

BAB 2

TINJAUAN TENTANG PASAR

2.1. Pasar Tradisional

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, definisi dari pasar adalah tempat orang berjual beli, pekan. Sedangkan definisi tradisional adalah menurut tradisi (adat). Dengan demikian maka pasar tradisional dapat diartikan menjadi tempat orang berjual beli yang memiliki adat tertentu. Pasar tradisional memiliki ciri-ciri atau adat yang khas yaitu cara jual belinya yang masih tradisional dengan bertatap muka secara langsung antara pembeli dan penjual. Selain itu, pasar tradisional juga memiliki adat untuk tawar menawar antara penjual dan pembeli. Kedua adat di atas merupakan daya tarik terbesar bagi pasar tradisional dan membedakan pasar tradisional dengan pusat perbelanjaan modern. Meskipun masih terjadi proses tawar menawar, biasanya pasar tradisional menjual barang-barang dengan harga murah terutama apabila dibandingkan dengan barang-barang yang di jual di super market, toko-toko, maupun pusat perbelanjaan modern. Barang yang biasa diperjual belikan di pasar tradisional adalah bahan masakan, alat-alat rumah tangga, pakaian, dan lain sebagainya.

Pasar tradisional merupakan salah satu bentuk dari ruang publik karena para pengunjung bebas untuk keluar dan masuk ke dalam area pasar. Pasar merupakan ruang *internal public space* berdasarkan dari tipologi ruang publik. *Internal public space*, merupakan fasilitas yang disediakan oleh pemerintah berupa bangunan yang dapat diakses secara bebas oleh semua orang untuk keperluan yang beragam

tanpa adanya batasan tertentu.⁵ Selain itu, pasar juga termasuk ke dalam *positif space* berdasarkan tipologi fungsi ruang. *Positif space*, merupakan area yang bebas dikunjungi oleh masyarakat yang digunakan untuk kegiatan-kegiatan positif. Ruang publik jenis ini dikelola oleh pemerintah.⁶

2.2. Pasar Beringharjo Yogyakarta

Pasar Beringharjo merupakan pasar tradisional terbesar di Yogyakarta yang dimiliki oleh pemerintah kota Yogyakarta. “Ender Moiste Passer Op Java” merupakan sebutan orang Belanda untuk pasar Beringharjo yang artinya pasar terindah di Jawa.⁷



Gambar 2.1 Pasar Beringharjo
Sumber : www.jogjawair.com

⁵ Carmona, et al. 2003. *Public Places : Urban Space, the dimension of urban design*. Architectural Press. 111.

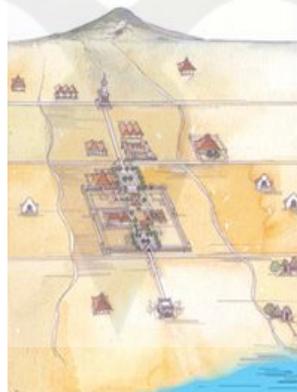
⁶ Carmona, et al. 2008. *Public Places : the management dimension*. Taylor&Francis Group. New York. 62.

⁷ Rizal J.J. 2012. *Menguak Pasar Tradisional Indonesia*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Direktorat Internalisasi Nilai dan Diplomasi Budaya, Direktorat Jenderal Kebudayaan. 65.

Pasar Beringharjo terletak di kawasan Malioboro yang merupakan suatu kawasan identitas di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jalan Malioboro seolah merupakan “garis imajiner” yang menghubungkan Kraton, Tugu, dan Gunung Merapi di sebelah utara. Salah satu tempat yang banyak dikunjungi oleh para wisatawan adalah pasar Beringharjo yang merupakan pasar tradisional yang cukup besar dan berlokasi di jalan Malioboro. “Bangunan pasar berkonstruksi beton ini merupakan pasar tertua yang keberadaannya mempunyai nilai historis dan filosofis yang tidak dapat dipisahkan dengan Keraton Yogyakarta” (sumber wisatamelayu.com).



