

Jaringan Kerja Sama Pasar Malam Komidi Puter di Jabodetabek

Fabianus H Koesoemadinata (IKJ)
Zeffry Alkatiri (FIB UI)

fkoesoemadinata@yahoo.com, Zeffry_al@yahoo.com

Abstrak

Pasar Malam komidi Puter merupakan salah satu jenis kumpulan rombongan penjual dan penghibur yang bergerak bersama dengan memanfaatkan ruang public di beberapa wilayah Jabodetabek. Pasar Malam Komidi Puter ini disinyalir sudah berlangsung lama di Jabodetabek, merupakan tiruan dan adaptasi dari tempat hiburan yang mahal dan permanen. Dalam pengamatan sementara, diketahui bahwa Pasar Malam Komidi Puter ini juga melibatkan berbagai pihak, baik formal maupun informal. Didasari oleh adanya kepentingan bersama untuk memanfaatkan ruang public, mereka mampu menghadirkan pasar murah dan hiburan murah bagi masyarakat sekitar, khususnya masyarakat di pinggiran Jabodetabek. Tujuan makalah ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis jaringan kerja sama antara beberapa pihak atau kelompok pendukung dalam penyelenggaraan kegiatan Pasar Malam Komidi Puter di Jabodetabek. Makalah ini merupakan hasil riset lapangan dalam beberapa bulan terakhir mengikuti perjalanan rombongan penjual dan penghibur Pasar Malam Komidi Puter tersebut di beberapa wilayah di Jabodetabek. Sumber data lain diperoleh dari referensi kepustakaan terkait yang dapat dijadikan sebagai bahan penunjang dan pembanding. Makalah ini menggunakan pendekatan jaringan kerja sama antar pelaku dengan mengkaji hubungan kerja sama antarpihak yang berkolaborasi untuk menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat setempat dalam kegiatan Pasar Malam Komidi Puter di Jabodetabek. Kontribusi hasil riset ini dapat dijadikan acuan untuk memperhatikan salah satu fenomena alternatif usaha hiburan rakyat yang terdapat dalam masyarakat urban di Jabodetabek.

Kata Kunci: Jaringan kerja sama, Pasar Malam Komidi Puter, Jabodetabek.

1. Pendahuluan

Salah satu fenomena yang selalu muncul di wilayah pemukiman pinggiran atau daerah perbatasan Jakarta (Jabodetabek) adalah hadirnya Pasar Malam Komidi Puter. Pasar Malam ini diselenggarakan oleh suatu kelompok atau beberapa kelompok yang dikordinasi oleh satu atau beberapa orang. Sifat dari Pasar Malam ini memperlihatkan suatu bentuk kerja sama antar individu maupun antarkelompok. Di dalam kegiatan Pasar Malam itu melibatkan banyak pihak, baik pihak internal maupun eksternal.

Seminar Nasional Budaya Urban

Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:
Tantangan dan Perubahan

Tradisi pasar malam komidi puter sudah ada sejak lama di ibukota. Ditenggarai meneruskan tradisi pasar malam Gambir yang kemudian sempat menjadi *Djakarta Fair* di Monas (1968-1993) dan sekarang berganti menjadi Pekan Raya Jakarta (Kemayoran). Berbeda dengan hiburan yang ada di Mall atau Ancol dan Taman Mini yang waktu operasional bisa dari pagi hingga malam, pasar malam komidi puter merupakan alternatif hiburan rakyat yang dekat lokasinya dengan pemukiman warga dan berlangsung dalam waktu tertentu. Pasar malam ini memiliki kekhasan pada jenis hiburan dan permainan yang kadang sangat sederhana dan mengingatkan atau melanjutkan kebiasaan masa lalu (memorabilia) sehingga memiliki pengunjung setia di tengah kepadatan ibukota. Pada dasarnya Pasar Malam Komidi Puter ini memberikan alternatif hiburan murah meriah bagi masyarakat setempat.

Pasar malam selalu identik dengan berbagai macam wahana permainan seperti bianglala, kora-kora, ombak banyu, rumah hantu, Tong Setan, komedi putar, dan mandi bola. Selain itu, ada juga aneka permainan ketangkasan seperti lempar gelang, lempar bola, lempar panah, dan mancing, yang disertai berbagai hadiah menarik. Identitas lainnya adalah selalu disemarakan oleh banyaknya pedagang kuliner yang menyediakan aneka makanan.

Mencari hiburan di Jadebotabek banyak sekali ragamnya. Hiburan permainan berteknologi digital pada gadget atau warnet sudah menggejala di banyak tempat. Jenis hiburan yang tersedia makin beragam, dari untuk anak sampai orang dewasa. Perkembangan Jadebotabek dan kesibukan warganya terus meningkat seiring kemajuan pembangunan infrastruktur dan peningkatan ekonomi. Peningkatan kesejahteraan warga kota menimbulkan kebutuhan akan sarana hiburan untuk penyeimbang dari kesibukan pekerjaan maupun sebagai sarana rekreasi pribadi, bersama teman atau keluarga. Jadebotabek terus mewujudkan perubahan sangat cepat yang kadang sangat ekstrim, dengan bangunan dan fasilitas serta sarana baru yang lengkap dan modern. Pembangunan Mall atau pusat perbelanjaan, umumnya didalamnya disediakan pula berbagai bentuk hiburan modern dengan biaya yang cukup tinggi tentunya dan mahal bagi masyarakat kebanyakan.

Seminar Nasional Budaya Urban
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:
Tantangan dan Perubahan

Arena permainan modern semakin hari kian tumbuh subur di kota besar, yang terpadu dengan pusat perbelanjaan. Sebut saja *Timezone* atau *Fun world* yang ada di setiap mall. Tempat tersebut selalu dipenuhi anak-anak mencari hiburan. Walaupun di tengah hempitan dari wahana permainan modern seperti *Trans studio*, *Dunia Fantasi (DUFAN)*, dan sejenisnya, kehadiran Pasar Malam ternyata masih dinantikan oleh masyarakat di sekitar Jadebotabek.

