

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG PERMASALAHAN

Pasar Baru merupakan salah satu pusat pertokoan yang legendaris di Jakarta. Pada tahun 1877, kaum pedagang etnis Tionghoa banyak mendirikan toko-toko dengan gaya bangunan berarsitektur Pecinan sehingga Pasar Baru menjadi pusat perdagangan dan perbelanjaan yang paling bergengsi pada awal abad ke-19. Daerah tersebut semakin hidup setelah tentara Inggris membangun gedung kesenian tahun 1914.

Kejayaan Pasar Baru sangat dipengaruhi oleh letaknya yang strategis yaitu terletak di Pusat Administrasi Pemerintahan Hindia Belanda (*New Batavia*), Kawasan Lapangan Banteng dan sekitarnya (*Weltevreden*), dilengkapi oleh Gedung Kesenian serta Kantor Pos Pusat yang memperkaya karakteristik kawasan tersebut. Pasar Baru merupakan daerah yang sudah lama dihuni oleh orang-orang Tionghoa peranakan atau disebut Babah¹ yang sudah berbaur dengan pribumi dan berbahasa Melayu, rumah-rumah di jalan ini digunakan juga sebagai toko-toko. Disamping orang Tionghoa terdapat pula beberapa pedagang India, Jepang dan Keling. Mereka yang berdagang di Pasar Baru berbeda dengan orang-orang Tionghoa yang berjualan di daerah Glodok karena sudah berakulturasi dengan pribumi dan juga mendapat kesempatan untuk bergaul dengan orang-orang Belanda maupun Indo-Belanda yang datang berbelanja.² Selain itu Pasar Baru juga terkenal bagi orang-orang Belanda pada waktu itu sebagai tempat memesan sepatu dan pakaian yang baik. Pada waktu Pemerintah Hindia-Belanda berkuasa,

¹ Untuk makna istilah Babah ini lihat: Kwee Tek Hoay, *Asal Mulaunya Timbul Pergerakan Tionghoa*, dalam *Kesusasteraan Melayu Tionghoa*, 408.

² “Pasar Baru selalu ramai dengan banyak sado dan pejalan kaki. Dimulai pagi hari, para Nyonya Eropa dan Indo-Eropa yang kebanyakan mengenakan sarung dan kebaya datang berbelanja.” Brousson, *Batavia Awal Abad*, 120.

Pasar Baru merupakan pusat pertokoan yang berada di level menengah ke atas³ dan melayani pembeli dari berbagai bangsa.

Setelah diproklamirkan kemerdekaan Republik Indonesia, Pasar Baru menjadi primadona dan surga belanjanya warga Jakarta, dimana produk-produk terbaru yang didatangkan dari manca negara seperti jam tangan, tas, dan lainnya diperdagangkan di tempat belanja ini. Karyawan-karyawan yang bekerja di perkantoran sekitar Pasar Baru banyak yang berbelanja di pusat perbelanjaan ini dan masyarakat kota Jakarta yang datang untuk berbelanja barang-barang bermutu.⁴

Pasar Baru merupakan tempat belanja skala kota Jakarta.⁵ Karena pada masa itu, belum banyak dibangun tempat belanja yang tersebar di 5 (lima) wilayah kota Jakarta. Dilihat dari wujud fisiknya, properti-properti yang terdapat di Pasar Baru dapat dikategorikan sebagai *Shopping Street*⁶. Kegiatan yang terdapat di area ini selain kegiatan perdagangan juga merupakan area berkumpul kalangan menengah keatas untuk bersosialisasi sambil makan dan minum kopi. Pada masa itu lingkungan yang bergengsi ditinjau dari segmen pengunjung yang datang dan kualitas produk-produk bermutu berasal dari dalam dan luar negeri yang diperdagangkan.⁷

Dengan bermunculannya pusat-pusat perbelanjaan yang menyebar di 5 (lima) wilayah Kota Jakarta dimulai sejak masa pemerintahan Gubernur Pemerintah Propinsi DKI Jakarta, Bapak Ali Sadikin hingga saat ini, Pasar Baru

³ Disekitar Pasar Baru terdapat daerah-daerah yang didiami oleh imigran Belanda seperti *Rijswijk* dan *Noordwijk* dan gedung-gedung pemerintahan Batavia.

