

2. GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN

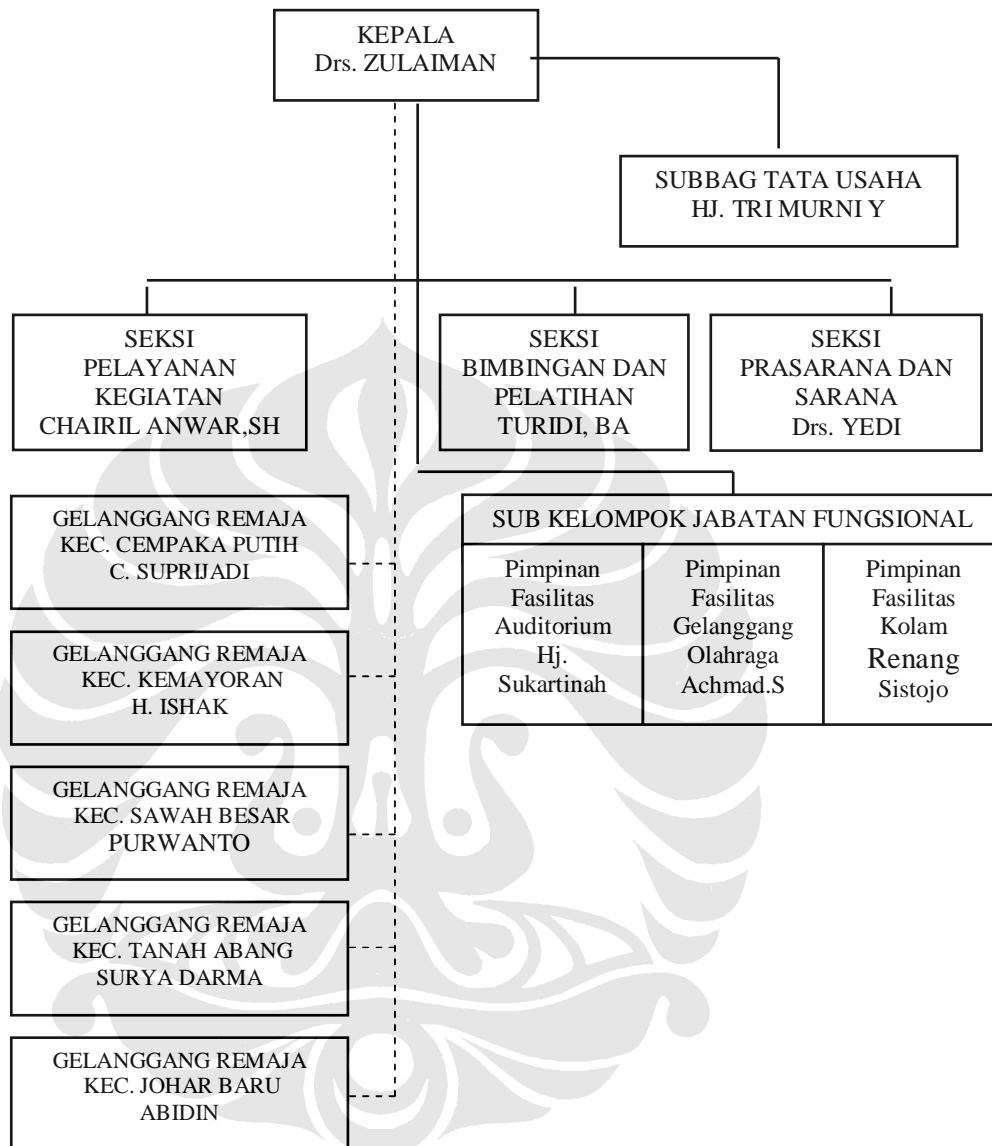
2.1 Sejarah Singkat Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat

Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat atau yang lebih dikenal dengan sebutan Gelanggang Remaja Planit Senen (GRPS) yang berlokasi di Jalan Stasiun Senen No. 01, adalah salah satu Gelanggang Remaja tingkat Kotamadya Jakarta Pusat di DKI Jakarta yang diresmikan pada tanggal 27 September 1974 oleh Letjen Mar/Pur H. Ali Sadikin selaku Gubernur Kepala Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

Mengacu pada Keputusan Gubernur Provinsi DKI Jakarta Nomor 97 Tahun 2002 tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis di Lingkungan Dinas Olahraga dan Pemuda Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Dalam Pasal 9 ayat (1) dijelaskan bahwa Gelanggang Remaja Kotamadya merupakan Unit Pelaksana Teknis di lingkungan Dinas Olahraga dan Pemuda Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta di bidang penyediaan fasilitas kegiatan remaja di Kotamadya dan dalam Pasal 10 ayat (1) Gelanggang Remaja Kotamadya mempunyai tugas menyediakan fasilitas kegiatan pemuda dan remaja di bidang olahraga, seni budaya, pendidikan mental spiritual serta bimbingan dan pelatihan.

Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat dipimpin oleh seorang Kepala Gelanggang Remaja yang dalam melaksanakan tugas dan fungsinya secara teknis administrasi bertanggung jawab kepada Kepala Dinas Olahraga dan Pemuda Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta, dan secara teknis operasional bertanggung jawab kepada Walikota Jakarta Pusat serta berkoordinasi dengan Kepala Suku Dinas Olahraga dan Pemuda Kodya Jakarta Pusat. Susunan Organisasi Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat terdiri dari Kepala Gelanggang Remaja, Sub Bagian Tata Usaha, Seksi Pelayanan Kegiatan, Seksi Bimbingan dan Pelatihan, Seksi Prasarana dan Sarana, dan 5 (lima) Kepala Gelanggang Remaja kecamatan, Sebagaimana terlihat pada Bagan berikut ini:

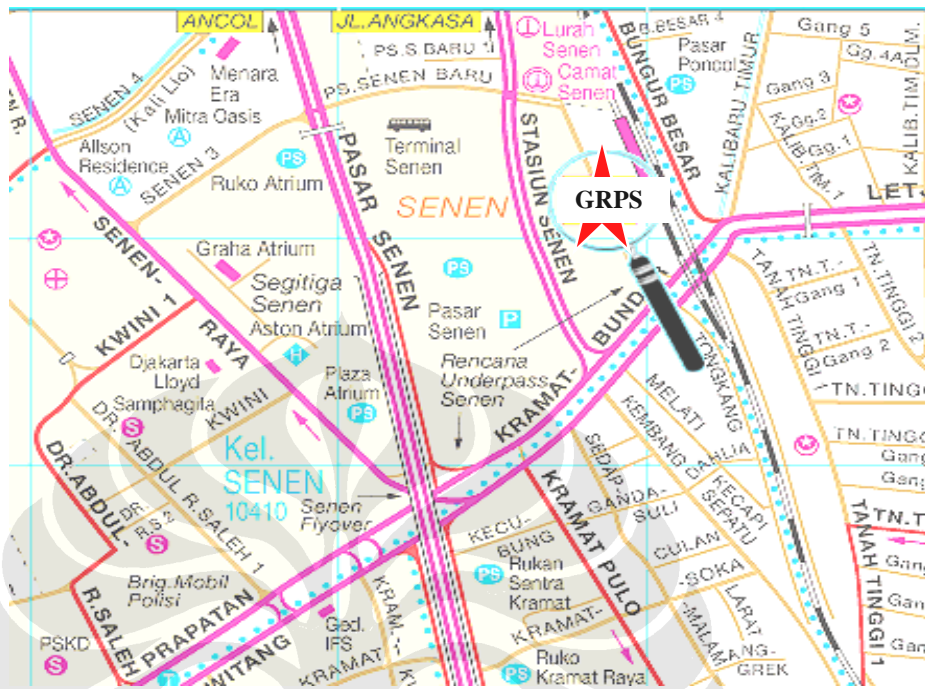
Susunan Organisasi Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat



Gambar 2.1. Bagan Susunan Organisasi Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat

Sumber : Laporan Tahunan Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat, 2006

Peta dan Foto Udara Lokasi Penelitian



Gambar 2.2 Peta Lokasi Penelitian Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat/Gelanggang Remaja Planit Senen (GRPS)
Sumber : Dimodifikasi dari Peta DKI Jakarta



Gambar 2.3 Foto Udara Lokasi Penelitian
Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat
Sumber : Dimodifikasi dari Peta Google Earth,2007

2.2 Visi Misi

Dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya UPT Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat memiliki visi dan misi yang merupakan penjabaran dari visi dan misi Kota Jakarta. Sesuai dengan Rencana Strategis Daerah (Renstrada) Provinsi DKI Jakarta 2002 – 2007 , untuk mendukung fungsi Provinsi DKI Jakarta sebagai Kota Jasa (*Service City*). Adapun visi dan misi UPT Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat adalah :

Visi : Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat dengan mengacu kepada Visi dan Misi Dinas Olahraga dan Pemuda Provinsi DKI Jakarta menjadikan masyarakat Jakarta Pusat sehat jasmani dan rohani melalui pembinaan dibidang Olahraga, Seni Budaya, Pendidikan Agama dan Pendidikan lainnya.

Misi :

1. Mewujudkan program pemassalan dan pembibitan Olahraga, Seni, Budaya secara optimal agar masyarakat mengenal, mengerti arti perlunya Olahraga sehingga masyarakat gemar berolahraga baik untuk kesegaran jasmani maupun untuk mendukung program peningkatan prestasi Olahraga remaja/pemuda.
2. Mengefektifkan kegiatan Gelanggang Remaja
3. Meningkatkan peran serta masyarakat/swasta
4. Meningkatkan kemampuan personil
5. Pengembangan Gelanggang Remaja

Sasaran : Generasi muda pelajar dan non pelajar/putus sekolah yang berdomisili diwilayah Kotamadya Jakarta Pusat, sasaran kegiatan pembinaan dalam kaitannya sebagai alat pendidikan dan pengembangan generasi muda, merupakan sarana pendidikan non formal dan merupakan pelengkap pendidikan dirumah dan pendidikan disekolah, dengan melaksanakan prinsip pendidikan nasional. Sasaran kegiatan pembinaan dalam kaitannya dengan pencapaian prestasi ialah berupa "Prestasi Antara" untuk menjembatani para generasi muda berbakat untuk menuju pembinaan lebih lanjut yang disebut sebagai "Pembinaan Prestasi".

