Hinduisme dewasa ini yaitu agamaisasi kapital dan kapitalisasi agama. Fenomena agama sebagai komoditas menjadi sangat menarik dibicarakan, sebagai suatu ritual usaha ekonomi Sempurna.

## LANDASAN TEORI

Komodifikasi difahami sebagai proses yang diasosiasikan dengan kapitalisme di mana objek, kualitas, dan tanda dijadikan sebagai komoditas. Komoditas dalam kaitan ini dimaknai sebagai sesuatu yang tujuan utamanya adalah untuk dijual di pasar (Barker, 2000:408). Dalam agama Hindu, *banten/upakara* merupakan persembahan suci dalam upacara *yadnya*. Makna *banten/upakara* akan bergeser ketika banten sekedar menjadi paket hemat yang ditransaksikan. Agama sebagai komoditas telah menjadi identitas yang bisa dikonversi sebagai instrumen untuk mendulang keuntungan sekaligus dukungan dalam dimensi politik. Tarikan agama sebagai komoditas menjadi sesuatu yang tidak dapat dielakkan karena pada dirinya mereka sedang ingin mengambil keuntungan sebesar-besarnya dari agama.



Masalah yang muncul kemudian adalah agama akan kehilangan identitasnya sebagai sumber cinta kasih dan damai, karena sudah berubah menjadi pertarungan untuk mendapatkan keuntungan atau mungkin kekuasaan.

Merujuk pada Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No.01/KM.12/2001, kapitalisasi diartikan sebagai penentuan nilai pembukuan terhadap semua pengeluaran untuk memperoleh aset tetap hingga siap pakai, untuk meningkatkan kapasitas/efisiensi dan atau memperpanjang umur teknisnya dalam rangka menambah nilai-nilai aset tersebut. Dengan demikian, kapitalisasi merupakan cara kapitalisme melancarkan tujuannya dengan mengakumulasi kapital atau mentransformasi nilai guna menjadi nilai tukar.

Dalam kapitalisasi agama, agama sebagai institusi cenderung tumbuh dan berkembang menjadi institusi yang kapitalistik. Misalnya dalam upacara *piodalan* di Bali, kapitalisasi agama dapat dibaca melalui beberapa gejala komodifikasi *banten* dan upacara. Dalam maknanya yang paling hakiki, *banten* merupakan persembahan suci dalam upacara *yadnya*. Makna *banten/upakara* itu akan bergeser ketika *banten* sekedar menjadi paket hemat yang ditransaksikan, atau *banten* disuguhkan dengan serba wah.

Kebudayaan bersifat dinamis, memungkinkan terjadinya pergeseran baik secara nilai maupun secara konsepsi. Pada hakikatnya kebudayaan merupakan produk manusia, di mana manusia memiliki sifat yang terus bergerak dalam arti berdinamika, belajar, beradaptasi, bersosialisasi, termasuk berenkulturasi (pembudayaan) tentunya berpikir. Karena produk manusia itulah, kebudayaan bergantung pada manusia itu sendiri sebagai pembentuknya.

Tata kehidupan masyarakat Bali (Hindu) tidak bisa lepas dari *yadnya*, sebab dengan *yadnya* masyarakat meyakini bahwa hidup akan tenteram dan damai, dengan *beryadnya*lah umat Hindu dapat mengucapkan rasa puji syukur kehadapan *Ida Sang Hyang Widhi Wasa*. Bentuk - bentuk pelaksanaan upacara *yadnya* beraneka ragam, atas dasar itu *yadnya* digolongkan

menjadi lima bagian seperti: *Dewa Yadnya*, *Rsi Yadnya*, *Pitra Yadnya*, *Manusa Yadnya*, dan *Bhuta Yadnya*.

