

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Salah satu potensi pembangunan pariwisata di kota Jakarta adalah objek dan daya tarik wisata Jalan Jaksa. Jauh dari kesan publisitas, Jalan Jaksa telah menjadi salah satu ikon wisata bagi turis mancanegara, khususnya turis *backpackers*—para turis “sandal jepit”. Maklumlah, karena Jalan Jaksa tersebut terkenal menyediakan akomodasi murah dan menyajikan aneka hiburan (*entertainment*) yang ditinjau dari aspek harga sangatlah terjangkau dengan kualitas hiburan yang disajikan cukup atraktif. Hal ini didukung juga dengan letak jalan Jaksa yang strategis, di antara jalan tembus dari Jalan Kebon Sirih ke Wahid Hasyim. Dari jalan ini pula, para turis itu dapat menuju objek wisata seperti Museum Nasional dan Tugu Monumen Nasional dan sarana umum yaitu Stasiun Gambir dengan jarak relatif dekat. Siapa yang kira bahwa Jalan Jaksa yang namanya diambil dari banyaknya murid *Rechts Hogeschool*, semacam Sekolah Hukum di masa Hindia-Belanda, yang tinggal di kawasan ini bisa menjadi lokasi wisata murah meriah bagi turis mancanegara.

Sejak berdiri dari tahun 60-an oleh N.Lawalata—seorang pengembara yang telah tiga kali mengelilingi dunia, namun kini pensiun dan membuka sebuah penginapan di kawasan ini—Jalan Jaksa sampai saat sekarang ini telah membentuk sebuah komunitas tersendiri yang kemudian komunitas ini menjadi ciri dan daya tarik utama dari objek wisata Jalan Jaksa<sup>1</sup>. Komunitas ini pula yang secara mandiri melalui berbagai organisasi masyarakat yang ada, mengelola keberadaan daya tarik wisata Jalan Jaksa. Salah satu kegiatan yang paling populer dilakukan oleh komunitas ini

---

<sup>1</sup> Kehidupan sosial manusia sangat dipengaruhi oleh bentuk komunitas dimana ia hidup dan beraktivitas. Terdapat banyak sekali definisi tentang pengertian komunitas. Definisi yang paling umum adalah: *komunitas adalah suatu kelompok setempat (lokal) dimana orang melaksanakan kegiatan (aktivitas) kehidupannya (Paul B.Horton & Chester L.Hunt, 1992:129)*. Namun pengertian tersebut masih kurang memadai menjelaskan komunitas, karena tidak menjelaskan mengapa sekelompok orang tersebut secara sadar berkelompok dan menjalankan aktivitas sosial dan juga tidak menjelaskan faktor apa yang membuat menjadi satu kesatuan individu-individu dalam kelompok masyarakat tersebut. Definisi yang lebih terinci dikemukakan oleh Hillery (1955), Jonassen (1959:20), dan Wills (1997), yakni : (1) *sekelompok orang yang hidup dalam (2) suatu wilayah tertentu, yang memiliki (3) pembagian kerja yang berfungsi khusus dan saling tergantung (interdependent), dan (4) memiliki sistem sosial-budaya yang mengatur para anggota, (5) yang mempunyai kesadaran akan kesatuan dan perasaan-memiliki, serta (6) mampu bertindak secara kolektif dengan cara yang teratur*. Oleh karena itu, pengertian komunitas pada penelitian ini akan merujuk kepada pendapat Hillery (1955), Jonassen (1959:20), dan Wills (1997), karena lebih komprehensif menjelaskan fenomena komunitas.

adalah Festival Jalan Jaksa. Fenomena ini tentu saja menarik, berbeda dengan objek dan daya tarik wisata lainnya di perkotaan yang perlu didorong oleh pemerintah lokal, dalam hal ini dinas pariwisata daerah, untuk mengelola keberadaan objek dan daya tarik wisata, di Jalan Jaksa, komunitas tersebutlah yang merancang, mengelola dan *me-manage* secara langsung keberadaan objek dan daya tarik wisata tersebut.

Keberadaan pusat wisata berbasis komunitas di DKI Jakarta, bukan hanya terbatas di Jalan Jaksa, tercatat berdasarkan observasi ada di berbagai lokasi, antara lain : jalan Sabang, sebagai pusat hiburan malam dan makanan; Komunitas Kemang, sebagai pusat hiburan dan wisata kuliner bagi kaum muda Jakarta , dan Komunitas Kota Tua, sebagai pusat hiburan budaya Tionghoa. Walaupun, berbagai pusat wisata tersebut, mengalami laju perkembangan yang berbeda satu sama lain, namun hal yang menarik adalah pusat wisata tersebut menjadi pusat hiburan dan berkembang lebih disebabkan kemampuan komunitas tersebut untuk mengembangkan sebuah atraksi dan daya tarik wisata. Contohnya adalah aktivitas yang dilakukan oleh Komunitas Jelajah Budaya yang rutin mengadakan kegiatan jalan bersama menjelajah kota tua Jakarta<sup>2</sup>.

Situasi ini tentu saja menarik ditelisik lebih lanjut, mengapa kecenderungan ini menguat di daerah perkotaan, khususnya di DKI Jakarta. Trend ini seakan mengkritisi asumsi *stakeholders* pembangunan pariwisata yang berpendapat bahwa pembangunan pariwisata berbasis komunitas hanya bisa berkembang di daerah perdesaan, sangat kecil kemungkinan di perkotaan, mengingat masyarakat kota sangat heterogen, majemuk dan individualistik.

