

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1. Sejarah Objek dan Daya Tarik Jalan Jaksa

Kalau mau ditelisik dari sudut sejarahnya, dulu, Jalan Jaksa ini tidak lebih dari sebuah gang sempit. Sebuah kampung dalam kota. Kampung yang sepi dan sunyi. Namun, kondisi tersebut tidak berlangsung lama, Natanael Lawalata, seorang jaksa yang memiliki wawasan dan pergaulan yang luas plus insting bisnis, setelah pensiun sebagai jaksa, Lawalata membangun sebuah penginapan. Penginapan, tersebut menurut Boy Lawalata, putra Natanael Lawalata, bermula dari tawaran utusan negara Jepang yang menjadi ketua hostel untuk kawasan Asia Pacific, menyarankan kepada N.Lawalata untuk membuka penginapan untuk menampung kedatangan warga Asia Pasific yang akan mengadakan pertemuan di Jakarta²⁹. Berawal dari ketidakseganjaan itulah N.Lawalata kemudian menangkap peluang bisnis untuk dikembangkan. Pada tahun 1969, N.Lawalata memutuskan mendirikan penginapan dengan nama wisma Delima.

Hari berganti tahun pun berlalu, hingga menjelang tahun 1980-an, masyarakat sekitar Jalan Jaksa kemudian mulai melihat keuntungan ekonomis atas usaha penginapan yang digagas oleh N.Lawalata. Bermunculan dengan cepat wisma-wisma dan hostel lainnya untuk menampung wisatawan. Perkembangan ini lalu diramaikan dengan bertaburannya kafe dan tempat hiburan lainnya. Akhirnya, sebuah kampung kumuh ditengah kota Jakarta, perlahan-lahan berubah dari tempat yang sunyi menjadi salah satu tempat teramai di Jakarta, hingga saat ini. Atas tindakan N.Lawalata, tersebut lah, maka jalan ditengah kampung tersebut diberi nama sebagai Jalan Jaksa. Sejarah ini diperkuat oleh pernyataan Bapak Arif, sebagai berikut:

“Nah, disini barangkali awal muawalnya seperti pak N.Lawalata dengan beberapa mitra tetangga melakukan sesuatu, jika bisa dikatakan usaha awal, terobosan awal menata tempat itu menjadi tempat itu kunjungan orang-orang yang golongannya menengah kebawah untuk istirahat, transit menuju tempat-tempat lain di Indonesia. Itu sebagai awal sejarah seperti itu.

²⁹ Hasil percakapan dengan Boy Lawalata, pada tanggal 16 Mei 2009, di Wisma Delima Jalan Jaksa, Kelurahan Kebon Sirih, Menteng, Jakarta Pusat, Propinsi DKI Jakarta

Sampai sekarang Jalan Jaksa sangat terkenal di kawasan mancanegara, sebagai satu destinasi wisata, bagi para wisatawan yang ingin melanjutkan perjalanan ke berbagai lokasi wisata di Indonesia. Rata-rata berdasarkan pengamatan, wisatawan yang berkunjung ke Jalan Jaksa, khususnya turis-turis muda, pelajar atau wisatawan mahasiswa yang berkunjung ketika liburan tiba. Daya tarik utama dari Jalan Jaksa yang membuat wisatawan datang, adalah murah nya biaya penginapan di lokasi tersebut. Dahulu tahun 80-an, hanya dengan uang sekitar Rp.200,- para wisatawan dapat menginap semalam. Kondisi tersebut tidak berubah jauh sekarang hanya dengan mengeluarkan uang sebesar Rp.65.000,- para wisatawan dapat menginap.

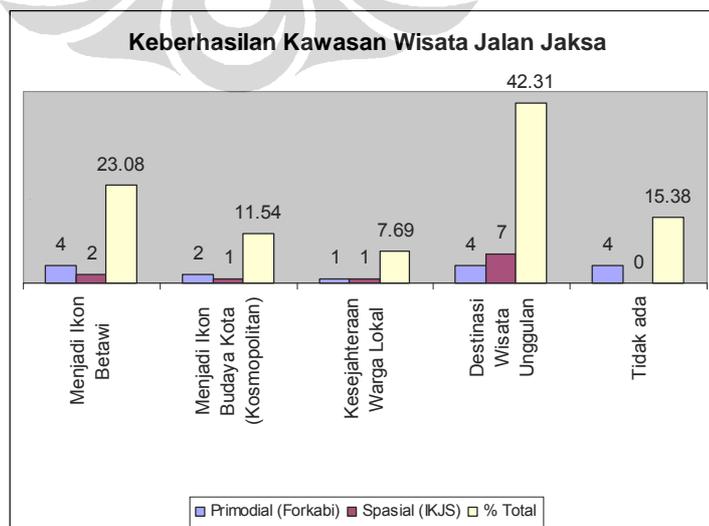
Selain itu, daya tarik utama yang membuat jalan Jaksa begitu berkesan dan menimbulkan sejuta kenangan di hati wisatawan adalah suasana akrab dan kekeluargaan yang mencuat di lokasi wisata ini, berbeda dengan di hotel berbintang, yang cenderung kaku dan formal. Di penginapan jalan Jaksa, para wisatawan mempunyai kesempatan luas untuk bergaul akrab dengan pemilik hostel, pemilik restoran dan pedagang keliling. Wisatawan tersebut juga dapat berinteraksi langsung dan ngobrol santai dengan penduduk lokal atau saling bertukar informasi sesama wisatawan tentang tempat-tempat yang menarik untuk dikunjungi di Indonesia.

Animo yang besar dan peningkatan jumlah wisatawan ke Jalan Jaksa, membuat pamor Jalan Jaksa pada era tahun 1990-an menjadi semakin terkenal di mancanegara. Untuk menunjang hal tersebut dan sebagai usaha untuk melindungi kepentingan komunitas lokal, maka berdasarkan inisiatif N.Lawalata dan teman-teman, pada tahun 1993 bersepakat untuk mendirikan sebuah organisasi yang bernama Ikatan Usaha Kepariwisataan Jalan Jaksa dan sekitarnya. Pada tanggal 18 Januari 1993, keluarlah keputusan Kepala Dinas Pariwisata Daerah Khusus Ibukota Jakarta nomor 06 tahun 1993, tentang Pengukuhan Berdirinya Ikatan Usaha Kepariwisataan Jalan Jaksa dan Sekitarnya. Adapun susunan pengurusnya pada awal berdirinya adalah para pemilik usaha kepariwisataan di Jalan Jaksa, dengan Bapak N.Lawalata sebagai ketuanya.

Sebagai bagian dari upaya untuk menarik wisatawan asing dan peningkatan produk wisata kepada wisatawan, maka pengusaha yang tergabung dalam organisasi Ikatan Usaha Kepariwisata Jalan Jaksa dan Sekitarnya, kemudian mengagas sebuah atraksi wisata dengan nama Festival Jalan Jaksa. Tujuan penyelenggaraan ini jelas untuk mempromosikan jalan Jaksa dan potensi wisata Jakarta. Promosi objek wisata Jakarta, pada awalnya terbatas kepada pengenalan dan pelestarian kebudayaan khas betawi atau lebih sering disebut budaya Betawi. Oleh karena itu, wajar jika sejak pertama kali diadakan dari tahun 1994 s.d. 1996, Pesta Jalan Jaksa lebih didominasi oleh kesenian Betawi. Baru pada tahun 1997, terjadi perubahan konsep pelaksanaan Pesta Jaksa, dengan tema “Gebyar Budaya Nusantara di Jalan Jaksa”. Lantaran tema acaranya bernuansa nusantara, pengelaran atraksi kesenian yang ditampilkan juga berasal dari berbagai daerah Indonesia, walaupun unsur kesenian Betawi tetap dominan. Sambutan wisatawan terhadap pengelaran Jaksa Fair, dalam penuturan Helmy Zaini, mereka sangat antusias, karena memberikan berbagai atraksi wisata yang lain daripada yang lain.

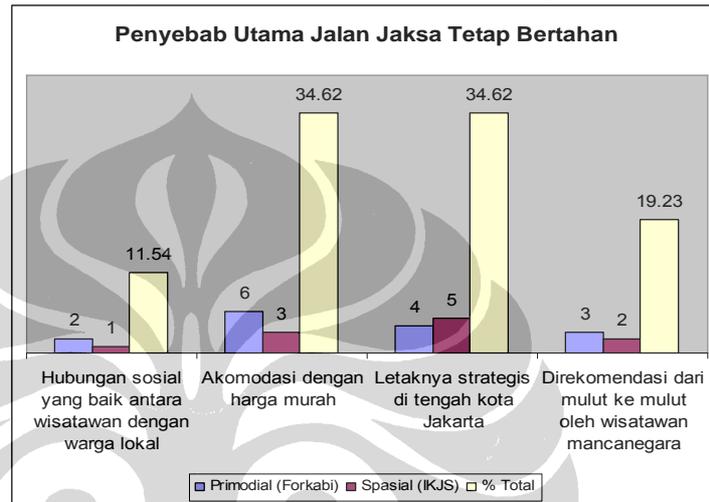
Berbagai program atraksi dan jasa wisata yang ditawarkan tersebut telah membuat kawasan wisata Jalan Jaksa menjadi terkenal di mancanegara. Bagi komunitas Jalan Jaksa, setidaknya ada dua keberhasilan utama atas perkembangan kawasan wisata Jalan Jaksa, yakni destinasi wisata unggulan dan menjadi ikon budaya betawi. Lebih jelasnya bisa dilihat di tabel 4.1. dibawah ini.

Tabel 4.1. Keberhasilan Kawasan Wisata Jalan Jaksa



Tapi sayangnya, ketika krisis moneter melanda dunia dan Indonesia pada tahun 1997 dan terjadi krisis politik dengan lengsernya Soeharto, kegiatan Pesta Jalan Jaksa terhenti begitu saja dan masa-masa kejayaan Objek dan Daya Tarik Wisata Jalan Jaksa makin hari makin meredup pamornya. Walaupun meredup, kawasan Objek dan Daya Tarik Jalan Jaksa masih bisa tetap bertahan, berdasarkan data ada empat faktor yang membuat Jalan Jaksa bertahan, terlihat di tabel 4.2.

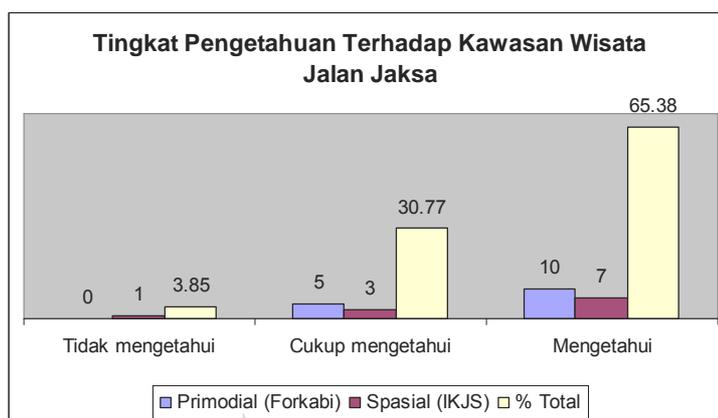
Tabel 4.2. Penyebab Utama ODTW Jaksa Tetap Bertahan



Berdasarkan data tabel 4.1. tersebut akomodasi murah dan letak strategis jalan Jaksa menempati peringkat pertama. Peringkat kedua adalah direkomendasikan dari mulut ke mulut melalui jejaring sosial. Promosi *below the line* inilah yang membuat wisatawan tetap berkunjung ke lokasi Jalan Jaksa. Faktor keempat adalah hubungan sosial yang baik antara komunitas (host) dengan wisatawan.

Mencermati kondisi negatif kawasan wisata Jalan Jaksa, maka pada tahun 2001, dibawah kepemimpinan H.Andi S.Abdullah,SH. selaku walikota Jakarta Pusat mengeluarkan kebijaksanaan untuk menjadikan wilayah Jaksa sebagai kawasan wisata malam. Kebijaksanaan tersebut dituangkan dalam Keputusan Walikotamadya Jakarta Pusat Nomor 07/2001 tanggal 30 Maret 2001. Diharapkan dari penetapan kawasan Jalan Jaksa dan Jalan K.H.Wahid Hasyim, maka pamor dan daya tarik Jalan Jaksa sebagai ikon kota Jakarta bisa kembali. Kebijakan tersebut rupanya juga telah diketahui secara luas oleh masyarakat sekitar jalan jalan Jaksa. Berikut dibawah ini datanya.

Tabel 4.3. Tingkat Pengetahuan Terhadap Kawasan Wisata



Berdasarkan data hanya 1 orang (3.85%) dari 26 responden, yang tidak mengetahui kawasan Jaksa sebagai kawasan wisata malam. Selebihnya sudah mempunyai pengetahuan yang cukup. Penetapan Jalan Jaksa sebagai kawasan wisata malam kemudian juga diimbangi dengan diselenggarakannya kembali Festival Jalan Jaksa oleh Pemerintah Kota Jakarta Pusat. Berbeda dengan penyelenggaraannya pada era 1990-an, Festival Jalan Jaksa atau yang lebih dikenal sekarang dengan Pesta Jalan Jaksa, diselenggarakan murni oleh pemerintah. Komunitas lokal dan pengusaha sifatnya hanya sebagai penerima manfaat dari kegiatan tersebut. Perubahan konsep juga terjadi dari penyelenggaraan Pesta Jalan Jaksa, terutama dalam atraksi kesenian, dimana atraksinya lebih menonjolkan aspek hiburan dibandingkan kesenian. Pendapat tersebut diutarakan oleh Helmi Zaim, Sekretaris Ikatan Pengusaha Pariwisata Jalan Jaksa kepada Berita Kota³⁰. Terkait dengan itu, pengusaha di Jalan Jaksa berulang kali menyarankan kepada Suku Dinas Pariwisata Jakarta Pusat, agar menyerahkan kembali kepada pengusaha, dengan pertimbangan pengusaha lebih luwes dan dapat mengetahui dengan tepat atraksi kesenian apa yang sesuai dengan keinginan wisatawan.

Keinginan tersebut, kemudian dipenuhi oleh Suku Dinas Pariwisata Jakarta Pusat, pada tahun 2006 menyerahkan penyelenggaraan kepada karang taruna RW.003. Pemerintah, dalam hal ini suku dinas Pariwisata hanya sebagai pengawas belaka. Namun, dalam pelaksanaannya, sejak tahun 2006-2008, Pesta

³⁰ Berita Kota, Kamis 18 Agustus 2005.

Jalan Jaksa tetap dinilai sebagian kelompok masyarakat tetap tidak menarik dan hambar. Oleh karena itu pelaksanaannya pada tahun 2009 kali ini, kembali diserahkan kepada pengusaha Jalan Jaksa yang tergabung dalam organisasi Ikatan Usaha Kepariwisata Jalan Jaksa.

Sejak krisis ekonomi tahun 1997 sampai dengan saat ini, dirasakan belum ada peningkatan yang berarti dalam hal kunjungan wisatawan ke Objek dan Daya Tarik Wisata Jalan Jaksa. Akibatnya, kondisi pengusaha jasa wisata dan komunitas lokal yang bertumpukan penghasilannya dari aktivitas ekonomi wisatawan, hanya bisa untuk bertahan saja. Sehingga, belum ada inisiatif dari pengelola jasa wisata untuk meningkatkan sarana dan prasarana wisata. Oleh karena itu, bisa dimaklumi mengapa sarana dan prasarana wisata yang ada diberbagai hostel, losmen, dan cafe terkesan lama dan tidak terawat. Pernyataan Bapak Helmi Zaini, dapat menggambarkan kondisi yang terjadi saat ini, sebagai berikut³¹.

“Yang penting kita bisa tetap bayar listrik, bayar pegawai, bayar tetek bengek sudah alhamdulillah. Jangan berharap kita untuk wah, gw mau cari duit buat beli mobil, buat renovasi ini bla bla jangan berharap jangan mimpi gitu loh untuk bertahan itu aja sudah wah alhamdulillah. Ya liat aja sendiri. Ini sisa sisa zaman kejayaannya pak Harto ya. Setelah orde reformasi ga ada kita bisa beli apa apa.”

Kondisi yang sangat memprihatinkan. Jika tidak segera diatasi, maka bukan tidak mungkin, popularitas Jalan Jaksa akan sirna ditelan oleh laju modernisasi dan kapitalisme.

4.2. Karakteristik Sosial Komunitas Jalan Jaksa

Jalan Jaksa secara administratif termasuk ke dalam wilayah Kelurahan Kebon Sirih, Kecamatan Menteng Jakarta Pusat, Propinsi DKI Jakarta. Luas keseluruhan wilayah Kebon Sirih sendiri adalah 83,40 Ha. Berbatasan di sebelah Utara dengan Kelurahan Gambir, Sebelah Timur dengan Kelurahan Kwitang, Selatan dengan Kel.Gondangdia dan Kelurahan Cikini, Sebelah Barat berbatasan dengan Kelurahan Kampung Bali.

