

# STUDI SISTEM TERITORIAL DI PASAR BERINGHARJO

AlifaMiftyFala  
miftyfala46@gmail.com

Drs. Ismael Setiawan, M.M  
Ismael\_bidisi@yahoo.com

## Abstrak

Teritorialitas merupakan perilaku dimana orang ingin diakui dan mempertahankan sebuah daerah untuk menyatakan daerah kekuasaannya. Beberapa unsure mempengaruhi terbentuknya teritori ini, salah satunya adalah kebudayaan. Pasar Beringharjo, sebagai sebuah ruang public memberi banyak peluang bagi para agen pasar dalam berinteraksi, khususnya pada para pedagang. Pada Pasar Beringharjo ini, perilaku teritorialitas terjadi. Sebagai pasar yang berada di tengah masyarakat berkebudayaan Jawa, tentunya terdapat beberapa pengaruh dari kebudayaan setempat terhadap perilaku teritorialitas para pedagang dalam membentuk sistem teritori di Pasar Beringharjo.

Kata Kunci : teritori, pasar, kebudayaan Jawa

## Abstract

*Territory is a way of person or a group to declare the authority of their self. There are some unsure that affect this territoriality system, and one of them is culture. Beringharjo traditional market is a public space that give a place for many people to interact, specially for the seller. So that is why territoriality also happened at Beringharjo Market. As a traditional market that located in the middle of Javanese people, territory system in Beringharjo Market also get some effect from the people around.*

Keywords : *territory, market, Javanese culture*

## PENDAHULUAN

Pasar merupakan ruang public yang menjadi tempat terjadinya jual beli dan pertukaran barang maupun jasa. Pasar memiliki agen-agen, yaitu pedagang, pembeli, dan pengelola. Ketiga agen pasar ini memiliki aktivitas masing-masing baik yang berhubungan mau pun tidak. Aktivitas-aktivitas ini pada akhirnya memberi ruang untuk interaksi social diantara para agen tersebut.

Pasar Beringharjo merupakan pasar induk tradisional yang berada di Yogyakarta. Pasar ini dibangun untuk memenuhi asas catur tunggal yang diterapkan oleh pemerintah Kraton Yogyakarta dalam menata kota Yogyakarta. Pasar ini dijadikan pusat perekonomian yang memberdayakan masyarakat sekitar. Pembagian area dagang yang terjadi di Pasar Beringharjo pada awalnya dibagi secara cuma-cuma oleh pengelola Kraton Ngayogyakarta (gudeg.net).

(Halim, Psikologi Arsitektur, 2006) Teritorialitas merupakan perilaku dimana seseorang ingin menjadi diri sendiri atau menyatakan diri bahwa ia memiliki dan melakukan pertahanan terhadap suatu area. Teritorialitas ini merupakan sebuah perilaku dasar yang dimiliki oleh setiap manusia. Berdasarkan daerah teritorinya, manusia bisa menunjukkan daerah kekuasaan dimana ia bisa memiliki daerah tersebut. oleh beberapa ahli seperti Altman, Chemers, Brown, dan Taylor definisi dari teritorialitas adalah suatu set perilaku kognisi yang ditampilkan oleh individu atau kelompok yang didasarkan pada pemahaman atas kepemilikan ruang fisiknya (Halim, Psikologi Arsitektur, 2006)

Kekuasaan merupakan salah satu hal yang diatur oleh masyarakat Jawa dalam 2 kaidah kehidupan masyarakat Jawa. Menurut Franz Magnis Suseno dalam buku Etika Jawa, 2 kaidah kehidupan masyarakat Jawa adalah Keselarasan dan Kekuasaan. Asas keselarasan merupakan asas mengenai kerukunan social. Kerukunan social dalam etika Jawa berarti lebih mementingkan kepentingan bersama daripada pribadi. Sedangkan asas kekuasaan lebih mengatur mengenai rasa hormat pada apa saja yang merupakan ciptaan Tuhan. Sehingga Pasar Beringharjo yang merupakan *pasar gedhe* bagi masyarakat Jawa khususnya di daerah Yogyakarta, tentunya mendapatkan pengaruh dari perilaku dan etika masyarakat Jawa disekitarnya.

