



Laporan Riset

Komodifikasi Penjor sebagai Sarana Persembahyangan Umat Hindu

Ketut Hery Sony Pratama, Saortua Marbun*

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Triatma Mulya

Info Artikel

Sejarah artikel:

Dikirim 14 Maret 2016

Direvisi 20 April 2016

Diterima 24 Mei 2016

Kata Kunci:

Komodifikasi

Penjor

Hindu

Galungan

Bali

Abstrak

Menurut Ajaran Agama Hindu di Bali, penjor dimaknai sebagai pemberian persembahan atau sebagai ungkapan terimakasih kepada bumi atau pertiwi yang sudah memberikan tempat hidup dan kesejahteraan manusia, mewujudkan kedamaian dan kesejahteraan manusia untuk mencapai kemenangan *dharma* melawan *adharma*. Penjor dibuat dari bahan-bahan alam yakni sebatang bambu yang ujungnya melengkung lalu dihiasi dengan berbagai jenis *reringkitan*, variasi dari daun janur atau daun enau yang masih muda. Seiring dengan berjalannya waktu, penjor pun mengalami pergeseran makna bagi Masyarakat Hindu dikarenakan semakin banyak generasi muda yang tidak memahami makna penjor yang sebenarnya.

Di sisi lain, penjor telah diperjualbelikan beserta dengan kelengkapan-kelengkapannya. *Komodifikasi* penjor membuat masyarakat merasa dimudahkan mengingat bahan-bahan pembuatan penjor seperti janur, bambu, dan bahan lainnya saat ini sudah mulai langka di daerah perkotaan. Bertambahnya penjual penjor di Kawasan Denpasar membuat masyarakat cenderung memilih membeli perlengkapan penjor atau pun penjor yang sudah jadi.

© 2016 Komunitas Studi Kultural Indonesia. Diterbitkan oleh An1Image. All rights reserved.

1. Pendahuluan

Penjor merupakan salah satu budaya yang berkembang di masyarakat khususnya di Bali, seiring dengan berjalannya waktu, penjor pun mulai berubah maknanya bagi Masyarakat Hindu itu dikarenakan semakin banyak generasi muda yang tidak tahu menahu tentang makna penjor yang sebenarnya.

Penjor saat ini sudah cenderung hanya sebagai hiasan rumah saat Galungan sehingga masyarakat berlomba-lomba dalam membuat hiasan penjor yang sedemikian rupa.

Sama halnya seperti *canang*, penjor pun mulai dilirik dalam dunia usaha, karena di zaman sekarang ini orang sudah lebih mementingkan kegiatan duniawinya atau kegiatan mereka di kantor atau lebih mementingkan pekerjaannya dari pada membuat penjor dari kebiasaan tersebut banyak masyarakat yang mencari keuntungan lewat berjualan penjor.

Gejala ini memunculkan masalah-masalah seperti, Pertama, bagaimana pandangan Agama Hindu tentang penjor? Kedua, apa makna penjor yang sebenarnya? Ketiga mengapa penjor itu *dikomodifikasi*? Keempat, bagaimana pandangan manajemen bisnis terhadap *komodifikasi* penjor? Jawaban dari masalah-masalah tersebut sangat dibutuhkan guna menambah wawasan tentang penjor dan maknanya serta peluang bisnisnya.

Jawaban tersebut dibutuhkan banyak orang agar memahami arti dari penjor menurut Agama Hindu, dan untuk mengetahui penyebab penjor *dikomodifikasi*.

2. Diskusi

Galungan merupakan salah satu acara besar di Bali walaupun belum diakui sebagai hari libur nasional. Dalam perayaannya Galungan sangat identik dengan dipasangnya penjor di depan rumah tepatnya di sebelah kanan pintu gerbang rumah atau di depan *Sanggah Lebu*.

Penjor dibuat dari bahan-bahan alam yakni bambu yang ujungnya melengkung lalu dihiasi dengan berbagai jenis *reringkitan* atau variasi dari daun janur atau daun enau yang masih muda.



Citra 1. Penjor. Sumber: Magnificent Bali, 2014

<https://magnificentbali.files.wordpress.com/2014/05/penjor.jpg?w=300&h=200>

* Peneliti koresponden: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Triatma Mulya, Jl. Kubu Gunung Tegal Jaya Dalung Kuta Utara Badung, Bali 80361. Mobile: +628123643289 | Email:saortuam@gmail.com

Setelah itu penjor dilengkapi dengan gantung-gantungan yang digantung pada bagian atas bambu tepatnya di bagian lengkungannya.

