

MULTIFUNGSI *BALE BANJAR* PADA MASA KINI

I Nyoman Sudanta
I Wayan Subrata
Yuliana

Fakultas Ilmu Agama, Seni dan Budaya
Universitas Hindu Indonesia

subrata@unhi.ac.id
yuliana.miss@gmail.com

ABSTRAK

Dinamika dan perubahan dalam budaya adalah keniscayaan karena segala sesuatunya melalui proses interaksi yang menimbulkan pengaruh dan mempengaruhi. Dalam konteks pariwisata dan globalisasi masyarakat Bali telah terbiasa menghadapi pengaruh dari luar. Keberhasilan perkembangan pariwisata secara signifikan menjadi motor penggerak dalam perubahan sosial, budaya, politik, dan ekonomi di Bali. Ketika masuknya ekonomi pasar segala sesuatu yang menguntungkan dapat dikemas, seperti halnya terjadinya pengemasan *bale banjar* pada kawasan pariwisata seperti di Ubud dan di Kota Denpasar. Tulisan ini bertujuan untuk menggali, mengungkap, menganalisis lebih lanjut dengan menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan studi dokumen. Hasil penelitian ini mengungkapkan, bahwa adanya permintaan pihak pengusaha untuk menyewa (kontrak) *bale banjar* sebagai arena pemasaran produk-produk tertentu untuk pemenuhan konsumsi wisatawan dan konsumsi masyarakat lokal. Tempat *bale banjar* memiliki daya tarik karena terletak pada tempat strategis di jalur yang ramai mudah dijangkau pembeli. Semua ini dapat dilakukan karena *krama banjar* (sebagai pemilik) menginginkan serta ikut terlibat langsung untuk mencapai konsensus dengan pihak pengusaha. Hasil dari penyewaan *bale banjar* dalam jangka

waktu relatif panjang digunakan untuk membangun *bale banjar* baru pada tempat yang berbeda. Ada pula bangunan *bale banjar* dikemas dalam bentuk pertokoan pada lantai dasar (bawah) sedangkan lantai atas untuk kepentingan adat dan kepentingan yang lainnya.

Kata kunci: Ruang publik, multifungsi bale banjar.

ABSTRACT

Dynamics and changes in culture are a necessity because everything goes through an interaction process that creates influence and influence. In the context of tourism and globalization, Balinese people are used to facing external influences. The successful development of tourism has significantly become the driving force for social, cultural, political and economic changes in Bali. When the market economy enters, everything that is profitable can be packaged, as is the case with bale banjar packaging in tourism areas such as Ubud and Denpasar City. This paper aims to explore, uncover, analyze further by using data collection techniques by means of observation, interviews, and document studies. The results of this study revealed that there was a request from the entrepreneur to rent (contract) bale banjar as an arena for marketing certain products to fulfill tourist consumers and local consumption. The banjar bale place has an attraction because it is located in a strategic place on a busy route that is easily accessible to buyers. All of this can be done because krama banjar (as owners) want and be directly involved to reach a context with the entrepreneur. The results of renting bale banjar for a relatively long period of time are used to build a new bale banjar in a different place. There is also a bale banjar building which is packaged in the form of shops on the ground floor (bottom) while the upper floors are for customary and other purposes.

Keywords: Public space, multifunctional bale banjar.

I. PENDAHULUAN

Penggunaan *bale banjar* di Bali telah mengalami perkembangan dalam fungsinya, sejalan dengan perkembangan jaman, pariwisata dan arus globalisasi. *Bale banjar* merupakan bangunan yang terbuka dapat berfungsi sebagai sarana di mana warga *banjar* dapat melepaskan segala beban, membahas berbagai masalah, memperoleh informasi dan menerima pengarahan. Berbicara *bale banjar* tidak lepas dengan sistem *banjar*, Bagus (1999:297) menegaskan bahwa di Bali ada disebut dengan sistem *banjar*, maka ada bangunan *bale banjar* merupakan tempat warga *banjar* mengadakan rapat dan kegiatan-kegiatan lainnya. Pusat dari *banjar* adalah *bale banjar* di mana para warga masyarakat saling bertemu dan berapat pada hari-

hari yang tetap. *Banjar* dikepalai oleh seorang kepala yang disebut *klian banjar*. Bertugas menyangkut segala urusan dalam lapangan kehidupan sosial dari *banjar* sebagai suatu komunitas dan keagamaan.