³¹ Hasil percakapan dengan Helmy Zaini, pada tanggal 08 Juni 2009 di Memories Cafe, Jln.Jaksa, Kelurahan Kebon Sirih, Kecamatan Menteng, Jakarta Pusat, Propinsi DKI Jakarta

Jumlah Penduduk Kelurahan Kebon Sirih berdasarkan data Monograf Kelurahan Semester II Bulan Juli s.d. Desember 2007, tercatat 12.489 jiwa, yang terdiri dari 6.372 berjenis kelamin laki-laki dan 6.117 berjenis kelamin perempuan. Adapun jumlah Kepala Keluarga tercatat 3.663. Penduduk tersebut tersebar di 10 Rukun Warga dan 77 Rukun Tertangga. Agama yang dianut penduduk wilayah Kebon Sirih majemuk, walaupun mayoritas tetap beragama Islam, sebesar 10.209 jiwa, 1.193 jiwa memeluk Kristen, 17 jiwa memeluk Hindu dan 270 memeluk agama Budha. Jika, ditinjau dari tingkat pendidikan, maka penduduk Kebon Sirih, bisa dikatakan mempunyai pendidikan cukup. Hal itu terlihat dari data, bahwa sebanyak 2.409 jiwa telah menyelesaikan tingkat pendidikan Sekolah Dasar; sebanyak 1.341 telah menyelesaikan pendidikan SLTP; sebanyak 1.315 telah menyelesaikan pendidikan SLTA; sebanyak 517 telah menyelesaikan pendidikan Akademi; dan sebanyak 332 telah menyelesaikan pendidikan Universitas. Berdasarkan data, mata pencarian penduduk Kebon Sirih adalah buruh (pekerja kasar). Jumlahnya relatif besar sekitar 5.158 orang, disusul dengan pedagang sebanyak 2.356 orang; kemudian, karyawan swasta sebanyak 1.549; PNS sebanyak 72 orang; TNI sebanyak 10 orang dan pensiunan sebanyak 57 orang.

Berdasarkan data tersebut dapat terlihat, bahwa penduduk Kebon Sirih sangatlah majemuk, baik dari aspek pendidikan, agama dan mata pencariannya. Kemajemukannya tersebut merupakan ciri dari masyarakat kota. Kemajemukan tersebut sebagaimana yang dikemukakan oleh Ferdinand Tonnies sebagai sebuah ciri yang membedakan masyarakat kota dengan desa. Oleh karena itu, relasi sosial yang terjalin dalam masyarakat kota, khususnya masyarakat Kebon Sirih bersifat mekanistik, karena ikatan yang ada lahir berdasarkan relasi fungsional dan biasanya untuk jangka waktu yang pendek, dalam bahasa Tonnies adalah *Gesellschaft* (patembayan)³².

Kondisi tersebut terlihat sekali pada komunitas sosial di sekitar Jalan Jaksa. Bagaimana relasi antar komunitas yang terjadi lebih besar bersifat fungsional dan mekanistik. Kalaupun ada anggota-anggota komunitas yang diikat oleh hubungan batin yang murni dan bersifat alamiah serta kekal itu hanya terjadi

³² Soerjono Soekanto, Sosiologi Suatu Pengantar (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada,1999) hlm 448.

di sekelompok individu. Relasi yang terbangun lebih berdasarkan kepentingan ekonomi dan bagaimana anggota komunitas tersebut mampu mempertahankan hidupnya ditengah kerasnya kehidupan kota. Hal ini tercermin dari pendapat, salah satu tokoh komunitas, Boy Lawalata, yang saat ini menjabat sebagai ketua Ikatan Usaha Kepariwisata Jalan Jaksa dan Sekitarnya:

“Kita membuat satu ikatan asosiasi ini antara pengusaha dari tahun 86 karena memang usulan dari pemerintah juga karena waktu itu kita takut ekspansi bimantara yang juga perkampungan karena kita tahu disana itu banyak pembebasan tanah. Lalu dinas pariwisata ngasih masukan “pak Lawalata mesti buat 1 asosiasi kalau mau kuat karena kalau berdiri masing-masing repot kalau ada ekspansi digusur dibilang mau dipindah ke ancol. Maka dibentuk ikatan pengusaha jalan jaksa yang dimana sampai sekarang sangat solid³³.”

Berdasarkan ucapan Bapak Boy Lawalata tersebut terdapat indikasi kuat bahwa kepentingan ekonomi lah yang menyatukan berbagai pengusaha yang bergerak di jasa penginapan untuk membentuk sebuah organisasi. Hal ini dilakukan untuk melindungi kepentingan mereka pada saat berhadapan dengan kelompok lain yang mengancam kepentingan ekonomi mereka. Kesamaan kepentingan dan pandangan inilah kemudian yang tetap menyatukan mereka sampai sekarang. Melalui wadah organisasi IKJS tersebut, para pengusaha bisa secara bersama melakukan lindung nilai terhadap produk wisata yang mereka kelola. Hal ini penting agar tidak ada satupun pengusaha yang dirugikan. Lebih lanjut Boy mengemukakan: *“Dalam hal harga standart jadi tidak ada persaingan ga sehat. Dalam harga kita kompak warga disini kompaknya saya tau karena saya kan tinggal disini.”*³⁴

Lain lagi dengan keberadaan komunitas primordial, yakni Forum Komunikasi Anak Betawi ranting Kebon Sirih, menurut Bapak Imam Safei (Ketua Forkabi Ranting Kebon Sirih), alasan utama keberadaan Forkabi karena kebutuhan masyarakat Betawi terhadap sebuah organisasi yang melindungi kepentingan komunitas asli Betawi. Berikut pernyataannya: *“Itu kalau Forkabi gitu sih memang kan kebetulan kan sesuai dengan kebutuhan. Kebutuhan dari lingkungan mulanya terbentuk disini tahun 2004. Supaya*

³³ Hasil percakapan dengan Boy Lawalata, pada tanggal 16 Mei 2009 di Wisma Delima, Jln.Jaksa, Kelurahan Kebon Sirih, Kecamatan Menteng, Jakarta Pusat, Propinsi DKI Jakarta

³⁴ Hasil percakapan dengan Boy Lawalata, pada tanggal 16 Mei 2009 di Wisma Delima, Jln.Jaksa, Kelurahan Kebon Sirih, Kecamatan Menteng, Jakarta Pusat, Propinsi DKI Jakarta

tetap menjaga lah kualitas jalan jaksa”³⁵. Berdasarkan pernyataan tersebut, terlihat bahwa Forkabi, sebagai salah satu organisasi komunitas lahir untuk menjaga kualitas Jalan Jaksa. Kualitas ini bagi anggota Forkabi, adalah menjaga seni tradisi budaya Betawi yang makin memudar. Hal inilah yang menggerakkan masyarakat tergabung dalam komunitas Forkabi. Walaupun dalam pelaksanaannya, tujuan tersebut tidak tercapai, karena tidak adanya inisiator yang mampu mengerakan masyarakat untuk bersama-sama melestarikan kembali seni tradisi budaya Betawi. Hal tersebut diperparah lagi dengan tidak adanya dana taktis untuk operasional kegiatan pembinaan. Berikut dibawah ini pernyataan dari bapak Imam Safei:

“.....Keinginan ada cuma kan dalam arti yang kita punya itu baru sifatnya baru dalam ucapan saja belum bukti. Belum kenyataan gitu misalkan siapa yang mau mewakili misalkan kesenian Betawi apa nih yang akan jadi ciri khas dari jalan jaksa. kayak gambang kromong , nyatanya ga ada yang koordinir gitu. Dalam artian yang kordinir ya langsung terjun diintuisi siapa yang mau melakukan ini anak-anaknya anak muda ayo kita latihan gambang kromong atau apa. Belum ada.”³⁶

“.....Ya kita juga memaklumi gitu kan dalam artian memaklumi mungkin dari segi uang, waktunya ga ada iya kan. Itu juga ga terlepas dari masalah dana itu kan dana ekstra dalam artian social. Jangan kan disuruh bayar, suruh gratis aja ga ada yang siap ga ada yang datang iya kan. Musti ada yang gerakin dong. Penggerak juga kan musti ada juga satu persiapan.”³⁷

Dua pernyataan tersebut menggambarkan secara jelas permasalahan yang saat ini dihadapi oleh komunitas Betawi, kondisi umum yang dihadapi oleh komunitas Betawi di Jakarta. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, sebenarnya bisa dilakukan jika, pengembangan objek dan daya tarik wisata Jalan Jaksa bisa dimanfaatkan oleh komunitas Jalan Jaksa. Secara sederhana, hal itu bisa terwujud, jika komunitas lokal bisa menjadikan atraksi budaya lokal sebagai produk wisata, dan secara otomatis menjadi kebutuhan dari wisatawan. Jika kondisi ini terjadi, maka akan tercipta permintaan (*demand*) terhadap produk wisata tersebut dan kemudian membuat komunitas lokal, sebagai produsen, memenuhi permintaan tersebut. Tentu saja untuk melakukan hal tersebut perlu perencanaan matang dan kerjasama setiap anggota komunitas.

³⁵ Hasil percakapan dengan Imam Safei, pada tanggal 15 Mei 2009 di Gardu Forkabi, Kelurahan Kebon Sirih, Kecamatan Menteng, Jakarta Pusat, Propinsi DKI Jakarta

³⁶ Ibid.Imam Safei.

³⁷ Ibid.Imam Safei

Komunitas spasial (IKJS) dan primordial (forkabi) yang ada di Jalan Jaksa, secara tidak sadar, pada hakekatnya keberadaannya terikat secara fungsional atas fungsi jalan Jaksa sebagai objek dan daya tarik Jalan Jaksa. Hubungan yang terjadi sifatnya adalah simbiosis mutualisme, dimana baik komunitas lokal dan objek dan daya tarik jalan Jaksa saling tergantung satu sama lain. Keberhasilan objek dan daya tarik wisata Jalan Jaksa menarik kedatangan wisatawan, sangat tergantung dengan kreatifitas komunitas lokal dalam memenuhi kebutuhan wisatawan. Semakin tinggi jumlah kedatangan wisatawan, maka kepentingan anggota komunitas tersebut semakin terealisasi.

Kondisi tersebut rupanya juga terjadi di masyarakat yang tidak tergabung dalam dua organisasi komunitas tersebut, namun tinggal di sekitar jalan Jaksa. Masyarakat sekitar jalan Jaksa sangat berkepentingan dengan tingginya jumlah kedatangan wisatawan ke lokasi Jalan Jaksa, karena aktivitas ekonomi yang terjadi antara masyarakat dengan wisatawan. Sebagaimana dikemukakan oleh Bapak Boy Lawalata:

“Kita melihat ini menjadi masukan bagi mereka jadi ada *income* dari segi ekonomi jadi meningkat jadi mereka bisa merasakan kehidupan meningkat.”

“Sekarang berkembang di kampung, buka kosan di gang sekarang mereka melihat ini menjanjikan maka mereka buka juga walaupun Cuma 3-4 kamar saja.”

Aktivitas ekonomi tersebut, secara langsung telah meningkatkan kesejahteraan warga sekitar, terutama mereka yang membuka rumah penginapan bagi para wisatawan. Kenyataannya yang terjadi animo dari wisatawan terhadap rumah kost-kostan yang ada dipinggir jalan Jaksa, sangat diminati. Alasannya menurut pak Boy, karena wisatawan tersebut mau melihat dan merasakan kehidupan keseharian warga Jakarta secara langsung dan pengalaman tersebut menjadi kebanggaan buat mereka. Berikut dibawah ini pernyataan pak Boy Lawalata:

“iya, dia (wisatawan) bilang mau melihat keseharian orang Indonesia seperti contoh makan pagi pake nasi uduk, tempat mandinya sederhana. mereka jadi berfikir kok bisa ya masyarakat Indonesia hidup seperti ini 1 hal yang unik malah cara orang Indonesia hidup dan kelihatan happy walaupun hidup sempit.”

Suatu kondisi yang memprihatikan sebenarnya, bagaimana secara tidak sadar masyarakat sekitar Jalan Jaksa, telah menjadikan kemiskinan sebagai komoditas (produk wisata), sehingga bisa menghasilkan keuntungan ekonomis

bagi mereka. Namun, disisi lain kondisi tersebut bisa dipahami, ditengah kondisi kehidupan kota Jakarta yang sangat sulit, apa yang dilakukan itu merupakan hal yang sangat sederhana dan cepat menghasilkan uang, tanpa perlu bersusah payah.

Objek dan Daya Tarik Wisata Jalan Jaksa bisa dikatakan memang Bali ke dua di Indonesia, jika kita ingin melihat wisatawan asing, maka datang saja ke Jalan Jaksa diwaktu malam hari. Dari ujung ke ujung penuh sekali dengan wisatawan, baik mereka yang sedang bersantai di Cafe maupun di warung-warung tenda kaki lima. Namun, yang menarik adalah penerimaan masyarakat terhadap keberadaan wisatawan. Tidak ada sedikitpun penolakan dari warga setempat terhadap tingkah laku wisatawan tersebut. Dalam bahasa pak Arief, selaku Wakil lurah, adalah terjadi pemakluman terhadap kondisi tersebut oleh masyarakat. Berikut pernyataannya : *“Maksudnya ya, maklum karena kelakuan turis ya seperti itu. Dan saat pertemuan kita juga ingatkan mereka jangan sampe melakukan hal-hal yang menyinggung warga setempat”³⁸.*

Hal berbeda disampaikan Ibu Dewi, selaku Kepala Suku Dinas Pariwisata Jakarta Pusat, yang menyoroti bahwa jauh dibawah permukaan ada kekhawatiran dari warga setempat, bahwa wisatawan yang datang akan menimbulkan efek negatif, terutama terhadap putra-putrinya. Berikut pernyataannya.

“Dulu banyak karena dari segi negatif-nya campur dengan budaya luar ada yang terima ada juga yang tidak. Terutama karena mereka punya anak-anak kecil dan disana orang asing itu hidup bebas, lingkungan yang banyak muslim. Sekarang ini banyak orang hitam Nigeria responnya khawatir adanya narkoba dan kehidupan bebas.”³⁹

Jadi, walaupun ada pemakluman, tetap saja ada kekhawatiran. Oleh karena itu, bagi Ibu Dewi, untuk mengatasi hal tersebut, masyarakat harus mempunyai kekuatan untuk melindungi dirinya sendiri dari dampak negatif pariwisata. Hal ini bisa dicapai dengan adanya koodirnasi yang intensif antar kelompok masyarakat. Berdasarkan pengamatan di lapangan, terlihat bahwa masyarakat, dengan dipelopori oleh Forkabi dan IKJS, telah melakukan proteksi terhadap pengaruh

³⁸ Hasil percakapan dengan Bapak Arif, pada tanggal 07 Mei 2009 di Kelurahan Kebon Sirih, Jln.Jaksa, Kelurahan Kebon Sirih, Kecamatan Menteng, Jakarta Pusat, Propinsi DKI Jakarta

³⁹ Hasil percakapan dengan Ibu Dewi, pada tanggal 17 Mei 2009 di Kantor Sudin Pariwisata Jakarta Pusat, Propinsi DKI Jakarta

negatif dari wisatawan hitam dari Afrika. Proteksinya terlihat bagaimana komunitas tersebut melakukan segregasi sosial (pemencilan) terhadap wisatawan asal Afrika, di kafe dan wilayah tertentu, sehingga mereka secara tidak langsung tidak diperbolehkan masuk ke wilayah lain. Hal ini dilakukan untuk mencegah terjadinya keributan ataupun dampak negatif yang tidak diinginkan.

Namun, walaupun mereka telah dibatasi ruang geraknya, tetap saja ada beberapa warga, yang umumnya warga luar jalan Jaksa, yang menjalin interaksi dengan para wisatawan Afrika tersebut. Banyak pihak yang mencurigai bahwa hubungan yang terjalin berkaitan dengan narkoba, uang palsu dan penipuan. Berikut pernyataan Bapak Helmy selaku, tokoh masyarakat Jalan Jaksa.

“Apa lagi sekarang ditambah lagi dengan adanya orang-orang afrika ini, orang-orang afrika itu..... Sekarang udah masuk komunitas china. Masuk ke grup dia. Apa barang narkobanya apa barang uang palsunya apa ini walahualam saya ga ngerti⁴⁰.”

