

## PENATAAN KEMBALI PASAR BARANG ANTIK DI JALAN SURABAYA MELALUI PENDEKATAN *SHOPPING BEHAVIOR* GENERASI MILENIAL

Lisa Natalia<sup>1)</sup>, Tony Winata<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, lisanatalia21@gmail.com

<sup>2)</sup>Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, tonywinata@ft.untar.ac.id

Masuk: 14-07-2022, revisi: 14-08-2022, diterima untuk diterbitkan: 03-09-2022

### Abstrak

Di Jalan Surabaya, terdapat deretan kios yang merupakan pusat barang antik yang terkenal sejak 1960. Pamor pasar ini cukup disegani karena berhasil menembus kalangan turis, pejabat, selebriti ataupun liputan luar dan dalam negeri. Dengan demikian, pemasukan dana daerah saat itu cukup meningkat. Namun, sejak pengeboman yang terjadi pada 2003 hingga 2016 di Jakarta, kalangan tersebut menurun kedatangannya. Ditambah juga, gaya barang semakin modern dan tren belanja mulai berkembang secara *online*, yang membuat generasi saat ini yaitu generasi milenial, lebih terbiasa dengan hal yang bersifat modern dan sesuai dengan zaman sekarang. Peminat barang antik menjadi sedikit, begitu juga dengan keberlangsungan memori pasar yang semakin memudar. Degradasi ini bukan yang pertama. Dulunya pasar ini pernah lebih kumuh, namun segera ditertibkan oleh Gubernur Ali Sadikin. Berkat hal itu, pamor pasar dan Jalan Surabaya menjadi terkenal lewat promosi mulut ke mulut. Strategi ini yang coba penulis pinjam guna meramaikan kembali pasar barang antik, dengan cara menggunakan pendekatan desain berbasis perilaku belanja milenial, supaya pasar antik yang sekarang mendapat fokus kalangan pengunjung yang baru. Tidak hanya itu, metode desain keseharian juga turut menyempurkan rancangan. Dengan mengikuti batasan peraturan setempat, visi-misi Menteng dan budaya sehari-hari Jalan Surabaya, membuat pasar barang antik menjadi pasar, sarana rekreasi dan ruang berkumpul yang lebih baik bagi publik, terutama generasi milenial, dalam upaya memberi penyembuhan urban akupunktur.

**Kata kunci:** Barang Antik; Menteng; Milenial; Urban Akupunktur

### Abstract

*On Jalan Surabaya, there are rows of stalls which are the center of famous antiques since 1960. The prestige of this market is quite respected because it has managed to penetrate the tourists, officials, celebrities or foreign and domestic coverage. As a result, the regional income was quite high. However, since the bombings that occurred in 2003 to 2016 in Jakarta, the number of these groups has decreased. Plus, the style of goods is getting more modern and shopping trends are starting to develop online, which makes the current generation, namely the millennial generation, more accustomed to things that are modern and in accordance with today's times. Antique enthusiasts have become few, as well as the continuity of the market's memory which is fading. This degradation is not the first. In the past, this market was more shabby, but was immediately brought under control by Governor Ali Sadikin. Thanks to this, the prestige of the market and Jalan Surabaya became famous through word of mouth promotion. This strategy that the author is trying to borrow is to revive the antiques market, by using a design approach based on millennial shopping behavior, so that the current antique market gets the focus of new visitors. Not only that, the everydayness design method also enhances the design. By adhering to local regulations, Menteng's visions and missions and the everyday culture of Jalan Surabaya, making the antiques market a better market, recreational facility and gathering space for the public, especially the millennial generation, in an effort to provide urban acupuncture.*

**Keywords:** Antiques; Menteng; Millennials; Urban Acupuncture

## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pada tahun 1960, terdapat sebuah pasar loak kaki lima yang lahir dari area pasar rumput, yang semulanya merupakan tempat makan kuda ketika delman masih menjadi sarana transportasi. Para pedagang ini dulunya berprofesi sebagai kolektor barang antik yang gemar berkeliling Indonesia maupun luar negeri untuk mengoleksi barang antik. Hingga akhirnya mereka merasa sudah cukup tua untuk menjelajah dan memutuskan untuk menjual hasil yang mereka dapat di pasar loak tersebut. Area itu akhirnya menjadi ramai pembeli dan pengunjung, namun sayang hanya kondisinya saja yang kurang tertib akibat setiap pedagang menggelar lapaknya sembarangan.

Pada tahun 1970-an, pada masa kepemimpinan Gubernur Ali Sadikin, beliau melihat potensi ekonomidan wisata pada pedagang barang antik tersebut. Sehingga beliau merencanakan untuk menertibkan 202 pedagang secara besar-besaran dengan cara mengalokasikan para pedagang ke Jalan Surabaya. Para pedagang barang antik itu diatur untuk berjualan di kios-kios semi permanen yang sengaja dibangun Pemda DKI Jakarta, seperti yang terlihat saat ini. (Kompasiana, 2018)



Gambar 1. Masa Lalu Pasar Barang Antik

Sumber: Penulis, 2022

Rencana Bapak Ali Sadikin membuah hasil yang positif, pamor Jalan Surabaya langsung terangkat. Kesan pedagang barang antik yang awalnya kumuh dan kurang tertib, sekarang menjadi teratur dan nyaman. Hanya dari promosi mulut ke mulut saja, akhirnya berita pasar bisa dikenal secara meluas dan menjadi salah satu objek wisata terkenal, berkat suasana strip kiosnya yang menyerupai galeri seni. Pasar barang antik ini juga pernah didatangi oleh mantan presiden AS Bill Clinton maupun selebriti luar negeri dan pejabat pemerintah lainnya, yang memang sengaja datang untuk rekreasi dan penasaran tentang ide pasar ini. (Kompasiana, 2018)

Masa kejayaan ini berlangsung hingga puluhan tahun dari 1990-an hingga 2010 menurut para pedagang yang masih beroperasi. Namun akibat teror bom yang terjadi di Hotel JW Marriot pada tahun 2003 dan 2009, bom Bali pada 2002 dan 2005 yang menarget area ramai turis asing, bom di Hotel Ritz-Carlton pada 2009 dan bom Sarinah pada 2016, menyebabkan pihak kedutaan negara lain melarang warganya untuk datang ke Indonesia selama periode tersebut. Akibat pelarangan akses ke Indonesia yang terlalu lama dan bom yang berkali-kali diluncurkan berada pada area dekat pasar antik. Sejak itu kedatangan turis mulai menurun. (Liputan6, 2018)



Gambar 2. Peta Titik Peluncuran Bom dan Diagram Perkembangan Belanja Antar Generasi  
Sumber: Penulis, 2022 dan *Retail-assist.com*, 2022

Era teknologi maupun tren belanja *online* juga sudah mulai berkembang, serta gaya furnitur yang mlaimodern membuat barang antik mulai ditinggalkan. Faktor lainnya adalah pasar barang antik ini tidak pernah dikembangkan atau diperbarui semenjak penertiban besar-besaran 45 tahun lalu, sehingga membuat kesan pasar di mata masyarakat tahun tersebut sudah ketinggalan zaman dan kurang menarik.