Bale banjar konstruksinya sebagai tempat *krama banjar* (anggota *banjar*) melakukan *sangkepan* (rapat-rapat, pertemuan-pertemuan, menerima informasi dan interaksi) dan sebagai tempat kegiatan adat serta melakukan penyediaan perlengkapan suatu ritual keagamaan. Oleh karena itu, sebagai ruang publik, *bale banjar* pada dasarnya memiliki fungsi sosial, budaya, religius, politik, dalam masa kini bertambah fungsi ekonomi serta keberlangsungannya dipelihara, dijaga secara bersama-sama. Baik buruknya bangunan *bale banjar* menjadi pusat perhatian, tanggung jawab warganya karena memiliki kemanfaatan (Subrata,218:16). *Bale banjar* di Bali tidak boleh sembarang orang menggunakan untuk tujuan-tujuan tertentu harus mintak ijin kepada *klian banjar*. Jikalau digunakan dalam sementara waktu dan apabila diizinkan baru bisa digunakan, tetapi untuk sekedar berteduh tidak perlu meminta ijin

Bale banjar yang ada di masing-masing desa adat merupakan ikon menjadi kebanggaan warganya. Kadang kala ketika ada orang yang lewat di depan bangunan *bale banjar* yang estetik itu pasti memberi nilai bagus, seni dan indah serta menarik baik dari segi tempat maupun bangunannya. Oleh karena itu, *bale banjar* bukan sekedar bangunan tetapi dibuat sedemikian rupa berdasarkan ukuran-ukuran tradisional Bali atau berdasarkan arsitektur tradisional Bali.

Bale banjar dalam perkembangan dewasa ini ada sejumlah *bale banjar* fungsinya mengalami perubahan. Perubahan ini terjadi karena adanya permintaan pasar untuk dijadikan arena jual beli berfungsi ekonomis yang sangat menarik serta menguntungkan. Hal ini dapat terjadi dari beberapa *bale banjar* di kota-kota, pada kawasan pariwisata yang dipandang strategis. Adanya permintaan pasar sebagai suatu budaya konsumen, menurut Piliang (2006:107) yang dikendalikan sepenuhnya oleh hukum komoditi, yang menjadi konsumen (yang mengonsumsi) sebagai raja, yang menghormati setinggi-tingginya nilai individu, yang memenuhi selengkap dan sebaik mungkin kebutuhan-kebutuhan, aspirasi dan nafsu telah memberi peluang bagi setiap orang untuk asyik diri sendiri. Dengan demikian, gaya hidup memengaruhi perilaku seseorang yang pada akhirnya dapat menentukan pola konsumsi, menyebabkan daya beli masyarakat bertambah.

Kebudayaan pasar bertumpu pada konsep harga dan praktek transaksi menjadi semakin dominan dan ekspansinya tidak terkendali (Abdullah, 2007:119). Lebih lanjut Atmadja (2006:9-10) mengungkapkan dalam kaitannya dengan kenyataan bahwa globalisasi memasukan kognisi atau ideologi, yakni kapitalisme berbagai paham lain yang menyertainya, yakni konsumerisme, materialism, wajaisme, penampilanisme, kecantikanisme, agama pasar dan lain-lain sehingga tercipta

manusia berkebudayaan modern yakni *homo minimalis*. Tercipta gaya hidup konsumtif dapat diamati antara lain melalui model penampilannya.

Sementara dalam konteks kebudayaan, Poerwanto (2006), menyatakan berpijak dari pendapat sebagian besar para ahli Antropologi sepakat bahwa kebudayaanlah yang membentuk makhluk manusia. Keberhasilan mereka menguasai alam sekitarnya adalah bukti keberhasilan mereka mencapai tingkat tingkat kebudayaan yang lebih tinggi. Makhluk manusia selalu berupaya menyesuaikan dirinya dengan berbagai perubahan yang terjadi disekitarnya sehingga melahirkan suatu pola tingkah laku yang baru.

Melalui pariwisata, kebudayaan masyarakat tradisional agraris sedemikian rupa bertemu dan terpadu dengan kebudayaan masyarakat modern industrial. Kebudayaan-kebudayaan itu saling menyapa, saling bersentuhan, saling beradaptasi dan tidak jarang kemudian menciptakan produk-produk budaya baru. Sementara itu, Usman (2008:54) berpandangan dalam demensi interaksi bisnis, kegiatan pariwisata terlihat menawarkan bertemunya unit-unit usaha yang menyajikan bermacam-macam keperluan wisatawan. Bentuk yang disajikan oleh unit-unit usaha ini dapat berupa barang ataupun jasa. Rentangannya berskala lokal, nasional, atau internasional. Bali masih berpegang pada kebijakan pengembangan pariwisata budaya. Ikon pariwisata budaya mampu menerima kehadiran wisatawan, baik itu wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik dengan kecenderungan meningkat dalam angka.

Masyarakat Bali sangat terbuka dalam menghadapi kontak dengan budaya luar. Orang Bali juga sangat kreatif dalam menanggapi budaya luar dan sifat keterbukaannya merupakan tantangan yang dapat memberi manfaat yang lebih besar dengan kreativitas baru, tetapi tidak terputus dari akarnya. Terkait persoalan ini dengan mengaitkan pentingnya manajemen, Edy Sutrisno (2013:53) menyatakan bahwa kini organisasi mengalami transformasi proses manajemen sejalan dengan pesatnya perubahan lingkungan global. Interaksi terjadi antara lingkungan tersebut dengan organisasi berpola aksi-reaksi, di mana perubahan lingkungan secara aktif memengaruhi organisasi dan disisi lain organisasi meresponnya dengan mengadakan transformasi proses manajerial. Transformasi dalam pengertian adanya suatu perubahan cara pandang dan perubahan fungsi penggunaan *bale banjar* sebagai ruang publik yang dinamis.

