**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

Jakarta merupakan kota multifungsi. Selain sebagai pusat pemerintahan, pariwisata, Jakarta juga menyandang peran sebagai pusat perdagangan dan jasa. Kedudukan dan fungsi-fungsi yang melekat kepada kota Jakarta memberi beban, tantangan dan tanggung jawab yang besar bagi Pemerintah Provinsi DKI Jakarta sehingga setiap tahunnya Jakarta terus melakukan pembenahan di berbagai sektor. Salah satu pembenahan yang tiap tahun dilakukan adalah penambahan luas Ruang Terbuka Hijau (RTH).

Ruang Terbuka Hijau yang dimaksud di sini adalah area memanjang/jalur dan/atau mengelompok, yang penggunaannya lebih bersifat terbuka, tempat tumbuh tanaman, baik yang tumbuh secara alamiah maupun yang sengaja ditanam (Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor: 05/PRT/M/2008 tentang Pedoman Penyediaan dan Pemanfaatan Ruang Terbuka Hijau di Kawasan Perkotaan Pasal 1).

Beberapa tahun belakangan ini pihak Pemprov DKI Jakarta telah mengeluarkan kebijakan untuk mengembalikan fungsi lahan untuk dijadikan RTH. Sebagai tindak lanjutnya BAPPEDA (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah) DKI Jakarta mengeluarkan Kebijakan Pengembangan Tata Ruang (Peraturan Daerah DKI Jakarta Nomor 6 Tahun 1999 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah), yaitu:

1. Memantapkan fungsi kota Jakarta sebagai kota jasa skala nasional dan internasional.
2. Memprioritaskan arah pengembangan kota ke arah koridor timur, barat, utara dan membatasi pengembangan ke arah selatan agar tercapai keseimbangan ekosistem.
3. Melestarikan fungsi dan keserasian lingkungan hidup di dalam penataan ruang dengan mengoptimalkan daya dukung dan daya tampung lingkungan hidup.
4. Mengembangkan sistem prasarana dan sarana kota yang berintegrasi dengan sistem regional, nasional dan internasional.

Untuk mewujudkan visi dan misi pembangunan DKI Jakarta, maka strategi pengembangan Tata Ruang yang ditempuh (Peraturan Daerah DKI Jakarta Nomor 6 Tahun 1999 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah) adalah:

1. Mengembangkan pemanfaatan ruang secara terpadu dengan pola penggunaan campuran di kawasan ekonomi prospektif dan sistem pusat kegiatan kota.
2. Mengembangkan Sentra-Sentra Primer Baru di Timur, Barat, dan Utara.
3. Menata kawasan Taman Medan Merdeka untuk bangunan umum pemerintahan, fasilitas umum, dan fasilitas sosial.
4. Mengembangkan kawasan pantai utara sebagai kawasan pusat niaga terpadu skala internasional di masa depan.
5. Mengembangkan sistem angkutan umum massal sebagai moda angkutan utama antar pusat-pusat kegiatan dan antar bagian-bagian kota.
6. Mengembangkan dan mengoptimalkan penataan ruang daerah aliran 13 sungai, situ, waduk, bajir kanal dan lokasi tangkapan air sebagai orientasi pengembangan kawasan sesuai dengan fungsi Wilayah Pengembangan (WP) tempat badan air tersebut berlokasi.
7. Mempertahankan dan mengembangkan RTH di setiap wilayah kotamadya baik sebagai sarana kota maupun untuk keseimbangan ekologi kota.
8. Mengembangkan dan mengoptimalkan penataan ruang berdasarkan tipologi kawasan.

Untuk mewujudkan visi dan misi pembangunan Provinsi DKI Jakarta, maka misi pengembangan tata ruang Kotamadya Jakarta Selatan (Peraturan Daerah DKI Jakarta Nomor 6 Tahun 1999 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah) adalah:

* Kotamadya Jakarta Selatan:
	1. Mempertahankan wilayah bagian selatan Jakarta Selatan sebagai daerah resapan air.
	2. Mewujudkan wilayah bagian utara Jakarta Selatan sebagai pusat niaga terpadu.