Saat ini, tidak banyak orang yang tahu pasar antik terutama generasi saat ini yang paling mendominasi yaitu milenial. Aliran memori akan pasar mulai pudar. Menurut hasil penelusuran lapangan, ditemukan bahwa dari 202 kios hanya tersisa 151 kios yang masih beroperasi dalam kondisi kritis pembeli. Bila hal ini tidak dibiarkan selama puluhan tahun ke depan, eksistensi pasar barang antik di Jalan Surabaya akan sepenuhnya hilang. Maka dari itu, siasat Bapak Ali Sadikin ini yang coba penulis pinjam untuk meramaikan pasar barang antik kembali. Pendekatan saat ini tidak perlu lagi hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, namun bisa memanfaatkan potensi teknologi dan kecepatan sosial mediarealitasnya, dan menarik.

### Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang mengenai isu degradasi memori pasar barang antik yang tergerus zaman, perlunya penataan kembali pasar antik yang lama menjadi wajah yang baru dengan tren saat ini. Trend ditentukan dari masyarakat dan citra sosial sehingga peran atraktor untuk kembali memulihkan pergerakan pasar menjadi pondasi utamanya. Sehingga dalam konteks saat ini, kaum milenial adalah golongan masyarakat yang tepat sebagai penyebar berita dan calon konsumen. Perilaku bagaimana milenial belanja dan rekreasi adalah pendekatan utamanya. Batasan dari masalah ini adalah bagaimana menyeimbangkan konsep pasar yang modern tanpa menghilangkan jati diri pasar yang lama, agar memori lama dapat diwariskan. Peran milenial sebagai atraktor awal yang nantinya akan membuka peluang untuk masyarakat luas mengenal pasar ini kembali lewat promosi mulut atau sosial media, mengingat bahwa urban akupunktur membawa satu 'suntikan' namun dapat memiliki efek berantai. Lalu, peran pedagang pasar berperan sebagai pencerita di kiosnya, yang mempromosikan cerita dari barang hasil koleksinya yang akan dijual.

### Tujuan

Tujuan dari penelitian ini sebagai bentuk upaya meramaikan kembali pasar barang antik melalui pendekatan perilaku belanja milenial dan masyarakat saat ini. Mengatasi degradasi memori melalui pengenalan sejarah pasar dan masa kejayaan pasar di masa lalu dan menunjukkan wajah pasar dari penataan yang lebih modern dan rapi. Proyek juga bertujuan sebagai akses yang dapat meneruskan *linkage* kawasan menjadi lebih efisien sekaligus menjadi ruang rekreatif, ramah anak, hewan maupuntumbuhan yang lebih sehat bagi kualitas *neighbourhood* sekitar Jalan Surabaya.

## 2. KAJIAN LITERATUR

### Urban Akupunktur

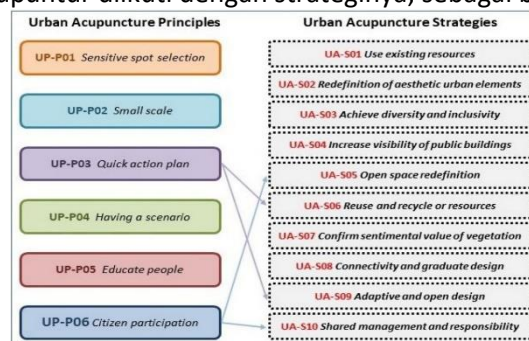
Dalam konsep berpikir urban akupunktur, terdapat tiga elemen pembentuknya yaitu konfigurasi, pergerakan dan atraksi yang dirangkum dalam teori CMA (*Configuration, Movement and Attraction*), dimana elemen pergerakan (*movement*) dilihat sebagai wujud dari konfigurasi (*configuration*) yang dibangun dalam kota dengan tingkat kemampuan elemen daya tarik (*attraction*) yang berbeda. Dalam konteks ini, desain dilihat sebagai konsekuensi lokal dari daya tarik yang disisipkan (Hillier et al., 1993). Elemen konfigurasi selalu tetap, kuncinya adalah bagaimana menyisipkan daya tarik yang tepat dan menarik agar pergerakan yang awalnya kurang baik dan diperbaiki dalam skala kawasan.

Urban akupunktur hadir sebagai suatu pendekatan untuk memberikan solusi penataan untuk mendapatkan dampak yang signifikan (*sensitive effect*) dalam waktu singkat dengan tetap berdasarkan pada aturan perencanaan kota yang telah dirumuskan sebelumnya. Penataan dilakukan dalam skala kecil namun mampu menghasilkan dampak dan kualitas yang baik bagi kota. Urban akupunktur menghasilkan reaksi berantai (*chain react*), dimana penataan satu titik akan memberikan pengaruh pada titik lain dan akhirnya akan berdampak luas bagi kota tersebut. (Lerner, 2003)

Secara singkat, urban akupunktur adalah teori yang mengemukakan bahwa kota dapat dianggap “sakit” pada titik-titik tertentu akibat jaringan dalam satu area tertentu yang bermasalah, masalah itu menciptakan kerusakan kota/*urban decay*. *Urban decay* ini yang akan menimbulkan degradasi sosial (memori dan mental), ekonomi (kesejahteraan) dan lingkungan (infrastruktur dan fasilitas). *Urban decay* ini yang harus diselesaikan melalui regenerasi kota/*urban regeneration*, yang merupakan pengembangan atau penataan kembali suatu area untuk efek jangka panjang yang lebih baik. (Sacramone, 2021:7)