Pada Pasar Beringharjo terdapat banyak cara para pedagang untuk membatasi area dagang mereka dengan milik orang lain. Baik pada kios dengan sekat-sekat yang sudah dibagi oleh pengelola maupun yang tanpa sekat. Dalam hal ini diperkirakan terdapat unsur-unsur kaidah kehidupan masyarakat Jawa yang dalam prakteknya digunakan dalam sistem pembagian teritori

tersebut. Sehingga terjadilah teritori area dagang masing-masing pedagang yang tidak mengganggu satu sama lain dalam melakukan kegiatan jual-beli.

Melihat fenomena yang sudah dipaparkan diatas, terbentuknya sistem territorial ada sebuah area public seperti pasar tentu terbentuk oleh beberapa faktor baik berupa factor fisik maupun non fisik atau social. Terlebih lagi pasar Beringharjo merupakan ruang public yang berada di daerah dengan masyarakat Jawa yang dikenal memiliki kaidah-kaidah hidup yang masih dipegang teguh sampai saat ini. Sehingga evaluasi serta pemahaman mengenai sistem territorial pada pasar Beringharjo ini diharapkan akan memberi kemudahan dalam proses pengembangan riset dan desain interior ruang public khususnya pasar tradisional yang masih terkait dengan masyarakat sekitar.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara utuh (Bogdandan Taylor dalam (Moleong, 2009)). Menurut Denzindan Lincoln (dalam Moleong,2009) penelitian kualitatif adalah penelitian dengan menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Penelitian ini berusaha memanfaatkan wawancara terbuka untuk memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku individu atau sekelompok orang (Moleong, 2009).

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan fakta-fakta yang terjadi dalam sebuah objek (populasi) atau sebagian (sampel). Selanjutnya fakta-fakta tersebut akan digambarkan sebagaimana terjadinya pada kenyataan. Penelitian ini memusatkan perhatian pada masalah-masalah yang ada pada saat penelitian dilakukan atau bersifat actual. Dalam penelitian ini tidak hanya dilakukan survey studi kasus, namun juga studi hubungan serta studi perkembangan mengenai objek dan sampel yang dijadikan sebagai variabel.

### **1. Populasi**

Populasi penelitian ini adalah seluruh area dagang di Pasar Beringharjo, Yogyakarta. Area dagang ini meliputi 5.441 los dengan 6.000 pedagang. Komoditi yang dijual pada jumlah pedagang tersebut diantaranya adalah kain dan baju batik; souvenir; perlengkapan dapur;

barang antik dan kuno; aneka tas; kuliner tradisional; bumbu dan rempah; gamis dan kaftan; jual-beli emas; sayur, buah, daging, serta ikan; dan barang bekas (gudeg.net).

## 2. Sampel

Sampel penelitian ini diambil secara acak dengan kriteria pemilihan berdasarkan komoditas yang dijual, diantaranya :

- a. Bumbu dan Rempah
- b. Kerajinan atau souvenir
- c. Pakaian

## HASIL

### 1. Data Lapangan



*Gambar1. Pembatas pedagang-pengunjung  
(sumber : Alifa Mifty Fala, 2017)*



*Gambar2. Pembatas pedagang-pengunjung  
(sumber : Alifa Mifty Fala, 2017)*



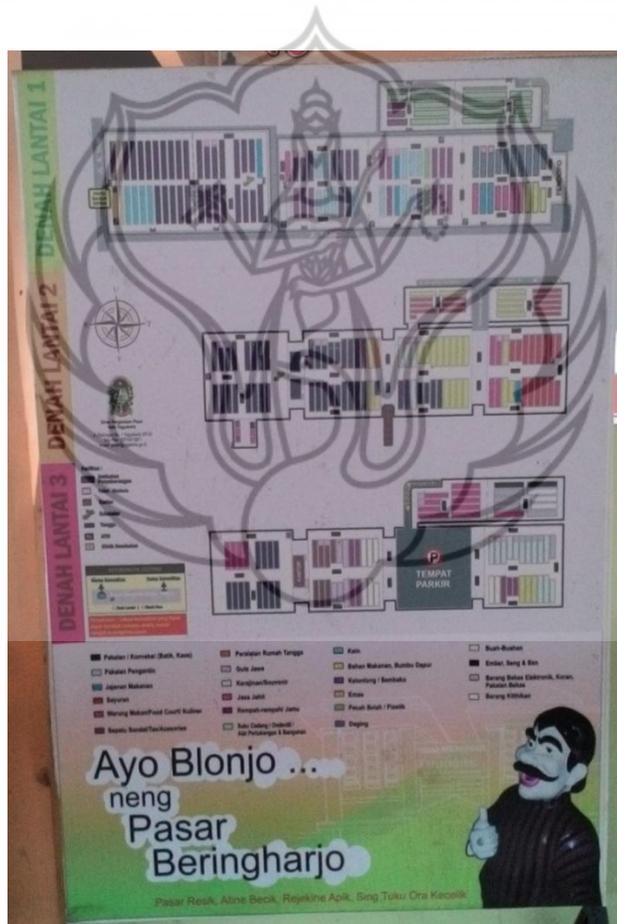
*Gambar3. Kios pakaian pada lantai 1  
(sumber : Alifa Mifty Fala, 2017)*



