

POLA AKTIVITAS PERDAGANGAN DAN PERSEPSI PEDAGANG TERHADAP LOKASI STRATEGIS DI SEKITAR TAMAN KOTA 1 BSD

¹Utami Gendis Setyorini, ²Hafid Setiadi

¹Mahasiswa dan ²Dosen Program Studi Geografi
Universitas Indonesia
Email : utami.gendis@sci.ui.ac.id

ABSTRAK

Taman Kota 1 BSD dan Masjid Al-Azhar Asy-Syarif saat ini berada pada kompleks Yayasan Al-Azhar BSD yang merupakan bagian dari BSD City yang terletak di Kelurahan Lengkong Gudang Timur, Kecamatan Serpong. Kedua tempat tersebut bekerja sebagai pusat kegiatan karena berbagai macam kegiatan dapat dilakukan di dalamnya, sehingga daerah disekitarnya dapat dimanfaatkan masyarakat dan menjadi ruang publik. Walaupun Masjid Al-Azhar tidak setiap saat dapat dikatakan sebagai ruang publik karena pada hari-hari biasa hanya para siswa/i dan guru yang berada di dalam yayasan kompleks dan dapat beraktivitas di dalam masjid. Kedua tempat ini, yang berubah menjadi ruang publik menarik pedagang di hari libur. Hal ini dikarenakan pengunjung pada kedua pusat kegiatan tersebut meningkat di hari libur. Serupa pasar kaget, para pedagang telah mulai 'menggelar' dagangannya dari pagi sampai siang hari. Para pedagang ini diberikan akses menggunakan fasilitas yang tersedia sesuai kebutuhannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola aktivitas perdagangan dan persepsi pedagang terhadap lokasi strategis tempat ia berdagang. Metode dalam penelitian ini menggunakan coding dan menggunakan pendekatan storytelling untuk menganalisis pola aktivitas perdagangan dan persepsi pedagang terhadap lokasi strategis. Pola aktivitas perdagangan yang muncul cenderung mempengaruhi hubungan sosialnya dan berdampak pada persepsi pedagang terhadap lokasi strategis tempat ia berdagang.

Kata Kunci: Ruang Publik, Pedagang, Pola Aktivitas, Persepsi

PENDAHULUAN

Bumi Serpong Damai (BSD) atau BSD City adalah salah satu kota terencana di Indonesia yang terletak di Kecamatan Serpong, Tangerang Selatan yang diresmikan pada 16 Januari 1989. BSD City merupakan kota terencana dengan total luas lahan terbesar di Indonesia, sebesar 6000 hektar. Pada tahun 2005 kota ini telah memiliki 100.000 penduduk. Selain itu, BSD City juga merupakan kota satelit dari Jakarta yang pada awalnya ditujukan untuk menjadi kota mandiri, di mana semua fasilitas tersedia di kota tersebut termasuk kawasan industri, perkantoran, perdagangan, pendidikan, rekreasi dan pemukiman.

Adanya tempat rekreasi dalam suatu kota sebagai ruang publik mendorong berbagai aktivitas dan interaksi sosial. Salah satu tempat rekreasi yang dimaksud adalah Taman Kota 1 BSD. Taman kota sebagai ruang publik menurut Wiryomartono (2002) adalah ruang milik bersama yang selayaknya dibina dan menjadi aset yang memberikan nilai tambah berupa karakter tersendiri bagi lingkungan perkotaan sehingga didalamnya terdapat aktivitas dan interaksi sosial. Hal ini sejalan dengan definisi ruang publik dalam jurnal berjudul *Social Interactions In Urban Public Place* oleh Holland, Clark, Katz, & Peace (2007), "*public spaces regarded as democratic because everybody can use them: places that, rhetorically at least, allow 'community' to exist and flourish*". Pernyataan tersebut mengatakan bahwa ruang publik adalah ruang demokrasi di mana siapapun dapat menggunakannya dan memberi kesempatan untuk 'komunitas' muncul dan berkembang.

