

### BAB III

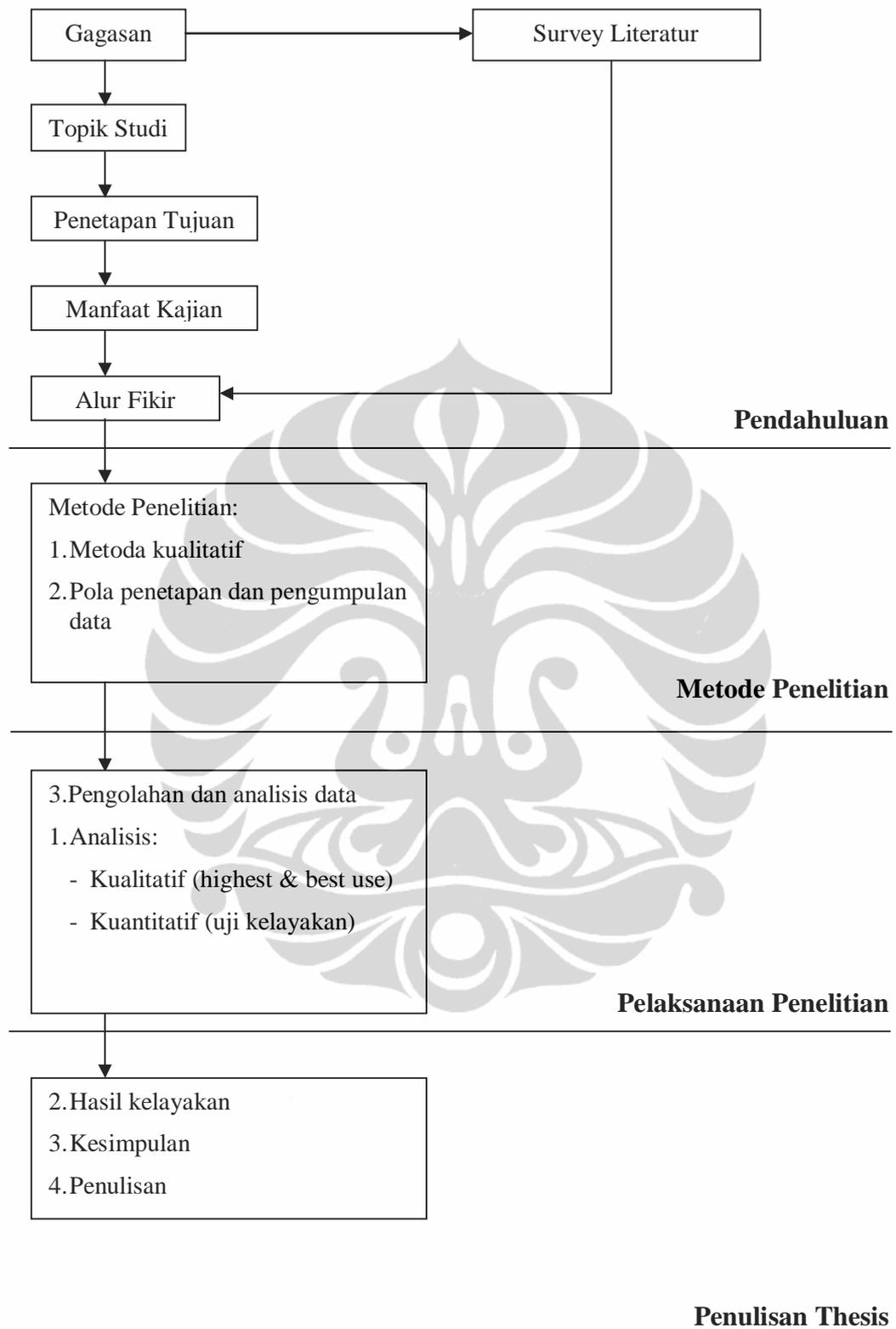
#### METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan meneliti Pasar Baru, Jakarta untuk mengetahui kegiatan-kegiatan yang seperti apakah yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan optimalisasi pemanfaatan ruang atas tanahnya. Penelitian ini didukung oleh analisis teori-teori yang terkait dengan Pasar Baru sebagai lingkungan wisata belanja *heritage*. Mengapa demikian? Agar dapat menjawab *issue* yang terdapat di Pasar Baru, yaitu di masa kini, kegiatan ritel sudah tidak menghasilkan *yield* (keuntungan yang tertinggi) bagi kemajuan lingkungan ini sehingga pemanfaatan ruang atas tanahnya menjadi kurang optimal dibandingkan tidak seoptimal di masa lampau.

