



JURNAL ARSITEKTUR ARCADE

p-ISSN: 2580-8613 (Cetak)

e-ISSN: 2597-3746 (Online)

<http://jurnal.universitaskebangsaan.ac.id/index.php/arcade>



MENELUSURI GENIUS LOCI PASAR BARU JAKARTA

Geofani Kurniawaty¹, Agus Suharjono Ekomadyo²

¹Program Studi Magister Arsitektur, Sekolah Arsitektur Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan, Institut Teknologi Bandung

²Kelompok Keahlian Perancangan Arsitektur, Sekolah Arsitektur Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan, Institut Teknologi Bandung

E-mail: kgeofani@gmail.com, aekomadyo00@gmail.com

Informasi Naskah:

Diterima:

21 Desember 2021

Direvisi:

1 Januari 2022

Disetujui terbit:

17 Februari 2022

Diterbitkan:

Cetak:

29 Maret 2022

Online

29 Maret 2022

Abstract. Jakarta as the largest city in Indonesia has had the center of the economy for a long time. One of the historic economic centers is Pasar Baru, Central Jakarta. As a historical place, Pasar Baru has its own unique character compared to any other market through the spatial phenomena that have long ago been formed through the various ethnicities, cultures, and histories, which created their uniqueness in that area. This study aims to find the spirit of place in the Pasar Baru area using the Genius Loci concept by Norberg-Schulz to show the uniqueness of a place that was created through the interaction between the natural and built environment. The method used in this study is a qualitative descriptive method with data collection obtained through literature reviews, field observations, and interviews. Through research, it was found that there was a mixture of culture between Chinese and Indian and was followed by the local community that keeps the place alive. However, identities contained in this market are slowly receding. Therefore, this research is expected to discover the spirit that shapes and makes the place feel alive so it can provide additional insight for both readers and support the revitalization or other development in the future that may help maintain the identity and uniqueness of this place.

Keyword: Genius Loci, Pasar Baroe, Spirit of Place, Chinese and Indian

Abstrak: Jakarta sebagai Kota terbesar di Indonesia sudah memiliki pusat perekonomian sejak dahulu. Salah satu pusat perekonomian bersejarah berada di Kawasan Pasar Baru Jakarta Pusat. Sebagai tempat bersejarah, Pasar Baru memiliki karakter unik tersendiri dari pasar lainnya melalui fenomena-fenomena ruang yang telah lama terbentuk dari percampuran berbagai etnis, budaya dan sejarah di dalamnya menciptakan keunikan tersendiri pada kawasan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mencari *spirit of place* Kawasan Pasar Baru yang didasari dengan konsep *Genius Loci* oleh Norberg-Schulz untuk menunjukkan keunikan sebuah tempat melalui interaksi yang tercipta antara lingkungan alam dan binaannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data diperoleh melalui kajian pustaka terhadap beberapa literatur yang relevan, observasi lapangan secara langsung dan wawancara. Melalui penelitian yang telah dilakukan, ditemukan adanya percampuran budaya antara Tionghoa dengan India yang kemudian diikuti dengan masyarakat lokal sehingga membuat tempat ini tetap hidup hingga saat ini. Namun, secara perlahan identitas-identitas yang terkandung di dalam pasar ini kian surut. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan bagi para pembaca dan mendukung pengembangan Pasar Baru di masa mendatang yang turut menjaga identitas dan keunikan tempat ini.

Kata Kunci: Genius Loci, Pasar Baru/ Passer Baroe, Spirit of Place, Tionghoa dan India

PENDAHULUAN

Sebagai Kota yang memiliki pusat ekonomi dengan sejarah panjang, Jakarta terbangun atas berbagai artifak ekonomi termasuk pasar rakyat. Berbagai pasar yang tersebar di Kota ini menunjukkan perannya sebagai penggerak ekonomi Kota. Pasar terus tumbuh berkembang sebagai suatu simpul dari pertukaran barang dan jasa secara regional sehingga dapat membangkitkan berbagai aktivitas di dalam Kota (Ekomadyo, 2012). Selain sebagai tempat jual beli, pasar juga menjadi ruang publik

perkotaan yang membentuk ruang sosial dan budaya (Ekomadyo, 2012, Ekomadyo, 2019).

Salah satu pasar bersejarah di Kota Jakarta ialah Pasar Baru yang dahulu dikenal dengan *Passer Baroe*, salah satu pusat perdagangan tertua yang sudah berdiri sejak jaman Hindia Belanda di tahun 1820. Pada awalnya, Pasar Baru merupakan pasar sederhana yang mewadahi kegiatan perdagangan rakyat pribumi serta pedagang keliling Tionghoa. Pasar ini kemudian menjadi kawasan elit sebagai tempat perbelanjaan warga Eropa di Jakarta masa

itu. Keramaian pasar mengundang berbagai pedagang dari etnis India, Jepang, Jawa dan etnis lainnya untuk turut meramaikan tempat ini. Keberagaman etnis ini ditunjukkan dengan keragaman ruang peribadatan, permukiman, area komersial, hingga festival budaya bercorak etnis tertentu. Beberapa bahkan masih bisa dilihat pada masa kini sebagai cagar budaya (gambar 1).