Untuk mewujudkan misi pembangunan kotamadya sebagaimana tersebut, maka strategi pengembangan tata ruang yang ditempuh oleh Kotamadya Jakarta Selatan adalah:

* Kotamadya Jakarta Selatan:
	1. Mendorong pengembangan kawasan strategis skala nasional dan internasional pada kawasan ekonomi prospektif di kawasan Segitiga Kuningan, Casablanca, Manggarai dan penataan kawasan Blok M Kebayoran Baru.
	2. Mengakomodasikan permukiman dengan kepadatan sedang pada wilayah bagian utara Jakarta Selatan dan mempertahankan pengembangan permukiman dengan kepadatan rendah pada wilayah bagian selatan Jakarta Selatan.
	3. Mendukung pembangunan jalan lingkar luar ke arah barat dan mengembangkan sarana/fasilitas transportasi yang mendorong pengembangan sistem angkutan umum massal penataan terminal Blok M, serta sistem jaringan jalan Selatan-Utara.
	4. Mengembangkan kawasan hijau pada daerah aliran 13 sungai dengan pola hijau yang mendukung wisata lingkungan di wilayah bagian selatan Jakarta Selatan serta memanfaatkan badan air untuk atraksi wisata.
	5. Mengembangkan pusat pembibitan tanaman dan perikanan serta pengembangan kegiatan penelitian agro dan pengembangan wisata agro.

Sebagai akibat dari kebijakan ini banyak sekali tempat yang dibongkar untuk dijadikan RTH karena tempat-tempat tersebut berada di lokasi yang pada awalnya memang difungsikan untuk RTH. Salah satu di antaranya ialah tindakan penertiban yang dilakukan oleh Pemerintah Kotamadya Jakarta Selatan. Seperti yang kita lihat di atas, salah satu strategi pengembangan tata ruang yang ditempuh oleh Kotamadya Jakarta Selatan adalah mengembangkan kawasan hijau yang artinya sama dengan menambah luas RTH dari yang sudah ada. Salah satu contoh tindakan yang telah diambil adalah telah dibongkarnya beberapa SPBU dan tempat berjualan yang ada di Kotamadya Jakarta Selatan. Saat ini sebagian besar dari tempat-tempat itu telah berhasil dikembalikan fungsi lahannya ke awal.

Salah satu dari tempat berjualan yang terkena dampak pengembalian fungsi lahan itu ialah Pasar Barito yang terletak di Jalan Barito, Jakarta Selatan. Pasar yang telah berdiri sejak tahun 1970 dan memuat 104 kios yang terdiri dari 51 kios tanaman hias dan 53 kios ikan hias ini, mengalami penempatan kembali atau relokasi tempat berjualan yang dilakukan oleh Pemerintah Kotamadya Jakarta Selatan. Sesuai dengan SK Gubernur Propinsi DKI Jakarta tahun 2002, maka pihak Pemkot melakukan penertiban para pedagang yang menempati lahan kompleks Taman Ayodya di Jalan Barito dan Jalan Mahakam, Kelurahan Kramat Pela, Kecamatan Kebayoran Baru. Sebagai gantinya pihak Pemkot telah menyediakan lokasi pengganti tempat berjualan bagi para pedagang Pasar Barito.

Lokasi yang baru itu terletak di Pasar Inpres Radio Dalam, Kelurahan Gandaria Utara, Kecamatan Kebayoran Baru yang dikelola oleh PD Pasar Jaya. Berarti dengan adanya relokasi ini, status pedagang eks Pasar Barito menjadi meningkat menjadi pedagang yang resmi dan legal serta tidak lagi dianggap ke dalam sektor informal. Pengelolaannya juga berpindah tangan. Jika di lokasi yang lama para pedagang dikelola oleh Dinas Pertamanan dan Dinas UKM Jakarta Selatan, maka di lokasi yang baru ini mereka di bawah pengelolaan PD Pasar Jaya.