Ada beberapa pedoman yang dapat dijadikan sebagai dasar dalam pelaksanaan *yadnya*, yaitu lontar sebagai petunjuk tentang pelaksanaan upacara, seperti: *Yadnya prakerti*, *purwa gumi kemulan*, *purwa gama sesana*, *siwa tattwa*, *Sanghyang Aji Swamandala*, dan lain-lain. Di dalam lontar-lontar itu disebutkan bahwa jenis *upakara* agar disesuaikan dengan kemampuan nyata yang akan melaksanakan upacara, yang diistilahkan sebagai: *Desa – Kala – Patra*. Pengertian “*Desa*” adalah sarana untuk menggunakan bahan-bahan *upakara* dari hasil-hasil bumi atau hasil-hasil tanaman yang tumbuh di daerah setempat (lokal). Artinya tidak menggunakan bahan *upakara* yang sulit diperoleh dan tumbuh di tempat yang jauh. Pengertian “*Kala*” adalah saran untuk melangsungkan upacara dalam waktu yang cukup sesuai dengan aktivitas kehidupan. Misalnya pada waktu sebagian besar masyarakat hidup dari sektor agraris (sebagai petani), maka “*ala ayuning dewasa*” (perhitungan baik/buruknya hari) berupacara besar seperti *pitra yadnya* selalu jatuh pada musim kemarau, dengan dasar pertimbangan bahwa pekerjaan di sawah sudah berkurang. Namun pemahaman seperti dewasa ini di mana penduduk sudah banyak beralih ke bidang profesi di luar sektor agraris, maka waktu yang tersedia nampaknya makin sempit. Oleh karena itu dewasa ini diusahakan agar lama waktu pelaksanaan berupacara dapat dipersingkat, sehingga mereka yang melaksanakan *yadnya* setidaknya dapat berhemat dari segi waktu. Pengertian “*Patra*” adalah saran untuk menggunakan dana yang tersedia sebagai kemampuan bagi yang melaksanakan upacara, artinya jangan memaksakan diri dalam *beryadnya*. Bila kemampuan keuangan minim/terbatas, gunakan jenis upacara yang *alit* (sederhana), bila kemampuan keuangan ada pada posisi medium gunakan jenis upacara *madya* (sedang), dan apabila kemampuan keuangan besar gunakan jenis upacara yang *ageng* (besar). Seperti dalam Bhagavad Gita (IX.26) disebutkan:



*Patram pushpam phalam toyam yo me bhaktya prayacchatitad aham bhaktya-upahritam ashnam prayatmanah.*

Artinya:

Siapapun yang sujud kepada-Ku dengan persembahan setangkai daun, sekuntum bunga, sebiji buah-buahan atau seteguk air, akan aku terima sebagai bakti persembahan dari orang yang berhati suci.

Kebudayaan Bali sesungguhnya merupakan hasil akulturasi dua unsur kebudayaan, yaitu *adat/dresta* dan agama Hindu, fakta ini membuktikan adanya reproduksi kebudayaan (reproduksi kultural), yakni proses melakukan kembali upaya produksi atas kebudayaan. Abdullah (2006:41) mengartikan reproduksi kebudayaan sebagai proses aktif yang menegaskan keberadaannya dalam kehidupan sosial sehingga mengharuskan adanya adaptasi bagi sekelompok yang memiliki latar belakang kebudayaan yang berbeda. Dalam reproduksi kebudayaan ada dua hal penting yang harus dipahami: 1) Pada tataran sosial akan terlihat proses dominasi dan subordinasi budaya terjadi secara dinamis yang memungkinkan memberikan penjelasan terhadap dinamika kebudayaan secara mendalam; 2) Pada tataran individual akan dapat diamati proses resistensi di dalam reproduksi identitas kultural sekelompok orang di dalam konteks sosial budaya tertentu.

Upacara *pidalan* yang dilaksanakan dewasa ini merupakan hasil dari reproduksi kebudayaan, di mana telah terjadi produksi ulang dari kebudayaan terdahulu, dan produksi ini berlangsung pada tahap makna, artinya ornamen-ornamen dalam ritual pelaksanaan *odalan* telah mengalami pergeseran makna, bukan pada bentuk. Orang Bali dengan tatanan nilai tradisionalnya tidak dapat menghindarkan diri harus berhadapan dengan nilai-nilai kebaruan dalam tatanan ekonomi global. Perubahan merupakan ciri mendasar suatu kelompok masyarakat. Tiada hari tanpa perubahan. Semakin hari, kehidupan manusia semakin berkembang dan semakin kompleks. Hal ini bisa disaksikan melalui perkembangan ilmu,

teknologi, dan gaya hidup yang dipraktikkan secara nyata dalam hidup sehari-hari. Produksi yang disuguhkan seakan merayu dan memaksa setiap individu untuk mengkonsumsi setiap produk yang ditawarkan oleh produsen. Produk yang ditawarkan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan primer manusia, tetapi produk yang hadir diproduksi untuk memuaskan hasrat libido manusia (Brata, 2016).