Gantung-gantungan yang dipasang antara lain *pala bungkah* (umbi-umbian), palawija (jagung, padi, dan sejenisnya), *pala gantung* (kelapa, mentimun, pisang, dan buah lainnya, kain putih dan kuning, serta jajan).

Adapun gantungan yang diletakkan pada ujung bambu yaitu *sampiyon* penjor lengkap dengan *porosan* dan bunga dan untuk bagian bawahnya berisi *Sanggah Ardha Candra* atau *sanggah* dengan bentuk persegi empat dengan bentuk atas yang melengkung setengah lingkaran menyerupai bulan sabit atau ada juga yang membuat berbentuk segitiga dan lengkap dengan sajennya.

Adapun makna penjor menurut Ajaran Agama Hindu di Bali yaitu untuk memberikan persembahan atau sebagai ungkapan terimakasih kepada bumi atau pertiwi karena sudah memberikan tempat hidup dan kesejahteraan manusia serta agar dapat mewujudkan kedamaian dan kesejahteraan manusia untuk mencapai kemenangan *dharma* melawan *adharma*.

Pertiwi itu lantas digambarkan sebagai dua ekor naga yaitu Naga Basuki dan Naga Ananta Bhoga. Selain itu penjor juga dimaknai sebagai simbol gunung yang memberikan keselamatan dan kesejahteraan.

Seiring dengan perkembangan zaman banyak orang lebih mengedepankan unsur seni daripada unsur sakralnya sehingga muncul 2 jenis penjor yaitu Penjor Sakral dan Penjor Hiasan atau sering disebut dengan *pepenjoran*.

Penjor sakral dibuat pada saat ada Upacara Dewa *Yadnya* (*odalan* di Pura) pada penjor sakral berisikan *sanggah* dan gantung-gantungan seperti *sampyan*, *pala bungkah*, *pala gantung*, palawija dan diisikan *banten* penjor serta diupacarai seperti halnya di Hari Raya Galungan penjor diupacarai pada saat *penampahan* Galungan atau sehari sebelum Galungan.

Penjor hias dibuat pada saat ada acara *Manusa Yadnya* dan *Pitra Yadnya* (*Nganten*, *Metatah*, *Ngaben*) pada penjor hiasan tidak berisikan *sanggah* dan perlengkapan seperti Palawija, *pala gantung*, *pala bungkah*, karena lebih mengedepankan unsur seni dari penjor itu.

Penjor hias mulai marak karena sering diadakannya perlombaan membuat penjor, jadi masyarakat berlomba-lomba menghias penjornya sedemikian rupa yang dulunya hanya memakai satu *gelungan* sekarang sudah memakai lebih, ada yang membuat *sampyan penjor* seperti manusia, ada yang menambahkan ornamen *barong*, naga serta *ornament* lainnya.

Bahkan saat ini pemakaian *mute* dan *styrofoam* sudah marak karena membuat penjor menjadi lebih bagus. Penjor hias ini pun mulai dipandang masyarakat sebagai penjor sakral karena kurangnya pengetahuan tentang makna penjor yang sesungguhnya. Seperti gambar penjor di bawah ini, penjornya dibuat dengan hiasan barong yang sudah tampil bagus atau sudah penuh dengan nilai seni tapi menyimpang dengan makna penjor yang sebenarnya.



Citra 2. Penjor. Sumber: Moris Teruna Blahbatuh, 2016
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1097638040288975&set=a.478426268876825.126826.100001283694664&type=3&theater>

3. Mengapa Penjor Dikomodifikasi

Masyarakat senantiasa berubah di semua tingkatan kompleksitasnya. Pada tingkat makro terjadi perubahan ekonomi, politik, dan kultur. Pada tingkat *meso* terjadi perubahan kelompok, komunitas, dan organisasi. Sementara pada tingkat mikro terjadi perubahan interaksi dan perilaku individual. Dalam masyarakat kini terkandung pengaruh, bekas, dan jiplakan masa lalu serta bibit potensi untuk masa depan.

Sifat berprosesnya masyarakat secara tersirat berarti bahwa fase sebelumnya berhubungan sebab akibat dengan fase kini dan fase kini merupakan prasyarat sebab akibat yang menentukan fase berikutnya (Sztompka, 2005) [1].