2.3 Tugas Pokok dan Fungsi

UPT Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat memiliki tugas pokok menyediakan fasilitas kegiatan pemuda dan remaja di bidang Olahraga, Seni Budaya, pendidikan Mental Spritual serta Bimbingan dan Pelatihan Remaja, sedangkan fungsi UPT Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat adalah sebagai berikut :

1. Menyusun program dan rencana kegiatan.
2. Menyelenggarakan dan pengaturan kegiatan pemuda dan remaja.
3. Menyusun jadwal pelaksanaan kegiatan pemuda dan remaja.
4. Koordinasi kegiatan pemuda dan remaja di bidang Olahraga, Seni Budaya, dan Pendidikan mental Spritual di Kotamadya Jakarta Pusat.
5. Pengembangan, peningkatan dan penyaluran bakat, minat, kreasi dan aktivitas pemuda.
6. Menyediakan Prasarana, dan sarana bagi pemuda dan remaja.
7. Perawatan dan pemeliharaan Prasarana dan Sarana Gelanggang Remaja.
8. Kerja sama dengan Instansi atau lembaga lain yang berkaitan dengan bimbingan dan pengembangan pemuda dan remaja.
9. Penerimaan dan penyetoran Retribusi.
10. Evaluasi, pengendalian, dan penyusunan laporan kegiatan Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat.
11. Penyelenggaraan Kegiatan Ketatausahaan.

2.4 Sarana dan Prasarana Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat.

Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat sebagai wadah remaja dan pemuda untuk berkreasi dan beraktivitas di bidang Olahraga, Seni Budaya, dan Pendidikan Mental Spritual serta Bimbingan dan Pelatihan untuk mengasah kemampuan, bakat, dan ketrampilan di luar pendidikan formal di sekolah memiliki fasilitas sarana dan prasarana yang memadai. Adapun luas dan penggunaan sarana dan prasarana Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat adalah sebagai berikut :

Tabel.2.1 Luas dan Penggunaan Tanah dan Bangunan Gelanggang Remaja Jakarta Pusat

No. Uraian	Luas (M ²)	Penggunaan
1. Yayasan Kurnia Grup.	2.000	Areal Yayasan Kurnia
2. Bangunan Gedung	3.496	Gelanggang Remaja Jakarta Pusat
3. Bangunan Luar	4.500	Areal Patung HKSJN
4. Ruang Kantor	120	Kantor Sekertariat GRJP
5. Ruang Gudang	60	Ruang Gudang GRJP
6. Kamar Mandi/Hias	45	Km.Mandi Kantor Sekertariat
7. Kamar Mandi/Hias.	60	Km.Mandi Ruang Latihan
8. Taman	75	Taman dalam GRJP
9. Plaza	1.000	Plaza GRJP
10. Tanah Rumput	680	Taman Rumput GRJP dan HKSJN
11. Aula C	90	Ruang Latihan
12. Ruang Kantor	50	Kantor Gedung Olahraga
13. Ruang Gudang	20	Ruang Gudang Gedung Olahraga
14. Kamar Mandi/Hias	216	Km.Mandi GOR
15. Lapangan	1.296	Ruang latihan/Lap Gor dan Tribun
16. Ruang Latihan Tari	45	Ruang tari Gedung Olahraga
17. Ruang Sekertariat	15	Ruang sekertariat pembinaan GOR
18. Ruang Monitor	18	Ruang monitor GOR
19. Musholla	25	Musholla GOR
20. Gedung Kolam Renang	3.215	Kolam Renang
21. Ruang Kantor	50	Kantor Kolam Renang
22. Ruang Gudang	60	Gudang Kolam Renang
23. Kamar Mandi	160	Km.Mandi Kolam Renang
24. Kantin Kolam Renang	16	Kantin Kolam Renang
25. Ruang Penitipan Pakaian	75	Tempat penitipan pakaian
26. Ruang Mesin	60	Ruang mesin kolam renang
27. Musholla	15	Musholla Kolam renang
28. Taman	56	Taman dalam kolam renang
29. Tanah Rumput	600	Tanah rumput kolam renang
Luas keseluruhan	18.810	Gelanggang Remaja Jakarta Pusat

Sumber : Laporan Tahunan Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat, 2006

2.5 Aktivitas Kegiatan di Gelanggang Remaja Planet Senen

Peranan Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat Sesuai dengan tugas pokok dan fungsi Gelanggang Remaja adalah sebagai wadah kegiatan para remaja berkreaitivitas yang meliputi berbagai macam kegiatan olahraga, kesenian, pendidikan, dan agama yang bertujuan untuk mengembangkan potensi diri agar mampu menghadapi tantangan dimasa datang sebagai sumber daya manusia yang siap berkompetitif sesuai dengan ketrampilan dan kemampuan disiplin ilmu yang dimilikinya. Adapun kegiatan yang telah berlangsung di Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat selama tahun 2006 adalah :

Peningkatan Peran Kepemudaan dan Pramuka

- Pemilihan Remaja Ceria Tingkat Kodya Jakarta Pusat
- Pelatihan dan Seleksi Kelompok Ilmiah Remaja
- Bimbingan dan Pelatihan Remaja yang meliputi :

Bidang Olahraga

- 1) Bola Voli putra-putri
- 2) Bulutangkis putra-putri
- 3) Tenis meja putra-putri
- 4) Renang
- 5) Panjat tebing
- 6) Taekwondo
- 7) Karate
- 8) Fitnes

Bidang Seni Budaya

- 1) Tari Bali
- 2) Tari Sunda
- 3) Tari Betawi
- 4) Theater
- 5) Sastra

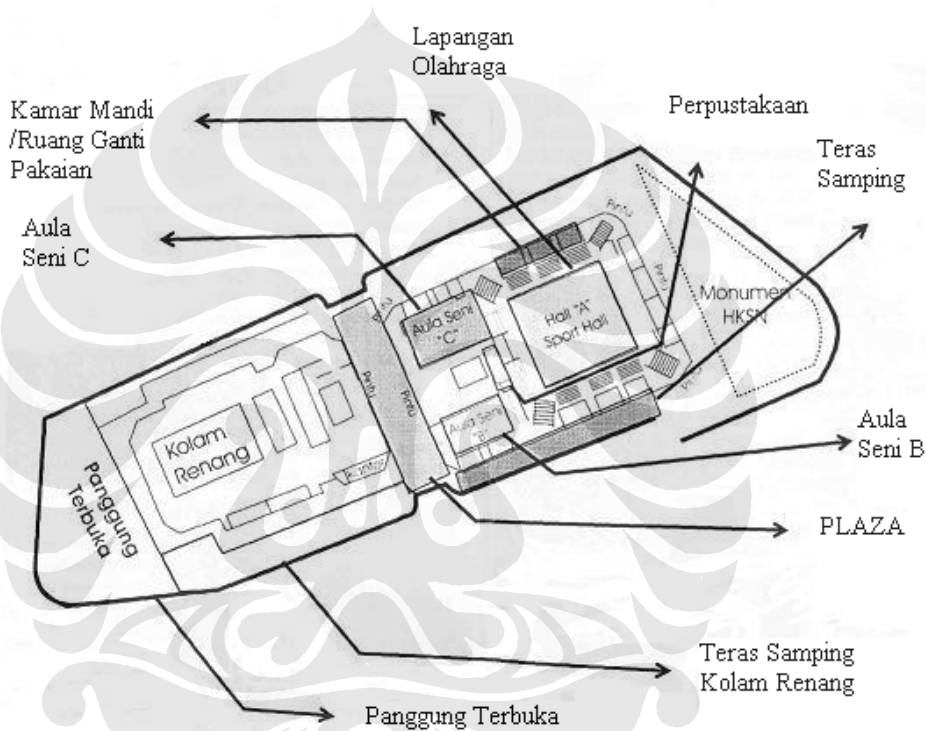
Bidang Pendidikan/Kursus

- 1) Komputer
- 2) Seni Musik
- 3) Bahasa Inggris

Pengembangan Aktivitas Kepemudaan

- PORSENI Remaja
- Pembinaan Kesenian Remaja
- Try Out Olahraga dan Seni
- Jambore kreasi
- Pelatihan ketrampilan merakit komputer

2.6 Kondisi Eksisting Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat



Gambar 2.4

Denah Areal Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat

Sumber : Laporan Tahunan Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat, 2006

Keterangan :

A. Aula Seni C

- Interior tidak terawat
- Panggung kurang menarik
- Ruang ganti pakaian tidak ada
- Ruang terlalu kecil untuk suatu pertunjukan
- Pencahayaan kurang.

B. Kamar Mandi/ Ruang Ganti Pakaian

- Keramik rusak
- Keran tidak berfungsi
- WC tidak berfungsi
- Pintu hampir hancur

C. Lapangan Olah Raga

- Kondisi Lapangan rusak
- Langit-langit rusak tidak terawat
- Pengaturan udara tidak ada

D. Perpustakaan

- Peralatan untuk kelas terbuka masih sangat minim
- Buku-buku perlu diperbaharui, jumlah judul buku perlu diperbanyak
- Minim peralatan komputer
- Pengatur udara hanya sebuah kipas angin

E. Teras Samping

- Tanaman tidak terawat, banyak rumput liar
- Pagar besi banyak yang hilang
- Tempat tinggal Gelandangan
- Tidak ada parkir khusus untuk Gelanggang Remaja

F. Aula Seni B

- Dinding sangat kotor
- Kamar ganti tidak ada
- Pencahayaan kurang
- Peralatan sangat kurang

G. Plaza

- Dijadikan lahan berdagang bagi kaki lima
- Penutup lantai rusak
- Tugu-tugu penuh coretan

H. Teras Samping Kolam Renang

- Lahan dibiarkan tidak terawat
- Lahan menjadi tempat penumpukan/pembakaran sampah
- Beberapa sudah menjadi lahan komersil (kios cukur rambut,warung dll.)

I. Panggung Terbuka

- Perkembangannya tidak terkontrol karena manajemen masih dikuasai sebuah Yayasan dan tidak ada koordinasinya.

Secara Umum kondisi yang terjadi di Gelanggang Remaja saat ini adalah :

- Kurangnya ruang untuk aktivitas dibanding dengan aktivitas yang ada
- Kurangnya sarana perlengkapan olahraga
- Kurangnya dana perawatan
- Tidak ada lahan parkir khusus untuk Gelanggang Remaja
- Kurangnya fasilitas untuk penyelenggaraan kegiatan.

Namun demikian keberadaan Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat hingga saat ini masih cukup eksis ditengah perkembangan kota yang sangat pesat, para remaja cukup antusias menggunakan fasilitas dan sarana yang disediakan oleh Gelanggang Remaja. Perkembangan Gelanggang Remaja sampai dengan saat ini tidak terlepas dari pengaruh segala persoalan baik yang disebabkan oleh perkembangan lingkungan, tata kehidupan manusia yang bergeser dari aslinya serta sosial ekonomi dan budayanya, sehingga mempengaruhi upaya pembinaan dan pengembangan kreativitas remaja.

Selain itu lokasi Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat yang berdekatan dengan pusat perdagangan Pasar Senen, Terminal Bis, Stasiun Kereta Api dan daerah permukiman padat penduduk yang cenderung kumuh yang mengakibatkan adanya imbas terhadap kondisi Gelanggang Remaja ini seperti banyaknya gelandangan yang tidur diareal Gelanggang Remaja, adanya PSK (Pekerja Seks Komersil) yang berkeliaran diareal Gelanggang Remaja sehingga menimbulkan kerawanan sosial serta banyaknya pedagang kaki lima yang menggunakan areal Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat untuk berdagang walaupun sudah ada upaya pemerintah untuk menertibkan pedagang kaki lima itu masih tetap ada bahkan panggung terbuka sebagai salah satu aset yang dimiliki Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat dikuasai oleh Yayasan Karunia dan areal di sekitar panggung tersebut dihuni oleh gubuk-gubuk liar sebagai tempat tinggal liar yang menambah kesan kumuh diareal Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat.

3. TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Kota dan Perkembangan Kota

3.1.1 Pengertian Kota

Max Weber (1966) dalam bukunya *The City* menganggap suatu kota sebagai suatu tempat yang mempunyai sifat kosmopolitan dan masyarakat adalah suatu struktur atau aksi yang pada pokoknya ditentukan oleh harapan (agama-duniawi) dan nilai-nilai yang dominan dari para warganya.

Kota merupakan suatu tatanan rekayasa dari manusia yang merupakan perpaduan antara teknologi dan arsitektur yang bersifat kompleks, yakni terdiri dari jalinan solid (massa) dan void (ruang tertutup/terbuka) yang terus bertambah dan berkembang sejalan dengan waktu. Perkembangan dan pertumbuhan suatu kota banyak dipengaruhi oleh faktor sosial budaya, politik, dan yang utama adalah kondisi geografis lingkungannya.

3.1.2 Perkembangan Kota

Perkembangan awal dari komposisi kota menunjukkan bentuk lingkaran memusat dengan inti elemen penting seperti keraton dan candi yang merupakan pusat kegiatan keagamaan, pusat kegiatan perdagangan (pasar), dan atau pusat pemerintahan (Mc.Gee, 1967). Kota merupakan tempat bertemunya kelompok-kelompok orang yang memiliki pendidikan atau spesialisasi tertentu yang bersifat non agraris dan golongan yang berpendidikan merupakan suatu bagian penduduk terpenting (Sjoberg, 1960), dan mengakibatkan timbulnya pembagian kerja tertentu yang merupakan ciri bagi kota. Menurut Max Weber (1966) suatu tempat dikatakan sebagai kota apabila penghuni atau penduduknya dapat memenuhi sebagian besar kebutuhan ekonominya di pasar lokal. Inilah yang menjadi sifat dasar dari suatu kota.

Kota memungkinkan warga kotanya untuk berinteraksi dengan orang lain termasuk dengan orang luar dari interaksi yang terjadi mengakibatkan timbulnya berbagai macam masalah yang mengakibatkan kota mengalami perubahan yang amat pesat dan memungkinkan timbulnya individualisme warga kota yang tinggi, mobilitas sosial serta sekularisasi.

3.1.3 Warga Kota

Kota dan warga kota merupakan satu kesatuan sistem yang bersifat dinamis dan memiliki hubungan yang erat oleh karena itu dinamika perkembangan kota pada prinsipnya baik dan alamiah karena perkembangan itu merupakan ekspresi dari warga kotanya yang bersifat yang dinamis maka suatu kota dimungkinkan mengalami perubahan. Perubahan tersebut dapat dipandang sebagai suatu proses yang berlangsung terus dan bermakna bagi warga kota itu sendiri.

Perubahan atau Kemajuan warga kota memberikan pengaruh pada kemajuan kota dan hal tersebut juga dapat memberikan pengaruh terhadap perkembangan wilayah disekitarnya.

Dalam perkembangan selanjutnya kehidupan warga kota cenderung membentuk kelompok-kelompok (komunitas).tujuan terbentuknya kelompok-kelompok ini adalah untuk membentuk suatu persatuan, keterikatan dan untuk mendapatkan rasa aman. Menurut Weber (1966) tentang konsep komunitas kelompok atau golongan yang ada dalam warga kota dapat terbentuk berdasarkan persamaan :

- a. Kegiatan Kemasyarakatan (*sosial action*)
seperti:kelompok persatuan pedagang kaki lima, komunitas penjahit konveksi dan sebagainya.
- b. Hubungan Masyarakat (*sosial relation*)
seperti : Forum Komunitas Anak Betawi (FORKABI), Paguyuban Arek Malang (AREMA), dan sebagainya.
- c. Kelembagaan Masyarakat (*social institution*)
seperti : terbentuknya Rukun Tetangga (RT), Rukun Warga (RW), Dewan Kelurahan (Dekel), Karang Taruna , PKK dan sebagainya.

Kelompok-kelompok ini memiliki peran yang cukup penting dalam mempengaruhi perkembangan kota karena diantara anggota-anggota kelompok tersebut terdapat hubungan yang erat dan adanya rasa kepercayaan dan ketergantungan yang cukup tinggi terhadap kelompoknya.

Dalam perkembangan kota selanjutnya sesungguhnya kelompok penduduk yang terpaksa harus menempati perkampungan disela-sela bagian kota yang terbangun rapi adalah **warga kota** yang lebih membutuhkan perhatian untuk dapat menikmati hasil pembangunan.

Penataan perkembangan kota memiliki tujuan untuk dapat mengakomodasi berbagai kebutuhan warga kota yang memiliki berbagai perbedaan kepentingan sehingga diharapkan kesejahteraan warga dan kemajuan perkembangan kota dapat tercapai.

Untuk itu perlu adanya perencanaan tata ruang kota yang baik sesuai dengan peruntukan ruang-ruang kota seperti pusat pemerintahan, pasar, permukiman dan sarana prasarana publik lainnya. Kebijakan yang diambil dalam meningkatkan pelayanan masyarakat harus dapat meningkatkan mutu kota dan menghasilkan performa kota yang baik.

Perkembangan kota sangat ditentukan oleh warga kotanya, sehingga pembangunan antara kota yang satu dengan kota yang lain berbeda tergantung pada kondisi warganya dan faktor-faktor lain seperti lingkungan, kondisi wilayah, budaya dan sebagainya. Penataan perkembangan kota memiliki tujuan untuk dapat mengakomodasi berbagai kebutuhan warga kota yang memiliki berbagai perbedaan kepentingan sehingga diharapkan kesejahteraan warga dan kemajuan perkembangan kota dapat tercapai.

3.1.4 Teori Kota yang Baik

Kota merupakan salah satu bentuk dari permukiman, pengertian kota (*Suparlan Parsudi, 2004*), adalah sebuah tempat tinggal (permukiman) yang dihuni secara permanen dimana warga atau penduduknya membentuk sebuah kesatuan kehidupan yang lebih besar pengelompokannya dari pada kelompok klien atau keluarga, kota juga merupakan tempat terdapat adanya kesempatan-kesempatan dan permintaan-permintaan (*supply and demand*), yang mewujudkan adanya sistem pembagian kerja yang kemudian menciptakan kelas-kelas atau lapisan sosial yang mengakui adanya perbedaan-perbedaan dalam hal fungsi, hak, keistimewaan-keistimewaan dan tanggung jawab diantara golongan-golongan sosial yang ada, dan adanya berbagai macam corak spesialisasi pembagian kerja sesuai dengan peranan khusus kota.

Istilah kota menurut Arthur B Gallion, Simon Eisner (1986), mengandung arti suatu konsentrasi penduduk dalam suatu wilayah geografis tertentu relatif permanen dapat menghidupi dirinya sendiri dari kegiatan ekonomi yang ada di wilayahnya. Kota bisa jadi merupakan sebuah pusat industri, perdagangan, pendidikan, pemerintahan, atau mencakup semua dari kegiatan tersebut. Keanekaragaman kegiatan ini menarik penduduk daerah pedesaan untuk datang ke kota dalam mengadu nasib, kota cenderung menjadi besar bila dasar ekonominya kuat. Kota-kota kecil yang berada disekitarnya biasanya menjadi satelit-satelit yang bergantung kepada kota induknya untuk mempertahankan kehidupan ekonominya. Misalnya, kota induk mempunyai banyak fungsi, sedangkan wilayah-wilayah di pinggiran kota di sekitarnya berfungsi sebagai penyedia tempat-tinggal atau perumahan bagi tenaga kerja yang mampu. Kota mempunyai sistem sirkulasi yang menyatukan berbagai wilayah dan menyediakan sarana transportasi untuk membawa barang dagangan hasil pertanian ke pusat-pusat distribusi dalam kota. Kota mempunyai banyak kekurangan dalam pelayanan terhadap warganya. Kota biasanya padat penduduknya, banyak rumah yang kurang layak, menjadi pusat pengangguran, salah satu ciri dari kota adalah nilai pajak cenderung tinggi sedangkan pelayanan kurang memadai. Sekalipun demikian, kota harus tetap ada, maka tugas para perencana baik di pemerintahan maupun di swasta untuk mencari jalan keluar agar unsur-unsur penting dalam sistem sosial kota dapat lebih menjadi baik, lebih efisien, sehingga dengan demikian membuat kota tersebut lebih nyaman untuk ditempati.

Kevin Lynch (1984), dalam “*Good City Form*” membuat tolok ukur mengenai baik buruknya kondisi sebuah kota berdasarkan 7 (tujuh) dimensi, ketujuh dimensi tersebut terbagi dua kelompok, 5 (lima) dimensi merupakan dimensi dasar dan dua dimensi yang lain merupakan *meta-criteria*, yang merupakan tambahan penjelasan atas baik atau tidaknya kelima dimensi yang pertama.

Dimensi-dimensi kota menurut Kevin Lynch ini merupakan indikator kota yang baik, semakin terpenuhi dimensi-dimensi di atas pada sebuah kota, maka kota yang bersangkutan dapat dikategorikan sebagai kota yang baik. Dimensi kota yang dimaksud yang dapat dijadikan sebagai indikator kota yang baik adalah:

1. **Vitality**, yaitu kemampuan kota mendukung fungsi-fungsi penting yang memenuhi syarat-syarat kesehatan dan biologis yang baik untuk keberlangsungan dan peningkatan kemampuan kehidupan manusia. *Vitality* mencakup kontinuitas dari kemampuan tersebut dalam mendukung kehidupan warganya, keselamatan bagi warganya untuk memperolehnya dan kesesuaian antara apa yang diberikan oleh kota tersebut dengan yang dikehendaki oleh warganya. Ada tiga faktor lingkungan yang kondusif untuk kesehatan, fungsi biologis dan kehidupan antara lain sebagai berikut:
 - **Sustenance**, mempunyai suplai makanan, energi, air dan udara sebagai daya dukung kehidupan.
 - **Safety**, permukiman yang baik adalah tempat yang terbatas terkontrol dari bahaya racun, penyakit dan bebas dari rasa takut.
 - **Consonance**, lingkungan berimbang antara struktur biologi dengan kehidupan manusianya, sehingga kondusif untuk melaksanakan kegiatan.
2. **Sense**, yaitu kemampuan kota tersebut dirasakan dan diidentifikasi oleh warganya sesuai dengan tempat dan waktu serta nilai-nilai dan konsep yang dianut oleh warganya. Artinya, kota memiliki sesuatu, baik yang berbentuk *path*, *landmark*, *district*, *edge* atau *nodes*, yang secara jelas dapat diidentifikasi oleh warga untuk menjelaskan mengenai kotanya.
3. **Fit**, Kota harus cocok untuk ditempati, suatu kota yang baik harus memiliki aturan yang jelas dan tegas, peraturan harus ditegakkan untuk mencapai kesadaran warga untuk mematuhi, kemudian kemampuan kota untuk menyediakan sarana maupun prasarana yang sesuai baik bentuk dan kapasitasnya dengan pola dan jumlah kegiatan warganya.. Sarana dan prasarana yang disediakan sudah memperhitungkan pula *trend* baik dari sisi jumlah penduduk yang akan menggunakannya, maupun pola kegiatan penduduknya.
4. **Access**, yaitu kemampuan kota untuk memberikan kemudahan kepada warganya untuk melakukan hubungan dengan orang lain, kemudahan untuk mendapatkan informasi, memperoleh sumberdaya, melakukan berbagai macam kegiatan, termasuk jumlah maupun keberagaman dari elemen-elemen

yang akan diakses tersebut. Semakin baik administrasi kota dan semakin tinggi pendapatan warganya, akses biasanya akan semakin meningkat.