### Prinsip dan Strategi Urban Akupunktur

Menurut Usama A. Nassar, urban akupunktur dapat memberikan perubahan yang cepat dan kontekstual pada ruang kota karena adanya sebuah tuntutan partisipasi (bukan hanya perancang, tetapi juga kelompok masyarakat yang dituju) (Nasar, 2021). Adapun beberapa prinsip konsep urban akupunktur diikuti dengan strateginya, sebagai berikut:



Gambar 3. Prinsip dan Strategi Urban Akupunktur

Sumber: Nassar, 2021

Beberapa kriteria yang mencerminkan bangunan arsitektur telah menerapkan ‘urban akupunktur’ adalah sebagai berikut (Nasar, 2021:6) yaitu, yang pertama, *sensitive spot selection*. Lerner mendefinisikan titik sensitif di jaringan perkotaan sebagai tempat yang kekurangan aliran energi di kota yang sakit. *Small scale*, setiap intervensi urban akupunktur harus diterapkan pada ruang skala kecil, karena pendekatan ini bertujuan untuk dampak besar dengan proyek percontohan kecil. De Solà Morales menyebutkan bahwa skala itu relatif, dan itu tidak hanya berarti skala dalam ukuran; itu juga dapat diterapkan pada input keuangan atau investasi. *Quick plan action*, perancangan biasanya memerlukan waktu mengimplementasikan, maka dari itu urban akupunktur harus segera ditindak lanjuti. *Having a scenario*, perlunya memiliki skenario

dalam pengembangan akupunktur di perkotaan. Lerner menyatakan bahwa setiap proyek pembangunan kota akan membutuhkan waktu tiga tahun untuk mencapainya, dan untuk mewujudkannya kita perlu memiliki skenario tertentu dengan proposal dan ide desain. *Educate people*, dalam urban akupunktur, penting untuk memahami bagaimana lingkungan binaan telah diterima oleh masyarakatnya. Pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang intervensi perkotaan mempercepat kemungkinan keberhasilan. Terakhir terdapat *Citizen participation*, para pengambil keputusan bukanlah satu-satunya sumber proposal desain. Partisipasi warga setempatlah yang akan membawa perencana ke visi pembangunan yang baru, karena perencana tidak memiliki jawaban yang tepat untuk setiap masalah.

### Pasar Barang Antik Sebagai Sistem Pasar Tradisional

Terdapat dua tipe pasar, pasar modern dan tradisional. Menurut Peraturan Presiden no. 112 tahun 2007, pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah lokal, sektor swasta, perusahaan negara dan perusahaan swasta dan juga bekerja sama dengan sektor swasta. Terdapat hal yang membedakan pasar tradisional dengan pasar modern (Poesoro, 2007):

Tabel 1. Perbedaan Pasar Tradisional dan Pasar Modern

Aspek	Pasar Tradisional	Pasar Modern
Kondisi Fisik	Bersifat temporer, semi-permanen atau permanen	Bersifat permanen
Aspek Pelayanan	Penjual melayani pembeli	Pembeli melayani sendiri
Cara Transaksi harga	Adanya tawar-menawar	Tidak ada tawar-menawar, angka sudah pasti
Aspek Manajemen	Terkadang tidak dikelola secara profesional sehingga adanya ketidaknyamanan saat belanja	Dikelola secara profesional sehingga pembeli lebih nyaman berbelanja
Aspek Pembayaran	Menggunakan tunai	Menggunakan tunai atau non-tunai

Sumber: Poesoro, 2007

Masalah pasar tradisional biasanya adalah masih dioperasikan oleh keluarga, dan mempekerjakan tenaga kerja marginal. Pengecer pasif dan memiliki metode dan teknologi yang lemah; mereka tidak memiliki keterampilan keuangan, manajemen, dan pemasaran. Toko-toko berantakan, kotor dan tidak terorganisir. Contoh buruknya infrastruktur di pasar tradisional antara lain bangunan yang tidak nyaman bagi pelanggan, kebersihan dan tempat sampah yang kurang terjaga, kondisi berlumpur, kurangnya lahan parkir, dan sirkulasi udara yang buruk (Poesoro, 2007). Pasar di Jalan Surabaya tergolong masih menggunakan sistem pasar tradisional dan memiliki permasalahan yang serupa (lihat Gambar 4).



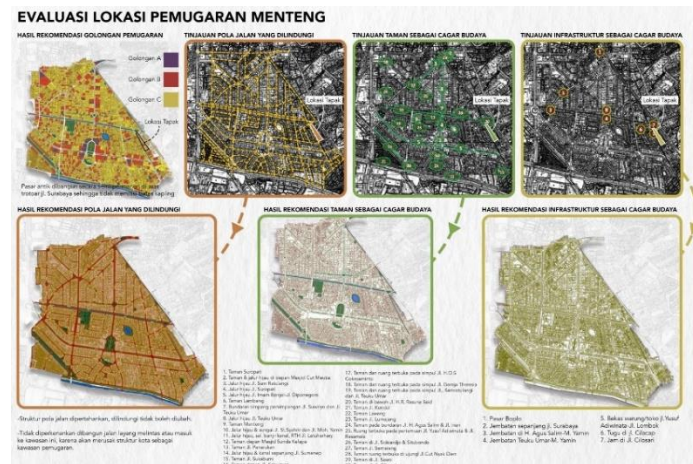
Gambar 4. Kondisi Pasar Antik yang Tidak Pernah Dikembangkan

Sumber: *Encyclopedia.jakarta-tourism.go.id*, 2022

### Sistem Pemugaran di Menteng

Menteng merupakan daerah yang dilakukan pemugaran yang dibagi ke dalam golongan A, B dan C sesuai derajat kepentingannya suatu bangunan. Semakin bangunan tersebut berpengaruh pada linimasa sejarah ataupun berkontribusi besar pada lingkungannya maka semakin tinggi golongan pemugarannya karena semakin dilindungi. Tidak hanya bangunan, namun juga taman dan infrastrukture sebagai cagar budaya yang dipertahankan.

Area pasar barang antik berada pada golongan C sedangkan strip Jalan Surabaya, jembatan sepanjang Jalan Surabaya dan deret pepohonan sepanjang Jalan Surabaya merupakan aksesoris kota yang harus dipertahankan. Pasar Jalan Surabaya bisa mendapat golongan C karena secara arsitektur tidak kontekstual dengan kawasan bagian cagar budaya (dikarenakan area Menteng memiliki sebagian aksesoris arsitektur era kolonial transisi (1890-1915)), tidak sesuai dengan ketentuan intensitas bangunan serta bangunan tidak memberi kontribusi apa-apa untuk lingkungan saat ini.