Jika ditarik ke pusaran trend globalisasi, maka situasi yang terjadi di Jakarta tersebut, perkembangan pariwisata berbasis komunitas, tidak bisa kita dilepaskan dari trend pergeseran fungsi kota dari pusat produksi menjadi pusat konsumsi. Trend ini terlihat dari perubahan *consumers-behaviour pattern* atau pola konsumsi dari para wisatawan. Mereka tidak lagi terfokus hanya ingin santai dan menikmati *sun-sea and sand* atau wisata alam perdesaan. Melainkan mulai berubah ke jenis wisata yang lebih *sophisticated*. meskipun tetap santai tetapi dengan selera yang meningkat, yaitu menikmati produk atau kreasi budaya ( *culture* ), peninggalan sejarah ( *heritage* ), nuansa lingkungan sosial masyarakat dan *nature* atau eko-wisata suatu daerah atau

---

<sup>2</sup> Informasi lebih jelas mengenai komunitas jelajah budaya dan aktivitasnya dapat diakses melalui <http://www.webblog.jelajahbudaya.blogspot.com>

negara. Trend ini bisa dilihat di berbagai kota besar dunia, Milan sebagai pusat mode fashon dunia, Singapore sebagai ikon pusat belanja dunia, ataupun Holywood sebagai ikon industri film. Trend ini mempertegas bahwa fungsi kota telah mengalami perubahan dari industri fisik menjadi industri jasa, teknologi, hiburan dan informasi.

Pergeseran trend ini seharusnya mampu menjadi pendorong bagi para pihak yang berkepentingan untuk bersama-sama merencanakan fungsi kota dengan mempertegas fungsi dan peranan kota tersebut, yang pada akhirnya akan menjadi keunggulan kompetitif kota tersebut. Untuk itu perubahan pola *consumer-behaviour pattern* ini perlu segera disikapi dengan berbagai strategi pengembangan produk pariwisata maupun promosi oleh para *stakeholders* Indonesia, terutama pemerintah. Pemerintah perlu dengan segera melakukan perubahan skala prioritas kebijakan, dengan menjadikan pariwisata sebagai *core bussines* utama. Diberlakukannya UU No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah juga telah menjadikan porsi pemerintah daerah untuk mengembangkan pariwisata daerah lebih besar. Karena itu, pendekatan pariwisata sepatutnya menjadi titik fokus utama dalam pembangunan kota di Indonesia.

Namun, sangat disayangkan potensi untuk merubah Jakarta menjadi kota wisata<sup>3</sup> berbasis komunitas masih dianggap sebuah hal yang kurang penting dalam perencanaan pembangunan kota. Jakarta jika ditinjau dari ketersediaan sarana dan prasarana penunjang pariwisata (hotel, transportasi, objek dan daya tarik wisata, akses transportasi) sebenarnya sangat dimungkinkan untuk dikembangkan menjadi pusat kegiatan finansial dan bisnis dan juga merangkap sebagai pusat industri hiburan dan konsumsi. Kota Jakarta dengan segala atribut yang melekat merupakan tempat yang memungkinkan untuk menarik wisatawan asing dan nusantara datang berkunjung.

Terdapat berbagai faktor keengganan bagi para perencana dan *decision making* untuk menjadikan pembangunan pariwisata sebagai *mainframe* dalam pembangunan perkotaan, setidaknya didasari oleh empat alasan: (1) Pandangan, bahwa produk pariwisata hanya terbatas pada wisata alam atau wisata hiburan, resort, perdesaan, sehingga, kota dengan segala aktivitas masyarakatnya bukanlah produk

---

<sup>3</sup> Suatu kota bisa diklasifikasikan sebagai kota wisata, apabila berbagai pelayanan kegiatannya sehari-hari adalah pelayanan untuk wisatawan. Dari fasilitas untuk menginap atau hotel, transportasi, rumah makan, hiburan siang dan malam. Intinya adalah kegiatan-kegiatan pelayanan wisata adalah yang dominan. Lihat Parsudi Surpala, *Kota, Penataan ruang dan Kehidupan Masyarakatnya*, Makalah Ceramah ilmiah Universitas Cendrawasih, Jayapura 14 Agustus 1993

wisata yang bisa dijual. (2) Pandangan yang melihat bahwa sektor pariwisata hanyalah sektor sekuder dalam pembangunan, karena sektor pariwisata tidak menghasilkan apapun secara finansial, bahkan hanya merupakan pemborosan belaka. (3) bahwa pendekatan pembangunan perkotaan berbasis pariwisata, bukan merupakan solusi bagi pengentasan masalah-masalah sosial perkotaan, seperti kemiskinan, kesehatan, transportasi, dan pemukiman. (4) Pandangan yang melihat bahwa sektor pariwisata identik dengan *ke-maksiat-an* dan hal-hal yang negatif, seperti senang-senang, minuman keras, perjudian, dan pelacuran. Asumsi dasar tersebutlah telah membuat pembangunan kota wisata tidak populer<sup>4</sup>.

