

Modal Sosial Pedagang Canang di Pasar Sanglah, Denpasar

Gede Kamajaya¹, Wahyu Budi Nugroho²

¹²Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Udayana.

¹Kama.jaya@unud.ac.id, ²wahyubudinug@unud.ac.id

Diterima	12	Juli	2024
Disetujui	12	Juni	2025
Dipublish	12	Juni	2025

Abstract

The shift of Balinese society from agrarian or traditional society to a service industrial society or modern society has become an opportunity for some people to prepare for the daily needs of urban Balinese society. For example, the high demand of Balinese people for ceremonial facilities has given rise to a new profession as canang traders. What is interesting about the economic activity between canang traders, consumers and suppliers is that it does not follow the logic of an undersocialized economy. Where, this undersocialized logic conveys the role of values, customs and codes of conduct that are often inherent in economic activity. Economic actions between canang traders at Sanglah Market, Denpasar, suppliers and consumers often take place because of their attachment to the social values and norms of an eastern society. This research uses a qualitative descriptive method as an analysis to find out the social capital of canang traders at Sanglah Market, Denpasar. This is important to do considering that this economic activity strategy can be used as a role model in developing economic activities and policies in other sectors so that the micro and macro economy of Balinese society can continue to develop and become an opportunity for other small and medium businesses in Bali to grow.

Keywords: *Sanglah Market Denpasar, Canang Seller, Social Capital.*

Abstrak

Bergesernya masyarakat Bali dari agraris atau tradisional menuju masyarakat industri jasa atau masyarakat modern menjadi peluang bagi sebagian orang untuk menyiapkan kebutuhan sehari-hari masyarakat Bali perkotaan. Sebagai misal, tingginya angka kebutuhan masyarakat Bali pada sarana upacara melahirkan profesi baru sebagai pedagang *canang*. Yang menarik dari aktivitas ekonomi antar pedagang *canang*, konsumen dan suplayer ini tidak berjalan mengikuti logika ekonomi *undersocialized*. Dimana, logika *undersocialized* ini mengesampaikan peran nilai-norma, adat dan tata laku yang seringkali melekat dalam aktivitas ekonomi. Tindakan ekonomi antar pedagang *canang* di Pasar Sanglah, Denpasar, suplayer dan konsumen justru seringkali berlangsung karena ketermelekatan mereka pada nilai-nilai sosial dan norma sebagai masyarakat ketimuran. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana modal sosial pedagang *canang* di Pasar Sanglah, Denpasar. Hal ini penting dilakukan mengingat strategi aktivitas ekonomi ini bisa digunakan menjadi *role* model dalam pengembangan aktivitas ekonomi dan kebijakan pada sektor lain sehingga ekonomi mikro dan makro masyarakat Bali bisa terus berkembang dan menjadi peluang bagi usaha kecil menengah lainnya di Bali untuk tumbuh.

Kata kunci: *Pasar Sanglah Denpasar, Pedagang Canang, Modal Sosial.*



Pendahuluan

Bergesernya sistem sosiokultural masyarakat Bali dari masyarakat tradisional menuju masyarakat industri (pariwisata) membawa konsekuensi perubahan pada sisi lainnya.

Sejalan dengan itu, Bagus (dalam (Kebayantini, 2013) mencatat, perubahan ini mendorong masyarakat Bali menjadi lebih modern dengan karakteristik masyarakat yang memiliki pengaturan waktu cukup ketat, ruang, tenaga, modal dan heterogenitas masyarakat yang kian tampak. Kondisi ini juga memunculkan transformasi budaya dari masyarakat agraris yang guyub sebagaimana ciri khas masyarakat petani pedesaan yang komunal menjadi masyarakat yang lebih terdiferensiasi pada banyak hal. Dalam tataran ini, masyarakat mengalami perubahan orientasi menjadi lebih pragmatis, dan rasional.

Kian rasional dan pragmatisnya masyarakat Bali, khususnya masyarakat perkotaan, menjadi peluang bagi sebagian orang untuk menyiapkan kebutuhan sehari-hari masyarakat Bali perkotaan. Sebagai misal, tingginya angka kebutuhan masyarakat Bali pada sarana upacara melahirkan profesi baru sebagai pedagang canang.

Hal ini muncul mengingat masyarakat Bali perkotaan lebih memilih membeli sarana upacara karena keterbatasan waktu dan tuntutan pekerjaan. Profesi sebagai pedagang canang dengan mudah kita jumpai disepanjang jalan maupun tersentral di pasar-pasar tradisional salah satunya adalah Pasar Sanglah, Denpasar. Canang atau banten yang dulu dikerjakan secara guyub kini lebih mudah dijumpai di warung-warung (Yasa et al, 2023).

Canang sendiri dapat dimaknai sebagai sarana upacara persembahyangan dalam masyarakat Hindu Bali yang paling sederhana dengan komponen yang didominasi oleh bunga. Pada umumnya canang berbentuk persegi empat atau lingkaran dengan berbagai ornamen

penghiasannya. Canang juga dapat dimaknai sebagai sarana bhakti kepada Tuhan, wujud kasih terhadap dimensi ekologis serta hubungan baik antar sesamanya (Darma, 2008). Penggunaan sarana persembahyangan berupa canang di setiap prosesi ritus keagamaan di Bali inilah yang sekaligus memberi garis demarkasi yang tegas antara masyarakat Hindu Bali dengan pemeluk Hindu di belahan dunia manapun (Andriani, 2014).