Oleh karena itu muncul istilah kapitalisme atau sistem perekonomian yang memberikan kebebasan secara penuh kepada setiap orang untuk melaksanakan kegiatan perekonomian seperti memproduksi barang, menjual barang, menyalurkan barang dan lain sebagainya.

Dalam sistem ini pemerintah bisa turut ambil bagian untuk memastikan kelancaran dan keberlangsungan kegiatan perekonomian yang berjalan, tetapi bisa juga pemerintah tidak ikut campur dalam ekonomi.

Dalam perekonomian kapitalisme setiap warga dapat mengatur nasibnya sendiri sesuai dengan kemampuannya. Semua orang bebas bersaing dalam bisnis untuk

memperoleh laba sebesar-besarnya. Semua orang bebas melakukan kompetisi untuk memenangkan persaingan bebas dengan berbagai cara.

Berbicara tentang kapitalisme adapun istilah yang juga sering muncul yaitu *komodifikasi* atau cara mendeskripsikan cara kapitalisme untuk melancarkan tujuannya dengan mengakumulasi kapital, atau menyadari transformasi nilai guna menjadi nilai tukar.

Komoditas dan *komodifikasi* adalah dua hal yang memiliki hubungan objek dan proses, dan menjadi salah satu indikator kapitalisme global yang kini tengah terjadi. Dalam ekonomi politik media *komodifikasi* adalah salah satu bentuk penguasaan media selain *strukturasi* dan *spasialisasi*.

Komodifikasi menurut Vincent Mosco digambarkan sebagai cara kapitalis dengan membawa akumulasi tujuan kapitalnya atau mudahnya dapat digambarkan sebagai suatu perubahan nilai fungsi atau guna menjadi suatu nilai tukar [2]. Dan sekarang ini telah sangat banyak sekali bentuk *komodifikasi* yang muncul dalam perkembangan kehidupan manusia.

Sedangkan *komodifikasi* penjor merupakan penjor yang awalnya dibuat sendiri oleh masyarakat dari proses penebangan bambu, pemetikan bambu atau daun enau yang masih muda dan mencari perlengkapan lainnya sendiri sampai proses pembuatan penjornya.

Namun seiring berkembangnya zaman daerah perkotaan pun sudah mulai sulit untuk mencari perlengkapan penjor sehingga banyak yang melihat peluang bisnis ini dan sampai saat ini sudah lebih banyak yang membeli penjor yang sudah jadi dari pada membuat sendiri.

Adapun ciri-ciri *komodifikasi* agama [3], yaitu pertama, barang atau jasa yang ditawarkan adalah simbol agama. Gagasan ini berlaku, mengingat bahwa penjor adalah simbol Agama Hindu di Hari Raya Galungan.

Kedua, *komodifikasi* agama memiliki motif mencari laba. [3] Gagasan ini dapat diterapkan pada kasus *komodifikasi* penjor, mengingat bahwa penjor sudah diperjualbelikan pastinya memiliki motif untuk mencari laba atau keuntungan. Dengan demikian *komodifikasi* penjor pada Masyarakat Bali tidak saja mengacu kepada aktivitas jual beli penjor, melainkan dapat bermakna lebih dalam lagi.

Komodifikasi agama pada dasarnya berkaitan erat dengan pasar dan konsumerisme. Karena pasar menyediakan beraneka barang konsumsi sesuai dengan apa yang dibutuhkan masyarakat atau diinginkan oleh konsumen [4].

Kejayaan pasar mengakibatkan masyarakat mengalami perilaku komersialisasi atau suka berbelanja. Dengan adanya pernyataan ini tidak mengherankan jika “simbol-simbol

agama yang dianggap sakral sekalipun ternyata tidak dapat lepas dari tarikan komersialisasi dan *komodifikasi*”.

Perpaduan antara pasar dan konsumerisme melahirkan, membentuk, memelihara dan melanggengkan *komodifikasi* agama. Gejala *komodifikasi* seperti ini tidak saja terjadi pada Agama Hindu, tetapi juga agama-agama lain.