⁴ *Perencanaan Kawasan Wisata Jakarta*, "Pariwisata sebagai Citra Kualitas Pertumbuhan Kota". Diterbitkan oleh Dinas Pariwisata Propinsi DKI Jakarta pada tahun 2002.

⁵ Klasifikasi Pasar Baru sebagai tempat belanja skala kota pada masa lampau didapatkan dari definisi yang ditetapkan oleh Urban Land Institute-USA mengenai pembagian Shopping Centers berdasarkan lokasi dan luas lahan.

⁶ Pasar Baru disebut sebagai *shopping street* dikarenakan lingkungan Pasar Baru yang merupakan pusat perdagangan kebutuhan sandang terdiri dari pertokoan yang berjajaran disepanjang pedestrian Jalan Pasar Baru Raya. Pembahasan lebih mendalam mengenai *Shopping Street* dapat dilihat pada Bab 2.

⁷ Data-data didapatkan dari buku-buku yang terkait dengan kesejarahan Pasar Baru dan hasil wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dengan Pasar Baru.

mulai mengalami kemunduran⁸, sehingga Pasar Baru berubah menjadi tempat belanja skala lingkungan⁹ dimana pusat pertokoan ini lebih melayani kebutuhan belanja masyarakat yang bermukim di lingkungan sekitarnya. Hal ini juga dikarenakan terdapat pusat-pusat perbelanjaan lainnya seperti Sarinah Thamrin, Plaza Indonesia dan Grand Indonesia yang melayani skala kota Jakarta sebagai kompetitor Pasar Baru yang berlokasi tidak jauh dari lingkungan ini. Selain berubah fungsi melayani lingkungan sekitarnya, di masa kini, Pasar Baru dikunjungi oleh sebagian besar golongan menengah kebawah. Hal ini menyebabkan terjadinya perubahan kelas pengunjung. Hal ini menyebabkan pemanfaatan ruang atas tanah di Pasar Baru menjadi kurang optimal.¹⁰

Dampak dari perubahan segmen pasar dari golongan menengah ke atas menjadi golongan menengah ke bawah juga dirasakan oleh pedagang di Pasar Baru. Salah satu contoh toko yang mengalami perubahan segmen pasar adalah Toko Sepatu Sin Lie Seng.¹¹ Penjualan produk sepatu di toko ini mengalami masa-masa kejayaannya antara tahun 1970-1995. Segmen pengunjung yang membeli sepatu di toko ini adalah kalangan atas dan menengah. Namun, seiring dengan berkembangnya pusat-pusat perbelanjaan eksklusif yang tersebar di seluruh Jakarta dengan menjual produk sepatu-sepatu berkelas yang didatangkan dari luar negeri, membuat pengunjung kalangan atas merubah orientasi belanja mereka untuk membeli sepatu buatan luar negeri daripada dalam negeri, selain melihat dari kualitas, kalangan ini beranggapan bahwa membeli sepatu berkelas buatan

⁸ Kemunduran yang dialami oleh Pasar Baru ditandai dengan berubahnya orientasi belanja masyarakat golongan menengah ke atas yang tadinya melakukan kegiatan belanja *one stop shopping* di Pasar Baru, menjadi berbelanja di pusat-pusat perbelanjaan lainnya seperti: Plaza Indonesia, Blok M Plaza, Mangga dua, dan lain-lain.