Sejalan dengan perkembangan pariwisata di Bali memperlihatkan kompleksitasnya dengan memanfaatkan fungsi *bale banjar* merupakan ruang publik sebagai sebuah model penguatan keragaman penggunaannya. Industri pariwisata dalam penguatan kebudayaan Bali tidak hanya menampilkan kesenian tradisional yakni seni pertunjukan di hotel-hotel, tempat penginapan wisatawan atau pada stage-stage pertunjukkan yang disediakan oleh pihak pengelola seni pertunjukan wisata, juga memanfaatkan *bale banjar* tempat menyuguhkan berbagai produk kebutuhan

wisatawan yang menguntungkan (Subrata, 2018:57). Seperti halnya di kawasan pariwisata Ubud, khususnya di Desa Adat Ubud, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar suatu desa adat memiliki segudang potensi yang dikembangkan oleh masyarakatnya dengan memperoleh pelayanan sepenuh hati, ramah dan murah senyum.

Penuh kesadaran dalam perlakuan yang baik dan adaptif terhadap pariwisata sebagai sumber pengasilan dan penghidupan. Banyak wisatawan mancanegara yang berkunjung, menginap, berbelanja di daerah tersebut, terjadi interaksi saling menguntungkan tentu menyenangkan. Masyarakat lokal ikut pula memanfaatkan *bale banjar* sebagai arena transaksi kebutuhan konsumsi dalam jumlah kecil maupun yang banyak seperti terdapat di kota-kota, antara lain Kota Denpasar dan Gianyar. Pemilihan *bale banjar* sebagai arena transaksi ada faktor tertentu yakni berdasarkan pilihan rasional. Membahas persoalan ini dalam pemecahan masalah dapat merujuk teori pilihan rasional.

Konsumsi keberlanjutan pembeli atau pemakai memiliki kebanggaan tersendiri ingin mendapat simpati dari orang lain. Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan menggunakan suatu produk yang tidak tuntas. Maksudnya belum habis suatu produk tertentu dipakai, seseorang telah menggunakan produk-produk lain dengan fungsi yang sama. Perilaku konsumtif yakni mengonsumsi berdasarkan hasrat bukan pada kebutuhan. Tidak dapat dipungkiri pada era sekarang banyak menjamur pedagang disetiap tempat yang dianggap memungkinkan menarik pembeli serta meraih penghasilan. Bali telah diakui oleh pihak luar memiliki segudang keunikan dan memiliki daya tarik bagi wisatawan baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Hal ini menurut Picard (2006:21) bahwa reputasi yang terpuji itu sepenuhnya disebabkan oleh daya tarik orang Bali dan pulaunya. Menurut Windia (2006:214), kearifan lokal itulah antara lain yang mewarnai alam pikiran orang Bali sehingga menyebabkan Pulau Bali terkenal dengan berbagai sebutan yang menggambarkan keindahan alamnya, keharmonisan hubungan antar sesama warganya dan keramah tamahan penduduk.

Persoalannya mengapa *bale banjar* menjadi daya tarik sebagai arena jual beli oleh pihak-pihak tertentu yang bergelut dalam usaha dagang baik untuk pemenuhan kepentingan konsumsi pariwisata maupun kepentingan konsumsi masyarakat lokal. Problematikanya suatu dilema dan pergulatan antara tradisi, adat, budaya dan ekonomi dengan ideologi kapitalis dan modernisasi. Apakah esensi *bale banjar* sebagai ruang publik harus tunduk pada kepentingan ideologi kapitalis atau justru terjadi konsensus yang saling menguntungkan. Bali telah diakui oleh pihak luar memiliki segudang keunikan dan memiliki daya tarik bagi wisatawan baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Kreativitas orang Bali melalui hasil kebudayaanya dapat diamati, dicermati, dinikmati yang bersifat stabil (tetap)

maupun yang mengalami dinamika (perubahan) termasuk multifungsi *bale banjar* yang menarik untuk disimak dan diungkapkan.

II. METODE

Penelitian ini dilakukan di Desa Adat Ubud, Gianyar dan Kota Denpasar dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif didasarkan pada filsafat fenomenologi yang lebih menekankan penghayatan dan berusaha menafsirkan makna di balik tindakan manusia. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan tiga teknik, yaitu observasi, wawancara mendalam dan teknik dokumen. Selanjutnya dengan menggunakan teknik pengumpulan data itu diharapkan memperoleh data yang cukup dan ada peluang untuk melakukan triangulasi data, yakni pengecekan data secara silang, sehingga validitas data yang digali menjadi lebih terjamin. Data yang dikumpulkan dianalisis dengan cara menafsirkan secara berulang-ulang.