“ya biasa suasana saat ini. Jadi atas nama pacarnya iya kan. nah kemudian bini nya lah apanya lah iya kan kan banyak kaya gitu abis dipakai namanya. Ya banyak lah orang kita yang jadi kaki tangannya orang-orang hitam gitu loh. Ga masalah penipuannya, ga masalah narkobanya, ga masalah uang palsunya. Saya mah disini udah capek nyeliat orang-orang hitam begitu.⁴¹”

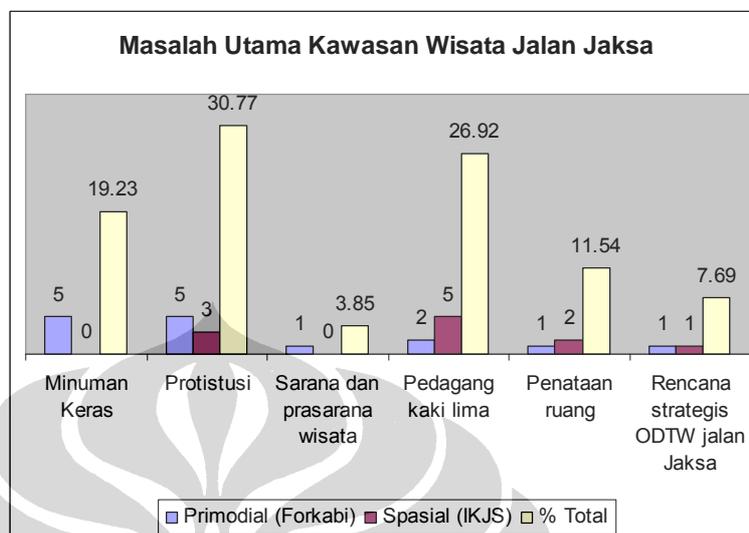
Kondisi tersebut bisa dikatakan bahwa objek dan daya tarik wisata, secara sosial, sebenarnya menyimpan potensi konflik yang besar antara warga lokal dengan wisatawan asal Afrika. Karena sepertinya titik toleransi dari warga lokal terhadap kelakuan wisatawan Afrika tersebut, sudah sampai di titik nadir. Jika, tidak diatasi maka sedikit konflik dengan wisatawan Afrka, maka akan menyulut konflik yang besar. Konflik kedua yang kemungkinan besar bisa terjadi adalah konflik antara warga lokal dengan pedagang kaki lima. Dimana, dalam persepsi tokoh dan warga lokal Jaksa, keberadaan kaki lima yang menempati trotoar jalan, sangat mengganggu kenyamanan, ketertiban dan kebersihan Objek dan Daya Tarik Wisata. Apalagi, kebanyakan pedagang kaki lima yang berjualan bukan asli warga Jaksa, melainkan dari luar. Mereka bisa berdagang di Jalan Jaksa, disinyalir

⁴⁰ Hasil percakapan dengan Bapak Helmy, pada tanggal 08 Juni 2009 di Memories Cafe, Jl.Jaksa, Kelurahan Kebon Sirih, Kecamatan Menteng, Jakarta Pusat, Propinsi DKI Jakarta

⁴¹ Ibid.Helmy

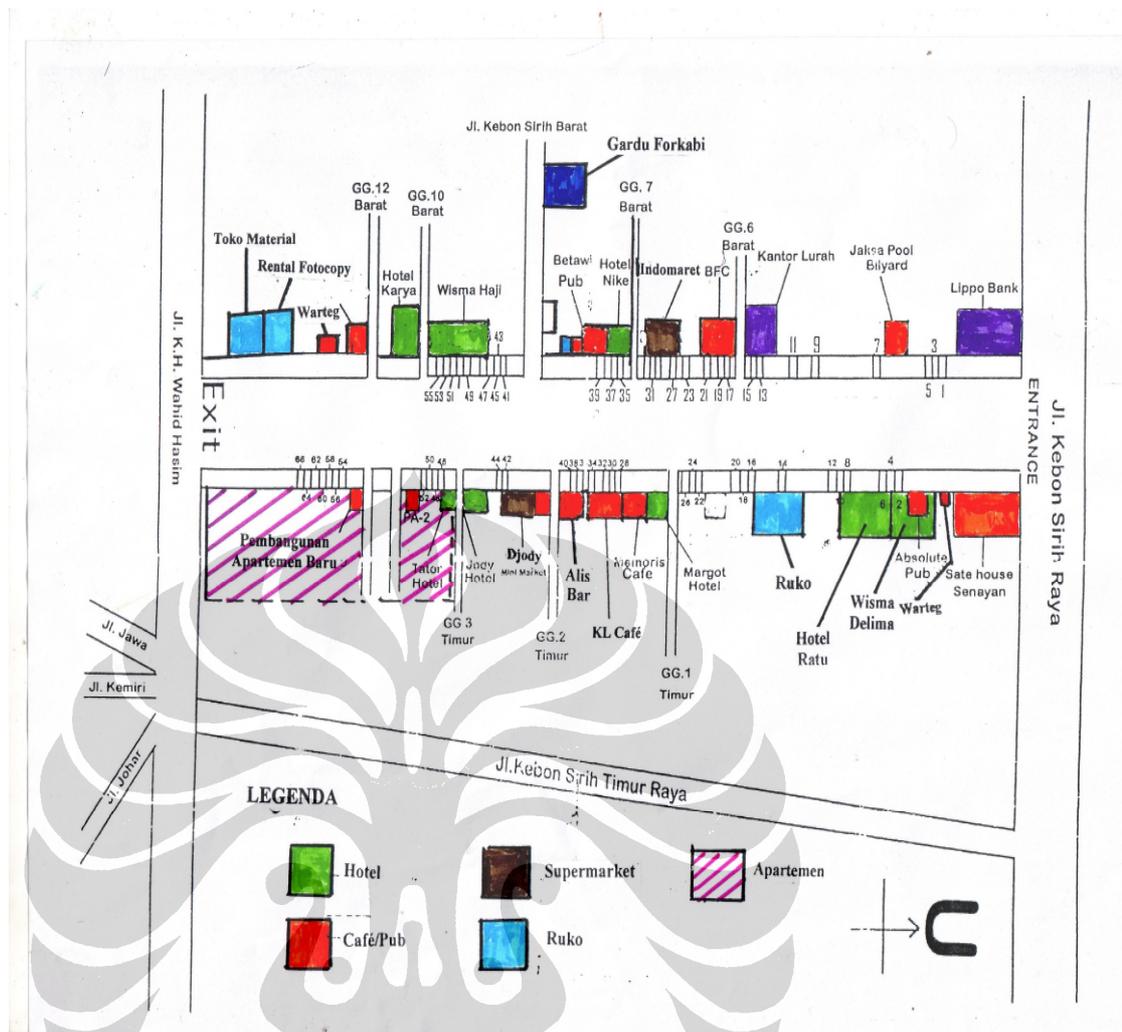
karena telah membeli lapak ke oknum-oknum tertentu. Hal tersebut ditunjang juga hasil temuan penelitian kuantitatif dibawah ini.

Tabel 4.4. Masalah Utama ODTW Jalan Jaksa



Berdasarkan data tersebut terlihat ada enam masalah utama yang dirasakan mengganggu masyarakat di sekitar Objek dan Daya Tarik Wisata Jalan Jaksa. Permasalahan pertama, adalah keberadaan prostitusi yang bebas berkeliaran di Jalan Jaksa. Kondisi ini bukan hanya mengganggu masyarakat, melainkan wisatawan. Karena bukan itu tujuan wisatawan datang ke lokasi wisata. Permasalahan kedua, adalah keberadaan pedagang kaki lima. Permasalahan ketiga adalah minuman keras, terutama yang dijual oleh pedagang kaki lima. Permasalahan keempat adalah penataan ruang di wilayah ODTW yang cenderung tidak beraturan dan tanpa rencana yang jelas. Permasalahan kelima adalah tidak adanya rencana strategis pengembangan ODTW Jalan Jaksa. Keenam adalah sarana dan prasarana wisata yang terbatas, namun tidak menjadi masalah utama bagi para wisatawan yang datang berkunjung.

Bertahannya kawasan Objek dan Daya Tarik Jalan Jaksa hanya bisa dimengerti apabila karakteristik sosial komunitas Jalan Jaksa dipahami. Karena karakteristik yang khas tersebutlah yang membuat Jalan Jaksa ini sangat menarik bagi wisatawan. Untuk lebih memperjelas mengenai karakteristik sosial komunitas Jalan Jaksa, dapat dilihat pada peta sosial dibawah ini.



Gambar 4.1. Peta Sosial Komunitas Jalan Jaksa

Berdasarkan peta sosial terlihat dengan jelas bahwa posisi Jalan Jaksa berada di tengah jalan Kebon Sirih Raya dan Jalan K.H.Wahid Hasyim. Sebuah lokasi yang strategis di pusat kota Jakarta. Disepanjang jalan yang kurang lebih berjarak 3 kilometer tersebut, Objek dan Daya Tarik Wisata Jalan Jaksa berada. Secara geografis, fokus dari Objek dan Daya Tarik Wisata Jalan Jaksa ada di sepanjang jalan Jaksa tersebut. Dimana, di sepanjang jalan Jaksa, tersebut terdapat berbagai akomodasi, cafe, restoran dan tempat bilyar. Kondisi Objek dan Daya tarik tersebut kemudian diperparah dengan maraknya berdagang kaki lima berjualan di pinggiran trotoar. Hal itu bisa terlihat dari banyaknya garing dengan nomor pada peta sosial tersebut. Keberadaan kaki lima inilah yang menimbulkan antipati bagi sebagian wisatawan yang datang berkunjung ke Jalan Jaksa.

Berdasarkan peta sosial tersebut bisa kita lihat, bahwa keberadaan pengusaha menengah bawah di Jalan Jaksa saat ini sedang mendatang tantangan yang serius, terutama dari perubahan fungsi tata ruang. Bisa dilihat di sebelah ujung, dekat pintu keluar jalan Jaksa menuju Jalan K.H.Wahid Hasyim, saat ini sedang dibangun sebuah apartemen oleh group Bimantara. Secara tidak langsung, keberadaan apartemen tersebut, cepat atau lambat akan merubah wajah jalan Jaksa yang selama ini terkenal sebagai tempat *low cost budgeting* bagi turis wisatawan. Apalagi, jika kita di dekat pintu masuk jalan Jaksa dari Jalan Kebun Sirih Raya, di sebelah kanan, sudah beroperasi hotel berbintang, yakni Hotel Istana Ratu. Ini menandakan perubahan sudah terjadi, oleh karena itu mau tidak mau komunitas lokal jalan Jaksa harus mampu merumuskan kembali visi dan misi keberadaan Objek dan Daya Tarik Wisata Jalan Jaksa dan sekaligus menyusun Rencana Strategis Pengembangannya. Karena jika tidak dengan segera dilakukan, maka bukan tidak mungkin jalan Jaksa akan berubah konsep dan sekali lagi komunitas lokal akan dirugikan.

4.3. Karakteristik Sosial Wisatawan ODTW Jalan Jaksa

Salah satu pakar sosiologi pariwisata, yakni Erik Cohen (1979) mengemukakan bahwa wisatawan dapat dibagi menjadi 5 tipologi: 1) *Eksitensial*, yaitu wisatawan yang meninggalkan kehidupan sehari-hari dan mencari 'pelarian' untuk mengembangkan kebutuhan spiritual; 2) *Experimental*, yaitu wisatawan yang mencari gaya hidup berbeda dengan yang selama ini dijalani, dengan cara mengikuti pola hidup masyarakat yang dikunjungi; 3) *Experiential*, yaitu wisatawan yang mencari makna pada kehidupan masyarakat lokal, dan menikmati keaslian kehidupan lokal/tradisional; 4) *Diversionary*, yaitu wisatawan yang mencari pelarian dari kehidupan rutin yang membosankan. Mereka mencari fasilitas rekreasi dan memerlukan fasilitas yang berstandar internasional; 5) *Recreational*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan wisata sebagai bagian dari usaha menghibur atau relaksasi, untuk memulihkan kembali semangat fisik dan mentalnya.

Berdasarkan tipologi pembagian tersebut dapat kita tarik kesimpulan bahwa, segmentasi wisatawan yang datang ke kawasan wisata Jalan Jaksa adalah

Experimental dan *Recreational*. Karena, pada dasarnya wisatawan yang datang tujuan hanya dua yakni, mencari pengalaman baru dan relaksasi. Hal ini terlihat jelas dari perkataan Bapak Boy Lawalata “iya, dia bilang mau melihat keseharian orang Indonesia seperti contoh makan pagi pakek nasi uduk, tempat mandinya sederhana”⁴². Pengalaman hidup bersama komunitas yang berbeda dengan komunitas asal wisatawan inilah yang kemudian menjadi daya tarik bagi wisatawan. Kondisi tersebut didukung dengan hubungan antar wisatawan dengan masyarakat lokal yang terjalin secara intens dan konstruktif, sehingga wisatawan merasa nyaman dan tinggal dalam lingkungannya.

Secara sosiologis, terlihat bahwa relasi yang terjadi antara masyarakat lokal (*host*) dengan wisatawan (*guest*) adalah relasi komersial. Dimana, wisatawan tersebut diberikan status dan peranan untuk menjadi bagian dari komunitas lokal tersebut dengan kontraprestasi wisatawan tersebut harus memberikan imbalan berupa uang atau sejenisnya. Relasi tersebut tentu saja terjadi berdasarkan sebuah kesepakatan bersama antar komunitas lokal dengan wisatawan. Tanpa adanya kesepakatan dan pengertian, maka relasi tersebut tidak akan bisa terwujud. Karena, bisa jadi wisatawan tersebut merasa di’*peras*’ oleh komunitas lokal untuk memperoleh jasa wisata yang tidak diinginkan olehnya, namun dipaksakan. Atau sebaliknya, komunitas lokal merasa terusik dengan kehadiran wisatawan tersebut. Namun, berdasarkan pengamatan relasi yang terjadi berjalan dengan baik dan hangat. Sayangnya kondisi ini tidak bisa diterapkan dalam konteks wisatawan ‘kulit hitam’. Yang terjadi kepada wisatawan kulit hitam adalah relasi ekonomi murni, dimana wisatawan tersebut sebatas melakukan relaksasi untuk memulihkan kondisi psikisnya di Cafe dan Bar dan masyarakat hanya berusaha mendapatkan uang atas jasa yang ditawarkan. Jadi hubungan yang tercipta adalah hubungan simbiosis mutualisme belaka.

Selain itu, berdasarkan segmentasi ekonomi, wisatawan yang datang ke kawasan Objek dan Daya Tarik Wisatawan Jalan Jaksa, merupakan wisatawan *low budget*. Hal tersebut dikemukakan oleh pak Boy Lawalata⁴³

⁴² Op.Cit.Boy.

⁴³ Op.Cit.Boy.

“ya mungkin karena murah, jaksa termasuk tempat yang *low budget* memang dulu orang kita risih kalau jaksa tempat murahan bulunya sandal jepit. Kita bisa liat beda dengan kemang ga bisa dipungkiri banyak pengusaha mapan disana. Ciri khas tercipta alami, keadaan begini kalau *weekend* penuh kayak hajatan dari ujung ke ujung. Jadi pusat wisata *low budget*.”

Dengan harga murah yang ditawarkan oleh berbagai pengusaha lokal Jalan Jaksa, maka wisatawan banyak sekali berdatangan. Karena, dalam persepsi wisatawan tersebut kedatangannya hanyalah untuk transit dan merasakan pengalaman lain. Sehingga, minimnya fasilitas yang ditawarkan tidak menjadi masalah.

Secara status sosial, wisatawan yang datang lebih banyak adalah mahasiswa yang sedang berlibur dan atau melakukan penelitian di Indonesia. Mahasiswa ini sebagian besar berasal dari negara-negara di Eropa, seperti German, Belanda, Inggris. Secara umurpun mereka relatif muda. Karena itu jasa wisata yang ditawarkan kepada mereka sangatlah sesuai dengan keinginan dan budget keuangan wisatawan tersebut.

Oleh karena itu, usaha jasa wisata yang disediakan oleh para pengusaha lokal Jalan Jaksa tetap bisa bertahan ditengah ekspansi investor di luar masyarakat Jalan Jaksa yang menawarkan berbagai jasa wisata yang lebih baik. Hal ini karena segmentasi wisatawan yang datang berkunjung ke Jalan Jaksa berbeda dengan wisatawan yang datang ke berbagai hotel berbintang atau jasa wisata elit lainnya. Kecenderungan ini terlihat, walaupun ditengah persaingan yang kuat, jumlah okupasi hunian di berbagai jasa akomodasi warga lokal tetap diminati dan selalu penuh. Perbedaan harga yang cukup signifikan juga mempengaruhi wisatawan yang *low budget* untuk tetap memilih di penginapan yang disediakan masyarakat sekitar Jalan Jaksa.

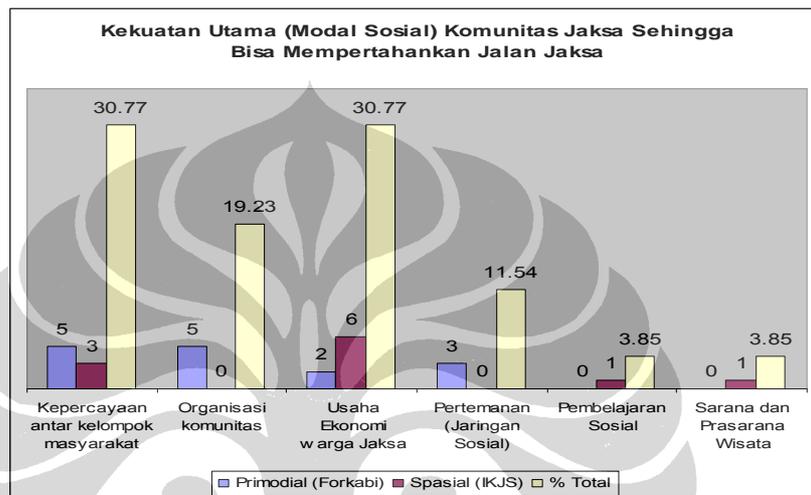
4.4. Modal Sosial Komunitas Jalan Jaksa

Asumsi awal penelitian ini melihat bahwa berdasarkan observasi awal, komunitas jalan Jaksa tersebut mempunyai lima aspek yang menjadi modal dasar, yakni: *Pertama*, kepercayaan. Kedua, Organisasi komunitas. Ketiga, sarana dan prasarana wisata, keempat. Aktivitas ekonomi, dan kelima, pembelajaran sosial. Kelima modal sosial inilah sudah secara inheren berada di komunitas Jalan Jaksa dan secara tidak langsung digunakan oleh komunitas tersebut dalam

mengembangkan objek dan daya tarik wisata Jalan Jaksa. Lima modal dasar inilah bisa dikatakan menjadi kekuatan utama yang menyebabkan objek dan daya tarik wisata jalan jaksa tetap bertahan selama 40 tahun, sejak berdiri tahun 1969.

Berdasarkan hasil penelitian tidak semua asumsi awal penelitian tersebut tepat dan relevan. Hal itu didukung hasil penelitian kuantitatif, sebagaimana terlihat tabel 4.5. dibawah ini.

Tabel.4.5. Modal Sosial Komunitas Jalan Jaksa



Berdasarkan tabel tersebut terlihat bahwa kepercayaan antar kelompok masyarakat dan usaha ekonomi warga Jaksa menempati urutan tertinggi (30.77%) dalam persepsi komunitas sebagai modal sosial utama. Peringkat berikutnya adalah organisasi komunitas sebesar 19.23%. Kemudian jaringan sosial sebesar 11.54%. Sedangkan modal sosial pembelajaran sosial dan sarana dan prasarana wisata, yang diperkirakan dominan pada awal penelitian ternyata tidak menjadi modal sosial utama. Untuk itu dibawah ini dibahas satu persatu.

4.4.1. Kepercayaan

Sebagaimana dikemukakan oleh Putnam (1993a, 1993b, 1995, 1996, 2000) bahwa konsep kepercayaan memiliki implikasi positif dalam kehidupan masyarakat. Karena dengan adanya sikap saling mempercayai tersebut orang-orang yang memiliki rasa tersebut (*mutual trust*) dan tergabung dalam suatu jaringan sosial, secara tidak sadar saling memperkuat norma-norma mengenai keharusan untuk saling membantu. Ini artinya adalah proses mempercayai merujuk pada hubungan dua pihak atau lebih yang mengandung harapan yang

menguntungkan salah satu atau kedua belah pihak melalui interaksi sosial (Robert Lawang, 2005:46).