5. **control**, yaitu kemampuan kota melibatkan seluruh warganya untuk berpartisipasi dalam mengawasi setiap penggunaan sumberdaya, setiap kegiatan yang dilakukan dan setiap penggunaan sarana dan prasarana yang dimiliki oleh kota. Sistem pengawasan ini akan membuat kota menjadi lebih baik jika sistem tersebut mempertimbangkan keseimbangan, diikuti dengan rasa tanggungjawab dan terdapat kepastian, artinya sistem tersebut dipahami, diketahui dan tersosialisasi dengan baik serta memberikan rasa aman kepada warganya.
6. **Efficiency**, yaitu tingkat **performance** yang dicapai dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk mencapai tingkat tersebut. Dikaitkan dengan kelima dimensi sebelumnya, efisiensi adalah biaya yang dikeluarkan untuk menjadikan dan menjaga agar kota berada pada tingkat kualitas tertentu sesuai dengan kelima dimensi di atas.
7. **Justice** atau keadilan, yaitu kemampuan kota untuk mendistribusikan baik keuntungan maupun biaya yang terjadi pada seluruh warganya secara proporsional. Hal ini berkaitan pula dengan persoalan eksternalitas, yaitu suatu keuntungan atau kerugian yang didapatkan oleh seseorang akibat tindakan orang lain. Kemampuan kota mengidentifikasi persoalan eksternalitas dan kemudian menjadikannya sebagai persoalan internalitas warga yang melakukan, akan membuat kota menjadi semakin adil.

Dari teori tersebut dapat disimpulkan bahwa perlu adanya suatu perencanaan tata ruang kota yang baik sesuai dengan peruntukan ruang-ruang kota seperti pusat pemerintahan, pasar, permukiman dan sarana prasarana publik lainnya. Kebijakan yang diambil dalam meningkatkan pelayanan masyarakat harus dapat meningkatkan mutu kota dan menghasilkan performa kota yang baik. Kota yang baik adalah kota yang dapat memenuhi kebutuhan hidup warganya secara **efisien dan adil**, artinya kota tidak hanya memperhitungkan berapa biaya (modal) yang dikeluarkan atau keuntungan yang didapat secara ekonomi, tetapi harus pula memperhatikan segi sosial, budaya dan politik yang mempengaruhi warga kotanya.

Berkaitan dengan teori yang dikemukakan oleh Lynch diatas maka kaitannya dengan teori aksesibilitas dan lingkungan (neighborhood) yang dikemukakan oleh Lusht (1997) adalah aksesibilitas diartikan sebagai kedekatan atau jarak dari dan menuju suatu properti, artinya aksesibilitas merupakan suatu bentuk ketersediaan transportasi dan komunikasi guna memberikan kemudahan dalam mengakses barang, jasa dan orang lain.

Faktor lingkungan (neighborhood) berhubungan dengan faktor-faktor sosial yang mendukung lokasi. Lingkungan disini merupakan keadaan di luar individu atau kelompok yang mempengaruhi baik secara langsung atau tidak, apakah bersifat menguntungkan atau merugikan. Lingkungan dapat bersifat fisik seperti kepadatan bangunan, kondisi bangunan, dan sebagainya. Sedangkan lingkungan non fisik dapat berupa keamanan dan kenyamanan.

Faktor keamanan ini memiliki pengaruh terhadap nilai dari suatu properti dan merupakan faktor utama dalam menganalisis pemanfaatan dalam pengelolaan suatu properti.

3.2 Manajemen Pemasaran, Manajemen Aset dan Manajemen Properti

Penguasaan properti sebagai aset perusahaan (Pemda) akan meningkat seiring dengan perkembangan bisnis yang ada. Oleh karena itu pengembangan konsep manajemen aset merupakan kebutuhan yang mendesak dalam menangani dan mengelola aset.

Untuk membahas tentang masalah ini , perlu kiranya diketahui tentang definisi dari manajemen pemasaran, manajemen aset, dan manajemen properti sebagai berikut :

3.2.1 Manajemen Pemasaran

Menurut Hasibuan (2005), manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Mengingat dalam pemanfaatan aset tanah dan bangunan pada Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat berhubungan dengan Penyewa/pemanfaat swasta/masyarakat (pihak ketiga) yang dalam hal ini dapat dianggap sebagai konsumen, sedangkan produk yang "dipasarkan" adalah aset yang berupa tanah

dan bangunan pada Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat, maka perlu dipahami pengertian manajemen pemasaran, konsep manajemen pemasaran dan pengertian perilaku konsumen dalam menentukan kebijakan.

Pengertian Pemasaran

Pengertian pemasaran paling luas yang dapat menerangkan secara jelas arti pentingnya pemasaran dikemukakan oleh Kotler (1987), Pemasaran adalah Suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik pada pembeli yang ada maupun pembeli potensial .

Pemasaran mencakup semua usaha perusahaan yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipuaskan, menentukan produk yang akan diproduksi, menentukan promosi dan caranya serta penyaluran produk. Hal ini tentunya berkaitan dengan kreatifitas Pemerintah Propinsi DKI Jakarta dalam usahanya mengoptimalkan pemanfaatan aset pada Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat oleh Pihak Ketiga (swasta dan masyarakat)

Teknologi semakin berkembang pesat tanpa dibendung, seiring dengan pemikiran manusia. Pemerintah Propinsi DKI Jakarta dalam hal ini harus dapat mengikuti dan memanfaatkan berbagai kemajuan teknologi semaksimal mungkin untuk mempermudah dalam mengoptimalkan pemanfaatannya dengan diimbangi strategi yang tepat. Dan hal terpenting dalam pemasaran, adalah bagaimana dapat mengidentifikasi dan memenuhi selera dan keinginan konsumen/penyewa (pemanfaat Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat) yang belum terpenuhi. Jadi disini ada asumsi bahwa pemasaran merupakan proses memberi jawaban atas kebutuhan seseorang.

Dengan demikian dapat dilihat betapa pentingnya pemasaran bagi Pemerintah Propinsi DKI Jakarta khususnya pengelola Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat dalam mengikuti perkembangan dunia usaha. Seperti yang telah diungkapkan oleh Kotler (1987), rangsangan pemasaran atau marketing mix terdiri dari empat faktor yakni : produk, harga, tempat/lokasi dan promosi.

1. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat dilihat, disentuh/diraba, diukur dan dihitung. Produk yang terdapat di Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat contohnya adalah penyediaan fasilitas kegiatan pemuda dan remaja di bidang olah raga, pendidikan, seni budaya, pendidikan mental spritual serta bimbingan dan pelatihan.

Hal-hal tersebut semua merupakan produk-produk yang dapat mempengaruhi pemanfaatan Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat.

2. Harga

Harga merupakan salah satu variabel marketing mix yang paling fleksibel, dan mudah diubah secara cepat. Harga-harga yang sudah ditetapkan mencerminkan biaya-biaya, strategi persaingan, dan kepekaan konsumen terhadap perbedaan tingkat harga (Rutherford, Denney G,1990).

Harga sewa di Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat ditetapkan berdasarkan Peraturan Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 1 Tahun 2006 tentang Retribusi Daerah.

3.Tempat/Lokasi

Lokasi yang dibutuhkan oleh Gelanggang Remaja adalah suatu lokasi yang strategis artinya lokasi yang memiliki aksesibilitas yang baik,sehingga mudah dijangkau oleh para pemanfaat gelanggang remaja.

4. Promosi

Promosi yang dapat dilakukan oleh perusahaan jasa (Sulistiyono, 2004) adalah bauran pemasaran yang dapat digunakan dengan berbagai cara atau dengan media seperti mengiklankan di televisi, radio, majalah, internet, sales promotion, public relation/publisitas, ataupun mengadakan suatu kegiatan dalam rangka promosi.

Faktor Visibilitas merupakan salah satu alat yang dapat digunakan untuk melakukan promosi dalam memasarkan suatu produk, Menurut Levy dan Weitz(2004), Idealnya suatu properti yang menyediakan produk jasa harus tampak jelas dari arus lalu lintas kendaraan dan pejalan kaki.Reklame merupakan petunjuk visual bagi pemanfaat/calon pemanfaat gelanggang remaja. Gerbang masuk harus ditandai dengan jelas dan dapat dilihat tanpa halangan.

Bila Pemda ingin memaksimalkan nilai asetnya maka peranan sisi pemasaran merupakan faktor kunci dalam menentukan keberhasilan pemda untuk memaksimalkan nilai ekonomi dari suatu aset. Disinilah dapat dilihat bahwa Pemerintah Provinsi DKI Jakarta tidak bisa mengabaikan selera dan keinginan konsumen/pemanfaat Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat.

Konsep Pemasaran

Pemasaran merupakan faktor penting dalam perusahaan yang menjadikan sebuah siklus yang diawali dan diakhiri dengan kebutuhan konsumen. Pada konsep pemasaran perusahaan dalam merencanakan maupun dalam mengembangkan produknya selalu berorientasi pada keinginan dan kebutuhan konsumen. Adapun definisi konsep pemasaran menurut Kotler (1987) adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Jika dilihat secara mendalam, konsep pemasaran ini terdapat tiga unsur pokok yang terkandung yaitu :

1) Orientasi pada konsumen

Sebuah perusahaan akan mengalami kesulitan dalam memasarkan produknya jika perusahaan tersebut mengabaikan kebutuhan dan keinginan konsumen yang belum terpuaskan. Didalam kegiatannya yang berorientasi pada konsumen, perusahaan harus memperhatikan antara lain :

- Mengadakan penelitian pada konsumen
- Menentukan kelompok pembeli yang akan dijadikan obyek penelitian
- Menentukan kebutuhan pokok dari konsumen yang akan dilayani
- Menentukan produk dan program pemasarannya.
- Melaksanakan strategi yang paling baik untuk menarik minat konsumen dengan cara menentukan harga yang terjangkau, mutu yang bagus dan model yang menarik.