Citra 3. Hiasan Penjor. Sumber: Gung Indi, 2016
http://www.nusabali.com/article_images/2416/pedagang-perengkapan-penjor-ramai-jelang-galungan-800-2016-02-03-033614_0.jpg

Maraknya penjualan bahan-bahan penjor dan penjor yang sudah jadi di Kawasan Denpasar. Hal itu nampak dari perayaan Hari Raya Galungan saat ini, hal itu dikarenakan di daerah perkotaan sudah mulai kehilangan kawasan hijaunya sebab sudah banyak terdapat bangunan-bangunan besar seperti di Daerah Denpasar.

Sekalipun terdapat kawasan hijau di Denpasar kawasan itu hanya berisi pohon-pohon biasa dan sawah yang membuat Masyarakat Denpasar sangat sulit untuk menemukan bahan-bahan membuat penjor. Melihat dari kejadian tersebut pedagang bahan-bahan penjor pun mulai berdatangan ke Kawasan Denpasar guna menjual bahan-bahan dan perlengkapan untuk membuat penjor.

Menurut penuturan dari salah satu pemasok penjor di Kawasan Denpasar, dia mendapat bahan daun enau dari luar Daerah Bali tepatnya dari Daerah Madura sedangkan perlengkapan lainnya didatangkan dari Wilayah Gianyar dan Mengwi.

Menurut penuturannya bisnis ini banyak dikerjakan oleh kasta pekerja dan yang sangat disayangkan yaitu saat ini sudah banyak pedagang dari orang yang beragama bukan Hindu yang mulai berjualan penjor itu berarti lahan bisnis Orang Bali sudah mulai berkurang karena Sifat Masyarakat Bali yang lebih suka menjadi konsumen dan jarang mau menjadi produsen, sifat ini muncul karena ajaran orang tua dulu yang sering melarang anaknya untuk berbisnis karena takut gagal sehingga sifat itu diwariskan secara genetik turun temurun.

Tidak sekedar menjual bahan-bahan penjor pedagang pun mulai menyediakan berbagai hiasan penjor hasil kreasi sedemikian rupa seperti hiasan *gelungan* bola, hiasan pada

tali *sampyan* dan hiasan lainnya yang sudah dibuat beragam untuk menarik minat pembeli.

Permasalahan di Daerah Denpasar tidak hanya kesulitan mencari bahan-bahan kelengkapan penjor tetapi masalah kedua yang dihadapi adalah masalah waktu yang diperlukan untuk membuat penjor.

Masyarakat perkotaan di zaman sekarang sudah mulai mengesampingkan aktivitas kerohanian daripada pekerjaan mereka itu karena sekarang sudah banyak yang lebih menjunjung kebenaran ilmu pengetahuan daripada harus percaya pada ajaran agama yang tidak pasti.

Untuk itu dengan adanya pedagang penjor ini masyarakat yang sibuk dengan pekerjaannya lebih mudah untuk langsung membeli bahan penjor bahkan ada yang langsung membeli penjor yang sudah jadi.

Bahan-bahan penjor yang banyak dijual saat ini hampir sebagian besar terbuat dari daun lontar atau pun janur yang berasal dari Sulawesi bahkan menggunakan material gabus atau *styrofoam* serta hiasan *mute* berwarna-warni sehingga penjor yang dulunya dibuat dari bahan-bahan alami sekarang sudah mulai bercampur dengan material dari pabrik.

Menurut Made Santi salah satu guru untuk Agama Hindu di SMP Negeri 4 Banjar, “Jika dilihat dari makna penjor yang sebenarnya perlengkapan yang berasal dari pabrik ini tidak dibenarkan oleh Agama Hindu dan sangat bertentangan dengan makna dan tujuan penjor yang sebenarnya sebab penjor itu harus dibuat dari bahan atau hasil alam bukan buatan pabrik.”

Awalnya pernak-pernik dari pabrik ini dijual untuk keperluan penjor hias bukan penjor sakral, tetapi seiring dengan berkembangnya *trend* penjor hias dan kurangnya pengetahuan tentang makna penjor, masyarakat pun mulai memakai pernak-pernik untuk penjor sakral supaya penjor mereka terlihat menarik.

4. Pandangan Manajemen Bisnis Terhadap Komodifikasi Penjor

Globalisasi tampaknya melahirkan peluang dan kekayaan yang sangat luar biasa bagi segelintir orang, dan menjerumuskan sebagian besar lainnya dalam kemiskinan dan kesengsaraan yang memilukan.