Penelitannya dilakukan melalui pendekatan kualitatif<sup>61</sup>, dengan mengumpulkan data-data berdasarkan fakta-fakta yang ada di Pasar Baru. Proses penelitian baru dapat dijalankan setelah melakukan pengamatan di lapangan. Pengamatan di lapangan dilakukan dengan cara membaca dan mendata berbagai informasi yang tertulis (melakukan survey dengan mendata pertokoan di lingkungan Pasar Baru), merekam kondisi eksisting dengan menggunakan kamera untuk mendapatkan gambaran yang terjadi di Pasar Baru, melakukan wawancara mendalam dengan beberapa pihak tertentu, yaitu perwakilan dari pedagang, pengunjung, dan pihak Pemerintah Propinsi DKI Jakarta sebagai pemilik pedestrian Jalan Pasar Baru Raya. (Lihat pada skema 3.1. Urutan Meneliti). Berdasarkan pada skema dibawah, digunakan dua urutan meneliti, yaitu melakukan survey literatur sebagai acuan dalam mengolah data dan menganalisis serta melakukan pengamatan di lapangan.

---

<sup>61</sup> Menurut Prof.Dr.Sugiyono didalam bukunya yang berjudul “Memahami Penelitian Kualitatif” halaman 1-3, cetakan ke 4 diterbitkan oleh CV. Alfabeta Bandung pada bulan Agustus 2008; Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (dalam hal ini Pasar Baru sebagai obyek penelitian), dimana analisis data dilakukan secara induktif berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan untuk membangun hipotesis. Analisis data ini dilakukan sejak peneliti menyusun proposal, melaksanakan pengumpulan data di lapangan, sampai peneliti mendapatkan seluruh data. Hasil dari penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. (Oleh karena itu diharapkan bisa mendapatkan makna yang terkandung di dalam Pasar Baru sebagai kawasan komersial bersejarah.)



Skema 3.1.

**Urutan meneliti Pasar Baru**

(Sumber: Prinsip dasar penulisan thesis Universitas Indonesia, 1997)

Pada tahap pendahuluan, gagasan didapatkan dari fakta bahwa Pasar Baru merupakan satu-satunya Pusat Pertokoan di Jakarta sejak masa pemerintahan kolonial Hindia Belanda pada abad ke-19. Untuk memperkuat gagasan ini, maka dilakukan survey literatur dimana ditemukan Pasar Baru sebagai lingkungan wisata belanja heritage sebagai topik studi. Kemudian ditetapkan tujuan penelitian Pasar Baru dan manfaat kajiannya. Dari survey literatur, dapat dibuat alur fikir mengenai Pasar Baru.

Metode yang digunakan adalah melalui penelitian kualitatif yang untuk menggambarkan fakta-fakta yang terdapat di lingkungan Pasar Baru dan tidak meneliti areal-areal di sekitar lingkungan Pasar Baru. Pola penetapan dan pengumpulan data dilakukan dengan survey lapangan berupa observasi, wawancara dengan perwakilan pihak-pihak terkait di Pasar Baru, serta merekam kondisi Pasar Baru dengan menggunakan kamera digital. Faktor-faktor eksternal seperti pencapaian, *traffic* dan transportasi dibahas hanya untuk membantu untuk menemukan kegiatan apa yang paling cocok untuk Pasar Baru di masa yang akan datang bukan dibahas untuk dicarikan solusinya. Namun disarankan untuk dilakukan penelitian lanjutan terhadap faktor-faktor eksternal Pasar Baru agar dapat mendukung kegiatan yang paling cocok untuk lingkungan Pasar Baru.

Pada tahap pelaksanaan penelitian, data-data yang telah didapatkan baik dari survey literatur dan survey lapangan di analisis dengan menggunakan metode kualitatif untuk mendapatkan *highest & best use* bagi lingkungan Pasar Baru dan metode kuantitatif (bukan sebagai metode utama, hanya membantu penelitian kualitatif) untuk menguji kelayakan dari pemilihan kegiatan yang dapat menghasilkan *highest & best use* bagi Pasar Baru.