Berkenaan dengan gejala tersebut, beberapa laporan media menyatakan bahwa kegiatan Pasar malam kian hari semakin melemah (Bambang Setyawan, 2014 Kompasiana, Herry H Winarno dan Intan Umbari Prihatin 2017 Koran Merdeka). Akan tetapi dalam riset kami malah sebaliknya. Dalam makalah ini yang merupakan hasil riset lapangan, kami menemukan kegiatan Pasar Malam Komidi Puter yang bahkan diminati banyak orang.

Makalah ini akan menganalisis jaringan kerja sama kegiatan Pasar Malam Komidi Puter di wilayah Jadebotabek. Akan tetapi karena waktu riset yang terbatas, makalah ini hanya akan mengkhususkan mengungkapkan dua kelompok Pasar Malam, yakni Pasar Malam Komidi Puter dengan nama Yudhika Ria yang dimiliki oleh Ahmad Yudhi Prasetyo (24 tahun) dan Pasar Malam Komidi Puter Dhian Karya yang dimiliki oleh Bpk. Karmidi (54 tahun), yang merupakan orang tua dari Ahmad Yudhi Prasetyo. Sementara kelompok lain yang berada di Pekon Raya Jakarta dan Cengkareng, yang merupakan bagian dari kerabat mereka, hanya akan disinggung saja.

Pendekatan topik makalah ini bertumpu pada konsep kerja sama dan konsep jaringan. Kerjasama ialah kegiatan atau usaha yang dilakukan oleh beberapa orang atau pihak untuk mencapai tujuan bersama (KBBI dan Soekanto, 2000). Kerjasama dapat dikatakan sebagai sekumpulan orang yang memiliki tujuan yang sama yang saling berinteraksi dalam suatu kegiatan sesuai peran masing-masing. Tingkat keberhasilan suatu kelompok sangat dipengaruhi oleh kedinamikaan kerjasama dalam kelompoknya.

Sementara pengertian jaringan adalah sekumpulan orang atau pihak yang terstruktur dalam suatu ikatan kelembagaan atau organisasi, baik berskala kecil maupun besar. Pada konsep jaringan ini, terdapat unsur kerjasama (Agusyanto

2007). Pada dasarnya jaringan social terbentuk karena adanya rasa saling tahu, saling menginformasikan, saling mengingatkan, dan saling membantu dalam melaksanakan ataupun mengatasi sesuatu. intinya, konsep jaringan dalam capital social menunjuk pada semua hubungan dengan orang atau kelompok lain yang memungkinkan kegiatan dapat berjalan secara efisien dan efektif (Lawang, 2005). jaringan social juga mengandung dimensi kelokalan yang tidak dapat digeneralisasikan dalam setiap kajian. Oleh karena itu, riset ini juga akan memperlihatkan adanya hubungan dalam jaringan kerja sama yang didasari oleh kesamaan etnik dan asal daerah.

2. Metodologi Penelitian

Riset ini merupakan riset kualitatif. Riset ini menggunakan metode deskriptif analitik, yakni riset yang berorientasi pada usaha penggambaran fenomena social tertentu (dalam riset ini hanya dikhususkan pada aspek jaringan kerja sama kelompok pekerja Pasar Malam Komidi Puter di Depok), dengan menganalisis data temuan, baik dari kajian pustaka maupun dari lapangan. Alasan pemilihan metode ini didasarkan karena metode kualitatif mampu menangkap pengalaman-pengalaman yang kontekstual. Jadi dalam riset kualitatif, peneliti berupaya untuk mendapatkan jawaban melalui metode eksploratori yang tidak terstruktur (Malhotra, 2004).

Selain mengumpulkan data melalui kajian kepustakaan, riset ini juga mengumpulkan data dari lapangan dengan melakukan observasi langsung dan dibantu dengan wawancara secara mendalam (*depth interview*) selama satu bulan kepada pihak terkait sebanyak kurang lebih 6 orang pelaku, yakni dua orang pemilik Pasar malam, dua karyawan, dan dua pemain. Dalam kaitan ini, periset menyiapkan sejumlah pertanyaan yang terstruktur dan sistematis. Namun berbagai pertanyaan yang disiapkan itu juga dikembangkan sesuai dengan kondisi dan situasi di lapangan.

3. Meneruskan Tradisi Pasar Malam Gambir¹¹

3.1. Sekilas Pasar Malam Gambir

Berawal dari pameran etnografi dan kerajinan tangan yang diadakan tahun 1853 di Batavia. Lalu diteruskan di lapangan *Koningsplein* yang dikenal sebagai lapangan Gambir. Setelah itu jadilah Pasar Gambir yang bermula tahun 1906 diadakan dalam menyambut ulang tahun Ratu Wilhelmina, 31 Agustus sampai pertengahan September.

Sesuai dengan namanya pasar, maka selain ada barang yang hanya dipamerkan, kebanyakan ditampilkan berbagai produk barang untuk dijual. Penjualan produk ini diprakarsai oleh *Departement van Onderwijs Eeredients en Nijverheid* atau Departemen Pendidikan, Agama, dan Kerajinan Pemerintah Hindia Belanda. Tetapi sejak tahun 1918 diambil alih oleh suatu komite atau panitia khusus pameran Pasar Gambir, yang kemudian ditambah dengan pengisian acara hiburan dilengkapi juga dengan stand makanan dan minuman. Selain itu, juga diisi dengan berbagai hiburan, seperti bioskop terbuka dan tertutup, berbagai permainan ketangkasan, dan konser musik. Kegiatan Pasar tersebut berakhir pada tahun 1939.

Pasar Gambir mengalami jeda panjang, sebab baru tahun 1950-an kembali diadakan di lokasi yang sama. Pada masa itu hiburan musik menjadi kurang sebab diganti dengan lotre. Hiburan lainnya yang juga menjadi daya tarik adalah akrobat dan tong setan. Jaman Orde Lama kegiatan pasar malam diubah menjadi Pekan Industri dan Kebudayaan. Lokasinya dipindahkan ke lapangan Blok M. Baru tahun 1968 kegiatan pasar malam di Gambir (Monas) diadakan kembali. Diprakarsai oleh Gubernur Jakarta, Ali Sadikin yang menggabungkan ide Pasar Gambir dengan Pekan Industri, maka jadilah *Djakarta Fair*. Serta merta pasar malam tradisional yang terkenal dengan komidi puternya menjadi terdesak dan

¹¹Diambil sebagian dari artikel Zeffry Alkatiri. 2010. "Pasar Gambir dan Pekan Raya Jakarta", dalam buku: *Pasar Gambir, Komik Cina, dan Es Shanghai*. Depok: Kobam dan pernah juga dimuat dalam Majalah *MoessonHet Indisch Maanblad*, 2005. "Van Pasar Gambir naar Pekan Raya Jakarta", No 6. Desember, hlm. 39.

lama-kelamaan menghilang dari Jakarta. Pasar Gambir dibuka untuk memeriahkan Ulang Tahun Kota Jakarta.