Hasil pengamatan di lapangan dan interview dengan sejumlah pedagang canang di Pasar Sanglah, Denpasar, dapat diketahui bahwa kemunculan dan keberlanjutan profesi pedagang canang di pasar Pasar Sanglah, Denpasar tidak hanya disebabkan oleh tingginya angka kebutuhan canang untuk digunakan setiap harinya oleh masyarakat Hindu Bali dan tidak dibutuhkan modal yang terlalu besar untuk membuka usaha sebagai pedagang canang, namun juga disebabkan oleh jaringan ekonomi antara pedagang canang, konsumen dan suplayer bahan-bahan canang yang pada umumnya didatangkan dari desa-desa di Bali bahkan terkadang didatangkan dari luar Bali. Mulai dari bunga, janur, tebu, hingga kulit canang biasanya tidak hanya dibuat sendiri oleh pedagang canang namun juga disediakan oleh suplayer masing-masing.

Melalui jaringan ekonomi ini baik konsumen, pedagang canang maupun suplayer bisa saling hidup-menghidupi untuk kepentingan masing-masing. Yang menarik dari aktivitas ekonomi antar pedagang canang, konsumen dan suplayer ini tidak melulu berjalan mengikuti logika ekonomi undersocialized yang mana melihat tujuan pribadi dalam aktivitas ekonomi di atas semua hal. Dengan demikian, logika undersozialized ini mengesampaikan peran nilai-norma, adat dan tata laku yang seringkali melekat dalam aktivitas ekonomi (Damsar, 2009).

Tindakan ekonomi antar pedagang canang di Pasar Sanglah, Denpasar, suplayer dan



konsumen justru seringkali berlangsung karena ketermelekan mereka pada nilai-nilai sosial dan norma sebagai masyarakat keTimuran. Dengan berbekal modal sosial berupa kepercayaan, keterhubungan sosial sebagai pelanggan dan pembeli, aktivitas jual beli bisa berjalan meski kedua belah pihak baik pedagang, maupun pembeli tidak membawa uang atau kekurangan uang untuk membayar atau membayar dengan mekanisme bulanan atau dibayar ketika barang sudah habis dijual. Tindakan ekonomi ini berbanding terbalik dengan logika ekonomi undersocialized yang mengedepankan kepentingan individual dalam aktivitas ekonomi dan mengesampingkan nilai-nilai sosial.

Pedagang canang, suplayer dan konsumen dalam aktivitas ekonomi jual beli canang dan bahan canang di Pasar Sanglah, Denpasar sama-sama menyadari kebutuhan mereka masing-masing dalam jangka waktu panjang. Kebutuhan inilah yang mendorong masing-masing pihak untuk tetap merawat modal sosial mereka agar sama-sama bisa berjalan dan bisa mendapatkan keuntungan materi maupun immateri. Modal sosial sendiri dapat dijelaskan melalui tesis singkat dari semua pembahasan tentang modal sosial mulai dari Pierre Felix Bourdieu, Robert Putnam hingga James Coleman adalah soal jaringan sosial. Dengan berjejaring secara sosial dan merawatnya, manusia bisa melakukan kerjasama bersama dan berjejaring untuk mencapai tujuan yang sulit dikerjakan secara otonom. Sejauh setiap jaringan tersebut menjadi sumberdaya, ia dapat dipandang sebagai modal (Field, 2016).

James Coleman memulai argumentasinya tentang modal sosial dari hasil pengamatannya menyoal prestasi akademik pada wilayah terbelakang di Amerika. James Coleman memberi gambaran bahwa modal sosial bukan hanya dimiliki oleh individu kuat, tetapi juga orang yang secara ekonomi terkategori rendah dan tersisih dari sistem sosial (Field, 2016). Modal sosial selalu

melibatkan harapan dan hukum timbal balik, hubungan-hubungan dalam modal sosial diatur dan dipererat oleh kepercayaan dan nilai bersama.

Coleman mengartikan modal sosial sebagai sumberdaya yang ada pada individu melalui hubungan sosial. Hal ini melingkupi berbagai aspek yang secara menyeluruh ada dalam struktur sosial dan hal inilah yang menjadi jembatan penghubung suatu perilaku individu untuk hidup dan saling terhubung bersama dalam sistem sosial (Field, 2016). Lebih lanjut Coleman menjelaskan bahwa, modal sosial adalah bagian utuh kepemilikan bersama yang dibuat secara bersama-sama untuk dapat menunjukkan kebermanfaatannya tidak hanya untuk orang yang berusaha mencapainya, namun juga bagi masyarakat secara umum. Modal sosial memiliki beberapa elemen penting di antaranya, (1) kepercayaan, (2) jujur, (3) nilai & norma bersama.

Modal sosial bagi Coleman tidak hadir karena individu mengkalukasikan pilihan untuk menanamkan modalnya, tetapi sebagai hasil sampingan dari tindakan yang dilakukan dalam mewujudkan tujuan yang lainnya. Dengan kata lain, jika individu memilih bekerjasama, itu semua karena hal tersebut menjadi kepentingannya. Pendek kata, modal sosial mampu menjembatani individu dan kolektif (Field, 2016). Mengutip penjelasan Syahra, dalam setiap modal sosial senantiasa terdapat dua hal yang saling terhubung yaitu aspek sosiobudaya yang memuat nilai, sikap dan keyakinan yang mempengaruhi keyakinan, kesolidan sosial, dan hubungan timbal balik yang menjadi petunjuk arah terwujudnya kerja bersama untuk mencapai tujuan dari sistem sosial. Sejalan dengan itu, Francis Fukuyama menjelaskan, modal sosial adalah suatu nilai atau norma nonformal yang menjadi milik yang memberi peluang untuk kerja sama antar individu (Raga dan Mudana, 2013).