Pada tahap penulisan, akan didapatkan kegiatan yang paling layak untuk dikembangkan bagi Pasar Baru sebagai lingkungan wisata belanja heritage dan kemudian dibuat kesimpulan penelitian yang dilanjutkan dengan menulis thesis Pengembangan Pasar Baru, Jakarta.

Dalam meneliti Pasar Baru, penelitian tidak hanya dilakukan untuk memperbaiki lingkungan binaan di Pasar Baru, namun juga meneliti keseluruhan aktifitas, baik kegiatan perdagangannya, waktu beroperasi, melakukan

wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dalam Pasar Baru, yaitu Pemerintah Propinsi DKI Jakarta sebagai pemilik pedestrian Jalan Pasar Baru Raya, pengunjung Pasar Baru, pemilik dan penyewa properti pertokoan di Pasar Baru, dan Pedagang Kaki Lima (PKL) yang memiliki lapak di pedestrian Jalan Pasar Baru Raya.

No	Pemakai Properti Pasar Baru	Aktivitas	Keterangan
1	Pemilik properti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan properti untuk dihuni atau untuk kegiatan berdagang</li> <li>- Menyewakan properti kepada pedagang</li> </ul>	Sistem kemilikan properti pertokoan di Pasar Baru merupakan hak milik dan sebagian lagi merupakan hak guna bangunan
2	Pedagang	Menjual barang dagangan, seperti: tas, jam tangan, tekstil, makanan, dan lain-lain	Waktu beroperasi kegiatan perdagangan di Pasar Baru dimulai pada pukul 10.00 – 20.00 WIB
3	Pengunjung	Melakukan kegiatan-kegiatan seperti: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Melihat-lihat</li> <li>- Berbelanja</li> <li>- Kegiatan belanja <i>one stop shopping</i></li> </ul>	Pengunjung yang datang bisa berasal dari lingkungan sekitar maupun dari wilayah lain, turis yang ingin menikmati <i>heritage</i> Pasar Baru dan pelanggan tetap
4	Pemerintah Propinsi DKI Jakarta	Mengawasi jalannya kegiatan di Pasar Baru	Pedestrian Pasar Baru merupakan fasilitas umum yang dimiliki oleh Pemerintah, sehingga perawatan dan pengawasannya menjadi tanggung jawab Pemerintah.
5	Pedagang Kaki Lima	Menjual kebutuhan sandang dan pangan untuk golongan menengah ke bawah	Dalam pelaksanaannya, PKL banyak menimbulkan permasalahan pada pedestrian Pasar Baru, selain membuat pedestrian tampak kumuh dan semrawut juga membuat pedestrian menjadi sempit & tidak nyaman bagi pejalan kaki.

Tabel 3.1.

### Data Pemakai Properti Pasar Baru

Sumber: (Dokumen pribadi)

Pengungkapan aktivitas perdagangan ritel yang dilakukan oleh penjual dan pembeli, digunakan untuk menganalisis segmen pengunjung di lingkungan Pasar

Baru, yakni melalui pengamatan (observasi) untuk mengetahui pergerakan kegiatan-kegiatan pengunjung di Pasar Baru. (Lihat diagram 3.1. Pergerakan pengunjung secara horizontal)