Pada awalnya di *Djakarta Fair* terdapat arena hiburan karena semakin banyaknya stand, arena hiburan lalu dipindah ke lokasi di sebelahnya, yaitu Taman Ria Monas. Keduanya berlokasi di lapangan Monas. Isi *Djakarta Fair* tidak berbeda dengan Pasar Malam Gambir, hanya tampak lebih modern. *Djakarta Fair* akhirnya harus dipindah ke lokasi baru di Kemayoran (bekas kompleks lapangan terbang, tahun 1992) dan berganti nama menjadi Pekan Raya Jakarta. Taman Ria sendiri jadi merana dan akhirnya mati pelan-pelan.

4. Deskripsi dan Analisis Pasar Malam Komidi Puter

Fenomena Pasar Malam ternyata bukan hanya terdapat di Indonesia, akan tetapi juga terdapat di beberapa negara Asia, seperti Malaysia, Singapura, Thailand, dan Taiwan. Baru sepuluh tahun belakangan ini, fenomena Pasar malam mendapat perhatian, seperti yang dilakukan oleh Hsieh dan Chang (2006 dalam Amirah Mohamad Kamarudin et al 2015). Kegiatan Pasar Malam ini juga dilihat sebagai bagian dari fenomena perkotaan, yang memperlihatkan budaya lokal, tetapi mampu mempengaruhi kualitas ruang perkotaan, seperti yang dikaji oleh Zakariya dan Ware (2010b dalam Amirah Mohamad Kamarudin et al 2015). Namun, beberapa pasar malam jalanan kurang memiliki identitas budaya karena mereka cenderung menawarkan barang-barang umum untuk penggunaan sehari-hari yang dapat ditemukan di tempat lain. Hal ini terjadi ketika pasar malam jalanan dianggap hanya sebagai ruang komersial, bukan sebagai ruang budaya.

"Pasar Malam jalanan" didefinisikan sebagai "pasar umum sementara, biasanya berada di ruang publik yang dilakukan pada hari-hari tertentu dalam seminggu atau lebih. Terkadang Pasar itu didirikan di tempat parkir mobil atau di alun-alun pasar dan kebanyakan di jalanan atau tanah lapang (*The Wordnik – online* dalam Amirah Mohamad Kamarudin et al 2015), yang dapat dijangkau oleh kebanyakan orang. Pasar malam jalanan terdiri dari warung atau kios yang menjual berbagai jenis produk, mulai dari makanan, pakaian, barang dagangan dan beberapa barang unik lokal (Zakariya dan Ware, 2010a dalam Amirah

Seminar Nasional Budaya Urban
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:
Tantangan dan Perubahan

Mohamad Kamarudin et al (2015). Akan tetapi, ada juga Pasar Malam yang bersifat permanen atau menjadi ditetapkan oleh otoritas setempat karena dianggap bermanfaat dan berdampak positif bagi para produsen, pedagang, maupun masyarakat pembeli.

Pengamat sosial lain memberikan batasan bahwa Pasar malam didefinisikan oleh Huang, Liou dan Tzeng (2009 dalam Nur Khomar Ishak dkk 2010) sebagai tempat perdagangan yang khusus dibuka pada malam hari, terutama di daerah perkotaan atau pinggiran kota yang pada umumnya cenderung memiliki lebih banyak ruang public, di mana para pedagang kecil menawarkan berbagai produk murah serta adanya para penjaja makanan (Lee dkk. 2008 dalam Nur Khomar Ishak et al., 2010). Pasar malam adalah "acara mingguan sementara" yang biasanya berlangsung di tempat terbuka yang ditutup sementara untuk kegiatan mereka (Khalilah 2010 dalam Nur Khomar Ishak et al 2010). Sebuah studi di pasar malam di Taiwan menemukan bahwa faktor utama yang menarik perhatian orang Taiwan ke pasar malam adalah rendahnya harga, keragaman produk, dan lokasi lingkungan yang nyaman (Lee et al., 2005 dalam Nur Khomar Ishak et al 2010).

Akan tetapi dapat dikatakan bahwa semua riset di atas hanya mengkaji bentuk fenomena Pasar Malam Jalanan yang menjajakan berbagai produk industri sandang dan produk makanan saja. Sedangkan tentang Pasar malam Komidi Puter ternyata belum ada dalam daftar kajian mereka. Hal itu berbeda dengan topik riset kami yang mengangkat fenomena Pasar Malam Komidi Puter, yang unik dan khas yang memperlihatkan adanya sinergi antar kelompok pelaku yang membentuk jaringan kerja sama antarmereka. Walaupun demikian kajian di atas dapat dijadikan bahan referensi dan kajian bandingan untuk memperlihatkan adanya fenomena yang mirip, tetapi berbeda dalam lokalitas, bentuk, dan jenis Pasar malam yang dimaksud.

Di bawah ini akan dibahas jaringan kerja sama kelompok Pasar Malam Komidi Puter. Dari beberapa kelompok Pasar Malam itu yang berkegiatan di wilayah Jadebotak, kami memilih dua kelompok, yakni Yudhika Ria yang dimiliki oleh Ahmad Yudhi Prasetyo (24 tahun) dan Pasar Malam Komidi Puter

Seminar Nasional Budaya Urban
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:
Tantangan dan Perubahan

Dhian Karya yang dimiliki oleh Bpk. Karmidi (54 tahun), yang merupakan orang tua dari Ahmad Yudhi Prasetyo. Kelompok Yudhika Ria ini sewaktu dilakukan riset melakukan kegiatannya di wilayah Depok (di sebuah lapangan bola milik Pemda setempat). Sementara kelompok Dhian Karya berlokasi di lapangan parkir Cilandak Mariner Jakarta.