Kepercayaan merupakan sebuah unsur dominan dan utama dalam sebuah interaksi sosial. Apabila tidak ada kepercayaan, maka tidak mungkin ada sebuah interaksi sosial yang saling menguntungkan satu sama lain. Dalam konteks komunitas Jalan Jaksa, kepercayaan telah menjadi unsur utama yang menyatukan segenap komunitas Jalan Jaksa, hal ini terlihat dari pernyataan ketua Forkabi Ranting Kebon Sirih, Bapak Imam Safei berikut ini.

“Kalau secara informal dalam artian kita ngumpul gitu itu memang pernah. Misalkan nih pengusaha kita kumpulin dengan masyarakat kumpul jadi satu. Ya kumpulnya waktu jaksa fair aja. Selebihnya sih ga ada. Satu sama lain saling percaya aja gitu. Ya dibilang kan mau mencari nafkah. Ga mungkin juga dia mau merusak tempat dia cari nafkah kan. Itu pun keluarga kan dengan semuanya. Harapan kita ya *positif thinking* aja lah. Ngeliat yang curigaan-curigaan tapi kenyataannya memang ga ada. Kayak gitu. Yang positif-positif aja. Hormat sih dalam arti ya kita saling kerja sama aja sama masyarakat. Kalau saya sendiri dalam arti menjaga, harus dihormati juga enggak lah sehingga kita itu juga tau seantusias apa mereka-mereka.”

Berdasarkan pernyataan tersebut bisa kita lihat, bahwa kepercayaan yang ada dalam komunitas merupakan sesuatu yang inheren timbul dari masyarakat sendiri, tidak ada sifatnya yang memaksa. Kepercayaan ini timbul karena harapan bahwa setiap kelompok komunitas, akan menjaga objek dan daya tarik wisata Jalan Jaksa, karena lokasi ini merupakan tempat utama mata pencarian mereka, tidak mungkin anggota kelompok tersebut ingin menghancurkan sumber pendapatannya.

Prinsip menghargai satu sama lain juga telah ada di antar individu komunitas tersebut, dimana dalam pemikiran mereka, menghargai adalah menghormati tindakan yang telah dilakukan untuk mengembangkan Jalan Jaksa. Modal inilah kemudian yang menjadi landasan dalam bekerjasama antar masyarakat. Sehingga benar yang dikemukakan oleh Putnam bahwa sikap saling percaya merupakan unsur pelumas yang sangat penting untuk bekerjasama (*trust lubricate social life*). Untuk itu kepercayaan berfungsi untuk memperlancar dan mempererat ikatan-ikatan sosial dalam sistem produksi, dalam hal ini pengembangan objek dan daya tarik Jalan Jaksa.

Kepercayaan ini selain menjadi modal dasar untuk saling bekerjasama antar kelompok masyarakat, kemudian juga direalisasikan dalam kepercayaan

terhadap figur seorang pemimpin. Pemimpin dalam pengertian seorang yang dianggap mempunyai kualitas dan kemampuan serta status sosial untuk berinteraksi dengan kelompok lainnya. Kepercayaan terhadap pemimpin tersebut, kemudian menjadi ciri khas dari komunitas Jalan Jaksa. Sebagai contoh kepercayaan di dalam satu anggota kelompok lebih kepada senioritas dan status sosial individu tersebut, hal ini terlihat sekali dalam komunitas Betawi. Kepercayaan ini diberikan kepada figur Imam Safei karena dipercaya mampu melindungi kepentingan warga Betawi. Sedangkan kepercayaan di dalam kelompok usaha yang tergabung dalam wadah organisasi Ikatan Usaha Kepariwisata jalan Jaksa dan sekitarnya lebih berdasarkan untuk melindungi kepentingan ekonominya

Kepercayaan terhadap figur secara tidak langsung kemudian menjadi faktor penahan dari berbagai permasalahan yang timbul. Berbagai persoalan yang timbul dapat diselesaikan secara mufakat oleh para ketua atau tokoh yang dituakan komunitas. Contohnya adalah penataan pedagang kaki lima dan peredaran minuman keras di lokasi wisata Jalan Jaksa. Sehingga, tidakan anarkis dapat dihindarkan. Berikut dibawah ini pernyataan dari Bapak Imam Safei, sebagai contoh.

“Kita liat nih kalau memang ini ga perlu ya ngapain kita mesti turun kok dia juga udah bisa jadi waktu kemarin itu ditolak karena memang yang diinginkan kita bukan liat pedagangnya, kita ga liat ketegasannya. Pada saat kita liat ga perlu dibina lagi ya bagus. Ya udah kita ini aja saling memberikan konsultasi kita sifatnya umum aja tipenya bukan sifatnya buru-buru dibina. Jadi si pedagang merasa enjoy, ga ada beban, kita juga bukan juga pedagang tapi sewaktu-waktu bisa aja masalah. Masalah pedagang suka ya entah kemana dia kenapa ga kesini. Kita paling melihat ke sisi permasalahan yang dia hadapi itulah. Kita juga ga bicara luas karena itu permasalahannya sifatnyz bisa menimbulkan permasalahan baru iya kan yang lebih luas.”

Berdasarkan pernyataan tersebut, terlihat bahwa masalah pedagang kaki lima dirasakan sudah mendesak untuk diselesaikan, namun para pimpinan organisasi komunitas telah berusaha mengedepankan dialog dalam penyelesaiannya. Dan berharap ketegasan dari pihak aparat kelurahan untuk menindak tegas keberadaan kaki lima di sepanjang jalan Jaksa. Penataan ini penting sebagai sebuah penyelesaian permasalahan untuk kepentingan kedua belah pihak, masyarakat dan pedagang. Dimana, masyarakat senang karena melihat kawasan wisata Jalan Jaksa bersih dan nyaman, sedangkan dari sisi pedagang mereka bisa

dengan tenang berjualan. Tidak seperti sekarang. Ketegasan itulah yang sampai sekarang dirasakan kurang dari pihak kelurahan sebagai instansi pemerintah yang berhak untuk mentertibkan.

4.4.2. Organisasi Komunitas

Kondisi yang terjadi di Komunitas jalan Jaksa tersebut secara tidak langsung membatah pendapat yang mengatakan bahwa organisasi komunitas di perkotaan tidaklah memainkan fungsi yang dominan dalam interaksi sosial. Berdasarkan hasil penelitian terdapat berbagai organisasi komunitas di Jalan Jaksa, antara lain, RT/RW, Karang Taruna, Ikatan Usaha Kepariwisataaan jalan Jaksa dan Sekitarnya dan Forkabi yang telah memainkan peranan yang sangat besar dalam pengembangan Jalan Jaksa. Khususnya dua organisasi, IKJS dan Forkabi, yang lahir dari kesadaran akan pentingnya sebuah organisasi untuk melindungi kepentingan warga Jalan Jaksa. Dua organisasi yang tumbuh berdasarkan inisiatif warga setempat, yakni IKJS yang dibentuk berdasarkan kesamaan spasial dan Forkabi yang dibentuk karena persamaan primordial atau etnisitas. Walaupun terdapat berbagai komunitas lain yang berdasarkan primordial, seperti komunitas Arab, Melayu, Malaysia, India, yang sering berkumpul di Jalan Jaksa, komunitas tersebut tidak mempunyai organisasi formal. Sifatnya terbatas relasi informal dan tidak mempunyai peranan signifikan atas perkembangan Kawasan Wisata Jalan Jaksa.

Organisasi Ikatan Usaha Kepariwisataaan Jalan Jaksa dan Sekitar dibentuk berdasarkan kepada pertimbangan strategis untuk melindungi kepentingan ekonomi para pengusaha di kawasan wisata Jalan Jaksa. Pertama kali didirikan tahun 1993 yang diprakasai oleh N.Lawalata. agak berbeda dengan IKJS, organisasi Forum Komunikasi Anak Betawi secara umum didirikan di tingkat elit untuk melindungi kepentingan warga Betawi. Tidak secara khusus dalam pendirian Forkabi untuk mendukung keberadaan Jalan Jaksa. Akan tetapi, jika mau ditelusuri lebih mendalam, pendirian Forum Komunikasi Anak Betawi di Kebon Sirih, merupakan murni lahir karena kebutuhan warga Betawi di sekitar jalan Jaksa untuk melindungi kebudayaan Betawi dan kepentingan warga. Jadi,

bagi komunitas Betawi di Jaksa pendirian Forum Komunikasi Anak Betawi sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat lokal Betawi.

Dalam perjalanan waktu IKJS dan Forkabi inilah kemudian menjadi salah satu aktor utama yang mengelola dan mengembangkan kawasan wisata Jalan Jaksa. Peranan sentral bisa dilihat dari inisiatif pengusaha yang tergabung dalam IKJS untuk membuat atraksi wisata atau pengelaran seni petunjukan sebagai daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung ke Jalan Jaksa. Pada awalnya atraksi wisata tersebut dinamakan Festival Jalan Jaksa. Pertama kali diadakan oleh IKJS tahun 1993 sampai dengan tahun 1997. Sempat berhenti sejak krisis ekonomi sampai tahun 2001. Baru tahun 2001, penyelenggaraannya diambil alih oleh pemerintah kotamadya Jakarta Pusat. Inisiatif dari organisasi IKJS inilah yang telah membuat pamor Kawasan Wisata Jalan Jaksa menjadi sangat terkenal dan kemudian menjadi ikon kota Jakarta, bahkan Indonesia. Sehingga, tidak salah pendapat Bapak Arif yang mengatakan bahwa kesuksesan Jalan Jaksa, tidak dapat dilepaskan atas figur N.Lawalata dan IKJS.

Keberadaan Forkabi di Jalan Jaksa memang diawali dengan adanya tindakan sweeping pada tahun 1997 terhadap keberadaan orang asing di Jakarta. Untuk mencegah terjadi hal-hal yang tidak diinginkan, maka warga secara bersama mendirikan Forkabi dan membantu mengamankan wisatawan asing dari kelompok tidak bertanggungjawab. Proses pengamanan ini kemudian berlanjut sampai saat ini, dimana Forkabi bertindak *'seolah-olah menjadi pelindung'* keberadaan kawasan wisata Jalan Jaksa, agar tidak ada kelompok yang tidak bertanggungjawab merusak kawasan wisata. Sebagai contoh tindakan perusakan kawasan wisata Jalan Jaksa yang dilakukan sekelompok massa dari sebuah organisasi kemasyarakatan Islam pada tahun 2002, dapat dicegah eskalasinya oleh pimpinan organisasi komunitas. Forkabi bersama berbagai kelompok masyarakat kemudian bersatu padu menghadapi kelompok massa tersebut. Tindakan ini kemudian, dilanjutkan oleh warga Jalan Jaksa dengan melaporkan pelaku perusakan kepada Polres Jakarta Pusat. Sejak kejadian tersebut, relatif kawasan wisata Jalan Jaksa bisa dikatakan aman dari aksi anarkhis dari kelompok massa lain.

Selain dua kelompok tersebut, memang ada organisasi komunitas lain yang cukup dominan dalam pengembangan kawasan wisata Jalan Jaksa, yakni Karang Taruna RW.003. Keterlibatan Karang Taruna secara aktif dimulai dari 2006, ditandai dengan dipilihnya organisasi Karang Taruna untuk melaksanakan Pesta Jalan Jaksa oleh pemerintah kotamadya Jakarta Pusat. Memang keterlibatan organisasi tersebut hanya sebatas menjadi *Event Organizer*, namun berkat keberanian mereka pamor Jalan Jaksa kembali terangkat.

Sehingga bisa dikatakan bahwa keberadaan organisasi komunitas di Jalan Jaksa memainkan peranan yang sangat signifikan dalam pengembangan objek dan daya tarik wisata Jalan Jaksa. Selain itu dengan adanya organisasi komunitas telah membuat komunitas Jalan Jaksa menjadi lebih kuat dan kompak pada saat timbul sebuah masalah.

4.4.3. Aktivitas Ekonomi

Aktivitas ekonomi yang ada di kawasan wisata Jalan Jaksa terpusat kepada jasa untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Jasa yang ditawarkan pada mulanya adalah penyediaan akomodasi bagi wisatawan. Kemudian berkembang menjadi usaha café, bar, restoran dan berbagai hiburan lainnya serta usaha lainnya. Melalui berbagai jasa yang ditawarkan tersebut para penyedia jasa berharap wisatawan tinggal selama mungkin di Jalan Jaksa dan mengeluarkan uang untuk membeli berbagai jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, penting kiranya bagi penyedia jasa untuk memberikan kepuasan terhadap wisatawan tersebut.

Jasa yang ditawarkan oleh komunitas lokal tersebut janganlah dipersepsikan sebagaimana produk jasa di kawasan wisata pada umumnya. Yang terjadi adalah jasa yang disesuaikan dengan kemampuan dan kondisi warga lokal. Ambil contoh selain penginapan yang ada di pinggir jalan Jaksa, masyarakat yang tinggal di sekitar Jalan Jaksa juga membuka rumah kost untuk menampung wisatawan. Pengertian rumah kost bukan sebuah kamar yang mewah dengan AC dan kamar mandi di dalam, yang dimaksud kost disini adalah sebuah kamar dalam rumah yang relatif sempit dan kumuh tanpa kamar mandi dan AC yang harus dihuni oleh wisatawan tersebut berbagi dengan penghuni rumah dan atau sesama

wisatawan lainnya. Namun sungguh diluar perkiraan akomodasi seperti itu ternyata diminarin oleh wisatawan. Hal ini terjadi karena wisatawan tersebut rupanya menginginkan pengalaman lain, yakni ingin menjalani kehidupan sebagaimana yang dialami oleh warga Jakarta setiap harinya. Wisatawan tersebut kemudian berbaur dengan masyarakat lokal dan beraktivitas sesuai dengan aktivitas masyarakat.

Contoh lainnya adalah, dalam hal hiburan. Hiburan yang ada di Jalan Jaksa relatif sederhana, yang ada hanyalah *live music*, tanpa atraksi apapun. Namun, hampir setiap malam berbagai tempat hiburan yang menyajikan *live music* tersebut ramai dikunjungi wisatawan. Hal itu terjadi karena para pengelola tempat hiburan dan warga lokal memahami benar bahwa jika hanya mengandalkan hiburan yang disajikan maka akan sangat membosankan bagi wisatawan. Oleh karena itu, pengelola dan warga sekitar bergabung bersama wisatawan dalam interaksi sosial yang cair, hangat dan kekeluargaan. Hal ini membuat wisatawan secara psikologis merasa nyaman dan bagaikan berada di dalam sebuah keluarga besar baru. Situasi inilah yang tidak mungkin didapatkan oleh wisatawan jika berkunjung ke tempat hiburan lain di wilayah Jakarta, seperti kawasan wisata Kemang, Jakarta Selatan.

Pada awalnya aktivitas ekonomi dan kepemilikan usaha dimiliki oleh warga sekitar dan dikelola dengan prinsip manajemen keluarga. Namun, kondisi tersebut perlahan berubah. Sekitar tahun 2007 banyak rumah penduduk yang berada disepanjang jalan Jaksa dijual atau dikontrakan. Ini kemudian mendorong masuknya investasi luar warga Jaksa di kawasan objek dan daya tarik wisata jalan Jaksa. Setidaknya sampe saat ini sudah ada tiga tempat usaha baru, yakni Hotel Istana Ratu, KL Cafe dan Coktail Cafe. Perubahan besar juga sedang terjadi di Jalan Jaksa dengan pembangunan apartemen di pintu keluar jalan Jaksa yang berbatasan dengan Jalan K.H.Wahid Hasyim. Jika, apartemen itu jadi dan mulai dihuni, maka sangat dimungkinkan sekali terjadi perubahan aktivitas ekonomi di sekitar kawasan wisata Jalan Jaksa.

Salah satu hal yang menarik lainnya adalah minimnya warga lokal yang bekerja sebagai karyawan di berbagai tempat usaha tersebut di kawasan jalan Jaksa. Lebih banyak karyawannya merupakan warga diluar komunitas jalan Jaksa.

Hal ini terjadi karena warga sekitar lebih memilih pekerjaan yang tidak diatur oleh waktu secara ketat dan masih mempunyai kebebasan untuk beraktivitas. Pekerjaan yang sesuai dengan keinginan tersebut tidak lain tidak bukan adalah dengan menjadi *guide* wisatawan, tukang ojek, berdagang atau menyediakan akomodasi bagi wisatawan.

Kondisi yang terjadi di Jalan Jaksa ini membuktikan bahwa pemikiran *mainstream* dari pakar ekonomi yang berpendapat bahwa aktivitas ekonomi masyarakat haruslah dipisahkan dengan kehidupan sosial masyarakat merupakan pendapat yang tidak tepat. Asumsi ini muncul karena adanya anggapan bahwa faktor non-ekonomi (sosial) akan menjadi beban dalam aktivitas ekonomi. Namun kondisi yang terjadi di jalan Jaksa terlihat dengan jelas bagaimana aktivitas ekonomi (industri pariwisata) menjadi bertahan dan berkembang karena aktivitas sosial dari komunitas lokal. Kondisi inilah yang disebut oleh Mark Granovetter, sebagai *social embeddedness of the economy*, yakni bahwa dalam setiap aktivitas sosial melekat juga kegiatan ekonomi. Atau dalam bahasa lain aktivitas sosial tersebut mempengaruhi keberhasilan aktivitas ekonomi.

