

**SEJARAH PASAR TANAH ABANG SEBAGAI PUSAT
GROSIR TERBESAR DI INDONESIA
(Awal Berdirinya Pasar Tanah Abang)**

SKRIPSI



Oleh

Laras Tri Syukriyah

1501075010

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SEJARAH
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMADIYAH PROF. DR. HAMKA
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Sejarah Pasar Tanah Abang Sebagai Pusat Grosir Terbesar Di Indonesia (Awal Mula Berdirinya Pasar Tanah Abang).

Nama : Laras Tri Syukriyah

NIM : 1501075010

Setelah dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi, dan direvisi sesuai saran penguji

Program Studi : Pendidikan Sejarah

Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas : Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Hari : Sabtu

Tanggal : 16 November 2019

Tim Penguji

| | Nama Jelas | Tanda Tangan | Tanggal |
|---------------|----------------------------------|---|------------|
| Ketua | : Drs. Hari Naredi, M.Pd |  | 20/11/2019 |
| Sekretaris | : Andi, M.Pd |  | 3/12/19 |
| Pembimbing I | : Prof. Dr. Hj. Suswandari, M.Pd |  | 03/12/19 |
| Pembimbing II | : Dr. Lelly Qodariah, M.Pd |  | 30-11-2019 |
| Penguji I | : Dr. Rudy Gunawan, M.Pd |  | 03/12/19 |
| Penguji II | : Dr. Desvian Bandarsyah, M.Pd |  | 14/12/19 |

Disahkan oleh,
Dekan


Dr. Desvian Bandarsyah, M.Pd

NIDN: 0317126903

ABSTRAK

LARAS TRI SYUKRIYAH : 1501075010. “Sejarah Pasar Tanah Abang Sebagai Pusat Grosir Terbesar Di Indonesia (awal mula berdirinya pasar tanah abang)”. Skripsi. Jakarta : Program Studi Pendidikan Sejarah Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, 2019.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejarah Pasar Tanah Abang sebagai pusat grosir terbesar di Indonesia, bagaimana awal mula berdiri hingga terbentuknya Pasar Tanah Abang berkat kedatangan salah satu tokoh etnis Tionghoa yang berpengaruh terhadap berdirinya Pasar Tanah Abang yaitu Phoa Bengam yang datang pada abad 17 saat dinasti Ming berlangsung.

Metode Penelitian yang digunakan adalah metode penelitian sejarah yang terdiri empat langkah yakni: (1). Heuristik merupakan kegiatan mencari sumber yang terkait dengan penelitian untuk mendapatkan data-data sejarah. ; (2). Verifikasi atau kritik sumber merupakan kegiatan menyeleksi dan memilih sumber yang didapatkan. ; (3). Interpretasi merupakan kegiatan menguraikan fakta-fakta sejarah yang telah di dapatkan. ; (4). Historiografi merupakan langkah yang terakhir yaitu penulisan sejarah dari data-data yang telah peneliti dapatkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa awal berdirinya Pasar Tanah Abang pada Agustus 1735, karena Phoa Bengam menyewa lahan di kawasan tersebut mengubah menjadi kawasan pabrik berbahan tebu, bertenagakan kerbau. Selanjutnya Justinus Vinck pada tahun 1735 mengubahnya menjadi Pasar yang disebut dengan pasar Tanah Abang. Sifat pasar grosirnya yang semakin banyak dibeli maka harganya akan semakin murah, dibandingkan kalau membelinya dengan satuan harganya akan lebih mahal. Rata-rata barang-barang yang ada di Pasar Tanah Abang ini merupakan produksi dari tangan pertama yaitu rumah produksi atau pabrik tekstilnya langsung. Pasar Tanah Abang menjadi distributor pertama sehingga harganya lebih terjangkau saat membeli secara banyak (grosir).