Kelompok Yudhi pada mulanya berasal dari kelompok orang tuanya (Dhian Karya), akan tetapi semenjak 4 tahun belakangan ini berpisah dan membuat sendiri kelompoknya dengan nama Yudhika Ria. Mungkin karena lokasinya lebih besar, maka Kelompok Yudhi bahkan mempunyai wahana hiburan dan permainan ketangkasan yang lebih banyak (sebanyak 10 wahana hiburan dan 15 permainan ketangkasan, termasuk hiburan Tong Setan) ditambah dengan kelompok Bazar sebanyak 50 lapak dan kelompok kuliner sebanyak 25 lapak. Sementara kelompok Dhian karya, karena mungkin lokasinya tidak terlalu besar, hanya menyediakan 6 wahana dan 8 ketangkasan) ditambah dengan 20 lapak Bazar dan kuliner. Kedua kelompok ini berasal dari daerah yang sama, yakni Demak.

Pada awalnya kelompok Dhian Karya (orang tua Yudhi) bekerja dalam kelompok yang lebih dahulu melakukan bisnis Pasar Malam ini. Karena rajin dan dapat dipercaya, orang tua Yudhi pun telah dianggap sebagai anak oleh pengelola Pasar Malam pendahulunya itu. Saat sekarang pemilik yang mengangkat orang tua Yudhi sebagai anaknya, masih melakukan aktifitasnya di Pekan Raya Jakarta. Pemilik Pasar Malam ini merupakan cikal bakal dari beberapa kelompok Pasar Malam yang memisahkan diri dan kemudian bergerak di wilayah Jabodetabek. Salah satu kelompok yang memisahkan diri itu adalah orang tua dari Yudhi yang membuat kelompok sendiri dengan nama Dhian Karya. Sementara pekerja lainnya, ada juga yang memisahkan diri dan membentuk kelompoknya. Berdasarkan konvensi mereka bergerak di wilayah yang berbeda. Pendahulunya bergerak di wilayah Jakarta dan sekitarnya. Dhian Karya bergerak di wilayah Jakarta Selatan, Depok, dan Bogor. Sementara kerabatnya yang lain yang merupakan pecahan dari kelompok sebelumnya, bergerak di wilayah Cengkareng dan Tangerang Selatan.

Seminar Nasional Budaya Urban
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:
Tantangan dan Perubahan

Pada mulanya Yudhi sebagai anak lelaki dari Pak. Karmidi, pemilik Dhian Karya bekerja dalam kelompok orang tuanya ini. Akan tetapi setelah mengetahui lebih dalam seluk beluk bisnis ini, kemudian memisahkan diri dan membentuk kelompoknya sendiri dengan nama Yudhika Ria. Kelompok Yudhi bergerak di wilayah Depok dan sebagian Bogor. Pada awal berdirinya, kelompok Yudhi dipinjamkan dengan sewa sebagian wahana hiburan dan permainan oleh orang tuanya, termasuk beberapa pekerjanya. Setelah mampu mendapatkan modal, akhirnya kelompok Yudhi ini membeli dan membuat sendiri beberapa wahana hiburan dan beberapa permainan ketangkasan. Beberapa karyawannya juga diambil dari kerabat dan teman dekatnya. Bahkan di dalam kelompok Yudhi ini ikut juga bekerja istri dan beberapa kerabat dari istrinya yang berasal dari Tasikmalaya. Hal ini berarti hubungan kekerabatan dan pertemanan ini memungkinkan seseorang untuk menghubungkan kerabat/temannya dengan orang lain yang mempunyai relasi atau koneksi dalam rangka mendapatkan sumber daya yang dibutuhkan.

Dalam kelompok Pak Karmidi (Dhian Karya) dan kelompok Yudhi (Yudhika Ria), mereka bertindak sebagai kordinator dari kelompoknya masing. Tugas kordinator mirip seperti peran manajer. Mereka harus mampu berkordinasi dengan pihak-pihak yang bergabung dengan kegiatan mereka, seperti pihak karyawan (baik karyawan wahana hiburan maupun ketangkasan), pihak lapak Bazar, dan pihak lapak kuliner. Baik Yudhi maupun Bapaknya melakukan bisnis tertutup. Artinya tidak sembarang orang atau pihak tertentu dapat bergabung dengan kelompok mereka. Para karyawannya merupakan kerabat, teman dan orang sederahnya (Demak). Jaringan kekerabatan ini juga terlihat pada kelompok lapak Bazar dan Kuliner. Mereka semua paling tidak mempunyai hubungan kekerabatan dengan pemiliknya. Karyawan yang tergabung dalam kelompok Yudhi berjumlah kurang lebih 20 orang, yang bekerja di beberapa bagian. Sementara karyawan yang tergabung dalam kelompok Dhian Karya berjumlah 15 orang. Akan tetapi, di antara mereka pun dapat saling meminjamkan beberapa karyawan yang dibutuhkan. Sekiranya beberapa karyawan dalam kelompok Yudhi

Seminar Nasional Budaya Urban
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:
Tantangan dan Perubahan

ini ada yang pulang kampung atau sakit, maka dapat meminjam karyawan lain dari kelompok orang tuanya dan begitu juga sebaliknya.

Menurut Ramsay (1968 :112 dalam Arief Hilman Arda 2016), konsep ‘teman’ dan ‘pertemanan’ atau ‘persahabatan’ mengacu pada hubungan sosial antara dua orang atau lebih dengan hubungan yang bersifat sukarela, dekat dan berlangsung dalam waktu yang relatif lama. Nilai-nilai yang tercakup dalam pertemanan adalah kedekatan, solidaritas, tidak adanya maksud-maksud tersembunyi, resiprositas, dan terlepas dari perbedaan-perbedaan umur, jenis kelamin dan kelas sosial.