Pada awalnya para pedagang eks Pasar Barito menolak rencana relokasi ini meskipun mereka mendapat peningkatan status karena lokasi yang disediakan oleh Pemprov DKI Jakarta dan Pemkot Jakarta Selatan kurang strategis. Lokasi yang baru ini kurang strategis karena letak Pasar Inpres Radio Dalam jauh dari jalan utama yang menyebabkan calon pembeli enggan datang ke lokasi yang baru. Ditambah pula kondisi jalan yang kurang baik. Sebab bila turun hujan yang sangat deras menyebabkan terjadinya banjir pada akses jalan menuju Pasar Inpres Radio Dalam. Apalagi dengan kondisi penerangan jalannya yang hampir tidak ada sehingga semakin menambah kesan kumuh lokasi tempat berjualan mereka yang baru.

Hal ini sangat berbeda sekali bila dibandingkan dengan lokasi yang lama (Jalan Barito). Kios-kios di lokasi yang lama bisa buka 24 jam sehari karena calon pembeli bisa datang pada waktu kapan saja bahkan pada tengah malam sekalipun. Keadaan seperti ini tidak bisa terjadi di Pasar Inpres Radio Dalam. Jangankan calon pembeli datang di tengah malam, untuk mengunjungi lokasi yang baru saja mereka sudah enggan. Akibatnya mayoritas pedagang hanya membuka tokonya hingga sore hari dan para pelanggan mencari tempat berjualan lain yang lebih mudah dijangkau oleh mereka dan lebih nyaman untuk dikunjungi.

Di lokasi yang sekarang, faktor keterjangkauan dan kenyamanan kurang bisa dipenuhi sebab sebelum para pedagang eks Pasar Barito pindah, kondisi pasar inpres tersebut sudah banyak sekali permukiman padat dan pasar yang sangat tradisional sehingga terkesan menambah kumuh kawasan ini. Pihak pengelola yaitu PD Pasar Jaya kurang memahami permasalahan lokasi ini dan keliru dalam penanganan pedagang eks Pasar Barito. PD Pasar Jaya menganggap Pasar Barito itu sama dengan pasar-pasar yang telah mereka kelola selama ini. Tentu saja hal ini tidak bisa disamakan sebab dari segi kalangan pembeli yang dulu datang ke Pasar Barito mayoritas dari golongan ekonomi menengah ke atas. Wajar saja jika saat ini mereka telah berpaling ke tempat berjualan yang lebih nyaman sebab golongan pembeli seperti ini sangat mengutamakan kenyamanan dan keamanan dalam berbelanja.

Hal ini yang tidak disadari oleh pihak pengelola. Ditambah lagi dengannya kurangnya promosi mengenai lokasi tempat berjualan pedagang eks Pasar barito yang baru ini. Akibatnya banyak sekali warga Jakarta yang tidak tahu tentang pemindahan lokasi tempat berjualan para pedagang eks Pasar Barito yang baru ini.

Menurut Djojodipuro (1992 : 41), bagi tempat seperti pasar, lokasi sangat dipengaruhi olehnya. Pada dasarnya lokasi erat kaitannya dengan nilai strategis suatu wilayah dan memiliki peran yang penting dalam perkembangan suatu wilayah. Dalam pembangunan suatu pasar perlu ditetapkan lokasi yang memberikan tingkat keterjangkauan atau aksesibilitas yang optimal. Contohnya seperti kemudahan para calon pembeli untuk mendatangi tempat berjualan para pedagang.

Teori lokasi dari Weber dalam Daldjoeni (1997 : 61) dinamakan juga *Least Cost Location*, yaitu membuat biaya transportasi menjadi minimal. Tujuan utama dari teori itu adalah guna menemukan setiap pabrik atau industri, lokasi optimal (*optimum location*) yaitu lokasi yang terbaik secara ekonomis. Maksud dari lokasi yang terbaik itu adalah lokasi yang memberikan keuntungan maksimal, keuntungan tertinggi akan diperoleh apabila biaya yang paling rendah sedangkan pendapatan menjadi paling tinggi.

Menurut Christaller dalam Nursid (1988 : 128), lokasi atau tempat yang sentral seperti pasar memiliki kekuatan pengaruh yang berbeda dan memiliki hierarki K = 3. Hierarki K = 3, yang merupakan kesatuan antara tempat sentral yang bersangkutan dengan region komplementernya merupakan kasus pasar yang optimum yang merupakan kawasan penyebaran dan penyediaan barang-barang dari tempat sentral ke tempat-tempat penyaluran barang. Tapi penerapan teori ini tidak bisa dilakukan secara mutlak karena harus melalui modifikasi-modifikasi sesuai dengan kondisi wilayah yang dievaluasi.