⁹ Informasi yang menerangkan bahwa Pasar Baru merupakan tempat belanja lingkungan di masa k ini didapatkan dari makalah seminar yang diadakan oleh Fakultas Ilmu Budaya Universitas Indonesia bekerja sama dengan Fakultas Teknik Universitas Indonesia bertempat di gedung Departemen Arsitektur pada tanggal 26-27 Agustus 2008. Adapun kajian mengenai tempat belanja skala lingkungan akan dibahas lebih dalam pada Bab II.

¹⁰ Ditinjau dari KLB yang ditetapkan saat ini pemanfaatan ruang atas tanah Pasar Baru kurang optimal, jika dilihat dari analisis penggunaan tertinggi dan terbaik (*Highest & Best Used Analyzed*), maka pertokoan-pertokoan deret di Pasar Baru hanyalah tempat belanja yang biasa-biasa saja, sehingga kondisi ini sangat menurunkan citra area ini (Analisis penggunaan yang tertinggi dan terbaik akan dibahas lebih dalam di Bab II pada tinjauan teori).

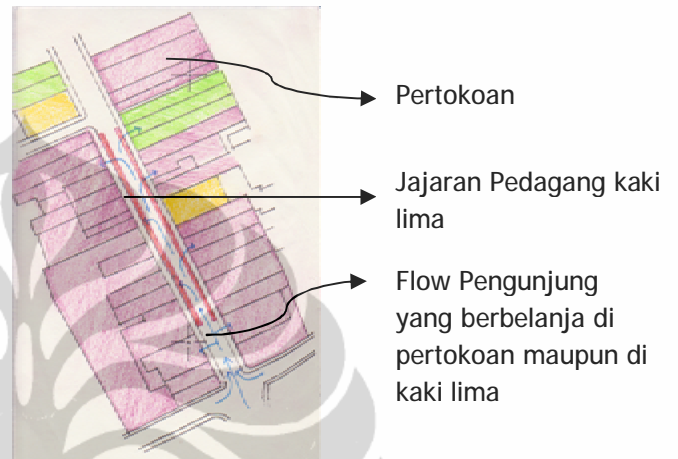
¹¹ Hasil wawancara dengan Bapak Harun, Pemilik Toko Sepatu Sin Lie Seng pada bulan Maret tahun 2008.

luar negeri akan mengukuhkan citra mereka sebagai kalangan yang memiliki selera yang bermutu dan eksklusif.

Faktor lain yang menyebabkan berubahnya citra Pasar Baru adalah bermunculannya Pedagang Kaki Lima yang berdagang di pedestrian Jalan Pasar Baru Raya.¹² Kondisi pedestrian dapat kita lihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1.1. **Kondisi pedestrian Jalan Pasar Baru Raya**
Hari Kamis, pukul 15:18 WIB
(Sumber: Hasil pengamatan pribadi)



Gambar 1.2. **Flow arus kegiatan pengunjung pedagang**
(Sumber: Hasil pengamatan Pribadi)

Suasana yang tampak pada foto di atas menggambarkan aktivitas kaki lima yang memadati pedestrian Jalan Pasar Baru Raya. Produk-produk yang diperdagangkan adalah: makanan, baju, asesoris, dan lain-lain. Dengan kehadiran PKL, menjadi salah satu faktor yang merubah citra Pasar Baru sebagai kawasan pusat pertokoan bergengsi menjadi pusat pertokoan yang biasa-biasa saja.¹³ Hal ini disebabkan oleh tidak beraturannya aktifitas pedagang kakilima di Jalan Pasar Baru Raya. Mereka memadati pedestrian, membuang limbah dagangan mereka tidak pada tempatnya, dan para pengunjung yang berbelanja pun memadati pedestrian, membuat alur pengunjung lain yang ingin berbelanja di pertokoan menjadi terganggu. Selain dari itu dirubahnya Jalan Pasar Baru Raya yang merupakan areal lintasan kendaraan bermotor (lihat gambar 1.3) di Pasar Baru

¹² Hasil wawancara dengan salah satu Pedagang Kaki Lima di Pasar Baru.