2). Penyusunan kegiatan pemasaran secara integral.

Artinya dalam menciptakan produk, perusahaan dapat menyesuaikan berbagai faktor yang ada pada produk itu seperti harga jual harus sesuai dengan kualitas produk dan promosi harus sesuai dengan saluran distribusi serta usaha-usaha lain

yang perlu diintegrasikan agar suatu produk benar-benar sesuai dengan keinginan konsumen.

2) Kepuasan konsumen

Salah satu faktor yang paling menentukan apakah sesuatu perusahaan dapat melangsungkan hidupnya dalam waktu yang relatif lama, adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi selera dan keinginan konsumen yang belum terpenuhi.

Pengertian perilaku konsumen

Dalam penelitian ini salah satu yang dianalisis adalah pemanfaatan Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat (konsumen) dalam memanfaatkan produk yang berupa aset tanah dan bangunan milik Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat yang sering menunjukkan adanya perubahan.

Beberapa hal yang dapat menyebabkan perubahan perilaku konsumen (swasta dan masyarakat) antara lain pendapatan yang meningkat, kemajuan teknologi yang dimiliki dan semakin meningkatnya jenis usahanya, karena yang dianalisis adalah perilaku konsumen, maka perlu kiranya diketahui pengertian perilaku konsumen.

Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Perubahan lingkungan tercermin juga dalam perubahan perilaku konsumen menyebabkan manajemen pemasaran dituntut untuk selalu memperbaharui pengenalan produk kepada konsumennya, menilai kebutuhan mereka sekarang, serta memperkirakan kebutuhan konsumen dimasa yang akan datang.

3.2.2 Manajemen Aset

Pengertian Aset

Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2005 tentang Standar Akuntansi Pemerintahan diuraikan dengan jelas tentang definisi aset, yaitu sebagai berikut:

” Aset adalah sumber daya ekonomi yang dikuasai dan/atau dimiliki oleh pemerintah sebagai akibat dari peristiwa masa lalu dan dari mana manfaat ekonomi dan atau sosial di masa depan diharapkan dapat diperoleh, baik oleh

pemerintah maupun masyarakat, serta dapat diukur dalam satuan uang, termasuk sumber daya nonkeuangan yang diperlukan untuk penyediaan jasa bagi masyarakat umum dan sumber-sumber daya yang dipelihara karena alasan sejarah dan budaya”.

Manfaat ekonomi masa depan yang terwujud dalam aset adalah potensi aset tersebut untuk memberikan sumbangan, baik langsung maupun tidak langsung, bagi kegiatan operasional pemerintah, berupa aliran pendapatan atau penghematan belanja bagi pemerintah.

Suatu cara untuk mengelola aset baik berupa fixed aset maupun current aset sehingga dapat digunakan dengan sebaik-baiknya, efisien dan efektif untuk menunjang kegiatan operasional dan mencapai tujuan organisasi.

Manajemen Aset

Manajer aset sangat penting untuk memahami hubungan antara strategi aset dan strategi lainnya, yang secara bersama-sama membentuk rencana operasi dan bisnis dari suatu organisasi/departemen. Setelah mendefinisikan aset, penting untuk melihatnya dalam perspektif yang tepat dalam suatu organisasi. Aset-aset seharusnya hanya ada untuk mendukung penyediaan pelayanan/jasa. Titik permulaan yang utama untuk memastikan hal tersebut adalah menyusun hubungan antara penyediaan pelayanan dan aset.

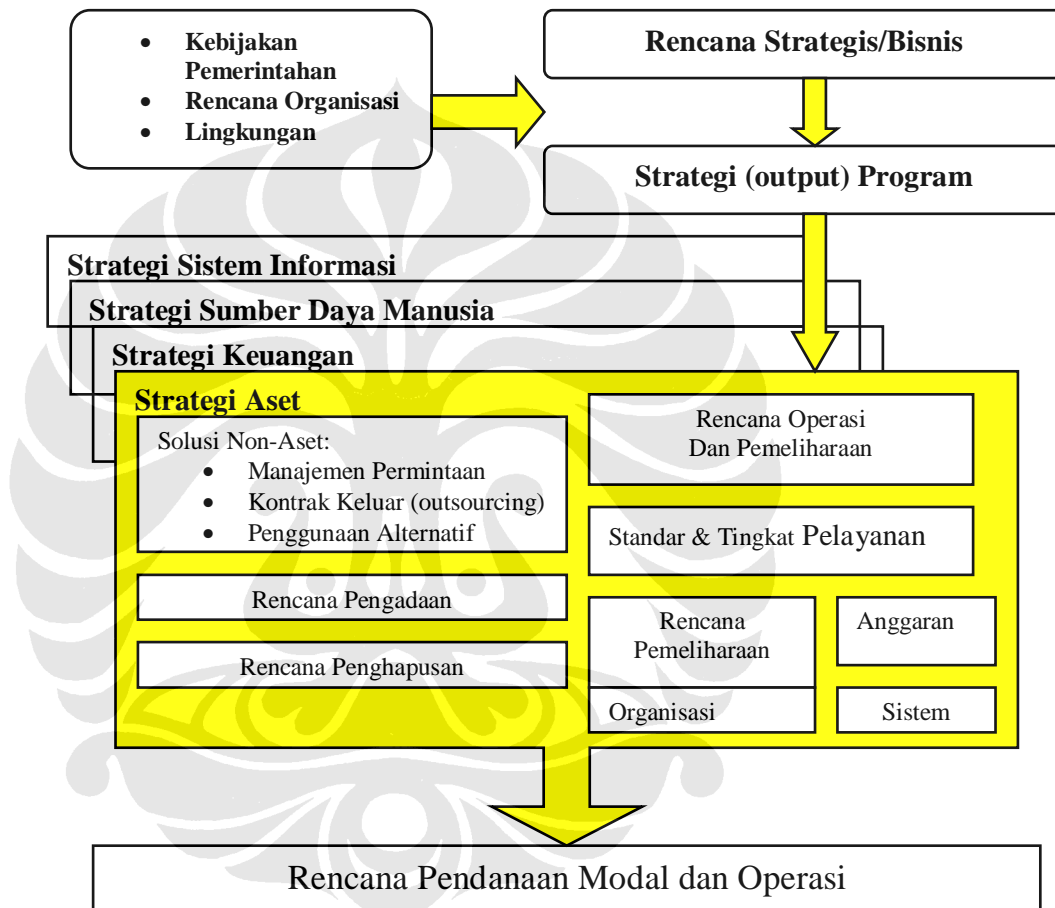
Tujuan organisasi diterjemahkan ke dalam tujuan program, strategi penyediaan pelayanan, keluaran (outputs) dan hasil (outcomes). Aset-aset yang dipegang oleh suatu departemen merupakan satu masukan (input) bagi penyediaan pelayanan.

Strategi manajemen aset bukanlah merupakan suatu penjumlahan sederhana dari rencana-rencana individual yang dibuat untuk masing-masing fase dari siklus hidup aset.

Strategi manajemen aset ini harus konsisten dengan tujuan organisasi dan terintegrasi dengan strategi manajemen lainnya. Keputusan manajemen aset hendaknya tidak dibuat secara terpisah, melainkan harus sebagai bagian dari kerangka keseluruhan dari pembuatan keputusan dalam suatu organisasi. Perencanaan aset harus dipertimbangkan bersamaan dengan kebutuhan sumber daya lainnya yang digunakan dalam pencapaian tujuan penyediaan pelayanan. Hal ini mensyaratkan organisasi untuk mengkonversi/mengubah strategi penyediaan

pelayanan ke dalam strategi aset yang spesifik. Hal ini memberikan kesempatan untuk mengidentifikasi metode peningkatan kinerja aset, untuk menata aset-aset yang digunakan dan mencari solusi yang tidak memerlukan kepemilikan aset. Keutamaan dari kerangka manajemen aset adalah:

- Manajemen aset dipicu/didorong oleh pelayanan atau output
- Manajemen aset memakai pendekatan yang terstruktur dan sistematis.



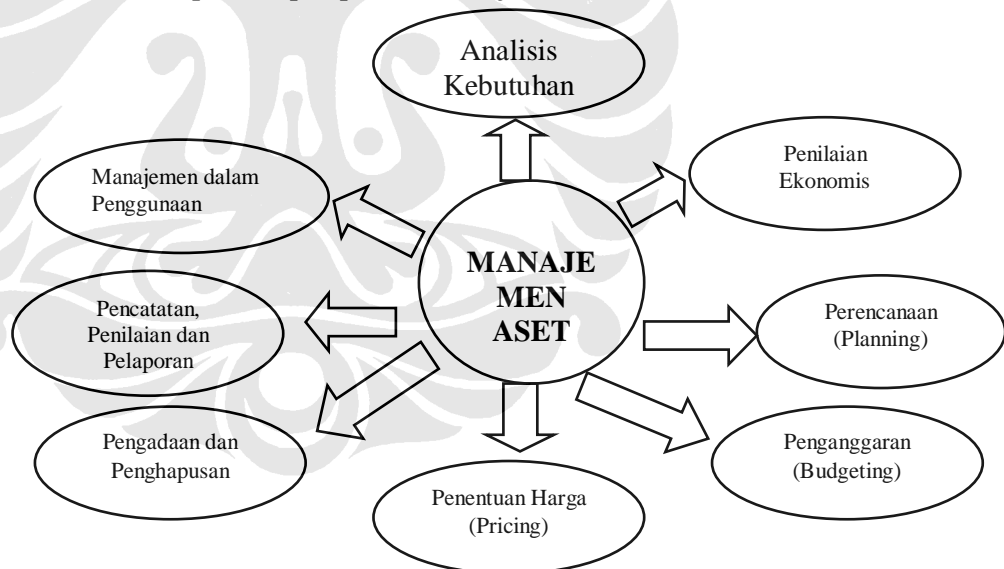
Gambar 3.1 Kerangka Manajemen Aset

Sumber : *Management Aset Publik, 1995.*

Berdasarkan uraian diatas dapat diringkaskan bahwa manajemen aset merupakan suatu proses pemberian bimbingan/petunjuk mengenai pengadaan, penggunaan, dan penghapusan aset untuk menghasilkan manfaat sebesar mungkin dan mengelola risiko dan biaya yang mungkin timbul selama masa pemanfaatan aset. Tujuan utama dari manajemen aset adalah membantu organisasi pemerintah agar

dapat memenuhi tujuan penyediaan pelayanan secara efektif dan efisien. Manajemen aset yang efektif juga:

- Memperbesar manfaat aset dengan memastikan bahwa aset digunakan dan dipelihara secara layak;
- Mengurangi kebutuhan aset baru dan menghemat uang melalui teknik manajemen kebutuhan dan pilihan manfaat non-aset (seperti leasing, dan sebagainya);
- Memperoleh nilai uang yang lebih besar melalui penilaian ekonomis atas pilihan yang diambil dalam perkiraan siklus hidup dan biaya penuh, teknik manajemen nilai, dan keterlibatan sector swasta;
- Mengurangi pengadaan aset yang tidak perlu dengan membuat organisasi (pemerintah) menyadari, dan mensyaratkan mereka agar membayar seluruh biaya yang timbul atas perolehan dan penggunaan aset; dan memfokuskan perhatian pada hasil dengan memberikan pembebanan tanggungjawab, akuntabilitas, dan keperluan pelaporan secara jelas.