Gambar 5. Peta Deliniasi Pemugaran Menteng  
Sumber: Tim Pemugaran Pemda DKI Jakarta, 2013

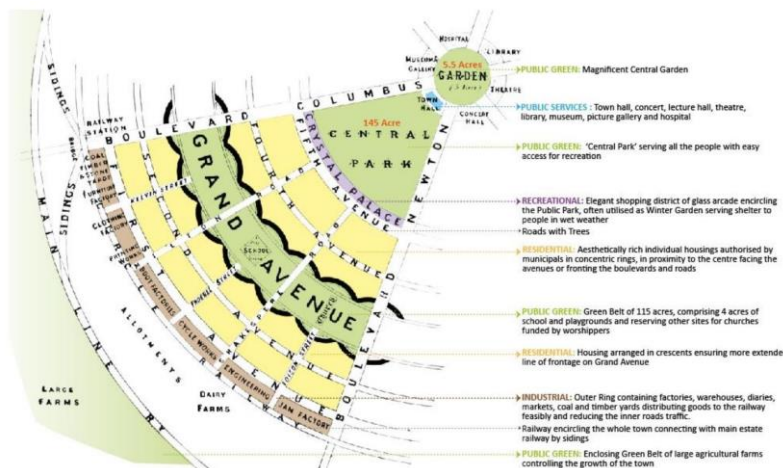
Menurut Peraturan Daerah no. 9 tahun 1999 pada batasan penataan bangunan golongan C, adapun batasan penataan seperti: Perubahan dilakukan tanpa mengubah pola tampak muka, arsitektur utama dan bentuk atap bangunan, detail ornamen dan bahan bangunan disesuaikan dengan arsitektur sekitarnya dalam keserasian lingkungan, penambahan bangunan harus sesuai dengan keserasian lingkungan dan fungsi bangunan dapat diubah sesuai dengan rencana kota.

### Latar Belakang dan Visi-Misi Pengembangan Menteng

Dilansir dari Netral News (2022), kawasan Menteng merupakan bagian dari kota *Weltevreden* (*Weltevreden* merupakan kota baru yang menjadi pusat pemerintahan Gubernur Jenderal Daendels serta kediaman masyarakat Eropa). *Weltevreden* berasal dari bahasa Belanda yang berarti *well pleased* atau sangat memuaskan. Dikutip dari Kumparan Travel (2020), *Weltevreden* yang masih segar dan sejuk memberikan kesempatan bagi penduduk Kota Batavia (Kota Tua) di Fatahillah “terlepas” dari rasa terkungkung karena hidup berbatasan dengan tembok dan benteng (Rasputri, 2020). Tanah Menteng dibeli Belanda sebagai perluasan kota *Weltevreden* akibat kenaikan penduduk sekaligus menyediakan kawasan pemukiman yang sehat untuk pegawai pemerintahan. Menurut CNN Indonesia (2015), *Weltevreden* dikembangkan dengan gaya Jawa, sedangkan Menteng dikembangkan dengan gaya Belanda (Makki, 2015).



Gambar 6. Hasil Ruang Hijau Menteng Saat Ini yang Kurang Sesuai Dengan *Garden City*  
Sumber: Tim Pemugaran Pemda DKI Jakarta, 2013



Gambar 7. Konsep *Garden City* Ebenezer Howard  
Sumber: Howard, 1902

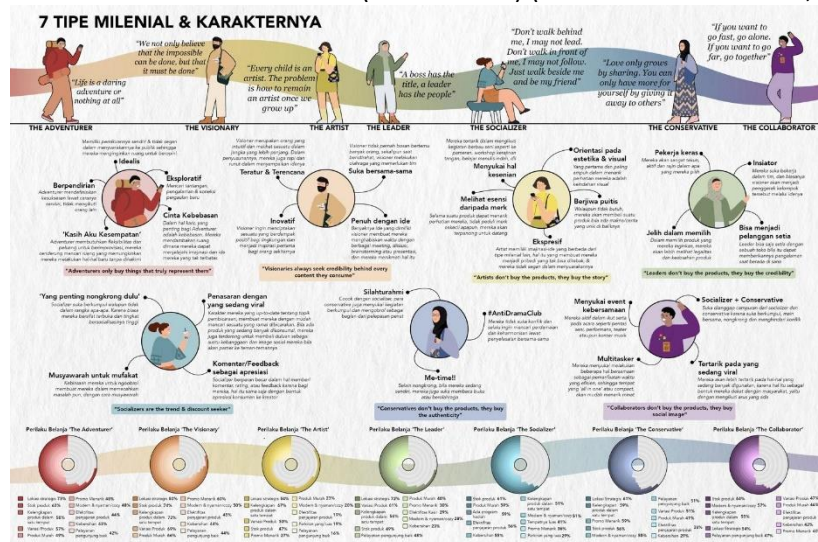
Berkat kondisi Menteng yang masih segar membuat pemerintah Belanda merencanakan konsep area perumahan yang dekat dengan alam melalui konsep *Garden City* yang pertama kali dikemukakan oleh Ebenezer Howard pada tahun 1902 (lihat Gambar 7). Namun karena pengembangan berikutnya yang sudah tidak meneruskan konsep awalnya, unsur *Garden City* dari Menteng hanya berhenti pada kelastaman sebagai ruang publik. Dari mulai taman menjadi pusat kota seperti Taman Suropati, Taman Gondangdia dan Taman Cut Meutia hingga taman lingkungan yang skala pelayanannya lebih kecil.

Pola yang bisa dilihat pada Menteng saat ini adalah, ruang hijau yang ada baru sekadar dipandang sebatas ruang untuk tumbuhan tanpa banyak aktivitas manusia dan/atau elemen resapan pelengkap bangunan. Menteng yang sekarang memang sulit untuk kembali ke *Garden City*, namun karakter Menteng masih terlihat dan terus dijalani adalah karakter kawasan yang memiliki visi-misi ingin mengorientasikan keseharian warganya pada ruang hijau guna memberi kualitas hidup yang lebih sehat. Simpulan yang ingin diambil adalah bagaimana memanfaatkan ruang hijau sebagai karakter urban Menteng menjadi sesuatu yang bisa menjadi pusat aktivitas, ketimbang hanya sebagai area pelengkap rancangan.