Jika melihat ketiga pemaparan para ahli di atas tentu lokasi tempat berjualan pedagang eks Pasar Barito yang baru bisa dikatakan tidak berada di lokasi yang tepat. Ketidak cocokan lokasi ini dapat dilihat dari aksesibilitas dari jalan utama, biaya transportasi yang semakin tinggi bagi para calon konsumen serta tempat berjualan yang baru ini tidak berada di lokasi yang sentral. Jadi kebijakan relokasi tempat berjualan seakan-akan menjadi buah simalakama bagi para pedagang eks Pasar Barito. Padahal niat awal dari Pemkot Jakarta Selatan adalah memberikan *win-win solution* bagi semua pihak.

Kebijakan relokasi tempat berjualan adalah pilihan kebijakan yang dalam kenyataan dapat mengurangi pendapatan pedagang yang direlokasi. Sebab pada kenyataannya lokasi yang baru menyebabkan kurangnya partisipasi para calon konsumen. Pada perkembangan selanjutnya baik dari pihak pemerintah maupun pengelola tidak ada perhatian yang lebih serius lagi untuk mengembangkan lokasi tempat berjualan baru para pedagang eks Pasar Barito yang sekarang bertempat di Pasar Inpres Radio Dalam. Padahal potensi yang dimiliki pasar ini sangat menjanjikan bila dikelola dengan baik. Melihat beberapa kenyataan tersebut maka kiranya peneliti merasa penting untuk meneliti tentang Perbedaan Karakteristik Sosial Ekonomi Pedagang Setelah Relokasi Tempat Berjualan yang peneliti fokuskan kepada kasus Pedagang eks Pasar Barito di Pasar Inpres Radio Dalam Jakarta Selatan.

1. **Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasikan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Kebijakan Ruang Terbuka Hijau menimbulkan pembongkaran tempat-tempat umum di Jakarta.
2. Relokasi tempat berjualan pedagang eks Pasar Barito ke Pasar Inpres Radio Dalam akibat pengembalian fungsi lahan untuk dijadikan Ruang Terbuka Hijau.
3. Kurang strategisnya relokasi tempat berjualan pedagang eks Pasar Barito ke Pasar Inpres Radio Dalam.
4. Kurangnya perhatian pengelola yaitu PD Pasar Jaya dalam upaya pengembangan lokasi tempat berjualan baru pedagang eks Pasar Barito.
5. Perbedaan karakteristik sosial ekonomi pedagang eks Pasar Barito setelah relokasi tempat berjualan dari Taman Ayodya, Jalan Barito ke Pasar Inpres Radio Dalam.
6. **Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada perbedaan karakteristik sosial ekonomi pedagang setelah relokasi tempat berjualan, yang akan peneliti fokuskan kepada pedagang eks Pasar Barito di Pasar Inpres Radio Dalam Jakarta Selatan.

1. **Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah apa saja perbedaan karakteristik sosial ekonomi yang terjadi pada pedagang eks Pasar Barito setelah relokasi tempat berjualan dari Jalan Barito ke Pasar Inpres Radio Dalam Jakarta Selatan?

1. **Kegunaan Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini diharapkan berguna untuk:

1. Bagi peneliti: dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang perbedaan karakteristik sosial ekonomi pedagang eks Pasar Barito di Pasar Inpres Radio Dalam setelah relokasi tempat berjualan dan bermanfaat untuk peneliti selanjutnya yang berniat untuk meneliti masalah ini kembali.
2. Bagi masyarakat: memberi informasi bagi masyarakat terhadap keberadaan Pasar Inpres Radio Dalam sebagai lokasi tempat berjualan yang baru bagi pedagang eks Pasar Barito serta menjadi bahan masukan kepada pembaca dalam hal pengembangan usaha kecil dan menengah, khususnya yang berminat menggeluti bidang bunga hias dan ikan hias.
3. Bagi pengelola dan pemerintah: sebagai bahan masukan untuk melibatkan pedagang eks Pasar Barito dalam pengembangan tempat berjualan mereka yang baru agar tercipta hubungan kerja sama yang baik bagi semua pihak.