Kesimpulan dari hasil penelitian yang didapatkan di usianya ke 284 Tahun Pasar Tanah Abang telah menjadi pusat grosir terbesar di Indonesia bahkan di Asia. Pasar Tanah Abang sebagai Pusat Grosir terbesar di Indonesia memiliki jumlah pedagang hampir di angka 25.000 pedagang di berbagai blok yang tersedia. Sehingga cukup berpengaruh terhadap peningkatan kondisi perekonomian dan pariwisata bagi wilayah DKI Jakarta.

Kata kunci : Pasar Tanah Abang, Pusat Grosir Tekstil terbesar di Indonesia.

ABSTRACT

LARAS TRI SYUKRIYAH. 1501075010. *“History of the Tanah Abang Market as the Largest Wholesale Center in Indonesia (The Beginning of the Tanah Abang Market)”*. Skripsi. Jakarta: History Education Department, Faculty of Teacher Training and Education, Prof. Muhammadiyah University DR. HAMKA, 2019.

This study aims to determine the history of the Tanah Abang Market as the largest wholesale center in Indonesia, how it was established until the Tanah Abang Market was formed thanks to the arrival of one of the Chinese ethnic leaders who influenced the establishment of the Tanah Abang Market, Phoa Bengam Phoa Bengam, which came in the 17th century during the Ming dynasty.

The research method used is a historical research method consisting of four steps, namely: (1). Heuristics is an activity to look for sources related to research to get historical data. ; (2). Source verification or criticism is the activity of selecting and selecting the sources obtained. ; (3). Interpretation is an activity outlining the historical facts that have been obtained. ; (4). Historiography is the last step which is writing history from the data that researchers have obtained.

The results showed that the beginning of the Tanah Abang Market in August 1735, because Phoa Bengam rented land in the area turned into a factory area made of sugar cane, powered buffalo. Furthermore Justinus Vinck in 1735 turned it into a market called the Tanah Abang market. The nature of the wholesale market that is increasingly being bought, the price will be cheaper, compared to buying it at a unit price will be more expensive. On average, the goods in Tanah Abang Market are first-hand production, namely the production house or textile factory directly. Tanah Abang market became the first distributor so the price is more affordable when buying a lot (wholesale).

The conclusion of the research results obtained at the age of 284 Years Tanah Abang Market has become the largest wholesale center in Indonesia even in Asia. Tanah Abang Market as the largest Wholesale Center in Indonesia has a number of traders at almost 25,000 traders in the various blocks available. So it is quite influential on improving economic conditions and tourism for the DKI Jakarta area.

Keywords: Tanah Abang Market, The Largest Textile Wholesale Center in Indonesia.

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------|------|
| HALAMAN PENGESAHAN | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | iv |
| ABSTRAK | v |
| <i>ABSTRACT</i> | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 4 |
| C. Batasan Masalah | 5 |
| D. Rumusan Masalah | 5 |
| E. Tujuan Penelitian | 5 |
| F. Manfaat Penelitian | 6 |
| G. Tinjauan Pustaka | 7 |
| 1. Pasar | 7 |
| 2. Fungsi Pasar | 9 |
| 3. Jenis-Jenis Pasar | 11 |
| H. Metode Penelitian | 17 |
| 1. Heuristik | 17 |
| 2. Kritik Sumber | 18 |
| 3. Interpretasi | 19 |
| 4. Historiografi | 20 |

BAB II Awal Berdirinya Pasar Tanah Abang

| | |
|---|----|
| A. Awal Berdirinya Pasar Tanah Abang | 22 |
| 1. Letak Geografis | 22 |
| 2. Nama Tanah Abang | 23 |
| B. Kedatangan Masyarakat Etnis Tionghoa di Kawasan Tanah Abang | 26 |
| 1. Faktor Pendorong dan Penarik Migrasi Masyarakat Etnis Tionghoa | 26 |
| 2. Aktivitas Masyarakat Etnis Tionghoa Pada Masa Kolonial Belanda Di Tanah Abang | 35 |
| 3. Daerah yang Dimasuki Etnis Tionghoa di Batavia | 42 |
| 4. Identitas Budaya Etnis Tionghoa di Pasar Tanah Abang | 43 |