Gambar 3.2 Aktivitas Manajemen Aset
Sumber: *Management Aset Publik, 1995*.

Manajemen Aset adalah suatu proses yang berkelanjutan selama masa manfaat aset. Program manajemen aset suatu organisasi (pemerintah) harus mencakup seluruh aktivitas yang digambarkan di atas.

3.2.3 Manajemen Properti

Dalam ilmu penilaian, properti diartikan sebagai "harta kekayaan".

Menurut Hamid (2002), Secara umum manajemen properti dapat diterjemahkan sebagai pengelolaan harta kekayaan dan suatu cabang usaha real estate yang meliputi penyewaan, pengawasan, penagihan sewa, perawatan dan pengelolaan real estate untuk pihak lain.

Tujuan dari manajemen properti adalah :

- Mengelola investasi (memaksimalkan pendapatan dan modal) suatu properti.
- Mengelola dan melaksanakan aspek fisik lingkungan properti sehingga tercapai hasil optimal secara efisien dan ekonomis.

Fungsi manajemen properti :

- Manajemen penyewaan (perjanjian sewa)
- Manajemen perawatan (pekerjaan harian, service, perbaikan dan penggantian komponen bangunan)
- Manajemen keuangan (keseimbangan budget)
- Manajemen investasi
- Manajemen sosial

Atas dasar teori-teori di atas penulis dapat menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi pemanfaatan aset tanah dan bangunan pada Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat atau yang lebih dikenal dengan Gelanggang Remaja Planet Senen. Dalam hal ini yang perlu dianalisis adalah bagaimana pihak swasta dan masyarakat, memberikan jawaban terhadap berbagai rangsangan pemasaran yang dapat diatur oleh pengelola Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat. Adapun rangsangan pemasaran tersebut terdiri dari empat faktor yakni : produk, harga, tempat dan promosi. Keempat faktor tersebut dapat dikendalikan oleh perusahaan/Pemda. Adapun faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan misalnya kebudayaan, sosial dan pribadi.

Selain mendasarkan pada teori pemasaran, dalam menentukan faktor-faktor yang akan dianalisis penulis berkonsultasi dan melakukan wawancara dengan pejabat dan staf UPT Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat yang menangani/mengelola aset tanah dan bangunan Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat. Dari hasil wawancara tersebut diperoleh informasi bahwa masalah

aksesibilitas, harga sewa, kondisi aset, visibilitas dan keamanan Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat sering menjadi pembahasan dan menjadi pertimbangan dalam menentukan jadi atau tidak pihak ketiga (swasta dan masyarakat) memanfaatkan aset.

Dalam rapat/pembahasan mengenai permohonan pemanfaatan, hal-hal yang pasti dibahas adalah kelima faktor tersebut, maka atas dasar hal-hal tersebut penulis menentukan faktor-faktor yang terdapat dalam aset yang dapat mempengaruhi keputusan pihak ketiga dalam memanfaatkan aset adalah aksesibilitas, harga sewa, kondisi aset, visibilitas dan keamanan aset.

3.3 Model Privatisasi

3.3.1 Privatisasi

Atas dasar prinsip-prinsip *reinviting government* kemudian muncul urgensi implementasi kebijakan melalui privatisasi, *contracting out*, dan model-model swastanisasi lainnya. Hal ini merupakan bentuk dari sistem *partnership* antara pemerintah dengan non pemerintah.

Profesionalisme yang belum begitu kuat di kalangan birokrasi pemerintah merupakan salah satu kesulitan utama jika pemerintah tidak mau mengikutsertakan lembaga non pemerintah. Sumber kekuasaan yang semakin menyebar di tingkat daerah sekarang ini, mengharuskan pemerintah daerah mengadopsi model *partnership* sebagai paradigma baru dalam menjalankan fungsi publik.

Model *partnership* ini khususnya diarahkan untuk menjalin sebuah kolaborasi yang baik antara sektor pemerintah daerah dengan sektor non pemerintah daerah. Oleh karena sifatnya *partnership*, maka kedua sektor ini bersifat sejajar, seimbang dan equal dalam arti saling menguntungkan.

Berkembangnya model *partnership* akan merangsang keterlibatan sektor privat dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah baik itu muncul dari LSM, sektor swasta dan sektor-sektor non publik lainnya. Karena semakin kuatnya paradigma model *partnership* ini maka tidak mustahil muncul tuntutan terhadap kemampuan wirausaha (*entrepreneurship*) para pemimpin daerah menjadi kualifikasi penting dalam mencapai kesuksesan penyelenggaraan pemerintahan daerah. Artinya,

adalah penting menguji kemampuan wirausaha para calon pejabat daerah, apalagi dalam implementasi otonomi daerah secara lebih luas lagi.

Dalam manajemen aset hambatan dan masalah yang timbul di pemerintah daerah adalah tidak profesionalnya manajemen aset daerah. Sementara itu manajemen aset daerah membutuhkan tenaga yang mempunyai jiwa dan keterampilan kewirausahaan (entrepreneurship skills). Manajemen tidak sekedar pengelolaan, manajemen berarti selain mengelola juga berusaha mengoptimalkan sumber-sumber daya yang dikelolanya.

Manakala sumber daya manusia di daerah tidak mampu mengelola aset daerah dengan baik maka yang bisa dilakukan adalah :

1). Privatisasi

Pengalihan manajemen pengelolaan aset-aset daerah kepada pihak swasta tetapi pemerintah daerah masih mempunyai kewenangan untuk ikut dalam proses pembuatan keputusan perihal pengelolaan aset-aset daerah tersebut.

2). Contracting Out

Sifatnya lebih leluasa bagi pengelolaannya daripada privatisasi, artinya pemerintah daerah sudah menyerahkan sepenuhnya pengelolaan aset-aset daerah kepada pihak swasta. Sehingga kebijakan perihal pengelolaan aset daerah tadi sudah menjadi hak penuh dari pihak pengelola (swasta), pemerintah daerah hanya tinggal menikmati keuntungannya saja.

Ada beberapa alasan yang melatarbelakangi privatisasi :

- 1). Perlunya peningkatan kinerja BUMN karena menghadapi persaingan global.
- 2). Perlunya peningkatan kualitas pelayanan masyarakat pemakai jasa
- 3). Semakin berkurangnya kemampuan keuangan negara karena pemerintah mengalokasikan dana pada sektor lain yang lebih prioritas.
- 4). Diperlukan sumber pembiayaan pemerintah, sehingga diharapkan BUMN yang telah "go public" dapat memberi kontribusi dalam bentuk deviden yang besar.

3.3.2 Model Pengembangan Privatisasi

Menurut Savas (1987) dalam bukunya menyatakan bahwa ada beberapa model pengembangan privatisasi yaitu :

1. Government Service

Penyelenggaraan jasa dilaksanakan oleh pemerintah, secara tidak langsung dapat memenuhi barang dan jasa dengan pelaksanaannya adalah perusahaan pemerintah dengan menggunakan sumber daya manusia yang ada.

2. Government Vending

Perusahaan swasta/pribadi boleh melakukan pemanfaatan terhadap barang dan jasa yang dimiliki oleh pemerintah. Perusahaan dalam mengelola pekerjaan dimaksud dapat menggunakan/memakai fasilitas barang dan jasa serta membayar kepada pemerintah atas pemakaian barang/jasa tersebut.

3. Intergovernment Agreement

Perjanjian kerjasama antara pemerintah dengan pemerintah lainnya dalam upaya untuk menyediakan sarana pendidikan atau sarana lainnya dalam mencapai tujuan umum pemerintahannya di wilayah tersebut.

4. Contract

Perjanjian/kontrak pemerintah dengan perusahaan swasta atau organisasi nonprofit untuk memenuhi barang dan jasa. Perusahaan swasta bertindak sebagai pelaksana jasa sedangkan pemerintah sebagai pengatur atau pengawas, dimana pemerintah harus membayar kepada pihak swasta.

5. Franchise

Hak monopoli yang diberikan kepada perusahaan swasta untuk menyediakan sebagian besar dari jasa yang menggunakan ketentuan hanya yang ditetapkan oleh perwakilan pemerintah.

6. Grant

Barang swasta yang dikonsumsi oleh masyarakat dapat diberikan dana bantuan dari pemerintah, sehingga dapat menurunkan harga atas barang-barang tertentu yang akan dikonsumsi secara terpilih oleh konsumen.

7. Voucher

Tanda bukti (kwitansi) atas pembayaran tunai, dimana sistem dari voucher merupakan tanda bukti pembayaran atas pemakaian barang-barang tertentu oleh konsumen.

8. Free Market

Sistem pasar adalah hal yang paling umum dari segala pengurusan atau penyelenggaraan atas sebuah jasa. Sistem pasar lebih banyak digunakan untuk barang swasta. Konsumen dapat mengatur untuk sebuah jasa dan dapat menseleksi produsennya.

9. Voluntary Service

Perkumpulan organisasi sukarela memberi bantuan pelayanan kepada masyarakat yang membutuhkan. Perkumpulan lainnya membentuk pelayanan masyarakat di lain tempat dengan agen pemerintah.

10. Self service

Suatu model dasar penyaluran jasa yang bersifat mandiri, dimana pihak-pihak yang memiliki kebutuhan akan layanan jasa-jasa melakukan usaha pemenuhan akan jasa-jasa tersebut tanpa mengikutsertakan pihak lain.

Pemahaman mengenai sistem kerjasama, memberikan batasan tentang aliansi strategis yang dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu :

1. Kontrak nontradisional (*nontraditional contracts*)

Adalah perjanjian kesepakatan antara pihak-pihak yang mengadakan dan menandatangani kontrak untuk menyelenggarakan sesuatu pekerjaan tertentu. Kontrak nontradisional pada umumnya dilakukan menurut proyek tunggal. Dalam kontrak ini dikenal dua bentuk kontrak yaitu :

- a. Kontrak kerjasama manajemen (*Joint of Management*) yaitu kontrak yang ditawarkan satu badan usaha kepada pihak lain untuk secara bersama-sama mengelola manajemen satu usaha yang dimilikinya.
- b. Kontrak kerjasama operasi (*Joint of operation*) yaitu bentuk kontrak yang ditawarkan oleh satu badan usaha kepada pihaklain untuk secara bersama-sama menanamkan modalnya dalam salah satu usaha yang dimilikinya. Selanjutnya kedua belah pihak secara bersama-sama, sepihak atau bergantian mengelola manajemen dan proses operasionalnya.