Di antara sekian banyak pekerja yang tergabung dalam kelompok Yudhi, ada 3 orang yang dipercaya oleh Yudhi untuk mengurus masalah keuangan, yakni istrinya dan dua karyawannya, yakni Galih dan Kencling, yang merupakan teman sejak kecilnya. Hal yang sama juga dilakukan oleh Pak. Karmidi dalam kelompok Dhian Ria. Sementara istrinya Yudhi juga mempercayakan masalah keuangan dan persewaan lapak bazar dan kuliner kepada kerabat dekatnya. Dengan kata lain, bahwa baik kelompok Yudhi maupun kelompok Pak. Karmidi merupakan kelompok yang terikat oleh jaringan kekeluargaan atau kekerabatan.

Dalam analisis jaringan sosial tertuju pada hubungan sosial sebagai simpul dan ikatan. Simpul adalah aktor individu di dalam jaringan, sedangkan ikatan adalah hubungan antar aktor tersebut. Bisa terdapat banyak jenis ikatan antar simpul (Agusyanto 2007). Dalam kaitannya dengan kegiatan Pasar Malam Komidi Puter ini, terlihat adanya hubungan sosial yang terikat oleh ikatan kekerabatan dan kedaerahan, yang menunjukkan kekuatan suatu jaringan sosial yang tergabung atau terikat dalam satuan kelompok pekerja Pasar Malam Komidi Puter, khususnya dalam kelompok Yudhika Ria dan Dian Karya.

Para karyawan yang tergabung, baik dalam kelompok Dian Karya maupun Yudhika Ria mempunyai spesialis masing-masing. Mereka terdiri dari karyawan teknisi, karyawan tiket dan keuangan, karyawan pembantu wahana hiburan dan permainan, dan karyawan Bazar. Walaupun sudah terbagi dalam spesialisasinya, akan tetapi mereka pun saling membantu satu sama lain. Hal ini sesuai dengan konsepsi jaringan sosial, yakni dalam Jejaring sosial dibutuhkan kemampuan

Seminar Nasional Budaya Urban
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:
Tantangan dan Perubahan

anggota-anggota kelompok untuk selalu menyatukan diri dalam suatu pola hubungan yang sinergitas, yang akan sangat besar pengaruhnya dalam menentukan kuat tidaknya suatu kelompok. Spesialisasi profesi dan sinergi komunitas Pasar Malam Komidi Puter cukup membantu, ketika bisnis kegiatan ini mulai mendapat tantangan dari arena hiburan modern. Kesemua pembicaraan di atas memperlihatkan kerja sama dalam lingkup internal kelompok pekerja Pasar Malam Komidi Puter, padahal lingkup kerja mereka bukan saja memerlukan kerja sama internal, tetapi juga dengan pihak luar. Di bawah ini akan dikemukakan lingkup kerja sama mereka dengan pihak eksternal.

Dalam kerja sama dengan lingkup kerja eksternal melibatkan banyak pihak, di antaranya adalah pemilik lahan, aparat dan birokrat setempat, seperti Kepolisian dan Koramil setempat, serta tentunya pihak Kelurahan beserta struktur bawahannya (RT dan RW), bahkan sampai ke tingkat Kecamatan. Selain itu, diperlukan juga kerja sama dengan pihak-pihak informal, seperti Ormas dan “preman” setempat untuk bekerja sama dalam mengurus keamanan dan perpajakan. Dengan demikian, walau kelihatannya sederhana, tetapi dalam tindak proses pengurusan ijin untuk pelaksanaan Pasar Malam membutuhkan ekstra energy dan waktu. Hal ini mirip juga dengan pelaksanaan Pasar Malam Jalanan yang pernah dikaji oleh Jef Hou (2007). Dalam kajiannya tentang pelaksanaan Pasar Malam di *Night Market in Seattle’s Chinatown International District* di Amerika. Pada Pasar malam itu, adanya sinergi kerja sama antara pihak penyelenggara dengan aparat kepolisian, pihak birokrat pemda setempat, dan keikutsertaan masyarakat setempat untuk berpartisipasi mengubah dan menyemarakkan lingkungan mereka dengan memberikan sarana ajang pertemuan antara berbagai pihak.

Di bawah ini akan diuraikan mengenai beberapa perangkat yang selalu berkaitan dengan penyelenggaraan Pasar Malam Komidi Puter.

4.1. **Waktu.** Kegiatan pasar malam komidi puter sesuai dengan namanya selalu dimulai sore hingga malam hari antara jam 18.00 setelah Magrib hingga jam 24.00 tengah malam. Waktu penyelenggaraan berkisar tiga minggu sampai satu bulan di satu lokasi, tergantung dari animo masyarakat dan keuntungan yang

Seminar Nasional Budaya Urban
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:
Tantangan dan Perubahan

didapat. Sementara waktu penyelenggaraan ini juga disesuaikan dengan aktifitas masyarakat setempat, seperti musim liburan sekolah, akhir dan awal tahun baru, bulan puasa dan lebaran. Untuk pasar malam di daerah luar Jabodetabek biasa dilakukan setelah panen atau gajian buruh setempat. Pelaksanaan Pasar Malam ini perlu melihat juga pergantian musim. Sebab jika dilakukan pada musim penghujan akan mengakibatkan kerugian. Dengan kata lain, cuaca sering menjadi kendala untuk bisnis pasar malam karena bila hujan datang, pengunjung menjadi sepi, hiburan, permainan, dan barang jualan juga akan kurang pembeli.