Gambar 1. *Passar Baroe* Abad ke-20 (Royal Netherlands Institute of Southeast Asian and Caribbean Studies, Leiden university digital collections)

Sejarah panjang membuat Pasar Baru telah menjadi bagian penting bagi kehidupan ekonomi Kota Jakarta hingga kini. Kehidupan yang terbentuk oleh etnis, budaya dan sejarah bisa menciptakan keunikan bagi suatu tempat. Keunikan ini yang membawa kesan dalam jiwa yang menjadi identitas bagi suatu tempat tertentu, termasuk Pasar Baru.

Keunikan Pasar Baru, dapat diteliti melalui pendekatan fenomenologi arsitektur. Pendekatan ini, mengemukakan kritik terhadap penciptaan tempat pada kota-kota modern “tanpa ruh” yang disebut sebagai “*a loss of place*” (Norberg-Schulz, 1976). Dengan melihat relasi antara artefak dan sejarah Kota, konsep *Genius Loci* lahir dengan merujuk pada kecerdasan lokal suatu tempat yang terbentuk karena hubungan masyarakat pada lingkungan binaannya. *Genius loci* berasal dari Bahasa Latin dengan arti *the guardian spirit of a place* (ruh penjaga sebuah tempat) yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik, identitas, ruang dan tempat yang mempunyai keunikan tertentu.

Melalui penelitian ini, penulis mencoba untuk menelusuri *spirit of place* jiwa yang membuat Kawasan Pasar Baru dapat tetap hidup dan ramai pengunjung menggunakan kerangka fenomenologi arsitektur. Melalui analisis tersebut, dapat dilihat bagaimana Pasar Baru dapat menjadi ruang sosial dan ekonomi bagi orang-orang yang memanfaatkannya. Selain itu, tulisan ini juga diharapkan dapat membuka wawasan tanpa menghilangkan artefak baik fisik maupun non fisik dalam kawasan tersebut.

TINJUAN PUSTAKA

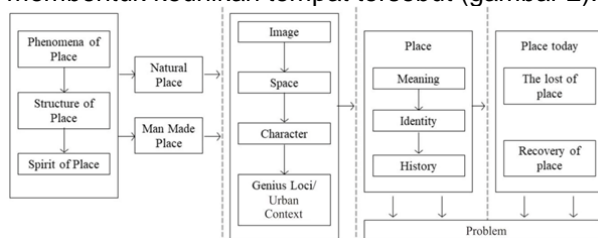
Genius Loci dan Fenomenologi Arsitektur

Fenomenologi merupakan disiplin ilmu yang berfokus pada pengalaman manusia yang lahir akibat kegelisahan beberapa ahli, praktisi, maupun

akademisi yang melihat perkembangan positivisme dunia modern yang cenderung mengabaikan pengalaman manusia. Fenomenologi ini bertujuan untuk mengembalikan manusia sebagai suatu subjek yang turut berperan, termasuk dalam pengambilan keputusan dalam merancang objek arsitektural (Ekomadyo, 2012). Dalam tataran arsitektur, dikenal istilah *Genius Loci*, yang bertujuan untuk menelusuri dan menilai identitas serta makna suatu tempat bagi masyarakat (Norberg-Schulz, 1980). Istilah *Genius Loci* sendiri berasal dari kepercayaan bangsa Romawi yang percaya terhadap suatu ruh penjaga tempat, yang dipercayai dapat memberikan hidup bagi masyarakat. *Genius Loci* memiliki sifat lokal yang berbeda dari satu tempat ke tempat lain.

Norberg-Schulz membahas *Genius Loci* mulai dengan *natural place* dan *man-made place*. Menurutnya, *natural place* merupakan elemen alam yang bisa memberikan suasana khas pada suatu tempat seperti, air, batu, pohon dan berbagai elemen alam lainnya. Sedangkan *man-made place* diartikan sebagai ruang yang dibentuk manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup. Pembahasan dilanjutkan dengan melihat unsur pembentuk tempat yang terbagi menjadi empat aspek, yaitu *image* (citra), *space* (ruang), *character* (karakter) dan *Genius Loci* itu sendiri. Dari sini, dapat dilihat bagaimana suatu tempat memiliki keterikatan dengan penggunaannya dan membentuk makna, identitas dan sejarah suatu tempat.

Selanjutnya, *Genius Loci* bisa ditinjau kembali secara lebih esensial melalui tiga hal yaitu, *meaning* (makna), *identity* (identitas) dan *history* (sejarah). *Meaning* memiliki arti hubungan antar objek yang terkumpul dalam suatu tempat sehingga menghasilkan makna tertentu. *Identity* berarti ada yang membedakan suatu tempat dengan tempat lainnya, dan dapat dilihat melalui lokasi, konfigurasi ruang, artikulasi, maupun identitas manusia sebagai pengguna dari tempat tersebut. Sedangkan *history* menunjukkan bentuk akumulasi dari berbagai peristiwa sepanjang sejarah yang kemudian membentuk keunikan tempat tersebut (gambar 2).