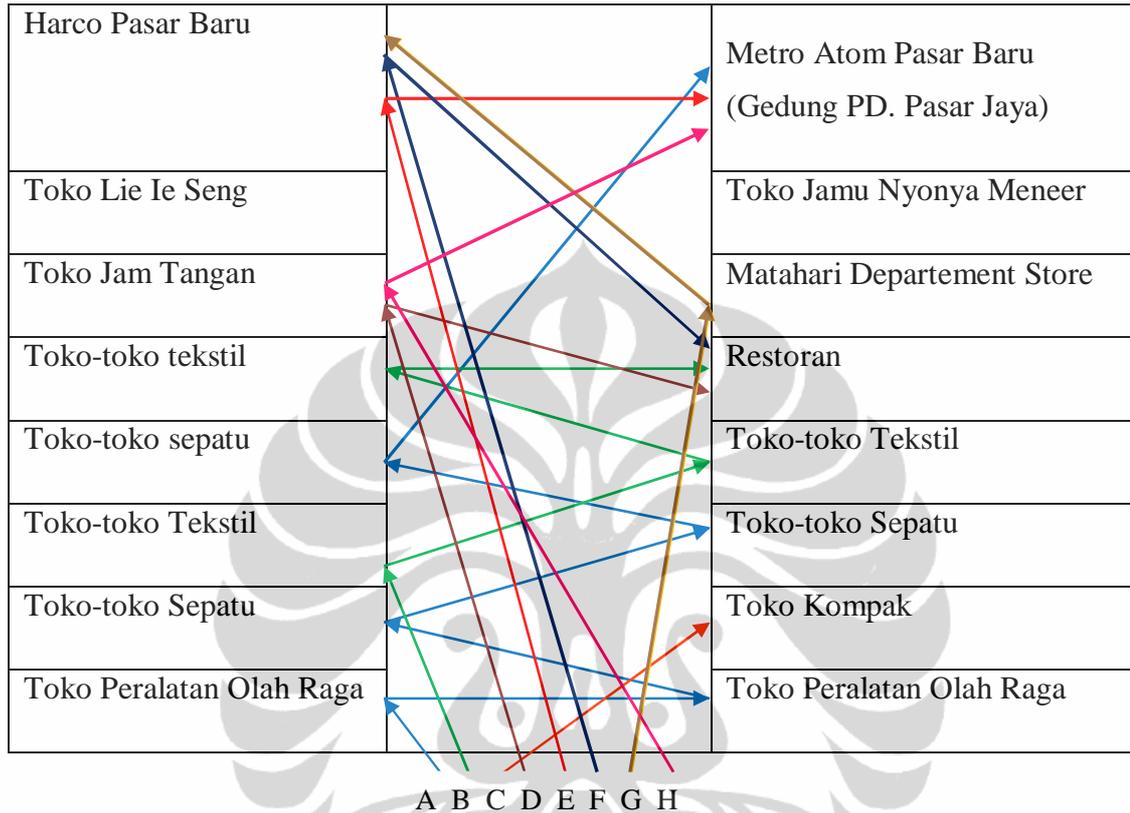


Diagram 3.1.

### Pola pergerakan pengunjung Pasar Baru

(Sumber: Hasil pengamatan pribadi)

Seperti yang dilihat pada diagram diatas, penelitian dilakukan dengan mengamati 8 (delapan) pengunjung sebagai partisipatori. Pengunjung-pengunjung yang dipilih mewakili status sosial, pekerjaan, jenis kelamin dan kepentingan datang berkunjung ke Pasar Baru. Penelitian dilakukan dalam waktu seminggu mulai pada jam-jam kerja dan hari libur, mulai dari pukul 10.00 WIB (waktu buka toko) sampai pukul 17.00 WIB (jam pulang kantor) di bulan oktober tahun 2008 yang awal dari musim hujan, namun masih terkena pengaruh musim panas, sehingga pengunjung masih banyak yang berbelanja di Pasar Baru tanpa harus merasa khawatir akan kehujanan.

	Jenis kelamin	Status pekerjaan	Keperluan	Keterangan
A	Pria	Mahasiswa	Ingin membeli peralatan olah raga, sepatu dan kamera	Hanya berbelanja dan tidak melakukan aktivitas lainnya
B	Wanita	Ibu rumah tangga	Ingin membeli bahan tekstil dan makan siang	Melakukan kegiatan <i>one stop shopping</i>
C	Wanita	Pemilik warung	Ingin berbelanja kebutuhan sandang	Hanya berbelanja dan tidak melakukan aktivitas lainnya
D	Pria	Karyawan	Ingin membeli jam tangan dan makan siang	Melakukan kegiatan <i>one stop shopping</i>
E	Wanita	Pemilik salon	Ingin membeli keperluan untuk salon	Hanya berbelanja dan tidak melakukan aktivitas lainnya
F	Wanita	Pemilik salon	Ingin membeli peralatan salon dan makan siang	Melakukan kegiatan <i>one stop shopping</i>
G	Wanita	Karyawati	Ingin membeli baju, makan dan berbelanja peralatan kecantikan	Melakukan kegiatan <i>one stop shopping</i>
H	Pria	Karyawan	Ingin membeli jam tangan dan membeli kamera	Hanya berbelanja dan tidak melakukan aktivitas lainnya

Tabel 3.2.