*Gambar4. Kios bumbu & rempah pada lantai 2  
(sumber : Alifa Mifty Fala, 2017)*



Gambar5. Tampak panorama kios-kioskerajinanandan souvenir lantai 3  
 (sumber : Alifa Mifty Fala, 2017)



Gambar6. Denah pasar Beringharjo  
 (sumber : dokumentasi pribadi, 2017)

## PEMBAHASAN

### 1. Analisa

Pada penelitian ini ditemukan beberapa jenis teritori yang ada di Pasar Beringharjo. Teritori ini dibentuk secara resmi oleh pengelola dan juga terbentuk secara tidak resmi oleh kehidupan social diantara pedagang. Selain itu ditemukan juga bentuk-bentuk teritori fisik berbeda berdasarkan kategori komoditi yang dijual dan teritori nonj-fisik yang banyak terkait dengan sistem kebudayaan dan etika masyarakat sekitar, yaitu masyarakat Jawa.

Kemudian selain itu, terdapat juga beberapa kaitan antara teritori yang terjadi pada pasar Beringharjo dengan teritori yang sudah dijelaskan pada teori-teori dasar penelitian.

#### a. Teritori Fisik

Teritori seperti yang dikatakan oleh Altman (dalam Halim, 2005) bahwa perilaku territorial yang diasosiasikan dengan teritori primer, sekunder, dan public. Territorial dagang pada Pasar Beringharjo sudah ditentukan oleh pengelola pasar pada awalnya. Pedagang akan memilih untuk membeli luasan modular yang ditawarkan oleh pengelola, kemudian pengelola akan mengelompokkannya sesuai dengan jenis komoditi yang dijual. Kemudian akan dibuat sebuah undian kupon untuk pembagian kios yang akan didapatkan. Setelah itu pedagang akan mengambil secara acak kupon undian kios tersebut.

Teritori fisik merupakan bentuk yang terlihat secara visual dalam pembatasan area dagang. Teritori fisik yang terbentuk biasanya bisa terlihat dari bentuk partisi, rolling door atau sekat-sekat dengan bentuk lain yang memberi batasan antara beberapa wilayah kekuasaan pedagang. Mereka membentuk batasan-batasan tersebut dengan berbagai macam cara. Salah satu contohnya adalah dengan menggantungkan pakaian dagangan mereka pada sebuah jarring-jaring besi yang setinggi 2-3 meter vertical. Mereka akan secara mudah mendisplay pakaian dagangan, namun juga membentuk teritori mereka.

#### b. Teritori Non-fisik

Dalam penelitian ini teritori non-fisik merupakan bentuk perilaku territorial yang banyak dipengaruhi oleh sikap dan sifat masyarakat sekitar, khususnya masyarakat Jawa. Meskipun tidak semua pedagang merupakan orang Jawa, namun karena sudah

lama hidup di tanah Jawa, mereka sudah banyak menyesuaikan diri dengan masyarakat Jawa.