III. PEMBAHASAN

Alasan penyebab terjadinya multifungsi *bale banjar* di Bali. Dijelaskan melalui sub-sub bab, masing-masing dibahas adalah; adanya permintaan pihak pengusaha pariwisata, letak *bale banjar* pada tempat yang strategis, terjadinya konsensus, dan reproduksi *bale banjar*, diuraikan sebagai berikut ini.

3.1 Adanya Permintaan Pihak Pengusaha

Sejalan perubahan lingkungan bisnis (industri) yang semakin ketat, kreativitas dan inovasi telah menjadi kegiatan yang utama dan rutin bagi perusahaan, seperti halnya pemasaran. Inovasi memegang peranan penting dalam rangka menyelaraskan kepentingan organisasi yakni visi, misi, dan strategi dengan lingkungan eksternal untuk mencapai keberhasilan dalam jangka panjang (Edy Sutriso, 2011:103). Strateginya berupaya mencari tempat strategis untuk mengembangkan kegiatan bisnis jangka panjang. Tempat juga menjadi perhitungan dalam melakukan usaha. Kreativitas dan inovasi sangat diperlukan untuk memacu agar selalu unggul dan memberikan pelayanan yang terbaik untuk meraih kepercayaan.

Berpijak dari pendapat Suwardjoko dan Indira (2007:21), bahwa sektor pariwisata sebagai suatu industri, terdiri atas elemen-elemen yang masing-masing dapat di pandang sebagai sektor mandiri, namun berkaitan dengan kepariwisataan, elemen-elemen ini saling menunjang. Pemahaman atas elemen-elemen akan sangat membantu dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata dalam kaitan dengan pengembangan tata ruang. Laju perkembangan pariwisata semakin pesat menjadi suatu industri tidak hanya di Bali tetapi di dunia. Mengakibatkan produk pariwisata memiliki pasar dan itu berarti ada permintaan akan produk pariwisata. Sejalan dengan itu bahwa masyarakat masa kini melakukan wisata sebagai pemenuhan kebutuhan ekonomi, sosial, dan budaya. Kemajuan teknologi telah mengubah kebiasaan dan tingkah laku masyarakat dalam menikmati waktu.

Tata ruang dalam konteks ini pemanfaatan *bale banjar* untuk menunjang kebutuhan pariwisata akan atraksi kesenian, makanan dan kebutuhan lain wisatawan yang dianggap representatif. *Bale banjar* sebagai representasi ruang publik yang bersifat tradisional akan dapat bermanfaat ganda. Artinya dengan memanfaatkan ruang tersebut secara efektif akan mendatangkan hasil dan menguntungkan secara ekonomi.

Tidak saja menguntungkan pihak industri pariwisata dalam hal ini pengusaha yang bergerak dibidang jasa pariwisata akan tetapi keuntungan secara ekonomi (finansial) juga akan diraih oleh pemilik *bale banjar*. Hal ini terjadi pada *bale banjar* yang ada di Desa Adat Ubud. Semula bangunan *bale banjar* hanya ada satu bangunan pada satu tempat, kemudian berkembang dengan cara membangun *bale banjar* yang baru di lain tempat.

Persoalan ini menjadi menarik dalam bahasan *krama banjar* setempat ketika agenda *sangkepan* (rapat anggota banjar) dicetuskan ide-ide tentang permintaan seorang pengusaha menyewa *bale banjar* untuk kepentingan pariwisata. Adanya penawaran dari pihak luar yakni pengusaha yang bergerak dalam bidang kepariwisataan dengan keberagaman pemanfaatan *bale banjar*. Penawaran bernilai tinggi membuat pemilik *bale banjar* merasa tergiur dari sudut pandang harga.. Hal ini diungkapkan oleh salah seorang tokoh masyarakat sebagai berikut ini.

Menurut Bapak I Nyoman Yoga (wawancara tanggal 28 Juli 2018), menyatakan ketika itu menjabat sebagai *Kelian Banjar* Adat Ubud Kelod, Desa Adat Ubud. Bahwa sekitar tahun/2006 ada seorang pengusaha yang bergerak dalam bisnis pariwisata yang berdomisili di Denpasar berkeinginan untuk menyewa (kontrak) *bale banjar* jangka waktu sepuluh tahun dengan harga lumayan tinggi. Dalam pembicaraan pihak penyewa menyampaikan bahwa *bale banjar* akan digunakan sebagai restoran kebutuhan konsumsi wisatawan. Hal ini kemudian menjadi bahan pertimbangan untuk dibahas dalam *sangkepan krama banjar*.