Aktivitas ekonomi yang terjadi di kawasan objek dan daya tarik wisata jalan Jaksa memperlihatkan juga kemampuan aktor ekonomi mempergunakan variabel non-ekonomi untuk memaksimalkan keuntungan bagi dirinya atau organisasi. Kemampuan aktor tersebut memanfaatkan modal sosial tersebut terbukti telah menjadi daya tarik utama bagi wisatawan untuk berkunjung dan menghabiskan waktu di kawasan wisata Jalan Jaksa. Untuk itu perlu segera dipikirkan sebuah rencana strategis bagaimana memanfaatkan modal sosial yang ada sehingga aktivitas ekonomi masyarakat bisa berinteraksi dengan institusi sosial masyarakat demi meningkatkan keuntungan dan kesejahteraan bagi komunitas tersebut.

Berdasarkan pembahasan tersebut diatas, bisa disimpulkan bahwa pada mulanya aktivitas ekonomi diprakasai dan dikelola oleh warga asli Jalan Jaksa, namun dalam perkembangannya telah terjadi perubahan, dengan masuknya warga luar komunitas Jaksa membuka usaha di kawasan wisata jalan Jaksa. Berbagai aktivitas ekonomi yang terjadi di Jalan Jaksa memperlihatkan bahwa aktivitas ekonomi merupakan faktor yang penting dalam pengembangan objek dan daya tarik wisata Jalan Jaksa. Dimana, aktivitas ekonomi itu menjadi bisa bertahan

karena ditunjang dengan kemampuan aktor ekonomi untuk memanfaatkan modal sosial sebagai daya tarik utama bagi wisatawan. Namun, sangat disayangkan, bahwa aktivitas ekonomi yang terjadi saat ini bisa dikatakan secara ekonomi tidak ada pengaruh signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan warga lokal. Peningkatan hanya terjadi kepada warga yang mempunyai aktivitas ekonomi Oleh karena itu perlu dipikirkan sebuah rencana kerja pengembangan objek dan daya tarik wisata jalan jaksa yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Jaksa secara keseluruhan.

4.4.4. Pembelajaran Sosial

Berdasarkan hasil penelitian dan observasi kawasan wisata Jalan Jaksa, terlihat dengan jelas bahwa pelayanan terhadap wisatawan, produk, fasilitas wisata tetap sama sebagaimana dahulu di era tahun 90-an. Festival Jalan Jaksa yang merupakan ikon kawasan wisata Jalan Jaksa dalam pengamatan beberapa tokoh setempat juga tidak mengalami perubahan. Kondisi yang terjadi penurunan dari segi konsep dan atraksi dibandingkan dengan awal pelaksanaan festival jalan jaksa.

Ini artinya pengelola jasa wisata dan masyarakat belum bisa mengembangkan sesuatu atraksi wisata atau produk wisata baru. Hal ini merupakan indikasi awal bahwa komunitas Jalan Jaksa tidak mengalami proses pembelajaran sosial dalam mengembangkan kawasan wisata. Atau bisa juga tidak ada pembelajaran sosial karena komunitas jalan Jaksa berusaha mempertahankan ciri khas jalan Jaksa. Namun, pendapat terakhir ini tidak bisa dipertahankan karena berbagai perubahan terus terjadi di kawasan wisata Jalan Jaksa terutama oleh pelaku usaha dari luar Jalan Jaksa. Oleh karena itu sebagai kesimpulan sementara bisa dikatakan tidak ada pembelajaran sosial dalam mengelola dan mengembangkan kawasan wisata Jalan Jaksa.

4.4.5. Sarana dan Prasarana Wisata

Sarana dan prasarana wisata berdasarkan data Tahun 2001 organisasi IKJS terdapat 10 hotel kelas Melati, 2 buah Restoran, 2 buah Bar, 4 buah Café (rumah makan), 1 buah restoran Padang. Selain itu ada pula fasilitas *mini market*, *agen*

travel, book store dan atraksi wisata yang disediakan di restoran, bar, dan café. Secara kuantitas sarana dan prasarana tersebut memang memadai untuk menampung para wisatawan dan sesuai dengan anggaran pengeluaran yang dibelanjakan oleh wisatawan. Jika ditinjau secara kualitas, maka sarana dan prasarana wisatawan jauh dari ideal. Namun, kondisi tersebut tidak bisa dilepaskan dari murahnya produk wisata yang disediakan oleh warga Jalan Jaksa kepada wisatawan. Harga yang murah tersebut tentu saja mengorbankan kualitas.

Peningkatan sarana dan prasarana wisata, mulai terlihat dengan masuknya investor luar jalan Jaksa, seperti KL Cafe, Cocktail Cafe dan Hotel Istana Ratu. Khusus untuk KL Cafe dan Cocktail Cafe selain menyediakan tempat hiburan yang lebih nyaman dan mewah, disediakan pula live music dan TV Plasma berukuran besar serta *Hotspot* bagi para pengunjung. Fasilitas ini cenderung tidak ada di tempat-tempat hiburan yang telah lama berdiri. Perbedaan yang menyolok terjadi antara akomodasi yang telah lama berdiri dengan hotel Istana ratu, Istana Ratu selain bangunan baru dan kamar lebih banyak, juga menyediakan fasilitas yang lebih lengkap seperti *water heater, hotspot, resto* dan sebagainya.

Selain itu, perkembangan sarana akomodasi rupanya mulai beralih dari Jalan Utama Jaksa menuju perumahan penduduk dibelakang jalan Jaksa. Walaupun fasilitas yang ditawarkan sangat minim. Namun, bagi para wisatawan menjadi menarik karena mereka bisa bersosialisasi langsung dengan warga setempat dan menjalani hidup sebagaimana warga setempat lakukan. Buruknya sarana dan prasarana kawasan wisata Jalan jaksa juga diperparah dengan minimnya fasilitas umum, seperti trotoar tidak bisa dilewati karena digunakan pedagang kaki lima, minimnya parkir mobil, tidak ada tempat sampah.

Berdasarkan kondisi tersebut, bisa dikatakan bahwa sarana dan prasarana wisata yang ada di kawasan wisata Jalan Jaksa bukanlah daya tarik utama yang membuat wisatawan asing datang. Daya tarik utamanya sebagaimana disebutkan diatas adalah interaksi sosial yang terjalin antara komunitas lokal dengan wisatawan. Sehingga sebagai kesimpulan sementara yang bisa ditarik adalah bahwa jika dilihat dari aspek sarana dan prasarana wisata, keberadaan Kawasan Wisata Jalan Jaksa jauh dari ideal dan bukan merupakan faktor utama dalam pengembangan objek dan daya tarik wisata Jalan Jaksa.

4.4.6. Temuan Baru

Berdasarkan pengamatan, terlihat dengan jelas, bahwa masyarakat lokal yang tinggal disekitar Jalan Jaksa sangat terbuka dan akomodatif menerima kedatangan para wisatawan. Warga sekitar juga terkesan acuh tak acuh dengan keberadaan wisatawan asing. Kondisi yang jelas berbeda dengan berbagai kawasan wisata lainnya di Indonesia. Terlepas dari motif ekonomi yang melatarbelakangi, penerimaan masyarakat lokal terhadap wisatawan merupakan suatu hal yang patut diperhatikan. Secara sederhana, jika terjadi penolakan terhadap tingkah laku wisatawan yang berkunjung, apalagi wisatawan asing identik dengan pergaulan bebas, minuman keras dan pesta, maka keberadaan Objek dan Daya Tarik Wisata Jalan Jaksa tidak akan bisa berkembang dan bertahan seperti sekarang.

Akibatnya wisatawan yang datang terlihat sangat *enjoy* dengan suasana dan penerimaan warga lokal terhadap mereka. Hal itu terlihat dalam setiap interaksi antara *host* dan wisatawan tidak ada jarak sosial diantara keduanya, melebur menjadi satu. Kondisi yang relatif sama dengan yang terjadi di kawasan wisata di Bali. Namun, diberbagai wilayah wisata lain, terutama yang nilai-nilai agama dan budaya masih kuat, penolakan masyarakat lokal terhadap wisatawan lokal juga relatif tinggi. Apakah, sikap penerimaan masyarakat lokal jalan Jaksa merupakan sebuah indikasi bahwa telah lunturnya nilai-nilai agama dan budaya dikalahkan oleh kepentingan ekonomi. Indikasi tersebut kuat terjadi. Namun, berdasarkan pengamatan terlihat, bahwa dibeberapa komunitas khususnya komunitas IKJS dan Forkabi, anggotanya tetap bisa mempertahankan tradisi dan keyakinannya dan meberi sebuah pemisahan antara kehidupan masyarakat lokal dengan wisatawan. Hal itu terlihat, bahwa pada saat berkumpul anggota komunitas Forkabi tidak ada satupun yang diperbolehkan minum minuman keras. Larangan ini berlaku kepada semua anggota Forkabi, jika ada yang ingin minum, maka hal itu harus dilakukan di luar komunitas Forkabi. Berbagai pengusaha yang tergabung dalam organisasi IKJS, juga tetap memegang norma agama, dengan tidak mengijinkan tempat usahanya dijadikan tempat protitusi. Di Memories Cafe, tidak diperbolehkan dijadikan pangkalan bagi wanita-wanita malam tersebut. Wisma Delima, juga menerapkan peraturan hanya suami istri yang boleh

menginap, khusus untuk wisatawan lokal dan pemberlakuan aturan Jam malam, sampai jam 00.00 WIB. Lewat dari jam tersebut, pintu masuk penginapan ditutup.

Penerimaan tersebut juga bukan tanpa perlindungan, warga setempat bersama para pengelola usaha wisata juga melindungi kepentingan dan lingkungan sosial dari pengaruh negatif wisatawan Afrika. Walaupun mengganggu wisatawan Afrika tersebut tidaklah ditolak, melainkan dilokalisasi (segregasi sosial) di satu cafe dan wilayah tertentu dan tidak boleh keluar dari wilayah tersebut. Otomatis mereka tidak bisa berbaur dengan komunitas lokal dan wisatawan lain dengan bebas. Walaupun penerimaan warga setempat terhadap wisatawan Afrika (item) terlihat agak ada sedikit jarak, namun selama mereka tersebut tidak mengganggu ketentraman, maka warga setempat tidak masalah. Hal ini terjadi karena masyarakat setempat, mempunyai persepsi bahwa wisatawan kulit hitam tersebut hanya menimbulkan masalah saja. Masalahnya bisa berupa Narkotika, Peredaran Uang Palsu atau Hinoptis,

Oleh karena itu bisa disimpulkan bahwa penerimaan komunitas lokal terhadap wisatawan merupakan salah satu modal sosial yang dimiliki komunitas Jalan Jaksa. Dimana modal sosial tersebut sangat berguna bagi pengembangan Objek dan Daya Tarik Wisata Jalan Jaksa.

Temuan lain dari hasil penelitian adalah adanya sebuah jaringan sosial diantara individu-individu yang melakukan aktivitas ekonomi di Jalan Jaksa. Contohnya adalah apabila ada wisatawan yang datang dan menginap di sebuah tempat dan bermaksud mencari Guide, maka pemilik hotel akan mencarikan Guide yang biasa digunakan oleh hotel tersebut. Begitu pula sebaliknya.

Jaringan sosial ini juga terlihat dari relasi yang dibangun antara pemilik usaha dengan warga setempat, khususnya dengan komunitas Forkabi. Kedatangan para wisatawan asing ke Jalan Jaksa, tercatat juga berdasarkan informasi jejaring sosial (pertemanan). Mereka datang, karena direkomendasikan oleh salah satu kenalannya jika ke Jakarta lebih baik menginap di Jalan Jaksa. Jadi jalan Jaksa terkenal karena promosi *below the line* yang dilakukan oleh jejaring sosial

4.5. Manajemen Pengelolaan Objek dan Daya Tarik Wisata Jalan Jaksa

Perkembangan Obyek dan daya tarik wisata (*attractor dan attraction*) Jalan Jaksa merupakan suatu anomali. Anomali karena perkembangannya tidaklah melalui perencanaan yang matang dan komperhensif. Dimana , objek dan Daya Tarik Wisata itu ada karena inisiatif dan spotanitas dari warga Jalan Jaksa. Tindakan yang dilakukan oleh N.Lawalata bersama beberapa temannya untuk mendirikan sebuah tempat penginapan untuk para wisatawan adalah awal dari keberadaan kawasan wisata Jalan Jaksa.

Manajemen pengelolaannya objek dan daya tarik wisata ada tiga tahapan. Tahap pertama dari tahun 1969 sampai dengan 1993. pada tahap ini pengelolaan Jalan Jaksa diserahkan kepada pemilik dan pengelola usaha penginapan dan jasa pendukung lainnya. Semua tempat usaha tersebut berkembang sesuai dengan kemampuannya. Selain itu tidak ada upaya bersama yang dilakukan para pengelola usaha tersebut untuk mengembangkan usaha penginapan tersebut menjadi kawasan wisata, sehingga pada kurun waktu tersebut tidak ada atraksi wisata. Tahap kedua, 1993 sampai dengan 1997. Tahap kedua ini tumbuh sebuah kesadaran bersama dari para pengelola tempat usaha di Jalan Jaksa untuk menyatukan pengusaha yang ada dalam sebuah organisasi dan mengelola kawasan jalan Jaksa tersebut menjadi kawasan wisata. Tahun 1993, N.Lawalata dan teman-teman mendirikan organisasi Ikatan Usaha Kepariwisataan Jalan Jaksa dan Sekitarnya. Susunan pengurusnya berasal dari pengusaha yang ada di Jalan Jaksa, dengan ketuanya N.Lawalata. Baru pada tahap ini pengelolan Jalan Jaksa dibawah satu manajemen. Dibuatlah kesepakatan-kesepakatan dikalangan pengelola tempat usaha masalah harga, standar pelayanan, dan penataan lingkungan.

Organisasi ini lalu juga memprakasai sebuah atraksi wisata untuk hiburan bagi para wisatawan, yakni Festifal Jalan Jaksa. Pertama kali festifal itu diselenggarakan tahun 1993 sampai dengan 1997. Penyelenggaraan Festifal tersebut benar-benar dikelola oleh masyarakat tanpa campur tangan intansi pemerintah. Intansi pemerintah sifatnya hanya mendukung belaka. Sehingga, mulai dari konsep, perencanaan, materi acara, pelaksanaan hari kegiatan, dan evaluasi dilakukan sepenuhnya oleh komunitas IKJS.

Tahap ketiga, adalah dari tahun 1997 sampai dengan saat ini. Krisis ekonomi tahun 1997 dan berbagai kerusuhan yang terjadi tahun 1997-1998, membuat masa kejayaan kawasan Jalan Jaksa meredup. Jumlah wisatawan yang datang ke Jalan Jaksa berkurang secara dratis. Penurunan ini tentu saja berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat lokal Jalan Jaksa dan secara tidak langsung berdampak terhadap pengelolaan Jalan Jaksa. Organisasi IKJS yang tadinya bertindak sebagai pengelola kawasan wisata Jalan Jaksa pun mulai tidak aktif. Yang terjadi dari tahun 1997-2001, adalah setiap pengelola usaha berkembang dan berusaha pulih dengan caranya masing-masing. Perkembangan negatif tersebut, kemudian ditangkap oleh pemerintah kotamadya Jakarta Pusat. Mulai dari tahun 2001, pengelolaan kawasan wisata Jalan Jaksa, dibawah koordinasi pemerintah kotamadya, khusus Suku Dinas Pariwisata.

Pada tahap ini, pemerintah kotamadya berusaha memulihkan kembali citra Jalan Jaksa dan sekitarnya dengan melakukan penataan kembali lingkungan Jalan Jaksa. Kemudian, menetapkan kawasan wisata Jalan Jaksa sebagai kawasan wisata malam. Festival Jalan Jaksa pun diadakan lagi, dengan nama baru yakni Pesta Jalan Jaksa. Khusus untuk penyelenggaraan Festival Jalan Jaksa, pada tahap ini terdapat dua manajemen yang dilakukan pemerintah kotamadya. Manajemen pertama adalah dari tahun 2001-2005, pemerintah yang menyelenggarakan kegiatan tersebut mulai dari konsep, perencanaan, format acara dan pelaksanaan kegiatan. Pengelola usaha dan masyarakat lokal hanya menjadi pendukung belaka. Namun, rupanya hasil yang diraih oleh Festival tersebut tidak sebagaimana yang diharapkan oleh masyarakat. Konsep festival tersebut yang lebih menjadi hiburan musik, tanpa unsur atraksi kesenian yang selama ini menjadi ciri khas Jalan Jaksa, walaupun mampu membangkitkan pamor Jalan Jaksa namun tidak optimal. Masyarakat, yang dalam hal ini diwakili oleh organisasi Karang Taruna RW.003, kemudian mempunyai inisiatif untuk melaksanakan kegiatan Pesta Jalan Jaksa. Berdasarkan musyawarah dan pertimbangan berbagai kelompok masyarakat, maka pemerintah kotamadya mendukung inisiatif tersebut. Terhitung tahun 2006-2008, fungsi pemerintah sebagai pengawas dan pembina pelaksanaan Pesta Jalan Jaksa dan Karang Taruna RW.003 sebagai *event organizer* kegiatan. Tercatat tiga kali Pesta Jalan Jaksa diadakan oleh karang taruna. Walaupun secara materi acara

dan kegiatan lebih baik dari kegiatan sebelumnya, namun bagi warga sekitar Pesta Jalan Jaksa belum optimal. Mengamati kondisi tersebut, para pengelola usaha di kawasan Jalan Jaksa diwakili oleh pak Boy Lawalata, kemudian berinisiatif, agar kegiatan Pesta Jalan Jaksa secara konseptual dikembalikan kepada IKJS dan masyarakat setempat untuk membuatnya. Sedangkan untuk pelaksanaan kegiatan dicarilah *event organizer* yang mampu dan mempunyai kualifikasi memadai untuk itu. Gagasan ini mendapat sambutan dan dukungan positif dari Dinas Pariwisata. Dinas Pariwisata kemudian mendapatkan event organizer Jak TV yang akan bertindak sebagai penyelenggara Pesta Jalan Jaksa tahun 2009.