### Generasi Milenial

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia, yang memproyeksikan penduduk produktif Indonesia (usia 15-64 tahun) akan menjadi 179,1 juta dan generasi milenial (usia 23-38) berkontribusi sekitar 63,5 juta orang. Hal ini menjadikan generasi milenial sebagai generator pertumbuhan ekonomi Indonesia yang paling signifikan. Definisi milenial adalah laki-laki dan perempuan yang berusia antara sekitar 21-36 tahun. Generasi milenial terbagi menjadi dua

kategori; milenial junior, mereka yang lahir dari tahun 1992-1999 (23-30 tahun) dan milenial senior yang lahir antara tahun 1984-1991 (31-38 tahun) (IDN Research Institute, 2020).

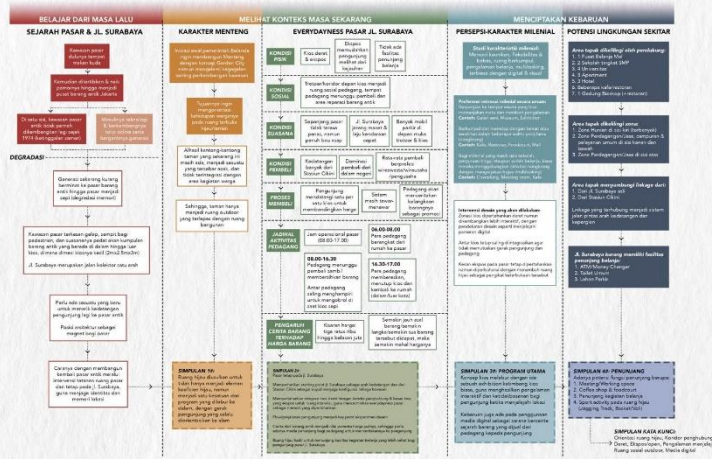


Gambar 8. Sifat Umum dan Perilaku Belanja 7 Tipe Milenial  
Sumber: Indonesia Millennial Report 2020, 2020

### 3. METODE DESAIN

Pengumpulan data mengenai kawasan dan tapak diperoleh melalui survei lapangan dan wawancara dengan pedagang setempat serta studi literatur melalui internet dan buku atau jurnal. Hasil dari informasi tersebut akan dilanjutkan dengan analisis kebutuhan target atraktor yaitu kaum milenial guna melengkapi kebutuhan rancangan. Kemudian di akhir merumuskan bahan yang ada sebagai usulan kebutuhan program yang sesuai dengan tema dan kebutuhan masyarakat di kawasan yang terpilih.

#### KERANGKA BERPIKIR: SINTESIS PROGRAM



Gambar 9. Kerangka Berpikir  
Sumber: Penulis, 2022

### Everydayness

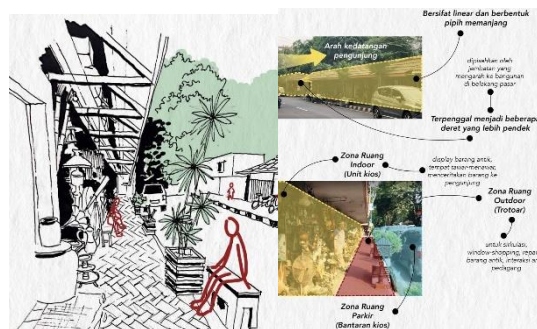
Berdasarkan buku Peta Metode Desain, penulis mengambil pendekatan metode *everydayness* atau keseharian sebagai ide keruangan yang secara spontan ingin menceritakan kembali apa yang betul-betul terjadi pada kawasan pasar dan suasana *neighbourhood* Jalan Surabaya. Keseharian tercipta pada arsitektur melalui sudut pandang sosial para pedagang, budaya yang disepakati, dan sejarah lokasi. Dalam metode *everydayness* ada beberapa upaya membaca keseharian masyarakat melalui tiga strategi yaitu *Drawing The Everyday*, *Dialogue dan Story Telling*. (Sutanto, 2020).



*Drawing The Everyday* itu berbeda dengan teknik foto, pada teknik ini, perspektif arsitek menjadi alat utama yang berperan sebagai aktor intelektual yang menempatkan kondisi keseharian (melalui gambar, sketsa ataupun coretan) sebagai awal untuk membentangkan ruang dan program baru yang dirasakan tepat bagi masyarakat pada sebuah tempat. *Dialogue* berarti membuat ruang arsitektur menjadi terbuka supaya mengajak pengguna untuk berpartisipasi di dalamnya (*participatory approach*). *Story Telling* adalah narasi yang mendefinisikan jarak pengamat dengan objek yang diamati. Dengan melihat, menganalisis, dan mensintesis dalam rangkaian narasi yang kritis atau pengungkapan cerita (*storytelling*), maka jarak yang ‘baik’ akan dapat diungkapkan dan menghasilkan investigasi keseharian yang memadai untuk dapat menjawab kebutuhan arsitektur dan ruang kota itu sendiri.

#### 4. DISKUSI DAN HASIL

##### Penerjemahan Unsur ‘Keseharian’ Dalam Penataan Baru



Gambar 10. Keseharian dan Karakter Pasar Sebelum Penataan  
Sumber: Penulis, 2022