Aktivitas dan interaksi sosial yang muncul dalam taman sebagai ruang publik seperti berolahraga, bermain, piknik dan lainnya. Aktivitas dan interaksi sosial yang ada tidak terbatas pada ruang tersebut, namun juga pada ruang disekitarnya. Oleh karena itu, tentu terdapat perbedaan antara pedagang yang memiliki ‘lapak’ tetap dan berdagang setiap hari dengan pedagang yang berada di sekitar masjid dan taman kota ini. Selain itu, tentu adapula perbedaan persepsi pedagang terkait lokasi strategis dengan teori yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola aktivitas perdagangan dan persepsi pedagang terhadap lokasi strategis di sekitar taman kota dan depan masjid.

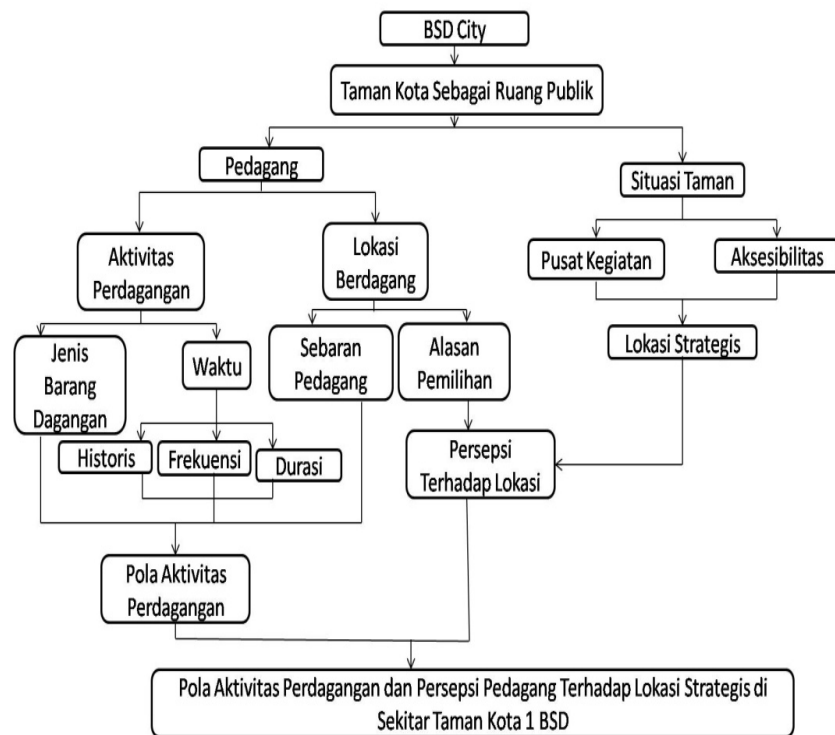
METODE PENELITIAN

Wilayah penelitian ini mengambil tempat di BSD City. BSD City yang memiliki luas lahan 6000 hektar ini memiliki dua taman kota. Penelitian ini berfokus di sekitar Taman Kota 1 BSD. Taman kota tersebut berada di bagian timur dari Perumahan Giri Loka 3. Pada bagian selatan berbatasan dengan Ci Ater dan Masjid Al-Azhar Asy-Syarif. Terletak pada jalan arteri yang terhubung dengan jalan kolektor, Jalan Amarilis. Jalan tersebut menghubungkan Masjid Al-Azhar Asy-Syarif serta kompleks Yayasan Al-Azhar BSD dengan jalan utama. Terdapat jembatan gantung pada bagian belakang taman yang menghubungkan jalan depan masjid (Jalan Amarilis) dengan bagian dalam taman dan dapat dikatakan sebagai jalan alternatif. Lebih lanjut, pada gambar di bawah ini bagian yang diberi tanda ‘x’ merupakan titik lokasi penelitian.



Gambar 1. Lokasi Penelitian Sumber: Pengolahan data, 2018

Dalam penelitian ini, alur pikir yang digunakan dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 2. Alur Pikir Penelitian

Berdasarkan alur pikir tersebut, maka penelitian ini menggunakan dua jenis data. Data yang dimaksud adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapat langsung dari lapangan seperti, observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder seperti studi literatur digunakan untuk menunjang hasil penelitian yang dicocokkan dengan teori yang ada. Oleh karenanya, penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan kajian geografi manusia yang bertujuan untuk melihat pola aktivitas pedagang yang muncul di sekitar taman kota dan melihat persepsi pedagang terhadap lokasi strategis. Kemudian, sesuai pernyataan Menurut Bungin dalam Yustianty (2012) ada beberapa tahapan dalam penelitian kualitatif. Tahapan dalam penelitian kualitatif ini meliputi berbagai tahapan berpikir kritis-ilmiah yang dimulai peneliti dengan berpikir induktif, menangkap berbagai fakta atau fenomena-fenomena sosial, melalui pengamatan langsung di lapangan dan melakukan analisis untuk kemudian melakukan teorisasi berdasarkan apa yang diamati.

Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini menggunakan *coding* untuk menganalisis verbatim yang didapat dari hasil wawancara. *Coding* atau pengkodean menurut Zaldana (2009), “A code in qualitative inquiry is most often a word or short phrase that symbolically assigns a summative, salient, essence-capturing, and/or evocative attribute for a portion of language-based or visual data”. Secara lebih sederhana, *coding* berarti mengambil atau menonjolkan pesan yang memuat esensi suatu segmen data. Hal ini memudahkan untuk melakukan pengolahan data lebih lanjut. Data yang didapat dari *coding* seperti data demografi informan (nama/inisial, pekerjaan, jenis kelamin, dan usia), waktu berdagang di lokasi tersebut (historis, frekuensi/intensitas dan durasi) dan persepsi terhadap lokasi strategis. Selain itu, juga dilakukan *plotting* menggunakan aplikasi *LocusMap* untuk memperkirakan titik pedagang.

Penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *storytelling* untuk dapat lebih menjelaskan hasil wawancara yang telah diolah dengan *coding*. Pendekatan *storytelling* berarti peneliti menjadi bagian dari fenomena atau kejadian tersebut. Hal tersebut sejalan dengan maksud pernyataan berikut, “stories are a universal language and allow researchers to investigate elements of the human psyche, discover the meaning of human existence and appraise our own

individual purpose within it" (Booker, 2004). Pernyataan tersebut didukung oleh Bennett, J. A dan Detzner, D. F. (1997) yang menyatakan, "*storytelling also allows the researcher to investigate the constructed meanings of consumers in the present but as they relate to the past*".

Selanjutnya, jumlah informan yang berhasil didapatkan pada penelitian ini adalah sembilan orang. Hal ini terjadi karena jawaban informan mulai serupa dan tidak diketahui dengan pasti jumlah populasi yang ada sehingga wawancara dicukupkan. Dalam menentukan objek dan informan penelitian ini menggunakan cara berpikir induktif yang telah dijelaskan sebelumnya sehingga kriteria dari objek dan informan yaitu, pedagang yang secara rutin berdagang di lokasi penelitian dan memiliki tanda pengenalan dari pengurus masjid.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pola Aktivitas Perdagangan

Pola merupakan keteraturan dari ketidakaturan. Hal ini ditunjukkan dari munculnya para pedagang di sekitar taman dan depan masjid yang terlihat tidak teratur, namun membentuk suatu keteraturan pada waktu-waktu kemunculannya. Keteraturan yang ditunjukkan berasal dari kegiatan yang dilakukan berulang dan terus menerus muncul di lokasi yang sama. Pedagang yang dalam waktu-waktu tertentu berdagang di sekitar taman kota dan depan masjid tentu memiliki pola yang berbeda dengan pedagang yang berdagang setiap hari. Hal tersebut menjadi sesuatu yang dapat diamati sebagai pola aktivitas perdagangan.

Pada pedagang yang berdagang disekitar taman kota dan depan masjid, pola aktivitas yang dilihat adalah berdasarkan waktu berdagang yang meliputi waktu historis (sejak kapan), frekuensi/intensitas serta durasi (berapa lama berdagang di lokasi yang sama dalam sehari) dan jenis barang dagangan. Jenis barang dagangan yang didapat dari hasil *plotting* dikelompokkan dalam lima klasifikasi seperti baju, makanan (termasuk minuman), aksesoris (untuk kerudung dan gawai), mainan (termasuk yang disewakan) dan lainnya (klomang, sepatu, jam tangan dan tidak termasuk dalam baju/makanan/aksesoris/mainan). Lebih lanjut, pada waktu historis, frekuensi/intensitas dan durasi kembali dibagi dalam dua kelompok. Pada historis pengelompokan antara pedagang yang baru berdagang satu sampai tiga tahun dengan pedagang yang sudah lebih dari atau sama dengan empat tahun ke belakang. Pada waktu frekuensi/intensitas dikelompokkan menjadi hanya pada hari Minggu dan pada hari Sabtu-Minggu. Sedangkan durasi pedagang mulai pada waktu yang sama yaitu pukul enam pagi namun dengan waktu tutup yang berbeda pada pukul duabelas siang dan pukul tiga siang. Secara lebih rinci dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Pola Aktivitas Perdagangan

Waktu			Jenis Barang
Historis	Frekuensi	Durasi	
1-3 tahun	Tiap Sabtu dan Minggu	Dari pukul 6 pagi sampai sekitar jam 3 siang	Baju
			Makanan (termasuk minuman)
			Mainan (termasuk sewa mainan)
>= 4 tahun	Pada hari Minggu	Dari pukul 6 pagi sampai sekitar pukul 12 siang	Aksesoris (aksesoris rambut dan kerudung)
			Lainnya (botol minum, sepatu, kelomang, yang tidak termasuk ke dalam baju / makanan / mainan / aksesoris)

Sumber: Pengolahan Data, 2018

Berdasarkan tabel diatas, maka didapatkan pedagang yang termasuk dalam pedagang baru (satu sampai tiga tahun terakhir) dan pedagang lama (sama dengan atau lebih dari empat tahun). Sketsa waktu historis dapat dilihat pada gambar berikut.

Pada pedagang dengan frekuensi/intensitas berdagang di hari Sabtu dan Minggu (yang termasuk dalam area berwarna biru) cenderung juga tutup lebih lama atau memiliki durasi berdagang yang lebih panjang yaitu saat dagangannya habis atau maksimal pada pukul tiga siang. Sedangkan pedagang yang hanya berdagang di hari Minggu (pedagang dalam area berwarna hijau) memiliki durasi yang lebih cepat atau tutup pada pukul duabelas siang. Kedua kelompok pedagang ini memiliki jam buka yang sama yaitu pukul enam pagi karena menggunakan salah satu fasilitas yang disediakan pengurus masjid berupa meja namun memiliki waktu tutup yang berbeda.

Jika kedua sketsa ini digabungkan akan menunjukkan beberapa titik pedagang yang memiliki waktu historis yang sama ternyata dapat memiliki frekuensi/intensitas dan durasi yang berbeda. Walaupun waktu historis cenderung berpengaruh pada frekuensi/intensitas dan durasinya. Hal ini ditunjukkan dalam salah satu pernyataan informan berikut ini.

"udah sepuluh tahun. Diluar baru dua taunan, biasanya cuma didalem aja"
"ya sampe abis" – TS (48 tahun), pedagang susu bermacam rasa.

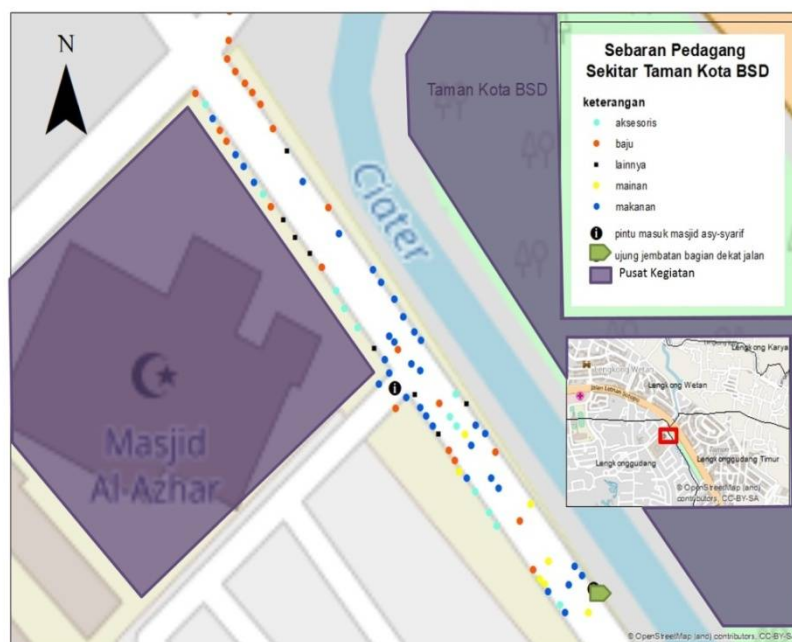
Oleh karenanya, pernyataan diatas menunjukkan pengalamannya (*history*) berdagang selama sepuluh tahun memungkinkan baginya untuk dapat berdagang di hari Sabtu dan Minggu serta tutup maksimal pada pukul tiga siang. Secara lebih jelas dibawah ini merupakan sketsa dari waktu berdagang.



Gambar 4. Sketsa Waktu Berdagang
Sumber: Pengolahan data, 2018

Terlihat bahwa tidak semua yang memiliki waktu historis lebih lama memiliki frekuensi/intensitas dan durasi yang sama pula. Hal ini juga dipengaruhi pengalamannya seperti, pedagang baju yang walaupun memiliki waktu historis lebih lama namun tetap hanya berdagang di hari Minggu dan tutup pukul duabelas siang. Adapula yang memang memanfaatkan waktu historisnya untuk menambah waktu frekuensi/intensitas dan durasi berdagang. Hal tersebut ditunjukkan pada bagian area biru yang bertampalan dengan area yang dibatasi garis warna kuning.

Selanjutnya, melihat pola aktivitas perdagangan berdasarkan jenis barang dagangan yang terbagi atas baju, makanan (termasuk minuman), aksesoris (untuk kerudung dan gawai), mainan (termasuk yang disewakan) dan lainnya (klomang, sepatu, jam tangan dan tidak termasuk dalam baju/makanan/aksesoris/mainan). Kecenderungan pengelompokan jenis barang dagangan yang sama muncul karena waktu historisnya. Beberapa pedagang makanan yang berkumpul pada dekat-dekat pintu masuk memiliki pengalaman (*history*) dalam menargetkan pembeli. Salah satunya keyakinan bahwa kebutuhan untuk makan atau calon pembeli makanan atau minuman cenderung perlu yang langsung dan cepat. Oleh karenanya, mereka cenderung mengelompok di bagian dekat pintu masuk. Berbeda dengan jenis barang dagangan seperti baju atau mainan yang mencari 'lapak-lapak' yang sedikit lebih luas. Hal ini dikarenakan perlunya menunjukkan barang dagangan sehingga pengunjung dapat memilih dan membeli apa yang diinginkannya. Sebaran pedagang berdasarkan hasil *plotting* lapangan dan menunjukkan kecenderungan mengelompok dapat dilihat dalam sketsa berikut ini.



Gambar 5. Sketsa Sebaran Pedagang Berdasarkan Jenis Barang Dagangan
Sumber: Pengolahan data, 2018

Titik berwarna biru tua merupakan pedagang makanan terlihat cenderung berada dekat pintu masuk masjid maupun pintu masuk taman (jembatan gantung). Pedagang baju yang disimbolkan dalam titik berwarna merah menempati bagian yang agak jauh dari pintu masuk. Sedangkan pedagang aksesoris sebagai pedagang komplementer berada di sekitar pedagang yang menjadi komplementernya seperti pedagang aksesoris kerudung berada dekat pedagang baju gamis.

Berbeda dengan mainan atau barang lainnya ((klomang, sepatu, jam tangan dan tidak termasuk dalam baju/makanan/aksesoris/mainan) yang mencari 'lapak-lapak' yang sedikit lebih luas. Hal ini juga akan mempengaruhi persepsinya terhadap lokasi strategis yang akan dibahas pada sub-bagian berikutnya.

B. Persepsi Pedagang Terhadap Lokasi Strategis

Para pedagang yang pada akhirnya berdagang di sekitar taman kota dan depan masjid semula telah memiliki persepsi bahwa tempat tersebut dapat digunakan sebagai tempat kegiatan ekonomi sehingga akhirnya memutuskan untuk membuka 'lapak'-nya di tempat tersebut. Menurut Dwi dalam Bilondatu (2013) yang menyatakan bahwa persepsi berarti proses yang membuat seseorang untuk memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan rangsangan-rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya. Beberapa pedagang meyakini bahwa harga sewa lahan yang murah, aksesibilitas yang baik serta dekat dengan kegiatan atau aktivitas masyarakat menjadikan suatu lokasi strategis.

Hal ini berbeda dengan lokasi strategis menurut Maulidiyah & Idajati (2016) di mana lokasi yang strategis adalah yang memiliki kriteria seperti aksesibilitas, visibilitas, sewa lahan yang murah, ketersediaan air bersih dan dekat dengan kegiatan masyarakat. Oleh karenanya, dengan membandingkan persepsi pedagang dan teori yang ada terdapat dua bagian yaitu, lokasi paling strategis dan lokasi strategis. Lebih lanjut, di bawah ini merupakan sketsa dari perbandingan keduanya.