Berdasarkan pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak ada *masterplan* pengembangan Objek dan Daya Tarik Wisata Jalan Jaksa baik itu ditingkat pemerintah maupun komunitas. Berbagai kegiatan yang ada sifatnya rutin saja. Akibat dari tiadanya *masterplan* tersebut, manajemen pengelolaannya pun cenderung spontan dan sporadis sehingga lokasi wisata terkesan kumuh, dibawah standar, dan tanpa inovasi produk wisata baru. Kondisi tersebut membuktikan pendapat Robert Christie Mill (2000) bahwa keberhasilan pariwisata adalah *interdependent* atau tergantung pada banyak hal. Contohnya fasilitas tidak dapat hidup kecuali ada atraksi yang menarik kedatangan wisatawan. Kemudian, perencanaan pariwisata tersebut juga haruslah sesuai dengan keinginan dan harapan komunitas lokal yang ada. Jika, tidak sesuai maka sebagus apapun program pengembangan wisata yang direncanakan pasti akan mendapatkan penolakan dari masyarakat.

Kondisi stagnan yang terjadi dalam pengembangan kawasan wisata Jalan Jaksa, sesuai dengan pendapat William C.Gatner (1996) dalam bukunya yang berjudul *Tourism Development Principles, Processes, and Policies*, mengemukakan bahwa pembangunan pariwisata harus dilihat sebagai sebuah proses, yang sifatnya berkelanjutan dalam konteks perubahan fisik. Sebagai sebuah proses, maka pembangunan pariwisata haruslah melewati tahap-tahap tertentu. Mengutip pendapat Butler (dalam Gatner,1996) setidaknya ada enam tahapan pembangunan pariwisata: tahap 1 adalah *explorasi*, dimana sekelompok kecil turis mengunjungi daerah wisata tertentu; tahap 2 adalah tahap partisipasi, ditandai dengan dibangunnya tempat akomodasi dan katering pariwisata oleh

komunitas lokal; tahap 3 adalah pembangunan, ditandai dengan pembangunan sarana dan prasarana secara masif yang menyediakan segala kebutuhan wisatawan. *Advertaising* dan promosi memegang peranan penting dalam rangka memasarkan destinasi pariwisata ini. Tahap ini merupakan tahap kritis, karena dampak dari pembangunan tersebut haruslah diperhitungkan dengan seksama. Tahap selanjutnya adalah konsolidasi, dimana daerah wisata tersebut mulai dikenal oleh para komunitas lokal dan dimulainya kedatangan para wisatawan. Tahap kelima, adalah tahap stagnasi, hal ini terjadi apabila daerah wisata tersebut tidak melakukan inovasi-inovasi atraksi wisata tertentu, sehingga jumlah kedatangan wisatawan menurun. Apabila hal ini terjadi, maka pembangunan pariwisata, bisa mengarah kepada penurunan atau bisa juga tahap untuk membangun kembali. Kondisi stagnasi yang terjadi pada kawasan wisata Jalan Jaksa, adalah titik krusial penting yang harus dapat diatasi. Jika, tidak diatasi secara tepat, maka yang terjadi adalah penurunan kualitas kunjungan wisatawan dan matinya kawasan wisata. Namun, jika atraksi dan jasa wisata bisa dikembangkan dengan baik, maka kawasan wisata Jalan Jaksa bisa mulai kembali ke tahap awal sampai target keberhasilan yang ingin diraih. Ini semua bisa tercapai tergantung dari kemampuan *stakeholders* dalam mengoptimal potensi yang ada.

Oleh karena itu, adanya sebuah *masterplan* pengembangan kawasan wisata menjadi penting dan mendesak bagi kawasan wisata Jalan Jaksa. Oleh karena itu pembuatan *masterplan* Jalan Jaksa haruslah diprakasai pemerintah dengan mengundang segenap komponen masyarakat tanpa kecuali, sehingga *masterplan* sesuai keinginan masyarakat. Selain itu manajemen pengelolaan kawasan wisata juga tidak bisa dilepaskan dari peranan pemerintah dalam menjalankan fungsi-fungsi yang diperlukan dalam pembangunan pariwisata, yakni pengelolaan sektor publik yang berkualitas, yakni *Public Sector Management*. Seperti penataan pedagang kaki lima, penyediaan sarana kebersihan, penataan kawasan Jaksa, itu merupakan contoh peranan pemerintah. Oleh karena itu, bisa dikatakan keberhasilan dan kesuksesan kawasan wisata Jalan Jaksa sangat tergantung dari manajemen pengelolaan pemerintah dan masyarakat. Tidak bisa semua berdiri sendiri dalam mengembangkan kawasan wisata.

BAB V

MEWUJUDKAN JAKARTA PUSAT SEBAGAI KOTA WISATA

5.1. Rencana Strategis Pembangunan Kota Wisata Berbasis Komunitas

Kawasan Wisata Jalan Jaksa merupakan produk peristiwa sejarah dan secara simultan tanpa direncanakan produk sejarah ini berkembang menjadi sebuah industri pariwisata. Namun, sangat disayangkan bahwa perkembangan kawasan wisata ini tidaklah ditempuh melalui proses perencanaan yang sifatnya berkelanjutan dan komperhensif. Berbagai kegiatan yang ada dan pengelolaan lingkungan Jalan Jaksa bisa sporadis dan tanpa target, sehingga perkembangannya bisa dikatakan hanya untuk bertahan hidup belaka.

Secara geografis pun kawasan wisata malam Jalan Jaksa jika dikembangkan sebagai destinasi unggulan wisata di Propinsi DKI Jakarta, maka tidak bisa dilepaskan dari pengembangan kawasan kota. Kota merupakan sebuah jejaring sosial yang mempunyai fungsi dan peran tertentu yang berbeda antara satu wilayah dengan wilayah tertentu. Hal terlihat jelas dari karakteristik wilayah Jalan Jaksa, yang menonjolkan aspek jasa akomodasi dan hiburan, kemudian kawasan Jalan Kebon Sirih yang berfungsi sebagai perkantoran dan gedung pemerintah atau kawasan Jalan Sabang yang menjadi pusat wisata kuliener. Jika ditinjau dari konteks kewilayahan yang lebih besar, maka pengembangan kawasan objek dan daya tarik wisata Jalan Jaksa tidak bisa dilakukan tanpa keterlibatan objek dan daya tarik wisata lainnya di Jakarta Pusat. Oleh karena itu pengembangan wisata dalam konteks wilayah kotamadya Jakarta Pusat merupakan solusi untuk mengembangkan kawasan wisata Jalan Jaksa. Hal ini dimungkinkan karena, kawasan Jakarta pusat mempunyai berbagai tempat yang dapat berfungsi sebagai objek dan daya tarik wisata, seperti Pasar Baru, Monas, Taman Menteng, Museum, Kawasan Kota Tua. Semua tempat tersebut jika digabungkan dalam sebuah perencanaan tata ruang dan pengembangan pariwisata, dapat menjadikan fungsi kota Jakarta tidak lagi terbatas sebagai pusat produksi melainkan juga menjadi pusat konsumsi, dalam hal ini pusat konsumsi wisata.

Perubahan fungsi ini menjadi penting, karena cepat atau lambat kualitas hidup dan lingkungan di kota Jakarta akan mengalami penurunan dan mencapai

titik nadirnya. Untuk itu diperlukan sebuah pola pembangunan baru yang berkeberlanjutan. Hal itu bisa dicapai dengan menerapkan pembangunan pariwisata sebagai arah baru pembangunan kota. Kota Jakarta yang selama ini menjadi pusat dari segala kegiatan daerah pinggiran kota, bahkan Indonesia pada umumnya, harus mulai secara perlahan mengalihkan fungsi yang dimiliki kepada daerah-daerah lain, sehingga beban pembangunan tidak terpusat di kota Jakarta. Untuk itu dengan pembangunan kota pariwisata, maka secara otomatis fungsi kota yang lain diberikan kepada daerah sekitar, sehingga terjadi pertumbuhan pusat-pusat kota baru yang mempunyai fungsi dan peran berbeda dengan kota Jakarta

John Friedman (1973)⁴², mengemukakan bahwa kota mempunyai peranan yang sangat penting bagi pembangunan suatu negara, karena kota-kota sebagai *nodes* merupakan titik awal bermulanya pertumbuhan pembangunan, penyerap dan penerus laju pembangunan kepada jejaring lainnya melalui jejaring keterhubungan pembangunan. Oleh karena itu, pengembangan kawasan kota sebagai satu kesatuan kawasan wisata akan berdampak pada tiga hal. Dampak pertama pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, khususnya komunitas lokal yang tinggal di sekitar objek dan daya tarik wisata. Hal ini dimungkinkan terjadi karena adanya aktivitas ekonomi antara komunitas lokal dengan wisatawan. Dampak kedua adalah integrasi spasial, yakni pelibatan segenap peran dan fungsi wilayah objek dan daya tarik wisata dalam proses pembangunan pariwisata. Integrasi spasial ini selain akan memadukan semua perbedaan dan ciri khas masing-masing wilayah, juga akan membuat wilayah-wilayah tersebut saling terhubung. Tidak ada lagi perkembangan objek dan daya tarik wisata yang berjalan masing-masing. Dampak ketiga adalah integrasi sosial. Integrasi sosial ini merujuk kepada pendapat William C. Gartner (1996) dan James Elliott (1997) merupakan integrasi dari interaksi lima kelompok utama, yakni masyarakat lokal sebagai tuan rumah di sekitar objek wisata, wisatawan dalam kelompok atau group, wisatawan residual (seorang diri), perusahaan pariwisata dan pemerintah daerah. Integrasi sosial ini ditandai melalui keterlibatan bersama lima kelompok tersebut dalam kegiatan pariwisata yang ada di wilayah objek dan daya tarik

⁴² Lihat John Friedmann, "Urbanization, Planning and Nation development", 1973 p.21

wisata. Namun, tetap aktor utama adalah masyarakat lokal yang secara aktif terlibat dalam setiap proses pengembangan objek dan daya tarik wisata dan pemerintah sifatnya hanya memberikan dukungan teknis dan kebijakan belaka.

Sistem kota wisata ini nantinya akan terdiri dari simpul-simpul (*nodes*) yang terpusat kepada keberadaan objek dan daya tarik wisata. Simpul-simpul ini kemudian saling kait-mengkait dalam sebuah sistem melalui jejaring dan aliran-aliran (*networks* dan *flows*)⁴³. Keberadaan objek dan daya tarik wisata ini diharapkan dapat menjadi apa yang disebut oleh Walter Christaller (dalam Budhy Tjahjati, 2005) mengenai *central place theory*. Sebuah *nodes* yang menjadi dasar dari perkembangan pembangunan kota dan penyebaran kegiatan ekonomi. Oleh karena itu, jika pengembangan kawasan kota wisata ini ingin dijadikan sebagai fungsi kota Jakarta pusat, maka peningkatan modernisasi perlu diciptakan kerangka kelembagaan yang disesuaikan dengan kebutuhan untuk merangsang dan menerima perubahan yang akan terjadi. Komunitas lokal perlu diberdayakan untuk dapat mengelola kawasan wisata tersebut. Sejalan dengan hal tersebut, maka harus pula disusun sebuah rencana strategis pengembangan kawasan wisata. Di dalam proses pengembangan Objek dan Daya Tarik Wisata tersebut tentu saja, harus disinkronisasikan antara aspirasi komunitas lokal tersebut dengan rencana strategis pembangunan wilayah yang dilakukan oleh pemerintah daerah. Jangan sampai terjadi *overlapping*, bahkan konflik antar komunitas dengan pemerintah daerah.

Oleh karena itu perencanaan pembangunan pariwisata kota Jakarta Pusat haruslah menerapkan konsep *Community based tourism* (CBT). Secara konseptual pariwisata berbasis masyarakat adalah sebuah upaya menjadikan masyarakat sebagai pelaku utama aktivitas ekonomi pariwisata melalui perberdayaan masyarakat dalam berbagai kegiatan usaha wisata, sehingga masyarakat lokal secara langsung meningkat kesejahteraannya. Bukan hanya terbatas pada pengelola usaha pariwisata saja. Karena itu, ada tiga tugas pemerintah yang harus dengan segera dilakukan. *Pertama*, pemerintah harus mampu menyusun strategi

⁴³ Lihat C.Board, R.J. Davies and T.J.Denis Fair, "The Structure of South African Space Economy: an Integrated Approach", dalam L.S.Bourne, "system of Cities", (1978:281-289)

yang tepat untuk memobilisasi komunitas-komunitas yang ada di sekitar kawasan objek dan daya tarik wisata untuk berpartisipasi secara aktif dalam pembangunan sebagai mitra strategis industri pariwisata.

Kedua, ketrampilan dan pengetahuan sebagian besar komunitas di kota Jakarta Pusat tidak memadai. Oleh karena itu, tugas kedua pemerintah adalah memberikan pelatihan-pelatihan bagi komunitas lokal agar mampu menjalankan industri pariwisata komunitas (Michael J. Hatton, 1999). Melalui pelatihan tersebut diharapkan komunitas dapat menciptakan dan menjual berbagai macam barang dan servis kepada wisatawan. Industri pariwisata Komunitas juga harus diberikan bantuan modal usaha oleh pemerintah. Karena kelemahan utama dari usaha ekonomi lokal, selain ketiadaan ketrampilan adalah minimnya modal komunitas untuk menjalankan usaha. Sejalan dengan itu, pemerintah harus menjadi fasilitator antar industri pariwisata besar dengan komunitas, sehingga bisa terjalin relasi yang saling menguntungkan satu sama lain. *Ketiga*, sejalan dengan dua tindakan pertama, pemerintah bersama komunitas lokal harus mulai menyusun sebuah rencana strategis pembangunan kota wisata. Robert Christie Mill (2000) mengemukakan bahwa untuk dapat mengembangkan pariwisata secara optimal harus ada empat komponen yang harus diperhatikan, yakni proses perencanaan, pengembangan pariwisata, pengelolaan dan pemasaran pariwisata⁴⁴. Empat komponen tersebut harus ada dalam sebuah rencana strategis pengembangan kawasan wisata Jakarta Pusat. Empat komponen tersebut sangat dipengaruhi dengan keinginan dan harapan dari wisatawan sebagai konsumen. Dalam pengertian ini, maka pengembangan objek dan daya tarik wisata harus berusaha untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan kepuasan wisatawan dalam perjalanan wisata. Pemahaman tersebutlah yang harus kita peroleh secara komperhensif sebelum menyusun rencana strategis dan pembangunan atraksi wisata di daerah tertentu.

Pembangunan kota wisata berbasis komunitas dapat dilakukan dengan berbagai cara dan strategi. Berikut dibawah ini langkah-langkah umum yang bisa dijadikan acuan.

⁴⁴ Ibid, Mill. 2000

1. Identifikasi dan pemetaan kawasan Objek dan Daya Tarik Wisata di Jakarta Pusat.

Langkah ini meliputi, pengetahuan akan potensi wilayah dan permasalahan yang ada serta prospek kawasan wisata. Berdasarkan dari indentifikasi dan pemetaan tersebut, maka pemerintah bisa menetapkan apakah kawasan tersebut memang bisa dijadikan simpul pembangunan kawasan wisata perkotaan dengan mempertimbangkan aspirasi dari komunitas lokal yang ada di sekitar kawasan.

2. Mobilisasi dan pemberdayaan komunitas.

Langkah ini bertujuan untuk menemukan dan meningkatkan potensi positif, sukses dan kekuatan yang terdapat dalam sebuah komunitas, kelompok dan organisasi, sehingga bisa dimanfaatkan sedemikian rupa untuk manajemen pembangunan pariwisata. Pemerintah dalam hal ini bertindak sebagai fasilitator belaka dari berbagai komunitas yang ada di sekitar kawasan wisata.

3. Identifikasi Modal Sosial Komunitas.

Komunitas dengan difasilitator pemerintah, harus mampu mengidentifikasi modal sosial (potensi) yang secara inheren ada dalam komunitas. Modal sosial merupakan elemen penting yang tidak bisa dilepaskan dalam sebuah pembangunan, tanpa didukung oleh modal sosial, maka kegagalan sebuah pembangunan lebih besar terjadi. Oleh karena itu, komunitas harus mampu memilah-milah secara jelas dan tegas modal sosial apa saja yang bisa membantu bagi pengembangan kawasan objek dan daya tarik wisata. Jika perlu lakukan survey kepada anggota komunitas untuk mengetahui nilai dan potensi yang ada.

4. Identifikasi Potensi Ekonomi Kawasan Objek dan Daya Tarik Wisata.

Langkah selanjutnya adalah komunitas tersebut harus mampu mengidentifikasi potensi ekonomi yang produktif di sekitar kawasan objek dan daya tarik wisata. Potensi ekonomi tersebut bisa berupa produk wisata, aktivitas ekonomi, dan atraksi wisata. Langkah ini bertujuan untuk menentukan potensi ekonomi apa yang bisa dikembangkan oleh objek dan daya tarik wisata tersebut. Jangan sampai terjadi sebuah lokasi objek dan daya tarik wisata, tidak mampu memberikan sebuah keuntungan secara ekonomi bagi pemerintah, pelaku industri pariwisata dan masyarakat lokal. Kondisi inilah yang terjadi di berbagai kawasan wisata di kota Jakarta. Dimana kawasan tersebut belum optimal dikembangkan assetnya sebagai aset ekonomi.

5. Identifikasi Visi dan Tujuan Pembangunan Kawasan Objek dan Daya tarik Wisata.

Anggota komunitas kemudian secara bersama-sama dan partisipatif merumuskan visi dan tujuan yang ingin dicapai dari pengembangan objek dan daya tarik wisata tersebut. Usahakan untuk setiap anggota

komunitas terlibat dan berpartisipasi. Usaha komitmen mereka diakhir pertemuan. Langkah ini harus berhasil menemukan dan merumuskan apa yang terbaik peningkatan kesejahteraan bagi komunitas, kelompok dan organisasi. Sebuah visi atau gambaran situasi dan kondisi positif di masa depan yang ingin dicapai oleh komunitas, harus dapat diperoleh. Sehingga visi dan tujuan tersebut menjadi perekat bagi setiap anggota komunitas dan motivasi komunitas tersebut untuk berpartisipasi.