4.2. **Lokasi.** Untuk kegiatan ini sering memanfaatkan lahan yang ada dan kurang produktif (tidak terpakai), lahan garapan yg belum dibangun, tanah lapang atau bekas kebun, sehingga tarif sewa penggunaan lahan tersebut tidak mahal / tinggi. Selain itu lahan tersebut yang sebelumnya kurang menjadi perhatian bisa menjadi “ruang publik” dengan fungsi baru. Pasar malam ini sering berpindah tempat dan berganti lokasi karena lahan sebelumnya sudah berganti fungsi (karena dibangun), berganti pemilik atau juga dianggap kurang layak, karena lokasinya becek, susah parkir, kurang aman, dan konflik dengan pihak setempat. Perpindahan ini bisa juga disebabkan karena sudah cukup lama berada di lokasi tersebut dan warga sekitar sudah mulai bosan. Mereka berpindah untuk mendapat suasana serta mendapat pelanggan ditempat baru. **Pemilihan lokasi** memiliki peranan penting untuk kelangsungan pasar malam komedi puter, agar menguntungkan secara ekonomi. Bisa saja lokasi bagus, tetapi kurang pengunjung sehingga tidak menguntungkan atau pemilihan waktu kegiatan kurang tepat. Oleh karena itu, pemilihan lokasi yg tidak becek menjadi prioritas agar pengunjung tetap datang setelah hujan reda. Selain itu, kelompok pasar malam ini terkadang diundang oleh suatu instansi tertentu yang mempunyai lahan luas, seperti instansi militer, pergudangan, perusahaan, dan Pemda. Jika mereka diundang sudah tentu lebih menguntungkan sebab tidak membayar sewa lahan dan retribusi lainnya. Dalam wawancara disebutkan bahwa kelompok Pak Karmidi diundang oleh pihak Marinir untuk menyemarakkan Bulan Puasa di tempatnya. Umumnya kelompok besar membutuhkan lahan minimal 5000 mtr² sebab wahana hiburan dan peralatan mereka sangat besar dan lebih banyak dari kelompok menengah ataupun

kecil. Sementara kelompok kecil dan menengah hanya membutuhkan lahan sekitar 1500 m² sampai 3000 m².

4.3. **Tarif.** Harga karcis masuk yang murah menjadikan pasar malam diminati banyak masyarakat kalangan menengah ke bawah, sebab mereka butuh hiburan yang dekat, gampang dijangkau serta kemudahan transportasi. Karcis masuk berkisar antara Rp. 5000 sampai Rp 8000. Selain itu, di setiap wahana pengunjung yang tertarik untuk bermain, akan diminta membayar sekitar Rp. 3000 sampai Rp. 8000, tergantung jenis permainan dan wahana yang ada. Dalam pengamatan kami, diperkirakan kurang lebih ada 600 pengunjung tiap malam yang datang ke Pasar Malam kelompok Yudhika Putra. Sementara diperkirakan pengunjung yang datang ke Pasar malam kelompok Dhan Putra berjumlah 1000 orang tiap malam di bulan ramadhan, setelah Maghrib dan Tarawih. Jadi tidak beralasan dan malah sebaliknya jika beberapa media mengabarkan bahwa bisnis Pasar Malam Komidi Puter mengendur, seperti diutarakan oleh Bambang Setyawan (*Kompasiana* 2014), Herry H Winarno dan Intan Umbari Prihatin (*Koran Merdeka* 2017). Jumlah pengunjung yang kami perkirakan dalam riset kami dapat dilihat dari sobekan karcis masuk dalam kedua kelompok yang diteliti.

4.4. **Jenis.** Pasar malam komidi puter mempunyai **beberapa jenis** yang saling mendukung seperti (1). Bagian wahana hiburan (komidi puter/dermolen, kora-kora, bianglala, ombak banyu, tong setan, dan lain-lain). (2). Bagian permainan ketangkasan (kolas, lempar gelang, dan jenis permainan mancing). (3). Bagian Bazar penjualan (pakaian, asesoris, dan kuliner). Dalam satu kelompok, biasanya paling sedikit ada 4 sub kelompok yang tergabung di dalamnya. Kelompok pertama para pedagang pakaian, boneka, sepatu, dan arloji. Kumpulan mereka dapat berjumlah 10-35 lapak, tergantung dari besar dan kecilnya pemilik Pasar malam. Kelompok kedua pemilik hiburan, seperti komidi putar, kereta mini, bianglala, kora-kora dan sejenisnya. Mereka umumnya berjumlah 5-10 kelompok wahana hiburan. Kelompok ketiga kelompok permainan seperti lempar kalung plastik berhadiah, mancing botol, dan lainnya. Mereka dapat berjumlah 5-12 permainan. Kelompok keempat para pedagang makanan, baik individu maupun kuliner populer dengan kios sponsornya masing-masing. Mereka ini dapat

berjumlah 10-25 kios atau lapak, tergantung besar atau kecilnya pihak penyelenggara memberikan izin untuk mereka bekerja sama.

4.5. Pasar malam komidi puter juga memiliki **kategori besar, menengah, dan kecil**. Banyaknya kelengkapan dan variasi wahana hiburan serta permainan menjadi ukuran kategori besar. Sedangkan untuk kategori menengah ataupun kecil, umumnya lebih sedikit jenis hiburan maupun permainannya. Pasar malam besar butuh lahan besar dan pengurusan perijinan lebih bertingkat pula. Keuntungan kelompok ini sering diundang untuk perayaan suatu daerah, karena undangan kegiatan mendapat tempat yang layak dan perijinan dipermudah. **Jenis hiburan** dan permainan pasar malam komidi puter juga mengikuti perkembangan jaman. Selain terdapat bentuk lama sebagai upaya mempertahankan ciri khas dan biaya “tiket murah”. Bentuk hiburan “kora kora” dan “ombak banyu” mengadaptasi beberapa bentuk hiburan dari DuFan Ancol, tetapi dengan penyederhanaan dalam tehnologinya, bahkan ada yang digerakkan oleh tenaga manusia, misalnya ombak banyu. Hiburan “Tong setan” (roda gila) merupakan hiburan yang banyak diminati karena selain adanya pameran ketangkasan pengendara, juga dapat memacu adrenalin penontonnya. Katagori besar umumnya dapat dilihat dari adanya wahana Tong Setan ini, yang merupakan tradisi permainan pasar malam sejak dulu.