### Data pengunjung Pasar Baru

(Sumber: Dokumen pribadi)

Setelah membuat skema urutan penelitian seperti yang tercantum diatas, maka kita dapat memulai proses meneliti secara bertahap untuk menemukan hipotesis pada Pasar Baru.

### 3.1. Survey Literatur

Survey literatur dilakukan untuk mendapatkan gambaran mengenai fenomena-fenomena yang terdapat di Pasar Baru dikaitkan dengan teori-teori yang mendukung untuk pengembangan Pasar Baru.

Survey literatur yang Saya lakukan adalah mengkaji teori-teori yang terkait dengan fenomena-fenomena yang terdapat di Pasar Baru, yaitu:

1. Teori yang berkaitan dengan pertumbuhan dan perkembangan kota. Terdapat dua fungsi kota yaitu fungsi primer dan sekunder (yang telah dibahas pada

Bab II halaman 13). Di masa lampau kegiatan perekonomian di Pasar Baru berfungsi untuk melayani kebutuhan kota Jakarta (fungsi sekunder), namun di masa kini kegiatan perekonomian Pasar Baru mengalami kemunduran hanya berfungsi untuk melayani lingkungan sekitarnya.

2. Teori yang berkaitan dengan Jl.Pasar Baru Raya sebagai area pertokoan tertua di Jakarta. Membahas mengenai Pasar Baru sebagai kawasan komersial bersejarah (*Tourism & Heritage of Pasar Baru*)
3. Teori yang berkaitan dengan *property development*, yaitu: properti ritel di lingkungan Pasar Baru. membahas mengenai analisis pasar untuk menentukan kegiatan yang paling layak untuk mengembangkan Pasar Baru melalui analisis *demand* dan *supply* terhadap Pasar Baru; teori *highest & best use* untuk Pasar Baru beserta studi kelayakannya.

Data-data yang didapatkan dianalisis dengan cara mengolah data-data tersebut baik yang berasal dari hasil wawancara, hasil pengamatan langsung dengan cara memilah data-data yang dapat dipakai dan berhubungan dengan *issue* yang terkait dengan Pasar Baru serta menyingkirkan data-data yang tidak diperlukan. Setelah selesai diolah dan dipilah-pilah, data-data tersebut dapat dimasukkan untuk mendukung penelitian yang sedang dilakukan dan dihubungkan dengan teori-teori yang dapat digunakan untuk mendapatkan penggunaan yang tertinggi dan terbaik dalam mengembangkan lingkungan Pasar Baru.

### **3.2. Penelitian Lapangan**

Tahap kedua adalah melakukan penelitian lapangan dengan memahami kondisi dan konteks fisik properti dan aktifitas yang terdapat di Jalan Pasar Baru Raya. Kemudian dicari beberapa pihak yang telah dipilih secara khusus yang terkait dengan Pasar Baru untuk dijadikan obyek penelitian.

Penelitian hanya dilakukan pada pedestrian Jalan Pasar Baru Raya dan properti-properti pertokoan yang terdapat di area ini. Adapun total luas lahan yang telah diperhitungkan sejumlah 47,486 m<sup>2</sup>. Penelitian dilakukan secara

menyeluruh (holistic). Yang dimaksud secara menyeluruh adalah meneliti keseluruhan aspek yang terdapat di lingkungan Pasar Baru. Meneliti kondisi lingkungan Pasar Baru (dilihat dari faktor-faktor eksternal dan internal) sebagai kawasan wisata belanja *heritage* dan sebagai properti yang dapat dikembangkan.

Penelitian tidak dilakukan terhadap area-area lain yang terdapat di Kelurahan Pasar Baru. Yang dimaksud dengan area-area lain adalah sebagai berikut: Akses jalan yang berhubungan dengan Jalan Pasar Baru Raya yaitu: Jalan Kelinci di sebelah timur, Jalan Pintu Air Selatan dan Jalan Pintu Air Raya disebelah barat, Jalan KH.Samanhudi disebelah utara dan Jalan Antara serta Jalan Pintu Air Selatan disebelah selatan.

Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi kondisi lingkungan Pasar Baru sebagai kawasan wisata belanja , yaitu:

- a. Kondisi sosial yaitu ciri-ciri kependudukan (demografi). Hal ini dapat diketahui dari jenis pengunjung yang dikelompokkan dari usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan status sosial.
- b. Kondisi ekonomis yaitu kemampuan daya beli pengunjung Pasar Baru.
- c. Peraturan Perundangan seperti jasa pelayanan publik, zoning, kebijakan pajak dan legislasi khusus.
- d. Kondisi sekitar lingkungan berupa pencapaian, *traffic*, jaringan transportasi ke Pasar Baru. Pencapaian dipengaruhi oleh jaringan jalan dan jaringan transportasi publik.

Faktor-faktor internal yang berkaitan dengan Pasar Baru yaitu:

- a. Kondisi fisik properti-properti pertokoan di Jalan Pasar Baru Raya.
- b. Kegiatan perdagangan yang dilakukan oleh pemilik dan penyewa toko.
- c. Kegiatan-kegiatan lainnya yang terdapat di Jalan ini seperti restoran, perkantoran, dan lain-lainnya.
- d. Fasilitas sosial dan fasilitas umum berupa pedestrian dan ruang publik.

Kegiatan ‘belanja’ yang dilakukan oleh pengunjung merupakan kegiatan mencari sesuatu (peluang ragam barang konsumsi) dengan suatu kemungkinan tujuan akhir membeli. Namun dalam perkembangannya, penelitian dibatasi

dengan mencari kemungkinan untuk mendapatkan penggunaan tertinggi dan terbaik pada area ini selain mempertahankan kegiatan ritel sebagai daya tarik wisata belanja. Hal ini bisa didapatkan setelah melakukan analisis *highest & best used* terhadap kegiatan-kegiatan yang dapat menghasilkan keuntungan tertinggi bagi pengembangan lingkungan Pasar Baru.

Penelitian dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap kondisi eksisting di lingkungan Pasar Baru. Setelah itu, melakukan survey literatur dan survey lapangan. Keadaan lapangan direkam melalui kamera. Hasil-hasil temuan dilapangan digabungkan dengan teori-teori perkotaan maupun teori-teori lainnya yang terkait dengan Pasar baru.

Kesemua data-data yang didapatkan melalui pengamatan langsung, survey lapangan, survey literatur, dan hasil wawancara digabungkan menjadi satu untuk membuat analisis dalam menentukan cara pengembangan Pasar Baru.

Adapun pihak yang terkait dengan Pasar Baru adalah pihak Pemerintah Dinas Propinsi DKI Jakarta selaku pemilik kawasan wisata belanja Pasar Baru. Wawancara dilakukan untuk mencari informasi mengenai harapan dari pihak Pemerintah apabila Pasar Baru dikembangkan. Wawancara juga dilakukan dengan beberapa pemilik properti pertokoan, seperti pemilik toko sepatu Sin Lie Seng, pemilik toko kain Mansha, pemilik toko jam Ayoeng sebagai ketua asosiasi Pasar Baru dan pemilik apartemen Pasar Baru Residence yang akan dibangun. Selain melakukan wawancara dengan Pemerintah Propinsi DKI Jakarta dan pemilik properti pertokoan, wawancara juga dilakukan dengan beberapa pengunjung yang dipilih secara khusus berdasarkan perbedaan status sosial, usia, pekerjaan dan jenis kelamin, untuk mengetahui mengapa mereka datang berkunjung ke Pasar Baru baik untuk melakukan kegiatan berbelanja maupun kegiatan-kegiatan lainnya seperti wisata kuliner, *window shopping* dan bersantai.

Setelah data-data, temuan-temuan dan teori-teori yang terkait diolah, dianalisis dan digabungkan, dimulai penyusunan tesis, dalam pengertian mengetahui kegiatan-kegiatan apa saja yang paling cocok untuk mendapatkan penggunaan tertinggi dan terbaik yang layak bagi Pasar Baru di masa mendatang.

Setelah itu akan dilakukan studi kelayakan untuk mendapatkan hasil yang optimal bagi pengembangan lingkungan Pasar Baru.