Globalisme yaitu ideologi pasar bebas, globalisme merupakan ideologi politik dominan saat ini, dalam dua dekade terakhir, konsep “globalisasi” menjadi metafora baru bagi kelompok pendukung utopia pasar untuk pandangan neoliberal mereka [4].

Terdapat banyak pengertian manajemen/bisnis yang diketahui masyarakat, walaupun semuanya mengarah pada

satu inti yakni manajemen adalah sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pengoordinasian dan pengendalian atau kontrol sumber daya dalam mencapai sasaran dengan efisien dan efektif.

Adapun beberapa pengertian manajemen menurut beberapa ahli sebagai berikut:

1. Menurut Drs. Oey Liang Lee mengartikan manajemen adalah ilmu dalam perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan dari manusia untuk menentukan capaian tujuan sebagaimana yang telah ditetapkan.
2. Pengertian manajemen menurut James A.F. Stoner adalah proses perencanaan, pengorganisasian dan penggunaan terhadap sumberdaya organisasi lainnya supaya tujuan organisasi dapat tercapai sesuai dengan yang ditetapkan.
3. Pengertian manajemen menurut R. Terry adalah suatu proses khas terdiri tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengontrolan yang dilakukan dalam menentukan serta mencapai target yang sudah ditetapkan lewat pemanfaatan sumberdaya manusia dan lainnya.
4. Pengertian manajemen menurut Lawrence A. Appley adalah suatu seni untuk mencapai tujuan tertentu lewat usaha yang dilakukan oleh orang lain
5. Pengertian manajemen menurut Horold Koont dan Cyril O'Donnel adalah suatu usaha untuk mencapai tujuan lewat kegiatan orang lain.
6. Pengertian manajemen menurut Stoner adalah suatu proses dalam membuat perencanaan, pengorganisasian, mengendalikan dan memimpin segala macam usaha daripada anggota organisasi dan menggunakan segala sumber daya organisasi dalam mencapai sasaran.
7. Pengertian manajemen menurut Wilson Bangun adalah suatu rangkaian aktivitas yang dikerjakan oleh para anggota organisasi agar tujuan dapat tercapai dengan rangkaian yang teratur dan tersusun baik. [5]

Dalam *komodifikasi* penjor ilmu manajemen sangat dibutuhkan sebab ilmu sangat berperan dalam semua komodifikasi atau bisnis misalkan dalam pembuatan penjor akan lebih efektif jika mengetahui bagaimana cara mengatur pembelian bahan dan bagaimana caranya menggunakan bahan, maka bagaimana mendapat untung. Dalam bisnis penjor hubungan antara produsen, penjual dan konsumen sangat berhubungan dalam *komodifikasi* penjor ini.

Menurut data *Indonesian Institute for Corporate and Directorship* (IICD, 2010), di dalam Simanjuntak (2010:1) [6] lebih dari 95 persen bisnis di Indonesia merupakan perusahaan yang dimiliki maupun dikendalikan oleh keluarga. Itu berarti bahwa kegiatan bisnis keluarga telah lama memberi sumbangsih terbesar terhadap pembangunan ekonomi nasional [6].

Bahkan, saat krisis ekonomi tahun 1997/1998 dan 2008, bisnis keluarga terus menunjukkan eksistensinya sebagai penopang sekaligus sebagai modal kekuatan dalam pemulihan ekonomi nasional.

Sebagai bisnis yang dimiliki dan dikendalikan oleh keluarga maka manajemen maupun kinerja perusahaan, baik yang berskala kecil maupun besar, banyak dipengaruhi oleh visi maupun misi keluarga. Namun, bisnis keluarga tentu tidak luput dari ragam persoalan yang kadang-kadang sulit dipecahkan [6].

Misalnya; adanya *distrust* atau ketidakpercayaan di antara sesama anggota keluarga, konflik dalam suksesi kepemimpinan, konflik dalam pengambilan keputusan, isu putra mahkota, generasi penerus usaha, perbedaan pola pikir antara generasi pertama dan generasi berikutnya.

Akibatnya, tidak jarang bisnis keluarga mengalami kemerosotan, bahkan terpaksa tutup, akibat konflik yang berkepanjangan di internal keluarga. Jadi, tiga isu utama yang sering muncul dalam bisnis keluarga ialah kepemimpinan (*leadership*), kepemilikan (*ownership*), dan prinsip pengelolaan (manajemen), baik pada generasi pertama maupun generasi berikutnya [6].