4.6. **Prosedur**. Kegiatan Pasar Malam Komidi Puter, diawali survey tempat, kelayakan daya tampung/luasan lahan, saluran air agar tidak banjir, kemudahan akses transportasi pengunjung, lahan parkir, listrik dan keamanan. Lokasi hunian padat penduduk biasanya menjadi sasaran utama. Setelah lokasi didapatkan serta pemilik lahan setuju, ketua koordinator mengurus izin di kelurahan, di kecamatan dan di kepolisian setempat guna mendapat izin resmi. Biasanya bila lokasi bagus mereka bisa mengulang kembali kegiatan tersebut dimasa mendatang dan keluarnya izin biasanya lebih mudah. Umumnya pengeluaran untuk berbagai izin itu berkisar mencapai Rp. 15-20 juta rupiah. Selain izin resmi dari pihak berwajib, koordinator juga mengurus izin keamanan pada “penguasa informal setempat/preman/tokoh masyarakat/ormas” untuk kelancaran kegiatannya, biasanya berkisar 5-7.5 juta rupiah. Dapat juga dilakukan bentuk kerja sama

Seminar Nasional Budaya Urban
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:
Tantangan dan Perubahan

dengan memberikan konsesi kepada mereka untuk mengurus perparkiran dan kebersihan. Pada prinsipnya adalah adanya kerja sama yang saling menguntungkan antar berbagai pihak. Koordinator kelompok selalu mencari atau mengurus ijin ditempat baru, bila kegiatan pasar malamnya akan berakhir dan dengan demikian dapat langsung pindah kelokasi yang baru. Pihak lain yang juga selalu dilibatkan adalah PLN. Walau mereka menyiapkan genset diesel, akan tetapi untuk mencukupi penerangan dan penggerak beberapa mesin masih diperlukan aliran listrik dari pihak PLN.

4.7. **Komunitas pengelola Pasar malam.** Umumnya mereka saling mengenal dan terbiasa hidup tidak menetap atau merantau dari satu kegiatan pasar malam ke kegiatan pasar malam berikutnya. Ada sebagian kelompok penyelenggara memilih libur saat puasa dan pulang kampung dan kembali setelah Lebaran. Ada kelompok penyelenggara yang bergerak di sekitar Jabodetabek dan ada pula yang berkisar di luar Pulau Jawa. Mereka sudah terbiasa hidup seadanya dengan tinggal di lokasi pasar malam sambil menjaga barang-barang atau menyewa rumah kontrakan dekat lokasi untuk mandi, buang air dan menyimpan barang-barang. Dalam kegiatannya, mereka juga terbiasa menghadapi beragam bentuk gangguan, yang umumnya gangguan dari “para preman” yang meminta jatah “uang rokok”, pemalakan, dan berbagai ancaman hingga perusakan peralatan. Tugas dari koordinator menjadi mediator atau berkomunikasi dengan pihak berwenang formal maupun informal untuk kelancaran pasar malam. Kompromi sering dilakukan sesuai kondisi setempat, seperti tidak melawan atau mengalah demi kelancaran bisnis. Koordinator penyelenggara juga melakukan kerja sama dengan kelompok-kelompok pemilik hiburan, permainan ketangkasan, dan para lapak pedagang pakaian serta lapak pedagang kuliner. Banyak pula penyelenggaraan pasar malam itu terdiri dari sinergi kelompok pemilik masing-masing wahana, seperti seorang memiliki beberapa wahana hiburan bianglala atau kereta listrik dan ikut serta pada beberapa penyelenggara pasar malam yang berbeda. Dengan kata lain, terdapat spesialisasi simbiosis mutualisme dan sinergi diantara komunitas pasar malam. Saat kegiatan di lokasi juga sering berbagi “ruang” untuk kelompok setempat, biasanya kuliner dari masyarakat setempat bisa mendapat

ruang ikut berjualan sesuai porsi komunikasi koordinator sewaktu mengurus perijinan.

4.8. **Industri hiburan komidi puter.** Banyak pihak lain yang mendukung terselenggaranya bisnis hiburan rakyat ini, seperti (1). Industri pembuatan wahana hiburan, mereka mampu mengadaptasi bentuk dari wahana hiburan di DuFan Ancol maupun tempat lain yg lebih canggih yang disesuaikan kebutuhan pasar malam yg lebih sederhana, seperti Wahana Hiburan Trans Studio di Bandung. Industri pembuatan ini dapat menjangkau sampai ke pelosok Indonesia (dapat dilihat dari situsnya). (2). Persewaan wahana hiburan dan permainan. Mereka adalah kelompok khusus yang hanya menyewakan peralatan untuk kebutuhan Pasar Malam Komidi Puter, seperti sewa transportasi, genset listrik diesel, dan berbagai alat untuk kebutuhan wahana hiburan ataupun permainan ketangkasan.

4.9. **Kelompok Pekerja/Karyawan.** Setiap bagian mempunyai koordinator dan biasanya diketuai oleh seorang koordinator yg mengepalai semuanya. Hal ini berguna pada saat memulai membuka lokasi baru. Tugas sebagai koordinator kelompok, umumnya melakukan survey kelayakan lokasi, mengurus berbagai ijin kegiatan untuk kelancaran kegiatan pasar malam. Selain adanya koordinator di dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa kelompok karyawan, seperti (1). Kelompok karyawan khusus penjual tiket, (2). Karyawan teknisi yang melakukan tugas pemasangan, perbaikan, dan pembongkaran (3). Karyawan Wahana Permainan dan ketangkasan, yang sekaligus bertugas sebagai karyawan kebersihan di tempatnya masing-masing, (4). Karyawan Bazar, (5), Karyawan transportasi. Walaupun masalah transportasi umumnya dapat disewa, akan tetapi ada pula pemilik Pasar malam besar yang memiliki Transportasi sendiri. Biasanya pemilik Pasar malam Komidi Puter yang bertaraf besar memperkerjakan sekitar 16-22 karyawan. Sedangkan yang kecil dan menengah hanya memperkerjakan sekitar 8-12 karyawan. Para pekerja ini biasanya mempunyai ikatan kekerabatan dengan pemilik dan masih mempunyai hubungan kekeluargaan sesama mereka. Selain itu, para pekerja umumnya berasal dari etnis dan daerah yang sama. Akan tetapi ada juga kelompok pekerja yang berbeda. Mereka umumnya adalah

kelompok pekerja lepasan yang tergabung dalam kegiatan pasar malam, seperti lapak para penjual Bazar pakaian dan lapak para penjual makanan.

Demikianlah, deskripsi dan analisis singkat kajian atas fenomena Pasar Malam Komidi Puter (Yudhika Ria dan Dian Karya) melalui pendekatan konsep kerja sama dan jaringan sosial. Dari riset pendahuluan ini ditemukan adanya sinergi kerja sama internal dan eksternal antar berbagai pihak yang terlibat di dalamnya.