¹³ Hasil wawancara dengan beberapa pihak yang terkait dengan Pasar Baru, yaitu: Bapak Made di Dinas Pariwisata Propinsi DKI Jakarta dan Pemilik properti toko arloji Ayoeng di Pasar Baru.

menjadi pedestrian (lihat gambar 1.4) menyebabkan pengunjung yang menggunakan kendaraan pribadi mengalami kesulitan untuk mencari tempat parkir, walaupun sebagai kompensasinya Pemerintah Provinsi DKI Jakarta membangun tempat parkir. Tetapi karena letaknya jauh dari pintu masuk utama disebelah Gedung Kesenian Jakarta, menyebabkan pengunjung kalangan atas enggan untuk berbelanja di Pasar baru.



Gambar 1.3.

Jl. Pasar Baru Raya tempo dulu

Sumber: Republika Online



Gambar 1.4.

Jl. Pasar Baru Raya pada saat ini

Sumber: Pribadi, 2007

Tidak optimalnya pemanfaatan ruang atas tanah di Jalan Pasar Baru Raya (under utilized). Hal ini dapat dilihat dari kurang dimanfaatkannya koefisien lantai bangunan yang berjumlah 3.0 ($KLB = 3$), dapat meningkatkan intensitas bangunan properti-properti pertokoan di Jalan Pasar Baru Raya. Dengan ditingkatkannya intensitas bangunan, dapat lebih menghasilkan keuntungan bagi pemilik properti.

Karena faktor sejarah dan peran Pasar Baru dimasa lampau, oleh Pemerintah Propinsi DKI Jakarta melalui SK Gubernur No. 3048/2000 bermaksud untuk mempertahankan citra Pasar Baru, dengan menetapkan kawasan ini sebagai kawasan wisata belanja¹⁴ bertaraf internasional.

Apakah yang dimaksud dengan Kawasan wisata belanja bertaraf internasional? Kawasan wisata belanja bertaraf internasional merupakan tempat

¹⁴ Menurut Dr. James J. Spillane dalam bukunya yang berjudul *Pariwisata Indonesia, Sejarah dan Prospeknya*, yang dimaksud dengan wisata belanja adalah kegiatan mengunjungi tempat atau pusat-pusat penjualan barang atau produk. Pada kota-kota besar di Indonesia, di beberapa area wisata belanja, biasanya mempunyai ciri khas masing-masing. Misalnya: Cibaduyut (sentra sepatu), Sidoarjo (sentra kerajinan kulit), dan Pekalongan (sentra batik).

penjualan barang atau produk yang memiliki ciri khas tersendiri dengan membidik segmen pengunjung tidak hanya masyarakat setempat yang biasanya berasal dari kalangan menengah ke atas, juga turis domestik dan turis asing.¹⁵

Dengan dikukuhkannya Pasar Baru menjadi kawasan wisata belanja bertaraf internasional, dapat memberikan keuntungan insentif bagi Pemerintah Propinsi DKI Jakarta pada umumnya dan sektor pariwisata kota Jakarta khususnya.

1.2. PERUMUSAN MASALAH

1. Pasar Baru tidak lagi menjadi pilihan tempat belanja utama bagi penduduk Jakarta dan wisatawan, hal ini mengakibatkan kegiatan perdagangan di Pertokoan disepanjang jalan Pasar Baru Raya sebagai ikon lingkungan wisata belanja di Jakarta menjadi kurang optimal.
2. Pemanfaatan ruang atas tanah pada lingkungan Pasar Baru selama ini menjadi kurang optimal. Hal ini dikarenakan tidak semua bangunan pertokoan yang terletak disepanjang Jalan Pasar Baru Raya dibangun sesuai dengan Peraturan Intensitas Bangunan yang sudah ditetapkan oleh Pemerintah (Peraturan mengenai Intensitas bangunan terlampir).
3. Karena lingkungan Pasar Baru ditetapkan oleh Pemprov DKI Jakarta sebagai lingkungan wisata belanja heritage melalui SK Gub No.3048/2000, maka tidak semua bangunan-bangunan pertokoan di lingkungan ini bisa dirombak total, demikian juga dengan kegiatan perdagangan ritel beserta tampilan fasade pertokoan harus tetap dipertahankan.