Merujuk kepada situasi diatas, peneliti merasa tertarik untuk mengkaji lebih mendalam perihal proses pembangunan pariwisata berbasis komunitas di Kota Jakarta, karena sepengetahuan penulis, secara teoritis belum ada kajian yang membahas *Community based Tourism* (Pariwisata berbasis Komunitas) di daerah perkotaan, sekaligus untuk membuktikan secara ilmiah bahwa konsep *Community based Tourism* ada dan bisa diaplikasikan di daerah perkotaan. Secara tidak langsung, penelitian ini berusaha melihat dampak positif dari pengembangan objek dan daya tarik wisata terhadap pembangunan masyarakat dan kota, khususnya DKI Jakarta.

Pertimbangan lain mengkaji pembangunan pariwisata dilandasi pemikiran bahwa Indonesia sebagai negara multi suku bangsa dan mempunyai *resources* (sumber daya alam) yang melimpah, menyimpan potensi besar untuk dikembangkan sebagai daerah tujuan wisata kelas dunia. Jika, sektor pariwisata dikembangkan dengan perencanaan yang matang, strategis dan terukur serta konsisten, maka industri pariwisata ini dapat menjadi katup pengaman devisa Indonesia dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat perkotaan dan perdesaan di Indonesia, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia pada umumnya.

## 1.2. Fokus Permasalahan

Menjadikan kota Jakarta sebagai kota wisata hanya dapat dilakukan dengan mengembangkan lokasi-lokasi wisata yang telah ada di kota Jakarta. Pusat hiburan malam jalan Jaksa bisa dijadikan salah satu ikon pembangunan atraksi wisata di perkotaan. Kemashuran Jalan Jaksa memang patut diacungi jempol. Bagaimana tidak,

<sup>4</sup> Bra Baskoro dan Cecep Rukendi, Membangun Kota Pariwisata Berbasis Komunitas: Suatu Kajian Teoritis, Jurnal Kepariwisataan Indonesia, Balitbang Kepariwisataan Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Republik, Indonesia, 2008:46-47

bila seorang wisatawan yang kurang fasih berbahasa Indonesia ingin menuju lokasi ini. Maka, cukup mengatakan “*Tolong antar ke Jalan Jaksa*” kepada supir taksi, serta merta si supir mengerti dan menginjak pedal gas melaju ke jalan di kawasan Kebon Sirih, Jakarta Pusat.

Janganlah dibayangkan lokasi kawasan hiburan malam Jalan Jaksa seperti lokasi wisata pada umumnya, lokasi ini hanya jalan sepanjang dua kilometer saja yang menghubungkan jalan Wahid Hasyim dengan Jalan Kebun Sirih. Jalan inipun masih kalah besar dan panjang dengan Jalan Wahid Hasyim di sebelah selatannya atau Jalan Kebon Sirih di ujung barat. Lalu, apa daya tarik dan pesona dari lokasi wisata Jalan Jaksa, yang menjadikannya menarik di kalangan turis? Di Sepanjang jalan Jaksa, rupanya banyak terdapat bar, restoran, rumah makan, cafe dan beberapa penginapan dari tingkat losmen sampai hotel, dengan standar barat, yaitu ada minuman beralkohol, karaoke, hiburan musik serta makanan bercita rasa lidah turis.

Pesona lainnya jalan Jaksa adalah interaksi warga dengan turis asing yang terjalin dengan baik, tanpa memandang unsur etnik atau strata sosial. terbukti dari tidak ada kejadian yang menceritakan terjadi perseteruan dan konflik antara warga dengan wisatawan. Bahkan diantara wisatawan dan komunitas (*host*) interaksinya begitu cair dan santai, tanpa ada rasa kaku diantara mereka. Mereka justru saling mengisi satu sama lain. Hal ini terlihat saat perayaan HUT Kemerdekaan Indonesia di bulan Agustus setiap tahunnya. Warga yang bertindak sebagai pelaksana kegiatan, selalu mengajak turis yang sedang menginap untuk ikut dalam acara perayaan tersebut. Dan para turis pun menikmatinya, sehingga muncul kesan seolah-olah sedang berada di negerinya sendiri. Inilah rupanya yang menyebabkan jalan Jaksa begitu terkenal di dunia internasional.

Alasan itulah yang menjadikan turis lebih memilih tinggal dan menginap di Jalan Jaksa. Jadi, persepsi bahwa turis yang menginap di Jaksa, merupakan turis miskin lantaran tidak mampu menyewa sebuah kamar mewah hotel berbintang, adalah persepsi yang salah kaprah. Rupanya mereka memilih menginap di Jalan Jaksa agar bisa berinteraksi dengan warga setempat. Selain itu, biaya menginap yang murah membuat turis dapat menghemat biaya guna bepergian ke daerah-daerah di Indonesia. Maka, jangan heran bila mendengar seorang turis yang menginap di Jalan Jaksa, baru saja atau akan mengunjungi Sumatra, Yogyakarta, bahkan Sulawesi. Sebuah hal yang jarang bisa dilakukan oleh masyarakat Indonesia.