Dalam Keputusan Gubernur Provinsi DKI Jakarta Nomor 23 tahun 2000 tentang Pedoman Pemanfaatan Barang Daerah Provinsi DKI Jakarta disebutkan Pola penanganan atau pengelolaan kerjasama diselenggarakan dalam 5 bentuk, yaitu :

(1) BOT (*Build Operate Transfer*) adalah bentuk kerjasama operasi dimana perusahaan menyerahkan konsesi segmen usaha tertentu kepada mitra kerjasama, dan mitra kerjasama menanamkan modalnya serta mengoperasikan segmen usaha dimaksud dalam jangka waktu tertentu dengan memberikan imbalan goodwill/royalty/bagi hasil kepada perusahaan. Setelah masa kerjasama berakhir mitra kerjasama menyerahkan seluruh aset yang telah dibangun dan dioperasikan kepada perusahaan.

(2) BTO (*Build Transfer Operate*) adalah bentuk kerjasama operasi dimana mitra kerjasama sebagai pengembang fasilitas mengalihkan kepemilikan fasilitas kepada perusahaan segera setelah dibangun dan selanjutnya perusahaan memberikan ijin kepada mitra kerjasama untuk mengoperasikan fasilitas tersebut selama jangka waktu tertentu sebagai kompensasi investasi yang telah ditanamkan.

(3) BOO (*Build Operate Owned*) adalah bentuk kerjasama operasi dimana perusahaan menyerahkan konsesi segmen usaha tertentu kepada mitra kerjasama, dan mitra kerjasama menanamkan modalnya serta mengusahakan/mengoperasikan segmen usaha dimaksud tanpa batas waktu. Perusahaan akan memperoleh bagi hasil/goodwill royalty atas perusahaan segmen usaha tersebut dan menentukan persyaratan-persyaratan tertentu lainnya.

(4) BOL (*Build Operate Lease*) adalah bentuk kerjasama operasi dimana perusahaan menyerahkan konsesi segmen usaha dimaksud dalam waktu tertentu. Perusahaan akan memperoleh bagi hasil/goodwill/royalty atas perusahaan segmen usaha tersebut. Setelah masa pengoperasian segmen usaha tersebut berakhir perusahaan melakukan kegiatan sewa beli segmen usaha dimaksud dengan mitra kerjasama.

(5) BT (*Build And Transfer*) adalah bentuk kerjasama operasi dimana mitra kerjasama sebagai pengembang menyediakan dana untuk pembangunan konstruksi dan fasilitas lainnya untuk jenis usaha tertentu. Setelah selesai proses dimaksud kepada perusahaan dan perusahaan membayarnya dengan pola cicilan berdasarkan pendapatan dari usaha tersebut (misalnya selama 20 tahun). Operasi atas fasilitas yang dibangun menjadi tanggung jawab perusahaan.

2. Penyertaan/pertukaran modal (*equity investment/swape*)

Adalah bentuk aliansi stratejik yang mirip dengan bentuk kontrak, tetapi memungkinkan untuk dilakukan dalam beberapa proyek. Penyertaan/pertukaran modal pada umumnya dilakukan dalam bentuk pembelian saham satu atau lebih usaha milik satu badan usaha oleh pihak lain, dan atau sebaliknya.

3. Usaha Patungan (*Joint Venture*)

Adalah perjanjian kesepakatan antara satu badan usaha dengan pihak lain untuk bersama-sama menanamkan modalnya ke dalam satu atau lebih badan usaha yang menjalankan usahanya secara mandiri. Usaha patungan pada umumnya menggabungkan kemampuan dan kepentingan dari perusahaan yang beraliansi.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kerjasama dengan dengan pihak ketiga dapat dilakukan melalui dua bentuk kerjasama yaitu :

- Kerjasama Manajemen

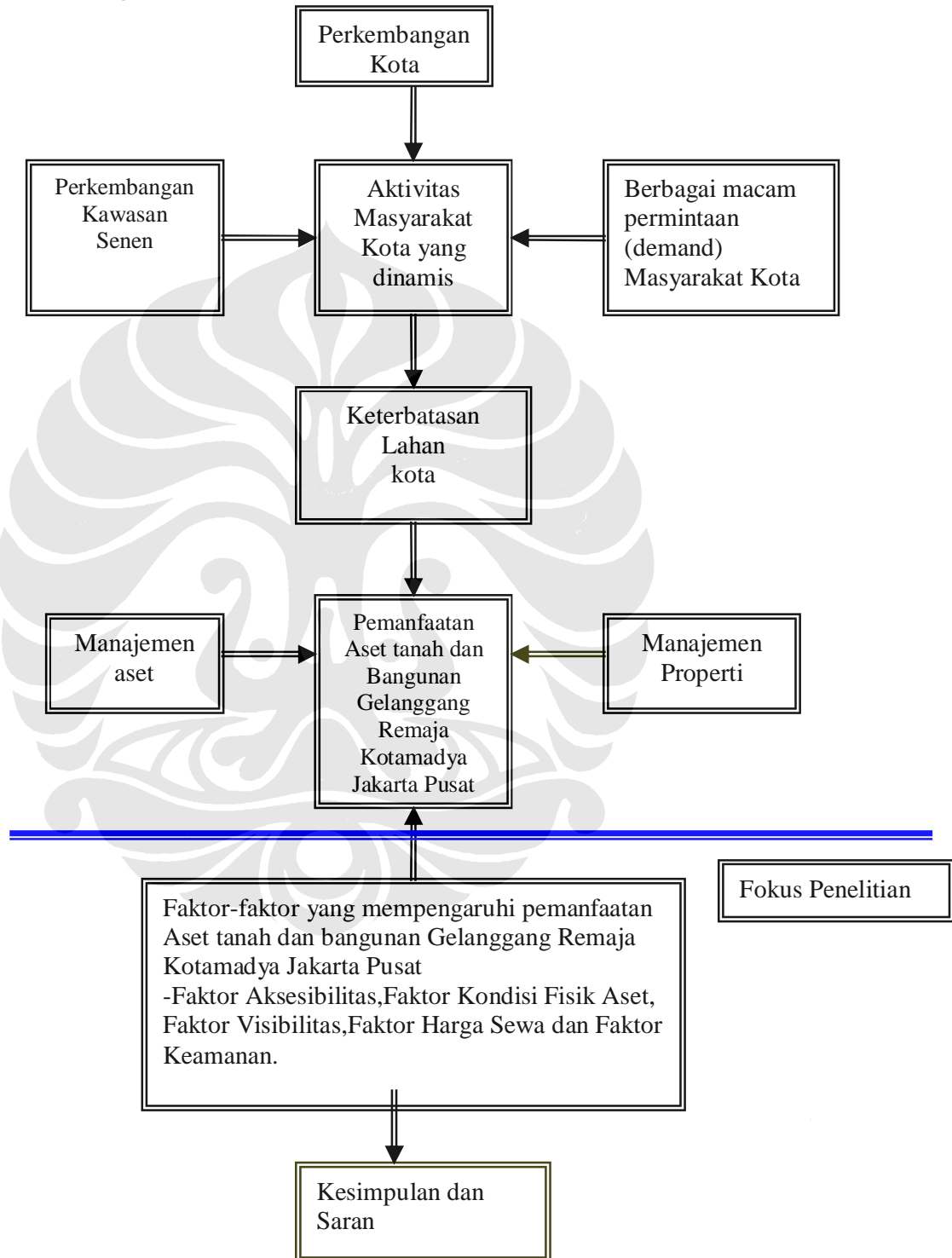
Yaitu suatu bentuk kerjasama yang hanya mengerjakamkan bidang manajemennya saja sedangkan operasionalnya dijalankan sendiri oleh pemilik usaha, dan

- Kerjasama Operasional

Yaitu kerjasama yang hanya mengerjakamkan bidang operasionalnya saja sedangkan manajemennya tetap dipegang dan dikendalikan oleh pemilik usaha.

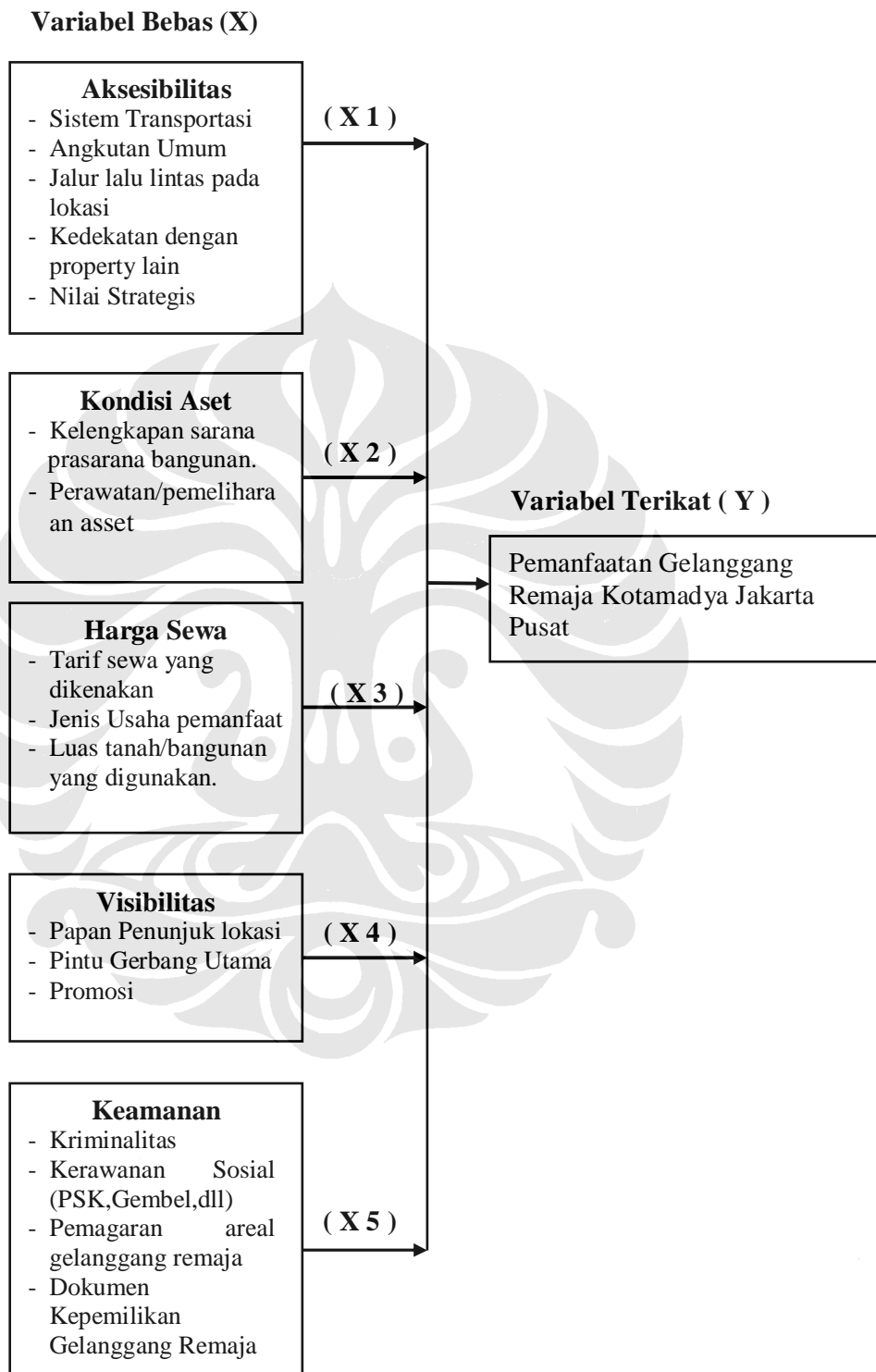
4. KERANGKA KONSEP

4.1 Kerangka Pikir



Gambar 4.1 Kerangka Pikir

4.2 Kerangka Konsep



Gambar 4.2 Kerangka Konseptual

4.3 Definisi Operasional

4.3.1 Aksesibilitas

Adalah kemudahan akses untuk mencapai lokasi Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat. Kemudahan akses ini dapat terlihat melalui indikator-indikator sebagai berikut :