¹⁵ Ibid.

1.3. PERTANYAAN PENELITIAN

Bagaimana cara mengoptimalkan kegiatan-kegiatan yang terdapat pada lingkungan Pasar Baru dengan mempertimbangkan Pasar Baru sebagai lingkungan wisata belanja heritage?

- Apakah Pasar Baru merupakan lingkungan wisata belanja heritage?
- Kegiatan-kegiatan apakah yang dapat mendukung Pasar Baru sebagai lingkungan wisata belanja heritage?

1.4. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.4.1. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui cara mengoptimalkan pemanfaatan ruang atas tanah dan kegiatan-kegiatan yang dapat mendukung Pasar Baru sebagai lingkungan wisata belanja heritage.

1.4.2. MANFAAT PENELITIAN

1. Dapat bermanfaat bagi pihak pengembang, konsultan perencana dan Pemerintah Propinsi DKI Jakarta untuk mengembangkan Pasar Baru.
2. Menambah wawasan dan mengembangkan pola pikir bagi penulis dan masyarakat terhadap masalah-masalah yang terjadi di Pasar Baru saat ini.

1.5. BATASAN PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan hanya membahas kondisi fisik dan non fisik di lingkungan Pasar Baru.

- Membahas kondisi fisik lingkungan Pasar Baru yaitu pemanfaatan ruang atas tanah di lingkungan ini, seluas 47,486 m² untuk menghasilkan optimalisasi intensitas lahan dan bangunan di lingkungan ini. Penelitian tidak mencakup area-area disekitar lingkungan Pasar Baru (penggal-penggal jalan: Jalan Raya Samanhudi; Jalan Krekot I; Jalan Pintu Air V; Jalan Pintu Air I; Jalan Pintu Air Raya; Jalan Antara; Jalan Pasar Baru Selatan; Jalan Berijo; Jalan Kelinci dan Jalan Gereja Ayam).

- Membahas kondisi non fisik di lingkungan Pasar Baru berupa proporsi jenis kegiatan-kegiatan properti yang optimal untuk dipertimbangkan sebagai lingkungan wisata belanja heritage, dimana hasil pemilihan kegiatan yang diteliti adalah kegiatan yang paling layak untuk dikembangkan dengan mempertimbangkan faktor eksternal dan internal di sekitar lingkungan Pasar Baru.

1.6. STRUKTUR PENULISAN

Tulisan ini dibagi menjadi 5 (lima) bab, yaitu :

- Bab 1** : Merupakan pendahuluan untuk memberikan gambaran mengenai latar belakang kondisi lingkungan Pasar Baru, berikut permasalahan yang terkait didalamnya.
- Bab 2** : Membahas tentang dasar-dasar teori yang berguna untuk menjawab pertanyaan penelitian untuk mengoptimalkan kegiatan-kegiatan di lingkungan Pasar Baru.
- Bab 3** : Membahas langkah-langkah penelitian yang di ambil di lapangan untuk mendapatkan data yang akurat diselaraskan dengan dasar-dasar teori yang telah dibahas.
- Bab 4** : Hasil temuan dilapangan beserta dasar-dasar teori yang telah dibahas dianalisis untuk menjawab permasalahan utama dalam memaksimalkan kegiata-kegiatan di lingkungan Baru Raya di masa yang akan datang.
- Bab 5** : Penutup berupa kesimpulan dan saran-saran.

1.7. ALUR FIKIR