5. Kesimpulan

Pasar Malam Komidi Puter ini umumnya memanfaatkan lahan “tidak terpakai” yang dijadikan ruang publik dengan makna dan fungsi baru. Ini adalah satu peluang bisnis hiburan rakyat, di tengah gencarnya himpitan hiburan yang lebih modern, canggih, dan berada di tempat yang lebih nyaman. Akan tetapi, dalam pengamatan kami, khususnya kelompok yang kami amati bahkan mampu bertahan dan mengembangkan bisnisnya dengan memanfaatkan jaringan kerja kekerabatan antar mereka dan jaringan kerja sama dengan pihak lain yang mendukung kegiatannya, seperti industri pembuatan peralatan permainan dan ketangkasan Pasar malam, pemilik transportasi, Aparat dan Birokrat setempat, serta pihak informal setempat, termasuk masyarakat yang dapat memanfaatkan lokasi Pasar Malam itu untuk berkontribusi dalam penjualan makanan, keamanan, dan perpikiran. Bentuk kerja sama lainnya adalah adanya jaringan kerja sama antar mereka dalam menggabungkan beberapa kelompok pedagang Bazar dan makanan untuk bersama mendapatkan keuntungan, selama pelaksanaan Pasar malam itu berlangsung. Selain itu, yang mendasar adalah telah memberikan sarana hiburan bagi masyarakat setempat dan sekitarnya.

Jadi dengan demikian kehadiran Pasar malam Komidi Puter ini telah memperlihatkan adanya (a). Pembagian “ruang publik” untuk tujuan bersama, (b). Adanya Pembelajaran berkoordinasi dan berorganisasi dalam kelompok dan penyelenggara Pasar Malam. (c). Memperlihatkan secara implisit Sinergi berbagai kelompok yang terlibat dalam penyelenggaraan Pasar Malam, seperti pemilik Kelompok Hiburan (komidi puter, bianglala dll), Kelompok permainan

Seminar Nasional Budaya Urban
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:
Tantangan dan Perubahan

ketangkasan (lempar gelang, anak panah dll), dan Kelompok pedagang pakaian dan asesoris. (d). Memperlihatkan adanya Kerja samasaling menguntungkan antar kelompok penyelenggara dengan kelompok setempat (kuliner, preman, ormas, pemilik lahan). (e). Adanya spesialisasi profesi dan komunikasi antar komunitas pendukung. (f). Membuka dan menjadi inspirasi industri pendukung (pembuatan wahana hiburan dan persewaan peralatannya). (g). Secara positif dapat ikut menggairahkan ekonomi setempat (kuliner, parkir dan keamanan). (h). Menyediakan Hiburan rakyat yang terjangkau. Kebersamaan dan kebutuhan hiburan yg terjangkau masyarakat perbatasan Jadedotabek dengan mendekati pada kebutuhan serta mengurangi kebosanan warga setempat dari rutinitas keseharian selain menjadikan ajang silaturahmi sosial antar warga sehingga memiliki identitas bersama sebagai warga Jadedotabek yang beragam latar belakangnya. (i). Menjadi alternatif usaha terhadap hegemoni ekonomi dominan (Mall, waralaba dan bisnis hiburan lainnya), sebab tantangan besar untuk kegiatan ini di Jadedotabek adalah karena mulai berkurangnya ruang- ruang publik yang sudah banyak beralih fungsi menjadi ruang bisnis. Sementara masyarakat perbatasan Jadedotabek kian terpinggirkan. Oleh sebab itu, dengan kehadiran Pasar Malam ini, baik secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan alternatif usaha dan hiburan bagi masyarakat, khususnya masyarakat berpendapatan rendah.

Daftar Acuan

- Agusyanto, Ruddy. 2007. *Jaringan Sosial dalam Organisasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Arda, Arief Hilman. 2016. "Konsep Jaringan Sosial dalam Perspektif Antropologi", dalam www.blogteoriilmusosial/kumpulanteori-teoriilmusosial.com
- Hou, Jeff. 2007. "Night Market and the Reconstruction of Public Realm in Seattle's Chinatown-International District", dalam Proceedings of the 6th Conference of the Pacific Rim Community Design Network, Quanzhou, Fujian, China, June 18-21, 2007. <http://courses.washington.edu/quanzhou/pacrim/proceedings.html>

Seminar Nasional Budaya Urban
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:
Tantangan dan Perubahan

- Huang, S. O., Liou, Y. H., & Tzeng, G. H. 2009. Development Strategies for Improving the Service of Tourist Night Markets Through Hybrid MCDM Technique.
- Ishak, Nor Khomar, Khursiah Abdul Aziz, dan Amri Ahmad. Tt. "Dynamism of a Night Market", dalam *Journal of Case Research in Business and Economics*.
- Kamarudin, Amirah Mohamad, Nur Amirah Abdul Wahab, and Khalilah Zakariya. 2015. "Discovering the qualities of Ferringi Night market as an Urban Cultural Space, dalam *UMRAN2015: A Vision of Establishing Green Built Environment, 28 April 2015, IIUM*.
- Khalilah Zakariya & Sue Anne. 2010. Elasticity: Rediscovering the Night Market as an Itinerant Urban Space. The 1st International Conference on Sustainable Architecture & Urban Design. "Issues on global energy crisis and its impacts on design", 464-479. Proceeding.
- Khalilah Zakariya. 2010. Walking Through Night Markets: a Study on Experiencing Everyday Urban Culture. The 11th International Joint World Cultural Tourism Conference, Hangzhou, China.
- Lawang, R.M.Z. 2005. *Kapital Sosial Dalam Perspektif Sosiologi*. Cetakan Kedua. FISIP UI Press, Depok.
- Lee, S-H., Hou, J-S., Heng, S-T., Hou, L-C. & Lee, C-H. 2005. Night market Types and Street Vendor Behavior in Taichung, *Journal of Asian Urban Studies*, Vol. 6 No.2, 11-24.
- Lee, S-H, Chang S-C, Hou J-S & Feng C-H. 2008. Night Market Experience and Image of Temporary Residents and Foreign Visitors, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, Vol. 2 (3), 217-233.
- Malhotra, Naresh. 2004. *Marketing Research*. Pearson Education
- Soekanto, Soerjono. 2000. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.