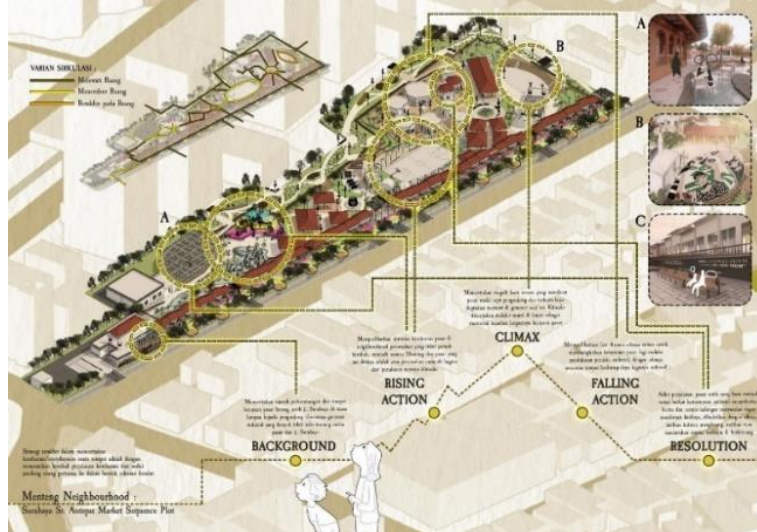
Dalam menampakkan keseharian pasar, karakter dan aktivitas pasar harus ditinjau untuk diambil unresensialnya. Data yang diperoleh berupa jadwal kios, karakter arsitektur kios, sistem kios ekspos, dst (lihat Gambar 9 dan 10). Dalam penataan baru, massa kios dirancang dalam tiga variasi bentuk dan setiap bentuk berpasangan dengan fungsi yang berbeda dengan dalam tapak. Untuk yang memiliki permainan atap digunakan sebagai tampak depan yang bersatu dengan *promenade*, untuk yang bersifat cluster dipasangkan dengan fungsi bermain seperti kuliner, kolam bermain dan lapangan olahraga. Sedangkan yang berbentuk linear dipasangkan dengan fungsi yang lebih produktif/kreatif seperti *working space* dan *amphiteater* (lihat Gambar 11). Kebutuhan ruang pedagang seperti zona outdoor juga ditata dan dibuat pembagian, untuk pedagang yang bersifat privat berupa koridor reparasi barang antik dan untuk pengunjung publik berupa *promenade* yang dapat digunakan untuk *window shopping* sekaligus ruang publik.



Gambar 11. Transformasi Massa  
Sumber: Penulis, 2022

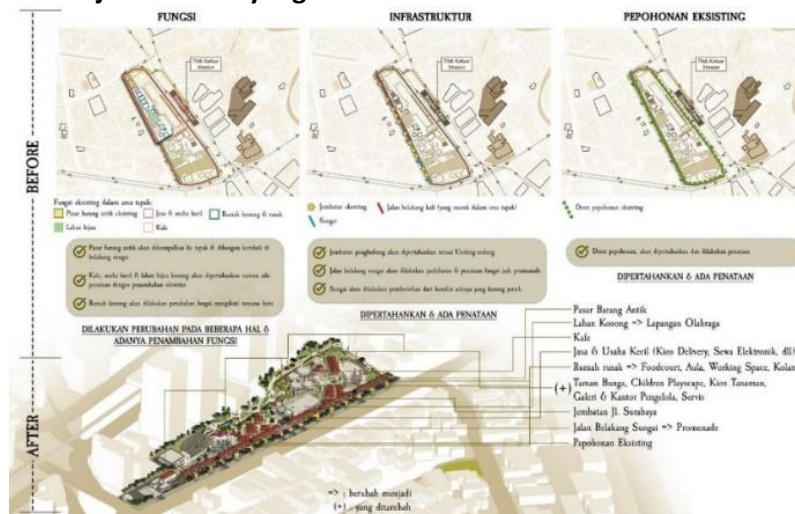
**Penerapan Metode**

Hasil dari investigasi keseharian pasar, cerita masa lalu dari sebelum degradasi, suasana aktivitas di lingkungan neighborhood Menteng menjadi unsur metode *everydayness*. Sintesis metode *everydayness* diekstrak ke dalam strategi ke-3 yaitu *story telling*. Pengunjung dibawa merasakan cerita lokasi secara *segmented* melalui berbagai poin program yang tersebar dalam area tapak.



Gambar 12. Metode *Everydayness*  
Sumber: Penulis, 2022

**Transformasi Menuju Penataan yang Baru**



Gambar 13. Fungsi Eksisting dan Fungsi Setelah Penataan  
Sumber: Penulis, 2022

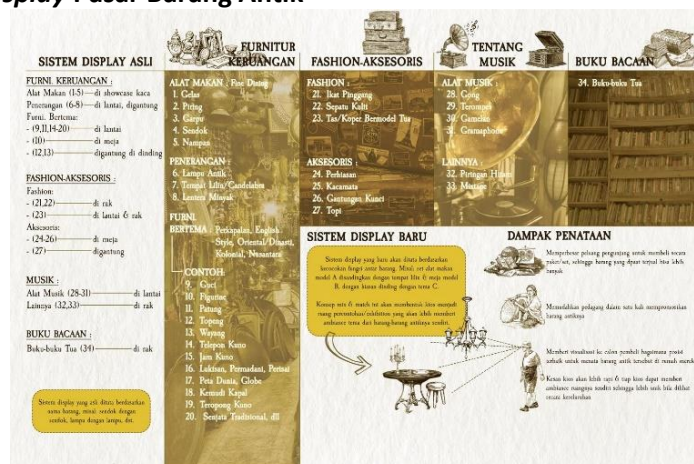
Sebelum penataan, fungsi dalam blok Jalan Surabaya adalah pasar barang antik yang dilengkapi dengan kios lingkungan lain yang bekerja secara individual dan terpisah. Adapun batas pemugaran daerah Menteng yang melindungi infrastruktur jembatan Jalan Surabaya, sungai, deret pepohonan serta batasan perubahan fungsi dalam blok menurut kelas A, B, C seperti yang telah dibahas pada gambar 5 dan peraturan daerah. Dengan demikian, adapun penataan berupa fungsi, infrastruktur, pepohonan dan fungsi dalam blok yang masuk ke bagian lahan perancangan seperti pada gambar di atas, dengan kondisi ada yang berubah, ada yang dipertahankan dan ada yang ditambahkan baru, seperti yang dijelaskan pada gambar di atas.



Gambar 14. Pembagian Zona  
Sumber: Penulis, 2022

Fungsi baru diusulkan guna menjawab tantangan tren di masa depan. Terdapat tiga zona utama dan zona penerima sebagai pelengkap. Zona kiri berperan sebagai area yang mencerminkan ruang alam, maka dari itu fungsi di dalamnya bersifat lebih rekreatif. Zona kanan berperan sebagai area yang mencerminkan ruang manusia, maka dari itu fungsi di dalamnya bersifat lebih produktif dan kreatif. Sedangkan zona tengah berperan sebagai transisi kedua zona sekaligus zona penerima lapis ke-2. Adanya suasana ruang alam dan ruang manusia berguna sebagai cerminan keseharian sekitar.