Dalam teritori non fisik ini banyak terjadi asas kerukunan masyarakat Jawa. Seperti yang sudah dikatakan oleh Franz Magnis-Suseno pada bukunya yang berjudul *Etika Jawa*, “*Rukun adalah kekuatan ideal yang diharapkan dapat mempertahankan semua hubungan social. Rukun merujuk pada perilaku untuk tenang satu sama lain dan mengesampingkan unsur-unsur perselisihan.*”. sehingga dalam prakteknya, para pedagang, meskipun berusaha selalu mempertahankan kekuasaan masing-masing tetap berusaha menjaga ketenangan satu sama lain dan berusaha mengesampingkan unsure-unsur perselisihan.

Pada prakteknya, sikap-sikap masyarakat Jawa yang menjunjung tinggi keselarasan ini memunculkan beberapa sistem yang digunakan untuk menyelaraskan satu sama lain individu. Munculnya beberapa perjanjian antara satu dengan yang lain merupakan wujud yang terasa di pasar Beringharjo. Perjanjian ini biasanya meliputi bagaimana akan menjaga barang dagangan, bagaimana mendisplay barang dagangan, seberapa luas area yang mereka butuhkan dan bagaimana caranya menyesuaikan dengan tetangga yang ada.

Selain dengan pedagang lain, penyesuaian untuk menciptakan keselarasan dalam pembagian teritori juga dilakukan dengan pengelola. Seperti adanya aturan yang memperbolehkan display dagangan melebihi 3-4 *tegel* diluar dari toko mereka masing-masing, atau izin pembuatan pembatas fisik (partisi, rolling door, dsb) yang harus mendapatkan izin berupa tanda tangan dari tetangga di depan, samping kanan dan kiri, serta belakang si pedagang tersebut.

c. Perubahan yang terjadi pada sistem Teritorial

Seiring berjalannya waktu, terjadi beberapa perubahan yang terjadi pada sistem teritorial pasar Beringharjo. Salah satu perubahan yang sangat signifikan terjadi adalah pada bagian fisik. Perubahan ini melingkupi pada bagaimana cara para pedagang dalam menunjukkan kekuasaannya atas suatu daerah dagangannya. Seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya, pemerintah melalui pengelola pasar memberi lahan berupa modular pada para pedagang untuk mereka berdagang, tanpa adanya

pembatas resmi. Sehingga kemudian para pedagang membentuk sendiri pembatas-pembatas tersebut.

Perubahan ini tentu tidak terlepas dari factor non-fisik yang terjadi pada para pedagang tersebut. Pada penelitian ini, diketahui bahwa terdapat sebuah peraturan yang terbentuk atas beberapa perubahan yang hendak dilakukan oleh para pedagang, yaitu peraturan mengenai pembangunan partisi atau rolling door atau pembatas lainnya. Peraturan ini kemudian menuntut para pedagang yang hendak membangun pembatas massif seperti partisi atau rolling door untuk mendapatkan ijin dari tetangga depan, belakang, serta samping kanan dan kiri mereka. Peraturan ini dibuat untuk menjaga kerukunan masing-masing pedagang, agar satu sama lain tidak merasa barang dagangannya tidak tersabotase oleh pedagang lain yang memiliki pembatas massif. Sehingga dengan tidak adanya perasaan tidak nyaman diantara para pedagang, akan tercipta suasana pasar yang nyaman bagi setiap agen pasar yang berkegiatan di dalamnya.

Kemudian terjadilah banyak perubahan fisik yang terjadi berdasarkan peraturan-peraturan baru tersebut. Perubahan ini terjadi karena masing-masing pedagang berusaha menyesuaikan keadaan dagang mereka sendiri dengan keadaan dagang milik tetangganya. Setelah terjadinya banyak perubahan fisik ini pun, akhirnya terjadi juga banyak penyesuaian yang bisa dikatakan merupakan sistem territorial secara non-fisik yang terjadi diantara para pedagang. Banyaknya penyesuaian tersebut kemudian kembali terkait dengan kaidah-kaidah hidup masyarakat Jawa yang merupakan masyarakat mayoritas di area Pasar Beringharjo ini.

d. Unsur budaya dan sistem territorial di Pasar Beringharjo

Pada pasar beringharjo terlihat pada pedagang yang saling memaklumi satu sama lain mengenai perubahan teritori milik tetangganya. Mereka akan menganggap pelanggaran territorial secara fisik bukan masalah selama pelanggaran tersebut tidak dilakukan dalam jangka waktu yang lama atau si tetangga menyatakan ijin pada sebelumnya. Pada data wawancara sudah disebutkan bahwa pedagang tidak merasa keberatan karena menganggap tetangga merupakan keluarga yang secara fisik dekat dengan mereka. Sehingga apapun yang terjadi diantara beberapa pedagang yang berdekatan akan bisa diselesaikan dengan kekeluargaan.