Bisa dikatakan bahwa Objek dan daya tarik wisata<sup>5</sup> jalan Jaksa, menjadi menarik untuk didatangi wisatawan karena kemampuan dari masyarakat setempat (komunitas jalan jaksa) untuk menggabungkan berbagai fasilitas yang ada sesuai standar Barat dan membangun interaksi dengan wisatawan secara khas, sehingga komunikasi dan interaksi yang terjalin antara komunitas (*host*) dengan wisatawan menjadi cair dan bebas. Sehingga, tanpa disadari komunitas Jalan Jaksa, telah menerapkan sebuah konsep dan terminologi baru dalam pembangunan pariwisata, yakni *Community based Tourism* (pariwisata berbasis komunitas) atau dalam bahasa Prof. Michael J. Hatton industri pariwisata komunitas (*community tourism industry*). Industri pariwisata komunitas (*community tourism industry*) menurut Michael Hatton sangat sederhana, yakni kumpulan aktivitas bisnis yang dilakukan oleh komunitas yang menciptakan dan menjual berbagai macam barang dan servis kepada wisatawan secara berkelanjutan. Salah satu aspek yang membuat industri pariwisata komunitas bisa eksis karena interaksi sosial yang dilakukan oleh anggota komunitas tersebut

<sup>5</sup> Dalam melakukan tinjauan pustaka terhadap konsep obyek dan daya tarik wisata (ODTW), cukup sulit mencari konsep dan pengertian obyek dan daya tarik wisata, karena kedua konsep yang berbeda tersebut digunakan hampir selalu bersamaan dan tidak dibedakan secara tegas. Titik terang baru ditemukan dalam *Glossary of Terms & Acronyms-Compiled & Contributed from Private & Public Tourism Organizations, Southeast Tourism*, dimana dibedakan mengenai konsep *attraction* dan *attractor*. *Attraction* didefinisikan sebagai berikut: “Any visitor service or product which tourists would enjoy visiting or using. An attraction may not be an “attractor” but can still be an attraction. To be considered an attraction, a product must be: A. Findable (clearly located on maps and street addresses, and directions provided). If tourists can't find the facility, it is not a tourist attraction. B. Hours of operation clearly denoted in any and all promotional materials (if a tourist arrives only to find the attraction closed, it is not an attraction). Examples of attractions include everything from a theme park that attracts over a million visitors a year, to a produce stand by the side of the road”. Adapun *attractor* dijelaskan sebagai berikut. “a significant tourist attraction, which compels visitation. The primary ‘must sees’ in an area. The top reasons a tourist would choose to visit this area”. (<http://www.southeasttourism.org/research/GlossaryofTerms.htm>). Berdasarkan definisi konseptual tersebut, dapat ditafsirkan *attraction* sebagai daya tarik, sedangkan *attractor* sebagai obyek wisata. Oleh sebab itu, dalam tulisan ini istilah ODTW dan atraksi akan digunakan secara bergantian. Dalam konteks itu, maka Jalan Jaksa merupakan atraksi atau daya tarik wisata, sedangkan yang menjadi obyek wisatanya adalah hiburan malam yang ditawarkan, *event-event* kebudayaan yang sering digelar di Jalan Jaksa, cafe-cafe, tempat hiburan, tempat akomodasi, kehidupan masyarakat kota, dan sebagainya. Selanjutnya pengklasifikasian ODTW dalam penelitian ini merujuk kepada UU No.9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata yang membagi ODTW dalam tiga jenis, yaitu ODTW alam, budaya, dan minat khusus. ODTW alam merupakan objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan yang berwujud keadaan alam, serta flora dan fauna. Sedangkan ODTW budaya adalah objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia. Adapun ODTW minat khusus merupakan gabungan antara unsur alam dan budaya yang dalam penyelenggaraannya menyangkut segmen wisatawan tertentu saja sehingga tidak bersifat massal. Berdasarkan klasifikasi Undang-undang tersebut, maka objek dan daya tarik wisata malam Jalan Jaksa, bisa dikategorikan sebagai objek dan daya tarik budaya.

dengan wisatawan, sehingga wisatawan menjadi nyaman berada di lokasi wisata tersebut.<sup>6</sup>

Sejalan dengan pemikiran Michael Hatton tersebut, keberadaan *host*, baik itu komunitas spasial atau primordial, di Jalan Jaksa rupanya telah menjadi kunci pembangunan pariwisata berbasis komunitas. Pembangunan objek dan daya tarik wisata Jalan Jaksa merupakan bukti konkret pendapat Robert Christie Mill, yang mengemukakan bahwa kunci sukses dari pembangunan objek dan daya tarik wisata, adalah dukungan komunitas lokal dan partisipasi komunitas. Oleh karena itu bagi Robert Mill, penting kiranya pembangunan wisata yang dilakukan tidak mendapat penolakan dan menyebabkan masyarakat lokal menjadi asing di wilayahnya sendiri. Dukungan komunitas lokal juga penting untuk mengatasi masalah-masalah potensial yang muncul di kemudian hari.<sup>7</sup>

Berdasarkan observasi awal, komunitas jalan Jaksa tersebut mempunyai lima aspek yang menjadi modal dasar, yakni: *Pertama*, kepercayaan. Sebuah interaksi sosial dan tindakan sosial dalam sebuah komunitas tidak akan berjalan dengan baik, jika antara individu dan atau komunitas tersebut tidak ada perekatnya. Perekat utamanya adalah Kepercayaan. Bagaimana dalam sebuah setting sosial masyarakat kota yang sangat majemuk dan heterogen serta anonimitis, komunitas jalan Jaksa, bisa menjadi satu kesatuan dan merasa menjadi bagian yang saling melengkapi. Sehingga, perbedaan menjadi sebuah hal yang lumrah dan tidak menghalangi individu-individu dalam komunitas untuk saling bekerjasama membangun Objek dan Daya Tarik Wisata. Oleh karena itu, benar kiranya pendapat yang diajukan oleh Prof.Dr.Robert Lawang (2005:46), bahwa kepercayaan yang terjalin di komunitas jalan Jaksa menunjuk pada hubungan dua pihak atau lebih yang mengandung harapan yang menguntungkan salah satu atau kedu belah pihak melalui interaksi sosial. Berdasarkan pengertian ini, maka kepercayaan yang timbul dalam komunitas jalan Jaksa timbul bersamaan dengan adanya harapan akan terpenuhinya kepentingan individu dan kelompok. Dengan pengertian seperti itu, maka jika kepercayaan yang terjalin antar individu dan atau komunitas semakin tinggi, maka pencapaian harapan juga semakin terealisasi dengan baik, sehingga kepercayaan itu tidak menghilang melainkan semakin kuat.