6. Identifikasi Produk Wisata.

Tentukan apa yang akan ditawarkan kawasan objek dan daya tarik wisata kepada wisatawan. Produk wisata apa yang bisa dikembangkan dan mempunyai potensi ekonomi. Langkah selanjutnya adalah melakukan analisa mendalam setiap detail dari produk wisata tersebut. Cermati juga, apakah produk wisata yang ditawarkan tersebut telah dimiliki oleh objek dan daya tarik wisata lainnya. Jika memang ada kesamaan, indentifikasi perbedaan produk wisata yang ditawarkan. Apa kelebihan dari produk wisata tersebut dibandingkan produk wisata lainnya. Kemudian tentukan wisatawan yang sesuai dengan produk wisatawan yang ditawarkan. Usahakan atraksi tersebut berdasarkan kategori dan tipologi wisatawan yang diharapkan berkunjung.

7. Industri Pariwisata Komunitas.

Langkah selanjutnya setelah produk wisata ditentukan, adalah pembentukan industri pariwisata komunitas sebagai pelaku utama aktivitas ekonomi pariwisata. Industri ini idealnya adalah usaha kecil menengah yang dibentuk oleh komunitas lokal di sekitar objek dan daya tarik wisata. Industri tersebut harus mampu mengoptimalkan produk wisata sebagaimana layaknya unit bisnis. Setelah organisasi tersebut terbentuk, maka anggota industri tersebut harus membuat sebuah *Business Plan* yang didalamnya membahas prioritas, dan goal yang ingin dicapai secara berkala dan sumber keuangan, lengkap dengan analisa biaya dan keuntungan. Langkah ketiga, pembuatan *Marketing Plan*, industri pariwisata komunitas tersebut haruslah mulai merencanakan strategi marketing untuk menarik minat dan kunjungan wisatawan datang berkunjung. Tanpa adanya pemasaran yang baik, maka jumlah wisatawan yang berkunjung juga tidak mencapai target yang diinginkan. Termasuk yang harus dipikirkan adalah konsep dan media promosi apa yang digunakan untuk menarik minat wisatawan.

8. Optimalisasi Dukungan Pemerintah

Pemerintah, dalam hal ini departemen Pariwisata dan Suku Dinas Pariwisata, harus semaksimal mungkin membantu pengembangan objek dan daya tarik wisata dan industri pariwisata komunitas yang dilakukan oleh masyarakat. Bantuannya jangan hanya berhenti sebatas kebijakan peraturan atau konservasi kawasan wisata. Pemerintah harus secara aktif membantu dalam hal menyusun rencana strategis di tingkat meso(kotamadya) dalam hal pengembangan kawasan objek dan dayatarik wisata. Pemerintah juga harus menyediakan infrastruktur

pariwisata di kawasan wisata.. Dan yang tidak kalah pentingnya adalah bantuan modal usaha bagi industri pariwisata komunitas. Dalam hal pembantuan modal usaha tersebut pemerintah bisa bekerjasama dengan Departemen Koperasi dan UMKM, untuk memberikan pinjaman dana bergulir, tanpa jaminan. Selain itu, pemerintah juga bisa menjalin kerjasama strategis dengan Bank Pemerintah, seperti BNI dan BRI, untuk menyalurkan kredit usaha dengan pemerintah sebagai penjamin kegiatan usaha tersebut. Tentu saja, sebagai langkah antisipasi, industri pariwisata komunitas yang diberi bantuan modal harus memenuhi klasifikasi tertentu yang ditetapkan bersama.

9. Sinergi antar pelaku industri pariwisata.

Triagulasi kekuasaan di bidang pembangunan pariwisata haruslah disusun untuk saling melengkapi satu sama lain. Tiga komponen utama, yakni masyarakat lokal, perusahaan pariwisata dan pemerintah daerah haruslah bisa secara strategis bersinergi untuk mengembangkan objek dan daya tarik wisata tersebut. Relasi yang dibangun haruslah setara, dalam pengertian tidak ada satupun pihak yang dirugikan, terutama komunitas lokal. Pemerintah, sebagai regulator harus secara tegas dan jelas melindungi kepentingan masyarakat dan objek dan daya tarik wisata dari eksploitasi yang berlebihan dari perusahaan pariwisata. Namun, disisi lain komunitas juga harus dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan kawasan wisata, sehingga keberadaannya tidak dianggap sebagai pesaing oleh perusahaan pariwisata. Jika kondisi ini, tercapai maka perusahaan pariwisata akan dengan tenang dan merasa percaya diri untuk melakukan investasi di objek dan daya tarik wisata tersebut. Hal ini terjadi karena adanya dukungan dan penerimaan dari komunitas lokal dan perlindungan dari pemerintah.

Sinergisitas kepentingan ini menjadi penting, agar tidak ada sebuah hubungan yang asimetris dan eksploitatif sifatnya. Untuk itu semua komponen harus mempunyai sebuah kesadaran dan pengetahuan bersama, bahwa pemenuhan kepentingan ekonomi hanya bisa dicapai jika semua komponen saling bekerjasama dan mendukung. Tanpa dukungan penuh dari semua komponen, pengembangan kawasan objek dan daya tarik wisata tidak mungkin terwujud.

10. Penyatuan berbagai Objek dan Daya Tarik Wisata.

Pemerintah, dalam hal ini suku dinas Pariwisata harus mampu mengabungkan pertumbuhan berbagai objek dan daya tarik wisata tersebut dalam sebuah pola yang sinergis. Jangan sampai terjadi pertumbuhan kawasan wisata tersebut dimonopoli di satu wilayah. Hal ini penting untuk mencegah sebuah pemusatan di satu wilayah. Jika pemusatan ini terjadi, maka aliran jaringan sumber daya manusia, modal dan infrastruktur akan terfokus di wilayah tersebut. Akibatnya daerah wisata lainnya menjadi tidak terurus. Secara meso, jika kondisi ini yang terjadi, maka pembangunan kota wisata mengalami kegagalan. Ciri dari pembangunan kota wisata adalah kemampuan dari

segenap elemen untuk menjadikan berbagai daerah secara bersamaan sebagai kawasan destinasi wisata unggulan. Sehingga, berbagai daerah wisata tersebut mengalami pertumbuhan yang sama dan berhasil mendistribusikan peningkatan pendapatan bagi masyarakat. Sehingga, jaringan sumber daya manusia, modal dan infrastruktur akan menyebar.

Berdasarkan sepuluh langkah perencanaan pembangunan kota wisata berbasis komunitas tersebut dapat kita lihat pendekatan pembangunannya sangat berbeda dengan pendekatan pembangunan pariwisata dan pembangunan perkotaan pada umumnya. Setidaknya ada dua perbedaan utama: 1) Penekankan kepada perubahan fungsi kota Jakarta, sebagai kota wisata. Perubahan fungsi ini merupakan suatu anomali dari perkembangan kota-kota besar di Indonesia, yang mengarahkan kepada kota perdagangan dan industri.; 2) Komunitas merupakan aktor utama dalam proses pembangunan kota wisata. Sebuah pendekatan yang tidak pernah dijadikan paradigma pembangunan kota. Lebih jelas lihat diagram.

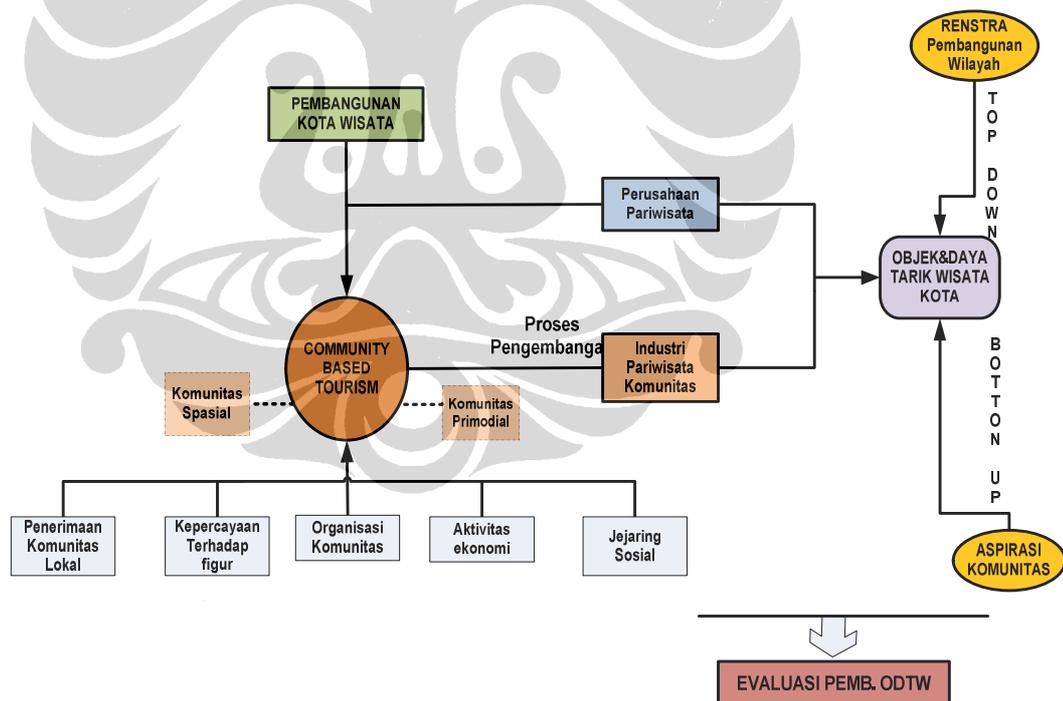


Diagram 5.1
Rencana Strategi Pembangunan Kota Wisata Berbasis Komunitas

Diagram tersebut diperoleh sebagai hasil dari penelitian yang dilakukan di objek dan daya tarik wisata Jalan Jaksa. Diharapkan dapat menjadi kerangka acuan umum bagi pengembangan kota wisata Jakarta Pusat. Pada intinya pembangunan kota wisata bertumpu pada komunitas spasial dan primordial yang ada di wilayah objek dan daya tarik wisata tersebut. Komunitas dipilih sebagai pilar utama pembangunan pariwisata, dikarenakan komunitas tersebut mempunyai modal sosial yang mendukung bagi pengembangan Objek dan daya tarik wisata. Lima modal sosial tersebut adalah: 1) Penerimaan Komunitas lokal, 2) Kepercayaan terhadap figur; 3) Organisasi Sosial; 4) Aktivitas Ekonomi; 5) Jejaring Sosial. Lima modal tersebut bila dimanfaatkan secara optimal mendukung bagi terbentuknya industri pariwisata komunitas, sebuah perusahaan kecil menengah yang dibuat komunitas untuk mengelola produk wisata di kawasan objek dan daya tarik wisata. Organisasi tersebut secara sinergi bekerjasama dengan perusahaan pariwisata untuk mengembangkan dan mengelola objek dan daya tarik wisata. Tentu saja pengembangan objek dan daya tarik wisata tersebut harus didukung oleh pemerintah daerah dalam bentuk rencana strategis pembangunan kota dan sesuai dengan aspirasi komunitas lokal. Tentu saja dalam pelaksanaan dan pengembangan objek dan daya tarik wisata tersebut perlu diadakan evaluasi secara berkala. Evaluasi ini dilakukan untuk menilai apakah proyek atau program telah berhasil dicapai dengan indikator-indikator yang terukur, jelas dan sesuai.

Apakah ada kemungkinan untuk mengembangkan kota wisata berbasis komunitas? Setidaknya ada lima aspek yang harus dibenahi jika ingin menjadikan kota Jakarta Pusat sebagai Kota Wisata. *Pertama*, kita harus merumuskan kembali visi, misi dan strategi pembangunan kota Jakarta Pusat. *Kedua*, input seperti apa yang harus dilakukan untuk mendapat output yang sesuai dengan visi dan misi pembangunan. *Ketiga*, pembenahan (reformasi) kelembagaan yang ada, agar lebih efektif dan efisien, terutama organisasi di level komunitas dan aparatur pemerintah. *Kempat*, pembenahan perangkat-perangkat peraturan dan perundang-undangan agar mempunyai pararealitas (kesesuaian) hukum antar satu dengan yang lain sehingga tidak *overlapping*. Perlu ditegaskan juga, bahwa pembuatan peraturan yang dilakukan oleh negara, semata-mata untuk melindungi

kepentingan masyarakat. *Kelima*, adalah dengan penguatan kapasitas dari organisasi industri pariwisata komunitas sebagai mitra strategis, yang melaksanakan program, monitoring, controlling dan evaluasi terhadap berbagai kegiatan pembangunan yang telah dilakukan dan atau dilakukan oleh pemerintah. Jika, lima hal dilakukan maka, secara gradual dan evolusioner, maka bisa dipastikan kota wisata akan terwujud. Untuk itu dirasakan perlu untuk menyusun program yang lebih terperinci jika ingin menjadikan pariwisata sebagai *mainstream* pembangunan kotamadya Jakarta Pusat, lebih jelasnya bisa dilihat di tabel alur Program Pembangunan Kota Wisata Berbasis Komunitas dibawah ini.



Tabel 5.1. Alur Program Pembangunan Kota Wisata Berbasis Komunitas

Prinsip Pembangunan	Kebijakan	Program	Output	PIC
Menjadikan pembangunan kota wisata sebagai arah Pembangunan Kota Jakarta Pusat	Identifikasi dan Pemetaan ODTW	1. Pendataan Kembali ODTW di Jakpus	Data Kawasan ODTW yang layak dikembangkan di Jakarta Pusat	Suku Dinas Pariwisata dan Bapeda Jakpus
		2. Study Potensi Pariwisata (Sosial-Ekonomi)		
		3. Klasifikasi ODTW yang layak dikembangkan		
		4. Pengembangan Sarana dan Prasarana Wisata di ODTW		
Pembangunan Komunitas sebagai Ciri Pembangunan Kota Wisata (<i>Community Based Tourism</i>)	Mobilisasi dan Pemberdayaan Komunitas	1. Identifikasi Komunitas Sekitar ODTW	Terbentuknya organisasi komunitas dan pemantapan organisasi sosial yang telah ada	Suku Dinas Pariwisata dan Bapeda Jakpus bertindak sebagai fasilitator Komunitas sekitar ODTW
		2. Peran Individu dan Komunitas dalam proses pengembangan ODTW ditingkatkan secara aktif, sebagai aktor utama		
		3. Pemantapan Kelompok sosial yang lebih permanen, seperti keluarga, RT/RW, karang Taruna		
		4. Bentuk Organisasi Swadaya yang dibangun sebagai tanggapan terhadap kepentingan dan kebutuhan khusus sesuai dengan keadaan		
Pembangunan Komunitas sebagai Ciri Pembangunan Kota Wisata (<i>Community Based</i>)	Identifikasi Modal Sosial Komunitas	1. Buat Kelompok Diskusi antar Individu dalam Komunitas sekitar ODTW	Teridentifikasi Modal Sosial yang bermanfaat bagi	Suku Dinas Pariwisata dan Bapeda Jakpus

<i>Tourism)</i>		2. Survey Modal Sosial Masyarakat	pembangunan kawasan ODTW	bertindak sebagai fasilitator Komunitas sekitar ODTW
		3. Pemilahan dan Penetapan Modal Sosial berdasarkan hasil Diskusi dan Survey oleh Komunitas		
Pembangunan Kawasan Wisata	Identifikasi Potensi Ekonomi ODTW	1. Survey Potensi ODTW (Sarana dan Prasarana, Produk wisata, prospek masa depan, dll)	Teridentifikasi Potensi Ekonomi yang bisa dikembangkan dan bermanfaat bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat	Suku Dinas Pariwisata dan Bapeda Jakpus. Komunitas sebagai penerima manfaat
		2. Survey Potensi Ekonomi (Aktivitas Ekonomi, Atraksi Wisata, Jumlah Kunjungan Wisatawan, Dampak terhadap kesejahteraan Masyarakat)		
Pembangunan Komunitas sebagai Ciri Pembangunan Kota Wisata (<i>Community Based Tourism</i>)	Identifikasi Visi dan Tujuan Pembangunan ODTW	1. Buat Kelompok Diskusi antar Individu dalam Komunitas sekitar ODTW membahas Visi dan Tujuan	Terciptanya Visi dan Tujuan yang ingin dicapai oleh komunitas dalam pengembangan Objek dan Daya Tarik Wisata	Suku Dinas Pariwisata dan Bapeda Jakpus bertindak sebagai fasilitator Komunitas sekitar ODTW
		2. Survey Harapan Masyarakat terhadap pengembangan ODTW		
		3. Pemilahan dan Penetapan Visi dan Tujuan berdasarkan hasil Diskusi dan Survey oleh Komunitas		
Pembangunan Komunitas sebagai Ciri Pembangunan K	Pengembangan Industri Pariwisata Komunitas	1. Pembentukan industri Pariwisata komunitas yang dibangun dengan	Terbentuknya industri Pariwisata Komunitas	Organisasi Komunitas disupport