Kebudayaan memainkan peranan tertentu dalam suatu perubahan sosial atau dalam menolak perubahan sosial dengan memanfaatkan hasrat. Sepanjang gejala kebudayaan berhasil menginterpelasi para subjek mengajak mereka untuk mengambil suatu disposisi subjek, hal ini dilakukan dengan membangkitkan hasrat atau menjanjikan dipuaskannya satu hasrat tertentu. Bagaimana suatu gejala kebudayaan dapat memengaruhi manusia, maka yang menjadi pusat perhatian utama adalah hasrat.

Alfathri Adlin (2006:109) mengatakan bahwa hasrat mendorong individu untuk menggunakan objek-objek yang bisa merepresentasikan citranya. Seseorang bisa saja menghasrati dirinya untuk diperlengkapi dengan benda-benda aksesoris terbaru dan tercanggih, menjadi si gila belanja dengan membeli ini dan itu, tetapi pada kenyataannya tidak setiap orang selalu berhasil mendapatkan uang untuk merealisasikan hasratnya tersebut. Hasrat hanyalah hasil konstruksi citraan kapitalisme dengan perputaran modalnya dengan menebar bujuk rayu bahwa hidup manusia akan lebih baik dengan komoditi ini atau komoditi itu.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Peringatan hari kelahiran pada manusia dikenal dengan istilah ulang tahun. Tradisi peringatan hari kelahiran bagi orang Bali (Hindu) dikenal dengan upacara "*otonan*". Istilah *otonan* berasal dari istilah "*wetu*", artinya lahir, selanjutnya mendapat *pengater* (kata depan) *pe* dan *pengiring* (akhiran) *an*, kemudian menjadi "*pawetuan*", yang berarti kelahiran atau hari kelahiran. Lama-kelamaan istilah *pawetuan* berubah menjadi istilah "*otonan*", sebagai peringatan hari kelahiran yang diselenggarakan

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>

Open Journal Systems





setiap 210 hari (*enam bulan Bali*). Hal seperti ini juga berlaku untuk sebuah pura di Bali, yang dikenal dengan istilah *odalan* atau tegak *piodalan*.

Pada hakikatnya *odalan* atau *piodalan* merupakan peringatan mulai berdirinya sebuah pura, yang dihitung berdasarkan *sasih* atau *wewaran*, dengan memadukan antara *saptawara* dan *panca wara* serta *wuku*. Oleh karena itu pelaksanaan *odalan* atau *piodalan* pada masing-masing pura yang tersebar di berbagai desa adat atau *desa pakraman* di Bali berbeda-beda. Perbedaan itu disebabkan dasar yang dijadikan sebagai pedoman untuk menentukan *tegak odalan* tadi adalah berbeda. Apabila didasarkan atas perhitungan *sasih* (bulan) maka umumnya dikaitkan dengan saat datangnya bulan purnama (bulan penuh). Kalau *sasih* yang dijadikan sebagai dasar perhitungan, maka umumnya *piodalan* jatuh setiap setahun sekali. Sementara pada sisi yang lain apabila perhitungannya didasarkan atas *wewaran* dan *wuku*, maka tegak *odalan* sebuah pura akan jatuh setiap 210 hari sekali (*enam bulan kalender*).

*Upakara* yang mendukung terlaksananya *piodalan* adalah suatu upacara *yadnya* dalam agama Hindu (Bali) menurut volume dan ragam jenisnya dapat dibagi ke dalam tiga kelompok besar, yaitu: *nista*, *madya*, dan *utama*. Pembagian tiga ini kemudian masing-masing dibagi lagi menjadi tiga, sehingga terdapat sembilan volume dan ragam jenis pelaksanaan *yadnya*, mulai dari yang *nista* terdiri dari: *uttamaning nista*, *madyaning nista*, dan *nistaning nista*. Selanjutnya yang *madya* dibagi menjadi *uttamaning madya*, *madyaning madya*, dan *nistaning madya*. Sementara yang *utama* dibedakan menjadi *uttamaning utama*, *madyaning utama*, dan *nistaning utama*.