Isu ini sebenarnya tidak jauh berbeda dengan isu bisnis pada umumnya yang keanggotaannya tidak ada hubungan keluarga (*non family business*).

Sehingga tiga isu tersebut telah diatasi atau diantisipasi oleh pembuat undang-undang dengan membuat penggolongan tiga jenis badan usaha utama yang bisa dipakai para pebisnis, yaitu: Firma (Fa), *Commanditaire Vennootshap* (CV), dan Perseroan Terbatas (PT). Ketiga badan usaha ini memiliki prinsip-prinsip yang berbeda sebagaimana diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) [6].

Bisnis keluarga ini bisa kita lihat dari komodifikasi penjor di Bali yang banyak membangun bisnis ini bersama keluarganya. Seperti Pak Adi yang berbisnis dengan keluarganya yakni kakak pertama dan keduanya dan juga anaknya ikut dalam membangun bisnis penjor ini.

Seiring pesatnya perkembangan seni merangkai janur, *trend* penjor pun mulai melanda Denpasar, itu bisa dilihat dari penjor-penjor yang dipasang di depan rumah mereka, hampir semua penjor itu dihiasi dengan sedemikian rupa ada yang

memakai *gelungan* biasa, ada yang memakai hiasan naga, dan ada yang hiasannya sangat rumit untuk dibuat yang masing-masing kalau dihitung harganya bisa sampai jutaan bahkan puluhan juta untuk membuat penjor seperti itu.

Pembuatannya juga beragam ada yang memakai jasa pembuatan penjor bahkan ada yang merangkai sendiri. Menurut penuturan dari salah satu pedagang, *trend* pernak-pernik penjor berkembang sangat pesat dari tahun 2005.

Pada tahun-tahun sebelumnya, yang banyak dijual di pasaran adalah jenis *gelungan* penjor yang sederhana, serta kain putih kuning. Kini, kreasi *gelungan* semakin indah, sehingga membuat penampilan penjor terkesan megah.

Begitu pula menyangkut *sampiyannya*, dari yang sederhana, kini mulai banyak yang menggunakan *sampiyannya* tangga. “Sekarang banyak masyarakat yang membeli material dasarnya saja, seperti gabus maupun daun lontar. Karena mereka ingin merangkai sendiri di rumahnya. Namun banyak pula masyarakat yang membeli perlengkapan yang sudah jadi agar lebih praktis” ujar Putu Adi, salah seorang pedagang di Pasar Batu Kandik.

Sementara itu, salah seorang konsumen, Putu Subawa mengaku tertarik membeli hiasan penjor karena terpengaruh tetangga di kiri kanannya yang telah membuat lebih dulu. “Ternyata praktis dan penjor terlihat lebih indah dan hias,” ujarnya memberi alasan.

Adapun warga lainnya yang memberi alasan sederhana yaitu, terkait sulitnya mendapatkan janur di daerah perkotaan seperti di Denpasar dan juga terkendala oleh kesibukan dalam pekerjaan. “Pohon kelapa sih banyak, tapi yang disuruh memanjat tidak ada. Dari pada repot-repot, lebih baik beli *gelungan* penjor yang sudah jadi” katanya.

Dari hasil Pantauan di lapangan, warung-warung yang menjual pernak-pernik penjor pun bermunculan di mana-mana, dengan menawarkan harga yang beragam.

Di toko Pak Adi, harga *gelungan* motif tertentu, Rp. 70.000-Rp. 80.000 per bungkus. *Sampiyannya* tangga Rp. 10.000-Rp. 35.000, tali *sampiyannya* Rp. 25.000-Rp. 35.000, untaian padi Rp. 20.000,- per bungkus, janur biasa Rp. 20.000 sedangkan janur yang bagus dihargai dari Rp. 60.000 sampai jutaan rupiah, dan *sanggah* penjor seharga Rp. 20.000-Rp. 35.000.

Melihat peluang bisnis penjor dan perlengkapannya ke depannya kemungkinan akan bertambah pesat itu dikarenakan masyarakat sudah mulai merasa dimudahkan dengan adanya penjual penjor.

Tidak hanya itu jika dilihat dari bahan-bahan pembuatan penjor seperti janur, bambu, dan bahan lainnya yang saat ini sudah mulai sulit dijumpai apalagi di daerah perkotaan,

dengan bertambahnya penjual penjor yang ada di Kawasan Denpasar itu akan membuat Masyarakat Denpasar menjadi lebih memilih membeli langsung daripada membuat penjor sendiri sehingga mereka lebih cenderung membeli perlengkapan penjor ataupun penjor yang sudah jadi.