Penelitian terhadap lingkungan Pasar Baru mulai dilakukan sejak bulan oktober tahun 2007. Pada saat itu, berdasarkan data yang didapatkan dari Dinas Pariwisata Propinsi DKI Jakarta, melihat dari lingkungan Pasar Baru sebagai kawasan wisata belanja *heritage*, Pemerintah mengeluarkan kebijakan melalui SK Gubernur No. 3048/2000 yang pengembangannya menuju pada Pembentukan Pasar Baru sebagai salah satu *Fashion Center* di Jakarta.<sup>62</sup>

Terdapat opini dari Pemerintah Propinsi DKI Jakarta dalam pengembangan Pasar Baru sebagai berikut:

1. Lingkungan Pasar Baru sebagai bagian dari Kota Jakarta, merupakan Historical Site, kawasan yang memiliki ciri khas campuran antara *modern +heritage*
2. Dikarenakan Pasar Baru merupakan bagian dari kota Jakarta, lingkungan ini diharapkan memiliki tren: sehat, suistanable & bersih.
3. Keistimewaan dari Pasar Baru:

Ditinjau dari faktor-faktor Internal:

- a. Pusat pertokoan di sepanjang Jalan Pasar Baru Raya merupakan magnet Pasar Baru yang merupakan lingkungan wisata belanja *heritage*.
- b. Lingkungan ini memiliki tematik area yaitu sebagai *fashion center & heritage*.

Ditinjau dari faktor-faktor Eksternal:

- a. Pencapaian cukup baik (didukung oleh jaringan tranportasi makro dan mikro serta infrastruktur yang baik). Namun terdapat *traffic* yang cukup padat di beberapa titik seperti di Jalan KH.Samnhudi yang memerlukan solusi agar penduduk kota Jakarta yang berdatangan dari arah barat dan utara (kawasan Kota Tua, Ancol dan sekitarnya) dapat dengan mudah mencapai Pasar Baru tanpa harus mengalami *traffic*

---

<sup>62</sup> *Pariwisata sebagai Citra Kualitas Pertumbuhan Kota*. Dinas Pariwisata Propinsi DKI Jakarta, Tahun 2002.

- yang padat pada jam-jam tertentu. Pemecahan untuk areal parkir juga perlu dilakukan agar masyarakat yang memakai kendaraan pribadi dapat dengan mudah berkunjung ke Pasar Baru.
- b. Terletak di pusat kota, dekat dengan pusat pemerintahan ibukota Jakarta.
  - c. Dikelilingi oleh pemukiman penduduk.
4. Cara yang dapat dilakukan untuk mengembangkan lingkungan Pasar Baru:
- a. Mereposisi fungsi fisik properti-properti yang terdapat dikawasan ini mengacu pada Peraturan yang ada:
    - Keputusan Gubernur Nomor 678 Tahun 1994, mengenai Peningkatan Intensitas Bangunan di Wilayah DKI Jakarta.
    - Peraturan Daerah Khusus Ibukota Jakarta No.9 Tahun 1999, mengenai Pelestarian dan Pemanfaatan Lingkungan dan Bangunan Cagar Budaya.
  - b. Mereposisi aktifitas-aktifitas non fisik yang terdapat di Pasar Baru.
- Output yang dituju:
- 1) Arahan kebijakan khusus properti pada lingkungan Pasar Baru
  - 2) Kegiatan-kegiatan yang dapat mendukung optimalisasi pemanfaatan ruang atas tanah pada lingkungan Pasar Baru.

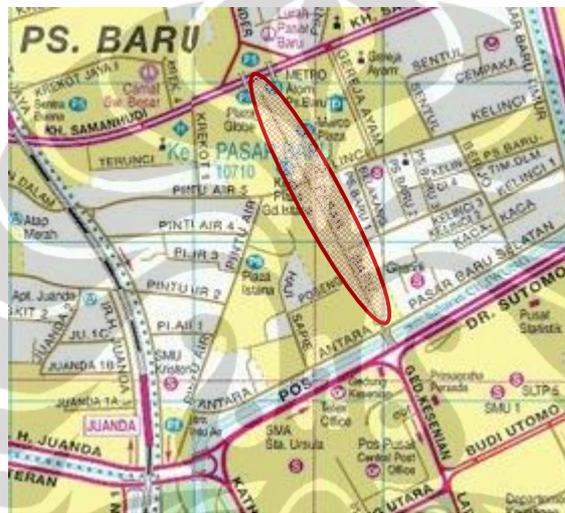
**PASAR BARU —————> City's Image & Identity —————> a sense of place & identity through the historic & cultural associations**