Di masyarakat istilah ini mengalami pengertian yang berbeda-beda. Pemahaman terhadap arti *nista*, *madya*, dan *utama* sering mengalami distorsi, salah kaprah bahkan disalah artikan. Istilah *nista* sering dipahami atau dikonotasikan dengan istilah kurang bahkan hina, sementara istilah *utama* lebih berkonotasi dengan hal-hal yang mulia dan istimewa. Atas

dasar pemahaman yang keliru ini, maka kebanyakan umat Hindu jika melaksanakan sebuah *yadnya*, cenderung memilih kelompok yang *utama*, karena menganggap bahwa itulah jenis persembahan yang tertinggi. Akibatnya terjadi pemaksaan diri dalam berucap/beryadnya, yaitu dengan cara mengumpulkan uang sebanyak-banyaknya atau mengumpulkan uang secara habis-habisan untuk upacara, misalnya dengan menjual tanah, rumah, kendaraan, atau menjual apa yang ia miliki, bahkan meminjam uang melebihi kemampuan untuk membayar kembali.

Keluarga yang kurang mampu (miskin) yang ngotot membenamkan diri dalam utang demi suguhan dalam wujud *banten/upakara* pada waktu *beriyadnya* yang mahal, sesungguhnya umat yang bersangkutan sedang mempraktekkan kematian. Belanja seperti itu adalah sebuah penghukuman atas diri sendiri. Sebab dengan menumpuk hutang berarti sipengutang mengabdikan kerjanya di masa datang untuk orang yang memberinya piutang.

Apabila hal ini terjadi, dapat dipastikan tujuan dan makna dari upacara *yadnya* yang dilakukan telah mengalami distorsi (pergeseran). Bukan lagi pengorbanan secara tulus ikhlas yang dilakukan, namun lebih pada membangun citraan dan gengsi dengan penampilan secara fisik. Tidak hanya pada persoalan persembahan tertinggi, tetapi lebih pada persoalan pencitraan dan gengsi gede-gede. Hal ini tentu tidak sejalan dengan pedoman normative agama yang telah dituliskan dalam lontar-lontar yang secara ideasional menggariskan/mengajarkan bahwa jenis *upakara/banten* yang dipersembahkan agar disesuaikan dengan kemampuan nyata yang akan melaksanakan upacara, yang diistilahkan sebagai: *Desa – Kala – Patra*.

Ritzer (dalam Baudrillard, 2009:xxxiv) mengatakan konsumsi bukan sekedar nafsu untuk membeli begitu banyak komoditas, satu fungsi kenikmatan, satu fungsi individual, pembebasan kebutuhan, pemuasan diri, kekayaan, atau konsumsi objek. Konsumsi berada dalam satu tatanan pemaknaan pada satu “panoply” objek; satu sistem atau kode tanda; “satu tatanan



manipulasi tanda”; manipulasi objek sebagai tanda; satu sistem komunikasi (seperti bahasa); satu sistem pertukaran (seperti kekerabatan primitif); satu moralitas; yaitu satu sistem pertukaran ideologis; produksi perbedaan; satu generalisasi proses *fashion* secara kombinatif; menciptakan isolasi dan mengindividu; satu pengekan orang secara bawah sadar, baik dari sistem tanda dan dari sistem sosio-ekonomiko-politik dan satu logika sosial.

Sejalan dengan ungkapan Duncan (1997:11) bahwa teka-teki komoditas, yang digambarkan Marx, tidak lahir dari nilai kegunaan komoditas tersebut. Nilai-nilai berjenjang borjuis (hiroglif sosial) melekatkan cap komoditas pada keluaran kerja. Hanya ungkapan umum dari semua komoditas dalam uanglah yang membuat mereka dikenali dan diakui sebagai nilai dalam penjenjangan borjuis. Dalam jagat semacam itu (seperti jagat agama yang berkabut sebagaimana yang digambarkan Marx), keluaran-keluaran pikiran manusia menjadi bentuk-bentuk mandiri, memiliki kehidupan tersendiri. Kenyataan ini merupakan ciri fetisistis, yang melekat pada keluaran kerja, secepat mereka diproduksi dalam bentuk komoditas.