Wisata (<i>Community Based Tourism</i>)		tujuan pemenuhan hak dan kebutuhan ekonomi komunitas	sebagai aktor utama pengembangan Objek dan Daya Tarik Wisata	oleh Pemerintah Kotamadya Jakarta Pusat
		2. Program Pelatihan Kewirausahaan		
		3. Peningkatan Kapasitas Industri Pariwisata		
		4. Pemberian Bantuan Modal Usaha		
		5. Bantuan Akses, Informasi dan Pemasaran Produk Wisata Industri Pariwisata Komunitas		
Pembangunan Kawasan Wisata	Identifikasi Produk Wisata	1. Analisa Komperhensif Produk Wisata	Pengembangan Produk Wisata yang sesuai dengan minat dan harapan wisatawan	Organisasi Industri Pariwisata Komunitas disupport oleh Pemerintah Kotamadya Jakarta Pusat
		2. Analisa Kelemahan dan Kelebihan Produk Wisata ODTW		
		3. Study Segmentasi Wisatawan		
		4. Pengembangan Produk Wisata		
Menjadikan pembangunan kota wisata sebagai arah Pembangunan Kota Jakarta Pusat	Optimalisasi Dukungan Pemerintah	1. Pembuatan Peraturan Daerah untuk mendukung Pengembangan Jakpus Sebagai Kota Wisata	Dukungan Pemerintah Kotamadya Optimal	Pemerintah Kotamadya Jakarta Pusat, Pemerintah Propinsi dan DPRD Propinsi Jakarta Pusat
		2. Pembuatan Peraturan Daerah untuk mendukung Pengembangan Industri Pariwisata Komunitas		
		3. Pembuatan Rencana Strategis Pengembangan Kota Wisata		
		4. Pengembangan Sarana dan Prasarana Wisata di ODTW		

Menjadikan pembangunan kota wisata sebagai arah Pembangunan Kota Jakarta Pusat	Sinegisitas Pelaku Pariwisata	1. Pembuatan Produk Wisata antar industri pariwisata komunitas	Kesamaan Visi, Tujuan dan Program Kerja dalam mengembangkan Objek dan Daya tarik Wisata	Organisasi industri Pariwisata, Perusahaan Pariwisata difasilitasi oleh Pemerintah Kotamadya Jakarta Pusat
		2. Kerjasama Strategis antar Perusahaan Pariwisata dan Industri Pariwisata Komunitas		
		3. Bantuan Teknis Sukudinas Pariwisata terhadap pengembangan ODTW		
Menjadikan pembangunan kota wisata sebagai arah Pembangunan Kota Jakarta Pusat	Penyatuan ODTW	1. Pembuatan Program Wisata antar Kawasan Objek dan Daya Tarik Wisata, contohnya (Pesta Wisata Jakarta Pusat, Pesta Kuliner, dll)	Terbentuknya Kotamadya Jakarta Pusat sebagai Kota Wisata	Pemerintah Kotamadya Jakarta Pusat disupport oleh Perusahaan Pariwisata dan Organisasi Komunitas Pariwisata
		2. Penyatuan kawasan Objek dan Daya Tarik Wisata dalam satu Jaringan Transportasi, contohnya Program City Tour Jakarta Pusat		
		3. Kerjasama antar Industri Pariwisata Komunitas dalam sebuah wadah tingkat kotamadya Jakarta Pusat		

Berdasarkan alur program tersebut, terlihat dengan jelas sekali, bahwa hubungan antar tiga pelaku pariwisata di DKI Jakarta dalam posisi sinergi dan simetris, tidak ada satu pihak pun yang mendominasi. Setiap pelaku mempunyai ciri dan fungsi tersendiri yang tak bisa tergantikan satu sama lain. Namun, memang dalam pelaksanaan pembangunan kota wisata tersebut, keberpihakan pemerintah sangat jelas, yakni kepada komunitas. Pemerintah dalam hal ini mendukung dan membantu secara aktif pemenuhan kebutuhan dari komunitas lokal melalui pengembangan kawasan objek dan daya tarik wisata. Keberpihakan pemerintah tentu saja harus dijabarkan dalam program aksi terpadu yang memberdayakan komunitas lokal. Pola pembangunan ini tentu saja berbeda jauh dengan pola yang selama ini dikembangkan, yang lebih melihat masyarakat atau komunitas sebagai objek pembangunan belaka, tanpa mengikutsertakan masyarakat dalam setiap perencanaan dan pelaksanaan pembangunan. Perubahan ini lebih didasari dengan kenyataan empiris di lapangan bahwa pola pembangunan sentralistik dan *Top-Down* tersebut terbukti tidak optimal meningkatkan kesejahteraan masyarakat, apalagi menciptakan lingkungan hidup sesuai dengan aspirasi masyarakat. Oleh karena pola pembangunan berpusat kepada manusia haruslah menjadi inti dari kebijakan pembangunan kota wisata Jakarta Pusat.

Pemberdayaan komunitas di perkotaan memang mempunyai berbagai macam kendala, masyarakat kota yang cenderung transien dan anonim, membuat anggota komunitas tersebut menjadi sulit untuk dipersatukan. Kondisi ini berbeda dengan kondisi di perdesaan. Namun, pemberdayaan komunitas perkotaan besar kemungkinan bisa terwujud. Berdasarkan hasil studi di Komunitas Spasial (IKJS) dan Primordial (Forkabi), terbukti bahwa para anggota komunitas tersebut bisa saling bekerjasama dalam menjaga dan melestarikan kawasan wisata malam Jalan Jaksa. Hal ini didorong oleh insting dasar manusia agar bisa tetap bertahan hidup. Kondisi ini juga yang terjadi dalam dinamika masyarakat kota Jakarta.

Secara sederhana konsep dari pembangunan kota wisata berbasis komunitas tersebut sebenarnya sangat terkait dengan modernisasi⁴⁵. Maksudnya

⁴⁵ Pengertian modernisasi adalah suatu transformasi perubahan masyarakat dalam segenap aspeknya. Lihat Prof. Dr. J. W. Schoorl dalam bukunya yang berjudul 'Modernisasi

adalah bagaimana masyarakat itu mampu menerapkan pengetahuan ilmiah yang ada ke dalam semua aktivitas kehidupan atau semua aspek-aspek masyarakat (1991:4). Tolak ukur keberhasilan pembangunan kota wisata jika dikaitkan dengan modernasi adalah bagaimana produk wisata dan jasa pendukung yang ditawarkan kepada wisatawan mampu memuaskan keinginan dan harapannya. Untuk itu pembangunan kota wisata haruslah melalui proses perencanaan yang sistematis, terarah dan terukur sesuai dengan standar-standar ilmiah, profesionalitas dan fungsional yang dievaluasi berkala atas pelaksanaannya

Berdasarkan teori *intermediate size of cities* sebagai *growth center* pembangunan kota yang dikembangkan oleh Niles Hansen dan Kulelinshi, maka kawasan objek dan daya tarik wisata yang telah dikembangkan tersebut bisa menjadi simpul (*nodes*) pembangunan kota Jakarta Pusat. Dimana, aktivitas ekonomi yang terjadi di kawasan tersebut akan mendorong terjadi arus informasi, kapital, sumber daya manusia dan pertukaran produk, akibatnya akan terciptanya sentral-sentral pertumbuhan ekonomi baru di Kota Jakarta Pusat. Pusat-pusat pertumbuhan baru yang lebih tertata, terpadu dan memberi manfaat langsung kepada masyarakat di sekitar lokasi. Oleh karena itu, beranjak dari konsep pembangunan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat, maka sistem jejaring kota tersebut haruslah dimulai diputar balik, dari level terkecil dalam sebuah kota, yakni komunitas wilayah Objek dan Daya Tarik Wisata. Bahwa pertumbuhan kota hanya bisa terjadi jikalau terjadi pertumbuhan sub-wilayah. Bukan yang terjadi saat ini. Pertumbuhan kota besar dahulu, kemudian mendorong terciptanya wilayah-wilayah yang tergantung. Dengan pertumbuhan kawasan Objek dan Daya Tarik Wisata dengan segala jejaringnya dan simpulnya, yang diikuti dengan penciptaan sarana dan prasana wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, maka kemudian akan mendorong penciptaan sub-wilayah kota yang mandiri, sebagai bagian dari proses penciptaan kota-kota besar. Jadi perkembangan kota wisata haruslah diletakan sebagai pondasi utama perkembangan dan pertumbuhan ekonomi Jakarta Pusat.

Pengantar Sosiologi Pembangunan Negara-Negara Sedang Berkembang” (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 1991).

Jakarta Pusat termasuk kawasan yang relatif padat pemukiman, heterogen dan sarat kepentingan, diharapkan dengan adanya pemukiman ekonomi terpadu yang berbasiskan kepada aktivitas pariwisata. konsep pemukiman ekonomi terpadu, yaitu konsep pemukiman yang mandiri. Dalam arti dalam sebuah pemukiman tersebut terdapat berbagai fasilitas alat pengelolaan lingkungannya masing-masing, sehingga orang tidak perlu pergi terlalu jauh dari tempat tinggalnya untuk bekerja dan memperoleh kebutuhannya. Keuntungan dari konsep tersebut dapat mengembalikan fungsi alat-alat pengelolaan lingkungan dalam menghadapi pertumbuhan kebutuhan penduduk secara optimal. Akan tumbang sentral ekonomi baru dalam setiap pemukiman yang tersebar. Berbagai komunitas masyarakat tersebut bisa bersama-sama bekerjasama untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan menciptakan berbagai produk dan atraksi wisata bagi para wisatawan, sehingga bisa menarik kedatangan wisatawan datang ke lokasi objek dan daya tarik wisata tersebut. Ke depannya penduduk Jakarta Pusat tidak bertumpukan kehidupannya di luar pemukimannya. Untuk itu ciri utama pemukiman ekonomi terpadu adalah bagaimana setiap individu dalam komunitas diarahkan untuk menjadi bagian dalam rantai ekonomi pariwisata. Kondisi ini hanya mungkin terwujud jika industri pariwisata komunitas benar-benar dapat berkembang dengan optimal. Pembangunan sentra ekonomi yang progresif dan terpadu pada akhirnya akan berakibat pada terbangunnya sarana dan prasarana pendukung pemukiman dengan lebih tertata, terpadu dan terpola. Selain hal tersebut, laju mobilisasi penduduk ke wilayah lain di Jakarta akan dapat diminimalisir, ini artinya kemacetan lalu lintas akan berkurang secara signifikan.

5.3. Prospek Jakarta Pusat sebagai Kota Wisata

DKI Jakarta sejak lama berfungsi sebagai Kota pemerintahan dan Ibu Kota Negara. Penggabungan kedua fungsi ini telah menyebabkan Jakarta sebagai sentral gravitasi aktivitas sosial, politik, ekonomi, dan hukum di Indonesia. Dampaknya adalah Jakarta menjadi tumpuan hidup sebagian besar masyarakat Indonesia untuk memenuhi kebutuhannya, karena kemungkinan untuk berhasil lebih tinggi dibandingkan daerah lain. Kalaupun, situasi ini tidak didukung dengan kemampuan pemerintahan DKI Jakarta dan pemerintahan pusat dalam meng-

akomodasinya. Pembangunan kota Jakarta bagaikan tanpa komando, tidak adanya keterpaduan dan keserasian yang ingin dicapai. Tugas dan kewajiban pemerintah untuk menyediakan dan memfasilitasi hak-hak asasi dasar—sandang, pangan dan papan—juga tidak berjalan dengan ideal dan jauh dari harapan masyarakat, apalagi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pada sisi lain, dipenjuru kota dengan mudah sekali kita dapat melihat segudang masalah yang diderita Jakarta. Mulai dari kemacetan, banjir, polusi, sampah, meningkatnya jumlah pengangguran, kaki lima, pemukiman kumuh, kriminalitas, kemacetan, problem lingkungan dan pelacuran serta berbagai masalah sosial lainnya. Semua problem tersebut merupakan akibat dari gagalnya paradigma ekonomi *trickle down effect* yang cenderung sentralistik dan hanya menguntungkan segelintir individu yang dekat dengan poros kekuasaan. Hasilnya, sebagian besar penduduk tetap menjadi miskin dan tidak mempunyai akses untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Dibalik itu semua, harus diakui pula bahwa pembangunan kota DKI Jakarta lebih pesat kemajuannya dibandingkan kota-kota lain. Pesatnya pembangunan di Jakarta mendorong masyarakat yang tinggal di sekitar Jakarta untuk memenuhi kebutuhan hidupnya di Jakarta. Terjadilah gelombang pasang urbanisasi penduduk ke Jakarta. Tercatat menurut sensus BPS DKI Jakarta, Jumlah penduduk Jakarta di siang bisa mencapai sekitar 12 juta sampai dengan 21 juta, sedangkan di malam hari tercatat hanya sekitar 9 juta. Terdapat lonjakan sekitar 3-12 juta jiwa yang berasal dari daerah-daerah sekitar Jakarta—Bogor, Tangerang, Bekasi, Depok, Cianjur. Implikasinya Jakarta harus menyediakan infrastruktur dan pembangunan ekonomi untuk mengakomodasi kebutuhan hidup sekitar 20 juta individu. Keterbatasan kemampuan pemerintahan dan sedikitnya ruang akomodasi ekonomi serta infrastruktur mengakibatkan ketatnya persaingan di Jakarta. Ini mendorong Jakarta berkembang menjadi medan pertempuran massif yang menindas satu sama lain demi pemenuhan kebutuhan dan keinginan masing-masing individu.

Untuk itu pemerintah propinsi Jakarta harus dengan segera mengedepankan perannya sebagai pelayan dan pengabdian masyarakat dengan mempertimbangkan kecenderungan-kecenderungan yang mungkin terjadi di masa

depan. Dalam bingkai otonomi daerah dan kota megapolitan, tidak ada lagi kebijakan publik yang cenderung mendiskriminasi golongan masyarakat tertentu. Penyelenggaraan kebijakan publik akan didorong memberikan kepuasan bagi mayoritas masyarakat, tanpa mengorbankan kepentingan dan kebutuhan dari kelompok minoritas atau masyarakat lemah. Dalam tataran ini, maka segala kebijakan mengenai kependudukan, pemukiman dan pembangunan dilandasi oleh kepentingan bersama.

Salah satu solusinya, Jakarta harus berani memperbarui fungsi dan perannya untuk tidak lagi menjadi kota pemerintahan Republik Indonesia. Fungsi dan peran ini harus dialihkan ke daerah lain yang lebih mendukung. Salah satu konsep yang bisa dijadikan solusi adalah menjadikan Jakarta dengan fokus utama sebagai Kota Wisata. Menjadikan Jakarta sebagai kota wisata dengan berbagai kawasan objek dan daya tarik wisata yang ada di Jakarta sebagai pusat pembangunan akan membentuk kawasan ekonomi yang dapat berkembang bersamaan. Ini akibatnya tidak ada satupun poros ekonomi yang menjadi sentral. Wilayah yang dirasakan paling siap dan mampu adalah wilayah kota Jakarta Pusat. Jakarta Pusat baik secara infrastruktur, sarana pendukung pariwisata dan keberadaan objek dan daya tarik wisata yang tersebar dipenjuru kota Jakarta Pusat sangat ideal untuk merubah kawasan ini menjadi kota wisata. Perubahan ini penting dilakukan karena Jakarta Pusat di era otonomi daerah dan globalisasi harus mempunyai *competitive economic advantaged* yang menjadi daya saing bagi Jakarta Pusat baik ditingkat lokal dan internasional. Dampak positif menjadikan Jakarta Pusat sebagai kota wisata yang bertumpu kepada komunitas, setidaknya ada empat. *Pertama*, pembangunan kota Jakarta Pusat akan lebih fokus, terarah dan terukur. Karena selama ini pembangunan wilayah di Jakarta Pusat sangat sporadis dan terkesan tanpa perencanaan yang jelas. Tidak terlihat tujuan yang ingin dicapai di masa depan. Dengan menjadikan Jakarta menjadi Kota Wisata, maka segenap pembangunan infrastruktur dan kewilayahan didorong untuk mendukung hal tersebut. *Kedua*, mejadikan kota Jakarta Pusat sebagai kota wisata, secara tidak langsung telah menerapkan paradigma pembangunan berkelanjutan yang ramah lingkungan. Karena prinsip utama pembangunan pariwisata adalah bagaimana melakukan konservasi terhadap

lingkungan alam dan fisik sebagai modal utama pengembangan pariwisata. *Ketiga*, masyarakat sebagai aktor utama dari penerapan Jakarta Pusat, akan lebih aktif terlibat dalam setiap rencana pembangunan kota. Dimana keterlibatan komunitas tersebut merupakan bentuk dari terwujudnya *civil society* di Jakarta Pusat, sebuah masyarakat yang kritis, aktif dan menjadi kontrol sosial dari pemerintah. Keempat, pemerataan pendapatan komunitas lokal. Secara finansial maka kesejahteraan para penduduk lokal di sekitar jalan Jaksa akan meningkat. Karena mereka mendapat manfaat langsung dari setiap transaksi ekonomi yang dilakukan terhadap wisatawan.

Prospek Jakarta Pusat sebagai kota wisata kedepan sangat menjanjikan sekali. Ditengah tingginya aktivitas manusia dengan berbagai kegiatannya, maka semakin besar perlu kebutuhan manusia untuk memperoleh hiburan dan pengalaman baru untuk menghilangkan ketegangan secara psikologis. Kebutuhan ini dizaman modern merupakan hal harus dipenuhi agar manusia, dapat menjaga keseimbangan tubuhnya. Ditengah tingginya keinginan untuk berwisata, maka menjadikan kota Jakarta Pusat sebagai kota wisata dengan berbagai atraksi wisata yang di kawasan objek dan daya tarik wisata akan menjadi salah satu destinasi wisata masyarakat modern. Tidak saja secara lokal kewilayahan DKI Jakarta, namun juga secara internasional. Karena, berbagai kawasan objek dan daya tarik wisata di Jakarta Pusat terkenal di mancanegara dan telah menjadi referensi bagi sebagian wisatawan yang datang ke Indonesia. Sebut saja sebagai contoh keberadaan Museum Nasional, Istana Negara, Jalan Jaksa, Pasar Baru, sebagian Kawasan Kota Tua, Kawasan Pasar Senen. Oleh karena itu, menjadikan Jakarta Pusat sebagai kawasan wisata perkotaan merupakan sebuah pilihan yang sangat tepat dan realitis.