Inisiatif penyewaan *bale banjar* bukan atas dasar dorongan pihak pemilik akan tetapi pihak penyewa yang menginginkan *bale banjar* sebagai tempat usaha. Pertimbangan pihak pemilik (*krama banjar*) melihat dari segi nilai harga yang relatif tinggi dan penggunaannya untuk kemajuan pariwisata Ubud. Kegunaannya tidak menyimpang dari norma dan kaedah umum serta mampu mendatangkan wisatawan sehingga kesepakatan tentu segera dapat terjadi. Prinsip saling menguntungkan dilakukan kedua belah pihak dalam transaksi yang memiliki nilai ekonomi. Di samping itu, di Kota Denpasar ada beberapa *bale banjar* sebagian dikontrakkan untuk menjual barang dagangan, seperti di Banjar Pameragan, Banjar Tegal Baler Geria, Banjar Ketapian Kaja, Banjar Pagan Kaja, Banjar Abian Kapas Kaja sebagian

dibuat pertokoan. Konstruksi bangunan *bale banjar* tersebut sebagian besar berlantai dua sehingga bagian bawahnya dikontrakan kepada pihak lain.

3.2 Letak *Bale Banjar* Pada Tempat Strategis

Melalui pariwisata, kebudayaan masyarakat tradisional agraris sedemikian rupa bertemu dan terpadu dengan kebudayaan masyarakat modern industrial. Kemudian kebudayaan-kebudayaan itu saling menyapa, saling bersentuhan, saling beradaptasi dan tidak jarang kemudian menciptakan produk-produk budaya baru. Pariwisata dan globalisasi membawa perubahan ke arah masyarakat yang konsumer, menciptakan gaya hidup, meningkatkan daya beli. Interaksi dapat dilakukan dengan cepat melalui teknologi informasi dan komunikasi semakin canggih.

Interaksi bisnis tidak hanya antarindividu melainkan melibatkan organisasi, bertemunya pengusaha (usaha dagang) dengan organisasi dalam menentukan arah kebijakan dan perkantoran sehingga terjalin kerjasama yang saling menguntungkan. Kesepakatan atau konsensus merupakan pernyataan penting dalam menentukan arah kebijakan suatu unit usaha sehingga masing-masing pihak dapat melakukan koordinasi di dalam organisasinya atau institusinya. Konsolidasi mengintensifkan gagasan-gagasan dalam tindakan nyata menggerakkan komponen-komponen terkait menentukan.

Sementara itu, dalam kawasan pariwisata dan kota tidak hanya penduduk lokal mendiami tempatnya akan tetapi tidak sedikit kaum urban yang menjadi bagian dalam komunitas. Masyarakat urban modern yang cenderung mengedepankan kepentingan ekonomi tampaknya ikut berpartisipasi dalam memajukan pariwisata di Desa Adat Ubud. Partisipasinya dalam bentuk membangun usaha disesuaikan kebutuhan wisatawan. Pariwisata di daerah Ubud semakin berkembang ditunjang adanya ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai, seperti hotel, *home stay*, restoran, tempat belanja, kesenian, museum seni, panorama alam, serta keunikan lainnya yang menjadi daya pikat mempesona.

Ubud tidak lepas dari persoalan pariwisata karena kehidupan masyarakatnya memang lengket dengan pembangunan pariwisata (Parimarta, 2006). Tidak terhelakan *bale banjar* menjadi komoditas berorientasi ekonomi pasar. Hal ini dapat terjadi karena letak *bale banjar* berada pada tempat strategis di tengah-tengah pusat keramaian. Cocok untuk menjual produk kepentingan konsumsi wisatawan. Ketika *bale banjar* di Banjar Ubud Kelod ditaksir untuk disewa menjadi tempat usaha untuk kebutuhan pariwisata tentu tidak dengan mudah didadatkan oleh pihak penyewa dalam hal ini adalah seorang pengusaha yang bergerak dalam perdagangan barang kebutuhan wisatawan. Memerlukan waktu karena harus mendapatkan keputusan persetujuan dari pihak *banjar* melalui proses *sangkepan krama banjar* adat setempat (rapat anggota *banjar*) juga harus mendapat persetujuan dari pihak *Bendesa* Desa Adat Ubud. Terkait persoalan ini, menurut Cokorda Raka Kerthyasa adalah *Bendesa*

Desa Adat Ubud (wawancara, tanggal 27 Agustus 2018), menyatakan sebagai berikut ini.

“Ketika itu sekitar tahun 1990-an suasana pariwisata sudah menggeliat ke arah yang lebih ramai, dalam arti ramai kunjungan wisatawan dan kemanfaatannya. Fenomena tersebut menggairahkan para pelukis muda, usaha menengah kecil untuk melakukan aktivitas dalam kaitannya dengan kebutuhan akomodasi pariwisata pedesaan yakni *homestay*, tempat makan (restoran), tempat belanja kebutuhan lainnya untuk kepentingan wisatawan. Bangkitnya usaha-usaha untuk pemenuhan kebutuhan pariwisata memerlukan tempat yang strategis, persediaan lahan strategis terbatas untuk suatu bangunan tempat usaha pribadi. Sementara itu ada beberapa bangunan luas yang tradisional dan unik yakni *bale banjar* sebagai ruang publik dilirik, ditawarkan untuk disewa oleh beberapa pengusaha. *Bale banjar* di atas lahan yang cukup luas dan berada pada lokasi strategis milik *tiga banjar* yaitu: (1) Banjar Ubud Kelod, Banjar Ubud Tengah, dan Banjar Ubud Keja”.