Hidup hemat tidak terlepas dengan lawan katanya hidup boros yang bersifat konsumtif. Dalam skala nasional pernah ada ajakan untuk hemat energi. Ini dapat diartikan betapa borosnya hidup kita selama ini. Boros diartikan sebagai volume konsumsi yang melebihi kebutuhan yang sebenarnya (lebih besar pasak dari tiang), artinya tidak ada keseimbangan antara produksi dan konsumsi. Mentalitas hidup boros pada hakikatnya karena didorong oleh gaya hidup konsumerisme. Dunia kehidupan dewasa ini sesungguhnya adalah dunia yang didominasi dorongan untuk mengkonsumsi. Memang sangat disadari bahwa konsumsi merupakan sebuah kebutuhan manusia demi keberlangsungan hidupnya. Namun dewasa ini konsumsi menjadi kebutuhan yang menggila. Orang merasa belum hidup kalau belum mengkonsumsi.

Baudrillard (2009) menganggap masyarakat penghobi konsumsi ini sebagai

masyarakat konsumen (*consumer society*). Masyarakat yang menempatkan konsumsi sebagai bagian utama dari keseluruhan hidupnya. Dunia hari ini menawarkan beragam kebutuhan baru agar orang mengkonsumsinya. Konsumerisme sebagai anak kandung kapitalisme telah merangsek masuk sampai ke jantung masyarakat. Konsumerisme berhasil menciptakan kebutuhan baru dalam masyarakat. Orang mengkonsumsi barang, bukan atas dasar butuh secara fungsional, tetapi karena tuntutan *prestise* (gengsi), status, atau gaya hidup (*life style*).

Komoditas tidak lagi didefinisikan berdasarkan kegunaannya, namun berdasarkan atas apa yang mereka maknai. Dan apa yang mereka maknai didefinisikan bukan oleh apa yang mereka lakukan, melainkan hubungan mereka dengan seluruh sistem komoditas dan tanda (Baudrillard, 2009:xxiii). Manusia tidak akan pernah mampu memuaskan kebutuhan konsumsi mereka, demi satu perbedaan. Semuanya itu didasarkan karena hasrat, sifat rakus, dan ketidakpuasan tanpa henti konsumen.

Menurut Mulyanto (2011:201) bahwa pemberhalaan komoditi terkait dengan kepercayaan dalam masyarakat kapitalis akan bernilainya sesuatu karena hakikat sesuatu itu sendiri. Misalnya, mutiara atau intan dipandang memiliki nilai tukar tinggi pada dirinya sendiri. Mahal merupakan predikat asli dari mutiara, entah manusia yang menghasilkan dan bertukar mutiara itu ada atau tidak. Menurut Barthes (dalam Silva, 2005:118) tanda-tanda dalam budaya bukanlah sesuatu yang polos murni (*innocent*), namun sebaliknya. Tanda-tanda justru memiliki kaitan yang kompleks dengan reproduksi ideologi, seperti kebenaran sejati, dan pemujaan berhala komoditas (*commodity fetishism*).

Magnis Suseno (2003:164) menjelaskan perbedaan kapitalisme dari sistem-sistem produksi yang lain adalah bahwa nilai yang ingin dihasilkan oleh para peserta pasar adalah nilai tukar dan bukan nilai pakai. Artinya orang memproduksi atau membeli sesuatu bukan karena ia mau menggunakannya, melainkan



karena ia ingin menjualnya kembali dengan keuntungan setinggi mungkin. Keuntungan itu menjadi begitu penting, karena hanya kalau laba cukup besar, seorang usahawan akan dapat bertahan dalam begitu ketatnya persaingan dengan perusahaan lainnya. Dalam kaitan ini dapat dikatakan bahwa tujuan utama sistem ekonomi kapitalis adalah uang, dan bukan barang yang diproduksi. Kompetisi adalah sifat dari ekonomi pasar, dan menurut ekonomi klasik, kekuatan yang mendorong kompetisi adalah kepentingan diri sendiri, untuk menghasilkan dan mengkonsumsi terus. Memaksimalkan produksi dan konsumsi, keuntungan dan kesenangan (Kung, 2010:347).