Gambar 2.3 Jalan Malioboro
Sumber : wikimedia.org



Gambar 2.4 Kawasan malioboro yang berada di sumbu imajiner
Sumber : wikimedia.org

Secara administratif, pasar Beringharjo saat ini masuk dalam kelurahan Suryatmajan, Kecamatan Danurejan, Kotamadya Yogyakarta.¹⁰ Terdapat sedikitnya 7000 pedagang yang mencari pendapatan di pasar ini setiap harinya. Selain pedagang juga terdapat sekitar 500 buruh gendong dan puluhan tukang becak yang berusia antara 20 hingga 70 tahun mencari pendapatan dari kegiatan yang terjadi di pasar ini. Ditaksir setiap harinya terdapat 60.000 orang yang berkunjung ke pasar ini dan melonjak pada masa liburan dengan total pengunjung sebanyak 185.000 hingga 190.000 orang. Selain pusat jual beli, pasar Beringharjo juga menyedot wisatawan domestik dan mancanegara. Setiap tahunnya tercatat 2,25 juta wisatawan berkunjung ke Yogyakarta dan separuh dari wisatawan tersebut menyempatkan diri untuk berbelanja.¹¹

Ditafsirkan omzet penjualan di pasar Beringharjo adalah 10 milyar per hari dan melonjak 4x hingga 5x lipat pada masa liburan sekolah maupun liburan hari raya Idul Fitri. Produk unggulan yang diperdagangkan di pasar ini adalah batik. Banyaknya turis yang datang ke pasar ini membuat para pedagang menjadi fasih dalam membedakan pengunjung setempat maupun wisatawan sehingga harga barang yang diperdagangkanpun menjadi flexible atau berubah-ubah.¹²

Pasar ini merupakan salah satu pilar “catur tunggal” Keraton Yogyakarta atau “empat pilar yang menjadi satu.” Ketiga pilar yang lain adalah :

1. Keraton sebagai pusat pemerintahan.

¹⁰ Tavip, Mohammad. 1994. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta *Pasar induk di ibokata Kerajaan Mataram Islam : Tinjauan keletakan dan pengaruhnya terhadap perkembangan kota*. 29.

¹¹ Rizal J.J. 2012. *Menguak Pasar Tradisional Indonesia*. Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, Direktorat Internalisasi Nilai dan Diplomasi Budaya, Direktorat Jenderal Kebudayaan. 67.

¹² Rizal J.J. 2012. *Menguak Pasar Tradisional Indonesia*. Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, Direktorat Internalisasi Nilai dan Diplomasi Budaya, Direktorat Jenderal Kebudayaan. 68.

2. Alun-alun sebagai ruang publik.
3. Masjid sebagai tempat ibadah.¹³

Pasar Beringharjo dibangun semenjak masa kekuasaan Sri Sultan Hamengkubuwono I. Kurang lebih pada 1758, penguasa Yogyakarta memaklumkan lokasi pasar Beringharjo sekarang ini sebagai pasar.¹⁴ Bangunan awal pasar Beringharjo belum dapat diketahui, namun apabila dilihat dari peta tahun 1765, letak pasar saat ini merupakan lapangan luas berlumpur dan banyak ditumbuhi pohon beringin dan berada di timur jalan antara Keraton dan Tugu Pal Putih yang selanjutnya dimanfaatkan warga sekitar dengan mendirikan payon-payon sebagai peneduh.¹⁵ Bangunan pasar Beringharjo baru nampak pada peta tahun 1867. Bangunannya berupa los memanjang utara selatan sejajar dengan jalan di sebelah baratnya yaitu jalan antara Keraton dan Tugu Pal Putih.¹⁶ Pada 24 Maret 1925 pemerintah kolonial menunjuk *Nederlansch Indisch Beton Maatchapi* (perusahaan beton Hindia Belanda) untuk mendirikan los-los di lokasi tersebut. Setelah selesai satu tahun kemudian, Sri Sultan Hamengkubuwono VIII memberinya nama pasar Beringharjo yang berasal dari kata “beringin” yang berarti hutan beringin dan “harjo” yang berarti penerbit kesejahteraan. Pasar Beringharjo sempat mengalami rehab atau renovasi sebanyak 2x yaitu pada 1951

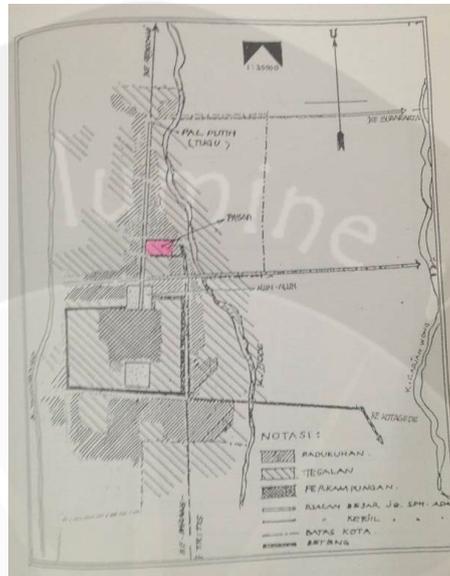
¹³ Rizal J.J. 2012. *Menguak Pasar Tradisional Indonesia*. Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, Direktorat Internalisasi Nilai dan Diplomasi Budaya, Direktorat Jenderal Kebudayaan. 67.