Gambar 2. Kerangka *Genius Loci* (Norberg-Schulz, 1991)

Di Indonesia, beberapa penelitian sebelumnya menggunakan metode ini untuk mengkaji identitas suatu tempat. Siregar, dkk (2018), menemukan bahwa *Genius Loci* kawasan pusat Kota Medan terbentuk karena adanya rajutan aneka budaya. Sementara Habibullah & Ekomadyo (2021) dan Savitri & Ekomadyo (2021) menemukan *Genius Loci* beberapa tempat di Kota Pontianak dibentuk oleh relasinya dengan Sungai Kapuas. Santri, dkk

(2019) menemukan bahwa *Genius Loci* juga bisa terbentuk karena adanya aktivitas inovasi. Riset tentang *Genius Loci* pasar rakyat sebagai ruang sosial dan budaya ditemukan pada riset oleh Ekomadyo (2012) dan Ekomadyo (2019).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian menggunakan hasil perumusan dari *Genius Loci* di Pasar Baru Jakarta. Metode deskriptif kualitatif (Creswell, 2002) digunakan sebagai sebuah metode yang relevan dengan topik penelitian. Secara khusus, penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi arsitektur berdasarkan analisis sejarah dan kondisi kawasan saat ini.

Kajian teori *Genius Loci* dilakukan di Pasar Baru Jakarta, khususnya pada jalur utama pusat perekonomian yang dibantu dengan media kamera sebagai alat untuk mendokumentasikan kondisi fisik lokasi. Hal itu dibutuhkan karena teori *Genius Loci* mengandalkan pengamatan langsung untuk merasakan pengalaman manusia yang terjadi. Sehingga, analisis bersifat kualitatif sesuai dengan observasi dan yang dirasakan oleh peneliti.

Data didapatkan lewat data sekunder, observasi dan wawancara mendalam pada kasus penelitian. Data sekunder digunakan untuk mendapatkan informasi tentang sejarah kawasan. Observasi dilakukan dengan mengamati objek arsitektur beserta aktivitas yang ada pada tempat tersebut. Wawancara mendalam dilakukan ke beberapa pelaku untuk mendapatkan informasi lebih mendalam tentang kasus penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sejarah dan Perkembangan Passer Baroe Jakarta

Sejarah Pasar Baru dimulai ketika pemerintah Hindia Belanda sengaja mendatangkan warga keturunan Tionghoa untuk bekerja sebagai buruh di perkebunan maupun pertanian. Mereka ditempatkan di luar kawasan pemerintahan dan permukiman Batavia yang dikenal dengan sebutan Ommelande. Seiring perluasan benteng Batavia ke arah selatan di sepanjang Kali Ciliwung mengakibatkan pertumbuhan permukiman dari berbagai etnis seperti Tionghoa, Maluku dan Jawa. Pertumbuhan populasi tersebut menimbulkan kekhawatiran VOC yang kemudian memutuskan untuk memisahkan mereka berdasarkan etnisnya di Ommelande. Namun, populasi Tionghoa yang terus meningkat menimbulkan ketegangan dengan pemerintah Belanda yang berpuncak pada peristiwa pembantaian Geger Pacinan di tahun 1740.

Warga keturunan Tionghoa yang selamat memutuskan untuk melarikan diri dan meninggalkan perkebunan menjadi terbengkalai. Melihat hal tersebut, pemerintah VOC mengeluarkan peraturan baru yang memberikan kesempatan bagi warga Tionghoa untuk menggumpulkan pajak dan bekerja dalam ranah perdagangan dengan harapan kembalinya warga keturunan Tionghoa ke Batavia. Pada abad ke 18 di sekitar Kali Ciliwung, terdapat

lingkungan imigran Tionghoa yang memanfaatkan tanah sebagai tempat berkebun. Seiring perkembangan jaman, terjadi perpindahan populasi kolonial Belanda dari Utara Batavia ke arah selatan yang menyebabkan pertumbuhan penduduk di dalam Kota Batavia. Pertumbuhan penduduk mengakibatkan sentra niaga Pasar Senin dan Pasar Tanah Abang tidak mampu melayani budaya hidup dan kebutuhan konsumsi masyarakat Belanda. Melihat hal tersebut, warga Tionghoa memanfaatkannya dengan berjualan di sisi kali Ciliwung. Keramaian tempat tersebut membuat Gubernur Jenderal Hindia Belanda saat itu, H. W. Daendels, memutuskan untuk meresmikan Pasar Baroe sebagai sentra ekonomi untuk kalangan menengah atas di Batavia.