Pada saat penyelenggaraan *piodalan* di suatu pura tertentu dapat disaksikan bagaimana pemasangan berbagai hiasan, *pelinggih* (tempat suci) dihias, *togog payasin* (patung dihias), pemasangan *penjor* sampai penentuan besaran upacara yang akan dipersembahkan. *Pengempon* purapun (masyarakat) tampil dengan berbagai pola sikap, mulai dari pakaian dan perhiasan yang dikenakan, cara berjalannya, sampai jenis *banten*/sesajen yang akan dipersembahkan di pura yang bersangkutan.

Berbagai ornamen pura yang sudah diukir dengan indahnya mesti harus dihias lagi, sehingga yang nampak kemudian adalah bentangan kain yang telah dirajut sedemikian rupa. Patung/*togog* yang telah diukir sesuai atribut patung, harus dihias dengan dikasi *udeng*, *saput*, kamben dan bunga dengan alasan memanusiaawikan patung. *Penjor* menjulang tinggi dipasang dengan berbagai hiasan yang secara filosofi justru tidak menyimbolkan gunung sebagai sumber kehidupan. Dalam kaitan ini, tanpa disadari telah berkembang ekonomi kapitalis yang penuh kontestasi saling silang dalam pengaruh promosi dan pemasaran. Upacara besar yang akan digelar, mewajibkan panitia karya menghitung besaran dana yang akan dihabiskan, dan mewajibkan seluruh *krama* (masyarakat) jauh hari sebelumnya harus *ngayah* (gotong royong) untuk mempersiapkan upacara besar tersebut.

*Pemedek* (umat Hindu) menampilkan diri dengan pola sikap yang berbeda-beda. Berbagai aksesoris dikenakan, mulai dari rambut disemir, hiasan di kepala, kain kebaya, corak kamben, alas kaki gaul (*sendal seliwah*), tas kecil, sampai berbagai pernak-pernik perhiasan dan tidak lupa dengan *handpon* keluaran terbaru dengan berbagai merk siap di tangan. Semuanya itu merupakan representasi diri, dia ada karena bergaya.

Aksesoris yang dikenakan adalah petanda sebuah prestise, gaya hidup atau sebagai petanda keberhasilan secara ekonomi. Aksesoris yang dikenakan sesungguhnya sebuah teks, tergantung dari mana orang membacanya, begitulah hakikat dunia citra. Marx (dalam Barnard, 2011:12) mengatakan bahwa pakaian yang dikenakan sehari-hari merupakan *hieroglif* sosial, yang menyembunyikan atau bahkan mengkomunikasikan posisi sosial pemakainya. Atas dasar itu, *fashion* dan pakaian merupakan cara yang paling signifikan yang bisa digunakan dalam mengkonstruksi, mengalami dan memahami relasi sosial di kalangan manusia. Barang-barang yang dikenakan orang memberi bentuk dan warna pada pembedaan dan ketimpangan sosial, sebagai *fetishisme* komoditas.

Masyarakat (umat Hindu) menerima adanya pembesaran biaya *odalan* lantaran umat percaya bahwa ada keterkaitan langsung antara uang yang mereka belanjakan atau biaya yang mereka keluarkan untuk biaya upacara sebagai bentuk persembahan yang tulus ikhlas merupakan wujud rasa bakti kepada *Ida Sanghyang Widhi Wasa*/ Tuhan Yang Maha Esa.

Sebelum terlambat, kapitalisasi agama yang semakin jauh dari nilai-nilai luhur agama harus dikritisi dan diluruskan kembali. Dorongan untuk semakin religius pada hakikatnya merupakan fenomena yang sangat baik karena setiap agama mengajarkan kebajikan. Mereka yang mampu memahami agama secara baik, akan mampu membangun karakter yang kuat bagi dirinya.