---

<sup>6</sup> Lihat Prof.Michael J.Hatton dalam bukunya yang berjudul *Community-Based Tourism in the Asia-Pacific* (Canada:School of Media Studies at Humber College:1948)

<sup>7</sup> Lihat Robert Christie Mill, *Tourism The International Business* ( Jakarta:PT RajaGrafindo Persada, 2000)

*Kedua*, Organisasi Komunitas. Dalam interaksi sosial dan tindakan sosial komunitas Jalan Jaksa, terlihat sekali bahwa organisasi<sup>8</sup> memainkan peranan penting, hanya dengan berorganisasilah maka ikatan sosial diantara individu dapat diperkuat. Setidaknya ada dua alasan mengapa organisasi penting bagi komunitas jalan Jaksa: *Pertama*, Organisasi sangat mempengaruhi tingkah laku individu-individu dalam masyarakat. Fakta menunjukkan sebagian besar manusia dalam berbagai tingkatan sosial menjadi anggota organisasi di masyarakat; *Kedua*, dalam era modern dan globalisasi saat ini organisasi adalah elemen yang sangat penting bagi kehidupan manusia. Melalui organisasi, tujuan dan kepentingan, baik sebagai individu dan kelompok dapat tercapai. Hal ini selaras dengan pendapat Parsons bahwa terbentuknya sebuah organisasi ini ditandai dengan ciri-ciri sebagai berikut: (1) Adanya pembagian pekerjaan, kekuasaan dan tanggungjawab komunikasi;(2) Adanya satu atau beberapa pusat kekuasaan yang berfungsi mengawasi dan mengendalikan usaha-usaha organisasi serta mengarahkan organisasi mencapai tujuannya; (3) pengantian tenaga; dimana tenaga yang dianggap tidak bekerja sebagaimana diharapkan dapat diganti dengan tenaga lainnya<sup>9</sup>. Oleh karena itu warga komunitas jalan Jaksa dalam kaitanya dengan pelestarian dan peningkatan Objek dan Daya Tarik Wisata Jalan Jaksa, membentuk berbagai organisasi yang berfungsi untuk mengawasi dan mengarahkan kepentingan komunitas, yakni kepentingan ekonomi dan pemanfaatan objek dan daya tarik wisata Jaksa.

Setidaknya terdapat dua organisasi yang dibentuk komunitas Jaksa, organisasi pertama lebih berdasarkan aspek spasial (ruang) dan motif ekonomi, yakni Organisasi Ikatan Usaha Pariwisata Jalan Jaksa yang didirikan oleh N.Lawalata dan dikukuhkan dengan Keputusan Kepala Dinas Pariwisata Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 06 Tahun 1993. Organisasi kedua lebih berdasarkan kepada persamaan identitas sebagai masyarakat betawi (primordial), yakni Forum Komunikasi Anak Betawi, yang diketuai saat ini oleh Imam Safei. Kedua organisasi inilah yang kemudian berperan penting dalam pengelolaan objek dan daya tarik wisata Jalan Jaksa.

---

<sup>8</sup> Menurut Talcott Parsons, pengertian dari organisasi adalah suatu unit sosial (atau pengelompokan manusia) yang seganja dibentuk dan dibentuk kembali dengan penuh pertimbangan dalam rangka mencapai tujuan-tujuan tertentu. Lebih jelas lihat Talcott Parsons, *Structure and Process in Modern Society* (Glencoe,III:The Free Press,1960)

<sup>9</sup> Ibid., Parson ,1960



*Ketiga*, aktivitas ekonomi. Tidak bisa dipungkiri bahwa yang membuat komunitas Jalan Jaksa bersatu dalam mengelola Objek dan Daya Tarik Wisata Jalan Jaksa adalah aktivitas ekonominya. Dimana, komunitas tersebut mempunyai harapan semakin banyak wisatawan yang datang dan menghabiskan waktu di Jalan Jaksa, maka aktivitas ekonomi semakin meningkat dan ini artinya secara tidak langsung akan meningkatkan pendapatan dari komunitas lokal yang mencari penghasilan di daerah tersebut. Namun yang menarik dari aktivitas ekonomi di Jalan Jaksa tersebut adalah dominannya unsur non-ekonomi. Bagaimana aktivitas ekonomi tersebut bisa berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi mempunyai keterkaitan kuat dengan interaksi sosial, tindakan sosial dan norma sosial. Sebagai contohnya adalah respon para pengusaha di Jalan Jaksa terhadap keberadaan wisatawan Nigeria. Para pengusaha cafe dan hotel secara bersama-sama tidak mau menerima wisatawan Nigeria berkunjung di cafe dan hotelnya, karena interaksi sosial yang dilakukan wisatawan Nigeria tersebut cenderung kasar, tidak sopan dan sewena-wena. Intinya tidak sesuai dengan norma sosial. Penolakan tersebut tentu saja tidak bisa dijelaskan melalui kaca mata ekonomi belaka. Peristiwa tersebut sesuai dengan pendapat Mark Granovetter<sup>10</sup> bahwa terdapat pengaruh dari struktur sosial pada kinerja ekonomi. Granovetter berasumsi bahwa terdapat keterkaitan kuat antar struktur sosial, melalui norma dan jaringan sosial, terhadap keberhasilan ekonomi. Ini artinya aktivitas kehidupan ekonomi masyarakat tidak bisa dilepaskan dengan faktor non-ekonomi.