Masyarakat sebagai sebuah kesatuan sosial dalam banyak aktivitas sejatinya diikat oleh



modal sosial ini. sama halnya dengan pedagang canang di Pasar Sanglah, Denpasar. Tindakan ekonomi antar pedagang, suplayer, dan konsumen tidak hanya berjalan dalam logika ekonomi individualistik yang mana kepentingan individu menjadi tujuan utama atau dalam istilah Granovetter disebut sebagai tindakan ekonomi undersocialized sebuah tindakan ekonomi yang terbebas dari nilai sosial, keadatan, norma dan tata laku sosial (Damsar, 2009). Pedagang canang di Pasar Sanglah, Denpasar justru menunjukkan situasi kebalikan dari *undersocialized* ini.

Tindakan ekonomi antar pedagang canang di Pasar Sanglah, Denpasar, suplayer dan konsumen justru seringkali berlangsung karena ketermelekanan mereka pada nilai-nilai sosial dan norma sebagai masyarakat ketimuran. Dengan berbekal modal sosial berupa kepercayaan, keterhubungan sosial sebagai pelanggan dan pembeli, aktivitas jual beli bisa berjalan meski kedua belah pihak baik pedagang, maupun pembeli tidak membawa uang atau kekurangan uang untuk membayar atau membayar dengan mekanisme bulanan dan dibayar ketika barang sudah habis dijual.

Hubungan sosial dalam tindakan ekonomi antar pedagang canang, pembeli dan suplayer ini lahir karena semua pihak menyadari kebutuhan mereka masing-masing sehingga muncullah tindakan-tindakan ekonomi dalam aktivitas jual beli canang yang diikat oleh nilai-nilai sosial tersebut di atas. Nilai sosial ini inilah yang dimaksud oleh James Coleman bahwa modal sosial memungkinkan setiap orang untuk bekerjasama demi tujuan yang ingin dicapai

Lebih dalam, keterhubungan antar manusia lewat jejaring sosial ini dapat dilihat sebagai bagian dari jejaring sosial dan nilai sosial umum yang memberi peluang setiap individu di dalam sistem sosial dapat mewujudkan tujuan dan juga mengikat masyarakat. Modal sosial inilah yang mendasari tindakan ekonomi pedagang canang di Pasar Sanglah,

Denpasar sehingga mampu eksis bahkan terus berkembang seiring waktu.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Penulis dan Judul	Tahun	Hasil
Dianawati dan Mustika: Analisis Pengaruh Pengeluaran Kosumsi Pedagang Canang Pasar Tradisional Kecamatan Denpasar Barat	2016	tingkat pendidikan, pendapatan suami, umur, jumlah tanggungan dan jumlah produksi berpengaruh signifikan terhadap pengeluaran konsumsi pedagang canang.
Rustariyuni: Analisis Tingkat Pendapatan Pedagang Canang di Pasar Badung	2015	para penjual canang sebagian besar dari Bali. Mereka didominasi oleh perempuan dan pendapatan mereka meningkat drastis ketika hari raya Hindu.
I Komang Yasa, Widya Purnama Aryawati, Ni Putu Ari Mahardika, I Made Ngurah Oka Sukendri, Nengah Wibawa, I Gede Jaya Satria Pancawati, Ni Luh Putu Anom Tamara, Ni	2023	kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Banjar Karya Sidha Dharma bertujuan untuk membantu pengrajin katik sate dan pedagang canang dalam meningkatkan manajemen keuangan, strategi komunikasi pemasaran, dan pengetahuan agama dan kebudayaan Hindu. Usaha kecil menengah di daerah tersebut menghadapi



Wayan Kartika Khaecylia		berbagai masalah seperti ketidaksesuaian modal dengan biaya bahan baku, manajemen keuangan yang kurang baik, dan kurangnya pemahaman tentang literasi keuangan dan strategi pemasaran yang efektif. Melalui pelatihan dan bimbingan, diharapkan usaha tersebut dapat berkembang dan berkelanjutan, serta dapat meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat di daerah tersebut.
----------------------------	--	---

Berdasarkan beberapa kajian terdahulu perbedaan signifikan dengan penelitian ini adalah pada metode untuk mengolah data dan teori yang digunakan (modal sosial) untuk membedah objek penelitian dalam penelitian ini. Lebih dalam, penelitian ini sebelumnya sudah melakukan observasi awal pada subyek dan lokus penelitian sehingga dirasa perlu untuk melakukan penelitian lebih mendalam untuk mendapatkan kondisi yang riil menyoal modal sosial pedagang canang di Pasar Sanglah, Denpasar sehingga peneliti bisa berkontribusi memberi gambaran *role model* dalam pengembangan aktivitas ekonomi yang di dalamnya terkandung keterlekatan nilai-nilai sosial sehingga bisa menjadi bahan pertimbangan dalam perumusan kebijakan pada sektor lain sehingga ekonomi mikro dan makro masyarakat Bali bisa terus berkembang dan menjadi peluang bagi usaha kecil menengah lainnya di Bali untuk tumbuh.

Kondisi ini menarik dikaji untuk mengetahui

bagaimana modal sosial pedagang canang di Pasar Sanglah, Denpasar.