Selama melakukan penelitian dilapangan, berdasarkan fakta-fakta yang ada, ditemukan *issue* yang terkait dengan Pasar Baru. Melihat dari kejayaannya di masa lalu sebagai pusat pertokoan tertua yang bergengsi di Jakarta, kondisi eksisting dimasa kini sangat berbeda. Perbedaan yang didapatkan adalah bahwa keadaan fisik pedestrian dan bangunan di Pasar Baru tidak sebaik di masa lampau karena tidak dirawat dengan baik. Apabila di masa lalu pemanfaatan ruang atas tanahnya sudah optimal yang menyebabkan penggal jalan ini menjadi pelopor tempat belanja kelas menengah keatas di Jakarta, maka dimasa kini penggal jalan

Pasar Baru Raya hanya menjadi *shopping street* yang biasa-biasa saja dan kalah bersaing dengan pusat-pusat perbelanjaan lainnya di Jakarta.

Berdasarkan fakta yang ada, ditemukanlah hipotesa untuk Pasar Baru. Apabila dilakukan pengembangan kegiatan-kegiatan di lingkungan ini, akan dapat mendukung optimalisasi pemanfaatan ruang atas tanah pada Pasar Baru sebagai lingkungan wisata belanja *heritage*.

Dibawah ini dapat kita lihat lokasi lingkungan Pasar Baru terhadap wilayah sekitarnya berikut batasan geografisnya.



Gambar 3.1.

### **Peta Lingkungan Pasar Baru**

(Sumber: Peta Gunther tahun 2007)

Batasan-batasan geografis Jalan Pasar Baru Raya , yaitu:

- Sebelah selatan : berbatasan dengan Jl. Antara dan Jl. Pasar Baru Selatan
- Sebelah barat : berbatasan dengan oleh Jl. Pintu Air Selatan
- Sebelah utara : berbatasan dengan oleh Jl. KH. Samanhudi
- Sebelah timur : berbatasan dengan oleh Jl. Kelinci Raya

Jika dilihat pada peta diatas, Jalan Antara, Jalan Pasar Baru Selatan dan Jalan DR. Sutomo dipisahkan oleh kali ciliwung terdapat jembatan berupa jalan yang menghubungkan Jalan DR. Sutomo dengan Jalan Pasar Baru Raya. Jembatan ini merupakan akses masuk ke Pasar Baru dari arah selatan. Penduduk kota Jakarta yang bermukim di wilayah Jakarta Pusat, Jakarta Selatan dan Jakarta

Timur dapat melalui ketiga jalur tersebut di atas. Sementara penduduk kota Jakarta yang bermukim di wilayah Jakarta Barat dan Jakarta Utara dapat melalui Jalan KH.Samanhudi. Sedangkan bagi penduduk sekitar Jabodetabek dapat menggunakan angkutan KRL yang berhenti di stasiun Juanda. Gambar gapura di bawah ini menandakan gerbang utama untuk memasuki pedestrian Jalan Pasar Baru Raya.



Gambar 3.2.

### **Gapura Utama Pasar Baru**

(Sumber: Pribadi, 2007)

Gambar di bawah merupakan gapura belakang pedestrian Jalan Pasar Baru Raya yang dimasuki melalui Jalan KH.Samanhudi.



Gambar 3.3.

### **Gapura Belakang Pasar Baru**

(Sumber: Pribadi, 2007)

Dengan demikian penelitian yang dilakukan terhadap properti-properti pertokoan dan pedestrian Jalan Pasar Baru Raya.

Setelah melakukan survey literatur dan penelitian lapangan, dapat dilakukan analisis untuk mengembangkan Pasar Baru. Analisis Pasar Baru meliputi.

1. Analisis kondisi Pasar Baru di masa kini
2. Analisis Pasar Baru sebagai lingkungan wisata *heritage*.
3. Analisis pengembangan Pasar Baru di masa yang akan datang.

Analisis-analisis di atas akan dibahas lebih mendalam pada Bab IV yang berjudul Analisis Pengembangan Pasar Baru di Jakarta.