## PENUTUP

### Kesimpulan

Bertolak dari uraian di atas, maka beberapa hal dapat disimpulkan, seperti berikut:

1. Makna sesungguhnya suatu upacara/ritual itu merupakan suatu cara untuk menghubungkan diri dengan sang pencipta/Ida Sang Hyang Widhi Wasa dengan menggunakan media (alat) yang lazim disebut *upakara/banten*. Di dalam agama Hindu di Bali *upakara/banten* merupakan simbol keagamaan yang sangat sarat akan fungsi dan makna. Atas dasar itulah *upakara/banten* sebagai simbolis dari *bhuana agung* dan *bhuana alit* memiliki fungsi dan makna sakral.
2. Secara ideasional tata aturan bagaimana upacara itu dilaksanakan telah diatur dalam sastra agama dan lontar-lontar agama Hindu. Di dalam sastra dan lontar-lontar itu disebutkan bahwa jenis *upakara* agar disesuaikan dengan kemampuan nyata mereka (*umat*) yang akan melaksanakan upacara, yang diistilahkan sebagai: *Desa – Kala – Patra*.
3. Upacara *yadnya* yang dilakukan oleh sebagian umat Hindu dewasa ini telah mengalami pergeseran makna. Bukan lagi pengorbanan secara tulus ikhlas yang dilakukan, tetapi lebih pada membangun citraan, dengan penampilan secara fisik. Tidak hanya pada persoalan persembahan tertinggi, tetapi lebih pada persoalan pencitraan.
4. Konsumerisme sebagai anak kandung kapitalisme telah merangsek masuk sampai ke jantung masyarakat, memengaruhi kehidupan keagamaan, mengakibatkan terjadinya kapitalisasi agama. Konsumerisme berhasil menciptakan kebutuhan baru dalam masyarakat. Orang mengkonsumsi barang, bukan atas dasar butuh secara fungsional, tetapi karena tuntutan *prestise* (gengsi), status, atau gaya hidup (*life style*).

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Wijayananda, Ida Pandita Mpu Jaya. 2004. *Makna Filosofis Upacara dan Upakara*. Surabaya: Paramita.
- [2] Putra, I G. N. Mas. 19957. *Upakara Yadnya*. Parisadha Hindu Dharma Indonesia Pusat.
- [3] Wiana, I Ketut. 1997. *Beragama Bukan Hanya di Pura, Agama Hindu sebagai Tutunan Hidup*. Denpasar: Yayasan Dharma Naradha.
- [4] Barker, Chris. 2004. *Cultural Studies Teori & Praktik*. Kreasi Wacana : Yogyakarta.
- [5] Abdullah, Irwan. 2009. *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [6] Brata, Ida Bagus. 2016. Kapitalisasi Ruang Terbuka Tradisional sebagai Komoditas. Disajikan dalam Seminar Nasional dengan Tema “Inovasi IPTEKS Perguruan Tinggi untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat”  
<http://journal.unmas.ac.id/index.php/pros/article/view/289>
- [7] Brata, Ida Bagus. 2019. *Commodification of Traditional Open Spaces as a Commodity and the Consequent Damage of Environmental Ethics* (Case Study in Ubud Village Bali Indonesia). Open Journal of Ecology. <http://www.scirp.org/journal/oje>
- [8] Quart, Alissa. 2008. *Belanja Sampai Mati*. Yogyakarta : Resist Book.
- [9] Ritzer, George. 2009. *Teori Sosial Postmodern* (Muhammad Taufik: Penerjemah). Yogyakarta : Kreasi Wacana.
- [10] Duncan, Hugh Dalziel. 1997. *Sosiologi Uang* (Alih Bahasa; Kiki Alfian). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [11] Baudrillard, Jean. 2009. *Masyarakat Konsumsi* (penerjemah: Wahyunto). Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- [12] Mulyanto, Dede. 2011. *Antropologi Marx: Karl Marx Tentang Masyarakat dan Kebudayaan*. Bandung: CV. Ultimus.
- [13] Bracher, Mark. 2009. *Jacques Lacan, Diskursus dan Perubahan Sosial: Pengantar Kritik-Budaya Psikoanalisis*. Gunawan





- 
- Admiranto (Penerjemah). Yogyakarta :  
Jalasutra.
- [14] Magnis Suseno, Franz. 2003. *Pemikiran Karl Marx dari Sosialisme Utopis ke Perselisihan Revisionisme*. Jakarta: PT. Sun.
- [15] Chaney, David. 2008. *Lifestyles sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- [16] Pilliang, Yasraf Amir. 2009. *Dunia yang Dilipat*. Yogyakarta : Jalasutra
- [17] Barnard, Malcolm. 2011. *Fashion sebagai Komunikasi: Cara Mengomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas dan Gender* (penerjemah Idy Subandy Ibrahim dan Yosol Iriantara). Yogyakarta: Jalasutra.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN