

PERKEMBANGAN PASAR CIPULIR JAKARTA

1989-2020

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Pendidikan Pada Jurusan FIS UNP



OLEH

SULTHON NAQUEIN

19046130

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SEJARAH

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2023

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PERKEMBANGAN PASAR CIPULIR JAKARTA

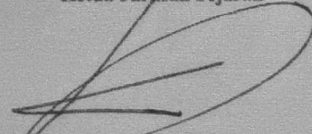
1989-2020

Nama : Sulthon Naquein
BP/NIM : 2019/19046130
Program Studi : Pendidikan Sejarah
Jurusan : Sejarah
Fakultas : Ilmu Sosial

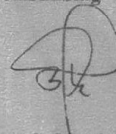
Padang, September 2023

Disetujui Oleh :

Ketua Jurusan Sejarah


Dr. Rusdi, M. Hum
NIP.19640315992031002

Pembimbing


Drs. Zul Asri, M. Hum
NIP. 196006031986021001

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

**Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Jurusan Sejarah Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang Pada Hari
Selasa , 15 Agustus 2023**

PERKEMBANGAN PASAR CIPULIR JAKARTA

1989-2020

**Nama : Sulthon Naquein
BP/NIM : 2019/19046130
Program Studi : Pendidikan Sejarah
Jurusan : Sejarah
Fakultas : Ilmu Sosial**



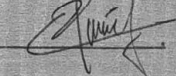
Padang, September 2023

Tim Penguji

Ketua : Drs. Zul Asri, M. Hum

Anggota : 1. Drs. Etnai Hardi, M.Hum

2. Najmi, SS. M.Hum

1. 
2. 
3. 

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

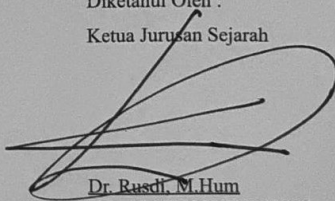
Nama : Sulthon Naquein
BP/NIM : 2019/19046130
Program Studi : Pendidikan Sejarah
Jurusan : Sejarah
Fakultas : Ilmu Sosial

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya dengan judul“ **PERKEMBANGAN PASAR CIPULIR JAKARTA 1989-2020**” adalah benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan hasil karya orang lain. Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat maka saya bersedia diproses sesuai dengan syarat hukum dan ketentuan yang berlaku, baik instansi UNP maupun di masyarakat dan Negara.


Demikian pernyataan ini saya buat dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah,

Padang, September 2023

Diketahui Oleh :
Ketua Jurusan Sejarah


Dr. Rusdi. M. Hum
NIP. 196403151992031002

Saya Menyatakan


Sulthon Naquein
NIM. 19046130/2019

ABSTRAK

Sulthon Naquein , 19046130, “Perkembangan Pasar Cipulir Jakarta 1989-2020”.
Skripsi. Padang: Program Studi Pendidikan Sejarah. Jurusan Sejarah
Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Padang 2023.

Penelitian ini membahas mengenai perkembangan Pasar Cipulir Jakarta tahun 1989 hingga tahun 2020 yang merupakan suatu pasar grosir tekstil terbesar kedua setelah Pasar Tanah Abang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui proses perkembangan sarana dan prasarana Pasar Cipulir sejak tahun 1989 hingga tahun 2020 serta mengetahui perkembangan strategi perdagangan yang terjadi di Pasar Cipulir sejak tahun 1989 hingga tahun 2020.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis yang menggambarkan dan menginterpretasikan suatu peristiwa terhadap suatu objek. Dalam pengumpulan data dilakukan dengan metode penelitian sejarah yang terdiri dari empat tahapan di antaranya yaitu : 1. Heuristik, untuk mendapatkan sumber yang dibutuhkan yakni sumber primer dan sekunder, seperti dokumen, arsip, foto, wawancara Pedagang Pasar Cipulir, Pengelola Pasar Cipulir, Pengelola PD Pasar Jaya, Konsumen Pasar Cipulir, dan Pelaku Konfeksi. 2. Kritik Sumber. 3. Interpretasi. 4. Historiografi, yaitu penulisan seluruh data menjadi karya ilmiah yaitu Skripsi.

Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa Pasar Cipulir mengalami perkembangan yang berkelanjutan. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan sarana dan prasarana di Pasar Cipulir, yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi di lapangan. Pada tahun 1989 Pasar Cipulir meningkatkan statusnya dari Pasar Inpres menjadi Pasar Komersial dan pembangunan gedung Pasar Cipulir menjadi 3 lantai pada tahun 1989. Pada tahun 1993 terdapat pembangunan Blok B di Pasar Cipulir dan penataan PKL Pasar Cipulir. Pembukaan lahan parkir yang diawali pada tahun 2002 kemudian berlanjut pada tahun 2004, 2009, dan 2016. Pada tahun 2006 terdapat pelebaran Jalan Ciledug Raya di depan Pasar Cipulir. Pembangunan gedung Pasar Cipulir menjadi 4 lantai pada tahun 2009. Pembangunan Kriyad Hotel pada 2013. Pembangunan jalur layang *BusWay* pada tahun 2015. Pembangunan tanggul mitigasi luapan Sungai Pesanggrahan, pemasangan tralis di sisi gedung, dan pembangunan JPO Halte Pasar Cipulir Pada tahun 2017. Digitalisasi sistem parkir pada tahun 2018. Renovasi kantin, renovasi masjid dan penambahan 37 konter dan 12 kios pada tahun 2019. Strategi perdagangan di Pasar Cipulir pada 1989 yaitu peningkatan kuantitas barang dan strategi kantau. Sejak tahun 2000 kemudahan dalam memasok barang, promosi, dan distribusi barang dapat dilakukan secara *online*. Meskipun perniagaan secara *online* semakin gencar namun perniagaan di Pasar Cipulir masih berjalan dengan optimal karena penyesuaian yang dilakukan oleh para pedagang Pasar Cipulir.

Kata Kunci: Perkembangan Pasar , Perkembangan strategi, Pasar Cipulir

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena limpahan rahmat dan karunia-nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik, shalawat beruntai salam tidak lupa penulis haturkan kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW. Adapun judul skripsi ini adalah” **PERKEMBANGAN PASAR CIPULIR JAKARTA 1989-2020**”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S. Pd) pada Jurusan Sejarah, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak menemui kendala dan rintangan. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, skripsi ini mungkin tidak akan terselesaikan. Untuk itu sudah sewajarnya penulis mengucapkan beribu-ribu terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, antara lain kepada:

1. Ayah saya Syafaruddin tercinta, yang telah berperan sebagai informan utama di dalam penulisan skripsi ini dan membantu memeberikan dukungan berupa bantuan relasi terhadap informan lainnya yang ikut menyumbangkan informasi di dalam penulisan skripsi ini serta memberikan semangat serta doa untuk setiap langkah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Ibu saya Yulfamira tercinta yang telah memberikan doa dan motivasi bagi penulis di dalam penulisan skripsi ini yang memberikan saran dan masukan cara mendapatkan informasi dari para pedagang Pasar Cipulir.
3. Bapak Drs. Zul Asri, M.Hum selaku pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan masukan, saran, dan kritikan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Etmihardi, M.Hum dan Ibu Najmi, SS., M.Hum selaku tim penguji yang telah memberikan saran, masukan, dan kritikan yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Rusdi, M. Hum selaku Ketua Jurusan Sejarah dan Bapak Drs. Etmi Hardi, M. Hum selaku Sekretaris Jurusan Sejarah dan segenap karyawan dan karyawanwati Jurusan Sejarah.
6. Kakak saya Jeveni, Farel, Nanda dan Ayu, adik saya Najmi, Keponakan saya Ghani dan Mail yang selalu memberikan tawa dan dukungan kepada penulis serta memberikan semangat bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Wanita yang berada di hati penulis, kamu adalah salah satu alasan penulis menyelesaikan skripsi ini. Meskipun saat ini penulis belum mengetahui takdir masa depan kita namun penulis yakin bahwa segala sesuatu yang telah ditakdirkan menjadi milik kita akan terjadi bagaimanapun caranya.

8. Sahabat serta Teman-teman Pas Gaje Amelia Putri Anggraini, S.Pd, Riama Hilda, S.Pd, Rahma Sagita, S.Pd, Rani Zulhtria, S.Pd, Ahmad Syahputra, S.Pd. Grup Anak Baik-Baik Nisa Fitri Madhani, S.Pd, Junita Rahmi, S.Pd, Ulfa Luthfiani, S.Pd. Serta angkatan 2019 yang selalu memberikan dorongan dan motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan dari JAKSEL yang telah memberikan bantuan informasi dan kebersamaan didalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritikan dari semua pihak yang nantinya menyempurnakan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah ikut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga bantuan, bimbingan, dan petunjuk yang diberikan menjadi amal saleh serta mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Aamiin aamiin ya rabbal'alam.

Jakarta, Agustus 2023

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
C. Tujuan dan Manfaat penelitian.....	6
D. Tinjauan Pustaka.....	7
E. Metode Penelitian.....	24
BAB II JAKARTA SEBAGAI PUSAT PERKEMBANGAN INDUSTRI DAN PERDAGANGAN PADA MASA ORDE BARU.....	28
A. Jakarta Sebagai Pusat Industri.....	28
B. Jakarta Selatan Sebagai Pusat Perdagangan Baru Masa Orde Baru.....	31
C. Pasar di Jakarta.....	36
1. Pasar Tanah Abang.....	39
2. Pasar Senen.....	41
3. Pasar Mayestik.....	43
4. Pasar Cipulir Sebelum 1989.....	44
D. Cipulir Sebagai Pusat Pertumbuhan Ekonomi Baru.....	51
BAB III PERKEMBANGAN PASAR CIPULIR 1989-2020.....	59
A. Perkembangan Sarana dan Prasarana Pasar Grosir Cipulir.....	59
B. Strategi Perdagangan Pasar Grosir Cipulir.....	93
1. Perkembangan Promosi.....	93
2. Penggunaan Kios, Konter dan Los.....	106
3. Pemasokan Barang.....	109
BAB IV KESIMPULAN.....	121
DAFTAR PUSTAKA.....	123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peta Proyeksi JAKSEL 1999.....	33
Gambar 2. Peta Proyeksi JAKSEL 2012.....	34
Gambar 3. Konfeksi Kampung Baru.....	53
Gambar 4. Kawasan Konfeksi Ciledug.....	53
Gambar 5. Kawasan Konfeksi Jurang Mangu Barat.....	53
Gambar 6. Peta Kebayoran Lama 2014.....	54
Gambar 7. Teori Sektoral.....	55
Gambar 8. Foto Bangunan Pasar Cipulir	62
Gambar 9. Foto Bangunan Pasar Cipulir.....	62
Gambar 10. Denah Pasar Cipulir.....	63
Gambar 11. Pedagang Kaki Lima.....	64
Gambar 12. Toko los.....	64
Gambar 13. Toko Kios.....	64
Gambar 14. Toko konter.....	64
Gambar 15. Lokasi PKL dan Parkir Pasar Cipulir Tahun 2002.....	65
Gambar 16. Jalanan dan Pembukaan Lahan Parkir Tahun 2004	66
Gambar 17. Ruas Jalan Pasar Cipulir Tahun 2006	67
Gambar 18. Struktur Bangunan Pasar Cipulir Tahun 2009.....	69
Gambar 19. Denah Pasar Cipulir Lantai Dasar.....	71
Gambar 20. Denah Pasar Cipulir Lantai 1.....	71
Gambar 21. Denah Pasar Cipulir Lantai 2.....	71
Gambar 22. Denah Pasar Cipulir Lantai 3.....	

Gambar 23. Pembebasan Lahan Kriad Hotel.....	74
Gambar 24. Pembebasan Jalan Layang <i>BusWay</i>	74
Gambar 25. Pembangunan Kriad Hotel dan Jalur <i>BusWay</i>	74
Gambar 26. Jalur Layang <i>BusWay</i> dan Kriad Hotel Tahun 2016.....	75
Gambar 27. Jalur Layang <i>BusWay</i> 2017.....	77
Gambar 28. Kondisi Pasar Sebelum Pembangunan JPO.....	79
Gambar 29. Kondisi Tahap 1 Pembangunan JPO.....	79
Gambar 30. Kondisi Pasar Sesudah Pembangunan JPO.....	79
Gambar 31. Kondisi Pasar Sebelum Pengadaan Tralis.....	81
Gambar 32. Kondisi Pasar Sesudah Pengadaan Tralis.....	81
Gambar 33. Kondisi Pasar Sebelum Ada Tanggul	83
Gambar 34. Kondisi Pasar Sesudah Ada Tanggul	83
Gambar 35. Kondisi Pintu Parkir 2013.....	85
Gambar 36. Penyediaan Pagar di Lahan Parkir.....	85
Gambar 37. Penyediaan Pintu Automatis.....	85
Gambar 38. Aplikasi MFP Parking.....	86
Gambar 39. Denah Pasar Cipulir	87
Gambar 40. Eksterior Pasar Cipulir 2013.....	89
Gambar 41. Interior Pasar Cipulir 2013.....	89
Gambar 42. Eksterior Pasar Cipulir 2019.....	89
Gambar 43. Interior Pasar Cipulir 2019.....	89
Gambar 44. Jalan di Depan Pasar Cipulir.....	91

Gambar 45. Barikade Pembatas Jalan.....	91
Gambar 46. Kondisi Masjid Pasar Cipulir 2016.....	92
Gambar 47. Kondisi Masjid Pasar Cipulir 2019.....	92
Gambar 48. Konfeksi milik Ibu Asyon.....	120
Gambar 49. Karyawan Konfeksi Ibu Asyon.....	120
Gambar 50. Dokumentasi Bersama Ibu Asyon.....	120
Gambar 51. Gambar Bapak Haris.....	142
Gambar 52. Gambar Ibu Fitri.....	143
Gambar 53. Gambar Bapak Syafaruddin.....	143
Gambar 54. Gambar Bapak Dodi.....	143

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perkembangan bangunan di Pasar Cipulir.....	2
Tabel 2. Klasifikasi Industri di Jakarta Selatan.....	35
Tabel 3. Penyediaan tempat usaha oleh PD Pasar Jaya.....	39
Tabel 4. Transaksi Pembayaran.....	105
Tabel 5. Hasil Produksi Tahunan Konfeksi Bapak Syafaruddin.....	113
Tabel 6. Jumlah Karyawan Konfeksi Bapak Haris.....	117
Tabel 7. Hasil Produksi Konfeksi Bapak Haris.....	118
Tabel 8. Jumlah Mesin Jahit Ibu Asyon.....	119
Tabel 9. Jumlah Produksi Tahunan Konfeksi Ibu Asyon.....	119

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasar Cipulir telah berdiri sejak 1989¹, di dalam perkembangannya hingga tahun 2020 pasar ini telah menjadi pasar grosir tekstil terbesar setelah Pasar Tanah Abang². Pasar Cipulir lahir disebabkan Pasar Kebayoran yang telah mengalami kelebihan kapasitas (*overload*), ketersediaan tempat perniagaan yang dibutuhkan oleh para pedagang berupa los, konter, dan kios serta keleluasaan yang ada di Pasar Kebayoran sulit untuk dicapai oleh para pedagang dan pengunjung Pasar Kebayoran. Oleh karena itu Pasar Cipulir dibangun untuk menyediakan wilayah pasar baru guna menanggulangi permasalahan yang ada³.

Pada Tabel berikut ini dapat dilihat jumlah kios dan los di Pasar Cipulir meningkat hanya dalam waktu 2 tahun berdirinya Pasar Cipulir, didukung dengan didirikannya ITC Cipulir Mas sebagai tempat perbelanjaan pakaian tekstil eceran. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan *demand* dari pengunjung Pasar Cipulir atas pakaian tekstil dan kebutuhan tempat berdagang oleh para pedagang Pasar Cipulir⁴.

¹Syafriadi. 2007. Pusat perdagangan grosir pakaian Cipulir (ruang dan sirkulasi). *Skripsi*. Mercu Buana. Hlm 8

²Yopie Oscar, 21 September 2015, Pasar Cipulir, Surganya Berburu Tekstil di Jaksel. 1 Januari 2023,

<https://m.beritajakarta.id/potret/album/1806/pasar-cipulir-surganya-berburu-tekstil-di-jaksel>.

³ Wawancara dengan Syafaruddin, Pedagang Pasar Cipulir, 19 Januari 2023, Jakarta.

⁴ Akhdi Martin Pratama, 14 Agustus 2021, pengertian supply dan demand beserta faktor yang mempengaruhinya, 31 Desember 2022, <https://money.kompas.com/read/2021/08/14/141000626/pengertian-supply-dan-demand-beserta-faktor-yang-mempengaruhinya?page=all>.

Berikut ini adalah tabel perkembangan bangunan di Pasar Cipulir⁵.

Tabel 1 Perkembangan bangunan di Pasar Cipulir

No	Tahun	Jumlah Kios	Jumlah Los
1	1989	346	247
2	1991	Di sisi utara Pasar Cipulir dikembangkan oleh PT Duta Pertiwi Tbk menjadi ITC Cipulir Mas	
2	1993	636	866

Sumber: Christy Vidiyanti. Skripsi. Penataan Kawasan Pasar Cipulir. Mercu Buana. Jakarta 2012

Peningkatan kios dan los yang ada di Pasar Cipulir disebabkan adanya kesempatan bagi para pedagang Pasar Cipulir untuk menyewa toko dengan harga sewa yang lebih murah dibandingkan menyewa kios dan los di Pasar Kebayoran⁶. Di dalam penggunaan los, konter dan kios yang ada di Pasar Cipulir dapat digunakan oleh para pedagang untuk pemakaian pribadi ataupun disewakan kembali⁷.

Perpindahan para pedagang dari Pasar Kebayoran ke Pasar Cipulir pada tahun 1989 berdampak pada hadirnya persaingan bagi para penyedia pembuat pakaian jadi (konfeksi) yang bermunculan di sekitar Pasar Cipulir di antaranya di kawasan Ciledug, Kampung Baru, dan Ceger⁸. Dalam

⁵ Christy Vidiyanti.2012. Penataan Kawasan Pasar Cipulir. *Skripsi*. Mercu Buana. Hlm 32

⁶ Wawancara dengan Fakhri, Pedagang Pasar Cipulir,28 Januari 2023, Jakarta.

⁷ Wawancara Dengan Edi, Pedagang Pasar Cipulir, 21 Januari 2023, Jakarta

⁸ Elisabeth Adventa, 27 Oktober 2018, Sentra konveksi primadona yang jadi buruan pedagang Tanah Abang (3), 5 Januari 2023.

penggunaan kios, konter dan los di tengah perkembangan teknologi para pedagang mulai banyak yang mencoba meningkatkan penjualannya secara *online* dimulai pada tahun 2010. Hal ini disebabkan perkembangan teknologi ponsel pintar berkembang secara pesat, bentuk penjualan secara *online* yaitu siaran langsung. Sehingga apabila terdapat transaksi pembelian penjual dapat mengemas barang dagangannya secara langsung untuk segera dikirimkan. Di Pasar Cipulir kios, konter dan los juga digunakan sebagai tempat pertemuan para pembeli dengan penjual dalam skala besar. dan konter, los dan kios dapat digunakan sebagai gudang oleh para pedagang Cipulir⁹.

Di dalam perkembangannya Pasar Cipulir tidak hanya terikat pada perkembangan sarana dan prasarana saja, perkembangan sosial telah terjadi sejak awal berdirinya Pasar Cipulir pada tahun 1989. Pasar Cipulir diisi oleh para pedagang dari berbagai asal daerah yang menjadikan Pasar Cipulir sebagai tempat perkumpulan etnis dari para pedagang¹⁰. Hal ini berdampak pada adanya rasa persaudaraan untuk berdagang di Pasar Cipulir yang menghasilkan suatu polarisasi di Pasar Cipulir yaitu kecenderungan bagi para pedagang Cipulir yang pernah berdagang di Pasar Cipulir ada potensi untuk kembali berdagang di Pasar Cipulir karena adanya rasa dan suasana yang lebih baik pada saat berdagang di Pasar Cipulir dibandingkan dengan berdagang di tempat lainnya¹¹.

<https://peluangusaha.kontan.co.id/news/sentra-konveksi-primadona-yang-jadi-buruan-pedagang-tanah-abang-3>

⁹Wawancara dengan Syafaruddin, Pedagang Cipulir, 16 Januari 2023, Jakarta.

¹⁰Wawancara dengan Mustaqim, Pedagang Pasar Cipulir, 20 Januari 2023, Jakarta.

¹¹Wawancara dengan Fitri, Pedagang Pasar Cipulir, 20 Januari 2023 Jakarta.

Perubahan di Pasar Cipulir tidak hanya terhenti pada peresmian pasar saja melainkan berlanjut pada Pasar Cipulir menjadi suatu potensi ekonomi yang sangat baik¹². Hal ini dapat dilihat dari masuknya Pasar Cipulir di area 10 yang merupakan kategori 10 pasar dengan transaksi yang besar¹³. Persaingan dagang yang dimiliki Pasar Cipulir di Jakarta dapat terlihat dari beberapa pusat perbelanjaan seperti PGC Cililitan, Pasar Senen, Pasar Kebayoran Lama, Pasar Mayestik, Pasar Baru dan Pasar Santa, namun konsumen yang membeli pakaian secara grosir masih menjadikan Pasar Cipulir menjadi tempat favorit untuk berbelanja grosir tekstil. Hal ini disebabkan barang-barang yang cukup murah, berkualitas dan fasilitas di dalam pasar yang lengkap serta akses menuju Pasar Cipulir mudah.¹⁴

Strategi yang diimplementasikan oleh para pedagang Pasar Cipulir yang beragam dapat diterapkan dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari kondisi pasar yang tidak menjadi pasar mati meskipun perkembangan teknologi yang semakin masif dan pembangunan yang ada di sekitar Pasar Cipulir menjadikan pasar ini bertahan ditengah ketatnya persaingan ekonomi yang ada. Penerapan strategi yang ada tidak hanya berfokus terhadap penjualan saja melainkan meliputi promosi, pemasokan dan distribusi barang yang diterapkan oleh para pedagang Pasar Cipulir.

¹² Wawancara dengan Awan, Pengelola Pasar Cipulir, 22 Januari 2023, Jakarta.

¹³ Pasar Jaya, Sejarah Singkat Pasar Cipulir, 4 Januari 2023,
<https://pasarjaya.co.id/public/index.php/pasar/pasar-cipulir>

¹⁴ Wawancara dengan Mulyadi, konsumen Pasar Cipulir, 20 Januari 2023, Jakarta

Berdasarkan potensi yang dimiliki oleh Pasar Cipulir maka pasar ini dapat dikaji sosial ekonominya berdasarkan perspektif historis. Namun potensi ini kurang didukung dengan data mengenai perkembangan Pasar Cipulir khususnya mengenai perkembangan struktur bangunan Pasar Cipulir. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh para pedagang saat ini kurang terpublikasi serta kurangnya keterbukaan informasi publik mengenai sejarah Pasar Cipulir dijadikan dasar oleh penulis memilih Pasar Cipulir menjadi tempat penelitian. Oleh karena itu berdasarkan latar belakang yang telah penulis sampaikan di atas penulis tertarik untuk menyusun skripsi yang berjudul "Perkembangan Pasar Cipulir Jakarta 1989-2020"

B. Batasan dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis sampaikan di atas, maka penulis mengkaji mengenai perkembangan Pasar Cipulir tahun 1898 hingga tahun 2020. Penulis melakukan penelitian dengan batasan spasial yaitu di Pasar Cipulir, Kecamatan Kebayoran Lama, Jakarta Selatan, DKI Jakarta. Batasan temporal yang peneliti tentukan yaitu tahun 1989 hingga tahun 2020, alasan peneliti menjadikan tahun 1989 sebagai batas awalnya adalah karena pada tahun tersebut merupakan tahun berdirinya Pasar Cipulir dan alasan peneliti menjadikan tahun 2020 sebagai batas akhirnya adalah adanya wabah virus COVID-19 yang memaksa Pasar Cipulir untuk

tutup sementara pada tanggal 13 April 2020¹⁵. Berdasarkan batasan tersebut maka masalah penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan sarana dan prasarana Pasar Cipulir tahun 1989 hingga tahun 2020?
2. Bagaimana perkembangan strategi pedagang Pasar Cipulir terhadap promosi, pemasokan barang, dan penggunaan kios, konter dan los di Pasar Cipulir tahun 1989 hingga tahun 2020?

C. Tujuan dan Manfaat penelitian

1. Tujuan

- a. Untuk mengetahui perkembangan sarana dan prasarana pada Pasar Cipulir tahun 1989 hingga tahun 2020.
- b. Untuk mengetahui perkembangan strategi pedagang Pasar Cipulir terhadap promosi, pemasokan barang, dan penggunaan kios, konter dan los pada Pasar Cipulir tahun 1989 hingga tahun 2020.

2. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian di atas maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

- a. Manfaat Akademis
 - 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan menjadi referensi bagi ilmu lainnya berdasarkan perspektif sejarah.

¹⁵Bangun Santoso, 19 April 2020, Ditutup karena Corona, Begini Curhat Pedagang Pasar Cipulir, 29 Desember 2023, <https://www.suara.com/news/2020/04/19/161331/ditutup-karena-corona-begini-curhat-pedagang-pasar-cipulir>

- 2) Penelitian ini diharapkan menjadi sumber referensi terhadap penelitian yang akan mendatang di dalam kajian yang serupa.
- 3) Penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan referensi bagi seluruh lapisan masyarakat untuk memaksimalkan potensi yang dimiliki berdasarkan perspektif historis khususnya dalam ilmu ekonomi.

b. Manfaat Praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menjelaskan perkembangan perekonomian dari Pasar Cipulir secara umum dan secara khusus mendeskripsikan kondisi perubahan yang terjadi.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan evaluasi bagi pengelola Pasar Cipulir dan para pedagang Pasar Cipulir untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para konsumen.

D. Tinjauan Pustaka

1. Studi Relevan

Reza Santoso dan Muhammad Yusuf dari jurusan Teknik Planologi Universitas Esa Unggul Jakarta, dalam tulisannya yang berjudul Identifikasi Karakteristik Pasar Tradisional di Wilayah Jakarta Selatan studi kasus; Pasar Cipulir Pasar, Kebayoran Lama, Pasar Bata Putih dan Pasar Santa yang membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi eksistensi keberadaan pasar tradisional. Di antaranya

faktor lokasi yang harus mudah diakses oleh para pembeli dan juga pedagang, faktor fisik untuk menunjang perniagaan seperti fasilitas kamar mandi yang harus terjaga, faktor produk yang paling utamanya harus bisa dijaga dan tidak kalah saing dengan produk-produk yang ada di pasar-pasar modern. Penyuluhan pedagang yang ditujukan untuk menarik konsumen dan menjaga kondisi di dalam pasar tradisional agar interaksi antara pedagang dengan pedagang lainnya tetap terjaga dengan baik kemudian faktor hukum yang mengatur mengenai persaingan yang ada di pasar tradisional agar membentuk pola yang terstruktur¹⁶.

Kesamaan dengan Jurnal Reza Santoso dan juga Muhammad Yusuf yaitu adanya faktor-faktor pendukung yang dapat menghidupkan Pasar Tradisional, perbedaan penelitian ini yaitu adanya perbedaan waktu penelitian, lokasi penelitian yang akan peneliti lakukan hanya fokus kepada Pasar Cipulir, dan perbedaan kajian keilmuan yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang mengkaji berdasarkan perspektif Planologi sedangkan peneliti sendiri mengkaji berdasarkan perspektif historis.

Mulya Ayu Wandira dalam artikelnya yang berjudul Perkembangan Pasar Jongkok di Tembilahan tahun 2000-2020, membahas mengenai kehadiran pasar yang menjadi sumber kehidupan masyarakat Tembilahan yang di dalamnya mengalami banyak dinamika yang terjadi pasar ini yang memberikan pengaruh besar terhadap perputaran

¹⁶Sasanto Reza, Yusuf Muhammad .”Identifikasi karakteristik pasar tradisional di wilayah Jakarta Selatan studi kasus Pasar Cipulir,Pasar Kebayoran Lama,Pasar bata putih dan Pasar Santa”. Jurnal PLANESATM Vol. 1, No. 1, Mei 2010

perekonomian masyarakat Tembilahan. Peranan Pasar Jongkok di dalam meningkatkan pendapatan bagi masyarakat dan Pasar Jongkok menjadi pasar yang mampu menarik wisatawan untuk datang ke Tembilahan.

Kesamaan dengan Artikel Mulya Ayu Wandira adanya pasar tradisional yang mampu mendatangkan orang dari luar daerah masuk ke daerah Pasar Tradisional yang ada¹⁷, perbedaan antara Pasar Jongkok di Tembilahan tahun 2000-2020 penelitian dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu perbedaan objek penelitian, Pasar Jongkok yang dibangun guna mensejahterakan masyarakat setempat sedangkan Pasar Cipulir dibangun guna menampung tingginya permintaan atas tempat peniagaan dan lokasi yang berbeda.

Betty Carolina dalam tulisannya dengan judul Perkembangan Pasar Medan tahun 1970-2013 dengan hasil kajian adanya revitalisasi Pasar Medan yang didasari kondisi pasar yang semakin padat yang disebabkan semakin ramainya para pedagang dan para pengunjung Pasar Medan, revitalisasi yang terjadi di Pasar Medan yaitu adanya perluasan Pasar Medan dan pembangunan jalanan yang ada di sekitar Pasar Medan yang lebih memadai¹⁸.

Persamaan antara penelitian Betty Carolina yaitu adanya kesamaan revitalisasi pasar dan pembangunan infrastruktur jalan yang dibangun untuk menunjang kegiatan perniagaan yang terjadi di dalamnya,

¹⁷ Ayu Wandira Mulya. "Perkembangan Pasar Jongkok di Tembilahan (2000-2020)". *Jurnal Kronologi* Vol 3 No 3. 19 Aug 2021

¹⁸ Betty Carolina, Silitonga. 2013. *Perkembangan Pusat Pasar Medan Tahun 1970-2013. Skripsi*. Universitas Negeri Medan.

perbedaan antara penelitian Betty Carolina dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu revitalisasi yang terjadi di Pasar Medan dilakukan karena keadaan pasar yang semakin padat dan sesak sedangkan pembangunan di Pasar Cipulir hadir untuk menanggulangi PKL dan pembangunannya dilakukan secara bertahap sesuai dengan *demand* dari para pedagang dan para konsumen di dalamnya.

Jumriati dalam tulisanya yang berjudul Eksistensi Pedagang Barang Bekas Import di Tembilahan Kabupaten Indragiri Provinsi Riau yang membahas mengenai strategi yang dilakukan oleh para pedagang untuk memaksimalkan penjualannya yaitu adanya upaya pemberian promosi bagi para konsumen tetap yang diberikan oleh pedagang dengan tujuan meningkatkan jaringan sosial bagi pedagang dan konsumen, yang kedua upaya terjaganya kualitas barang yang dijual oleh pedagang dengan maksud agar tidak adanya rasa kecewa oleh para konsumen, yang ketiga adanya upaya strategi *marketing* yang dilakukan oleh para pedagang yang memberikan barang bonus kepada para konsumen yang telah berbelanja dengan tujuan agar konsumen akan kembali lagi dengan jumlah pembelian yang lebih banyak, dan yang terakhir adanya kontinuitas yang dilakukan oleh para pedagang di dalam menjual pakaiannya agar para konsumen mengetahui bahwa toko tersebut konsisten menjual pakaian bekas¹⁹.

¹⁹ Jumriati. "Eksistensi Pedagang Barang Bekas Import di Tembilahan Kabupaten Indragiri Provinsi Riau". *Jurnal Masyarakat Maritim* Vol 3 No 1. 31 Juli 2019

Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Jumriati yaitu Pasar Tembilaan merupakan pasar yang menjual pakaian bekas sedangkan Pasar Cipulir merupakan pasar yang menjual pakaian grosir baru dan kajian dari penelitian Jumriati dilihat berdasarkan perspektif sosiologi sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti berdasarkan perspektif historis, untuk kesamaan antara penelitian Jumriati dengan penulis yaitu adanya strategi-strategi yang diupayakan oleh para penjual untuk meningkatkan penjualannya dan menciptakan konsumen yang loyal kepada para pedagang.

2. Kerangka Konseptual

a. Pasar

Menurut Gerrardo P. Sicat, dan H. W. Arnd pasar adalah tempat bertemunya para jual dan para pembeli yang di dalamnya terdapat interaksi antara penjual dan pembeli di dalamnya terjadi kegiatan jual dan beli di dalam pasar dengan suatu harga yang disepakati oleh para penjual dan pembeli. Pasar juga merupakan tempat dari adanya kegiatan interaksi sosial yang di dalamnya terjadi kontak ekonomi, fisik, budaya ataupun tingkah laku pada tiap-tiap individu yang berada di dalam pasar dan hal ini memiliki pengaruh serta mengakibatkan adanya perubahan sosial budaya dan ekonomi di dalam kehidupan bermasyarakat²⁰.

²⁰ Gerardo P. Sicat, dan H. W. Arnd. *Ilmu Ekonomi Untuk Konteks Indonesia*. Jakarta: LP3ES, 1991, hlm 37.

Menurut Santoso 2017 pasar merupakan tempat transaksi barang yang di dalamnya memiliki pedagang yang lebih dari satu, hal ini termasuk di dalamnya pasar tradisional, mall, pertokoan, dan pusat-pusat perdagangan lainnya. Pasar di dalam perspektif ekonomi merupakan tempat melakukan transaksi pembelian dan penjualan dari suatu barang, yang di dalamnya para penjual melakukan persaingan untuk memilih barang apa yang akan diproduksi, pemilihan lokasi dari toko yang akan dijadikan tempat berdagang, dan para konsumen memiliki kebebasan di dalam memiliki barang dan melakukan pemilihan dari barang sesuai dengan dengan kemampuan ekonomi yang dimiliki oleh konsumen itu sendiri²¹.

Kegiatan perniagaan pada awalnya hanya dilakukan secara barter dengan melakukan pertukaran barang antara hasil produksi masing-masing. Kehadiran pasar menjadi suatu solusi untuk menentukan tempat pertemuan produsen dengan konsumen karena pada masa itu perniagaan terjadi hanya di sembarang tempat. Keberlanjutan dari penentuan lokasi yaitu adanya penggunaan mata uang untuk transaksi untuk menyelesaikan permasalahan bagi yang ingin melakukan transaksi namun tidak memiliki barang untuk ditukarkan dengan barang²².

²¹ Anshori, W. A. W., & Santoso, R. S. "Evaluasi Kebijakan Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern di Kabupaten Blora". *Journal of Public Policy and Management Review*, Vol 6 No 4. 2017

²² Umam. *Pengertian Barter dan Sejarahnya*. 9 Januari 2023.
<https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-barter-2/>

Pasar tradisional di Indonesia telah dikenal sejak abad ke-5 Masehi pada zaman Kerajaan Kutai Kartanegara dengan pelaut yang berasal dari Tiongkok. Perniagaan terjadi di atas tikar, di tempat perniagaan tersebut bukan hanya sebagai lokasi jual-beli saja melainkan digunakan juga untuk bertukar informasi dan penerapan strategi politik antara para bangsawan dengan para pedagang²³. Kehadiran Islam pada abad ke-12 Masehi di Nusantara juga ikut serta menambah peranan pasar yaitu sebagai sarana dakwah oleh para ulama untuk kepentingan agama²⁴. Ketika bangsa barat datang ke nusantara penggunaan pasar bertambah yaitu perpolitikan komoditas pasar digunakan oleh para pemodal untuk mendapatkan untung yang sebesar-besarnya²⁵.

Pasar tradisional yang berlokasi di perkotaan yang hadir di Indonesia sejak adanya pemukiman dan kerajaan di Nusantara pada masa itu. Pasar hadir pada abad ke-14 yang berlokasi di persimpangan jalan terletak di kawasan pusat kota Kerajaan Majapahit²⁶. Tahun 1646 Banten telah memiliki 3 pasar tradisional yaitu Karangantu, Pecian, Paseban²⁷. Kehadiran pasar tradisional

²³ Ida Bagus Brata. Pasar Tradisional di Tengah Arus Budaya Global .FKIP Universitas Maharaswati Denpasar

²⁴ AzyumardiAzra. *Islam Nusantara; Jaringan Global dan Lokal*. Bandung. Mizan. 2002. hlm 26

²⁵Serafica Gischa . 1 Agustus 2022. Kedatangan Bangsa Barat ke Indonesia 10 Januari 2023. . <https://www.kompas.com/skola/read/2022/08/01/140000569/kedatangan-bangsa-barat-ke-indonesia?page=all>

²⁶Santoso, J. *Arsitektur-Kota Jawa, Kosmos, Kultur dan Kuasa*. Jakarta: Centropolis Press. 2008. Hlm 33

²⁷ Adrisijanti, I. *Arkeologi Perkotaan Mataram Islam*. Yogyakarta: Penerbit Jendela. 2000. Hlm 47

pada awal kehadirannya hanya berupa tanah terbuka dan tidak ada bangunan yang permanen²⁸.

Dengan adanya perkembangan kota dan perkembangan zaman kehadiran kuantitas pasar tradisional semakin banyak, kehadiran dari pasar tradisional ini hadir sesuai dengan aktivitas perniagaan yang dekat dengan jalanan, ruang terbuka, lapangan dan lokasinya tidak jauh dengan pemukiman, lokasi dari pasar tradisional berada di tempat yang strategis dan lokasinya aman dari gangguan sekitar²⁹. Perkembangan pasar tradisional menjadi kios, los dan berada di bangunan yang permanen³⁰.

Pasar merupakan tempat bertemunya pihak penjual dan pembeli dalam maksud untuk kegiatan transaksi di mana proses jual beli terbentuk. Di dalam menurut kelas mutu dari pelayanan dapat dikelompokkan menjadi pasar tradisional dan juga pasar modern, hal ini sesuai dengan Surat keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan nomor 420/MPP/10/1997³¹.

Mengacu pada Peraturan MENDAGRI mengenai penataan Pasar Tradisional yang meliputi pelaksanaan, perencanaan serta pengendalian Pasar Tradisional³², untuk pengelola yang berada di

²⁸ Graaf, H. d. *Terbunuhnya Kapten Tack, Kemelut di Kartosura Abad XVII (terj)*. Jakarta: Pustaka Utama. 1989. Hlm 22

²⁹ Rutz, W. *Cities and Town in Indonesia*. Berlin: Gebruder Borntraeger . 1987. Hlm 6

³⁰ Kusmawati, F. *Pola Hari Pasar di Kabupaten Gunungkidul*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada. 1996. Hlm 13

³¹ Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 420/MPP/10/1997. Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan. 1997.

³² Peraturan Kementerian Dalam Negeri NO. 20, BN.2012/NO.178. Tentang Penataan Pasar Tradisional.

pasar tradisional pada umumnya banyak pihak yang terlibat, di antaranya yaitu Pengelola Pasar, Dinas Perhubungan, Dinas Pekerjaan Umum, Polisi Lalu Lintas yang membantu untuk menunjang pergerakan di Pasar Tradisional³³.

Kehadiran pasar tradisional khususnya bagi masyarakat lapisan ekonomi menengah ke bawah merupakan suatu kebutuhan penunjang di yang penting. Keberadaan dari pasar tradisional menjadi suatu hal yang esensial hal ini disebabkan keadaan dari pasar tradisional menjadi suatu wadah untuk melakukan kegiatan transaksi dan melakukan hubungan sosial antara satu dengan lainnya³⁴. Kehidupan sosial tidak hanya terjadi pada pedagang dan konsumen saja melainkan juga dengan lingkungan sekitarnya, lingkungan yang ada di dalam pasar tradisional yaitu lingkungan sosial yang di dalamnya ada pola-pola organisasi ditunjang dengan aspek kehidupan bermasyarakat di dalamnya yang apabila seluruh aspek tersebut dipenuhi maka sempurna lah lingkungan sosial di dalamnya³⁵.

Pasar tradisional merupakan suatu tempat yang intensitas interaksinya masih tinggi hal ini disebabkan oleh harga barang-barang yang ada pada pasar tradisional memiliki nilai harga

³³ Malano, H. *Selamatkan Pasar Tradisional*. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia: PT Gramedia Pustaka Utama. 2011. hlm 59-67

³⁴ Adiwoso, Riga S. *Interaksi Jual Beli dan Tindakan Komunikasi di Tempat Belanja*. Jakarta. Prisma. 1984. Hlm 21

³⁵ Suparlan, Parsudi. "Kebudayaan, Masyarakat, dan Agama: Agama sebagai Sasaran Penelitian Antropologi, Majalah Ilmu-ilmu Sastra Indonesia". (Indonesian Journal of Cultural Studies), Juni jilid X nomor 1. 1981

yang cukup terjangkau oleh masyarakat umum. Dengan harga barang yang cukup masuk ke kantong kalangan menengah ke bawah di dukung dengan kualitas yang dimiliki oleh barang-barang yang ada di pasar tradisional tidak kalah dengan tempat perniagaan yang lebih modern. Pembelian barang yang ada di pasar tradisional tidak jarang menjadi suatu wadah bagi para *reseller* di toko-toko miliknya serta menjadikan pasar tradisional sebagai tempat untuk mendapatkan barang-barang belanjaan yang akan dijual kembali³⁶.

Keadaan pasar tradisional yang masih fokus terhadap eksistensi ekonomi dibandingkan management kepemilikan, management kepemilikan dari pemilik toko dan juga pengelola toko masih dapat dikatakan sebagai suatu hal yang jauh kalah saingnya dibandingkan dengan pertokoan ataupun pasar modern yang ada³⁷. Peranan dari adanya pasar tradisional juga dibutuhkan perhatian secara intensif hal ini disebabkan pasar tradisional memiliki nilai pendorong perekonomian bagi masyarakat umum, pasar tradisional menjadi tempat bagi para pedagang-pedagang kecil dan para pengusaha yang berdagang secara mandiri dan para pendiri bisnis online yang baru merintis³⁸.

³⁶ Herman Malano. *Selamatkan Pasar Tradisional*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama. 2011., Hlm. 1-4.

³⁷ Kuncoro, M. *Strategi Pengembangan Pasar Modern dan Pasar Tradisional*. Gramedia Pustaka Utama. 2008. Hlm 9

³⁸ Diaul Muhsinat. 2016. Potensi Pasar Tradisional dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi*. UIN Makassar. hlm. 1.

Pasar dapat dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu pasar modern dan juga pasar tradisional. Pasar tradisional merupakan pasar yang tempat bertemunya penjual dan juga pembeli yang dilakukan secara langsung dan masih ada kegiatan tawar menawar dan dilakukan transaksi secara langsung di dalamnya. Pasar tradisional umumnya dikelola oleh pemerintah daerah, koperasi dan swadaya masyarakat yang berupa tenda, kios ataupun toko kecil. Pasar tradisional identik dengan pasar yang kumuh dan juga banyak terjadi tindakan kriminal di dalamnya yaitu pencurian³⁹.

Perbedaan antara pasar tradisional dengan pasar modern dapat dilihat dari perbedaan struktur dan pelayanan yang ada di pasar modern. Pasar modern merupakan suatu tempat dengan sistem pembelanjaan yang terkomputerisasi, fasilitas penunjang yang ditawarkan oleh pasar modern lebih lengkap dibandingkan dengan pasar tradisional seperti adanya pendingin ruangan, kamera pengawas, tempat parkir yang memadai dan kebersihan toilet yang terjaga. Hal ini juga didukung dengan jenis produk yang ditawarkan oleh pasar modern yang condong dengan produk gawai, alat kecantikan serta alat-alat untuk berolahraga berbeda dengan pasar tradisional yang menawarkan seperti buah, sayur, bahan makanan dan pakaian tekstil. Cara bertransaksi yang ada di pasar modern tidak ada tawar menawar dengan pembayaran secara

³⁹ Alma buchari dkk. *Eksistensi Pasar Tradisional*. Bandung, Alfabeta. 1992. hlm 24.

kontan, *credit card* atau dengan sistem pembayaran kekinian berbeda dengan pasar tradisional yang mayoritas masih mengandalkan pembayaran secara tunai⁴⁰.

b. Perkembangan Pasar

Perkembangan menurut F.J. Monks merupakan suatu tahapan yang memiliki tujuan kearah yang lebih baik. Sifat dari perkembangan ini memiliki perubahan yang tetap dan tidak dapat dikembalikan seperti semula. Perkembangan memiliki tujuan akhir yaitu suatu tingkat kesatuan yang tergabung menjadi lebih tinggi, pertumbuhan, pematangan dan belajar dari yang telah dilalui⁴¹.

Perkembangan menurut Soerjono Soekanto di dalam buku sosiologi suatu pengantar membahas mengenai pendekatan sosial serta kebudayaan, mendeskripsikan mengenai bentuk-bentuk perkembangan kebudayaan dan juga sosial dan didukung oleh fakta-fakta yang mengakibatkan adanya perkembangan sosial serta kebudayaan di dalamnya. Didukung dengan faktor-faktor yang dapat berdampak terhadap jalannya proses perkembangan dan juga perubahan yang terjadi pada masyarakat⁴².

Perkembangan perputaran ekonomi memiliki korelasi yang sangat kuat kaitanya dengan perkembangan dari suatu zaman.

⁴⁰ Oktavia. Galuh. 2007. Redesain Pasar Jongke Surakarta. *Skripsi*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Hlm 33

⁴¹ Monks, dkk. 2001. *Psikologi Perkembangan*. Yogyakarta. Gajah Mada University Press. Hlm 19

⁴² Soekanto, Soerjono. 1990. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta. Raja Grafindo Persada. Hlm 7

Kehadiran globalisasi yang merubah pada sektor bisnis dan perdagangan. Dengan hal ini dibangunlah tata kota yang mumpuni dengan fasilitas penunjang hal ini ditujukan untuk memudahkan akses di dalam mendapatkan kebutuhan hidup dalam sehari-hari. Pasar tradisional merupakan sarana ekonomi yang menjadi tolak ukur di dalam upaya memperbaiki pendapatan ekonomi di daerah dan dikhususkan di daerah kecamatan tempat pasar yang transaksi ekonominya secara langsung dirasakan⁴³.

Perkembangan pasar merupakan suatu upaya meningkatkan transaksi, yang dapat menjadi faktor pertumbuhan produktivitas⁴⁴. Penambahan di dalam pasar dapat diklasifikasikan menjadi tiga bagian yaitu pengembangan pasar, pengembangan produk, dan improvisasi pasar dan di dalam penyatuan pasar dapat dilakukan dengan cara integrasi ke belakang, integrasi ke depan, serta integrasi horizontal serta di dalam pembagian perkembangan pasar ada diversifikasi konsentrik, diversifikasi horizontal dan integrasi konglomerat⁴⁵.

Mengacu pada kategori di atas pasar dapat diklasifikasikan sebagai pertumbuhan intensif, dengan pertumbuhan ini akan mengubah sistem pemasaran di dalam perniagaan. Perkembangan

⁴³Sri Musdalia Basri. 2017. Peranan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Pada Pasar Pa'baeng-Baeng di Kecamatan Tamalate Kota Makassar. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Makassar. hlm 2

⁴⁴ Ajhuri, Kayyis Fithri .2019. *Psikologi Perkembangan : Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Penebar Media Pustaka, Yogyakarta. Hlm 15

⁴⁵ Rusham. "Analisis Dampak Pertumbuhan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional di Kabupaten Bekasi". *Jurnal Imiah Ekonomi Manajemen dan Kewirausahaan "Optimal"*.VOL.10, NO. 2. 2016. Hal. 153-166

pasar dapat dilakukan dengan pembukaan secara geografis baik fisik atau skala perdagangan serta perkembangan di dalam peningkatan kualitas, pelayanan serta *marketing* yang dilakukan dengan upaya memikat pelanggan.

c. Pemasaran

Pemasaran (*marketing*) merupakan suatu tahapan perencanaan dan pelaksanaan pemberian serta konsepsi harga promosi dan distribusi barang serta jasa yang menghasilkan penjualan serta memuaskan individu ataupun pelaku usaha dengan memenuhi kebutuhan manusia yang bertumbuh secara dinamis⁴⁶.

Menurut Tjiptono pemasaran merupakan suatu tahapan sosial dan eksekusi yang diimplementasikan oleh individu ataupun kelompok guna memperoleh yang ditargetkan dan diharapkan melalui penciptaan penawaran dan penukaran produk yang bernilai dengan pihak lainnya⁴⁷. Menurut Swastha pemasaran merupakan suatu sistem akumulatif dari kegiatan usaha dengan tujuan merencanakan menentukan harga mempromosikan dan mendistribusikan barang maupun jasa guna memenuhi kebutuhan konsumen dan Menjadi keuntungan bagi pelaku usaha⁴⁸.

Menurut Kotler pemasaran merupakan suatu tahapan sosial yang didalamnya kelompok atau individu mendapatkan sesuatu

⁴⁶ Danang Suyanto dan Fathonah Eka Susanti, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service, 2015), hal. 59

⁴⁷ Andy Tjiptono. *Strategi pemasaran*. Yogyakarta. Andi Offset. 1995 hlm 34

⁴⁸ Basu, Swastha. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Erlangga. 2009 hlm 25

sesuai dengan kebutuhan dan keinginan melalui tahapan penciptaan penawaran dan pertukaran produk yang memiliki value dengan pihak lainnya. Kotler mengelompokkan bauran pemasaran menjadi 4 unsur (4P) diantaranya produk (*product*), tempat (*place*), harga (*price*), dan promosi (*promotion*). Bauran pemasaran merupakan alat yang dapat digunakan oleh para pedagang untuk mengimplementasikan strategi pemasaran yang telah ditentukan oleh para pedagang.

Pemasaran memiliki dua kategori diantaranya pemasaran filosofi sikap sudut pandang dari pelaku usaha untuk memberikan kepuasan kepada para konsumen. Kategori kedua yaitu pemasaran merupakan suatu kegiatan yang digunakan untuk menerapkan proses perencanaan dan mengimplementasikan konsep promosi harga dan distribusi terhadap barang maupun jasa untuk memuaskan tujuan individu maupun organisasi⁴⁹.

Tujuan dari menguasai pemasaran untuk mengetahui target yang ditujukan oleh pelaku usaha dalam mengoptimisasi perniagaan. Meningkatkan *personal branding* agar keinginan konsumen terhadap produk yang ditawarkan dapat meningkat. Dapat menyesuaikan harga barang yang ditawarkan penjual dengan kondisi *market*. Mengoptimisasi distribusi barang agar para konsumen tidak kesulitan di dalam mendapatkan produk yang

⁴⁹ Charles W. Lamb, et al. Pemasaran Buku 1, Jakarta: Salemba Empat, 2001, hlm 6.

pedagang tawarkan. Memaksimalkan kualitas dan kuantitas produk yang ditawarkan agar minat para konsumen meningkat⁵⁰.

Pemasaran di Indonesia mulai diminati pada masa Orde Baru. Peningkatan sektor bisnis pada masa Orde Baru meningkatkan kesadaran pentingnya memahami, menguasai dan mengimplementasikan pemasaran. *Networking* di dalam bisnis menjadi salah satu unsur yang mulai diperhitungkan sejak masa Orde Baru⁵¹.

Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin masif dan perkembangan pemasaran juga beradaptasi dengan kondisi teknologi dan informasi yang ada. Pemasaran yang saat ini berkembang meliputi kegiatan menciptakan, berkomunikasi, menawarkan produk kepada seluruh elemen pembeli. Seluruh unsur di atas ditujukan untuk memaksimalkan penjualan⁵².

⁵⁰Muhammad Syahrin. Peranan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Batu Cetak. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Vol 7, No 2 2021.

⁵¹ Imam Aji. 29 Oktober 2013. Perkembangan *Marketing* di Indonesia. 25 Agustus 2023. <https://www.kompasiana.com/imamaji/552a6764f17e61d507d623d7/perkembangan-marketing-indonesia>

⁵² Jaba Sitepu. 25 November 2017. Perkembangan Pemasaran Dari Masa ke Masa. 25 Agustus. <https://pakarkomunikasi.com/perkembangan-pemasaran-dari-masa-ke-masa>

d. Sarana dan Prasarana

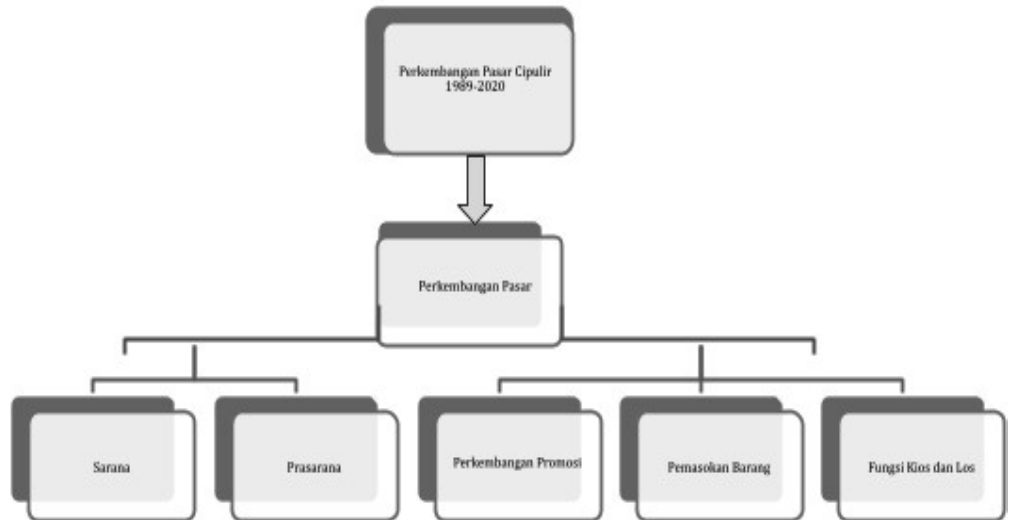
Menurut Moenir (2006) sarana merupakan segala sesuatu yang digunakan untuk mencapai tujuan dan prasarana merupakan sesuatu yang digunakan untuk menunjang dalam mendapatkan tujuan. Dengan ini dapat dimaknai bahwa sarana merupakan suatu objek yang dapat bergerak seperti portal gardu otomatis, CCTV, lampu, komputer dan kalkulator. Sedangkan prasarana adalah suatu objek yang pada umumnya menetap seperti gedung, lahan parkir, dan ruangan⁵³.

Dalam pengembangan bangunan pentingnya memperhatikan sarana dan prasarana yaitu meningkatkan kualitas dan efektivitas kegiatan yang ada di dalamnya, seperti mudahnya para pedagang untuk meletakkan barang dagangannya, kuli panggul mengangkut barang, dan konsumen dalam berjalan di dalam pasar. Yang kedua keamanan dan keselamatan, transaksi yang ada di dalam pasar tidak hanya berfokus terhadap uang saja melainkan keamanan dan kenyamanan yang dibutuhkan oleh seluruh instrumen yang ada di dalamnya juga dapat menjadi suatu unsur yang harus diperhatikan. Yang ketiga meningkatkan efisiensi ruang dan waktu, dengan memperhatikan sarana dan prasarana efisiensi yang ada menjadi optimal seperti kelancaran lalu lintas dan kemudahan distribusi barang⁵⁴.

⁵³Moenir, 2006, Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia, Jakarta: Bumi Aksara hlm 20

⁵⁴Hayyu Anindita. Januari 27, 2021. Sarana Dan Prasarana, Fungsi Serta Perbedaannya Dalam Perusahaan. 28 Agustus. <https://www.jojonomic.com/blog/sarana-dan-prasarana/>

3. Kerangka Berpikir



E. Metode Penelitian

Metode sejarah merupakan suatu tahapan dalam melakukan pengkajian kebenaran dari suatu rekaman dan peninggalan dari suatu sejarah dan menganalisisnya secara kritis⁵⁵. Penelitian ini termasuk jenis penelitian sejarah deskriptif analisis yaitu dengan menggambarkan dan menginterpretasikan suatu objek yang berkembang. Metode sejarah terdiri dari empat tahapan yaitu yang pertama heuristik, kritik sumber, interpretasi dan historiografi⁵⁶.

⁵⁵ Hugiono Poerwantana. *Pengantar Ilmu Sejarah*. Semarang. Rineka Cipta. 1992. Hlm

⁵⁶ Louis Gottchalk. *Mengerti Sejarah*. Jakarta. Universitas Indonesia Press. 1975. hml.32.

1. Heuristik (Pengumpulan Data)

Heuristik merupakan suatu upaya mencari sumber sejarah yang berkorelasi dan mengumpulkan sumber sejarah untuk menentukan tempat, menentukan narasumber dan metode pengumpulan informasi⁵⁷. Heuristik merupakan suatu upaya awal bagi penulis di dalam proses mencari dan mengumpulkan bahan-bahan informasi yang dibutuhkan dan juga berkorelasi dengan permasalahan penelitian. Di dalam mendapatkan informasi saat melakukan penelitian penulis mengklasifikasikan sumber-sumber sejarah di dalam bentuk sumber tertulis, sumber lisan dan sumber benda.

Pada penelitian ini peneliti akan fokus terhadap studi kepustakaan dan juga menggunakan jenis-jenis sumber primer serta sekunder. Pada penelitian ini peneliti mencari data seperti dokumen ke Pasar Cipulir, dokumen-dokumen pemerintahan Kecamatan Kebayoran Lama dan peneliti mencari rekap data dari para pedagang dan wawancara dengan pedagang dan pembeli yang ada di Pasar Cipulir.

2. Kritik Sumber

Kritik sumber merupakan suatu penilaian kritik dari data dan fakta yang dimiliki di lapangan, data dan fakta yang telah didapatkan menjadi bukti sejarah⁵⁸. Bukti sejarah dapat diartikan sebagai kompilasi fakta-fakta dan informasi yang sudah valid, Informasi yang terpercaya dapat digunakan untuk menguji dan menginterpretasikan

⁵⁷ Abdurrahman, Dudung. *Metode Penelitian Sejarah*. Jakarta. PT. Logos Wacana Ilmu. 2007 hlm 7

⁵⁸ Syamsudin, Helius. *Metodologi Sejarah*. Yogyakarta : Penerbit Ombak. 2007. Hlm 29

suatu permasalahan. Pada tahap ini sumber yang dikumpulkan pada tahapan heuristik dalam bentuk dokumen maupun buku yang ditemukan di lapangan mengenai hasil pembahasan untuk selanjutnya diseleksi kembali sesuai dengan tahapan yang ada

Kritik sumber yang disebut dengan menyeleksi data ini yang peneliti lakukan yaitu kritik eksternal yaitu melakukan pengujian keaslian atas sumber-sumber yang telah peneliti dapatkan di Pasar Cipulir yang telah dikumpulkan informasi-informasi yang ada melalui arsip dokumen dari PD Pasar Jaya. Kemudian penulis melakukan kritik internal untuk menguji keaslian atas informasi sejarah yang terkandung di dalamnya. Kedua analisis ini memiliki tujuan untuk menyeleksi bagian data yang asli dan melakukan penyimpulan kebenaran data untuk menghindari bias informasi, meyakini fakta-fakta dan interpretasi atas bukti-bukti yang telah ada.

3. Interpretasi

Interpretasi merupakan penafsiran terhadap fakta sejarah yang didapatkan dari dokumen, arsip dan buku yang relevan dengan pembahasan serta hasil penelitian yang didapatkan di lapangan⁵⁹. Pada tahapan ini penulis meningkatkan kehati-hatian guna menghindari bias sejarah terhadap suatu hasil yang ada. Hal ini ditujukan agar kesimpulan terhadap hasil penelitian dapat dilihat secara objektif.

⁵⁹ Abdurahman, Dudung. *Metode Penelitian Sejarah*. Jakarta. Logos Wacana Ilmu. 2007 hlm 33

Analisis untuk melakukan dari suatu informasi yang ada pada perkembangan Pasar Cipulir pada tahun 1989 hingga tahun 2020. Dengan hal tersebut penulis akan melakukan pengujian melalui titik sumber fakta-fakta yang telah penulis dapatkan dikelompokkan kemudian dilakukan proses perangkaian data maupun fakta yang telah diolah ke dalam suatu analisis yang sesuai dengan fokus permasalahan di dalam penelitian kemudian penulis akan melakukan interpretasi dan juga eksplanasi di dalamnya.

4. Historiografi

Historiografi adalah langkah akhir dari penelitian sejarah. Historiografi diartikan sebagai penulisan dari data-data yang telah didapatkan, diverifikasi dan juga diinterpretasi⁶⁰. Historiografi merupakan tahapan proses penyusunan fakta sejarah dan sumber yang telah diseleksi dituliskan dalam bentuk penulisan sejarah

Historiografi yaitu tindakan penulisan laporan yang telah penulis teliti dan juga melakukan rekonstruksi sejarah secara menyeluruh di dalam bentuk penulisan ilmiah yang sesuai dengan topik penulisan yang telah penulis tentukan peneliti yang meneliti mengenai perkembangan Pasar Cipulir tahun 1989 hingga tahun 2020 akan melihat perkembangan dari Pasar Cipulir secara mendetail

⁶⁰Ismaun. *Sejarah Sebagai Ilmu*. Bandung. Hisoria Utama Press. 2005. Hlm 16