Adapun pernyataan dari salah satu pedagang di Kawasan Denpasar bahwa omzet mereka naik setiap tahunnya dari awal dia menjual penjor.

5. Kesimpulan

Penjor merupakan salah satu sarana yang digunakan Umat Hindu dalam merayakan Hari Raya Galungan.[7] Penjor dibuat dari bahan-bahan alam yakni bambu yang ujungnya melengkung lalu dihiasi dengan berbagai jenis *reringkitan* atau variasi dari daun janur atau daun enau yang masih muda.

Setelah itu penjor dilengkapi dengan gantung-gantungan yang digantung pada bagian atas bambu tepatnya di bagian lengkungannya.

Adapun gantungan yang diletakkan pada ujung bambu yaitu *sampiyon* penjor lengkap dengan *porosan* dan bunga dan untuk bagian bawahnya berisi *Sanggah Ardha Candra* atau sanggah dengan bentuk persegi empat dengan bentuk atas yang melengkung setengah lingkaran menyerupai bulan sabit atau ada juga yang membuat berbentuk segitiga dan lengkap dengan sajennya.

Seiring dengan perkembangan zaman penjor dibagi lagi menjadi 2 yaitu penjor sakral dan penjor hias atau sering disebut "*pepenjoran*" [7].

Saat ini pembuatan penjor sudah tidak lagi dibuat sendiri melainkan membeli dari pedagang penjor di sekitar mereka sehingga menimbulkan Komodifikasi Penjor [8]. Kegiatan itu berubah karena sulitnya mencari bahan penjor dan ada juga yang "malas" dalam membuatnya.

Sudah dipastikan bahwa kegiatan membeli ini akan terus dilakukan oleh masyarakat perkotaan seperti Denpasar dan membuat *komodifikasi* ini memiliki prospek bagus ke depannya [3].

Dengan *komodifikasi* penjor ini masyarakat sangat terbantu karena dapat mempermudah mereka dalam membuat penjor dan tidak hanya itu hiasannya pun pasti akan mengalami perkembangan yang sangat berbeda dengan yang ada saat ini.

Saran

Seiring dengan perkembangan zaman, seharusnya lembaga-lembaga agama atau organisasi lebih sering melakukan penyuluhan dan sosialisasi tentang makna penjor yang sebenarnya supaya masyarakat tidak salah dalam membuat penjor, dan juga penjor yang diperjualbelikan harusnya sesuai dengan Ajaran Agama Hindu dan tidak menggunakan bahan-bahan dari hasil pabrik.

Referensi

- [1] Wianti, N.I., Dharmawan, A.H. and Kinseng, R., 2012. "Kapitalisme Lokal Suku Bajo". *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 6(1).
- [2] Iyan Setiawan. 2013. "*Komodifikasi, Spasialisasi dan Strukturasi dalam Program "Indonesia Mencari Bakat Musim 3"*". <https://iyansetione.wordpress.com/>
- [3] Nengah Bawa Atmadja dan Tuty Maryati, 2014. "Geria Pusat Industri Banten Ngaben Di Bali Perspektif Sosiologi Komodifikasi Agama". *Jurnal Kawistara Vol 4, No 2*.
- [4] Azhari, S.K., 2007. "Globalisme (Bangkitnya Ideologi Pasar)". *Jurnal Sositoknologi*, 6(11), pp.273-275.
- [5] Informasianan. 2015. "Pengertian Manajemen Menurut Para Ahli | Informasiana". 2015. *Informasiana*. Diakses 4 Mei 2016. <http://informasiana.com/>
- [6] Simanjuntak, A., 2011. "Prinsip-prinsip manajemen bisnis keluarga (family business) dikaitkan dengan kedudukan mandiri perseroan terbatas (PT) ". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 12(2), pp.109-113.
- [7] Winanti, N.P., 2012. "Penjor Galungan dalam Kehidupan Umat Hindu Di Bali Kajian Bentuk Fungsi dan Makna". *Sphatika*, 7(2).
- [8] Imadewira.com. 2016. "Penjor Galungan di Bali". *imadewira.com*. [online] Available at: <http://imadewira.com/penjor-galungan-di-bali/>. Diakses 23 May 2016.