Hal ini penting dilakukan mengingat strategi aktivitas ekonomi ini bisa digunakan menjadi role model dalam pengembangan aktivitas ekonomi dan kebijakan pada sektor lain sehingga ekonomi mikro dan makro masyarakat Bali bisa terus berkembang dan menjadi peluang bagi usaha kecil menengah lainnya di Bali untuk tumbuh. Sementara itu, peran peneliti nantinya bisa menjadikan hasil kajian ini sebagai prototype role model yang bisa diajukan kepada pemerintah terkait sebagai dasar perumusan kebijakan dalam mengembangkan sektor usaha kecil menengah di Bali sekaligus juga bisa dipublikasi dalam bentuk jurnal ilmiah yang bisa dibaca dan dirujuk oleh pihak-pihak yang membutuhkan. Kemudian, bagi pedagang canang di Pasar Sanglah, Denpasar bisa terus melestarikan modal sosial yang dimiliki supaya usaha yang dijalani berlanjut bahkan berkembang di tengah berbagai lonjakan kebutuhan harga dan ketidakpastian pasar.

Metode Penelitian

Pendekatan kualitatif dipilih mengingat *research* ini menekankan kualitas data atau kedalaman data yang diperoleh. Sementara, untuk kedalaman data, jenis penelitian ini menggunakan pendekatan eksploratif dalam melakukan pengkajian data (dalam Suyanto dan Sutinah, 2005). Jenis penelitian eksploratif berupaya menemukan sesuatu hal yang baru kemudian mengelompokkannya kedalam suatu gejala atau fakta tertentu. Jenis penelitian ini tidak hanya berfokus untuk menggambarkan suatu fenomena melainkan juga menjelaskan suatu fenomena (Hardani dkk, 2020).

Lokus *research* ini adalah di Pasar Sanglah, Denpasar. Lokasi ini dipilih karena pedagang canang di Pasar ini belum pernah diteliti sebelumnya dan pedagang canang yang berjualan di Pasar Sanglah, Denpasar ini jumlah tidak terlalu banyak di dibandingkan dengan pasar lain sekitarnya. Hal ini sengaja



dilakukan untuk membatasi jumlah informan mengingat waktu penelitian cukup terbatas.

Jenis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah jenis data berupa angka-angka statistic atau penjumlah berkaitan dengan penelitian dan data uraian baik dari hasil wawancara, pengamatan maupun studi literasi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder (Ibrahim, 2015). Data primer yang dimaksudkan adalah hasil wawancara langsung dengan informan dan data yang didapatkan dari hasil pembacaan karya-karya baik buku maupun literatur lainnya yang ditulis oleh informan langsung adalah data yang terkategori sebagai data primer. Sedangkan data sekundernya merupakan data yang diperoleh dari pihak lain seperti studi pustaka dan berita.

Penentuan informan dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga, yakni: (1) Informan kunci, yaitu mereka yang memahami dan mengetahui berbagai data kunci yang diperlukan sesuai dengan kebutuhan (2) Informan utama adalah orang yang secara langsung ada di lokus wilayah yang diteliti; (3) Informan tambahan, adalah individu yang bisa memberikan keterangan kendati tidak secara intens terlibat dengan apa yang diteliti (Suyanto dan Sutinah, 2005). Informan kuncinya adalah Pengelola Pasar Sanglah, Denpasar selanjutnya informan utama, peneliti yaitu Pedagang canang. Sedangkan informan tambahan, peneliti menunjuk pembeli dan suplayer.

Teknik pengumpulan data yang digunakan diantaranya adalah: 1) Wawancara; Jenis wawancara yang bersifat terstruktur dipilih dalam penelitian ini, karena akan memudahkan peneliti mendapatkan data dan informasi yang diinginkan dengan jelas dan konkrit. Jika dilihat dari kedalamannya, peneliti akan mendapatkan informasi yang lebih akurat dalam memformulasikan penelitiannya (Koentjoro, 2014) untuk memudahkan proses wawancara peneliti

menggunakan pedoman wawancara acuan dalam melakukan wawancara, 2) Dokumentasi dilakukan melalui pengambilan gambar, video atau menganalisa dokumen yang dimiliki oleh subjek penelitian. Dengan demikian peneliti bisa memperoleh uraian dari kacamata subjek yang diteliti secara valid (Herdiansyah dalam Koentjoro, 2014). 3) Observasi langsung subyek penelitian di lokasi penelitian dalam konteks ini adalah pedagang canang di Pasar Sanglah, Denpasar. Observasi dilakukan melalui pengamatan untuk mengetahui dan mengenali keadaan lapangan subyek penelitian (Sutrisno Hadi dalam (Sugiyono 2010).

Teknik analisa data dalam penelitian ini mengikuti alur analisis Miles dan Huberman (Sugiyono 2010). Dalam penelitian ini analisis data dimulai dari pengumpulan data penelitian baik melalui wawancara, studi dokumen maupun observasi. Selanjutnya analisis dimulai dari reduksi data yaitu pengelompokkan data sesuai kebutuhan penelitian untuk memudahkan peneliti mengklasifikan data sesuai dengan rumusan masalah dan kebutuhan penelitian. Secara sederhana reduksi data dapat diartikan sebagai pengurangan data yang tidak sesuai dengan kebutuhan penelitian (Kartono 1986).

Setelah data terklasifikasikan sesuai kebutuhan penelitian, selanjutnya data disajikan dalam bentuk narasi diskriptif sebagaimana kaedah metode kualitatif. Dalam proses penyajian data ini, peneliti menyajikannya dalam bentuk teks yang bersifat naratif. Selanjutnya tahap akhir setelah tahapan penyajian data dilakukan adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Penarikan kesimpulan dilakukan melalui triangulasi data yaitu memadukan data-data dari berbagai sumberdata untuk menguji kevalidan dari masing-masing data (Sugiyono, 2010: 252).