### Penataan Baru *Display* Pasar Barang Antik



Gambar 15. Kategori Barang Antik dan Sistem Penataan Baru  
Sumber: Penulis, 2022

Dalam penataan pasar, permasalahan paling vital yang membuat pasar antik mengalami degradasi adalah sempitnya ukuran kios yang tidak mampu menampung jumlah barang antik setiap pedagang, serta cara pedagang men-*display* barang antik mereka yang kurang menarik. Pada pasar antik yang lama, barang ditata mengikuti kesamaan objek (contoh: sendok dengan sendok, piring dengan piring, dst) sehingga terkesan monoton. Maka dari itu, dilakukan konsep penataan barang antik baru seperti "ruang percontohan" melalui sistem *mix & match* barang antik, guna memberi kesan kios yang lebih rapi juga menciptakan *ambiance* interior setiap kios dari gaya barang antik itu sendiri. Hasilnya adalah memberi peluang pengunjung untuk membeli secara paket/set, mempermudah pedagang dalam satukali promosi serta memberikan visualisasi ke pengunjung bagaimana perletakan barang antik tersebut di rumah mereka.

### Rangkuman Skema Desain



Gambar 16. Skema Desain  
Sumber: Penulis, 2022

Secara keseluruhan pembahasan, penulis menggunakan empat poin dalam rancangan yakni *linkage* dalam kawasan sekitar Jalan Surabaya, memberikan program pelengkap pasar yang dapat menarik kaum milenial sebagai atraktor utama, penataan massa untuk berkompromi dengan lokasi yang berkarakter formal dan non-formal serta konsep pasar yang terintegrasi ruang hijau (*green oriented market*) sesuai visi-misi Menteng yang dulu sebagai *Garden City*, diterapkan dengan menempatkan perspektif ruang hijau menjadi pusat atraksi dan pergerakan pengunjung, bukan hanya sebagai ruang untuk tumbuhan tanpa aktivitas manusia ataupun elemen resapan pelengkap saja.



Gambar 17. Sudut Pandang Aktivitas Berkonsep *Green Oriented*  
Sumber: Penulis, 2022

## Keruangan dan Variasi Sirkulasi

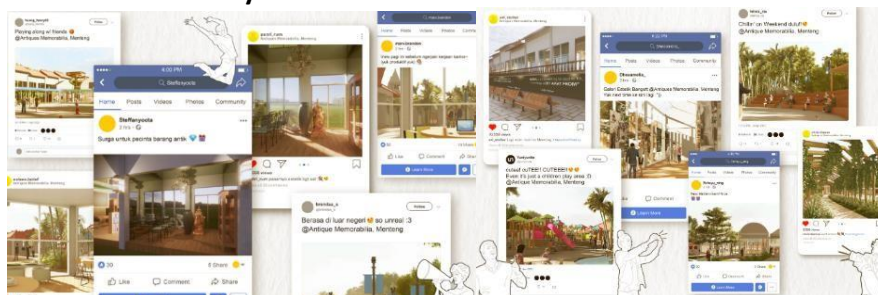


Gambar 18. Potongan Memendek Program  
Sumber: Penulis, 2022

Masih berhubungan dengan metode, keseharian harus dirasakan dari suasana yang dirancang. Dari hasil suasana, muncul sebuah alur atau *sequence* pengunjung dari mulai datang hingga kembali. Selain itu, rancangan pasar sebagai ruang publik erat kaitannya dengan sirkulasi, layaknya sebuah taman. Maka dari itu, adanya variasi sirkulasi membuat perjalanan pengunjung tidak monoton dan lebih menarik, karena mendapat pengalaman ruang yang berbeda-beda. Dalam keseluruhan alur, pengunjung dibawa masuk dari Jalan Surabaya melewati jembatan kemudian masuk ke zona penerima ataupun bisa melewati *promenade* langsung, kemudian turun ke lantai dasar. Dari program yang ada di lantai dasar, pengunjung bisa mulai memilih untuk ke zona kiri atau kanan (lihat Gambar 14). Lalu, perjalanan bisa diakhiri dengan perginya pengunjung ke area taman pada lantai atas sebagai area terakhir untuk menikmati suasana keseluruhan dari tingkat yang lebih tinggi.

Masih berhubungan dengan metode, keseharian harus dirasakan dari suasana yang dirancang. Dari hasil suasana, muncul sebuah alur atau *sequence* pengunjung dari mulai datang hingga kembali. Selain itu, rancangan pasar sebagai ruang publik erat kaitannya dengan sirkulasi, layaknya sebuah taman. Maka dari itu, adanya variasi sirkulasi membuat perjalanan pengunjung tidak monoton dan lebih menarik, karena mendapat pengalaman ruang yang berbeda-beda (lihat Gambar 12).

## Skenario Milenial Dalam Menyebarkan Ide Pasar



Gambar 19. Milenial Menyebarkan Ide Pasar Dengan Sosial Media  
Sumber: Penulis, 2022

Pasar dengan program lainnya ditujukan untuk terlebih dahulu menarik kaum milenial. Maka ilustrasi di atas merupakan gambaran skenario setelah penataan pasar berhasil dan milenial

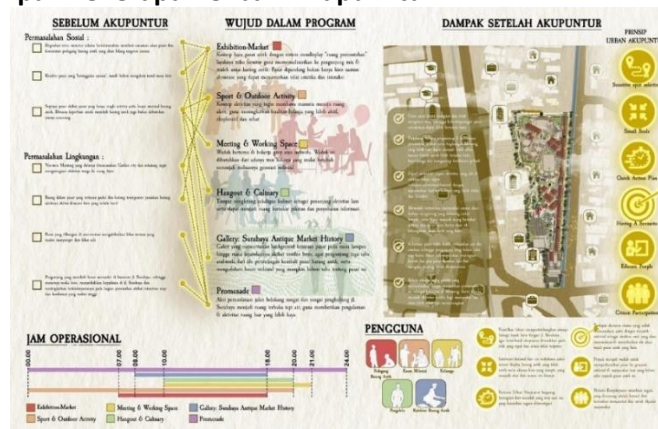
menyebarkan kebaruan tersebut melalui sosial media. Tahap ini merupakan langkah awal pasar akan ramai kembali, bukan hanya dari promosi mulut ke mulut, namun bisa memanfaatkan teknologi kecepatan digital.