Spirit of Natural Place Passer Baroe Jakarta

Elemen alam terpenting di Pasar Baru adalah Kali Ciliwung. Selain sebagai sumber air untuk keperluan mandi dan hajat, Kali Ciliwung juga digunakan sebagai sarana transportasi dan menjadi tempat bagi pekerja binatu. Pentingnya peran Kali Ciliwung membuat pemerintah Belanda membangun tangga dengan bantaran-bantaran guna memudahkan warga untuk mandi, meletakkan pakaian, maupun mencuci baju. Kali Ciliwung juga dijadikan sebagai tempat perayaan kebudayaan Tionghoa yaitu, Peh Cun yang diadakan setiap tanggal 5 bulan 5 berdasarkan kalender Chinese untuk menghormati para leluhur. Pada saat perayaan berlangsung, baik warga keturunan Tionghoa maupun dari etnis lainnya melupakan aktivitas berdagang dan meramaikan tepi Kali Ciliwung untuk memeriahkan tradisi mendayung perahu naga. Para peserta festival tersebut menaiki perahu yang sebelumnya sudah dihias dan berlomba untuk memperebutkan sapu tangan yang diikatkan pada sebatang bambu. Walau kini sudah tidak berperan sebagai jalur transportasi, Kali Ciliwung sebagai salah satu Kali utama di Jakarta memiliki peran penting sebagai fasilitas penampungan dan penyaluran air. Selain itu, Kali Ciliwung yang memiliki nilai historis juga pernah dimanfaatkan pemerintah dalam rangka memperingati kemerdekaan RI ke 74 di tahun 2019 (gambar 3 dan 4).



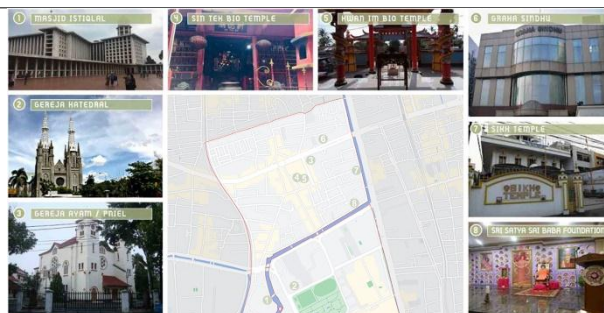
Gambar 3. (Kiri) Masyarakat Mencuci Baju di Pinggiran Kali Ciliwung, Batavia 1910-1935 (Collectie Stichting Nationaal Museum van Weweldculturen yang dilansir oleh commons.wikimedia.org)

Gambar 4. (Kanan) Kali Ciliwung pada Kawasan Pasar Baru di abad ke-20 (Royal Netherlands Institute of Southeast Asian and Caribbean Studies, Leiden university digital collections yang dipersunting oleh Bintoro Hoepoedio)

Man-Made Place Passer Baroe Jakarta

Kali Ciliwung yang memegang peranan penting sebagai sumber air dan transportasi menjadi aspek penting pada peradaban di zamannya. Pemenuhan salah satu kebutuhan primer tersebut menjadi salah satu alasan terbentuknya pemukiman di sekitarnya. Pada perkembangannya, terjadilah percampuran budaya di dalam masyarakat yang melahirkan berbagai bangunan dan menjadi saksi sejarah perkembangan kawasan tersebut. Bangunan-bangunan dengan budaya Eropa seperti neoklasik, *gothic* hingga arsitektur bergaya Chinese masih dapat ditemui. Beberapa diantaranya sudah ditetapkan pemerintah sebagai bangunan cagar budaya seperti Gedung Kesenian Jakarta bergaya Art Deco yang dahulu dikenal dengan sebutan Schouwburg. Gedung tersebut tidak hanya berperan sebagai gedung pertunjukkan namun, pernah menjadi tempat historis bagi rakyat Indonesia sebagai tempat diadakannya kongres pemuda pertama, markas tentara di masa pendudukan Jepang dan sebagai tempat peresmian Komite Nasional Indonesia (KNIP). Langgam tersebut juga dapat ditemukan pada Museum Filateli yang dahulu dikenal sebagai De Groot Postweg dengan fungsi Kantor pos, Museum Fotografi yang dahulu berfungsi sebagai Kantor jurnalis, Batik Sutra Putih yang dahulu berfungsi sebagai Apotik Kimia Farma dan Sekolah Santa Ursula yang dikenal dengan nama Ursulint Zuster School. Selain itu, bangunan dengan *style* arsitektur China yang mengalami pengaruh Art Deco juga dapat ditemui pada bangunan Toko Kompak. Bangunan tersebut sudah berdiri sebelum Pasar Baru diresmikan dan hingga saat ini bentuk asli masih dipertahankan. Toko tersebut pertama kali merupakan kediaman dari Mayor Tio Tek Ho dan sudah mengalami beberapa kali pergantian kepemilikan. Hingga saat ini, Toko Kompak sudah dipegang oleh keluarga yang serupa secara turun menurun.