Hasil dan Pembahasan

Kian rasional dan pragmatisnya masyarakat Bali khususnya masyarakat perkotaan



menjadi peluang bagi sebagian orang untuk menyiapkan kebutuhan sehari-hari masyarakat Bali perkotaan. Sebagai misal, tingginya angka kebutuhan masyarakat Bali pada sarana upacara melahirkan profesi baru sebagai pedagang canang. Hal ini muncul mengingat masyarakat Bali perkotaan lebih memilih membeli sarana upacara karena keterbatasan waktu dan tuntutan pekerjaan. Profesi sebagai pedagang canang dengan mudah kita jumpai disepanjang jalan maupun tersentral di pasar-pasar tradisional salah satunya adalah Pasar Sanglah, Denpasar.

Canang atau banten yang dulu dikerjakan secara guyub kini lebih mudah dijumpai di warung-warung. Canang sendiri dapat dimaknai sebagai sarana upacara persembahyangan dalam masyarakat Hindu Bali yang paling sederhana dengan komponen yang didominasi oleh bunga. Pada umumnya canang berbentuk persegi empat atau lingkaran dengan berbagai ornamen penghiasannya. Canang juga dapat dimaknai sebagai sarana bhakti kepada Tuhan, wujud kasih terhadap dimensi ekologis serta hubungan baik antar sesamanya (Darma, 2008)

Tipologi Pedagang Canang di Pasar Sanglah Denpasar

Secara tipologi pedagang canang di Pasar Sanglah Denpasar terbagi ke dalam dua kelompok berdasarkan lokasi penjualan mereka. Kelompok pertama adalah pedagang canang dalam dan pedagang canang luar.

1. Pedagang Canang Dalam

Pedagang canang dalam adalah pedagang canang yang menempati lapak-lapak di dalam pagar area Pasar Sanglah, Denpasar. Pedagang canang dalam ini secara kuantitas berjumlah 22 orang, di mana mereka berasal dari berbagai kabupaten di Bali yang merantau mengadu peruntungan di Kota Denpasar.

Pedagang canang dalam ini memiliki lapak

yang cukup mapan, menggunakan meja besi dan kayu dengan ukuran tinggi yang proporsional, berada langsung di areal dalam Pasar Sanglah Denpasar dan memiliki dagangan yang cukup lengkap. Mulai dari canang, dupa, perlengkapan banten tingkat menengah, bungkak, berbagai jenis bunga, hingga jajan. Karena mereka berada di dalam area Pasar Sanglah, Denpasar, mereka lebih terlindungi dari cuaca panas maupun hujan tanpa perlu menggelar payung besar sebagai peneduh.

2. Pedagang Canang Luar

Pedagang canang luar adalah pedagang canang yang menempati area luar pagar Pasar Sanglah, Denpasar. Pedagang canang luar ini menggelar lapak mereka di atas trotoar dan berada di pojok-pojok batas luar Pasar Sanglah, Denpasar. Jumlah mereka tidak terlalu banyak hanya 2 orang pedagang.

Pedagang canang luar ini umumnya hanya menggunakan meja kayu pendek atau menjadikan kranjang sebagai alas untuk menggelar dagangan mereka dengan luas areal tempat penjualan yang sangat sempit. Karena lokasi dan lapak mereka yang terbatas dan sempit, pedagang canang luar ini tidak bisa memajang berbagai jenis barang jualan yang berkaitan dengan sarana upacara. Hanya tersedia canang, bunga dan dupa dalam jumlah yang terbatas. Karena berada di luar area pagar Pasar Sanglah, Denpasar, mereka tidak terlindungi dari terik sinar matahari, ataupun hujan. Untuk mengakali kondisi ini, para pedagang luar ini memasang payung besar di atas tempat penjualan mereka.

Modal Sosial Pedagang Canang di Pasar Sanglah, Denpasar

Kian menjamurnya profesi pedagang canang di Denpasar terkhusus di pasar Pasar Sanglah, Denpasar tidak hanya disebabkan oleh tingginya angka kebutuhan canang untuk digunakan setiap harinya oleh masyarakat Hindu Bali dan tidak dibutuhkan modal yang terlalu besar untuk membuka usaha sebagai



pedagang canang, namun juga disebabkan oleh jaringan ekonomi antara pedagang canang, konsumen dan suplayer bahan-bahan canang yang pada umumnya didatangkan dari desa-desa di Bali bahkan terkadang didatangkan dari luar Bali. Mulai dari bunga, janur, tebu, hingga kulit canang biasanya tidak hanya dibuat sendiri oleh pedagang canang namun juga disediakan oleh suplayer masing-masing.

Melalui jaringan ekonomi ini baik konsumen, pedagang canang maupun suplayer bisa saling hidup-menghidupi untuk kepentingan masing-masing. Yang menarik dari aktivitas ekonomi antar pedagang canang, konsumen dan suplayer ini tidak melulu berjalan mengikuti logika ekonomi undersocialized yang mana melihat tujuan pribadi dalam aktivitas ekonomi di atas semua hal. Dengan demikian, logika undersozialized ini mengesampaikan peran nilai-norma, adat dan tata laku yang seringkali melekat dalam aktivitas ekonomi (Damsar, 2009). Tindakan ekonomi antar pedagang canang di Pasar Sanglah, Denpasar, suplayer dan konsumen justru seringkali berlangsung karena ketermelekatan mereka pada nilai-nilai sosial dan norma sebagai masyarakat keTimuran.