**Hasil Linkage dalam Kawasan**



Gambar 20. Linkage Kawasan  
Sumber: Penulis, 2022

**Parameter dan Dampak Penerapan Urban Akupunktur**



Gambar 21. Penerapan Prinsip Urban Akupunktur  
Sumber: Penulis, 2022

Adapun penerapan prinsip yang telah dilakukan yakni *sensitive spot selection*, yang terdapat pada pemilihan lokasi mempertimbangkan adanya *linkage* tapak baru dengan strip Jalan Surabaya, agar akupunktur ditusukkan pada titik yang tepat dan aliran yang asli tidak terputus. *Small scale*, yang terdapat pada intervensi berawal dari isu sederhana yakni sistem *display* barang antik yang kurang menarik serta ukuran kios yang terlalu kecil. *Quick action plan*, yang terdapat pada rencana urban akupunktur langsung berangkat dari masalah dan tren saat ini, yang kemudian segera diinvestigasi. *Having a scenario*, yang terdapat pada skenario utama yang sudah direncanakan yaitu menarik milenial sebagai atraktor awal yang akan meramalkan & menyebarkan ide akan wajah pasar barang antik yang baru. *Educate people*, yang terdapat pada proyek menjadi wadah untuk memperkenalkan pasar ke generasi milenial dan masyarakat luas yang belum tahu sejarah pasar antik ini. *Citizen Participation*, yang terdapat pada metode *everydayness* membuat segala yang dirancang adalah berasal dari keresahan masyarakat dan untuk dipakai masyarakat.

## 5 KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Suasana lingkungan yang dilestarikan dalam tatanan baru menciptakan keseharian yang masih otentik dan baru. Melalui tiga strategi menangkap keseharian, pengunjung dibawa untuk merasakan pengalaman belanja yang lebih kaya dan eksploratif, terutama bagi jiwa anak muda yang tinggi akan rasa penasaran dan keingintahuan untuk memperoleh informasi baru. Program dalam proyek ini jugaditunjang oleh kafe dan restoran, *meeting* dan *working space*, aula dan galeri sejarah pasar, yang menjadi bukti penerapan perilaku dan budaya generasi milenial yang gemar *nongkrong*, bekerja di suasana yang tidak formal seperti kantor pada umumnya. Ada pula *promenade* tepi sungai, taman bunga, *amphitheater*, area duduk, *plaza*, kolam bermain, kantor pengelola guna memaksimalkan fungsi ruang publik dan juga bukti lainnya dari penerapan perilaku milenial yakni berfoto dan menikmati rekreasi secara visual. Lalu yang paling utama adalah penataan baru pasar barang antik yang menggunakan ide *layout* yang baru, mengingat bahwa perilaku belanja milenial yang mencari keunikan, cerita otentik dari lokasi, dan kenyamanan belanja. Proyek juga berperan sebagai pengalir *linkage* kawasan sekitar strip Jalan Surabaya agar lebih ramah pejalan kaki dan meningkatkan minat berjalan kaki para warga. Dengan demikian, degradasi memori dan terhambatnya pergerakan (*movement*) pengunjung untuk datang ke pasar menjadi porosnya untuk urban akupunktur. Sehingga terjalin rantai memori yang terikat satu dengan yang lain.

### REFERENSI

- Alnoza, M. (2020). Perkembangan Permukiman Menteng Jakarta Pada Masa Kolonial (1910-1942): Sebuah Analisis Jangkauan Wilayah. *ISTORIA: Jurnal Pendidikan dan Sejarah*, 16(2).
- Arshafin. (2022, Juni 24). *NNC Cermin Bangsa*. Retrieved April 8, 2022, from <https://www.netralnews.com>
- D R Darmawati, W. S. (2020). *Citizen's Sense of Place of Menteng Subdistrict*. Indonesia: IOP PublisherLtd.
- Daryanto, B. (2012). Konservasi Kawasan Menteng. *Journal of Architecture*, 1(2), 83-95.
- Dwi, F. (2019, Mei 17). *Kumparan Bisnis*. Retrieved from Kumparan Bisnis: <https://kumparan.com>
- Environment and Planning: Planning and Design*, 20(1), 29-66.
- Hillier. (1993). Natural Movement: Or, Configuration and Attraction in Urban Pedestrian Movement.
- Hutabarat, F. (2017, November 3). *Kumparan*. Retrieved from Kumparan: <https://kumparan.com>
- Lerner, J. (2003). *Urban Acupuncture*. London: Island Press.
- Keller, H. (2019, November 6). *House Beautiful*. Retrieved from House Beautiful: <https://www.housebeautiful.com>
- Makki, S. (2015, Juni 22). *CNN Indonesia*. (PT Trans News Corpora) Retrieved April 5, 2022, from <https://www.cnnindonesia.com>
- Nabila, N. (2021). The Concept Of Garden City And Its Relevancy in Modern City Planning. *SoutheastUniversity Journal of Architecture*, 1(1), 1-7.
- Nadhil Tamimi, e. a. (2020). Tipologi Arsitektur Kolonial di Indonesia. *Vitruvian Jurnal Arsitektur*, 10(1), 45-52.
- Nasar, U. A. (2021). Urban Acupuncture in Large Cities: Filtering Framework to Select Sensitive Urban Spots in Riyadh for Effective Urban Renewal. *Journal of Contemporary Urban Affairs*, 5(1), 1- 18.
- Pemprov. (2017). Pelestarian dan Pemanfaatan Lingkungan dan Bangunan Cagar Budaya. *Peraturan Daerah*.

- Pemugaran. (2013). *Kajian Evaluasi Lokasi Pemugaran*. Jakarta: Dinas Tata Ruang Pemprov DKI Jakarta.
- Poesoro, A. (2007). *Pasar Tradisional di Era Persaingan Global*. Jakarta: SMERU Research Institute.
- Prastiwi, D. (2018, Juli 28). *Liputan6*. Retrieved from <https://www.liputan6.com/news/read/3602719/denyut-pasar-antik-jalan-surabaya-yang-mulai-ditinggal-turis-mancanegara>
- Rasputri, H. (2020, Mei 13). *Kumparan Travel*. (PT Kumparan Harapan Baru) Retrieved April 5, 2022, from <https://kumparan.com>
- Rinaldi, I. (2018, Februari 3). *Kompasiana*. Retrieved from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/irwanrinaldi/5a6fff585e137330941be514/pamor-pasar-barang-antik-jalan-surabaya-makin-turun>
- Sacramone, M. T. (2021). *Urban Acupuncture: A Future-Proof Framework For Cities*. The University of Edinburgh.
- Sutanto, A. (2020). *Peta Metode Desain*. Jakarta: Universitas Tarumanagara. William, R. P. (2020). *Indonesia Millennial Report 2020*. Jakarta: IDN Media.