Keberagaman latar belakang etnis dan budaya memungkinkan terjadinya interaksi antar etnis yang terus berkembang di Pasar Baru. Selain dari langgam, hal tersebut juga terlihat pada bangunan keagamaan yang berdiri berdekatan dan menunjukkan adanya toleransi antar komunitas di Pasar Baru. Setidaknya ditemukan dua gereja yaitu Gereja Katedral dan Gereja Ayam/PNIEL yang terdaftar sebagai bangunan cagar budaya. Gereja Katedral digunakan sebagai rumah peribadatan umat Katolik sedangkan, Gereja PNIEL digunakan sebagai rumah peribadatan umat Kristen. Selain itu terdapat Klenteng Sin Tek Bio - Kwan Im Bio yang digunakan sebagai tempat peribadatan umat Konghucu, masyarakat Tionghoa perantauan yang dibangun oleh petani-petani Tionghoa yang tinggal di tepi Kali Ciliwung, Masjid Istiqlal bagi umat Muslim, Graha Sindhu bagi masyarakat peranakan India, Sikh Temple bagi masyarakat peranakan India yang menganut aliran Sikh, dan Kuil Sai Baba bagi umat penganut ajaran Sai Baba (gambar 5).



Gambar 5. Persebaran Tempat Peribadatan Kawasan Pasar Baru (Calisca & Lianto, 2020 dengan suntingan pribadi, 2021)

Telaah Genius Loci Pasar Baru Jakarta

1. Citra (Image)

Citra yang melekat di Kawasan Pasar Baru Jakarta adalah pusat perdagangan tertua di Jakarta dengan kebudayaan Tionghoa yang tercampur dengan budaya lainnya seperti India, Eropa dan Jawa. Citra ini menjadikan Pasar Baru sebagai tempat berbelanja, sekaligus tempat rekreasi dan menikmati atraksi budaya. Citra sebagai pusat perdagangan juga dipertegas melalui keberadaan ruko-ruko di sisi kiri maupun kanan jalan utama yang menawarkan berbagai macam produk. Selain ruko, pedagang kaki-lima baik dari segi kuliner, fesyen, maupun aksesoris juga turut meramaikan kawasan dan menjadi salah satu daya tarik pengunjung. Aktivitas utama didominasi oleh interaksi sosial antar pengunjung, pengunjung dengan pedagang, maupun dengan penduduk lokal. Interaksi sosial yang dominan ialah kegiatan saling tawar menawar untuk mencapai suatu kesepakatan. Hasil kesepakatan yang dapat memuaskan kedua pihak menciptakan kepercayaan dan kerjasama sehingga membuat pembeli enggan berpaling ke pedagang lain. Aktivitas yang terjadi tersebut menjadi salah satu alasan terciptanya kesinambungan dan mengakibatkan Pasar Baru dapat tetap hidup (gambar 6).



Gambar 6. Beberapa Wisata Kuliner Legendaris Pasar Baru (Dokumentasi Pribadi, 2021)

Selain kegiatan komersial, Pasar Baru juga dikenal dalam citra kuliner melalui keberadaan tempat makan legendaris yang masih memiliki pengaruh

dari makanan Tionghoa seperti, Bakmi Gang Kelinci yang sudah berdiri sejak tahun 1957 dengan sajian mie menggunakan resep turun temurun, Bakmi Aboen yang berdiri sejak tahun 1962, Bakmi Sui-Sen dan Cakue Ko Atek yang sudah ada sejak tahun 1971. Tempat makan legendaris lainnya juga ditemukan seperti, Roti Bistro yang sudah ada sejak tahun 80-an dan *Tropic Ice Cream Palace* yang sudah berdiri sejak tahun 1950-an. Tak hanya komersial dan kuliner, Pasar Baru juga memiliki citra akan kawasan etnis Tionghoa yang ditandai melalui keberadaan klinteng Sin Tek Bio sebagai tempat peribadatan dan budaya. Klinteng tersebut merupakan salah satu klinteng tertua di Jakarta yang pertama kali didirikan oleh para petani Tionghoa dan telah menjadi artifak sejarah perkembangan Pasar Baru.

2. Ruang (Space)

Ruang di kawasan Pasar Baru terbentuk akibat adanya kebutuhan dalam memwadahi aktivitas sosial, spiritual dan ekonomi. Bagian utama ruang Pasar Baru merupakan ruang komersial yang terbentuk antara aktivitas manusia, bangunan dan lapak-lapak pedagang. Ruang diawali dengan dua gerbang besar di sisi Utara dan Selatan, mengapit jalan sepanjang sekitar 500 meter (gambar 7). Kedua gerbang memiliki gaya khas Tionghoa yang menjulang tinggi, yang disebut juga dengan *The New Chinese Gate* sebagai representasi kekokohan tembok besar di China (Kurnia, 2011).



Gambar 7. Gerbang Pasar Baru (Dokumentasi Pribadi, 2021)

Ruang horizontal di Pasar Baru terbentuk karena adanya aktivitas perdagangan pada bangunan ruko, tempat parkir, dan area sirkulasi. Keramaian tempat mengundang para pedagang informal/ kaki-lima untuk ikut serta mencari rejeki dengan menjajakan dagangannya dengan menggunakan area tempat parkir. Beberapa toko juga terlihat menciptakan ruang baru di depan tokonya sebagai upaya untuk menarik pengunjung lebih banyak. Ruang-ruang informal tersebut menciptakan ketidakteraturan dan kepemilikan ruang yang tidak jelas. Secara vertikal, ruang didefinisikan terutama oleh keberadaan ruko-ruko lama dengan ketinggian dua lantai, diselingi beberapa bangunan baru dengan ketinggian tiga atau empat lantai.