¹⁴ Rizal J.J. 2012. *Menguak Pasar Tradisional Indonesia*. Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, Direktorat Internalisasi Nilai dan Diplomasi Budaya, Direktorat Jenderal Kebudayaan. 67.

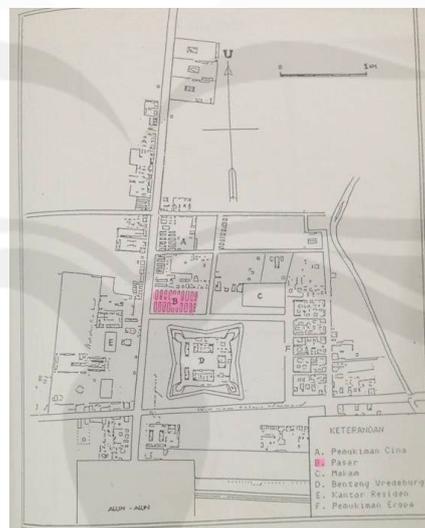
¹⁵ Tavip, Mohammad. 1994. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta *Pasar induk di ibokata Kerajaan Mataram Islam : Tinjauan keletakan dan pengaruhnya terhadap perkembangan kota*. 29.

¹⁶ Tavip, Mohammad. 1994. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta *Pasar induk di ibokata Kerajaan Mataram Islam : Tinjauan keletakan dan pengaruhnya terhadap perkembangan kota*. 28.

dan 1970. Kini pasar Beringharjo terbagi menjadi 2 bagian yaitu Beringharjo Timur dan Beringharjo Barat.¹⁷



Gambar 2.5 Peta Kota Yogyakarta tahun 1765
Sumber : Pasar induk di ibokata Kerajaan Mataram Islam, 1994



Gambar 2.6 Peta Kota Yogyakarta tahun 1867
Sumber : Pasar induk di ibokata Kerajaan Mataram Islam, 1994

¹⁷ Rizal J.J. 2012. *Mengungkap Pasar Tradisional Indonesia*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Direktorat Internalisasi Nilai dan Diplomasi Budaya, Direktorat Jenderal Kebudayaan. 67.

Pasar Beringharjo berdekatan dengan kawasan kampung Ketandan yang merupakan kawasan pecinan semenjak akhir abad ke 19. Kawasan ini terbentuk karena adanya peraturan yang membatasi pergerakan (*passenttsel*) dan membatasi wilayah (*wijkerttsel*) bagi kaum tionghoa yang diterapkan oleh pemerintah kolonial Belanda. Sejak 2006 pada kampung ini diadakan “Pekan Budaya Tionghoa” untuk merayakan Imlek. Kampung pecinan menjadi identitas dari kawasan ini dengan arsitektur Tionghoa yang sangat kental dan mayoritas penduduknya yang melakukan perdagangan.¹⁸

Terjadi penurunan omzet hingga 40% sejak setelah tahun 1990 karena mulai berkembangnya mall dan supermarket. Pada buku “Menguak Pasar Tradisional Indonesia” disebutkan bahwa pasar Beringharjo termasuk ikon sejarah dan pariwisata yang menyumbangkan pendapatan untuk kas daerah.¹⁹

¹⁸ Rizal J.J. 2012. *Menguak Pasar Tradisional Indonesia*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Direktorat Internalisasi Nilai dan Diplomasi Budaya, Direktorat Jenderal Kebudayaan. 75.

¹⁹ Rizal J.J. 2012. *Menguak Pasar Tradisional Indonesia*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Direktorat Internalisasi Nilai dan Diplomasi Budaya, Direktorat Jenderal Kebudayaan. 75.

lain sehingga menjadikannya sebagai suatu fenomena perubahan bentuk. Perubahan ini tentunya berkaitan dengan adanya perubahan persepsi yang terbentuk dari para pedagang pasar. Hal yang perlu dipertanyakan adalah bagaimana persepsi pedagang pasar terhadap perubahan ruang yang terjadi atau dilakukan?