Gambar 6. Sketsa Lokasi Strategis Berdagang Sumber: Pengolahan data, 2018

Berdasarkan gambar, area yang berwarna merah merupakan lokasi paling strategis dan area berwarna biru merupakan lokasi strategis. Hal tersebut dikarenakan berdasarkan teori terdapat kriteria seperti visibilitas dan ketersediaan air bersih selain hal yang sama berdasarkan persepsi pedagang yang menentukan suatu lokasi strategis dari lokasi lainnya. Oleh karena itu, pada sketsa area berwarna merah bertampalan dengan area berwarna biru. Di mana area berwarna merah memiliki tambahan kriteria seperti visibilitas dan ketersediaan air bersih.

KESIMPULAN

Pada penelitian ini, terlihat bahwa pola aktivitas perdagangan berdasarkan waktu dan jenis barang dagangan cenderung dipengaruhi waktu secara historis. Walaupun tidak semua pedagang memanfaatkan waktu historisnya untuk memiliki frekuensi/intensitas dan durasi yang lebih lama. Berdasarkan waktu historis pula muncul pengelompokan jenis barang dagangan. Hal ini terlihat pada banyaknya pedagang makanan yang berkumpul di depan pintu masuk. Sedangkan persepsi pedagang terhadap lokasi strategis tidak terlalu jauh berbeda dengan teori yang ada.

Penelitian ini, masih dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan variabel lain untuk melihat pola aktivitas perdagangannya. Selain itu, penggunaan sudut pandang alin seperti dari pengurus masjid atau pembeli mungkin dapat memberi persepsi yang berbeda terhadap apa yang sudah ada. Terakhir, merupakan saran untuk pengurus masjid untuk memberi pengawasan terhadap para pedagang. Hal ini dapat menjadi keuntungan untuk pedagang maupun masjid karena keberadaan pedagang mungkin menarik pengunjung lebih banyak ke taman kota atau masjid dan pedagang mungkin mendapat fasilitas yang lebih baik dari masjid.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, R. (2013). *Kualitas Taman Kota Sebagai Ruang Publik di Kecamatan Kebayoran Baru*. Universitas Indonesia.
- Andriani, F. (2016). Persepsi Pedagang Kaki Lima Terhadap Penertiban Yang Dilakukan Oleh Pemerintah Kota Pekanbaru, Studi Kasus Di Jl. HR. Soebrantas Kecamatan Tampan). *Jom Fisip*, 3(2), 1–15.
- Bennett, J. A and Detzner, D. F. (1997). Loneliness in cultural context: A look at the life history narratives of older Southeast Asian refugee women In Lieblich, A. and R, Josselson (Eds), *The Narrative Study of Lives, Vol 5*, Thousand Oaks, CA, Sage.
- Bilondatu, M. R. (2013). Motivasi, Persepsi, Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sepeda Motor Yamaha Di Minahasa. *710 Jurnal EMBA*, 1(3), 710–720.
- Booker, C. (2004). *The Seven Basic Plots: Why We Tell Stories*. Bloomsbury Publishing.
- Holland, C., Clark, A., Katz, J., & Peace, S. (2007). Social Interactions In Urban Public Places. *The Open University*, 12(1), 1–84. <https://doi.org/10.1186/1745-6215-12-264>.
- Maulidiyah, F. D. A., & Idajati, H. (2016). Faktor yang Mempengaruhi Kriteria Lokasi Berdagang Pedagang Kaki Lima Berdasarkan Preferensi Pedagang Kaki Lima di Kawasan. *Jurnal Teknik ITS*, 5(2), 145–150.
- Uthama, I. B. P. A. (2003). *Upay Peningkatan Pemanfaatan Taman Kota di Kota Tabanan*. Universitas Udayana.
- Wirjomartono, B. P. (2002). *Urbanitas dan Seni Bina Perkotaan*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Yustianty, A. (2012). *Pola Keruangan Yang Terbentuk Pada Proses Belanja Online (Studi Kasus di Kota Depok)*. Universitas Indonesia.
- Zaldana, J. (2005). *The Coding Manual for Qualitative Researchers*. London: Sage Publication.