Sikap mengelakkan konflik serta rasa hormat merupakan hal lain yang tampak pada pasar beringharjo ini. Satu sama lain pedagang meskipun sudah mempercayai, mereka tetap saja akan merasa 'tau diri'. Seperti prinsip masyarakat Jawa yang mengatakan bahwa segala sesuatu adalah baik, dan hal buruk hanya datang dari orang yang tidak mengetahuinya.

Dua asas penting dalam kehidupan masyarakat Jawa adalah asas kerukunan dan asas rasa hormat. Asas kerukunan lebih menuju kepada sikap tenang dalam mengesampingkan perselisihan dalam masyarakat.

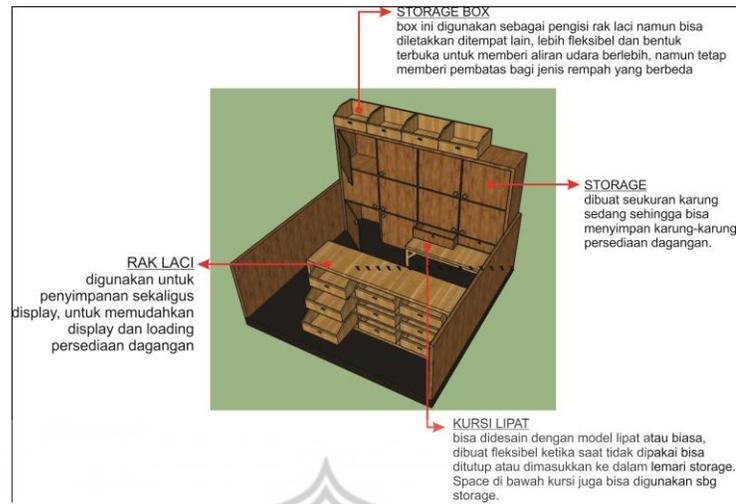
Para pedagang dalam penelitian ini terlihat mampu bersikap tenang dengan saling mempercayai satu sama lain. Mereka tidak akan merasa takut barang akan dicuri meskipun tidak menggunakan penutup yang cukup rapat dalam komoditi bumbu dan rempah. Mereka menganggap para pedagang adalah manusia yang sudah dewasa dan tahu mana yang seharusnya dan tidak seharusnya dilakukan oleh orang pada umumnya. Kembali lagi pada sikap 'tau diri' pada masing-masing pedagang juga, mereka akan tetap berada pada jalur masing-masing meskipun memiliki kepentingan yang sama.

## 2. Rekomendasi Desain

Teritorialitas adalah suatu set perilaku kognisi yang ditampilkan oleh individu atau kelompok yang didasarkan pada pemahaman atas kepemilikan ruang fisiknya (Altman, dkk dalam Halim, 2005). Pemahaman atas kepemilikan ruang fisik tersebut berkaitan dengan kekuasaan. Sehingga akan mengatur manusia lain yang berada dalam wilayahnya. Pernyataan Edward T. Hall pada bukunya berjudul *The Hidden Dimension* (1947) menunjukkan bahwa teritorialitas berkaitan erat dengan kebiasaan-kebiasaan yang menjadi budaya bagi masyarakat sekitar, dalam penelitian ini khususnya orang Jawa. Franz Magnis-Suseno dalam bukunya berjudul *Etika Jawa* (2005) mengatakan bahwa kehidupan bermasyarakat orang Jawa diatur oleh 2 kaidah hidup masyarakat Jawa, yaitu: kaidah keselarasan dan kaidah kekuasaan. Kedua kaidah ini saling berkaitan.

Pemaparan diatas memberikan penjelasan bahwa bagi masyarakat Jawa merupakan masyarakat yang dituntut untuk selalu leluasa dalam bertindak atau disebut juga fleksibel. Oleh karena itu, desain yang direkomendasikan atas penelitian ini adalah desain kios yang fleksibel. Fleksibel pada akhirnya menjadi kata kunci untuk rekomendasi desain

pada penelitian ini dengan harapan mampu memenuhi kebutuhan teritori para pedagang, juga tidak mengubah kondisi keselarasan sosial yang berada di sekitarnya.