*Keempat*, proses pembelajaran sosial. Sebuah pembangunan objek dan daya tarik wisata Jalan Jaksa, menuntut anggota komunitas untuk selalu meningkatkan pelayanan terhadap wisatawan yang datang berkunjung. Peningkatan tersebut hanya bisa terwujud jika terjadi proses pembelajaran sosial antar anggota komunitas tersebut. Bagaimana penyelenggara jasa di Jalan Jaksa melakukan penyesuaian dengan perubahan *consumers-behaviour pattern* atau pola konsumsi dari para wisatawan. Oleh karena itu, proses pembelajaran sosial ini tidak hanya terjadi dalam level komunitas saja, namun meningkat juga di level organisasi, atau yang sering dikenal dengan istilah *learning organization*.

*Lima*, Sarana dan prasarana wisata. Sarana dan prasarana pariwisata disini adalah segala fasilitas yang disediakan baik oleh komunitas setempat, pengusaha dan pemerintah daerah, khususnya Dinas Pariwisata DKI Jakarta. Apakah Sarana dan

---

<sup>10</sup> Lihat Mark Granovetter. The impact of Social structure on Economic Outcomes, dalam *Jurnal of Economic Perspectives* 2005, Number 1—winter—halaman 33-50.

prasarana ini telah sesuai dengan kebutuhan dari wisatawan dan sesuai dengan harapan mereka mengenai fasilitas yang idealnya ada di kawasan wisata. Hal ini penting sekali, karena berbeda dengan kawasan wisata pada umumnya, kawasan wisata Jalan Jaksa bisa dikatakan sangat minim dan terkesan kumuh dan tidak beraturan. Kondisi ini bisa dilihat dari begitu banyaknya pedagang kaki lima yang menggunakan trotoar sebagai tempat berdagang, ini membuat berbagai wisatawan asing merasa was-was karena harus berjalan di jalan raya. Contoh lainnya adalah minimnya fasilitas kebersihan (tong sampah) disepanjang jalan Jaksa, ini mendorong para wisatawan membuang sampah di sembarang tempat, sehingga Kawasan Jalan Jaksa terkesan kumuh dan kotor. Menariknya adalah, walaupun kondisi kawasan Jaksa, jauh dari kesan ideal, keberadaannya tetap menjadi destinasi utama para wisatawan mancanegara jika berkunjung ke DKI Jakarta. Penyebab utamanya adalah keberadaan tempat penginapan yang terjangkau dan murah yang disediakan oleh para warga sekitar Jalan Jaksa. Keberadaan sarana dan prasarana wisata murah meriah yang disediakan warga lokal itulah yang menjadi salah satu magnet utama tingginya minat terhadap kawasan wisata Jaksa. Untuk itu bisa dikatakan bahwa sarana dan prasarana wisata merupakan salah satu unsur penting yang diasumsikan harus dipenuhi dalam pengembangan kawasan wisata, terutama yang disediakan oleh komunitas lokal Jalan Jaksa.

Lima modal dasar itulah yang kemudian dikembangkan secara terpadu oleh komunitas jalan Jaksa untuk mengembangkan objek dan daya tarik wisata sebagai bentuk mobilitas spasial dan industri<sup>11</sup>. Maksudnya adalah pariwisata sebagai mobilitas spasial adalah orang yang mengadakan perjalanan itu pasti mempunyai alasan atau motif untuk melakukan perjalanan itu, bisa juga dikarenakan daya tarik yang ada di lokasi wisata, sehingga menarik wisatawan untuk berkunjung. Daya tarik

---

<sup>11</sup> Mobilitas spasial disini adalah masalah perpindahan tempat, dari tempat kediaman wisatawan ke tempat tujuan wisata. Setidaknya ada tiga determinan mobilitas spasial dalam kajian Soekadijo. Pertama, motif wisata. Kedua, Atraksi Wisata. Ketiga Transferabilitas. Kemampuan untuk mengelola tiga determinan tersebut, akan mendorong ke arah perwujudan pariwisata sebagai industri. swasta, publik dan komunitas lokal berusaha memberikan pelayanan terbaik agar wisatawan sebagai konsumen terpenuhi kebutuhannya. Ini artinya, pariwisata sebagai industri, harus bisa melakukan pemasaran wisata kepada calon konsumen (wisatawan) sehingga ia mengambil keputusan untuk membeli produk wisata dan melakukan pembelian. Untuk itu maka cangkupan industri pariwisata dimulai sejak wisatawan itu pergi dari tempat tinggal sampai ke tujuan dan pada saat dia kembali lagi. Dalam konteks tersebut, maka industri pariwisata meliputi industri perhotelan, industri rumah makan, industri kerajinan, industri perjalanan, industri atraksi wisata dan sebagainya. Lihat R.G. Soekadijo, *Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata sebagai Systemic Linkage* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000)

inilah yang dikemas oleh komunitas jalan Jaksa sehingga menjadi produk pariwisata yang ditawarkan kepada wisatawan, sebagai konsumen. Dalam konteks inilah, maka objek dan daya tarik wisata Jalan Jaksa, telah menjadi industri pariwisata, karena ada produsen yang membuat produk pariwisata (tempat hiburan, hotel, cafe, bar, toko cenderamata, dll) dan ada konsumen (wisatawan) yang mempunyai permintaan (*demand*).