Pada sisi Utara, jalur utama Pasar Baru didominasi oleh tenda pedagang kaki-lima yang menjulur antar bangunan sebagai tempat peneduh dari aktivitas yang terjadi di dalamnya. Tenda terbentuk melalui

para pedagang informal yang memberikan nilai lokal tempat tersendiri. Dengan tinggi tenda sekitar 2.5 meter memberikan ruang sebagai tempat aktivitas jual beli, interaksi sosial, sekaligus area sirkulasi. Jalur yang diapit oleh para lapak pedagang tersebut merupakan area umum yang dapat diakses oleh semua orang bahkan kendaraan roda empat sekalipun. Oleh karena itu, ukuran lebar jalur yang terbilang sempit tersebut, seringkali menyebabkan penumpukkan baik dari sisi pejalan kaki maupun kendaraan yang sulit dilaluinya (gambar 8).



Gambar 8. PKL dan Toko-toko yang Menggunakan Tempat Publik untuk Menjajakan Dagangannya (Dokumentasi Pribadi, 2021)

3. Karakter (Character)

Karakter Pasar Baru bisa dijelaskan lewat karakter fisik dan non-fisik. Secara fisik, kawasan ini terbentuk akibat pengaruh dari budaya Tionghoa sejak zaman Hindia Belanda. Kolonialisme Belanda turut mempengaruhi lingkungan fisik kawasan melalui wajah dan tipologi berbagai bangunan bersejarah khas Eropa. Elemen fisik pada kebudayaan Tionghoa terlihat pada salah satu ruko yang masih memiliki ornamen naga pada bagian dinding bangunan, yang dipercayai akan membawa keberuntungan. Selain itu, penggunaan atap yang berbentuk seperti ekor walet sebagai salah satu ciri khas bangunan khas Tionghoa juga masih dapat ditemukan. Keberadaan gerbang dengan gaya khas Tionghoa dan keberadaan Klinteng Sin Tek Bio semakin memperkuat karakter khas Tionghoa di kawasan ini. Sedangkan, pengaruh Eropa terlihat pada penggunaan gaya bangunan Art Deco yang menggunakan ornamen-ornamen seperti *railing*, bukaan, lubang angin, hingga artikulasi garis dan bidang khas gaya Eropa (gambar 9).

Pada elemen non-fisik, kawasan ini memiliki ruang publik sebagai area perdagangan dengan tujuan menarik perhatian para pengunjung disertai dengan keberadaan pedagang kaki-lima yang turut serta menjajakan dagangannya di tempat ini. Selain itu elemen non-fisik juga dapat ditemukan melalui sisi etnis yang menghidupi tempat ini yaitu, budaya etnis Tionghoa yang bercampur dengan etnis India maupun lokal. Hal tersebut dapat dilihat melalui penamaan toko yang mencerminkan etnis pemilik dari toko tersebut (gambar 10). Selain penamaan,

karakter tersebut juga dapat dilihat melalui adanya beberapa warisan kuliner legendaris khas Tionghoa maupun toko-toko yang menawarkan produk-produk India di sekitar jalur utama Pasar Baru. Sedangkan masyarakat lokal terlihat pada barisan para pedagang kaki-lima yang turut meramaikan tempat ini.



Gambar 9. Beberapa Bangunan Bersejarah Khas Tionghoa dan Eropa (Dokumentasi Pribadi, 2021)



Gambar 10. Toko-toko Khas Tionghoa dan India Berdasarkan Penamaan Toko (Dokumentasi Pribadi, 2021)

4. *Genius Loci*

Genius Loci Pasar Baru terbangun terutama oleh kebudayaan Tionghoa yang datang pada era Hindia Belanda. Masyarakat Tionghoa yang masuk dan menetap di kawasan tersebut berhasil menciptakan tempat perekonomian yang ramai dan mengundang masyarakat dari berbagai etnis lainnya. Budaya Eropa lewat kolonialisme Hindia Belanda turut mempengaruhi terbentuknya ruh Pasar Baru. Ruh karena percampuran budaya yang saling diterima oleh antar etnis menciptakan budaya serta elemen-elemen fisik tersendiri berupa tempat yang mewadahi berbagai aktivitas sosial, ekonomi dan spiritual.