BAB III Bentuk Arsitektur Bangunan Pasar Tanah Abang

| | |
|---|----|
| A. Gaya Bangunan Pasar Tanah Abang | 49 |
| B. Peremajaan Pasar Tanah Abang | 54 |
| C. Ruang-Ruang Dalam Pasar Tanah Abang | 55 |
| 1. Pasar Tanah Abang Blok A dan Blok B | 55 |
| 2. Blok EX. AURI | 63 |
| 3. Pusat Grosir Metro Tanah Abang | 65 |
| 4. Masjid Blok A Tanah Abang & Masjid Jami'Fatahillah Blok B Tanah Abang | 69 |
| 5. SKYBRIDGE / Jembatan Penyebrangan Multiguna Tanah Abang | 70 |

BAB IV Faktor Yang Mempengaruhi Pasar Tanah Abang Menjadi Pusat Grosir Terbesar di Indonesia

| | |
|---------------------------------------|----|
| A. Faktor Lokasi Yang Strategis | 72 |
| B. Faktor Ekonomi | 79 |
| 1. Produksi | 80 |
| 2. Distribusi | 82 |
| 3. Konsumsi | 84 |

| | |
|---|------------|
| C. Faktor Sosial dan Budaya | 88 |
| 1. PMI (Palang Merah Indonesia) | 89 |
| 2. Organisasi-organisasi Zakat dan Yatim Piatu..... | 90 |
| BAB V Faktor Simpulan Dan Saran | |
| A. Simpulan..... | 94 |
| B. Saran..... | 96 |
| DAFTAR PUSTAKA | 99 |
| LAMPIRAN | 103 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... | 135 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jakarta merupakan kota metropolitan yaitu pusat kegiatan baik pemerintahan maupun industri perdagangan berpusat di kota Jakarta. Selain sebagai Ibukota negara, Kota Jakarta berperan ,menjadi pusat berbagai kegiatan ekonomi, politik, pemerintah, pendidikan, kesenian maupun keagamaan di Indonesia. Dilihat dari komposisi penduduknya, kota Jakarta memiliki penduduk yang beragam. Sebagian besar kelompok etnik yang ada di Indonesia terwakili di kota Ini (Gondomono, 1996: 15). Salah satu pusat kegiatan ekonomi yang ada di Jakarta adalah pasar. Pasar memiliki peranan penting dalam pembangunan perekonomian masyarakat khususnya di Jakarta.

Berdasarkan jenisnya, pasar terbagi atas pasar tradisional dan pasar modern. Keberadaan pasar tradisional dan pasar modern sudah menjadi bagian yang tidak terlepas dalam kehidupan masyarakat pekotaan (Puteri, lib.geo.ugm.ac.id, 5, 2016: 2). Pasar adalah tempat terjadinya proses jual beli yang dilakukan antara produsen (penjual) dan konsumen (pembeli) yang biasanya dilakukan di pasar dan pusat-pusat perbelanjaan seperti *mall* yang memang sengaja dibuat untuk melakukan jual beli. Pasar merupakan tempat proses interaksi yang dilakukan dengan penjual dan pembeli secara tatap muka langsung.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia grosir adalah pedagang yang

menjual barang dalam jumlah besar (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2005: 372). Penjualan partai besar (*Wholeselling*) dalam pengertiannya meliputi semua kegiatan yang langsung berhubungan dengan penjualan barang-barang atau jasa kepada mereka yang membelinya dengan maksud untuk dijual kembali untuk keperluan bisnisnya (Prahono, 2006: 23). Jadi, grosir adalah sistem penjualan barang dagang yang dilakukan dalam jumlah besar oleh pedagang kepada pembeli.