**Gambar 7.** Ilustrasi Rekomendasi Desain Kios Bumbu, Rempah, dan Makanan Ringan

(Sumber: Alifa Mifty Fala, 2017)



**Gambar 8.** Ilustrasi Rekomendasi Desain Kios Pakaian

(Sumber: Alifa Mifty Fala, 2017)



Gambar 9. Ilustrasi rekomendasi desain kios

(Sumber: Alifa Mifty Fala, 2017)

## KESIMPULAN

Teritorial merupakan sikap bagaimana para pedagang berusaha melindungi hak maupun kewajiban mereka didalam Pasar Beringharjo. Sikap ini meliputi sikap kepada sistem teritori fisik dan non-fisik. Selain itu, juga ditemukan sikap-sikap teritorial yang berbeda tergantung pada jenis komoditi yang dijual oleh pedagang. Sikap teritorialitas ini, terjadi pada 3 agen pasar yaitu: *Pedagang Resmi, Pedagang Tidak Resmi, dan Pengunjung.*

Teritorial fisik mengacu pada bagaimana para pedagang membentuk pembatas-pembatas yang tampak oleh orang lain. Terdapat beberapa perbedaan dalam hubungan antar agen pasar pada Pasar Beringharjo. Beberapa teritori fisik terjadi dipengaruhi oleh teritori non-fisik. Teritori non-fisik ini meliputi sikap dan sifat para pedagang yang kebanyakan merupakan orang sekitar, atau pedagang dari luar kota yang sudah menetap dan dipengaruhi oleh budaya masyarakat sekitar. Budaya ini khususnya adalah budaya Jawa.

Kehidupan bermasyarakat masyarakat Jawa memiliki dua kaidah dasar tentang kehidupan, yaitu asas kerukunan dan asas rasa hormat. Kedua asas ini ternyata berkaitan dengan etika pengertian dan etika keselarasan sosial. Asas-asas tersebut yang kemudian terdapat dalam etika keselarasan sosial, berusaha membuat kenyamanan sosial diantara semua agen di dalam pasar. Terutama pada hubungan antar pedagang, baik resmi maupun tidak resmi.

Ternyata banyak ditemukan bahwa para pedagang mengikuti kaidah-kaidah kehidupan orang Jawa tersebut dalam rangka mengelakkan konflik yang terjadi diantara satu sama lain. Selain itu juga pedagang berusaha saling menghormati orang lain dan menganggap mereka sebagai keluarga sendiri, sehingga mereka tidak akan mengambil hak orang lain ataupun berusaha menyingkirkan kewajiban milik mereka sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

Altman, I. (1989). *Public Places and Spaces*. New York: Plenum Press.

anonim. (n.d.). Retrieved Juni 12, 2016, from gudeg.net: <https://gudeg.net/direktori/54/pasar-beringharjo-yogyakarta.html>

Cresswell, J. W. (2009). *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran (edisi terjemahan)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Halim, D. (2005). *Psikologi Arsitektur*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Halim, D. (2006). *Psikologi Arsitektur*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Hall, E. T. (1966). *The Hidden Dimension*. United States of America: Anchor Book Edition.

Julia, T. S. (2016). *Kepuasan Masyarakat pada Kinerja Pelayanan Publik*. Yogyakarta.

Laurens, J. M. (2004). *Arsitektur dan Perilaku Manusia*. Jakarta: Grasindo.

Lawson, b. (2001). *The Language of Space*. Oxford: Reed Educational and Professional Publishing.

Magnis-Suseno, F. (1988). *Etika Jawa*. Jakarta: PT. Gramedia.

Moleong, L. J. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.

Octayanty, Y. (2011). *MODEL PERILAKU DALAM ARENA SOSIAL DI PASAR :Kasus Pasar Nagari Lubuk Alung, Padang Pariaman, Sumatera Barat*. Padang: Jurusan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas.

Suseno, F.-M. (1988). *Etika Jawa*. Jakarta: PT. Gramedia.