Genius Loci dari Pasar Baru merupakan manifestasi dari pertemuan budaya dan interaksi masyarakat antar etnis. Percampuran budaya yang dominan terjadi antara etnis Tionghoa, etnis India dan pribumi. Manifestasi percampuran budaya tersebut terlihat dari peran ruang dan peninggalan-peninggalan fisik berupa bangunan-bangunan khas Tiongkok, tempat peribadatan yang mewadahi masing-masing kepercayaan, serta aktivitas budaya yang masih berlangsung di Pasar Baru Jakarta. Selain itu, ruh tempat ini juga terlihat melalui salah satu kawasan perekonomian utama di ibukota dengan keberadaan para pedagang yang sudah

berjalan secara turun menurun hingga tiga ataupun empat generasi sejak zaman penjajahan Belanda.

KESIMPULAN

Melalui tulisan ini, dijelaskan mengenai fenomena-fenomena yang terjadi di Kawasan Pasar Baru Jakarta dengan menelusuri *spirit of place* yang menggunakan kerangka fenomenologi dari Norberg Schulz mengenai *Genius Loci*. Norberg Schulz menyatakan bahwa terdapat tiga konsep yang membentuk suatu *place* (tempat) yaitu, *meaning* (makna), *identity* (identitas) dan *history* (sejarah). Budaya dan peradaban di kawasan ini berkembang tak lepas dari masyarakat Tionghoa yang datang dan menetap di tempat tersebut. Kedatangan masyarakat Tionghoa juga tidak lepas dari peranan Kali Ciliwung sebagai jalur transportasi, perdagangan dan sumber air di kala itu. Selain itu, datangnya masyarakat Tionghoa yang diikuti dengan budaya berdagangnya serta keberadaan bangsa Eropa yang mendukung pengembangan kawasan ini mengundang berbagai pedagang dari etnis lainnya sebagai tempat sumber perekonomian. Salah satunya ialah etnis India yang hingga saat ini masih bertahan di kawasan tersebut. Perjalanan itulah yang menciptakan Pasar Baru dan berkembang hingga menjadi seperti sekarang ini.

Hadirnya budaya masyarakat Tionghoa yang bercampur dengan masyarakat India dan bangsa Eropa turut berkontribusi dalam pembentukan identitas Kawasan Pasar Baru Jakarta. Arsitektur khas China yang beriringan dengan arsitektur Eropa, pertokoan dan makanan-makanan khas etnis Tionghoa maupun India, serta berdirinya salah satu Klenteng tertua di Jakarta yaitu Klenteng Sin Tek Bio dan tempat peribadatan masyarakat India menjadi faktor-faktor yang membentuk citra kawasan ini menjadi unik dan berbeda dari pasar lain di Jakarta. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa para pedagang etnis Tionghoa dan India menjadi pelaku kunci semangat perdagangan di kawasan ini. Walaupun kini terjadi pergeseran budaya melalui kehadiran ruko-ruko yang lebih modern membuat kawasan ini perlahan kehilangan identitasnya. Ditambah, identitas Kali Ciliwung yang dahulu memegang peranan penting sudah hilang begitu saja. Padahal, perjalanan panjang terhadap kawasan ini memberikan nilai historis tersendiri sebagai pusat perdagangan dan permukiman sejak awal perkembangan Kota Jakarta yang membentuk karakter bangunan maupun budaya yang seharusnya tetap dipertimbangkan dalam pengembangan kawasan sehingga nilai pembentuk *place* pada kawasan ini dapat terus dilestarikan.

Melalui ketiga konsep tersebut, dapat diketahui bahwa Kawasan Pasar Baru Jakarta memiliki karakteristik unik yang membedakan tempat ini dengan pasar lainnya. Mengidentifikasi *Genius Loci* dari sebuah kawasan menjadi sangat penting untuk mengetahui nilai yang terkandung di dalamnya sehingga, dapat dijadikan acuan dalam melakukan

pengembangan dengan melihat potensi sekaligus menjaga jiwa dari tempat tersebut. Melihat perjalanan yang panjang dan jiwa tempat tersebut, diharapkan kawasan ini dapat semakin ramai dan mengembalikan masa kejayaannya yang dahulu pernah terjadi. Tulisan ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi tentang bagaimana budaya pasar ikut memberikan pengaruh dalam perkembangan arsitektur Kota (*urban process*). Beberapa pasar yang unik ternyata bisa menjadi destinasi wisata (Ekomadyo, dkk, 2017). Keunikan ini terbangun karena sejarah pasar yang merupakan bagian dari sejarah perkembangan Kota (Ekomadyo, dkk, 2018).