Pada bangunan dalam pasar Beringharjo dibagi ke dalam los-los/kios-kios dengan ukuran yang berbeda-beda. Kepemilikan dari los/kios merupakan milik dari pemerintah kota namun para pedagang dapat membeli hak guna area/ hak guna los/kios terhadap pemerintah kota melalui Dinas Pasar. Dengan adanya hak guna area/los.kios yang bersifat pribadi ini maka bentuk dari los/kios pasar yang pada mulanya seragam, mengalami perubahan sedikit demi sedikit dari waktu ke waktu sesuai dengan fungsi dari masing-masing los/kios. Perubahan los/kios yang tidak terlalu signifikan tentunya tidak akan banyak mempengaruhi tampilan fisik dalam bangunan pasar. Namun, baru-baru ini tampak perubahan yang cukup signifikan pada bentuk los/kios pasar khususnya pada kelompok area los/kios yang difungsikan untuk memperdagangkan bahan kain atau tekstil. Perubahan yang cukup signifikan ini tentunya mempengaruhi budaya tata produk pada los/kios.



Gambar 2.10 Tampilan los/kios lama saat dibuka (dilihat dari depan)
Sumber : Dokumentasi pribadi, 2014



Gambar 2.11 Tampilan los/kios baru saat dibuka (dilihat dari depan)
Sumber : Dokumentasi pribadi, 2014



Gambar 2.12 Tampilan los/kios lama saat dibuka (dilihat dari samping)
Sumber : Dokumentasi pribadi, 2014



Gambar 2.13 Tampilan los/kios baru saat dibuka (dilihat dari samping)
Sumber : Dokumentasi pribadi, 2014



Gambar 2.14 Tampilan los/kios lama saat sedang ditutup
Sumber : Dokumentasi pribadi, 2014



Gambar 2.15 Tampilan los/kios baru saat sedang ditutup
Sumber : Dokumentasi pribadi, 2014

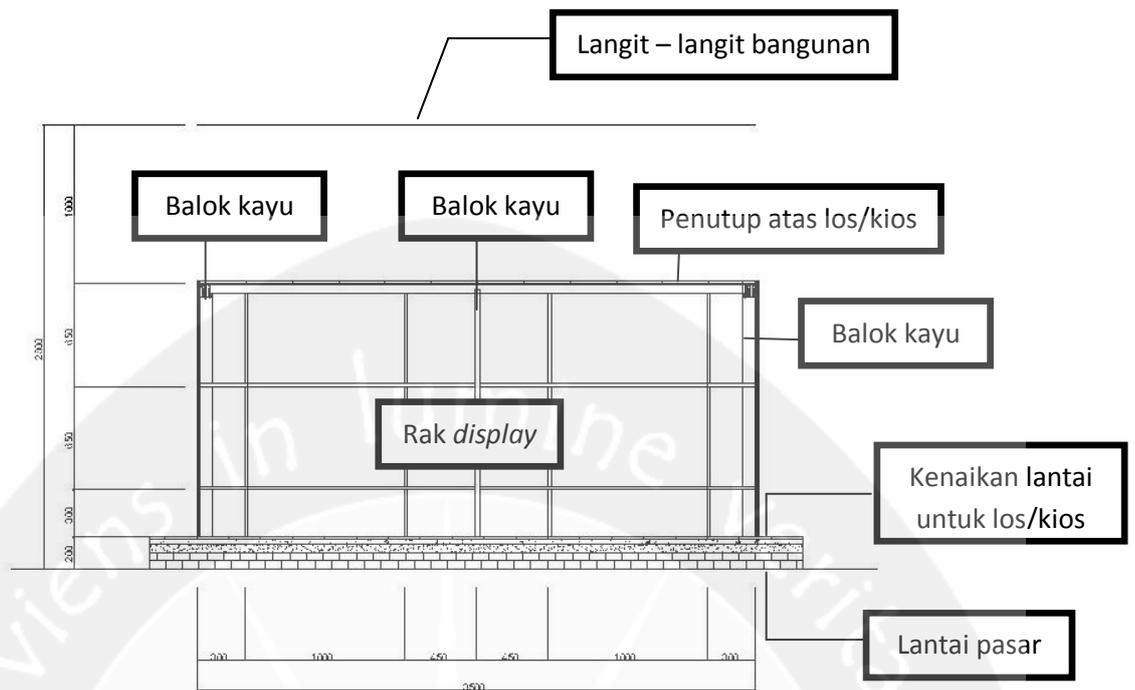


Gambar 2.16 Tampilan los/kios lama saat tutup sempurna
Sumber : Dokumentasi pribadi, 2014