Berbekal modal sosial berupa kepercayaan, keterhubungan sosial sebagai pelanggan dan pembeli, aktivitas jual beli bisa berjalan meski kedua belah pihak baik pedagang, maupun pembeli tidak membawa uang atau kekurangan uang untuk membayar atau membayar dengan mekanisme bulanan atau dibayar ketika barang sudah habis dijual. Tindakan ekonomi ini berbanding terbalik dengan logika ekonomi *undersocialized* yang mengedepankan kepentingan individual dalam aktivitas ekonomi dan mengesampingkan nilai-nilai sosial.

Modal Sosial Pedagang Canang dengan Suplayer

Modal sosial antara pedagang canang dengan

suplayer nampak lewat peran yang dimainkan pedagang canang di Pasar Sanglah Denpasar yang memerankan peran ganda baik sebagai pembeli maupun penjual. Selain sebagai penjual canang, pedagang canang di Pasar Sanglah, Denpasar juga bertindak sebagai pembeli. Pedagang canang di Pasar Sanglah, Denpasar membeli berbagai keperluan untuk membuat canang mulai dari janur, bunga, jajan, buah, kulit canang, tebu, porosan, bungkok, hingga dupa pada suplayer-suplayer di berbagai tempat. Untuk keperluan janur ataupun kulit canang biasanya mereka membelinya di Pasar Badung atau diantar langsung oleh suplayer ke lapak-lapak mereka.

Hubungan sosial yang dibangun dalam aktivitas ekonomi antara penjual canang dengan suplayer ini, melahirkan tindakan ekonomi yang unik yang oleh Granovetter disebut sebagai tindakan ekonomi oversozialized yaitu tindakan ekonomi yang kultural dituntun oleh aturan berupa nilai dan norma yang dinternalisasikan. Lebih jauh Granovetter menjelaskan bahwa, dalam tindakan ekonomi sejatinya selalu diliputi nilai-nilai sosial kultural di dalamnya, seorang pedagang akan mempertimbangkan pengambilan keuntungan yang berbeda antara pembeli yang menjadi langganan dan tidak (Damsar, 2009).

Ihwal yang dijelaskan Granovetter sebagai tindakan ekonomi kulutural atau *oversosialized* nampak jelas terjadi dalam tindakan ekonomi antara pedagang *canang* dengan suplayernya. Dengan sistem langganan, mereka biasanya mendapatkan harga yang lebih murah dari harga biasanya. Dengan sistem langganan yang dibangun oleh pedagang *canang* dengan suplayer, mereka tidak hanya mendapatkan harga yang lebih murah namun juga bisa mendapatkan barang yang lebih banyak dengan harga yang sama. Sebagai misal, harga satu ikat kulit *canang* dengan jumlah 100 buah dipatok dengan harga Rp. 10.000, dengan sistem langganan pedagang *canang* bisa mendapatkan lebih dari



100 buah kulit *canang* dengan harga yang sama.

Hal ini berlaku juga pada kebutuhan-kebutuhan lain yang diperlukan dalam membuat *canang* seperti bunga, jajan, buah, tebu dan *porosan*. Sementara dupa biasanya diantar langsung ke lapak-lapak mereka oleh sales-sales dupa dan juga membeli langsung ke toko-toko dupa dengan tetap menerapkan skema langganan sehingga mendapatkan potongan harga dan jumlah barang yang lebih banyak dari pembeli biasa.

Keterjalinan ekonomi antara pedagang *canang* dengan suplayer alat-alat membuat *canang* mulai mereka bangun sejak mereka berjualan pertama kali di Pasar Sanglah, Denpasar. Tindakan ekonomi antar pedagang *canang* di Pasar Sanglah, Denpasar, suplayer terjalin dan dirawat lewat ketermelekatan mereka pada nilai-nilai sosial dan norma sebagai masyarakat keTimuran.

Dengan berbekal modal sosial berupa kepercayaan, keterhubungan sosial sebagai pelanggan dan pembeli, aktivitas jual beli bisa berjalan meski kedua belah pihak baik pedagang *canang* maupun suplayer tidak membawa uang atau kekurangan uang untuk membayar atau membayar dengan mekanisme bulanan atau dibayar ketika barang sudah habis dijual atau tindakan-tindakan ekonomi sejenis. Modal sosial berupa kepercayaan dan keterjalinan sosial dalam tindakan ekonomi antara pedagang *canang* dengan suplayer nyatanya keluar dari logika ekonomi yang selama ini memandang bahwa tindakan ekonomi sepenuhnya menjunjung rasionalitas untung rugi.

Keterjalinan sosial dalam tindakan ekonomi antara pedagang *canang* dengan suplayer membawa kita pada tesis singkat dari semua pembahasan tentang modal sosial mulai dari Piere Felix Bourdieu (1986), Robert Putnam (1995) hingga James Coleman adalah soal jaringan sosial. Melalui jaringan sosial antar individu dalam struktur sosial, dan memastikan terus terawat dalam jangka waktu

panjang, setiap individu dalam sistem sosial dapat melakukan hal secara solid dengan berjejaring untuk mewujudkan banyak hal yang mustihil dikerjakan secara mandiri. Sejauh setiap jaringan tersebut menjadi sumberdaya, ia dapat dipandang sebagai modal (Field, 2016). Dalam Bahasa yang berbeda, tindakan ekonomi yang didasari oleh keterjalinan modal sosial karena atas dasar resiprositas dan nilai-nilai sosial lainnya oleh Polanyi, tindakan ekonomi semacam ini disebut sebagai *Embedded* atau keterlekatan yang mana tindakan ekonomi keterlekatan ini didasari atas hukum resiprositas dan redistribusi (Polanyi, 2001).