Oleh karena itu, menjadi relevan dan menarik kiranya untuk mempelajari proses dan model pembangunan pariwisata yang dilakukan oleh Komunitas Jalan Jaksa yang memanfaatkan modal dasar yang dimilikinya, yakni kepercayaan sosial, sarana dan prasarana sosial, organisasi, aktivitas ekonomi dan proses pembelajaran sosial untuk mengembangkan industri pariwisata jalan Jaksa.

### **1.3. Pertanyaan Studi**

Berdasarkan permasalahan tersebut diatas, maka tulisan ini membahas secara tuntas keberadaan komunitas Jalan Jaksa dan kaitannya dengan pembangunan pariwisata, sebagai bagian dalam mengembangkan Jakarta sebagai kota wisata. Oleh karena itu, *Grandtour* penelitian ini ingin mengkaji mengenai bagaimana model pembangunan pariwisata Jalan Jaksa yang dilakukan oleh komunitas lokal Jalan Jaksa dalam mengembangkan objek dan daya tarik wisata Jalan Jaksa. Setidaknya ada tiga pertanyaan—*minitour*—yang ditelaah dalam penelitian, antara lain:

1. Bagaimanakah kepercayaan, sarana dan prasarana sosial, organisasi, aktivitas ekonomi dan proses pembelajaran sosial yang inheren dalam komunitas Jalan Jaksa dimobilisasi, disenergikan dan dimanfaatkan untuk melakukan pembangunan objek dan daya tarik wisata jalan Jaksa?
2. Bagaimanakah proses pembangunan objek dan daya tarik wisata Jalan Jaksa yang dilakukan oleh komunitas Jalan Jaksa?
3. Seperti apakah rencana (*master plan*) pembangunan obyek dan daya tarik wisata Jalan Jaksa?

### **1.4. Tujuan Studi**

Bertolak dari pertanyaan studi tersebut, penelitian ini sebagai sebuah kajian perintis dalam ranah pembangunan kota pariwisata berbasis komunitas, bertujuan ingin menyusun dan merumuskan model pembangunan pariwisata berbasis komunitas yang terjadi di Komunitas Jalan Jaksa, sebagai *prototype* pembangunan objek dan

daya tarik wisata berbasis komunitas. Sejalan dengan tujuan pokok tersebut, maka tujuan studi ini dapat diuraikan ke dalam beberapa sub-tujuan:

1. Identifikasi faktor-faktor mana yang mempunyai relevansi kuat—kapital sosial, sarana dan prasarana sosial, organisasi, aktivitas ekonomi dan proses pembelajaran sosial—terhadap proses pengembangan *Community based Tourism* dalam komunitas Jalan Jaksa
2. Mengambarkan proses pembangunan objek dan daya tarik wisata Jalan Jaksa yang dilakukan oleh komunitas Jalan Jaksa.
3. Menyusun rencana (*master plan*) pembangunan objek dan daya tarik wisata Jalan Jaksa.

### 1.5. Signifikansi Penelitian

#### a. Signifikansi Akademis:

1. Menjadi masukan dan memberikan bukti ilmiah peranan pembangunan komunitas dalam ranah pengembangan objek dan daya tarik wisata;
2. Menjadi masukan dan referensi ilmiah bagi pengembangan disiplin ilmu Sosiologi Pariwisata, khususnya Pembangunan Pariwisata Berbasis Komunitas (*Community based Tourism*);
3. Menjadi masukan dan referensi ilmiah bagi pengembangan disiplin ilmu Pariwisata, khususnya Pembangunan Objek dan Daya Tarik Wisata;
4. Menjadi rujukan ilmiah bagi penelitian-penelitian yang berkaitan terhadap Pariwisata berbasis Komunitas (*Community based Tourism*).

#### b. Signifikansi Praktis:

1. Hasil penelitian ini menjadi bukti dan referensi ilmiah bagi perencanaan pembangunan kota DKI Jakarta sebagai kota wisata berbasis komunitas;
2. Hasil penelitian atau rencana pengembangan (*master plan*) Jalan Jaksa ini dapat digunakan sebagai bahan asupan dalam perencanaan pembangunan objek dan daya tarik wisata Jalan Jaksa;
3. Hasil penelitian ini merupakan bukti dan referensi ilmiah bagi pemberdayaan komunitas di wilayah perkotaan.

### 1.6. Lokasi dan Periodisasi Studi

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kelurahan Kebun Sirih, Kecamatan Menteng, Kotamadya Jakarta Pusat Propinsi DKI Jakarta. Alasan pemilihan lokasi tersebut dilandasi oleh asumsi bahwa di lokasi objek dan daya tarik wisata jalan Jaksa tersebut, komunitas lokalnya mempunyai peranan penting dalam mengembangkan potensi wisata Jalan Jaksa sebagai pusat hiburan malam di DKI Jakarta.