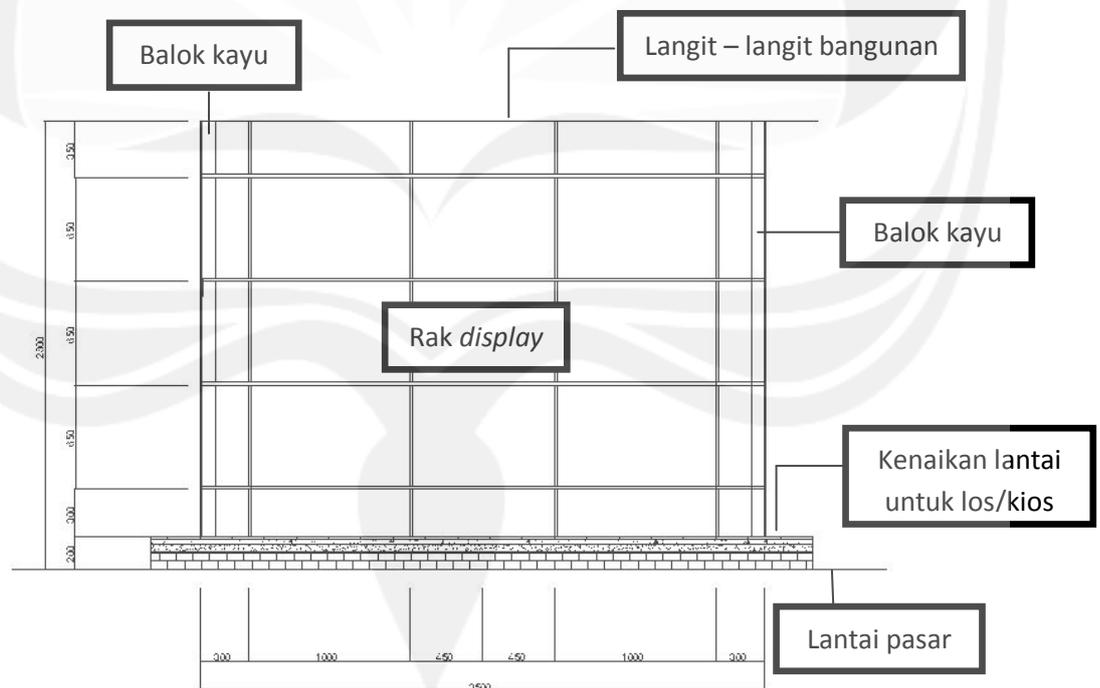


Gambar 2.17 Tampilan los/kios baru saat tutup
Sumber : Dokumentasi pribadi, 2014

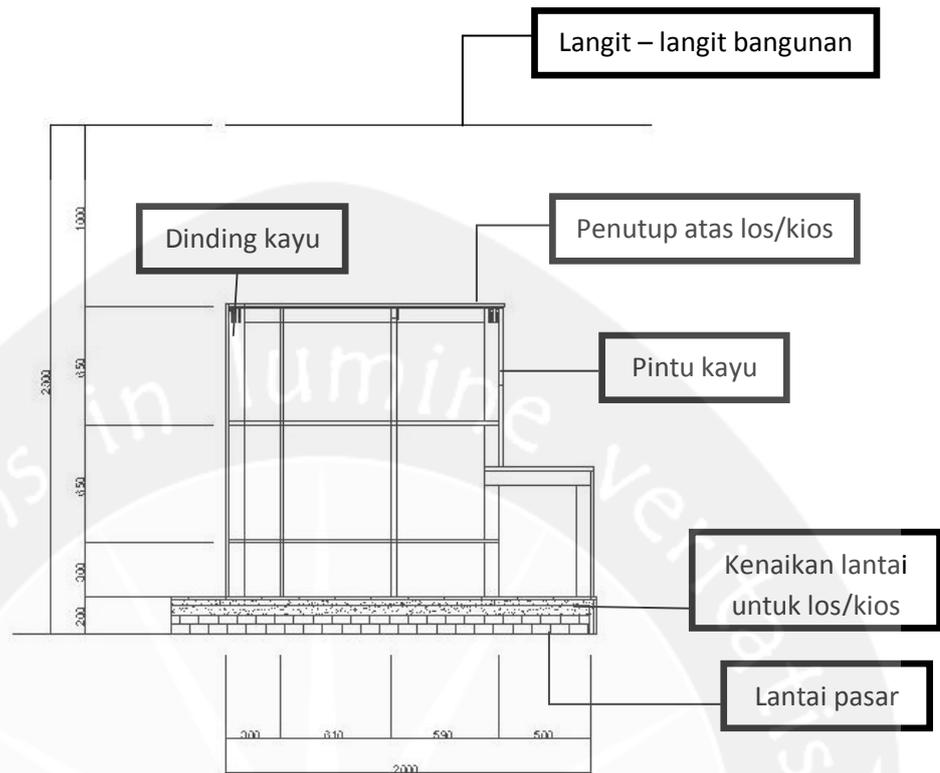
Setelah dilakukan pengamatan singkat di lapangan, didapatkan perbedaan yang cukup signifikan antara los/kios pasar yang telah mengalami perubahan bentuk dengan los/kios pasar yang masih asli dan bersifat tradisional. Pada los/kios pasar yang telah mengalami perubahan bentuk, terjadi pelebaran area los/kios yang bersifat ke atas dan menyebabkan terjadinya invasi ruang. Pada area yang terletak di bagian atas los/kios yang tadinya merupakan ruang terbuka menjadi bagian dari area los/kios dan tertutupi sepenuhnya hingga ke bagian langit-langit bangunan pasar.