Hubungan sosial dalam tindakan ekonomi antar pedagang *canang* dengan suplayer ini lahir karena semua pihak menyadari kebutuhan mereka masing-masing sehingga muncullah tindakan-tindakan ekonomi dalam aktivitas jual beli *canang* yang diikat oleh nilai-nilai sosial tersebut di atas. Nilai sosial inilah yang dimaksud oleh James Coleman bahwa modal sosial memungkinkan setiap orang untuk bekerjasama demi tujuan yang ingin dicapai.

Modal Sosial Pedagang Canang dengan Konsumen

Di dalam ilmu ekonomi, aktor selalu diasumsikan mempunyai seperangkat pilihan dan preferensi yang telah tersedia dan stabil. Tindakan yang dilakukan oleh aktor dalam aktivitas ekonomi selalu bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan (Damsar, 2009). Tindakan tersebut dipandang sebagai satu tindakan rasional secara ekonomi atau dalam bahasa Max weber, Tindakan tersebut selalu dilandasi oleh rasio instrumental (Ritzer and Goodman, 2010).

Di luar Tindakan rasio instrumental ini, dalam kajian Sosiologi terdapat tindakan lain yang mendasari setiap aktivitas ekonomi yakni tindakan tradisional dan tindakan spekulatif irasional. Tindakan ekonomi tradisional melekatkan aktivitas ekonomi dengan nilai-nilai sosial atau tradisi yang dianut suatu



komunitas masyarakat tertentu. Sementara tindakan spekulatif irrasional merupakan tindakan berorientasi ekonomi yang tidak mempertimbangkan instrument yang ada dengan tujuan yang hendak dicapai. Karenanya, dalam kajian Sosiologi, tindakan ekonomi dipandang sebagai satu bentuk tindakan sosial yang tidak melulu berkait dengan selera, kualitas, kelangkaan sumberdaya dan harga barang atau jasa. Lebih jauh dalam kajian sosiologi tindakan ekonomi sangat ditentukan juga oleh aktor-aktor lain yang akan memudahkan, memperlancar, menghambat, membatasi tindakan ekonomi dalam pasar (Damsar 2009).

Diluar tindakan ekonomi rasional, dua tindakan ekonomi inilah yang menghubungkan antara pedagang *canang* dengan konsumen. Pedagang *canang* dalam aktivitas ekonominya di Pasar Sanglah, Denpasar, selain memiliki konsumen tidak tetap yang membeli *canang* dan kebutuhan persembahyangan lainnya secara tidak tentu dan acak, pedagang *canang* di Pasar Sanglah, Denpasar juga memiliki pelanggan regular atau konsumen yang sudah berlangganan. Pada dua jenis konsumen ini, pedagang *canang* menunjukkan karakteristik tindakan ekonomi yang berbeda.

Untuk konsumen pelanggan, pedagang *canang* cenderung memberikan jumlah tetap pada barang yang dipesan oleh konsumen tetap meskipun harga bahan naik di pasaran. Sistem pembayaran pelanggan tetap ini juga menunjukkan sistem pembayaran yang keluar dari logika ekonomi rasional. Konsumen tetap atau pelanggan, biasanya akan membayar mingguan atau bulanan. Tindakan ekonomi bisa terjadi karena didasari oleh nilai-nilai sosial atau tradisi yang dianut suatu komunitas masyarakat tertentu. Dalam masyarakat keTimuran, kepercayaan menjadi landasan penting dalam menjalin hubungan sosial. Nilai inilah yang mewujudkan dalam aktivitas ekonomi antara pedagang *canang* di Pasar Sanglah, Denpasar dengan konsumen regular atau langganan.

Secara konkret, dalam struktur kognisi masyarakat Bali hukum sebab akibat dari tindakan (*Karmapala*) sangat mempengaruhi pola perilaku masyarakatnya dalam memandang realitas dan masa depan lebih-lebih yang mereka beli dan jual adalah sarana upacara yang sangat berkait erat dengan dimensi Ilahi.

Baik pedagang maupun pembeli percaya bahwa jika mengkhianati nilai sosial tersebut, kemalangan akan menimpa mereka sehingga nilai ini menjadi jaminan tidak adanya kekawatiran dalam benak pedagang *canang* dagangannya tidak akan dibayar atau pembeli berbuat curang atau sebaliknya. tindakan ekonomi tradisional ini juga dapat dilihat dari aktivitas jual beli *canang* seringkali melibatkan afeksi sebagai kerabat. Kerabat pedagang *canang* akan lebih memilih membeli *canang* dan keperluan persembahyangan lainnya pada kerabatnya yang menjual *canang* dibanding membeli *canang* di tempat lain meskipun pedagang lain tersebut berjarak lebih dekat dari lokasi tempat tinggalnya.

Modal Sosial Antar Pedagang Canang

Tindakan ekonomi pedagang *canang* dipasar Sanglah, Denpasar tidak hanya melibatkan pedagang *canang* dengan pembeli atau suplayer namun juga, antar sesama pedagang *canang*. Hal ini terjadi dalam momen-momen tertentu. Sebagai misal, ketika hari raya tiba kebutuhan pada *canang* dan sarana upacara lainnya meningkat drastis.