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S. (2019). Makna Simbolik Patung Mi Lek Hut dan Patung Ta Oi Lao Shi di Vihara Dharma Jaya (Sin Tek Bio) Pasar Baru Jakarta Pusat. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Agumsari, D., Ekomadyo, A. S., Bintana, M. G. D., & Susanto, V. (2020). Capturing Genius Loci of Riparian Culture: The Case of Musi River Palembang. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research* (Vol. 475). <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201009.011>.
- Ardhiansyah, N. N., & Mahendarto, T. (2020). Revitalizing and reimagining the Indonesian traditional market (case study: Salaman traditional market Indonesia). In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 436, No. 1, p. 012010). IOP Publishing.
- Calisca, V., & Lianto, F. (2020). Ruang Rajutan Keberagaman Masyarakat Pasar Baru. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur* (Stupa), 2(1), 975-986.
- Creswell, J. W. (2002). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative* (p. 676). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Ekomadyo, A. S. (2012). Menelusuri *Genius Loci* pasar tradisional sebagai ruang sosial urban di Nusantara. *Semesta Arsitektur Nusantara*.
- Ekomadyo, A.S. (2019). Evaluating Revitalized Public Markets as Economic and Socio-cultural Places in Indonesia. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities* 27 (2): 963 - 976 (2019).
- Ekomadyo, A. S., Kustiani, Aditya, H. (2013). Aspek Arsitektur Kota dalam Perancangan Pasar Tradisional. *Temu Ilmiah IPLBI*.
- Ekomadyo, A.S., Nurfadillah, A., Kartamihardja, A., Cungwin, A.J. (2018). *Becoming Heritage: A Place-Making Study of Old Neighbourhood Marketplace in Bandung*. IOP Conf. Series: *Earth and Environmental Science* 158.
- Ekomadyo, A.S., Santri, T., Riyadi, A (2017). Reassembling Traditionality and Creativity? A Study of Creative Community Movement in Cihapit Market Bandung. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 41, p. 07006). EDP Sciences. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20184107006>.
- Ekomadyo, A.S., Zahra, A., dan Najmi, I. (2012) *Public Market as Urban Social Nodes: an Architectural Phenomenology Approach*. Artepolis 4 International Conference on Creative Connectivity and the Making of Place.
- Gunawan, Y. (2016). *Kajian Pendekatan Fenomenologi dalam Arsitektur Vernakular*. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.
- Habibullah, S. & Ekomadyo, A.S. (2021). *Place-Making Pada Ruang Publik: Menelusuri Genius Loci Pada Alun-Alun Kapuas Pontianak*. *Jurnal Pengembangan Kota* Volume 9 No. 1 (36–49).
- Kurnia, L. (2011). *Pasar Baru: colonial space and contemporary hybridity*, *Inter-Asia Cultural Studies*, 12:4, 552-567.
- Nasution, A. D., Veronica, S., Adriansyah, W. A., Priatna, B. D., Putra, N. P., Sinaga, F. A., ... & Adrian, A. B. (2019). *Kajian Genius Loci dalam Uji Signifikansi Kawasan Kesawan*. In *Talenta Conference Series: Energy and Engineering (EE)* (Vol. 2, No. 1).
- Nicodemus, D., Verdiantas, S., Febrian, Y., & Setiawan, C. (2019). *Desain Penataan Koridor Pedestrian Utama Kawasan Perdagangan Pasar Baru*. *Architecture Innovation*, 3(1), 1-20.
- Norberg-Schulz, C. (1976). *The Phenomenon of Place*. *The Urban Design Reader*.
- Norberg-Schulz, C. (1980). *Genius loci: Towards a phenomenology of Architecture*. London: Academy Editions London.
- Norberg-Schulz, C. (1991). *Genius loci: Towards a phenomenology of Architecture*. New York: Rizolli.
- Nurun, M. (2013). *Revitalisasi Kawasan Pasar Baru sebagai Upaya untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pusat Belanja Tertua di Jakarta*. *Planesa*, 4(02), 213072.
- Purwaningsih, L. H. (2010). *Pasar Lama-Old Market: Chinese Heritage Settlement in Tangerang City which describes Genius Loci through Creative Collaboration between Chinese and Indigenous Inhabitants*. In *Arte-Polis 3 International Conference* (p. 515).
- Puspitasari, Cynthia. (2015). *Ayo Mengenal Pasar Baru Jakarta*. Jakarta: Universitas Pancasila, ISBN 978-602-70634-3-3.
- Santri, T., Ekomadyo, A.S., Aditra, R.F. (2019). *Genius Loci Kampung Areng di Lembang. Studi Kasus: Wisata Astronomi Imah Noong di Desa Wangunsari Kampung Eduwisata Areng Lembang Kabupaten Bandung Barat*. *Jurnal TIARSIE Universitas Langlangbuana Bandung*, Vol 16 No 4 (2019), hlm. 121-124. <https://doi.org/10.32816/tiarsie.v16i4.68>.
- Savitri, R. & Ekomadyo, A.S. (2021). *Genius Loci Permukiman Bansir Laut di Kota Pontianak*. *Jurnal TIARSIE* Vol. 18, no. 1, p. 1-10. <https://doi.org/10.32816/tiarsie.v18i1.88>.
- Sholihah, A. B., & Heath, T. (2016). *Assessing the quality of traditional street in indonesia: a case study of pasar baru street*. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 234, 244-254.
- Siregar, H.H., Natalivan, P., & Ekomadyo, A.S. (2018). *Cultural Assemblage as Genius Loci: Character Analysis of Medan City Center District*. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20184104011>.
- Stepanchuk, A., Gafurova, S., & Latypova, M. (2020). «Genius Loci» as a resource for the development of historical areas of the city. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 890, No. 1, p. 012013). IOP Publishing.