Tiada alasan pihak desa adat untuk menghalangi walau keputusan boleh dan tidak boleh itu ada di tangan Bendesa Adat Ubud, justru memberikan perhatian serius agar *banjar-banjar* adat untuk biasa lebih tanggap dalam membangun dan maju bersama-sama dalam mencapai tujuan. Semua dilakukan dalam pengambilan keputusan berdasarkan koordinasi, komunikasi, menyatukan persepsi sehingga tercapai kata sepakat dan mufakat. Oleh karena tempat yang strategis itu menjadi daya tarik bagi para pengusaha atau usaha dagang yang mampu memenuhi kebutuhan konsumsi para wisatawan. Mengingat daerah pariwisata harus ditunjang dengan fasilitas dan prasarana yang lengkap sesuai kebutuhan.

Bangunan *bale banjar* di Kota Denpasar sebagian besar berlantai dua dengan luas yang terbatas tetapi fungsional mampu memanfaatkan ruang publik ini bertambah sebagai tempat transaksi barang dagangan. Di lantai bawah inilah dibuat dalam bentuk pertokoan sehingga berbagai jenis produk dipasarkan oleh masing-masing pengontrak. *Bale banjar* lebih berdayaguna dengan tidak mengesampingkan fungsi utamanya bagi *krama banjar*.

3.3 Adanya Konsensus

Pihak-pihak yang akan menyewa *bale banjar* pada tempat yang strategis itu semua dilakukan atas dasar konsensus. Maksudnya konsensus secara internal pihak *banjar* dan desa adat telah sepakat untuk menyewakan kepada pihak lain untuk tujuan usaha menjual produk yang diperlukan wisatawan yang berwisata di daerah Ubud. Semua ini dilakukan agar pariwisata ubud dapat berkembang dengan baik dengan segala fasilitas yang diperlukan tersedia. Pariwisata itu sendiri dapat berkembang apabila pada kawasan itu terdapat berbagai daya tarik yang dapat dan

mudah dikunjungi. Sementara komunikasi dengan pihak-pihak penyewa telah terjadi secara intensif dan kontak-kontak selalu diadakan kedua belah pihak secara timbal balik saling memerlukan. Pada suatu saat tertentu didapatkan suatu konsensus (kesepakatan) harga dalam bentuk kontrak berjenjang setiap lima tahun dapat diperpanjang lagi.

Sementara itu, beberapa *banjar* di Kota Denpasar yang disebutkan di atas, dikontrakan atau disewakan untuk memberi ruang bagi para pengusaha dagang lokal menjual barang dagangan untuk kepentingan masyarakat lokal pula. Sangat menarik bermanfaat ganda disatu sisi dapat digunakan untuk ruang rapat-rapat, dan kepentingan warga *banjar* serta aktivitas *sekaa teruna-teruni* (organisasi muda-mudi), di sisi lain ada pemasukan secara ekonomi (uang) dari hasil kontrakkan.

Konsensus itu penting dilakukan untuk mengantisipasi agar tidak terjadinya persoalan dikemudian hari. Baik secara internal maupun eksternal, hal ini dilakukan untuk tujuan jangka panjang yang saling menguntungkan dan menumbuhkan kepercayaan untuk setiap tindakan dapat dilakukan secara terukur dan bermanfaat ganda. Mengingat di masa-masa mendatang kebutuhan akan terus meningkat sementara keberadaan warga yang tidak menentu ekonominya sehingga dapat membantu kekurangannya.

3.4 Reproduksi *Bale Banjar*

Adat-istiadat dan tradisi adalah cara dan perilaku suatu komunitas masyarakat yang menyatakan eskistensinya dalam pergaulan sosial dan hubungan antarpribadi, baik internal yakni dalam lingkungan sendiri maupun eksternal yakni kontak dengan pihak luar. Terkait persoalan ini, menurut Cokorda Raka Kerthyasa sekaligus Bendesa Desa Adat Ubud, ketika itu pihak pimpinan desa adat mendorong agar segera dapat membangun kembali *bale banjar* yang baru pada lokasi yang ada dan tidak jauh dari lingkungan tempat tinggal mereka.

Hal tersebut menjadi pemikiran bagi ketiga *banjar* sebagai pemilik karena pihak pengusaha mendesak untuk segera mendapat keputusan. Pihak *banjar* juga berpikir untuk segera membangun *bale banjar* untuk tempat seni pertunjukan, karena *bale banjar* yang disewakan itu adalah sebagai tempat atraksi seni pertunjukan wisata. Jika dibandingkan dengan pemasukan dari hasil pementasan seni pertunjukan reguler dengan nilai (harga) kontrak yang akan disewa oleh pihak penyewa dinilai dari harga jauh lebih tinggi keuntungannya. Dihitung secara ekonomi akan sangat menguntungkan apabila dikontrakan jangka lima tahun dapat diperpanjang kembali.