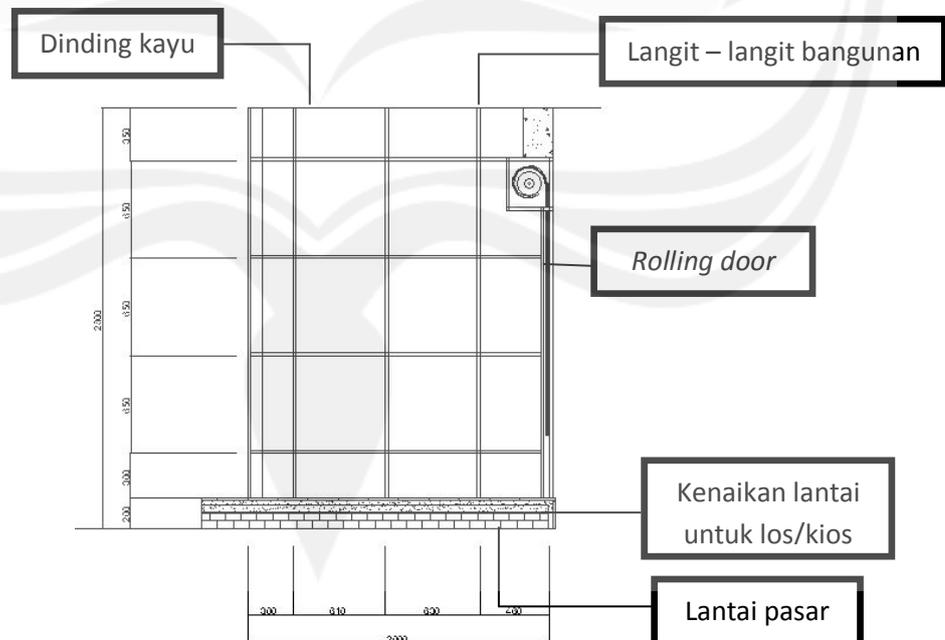
Gambar 2.18 Potongan Tampak Depan los/kios lama
 Sumber : Dokumentasi pribadi, 2014



Gambar 2.19 Potongan Tampak Depan los/kios baru
 Sumber : Dokumentasi pribadi, 2014



Gambar 2.20 Potongan Tampak Samping los/kios lama
 Sumber : Dokumentasi pribadi, 2014



Gambar 2.21 Potongan Tampak Samping los/kios baru
 Sumber : Dokumentasi pribadi, 2014

Kebanyakan pedagang tekstil di pasar Beringharjo sudah menggeluti usaha tersebut sejak puluhan tahun lalu dan diteruskan secara turun temurun kepada anak cucu mereka. Berdagang tekstil merupakan usaha yang memerlukan pengalaman bertahun-tahun karena banyaknya jenis barang yang diperdagangkan dan perkembangan dunia mode yang sangat cepat. Persaingan pada usaha tekstil juga dikenal sangat sengit karena antara satu pedagang dengan pedagang lain biasanya memperdagangkan barang-barang yang relatif sama.