Pada satu kesempatan, pedagang seringkali kehabisan atau kekurangan satu dan lain hal sementara pembeli sudah berdiri di lapaknya dan memesan, untuk menyiasati hal tersebut biasanya pedagang *canang* akan meminjam beberapa bahan *canang* atau keperluan *canang* pada pedagang lainnya dalam satu area Pasar Sanglah, Denpasar atau mengarahkan sipembeli untuk membeli keperluannya di pedagang sebelahnyanya. Jika merujuk pada tindakan ekonomi rasional, hal ini mustahil terjadi, pinjam-meminjam adalah



tindakan ekonomi yang jauh dari definisi tindakan ekonomi rasional yang mensyaratkan keuntungan pribadi di atas segalanya berikut mengabaikan nilai-nilai sosial di dalamnya. Hal ini sejalan dengan asumsi Damsar (2009) yang menjelaskan bahwa, tindakan ekonomi dapat berlangsung dengan melibatkan kerjasama, kepercayaan dan jaringan. Sebaliknya tindakan ekonomi juga dapat menghasilkan perselisihan, ketidakpercayaan dan pemutusan hubungan jika nilai-nilai sosial dihinati.

Kesimpulan

Tindakan ekonomi antara pedagang *canang* di Pasar Sanglah, Denpasar, suplayer, pedagang *canang* dengan konsumen dan antar pedagang *canang* terjalin dan dirawat lewat ketermelekatan mereka pada nilai-nilai sosial dan norma sebagai masyarakat keTimuran. Dengan berbekal modal sosial berupa kepercayaan, keterhubungan sosial sebagai pelanggan dan pembeli, aktivitas jual beli bisa berjalan meski kedua belah pihak baik pedagang *canang* maupun suplayer tidak membawa uang atau kekurangan uang untuk membayar atau membayar dengan mekanisme bulanan atau dibayar ketika barang sudah habis dijual atau tindakan-tindakan ekonomi sejenis. Modal sosial berupa kepercayaan dan keterjalinan sosial dalam tindakan ekonomi antara pedagang *canang* dengan suplayer nyatanya keluar dari logika ekonomi yang selama ini memandang bahwa tindakan ekonomi sepenuhnya menjunjung rasionalitas untung rugi.

Hubungan sosial dalam tindakan ekonomi antar pedagang *canang* di Pasar Sanglah, Denpasar ini lahir karena semua pihak menyadari kebutuhan mereka masing-masing sehingga muncullah tindakan-tindakan ekonomi dalam aktivitas jual beli *canang* yang diikat oleh nilai-nilai sosial tersebut di atas. Nilai sosial inilah yang dimaksud oleh James Coleman bahwa modal sosial memungkinkan setiap orang untuk bekerjasama demi tujuan yang ingin

dicapai.

Daftar Pustaka

- Andriani, Kadek Della dan Ni Putu Martini Dewi. (2014). “Peranan Perempuan Bali Dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Melalui Penjualan Sarana Upakar (Studi Kasus Pedagang Sarana Upakara Di Pasar Badung).” *E-Jurnal EP Unud* 3(10):467–75.
- Bourdieu, P. (1986). *The Form Of Capital*. Dalam J.G. New York: Greenwood Press.
- Damsar. (2009). *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana Media group.
- Darma, I. D. (2008). “Upacara Agama Hindu Di Bali Dalam Perspektif Pendidikan Konservasi Tum-Buhan (Suatu Kajian Pustaka).” UPT Balai Kon-Servasi Tumbuhan Kebun Raya “Eka Karya” Bali–LIPI.
- Field, Jhon. (2016). *Modal Sosial*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Hardani, Dhika Juliana Sukmana, Evi Fatmi Utami, Helmina Andriani, Jumari Ustiaty, Nur Hikmah Auliya, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Kartono, Kartini. (1986). *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Alumni Bandung.
- Kebayantini, Ni Nyoman. (2013). *Komodifikasi Upacara Ngaben*. Denpasar: Udayana Press.
- Koentjoro. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Polanyi, Michael. (2001). *Kajian Tentang Manusia*. Yogyakarta: Kanisius.
- Putnam, R. (1995). “Bowling Alone: America Declining Social Capital.” *Jurnal of Sosial Democracy* 6(1):65–78. doi: <https://doi.org/10.1353/jod.1995.0002>.
- Raga, Gede, and I Wayan Mudana. (2013). “Modal Sosial Dalam Pengintegrasian



- Masyarakat Multietnis Pada Masyarakat Desa Pakraman Di Bali.” *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*. 2(2):209–21.
- Ritzer, George dan Douglas J. Goodman. (2010). *Teori Sosiologi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Rustariyuni, Surya Dewi. (2015). “Analisis Tingkat Pendapatan Pedagang Canang Di Pasar Badung.” *JEJAK: Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan* 4(2):144–53.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto dan Sutinah. (2005). *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana.
- Yasa, I. Komang Widya Purnama, Ni Putu Ari Aryawati, I. Made Ngurah Oka Mahardika, Nengah Sukendri, I. Gede Jaya Satria Wibawa, Ni Luh Putu Anom Pancawati, and Ni Wayan Kartika Khaecyilia Tamara. (2023). “Manajemen UMKM Dan Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Usaha Katik Sate Dan Canang Di Banjar Karya Sidhadharma.” *Dharma Sevanam : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(2):180–90. doi: 10.53977/sjpkm.v2i2.1255