Di samping nilai (harga) yang tinggi dan menguntungkan secara ekonomi juga berdampak pada ramainya wisatawan yang akan datang berkunjung ke Ubud apabila pasilitas bertambah dan memadai. Tidak hanya untuk sekadar pemenuhan konsumsi akan makan tetapi juga pemenuhan terhadap keindahan lingkungan alam dan

kebutuhan akan barang-barang seni. Dua hal yang menarik lingkungan dan budaya yang serasi tanpa harus masyarakatnya bertingkah laku yang berpura-pura. Tindakan masyarakat sesuai dengan tradisi, adat, ritual, dan budaya yang mereka miliki sebagai kearifan lokal.

Secara tidak langsung perilaku tolong-menolong dalam proses negoisasi yang dilakukan pihak pengusaha (pengontrak) dan atas dasar keyakinan yang mereka miliki. Bahwa masyarakat disini mau dan mudah berkomunikasi sehingga terjalin interaksi dua arah. Sungguh sangat mudah untuk diajak berkomunikasi sepanjang mereka mengetahui persoalan yang ditanyakan serta sesuatu yang diinginkan. Suasana alam pedesaan dengan pariwisatanya yang dibingkai kegiatan pertanian masih ada yang menemukinya.

Atas arahan serta petunjuk dari pimpinan adat setempat yakni Bendesa Desa Adat Ubud serta pihak Puri Ubud bahwa *banjar* baru di atas tanah milik *banjar* adat terdekat dapat segera dilakukan. Kesepakatan kontrak-mengontrak antara Banjar Ubud Kaja, Banjar Ubud Tengah, dan Banjar Ubud Kelod dengan pengusaha selaku pengontrak telah terjadi di tahun 1990-an. Kongskwensinya di masing-masing *banjar* membuat *bale banjar* baru sesuai dengan keinginan *krama banjar*. Hal ini tidak menjadi persoalan membuat *bale banjar* baru sudah mengantongi dana dari hasil penyewaan *bale banjar*.

Sementara itu, Banjar Ubud Kelod sebelumnya sudah memiliki *bale banjar* yang berada di dekat lapangan umum dan *mankey forest*. Dalam proses perpindahan tidak ada kendala. Ketika itu hanya Banjar Ubud Kelod yang memiliki dua bangunan *bale banjar* pada tempat yang berbeda serta memiliki nilai ekonomi yang tinggi karena faktor tempat yang sangat strategis. Faktor keberuntungan itu tidak menjadi protes pihak *banjar-banjar* lainnya dan justru ikut juga merasakan kemudahan dalam kebutuhan hidup.

Pada tahun 2006 *Bale Banjar* Ubud Kelod sangat diminati oleh pengusaha untuk dijadikan tempat usaha pemenuhan kebutuhan pariwisata yakni akan dijadikan restoran pemenuhan kebutuhan wisatawan mancanegara. Melalui suatu proses yang relatif panjang, akhirnya disetujui dan membuat suatu perjanjian sewa-menyewa. Pada suatu hari terjadilah transaksi yang menguntungkan bagi kedua belah pihak, di mana pihak pengontrak memiliki tempat usaha dan pihak pemilik dalam hal ini *krama banjar* mendapatkan dana untuk digunakan membangun *bale banjar* baru pada tempat yang lain dan sisanya dipakai dana kas milik *banjar*.

Banjar Ubud Tengah juga disewakan karena berada dijalur pertokoan sehingga berimbas menjadi toko. Dikontrakan kepada pengusaha orang lokal menjual produk lokal yang mengonsumsi semua kalangan baik wisatawan maupun penduduk lokal. Dengan demikian Banjar Ubud Tengah telah menyewakan dua *bale banjar* pada lokasi yang berbeda atas keinginan *krama banjar*. Kini semua *banjar* dalam lingkup Desa Adat Ubud telah membangun *bale banjar* baru yang megah

menjadi kebanggaan masing-masing memiliki fungsi. Hal ini sejalan dengan pernyataan Agung Suyasa (2006), masyarakat Ubud bersama puri dari masa ke masa harus selalu berjalan senergi membawa misi pelestarian dan pembangunan desa Ubud menuju desa yang berkemakmuran yang kaya akan sumber daya manusia cerdas berilmu dan memiliki ketakwaan yang tinggi terhadap keyakinan religinya,

IV. PENUTUP

Berdasarkan uraian pembahasan di atas, maka selanjutnya dapat ditarik suatu simpulan sebagai berikut.

Perkembangan pariwisata dan globalisasi berbagai kebudayaan Bali mengalami komodifikasi, yakni sebagai komoditas yang menguntungkan. Hal ini berpengaruh terhadap perkembangan fungsi *bale banjar* yang semula sebagai fungsi sosial, budaya, religius, politik dan kemudian berkembang sebagai fungsi ekonomi yang mendatangkan keuntungan finansial dari hasil penyewaan (kontrak) dan pemanfaatan keuntungan ekonomi lainnya. Hal ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan ruang kosong pada *bale banjar* di tengah maraknya usaha dagang mencari tempat untuk mengembangkan usaha.