- **Tersedianya Sistem transportasi** yaitu tersedianya atau berkumpulnya beberapa fasilitas pertemuan moda transportasi, yaitu terminal angkutan umum dalam kota, shelter bus way dan stasiun kereta api antar kota sebagai titik pergantian moda transportasi sehingga memudahkan akses menuju Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat.
- **Tersedianya Angkutan Umum** yaitu adanya beragam jenis angkutan kota untuk mencapai lokasi Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat seperti, bis kota (Mayasari, Bianglala, Himpurna, Andalan, PPD, Aja), Metromini, Kopami Jaya, Kopaja , Angkutan Kota (Mikrolet), busway, dan bajaj.
- **Jalur lalu lintas** yang melintasi Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat ini termasuk jalur ruas Utara Selatan yang menghubungkan bagian utara dan selatan ini khususnya dan DKI Jakarta umumnya. Tersedia jalan utama, jalan layang, perempatan jalan, trotoar, rambu-rambu lalu lintas yang jelas.
- **Kedekatan dengan property** lain dalam jarak 200 – 500 M, seperti gedung perkantoran pemerintah, perkantoran swasta, pusat perbelanjaan (Mall), pasar tradisional, Ruko, dan tempat ibadah
- **Nilai strategis** ditentukan oleh faktor letak dan kelas jalan. Berdasarkan Keputusan Gubernur Propinsi DKI Jakarta Nomor 128 Tahun 2000 tentang Perhitungan Nilai Sewa Titik Reklame di dalam Sarana dan Prasarana Kota Pemerintah Propinsi DKI Jakarta, kelas jalan yang ada adalah Protokol A, Protokol B, Protokol C, Ekonomi Kelas I, Ekonomi Kelas II, Ekonomi Kelas III, Lingkungan.

4.3.2 Kondisi Aset

Kondisi aset yang dimaksud di sini adalah kondisi fisik Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat yang meliputi :

- **Kelengkapan sarana dan prasarana gedung** adalah fasilitas yang menunjang kegiatan dalam gedung seperti pintu darurat, dapur, toilet, papan

pengumuman, sound system , alarm kebakaran, alat pemadam kebakaran dan lain-lain.

- **Pemeliharaan dan perawatan gedung** adalah pemeliharaan dan perawatan yang dilakukan secara rutin untuk menjaga kondisi gedung seperti pengecatan, penggantian bagian-bagian gedung yang mulai rusak seperti plafon, keramik dll.

4.3.3 Harga Sewa

Harga sewa adalah harga yang ditetapkan oleh pemerintah dalam upaya meningkatkan Pendapatan Asli Daerah melalui kerjasama dengan pihak ketiga (swasta/masyarakat).

- **Tarif sewa** ini diatur dalam Peraturan Daerah Provinsi DKI Jakarta Nomor 1 tahun 2006 tentang Retribusi Daerah.
- **Jenis Usaha pemanfaat** adalah bidang usaha yang dimiliki penyewa dalam memanfaatkan Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat, seperti bidang olahraga, pendidikan, kesenian dan kebudayaan.
- **Luas tanah/bangunan** adalah areal yang digunakan penyewa/pemanfat Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat.

4.3.4 Visibilitas

Adanya petunjuk visual yang tampak jelas tanpa halangan, terutama bagi para pengguna kendaraan bermotor atau dari arus lalu lintas serta bagi pemanfaat Gelanggang Remaja yang menandai keberadaan Gelanggang Remaja Jakarta Pusat seperti :

- **Papan Penunjuk Lokasi** adalah suatu papan informasi yang memberikan petunjuk atau informasi tentang keberadaan lokasi Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat .
- **Pintu gerbang utama** adalah pintu masuk utama ke lokasi Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat yang memiliki ciri khas tersendiri .
- **Promosi** adalah upaya untuk memperkenalkan keberadaan dan aktivitas Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat melalui media-media informasi yang ada seperti televisi, radio, surat kabar, brosur dan lain-lain.

4.3.5 Keamanan

Keamanan Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat yang dimaksud disini adalah pengamanan baik secara fisik maupun yuridis yang dilakukan Pemerintah Propinsi DKI Jakarta selama ini yang meliputi keamanan dari :

- **Kriminalitas** yaitu tingkat kejahatan yang terjadi di sekitar lokasi Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat seperti, pencopetan, perampokan dan sebagainya.
- **Kerawanan sosial** adalah masalah sosial yang muncul karena adanya kesulitan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan sulitnya mencari pekerjaan seperti PSK (Pekerja Seks Komersil), gembel dan lain-lain.
- **Pemagaran areal** Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat adalah upaya untuk memperjelas batas-batas areal dengan membangun pagar-pagar di sekeliling lokasi.
- **Dokumen Kepemilikan** Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat adalah kejelasan atau kelengkapan dokumen-dokumen mengenai status kepemilikan Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat sebagai aset Pemda Provinsi DKI Jakarta.

4.3.6 Pemanfaatan Gelanggang Remaja

Adalah pemanfaatan sarana dan prasarana Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat melalui kerjasama dengan pihak ketiga (swasta/masyarakat).

Pihak Pertama : adalah Pemerintah Provinsi DKI Jakarta

Pihak Kedua : adalah Pengelola Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat

Pihak Ketiga : adalah swasta dan masyarakat

Penyewa yang telah memanfaatkan Gelanggang Remaja adalah penyewa yang telah memanfaatkan fasilitas Gelanggang Remaja dengan jangka waktu 6 (enam) bulan sampai dengan 1 (satu) tahun selama tahun 2006.

Calon pemanfaat/penyewa : pemilik usaha yang memiliki bidang usaha yang berkaitan dengan kegiatan olahraga, pendidikan kesenian, dan kebudayaan berada di sekitar Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat yang berkeinginan memanfaatkan fasilitas Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat sebagai lokasi usaha.

4.4 Variabel dan Indikator Penelitian

Tabel. 4.1 Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator
Variabel X	
1. Aksesibilitas	<ul style="list-style-type: none"> - Sistem Transportasi - Alat Transportasi <ol style="list-style-type: none"> 1. Angkutan Umum 2. Kendaraan Pribadi - Jalur lalu lintas pada Lokasi <ol style="list-style-type: none"> 1. Bebas Banjir 2. Kemacetan - Kedekatan dengan property lain <ol style="list-style-type: none"> 1. Kantor/Instansi Pemerintah 2. Perkantoran Swasta 3. Terminal, stasiun kereta, sheler busway 4. pusat pembelanjaan - Nilai Strategis <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi strategis 2. Jalan utama provinsi
2. Kondisi Aset	<ul style="list-style-type: none"> - Sarana dan prasarana bangunan. <ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan Sarana dan Prasarana Bangunan 2. Parkir 3. Taman Terbuka 4. Tangga Darurat 5. Bagian Informasi 6. Dapur (Pantry) - Perawatan/pemeliharaan asset <ol style="list-style-type: none"> 1. Bentuk fisik 2. Perawatan dan pemeliharaan 3. Fasilitas Kebersihan

3. Harga Sewa

- Tarif Sewa
 1. Kesesuaian tarif sewa dengan fasilitas yang diberikan
 2. Tarif sewa yang terjangkau
 3. Tarif sewa yang memberatkan
 4. Pengaruh tarif sewa terhadap pemanfaatan GR
 5. Revisi tarif sewa oleh pemerintah
- Jenis Usaha pemanfaat
- Luas tanah/bangunan yang digunakan.

4. Visibilitas

- Papan Penunjuk lokasi
- Pintu Gerbang Utama
- Promosi

5. Keamanan

- Kriminalitas
 1. Sistem keamanan
 2. Jumlah petugas Keamanan
 3. Kualitas Petugas keamanan
 4. Tingkat kriminalitas
- Kerawanan Sosial (PSK, Gembel, dll)
- Pemagaran areal Gelanggang Remaja
 1. Pemasangan patok batas wilayah
 2. Pemasangan pagar di sekeliling GR
- Dokumen Kepemilikan Gelanggang Remaja
 1. Kelengkapan Dokumen GR
 2. Penyelesaian Sengketa
 3. Rasa aman dan nyaman menggunakan sarana GR

Variabel Y	Pemanfaatan Gelanggang Remaja	<ul style="list-style-type: none"> - Keberadaan Gelanggang Remaja sesuai dengan fungsinya dan mendukung perkembangan usaha di bidang olahraga, pendidikan, kesenian dan kebudayaan. - Adanya tempat usaha di GR sesuai dengan fungsi GR untuk melayani masyarakat. - Adanya keinginan untuk menyewa tempat usaha di GR. - Adanya keinginan untuk merekomendasikan tempat usaha di GR. - Pengembangan GR menjadi Sport Center di Jakarta Pusat. - Model privatisasi untuk GR - Pengelolaan Gelanggang Remaja.
-------------------	--------------------------------------	---

4.5 Hipotesis

1. Ho : Tidak terdapat hubungan antara faktor aksesibilitas, kondisi aset, harga sewa, visibilitas dengan faktor Pemanfaatan Aset Tanah dan Bangunan Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat.

Ha : Terdapat hubungan antara faktor aksesibilitas, kondisi aset, harga sewa, visibilitas dengan faktor Pemanfaatan Aset Tanah dan Bangunan Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat.

2.Ho : Tidak terdapat pengaruh dari faktor aksesibilitas, kondisi aset, harga sewa, visibilitas terhadap faktor Pemanfaatan Aset Tanah dan Bangunan Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat.

Ha : Terdapat pengaruh dari faktor aksesibilitas, kondisi aset, harga sewa, visibilitas terhadap faktor Pemanfaatan Aset Tanah dan Bangunan Gelanggang Remaja Kotamadya Jakarta Pusat.