Berikut dibawah ini jadwal kegiatan.

Tabel 1.1. Jadwal Kegiatan

No	Kegiatan	2009			
		Jan- Feb	Maret	Maret- Juni	Juli
1	Penyempurnaan Research Design				
2	Permohonan Ijin ke Pempro DKI Jakarta dan pihak-pihak terkait				
3	Turun Lapangan				
4	Penulisan laporan akhir				

### 1.7. Sistematika Penulisan Laporan

Secara sistematis, penulisan tesis ini akan dibagi menjadi lima bab. Dan setiap bab akan dibagi lagi dalam beberapa sub bab dengan perincian sebagai berikut :

Bab 1 : **PENDAHULUAN**

Berisi pendahuluan terdiri dari latar belakang permasalahan; fokus permasalahan; pertanyaan penelitian; tujuan studi; signifikansi penelitian; lokasi dan periodisasi penelitian; dan sistematika penulisan.

Bab 2 : **TINJAUAN PUSTAKA**

Bab 2 akan mengupas berbagai publikasi ilmiah yang berkaitan dengan pariwisata berbasis komunitas *Community based Tourism*, ditinjau dari konsep dan penerapannya di masyarakat, selain itu juga didukung dengan penelaah pustaka yang terkait dengan konsep dan teori *Community based Tourism*.

- Bab 3 : **METODE PENELITIAN**  
Bab 3 akan menguraikan metode penelitian yang digunakan, yakni kualitatif dengan didukung penelitian kuantitatif deskriptif.
- Bab 4 : **HASIL PENELITIAN**  
Hasil penelitian dalam bab 4 ini dibagi menjadi dua bagian. Bagian pertama, adalah gambaran umum ODTW Jalan Jaksa, yang meliputi objek dan daya tarik wisata Jalan Jaksa dan karakteristik sosial komunitas lokal Jalan Jaksa dan wisatawan yang datang berkunjung. Bagian kedua, adalah pembahasan mengenai modal sosial yang terdapat di dalam komunitas jalan Jaksa berdasarkan penelitian kualitatif dan didukung data kuantitatif.
- Bab 5 : **MEWUJUDKAN JAKARTA PUSAT SEBAGAI KOTA WISATA**  
Bab ini berisi *masterplan* perencanaan pengembangan Objek Daya Tarik Wisata Jalan Jaksa, yang bertumpu kepada partisipasi masyarakat lokal dalam proses pengembangannya.
- Bab 6 : **KESIMPULAN DAN SARAN**  
Bab ini berisi kesimpulan dan rekomendasi yang memaparkan kembali secara ringkas tentang temuan data di lapangan yang dikaitkan dengan berbagai teori dan relevansinya dengan perencanaan dan pengembangan kota wisata, serta langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk mengoptimalkan potensi objek dan daya tarik wisata jalan jaksa agar dapat menjadi obyek dan daya tarik wisata yang menguntungkan bagi semua *stakeholders*.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Kajian Pustaka

Penelusuran pustaka terhadap topik pariwisata berbasis komunitas atau topik sejenis yang relevan pada studi ini dilakukan dengan menelusuri jurnal ilmiah via internet, buku serta berbagai publikasi cetak lainnya. Hasilnya ternyata cukup mengejutkan, yakni masih minimnya publikasi topik pariwisata berbasis komunitas di daerah perkotaan. Publikasi ilmiah yang tersedia lebih membahas penerapan *Community based Tourism* di daerah perdesaan. Tercatat berdasarkan penelusuran awal, terdapat delapan publikasi ilmiah yang membahas mengenai topik *community based tourism* di perdesaan dan empat buah artikel hasil penelitian *community based tourism* diberbagai negara. Penelusuran mengenai topik sosiologi pariwisata, tercatat ada delapan publikasi ilmiah yang relevan dengan topik pariwisata berbasis komunitas. Secara umum publikasi mengenai topik pariwisata lebih melihat pariwisata sebagai aktivitas ekonomi masyarakat dan bagaimana mengembangkan industri pariwisata, dari sisi manajemennya, sehingga pembahasan mengenai peranan komunitas lokal dalam pembangunan pariwisata dan pengembangan objek dan daya tarik wisata, tidak menjadi titik fokus pembahasan, karena lebih melihat pentingnya peranan swasta atau pemerintah dalam pembangunan tersebut. Kalaupun ada hanya melihat pentingnya dukungan komunitas terhadap keberhasilan pembangunan objek dan daya tarik wisata. Setidaknya ada empat buah publikasi ilmiah yang relevan mengenai pariwisata ditinjau dari aspek manajemen. Terakhir ada sebuah satu buah publikasi ilmiah mengenai pentingnya perencanaan kota dengan menggunakan pendekatan pariwisata, yang relevan sekali dengan studi ini. Untuk lebih jelasnya berikut dibawah ini daftar publikasi ilmiah yang relevan:

- **Publikasi Pariwisata Berbasis Komunitas**

1. Hatton, Michael J. (1999). *Community Based Tourism in the Asia-Pacific*. Canada: The School of Media Studies at Humber College. Diakses melalui: <http://www.community-tourism.org/>
2. Suansri, Potjana, *Community Based Tourism Handbook* (Thailand: REST Project, 2003).
3. Murphy, P.E., *Tourism: A Community Approach* (London: Methuen, 1985).