Hal ini dapat terjadi karena adanya beberapa alasan terjadinya multifungsi *bale banjar* dalam masa kini. Bahwa adanya permintaan pengusaha dagang untuk menyewa dalam jangka waktu tertentu. Barang dagangan yang dijual beragam dari pemenuhan kebutuhan wisatawan sampai konsumsi masyarakat lokal. Hal ini menjadi daya tarik pihak penyewa karena letak lokasi *bale banjar* pada tempat strategis. Terletak pada jalur yang ramai mudah dijangkau oleh konsumen, memiliki daya tarik dan pasti ada pembeli serta terjadi transaksi yang menguntungkan. Adanya konsensus antara pihak internal dan eksternal. Secara internal adanya kesepakatan dari *krama banjar* dan pihak pimpinan desa adat dan secara eksternal terjadinya kesepakatan sewa-penyewa antara penyewa dengan pihak *banjar* adat dalam jangka waktu tertentu melalui perjanjian. Sebagai upaya untuk mendatangkan keuntungan finansial ada beberapa *bale banjar* di Kota Denpasar direhab berlantai dua, lantai bagian bawah dibuat kios atau blok-blok pertokoan ada pula tempat *bale banjar* itu yang disewakan. *Bale banjar* sudah dikontrakkan untuk usaha dagang, tindakan selanjutnya pihak *banjar* yang ada di Desa Adat Ubud melakukan reproduksi *bale banjar* dengan cara membangun *bale banjar* baru pada tempat yang baru di lingkungan tempat tinggal *krama banjar*.

Dengan demikian, terjadi multifungsi *bale banjar* dalam masa kini dapat terjadi karena warga masyarakat sebagai pemilik yang melakukannya dengan tujuan untuk mendatangkan finansial (uang) dengan cara pemanfaatan ruang kosong *bale*

banjar dan tentu sebagai pemenuhan kebutuhan *krama banjar*. Di samping itu, memberikan ruang pada pihak pengusaha untuk pemasaran produk-produk sesuai dengan selera yang mengonsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

Abdulah, Irwan. 2007. *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Agung Suyasa, Tjokorda Gde. 2006. *Bersama Puri Membangun Ubud Menciptakan Manusia Cerdas Berilmu Dan Bertakwa*, dalam *Kembang Rampai Desa Ubud*. (Tjokorda Oka A.A. Sukawati. Penyusun). Denpasar: Pustaka Nayottama.

Ardika, I Wayan. 2008. *Pariwisata dan Komodifikasi Kebudayaan Bali dalam Pusaka Budaya dan Nilai-Nilai Religiusitas*. Denpasar : Jurusan Arkeologi Fakultas Sastra Universitas Udayana

Atmadja, Nengah Bawa. 2006. “Menggali Potensi Kebudayaan Etnik Kebudayaan Nasional dalam Konteks Kebudayaan Global” Makalah Seminar Memperingati Dies Natalis dan Wisuda Unhi.

Bagus, I Gusti Ngurah. 1999. *Manusia dan Kebudayaan di Indonesia* (Koentjaraningrat ed). Jakarta : Djambatan.

Edy Sutrisno, H. 2013. *Budaya Organisasi*. Jakarta : Kencana.

Picar, Michel, 2006. Bali: *Pariwisata Budaya dan Budaya Pariwisata*. Jakarta : Kepustakaan Populer Gramedia.

Piliang, Yasraf Amir. 2006. *Dunia Yang Dilipat: Tamasya Melampui Batas-Batas Kebudayaan*. Yogyakarta : Jalasutra.

Poerwanto Hari. 2006. *Kebudayaan Dan Lingkungan Dalam Perspektif Antropologi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Subrata, I Wayan. 2014. *Komodifikasi Tari Barong*. Surabaya : Paramita.

Subrata, I Wayan. 2018. “Komodifikasi *Bale Banjar* Di Desa Pakraman Ubud, Gianyar”. Laporan Hasil Penelitian, Hibah Penelitian Dirjen Bimas Hindu Kementerian Agama Republik Indonesia di Jakarta.

- Suwardjoko P Warpani dan Indira P Warpani. 2007. *Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah*. Bandung ; ITB.
- Suweca, I Wayan. 2006. “Ubud Dan Pembangunan” dalam *Kembang Rampai Desa Ubud*. (Tjokorda Oka A.A. Sukawati. Penyusun). Denpasar: Pustaka Nayottama.
- Agung Suyasa, Tjokorda Gde 2006. *Bersama Puri Membangun Ubud Menciptakan Manusia Cerdas Berilmu Dan Bertakwa*, dalam *Kembang Rampai Desa Ubud*. (Tjokorda Oka A.A. Sukawati. Penyusun). Denpasar: Pustaka Nayottama.
- Usman, Sunyoto. 2008. *Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Windia, Wayan P. 2006. *Investor & Desa Pakraman* dalam *Kembang Rampai Desa Ubud*. (Tjokorda Oka A.A. Sukawati. Penyusun). Denpasar: Pustaka Nayottama.