Sebagai pusat grosir Pasar Tanah Abang, semakin banyak barang yang ditawarkan maka akan mendapat harga lebih murah sehingga disebut dengan pasar grosir. Para konsumen yang membeli barang di Pasar Tanah Abang dalam partai besar akan mendapat harga Grosir yaitu harga yang diberikan penjual untuk pembeli yang membeli suatu barang dalam jumlah yang banyak minimal satu lusin atau 12 *pieces* (potong) atau sering disingkat pcs. Selain grosir, Pasar Tanah Abang juga menjual barang-barang secara ecer yaitu harga ecer atau satuan adalah harga yang diberikan penjual kepada pembeli yang membeli barang satuan, satu sampai dua barang saja.

Produk-produk dalam Pasar Tanah Abang antara lain pakaian dewasa hingga pakaian anak-anak, pakaian batik dengan ciri khasnya masing-masing dari berbagai daerah-daerah, pakaian muslim, hingga kain-kain yang belum dijadikan pakaian ada di pasar ini produk-produk di Pasar Tanah Abang tidak hanya dari produk lokal tetapi ada produk dari Cina, Korea, Arab dan lain sebagainya. Selain tekstil di Pasar Tanah Abang juga menjual oleh-oleh dari

Mekkah, biasanya dibeli oleh orang-orang yang telah selesai melaksanakan ibadah haji dan umroh.

Pengunjung dari Pasar Tanah Abang sendiri tidak hanya dari Jakarta dan luar kota, dari Sabang hingga Marauke tetapi dari seluruh mancanegara terutama wilayah Asia juga memilih berbelanja di Pasar Tanah Abang ini misalnya seperti masyarakat Mindanau dari Filipina Selatan, Arab, India, Malaysia, Singapore dan lain-lain. Tidak jarang saat mengunjungi Pasar Tanah Abang banyak pembeli yang berbahasa Inggris, Melayu, Arab, dan China. Ini menjadi tantangan bagi para penjual di Pasar Tanah Abang untuk mahir berbahasa asing demi keberlangsungan proses transaksi jual-beli di toko mereka. Dari segi penjualnya pun para pedagang di Pasar Tanah Abang tidak hanya dari Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi) sesuai lokasi Tanah Abang sendiri yaitu di Jakarta Pusat. Para pedagang banyak berasal dari luar daerah seperti dari Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Maluku hingga Papua. Beragam suku berkumpul di Pasar Tanah Abang baik untuk berjualan maupun untuk membeli barang dan di jual kembali di daerah asal.

Perjalanan Pasar Tanah Abang sebagai pusat grosir bukanlah terbilang baru. Sejak zaman Belanda, Pasar Tanah Abang dikategorikan sebagai Pasar Grosir, yaitu penjualan dalam partai besar. Pasar Tanah Abang sebagai Pusat Grosir terbesar di Indonesia hari ini telah melewati proses sejarah panjang selama hampir 284 tahun. Pasar Tanah Abang terus berkembang sejak pemerintahan Kota Jakarta mulai membangun dan mengembangkan kawasan

Pasar Tanah Abang menjadi Pusat Grosir terbesar di Indonesia terlebih di awal Abad-21 hari ini. Di era kecanggihan teknologi tidak lagi tatap muka secara langsung melainkan tatap muka tidak langsung atau sering disebut dilakukan secara *online* yaitu mengandalkan aplikasi dalam proses interaksi jual belinya. Walaupun saat ini pasar *online* lebih diminati, tetapi pasar-pasar yang menggunakan strategi bertatap muka secara langsungpun tidak kalah ramai seperti Pasar Tanah Abang, karena kawasan pusat perbelanjaan ini mempunyai keunggulan sebagai pusat grosir terlengkap.

Sehubung dengan hal tersebut, penelitian ini dilakukan dalam upaya untuk menggali lebih dalam jejak sejarah Pasar Tanah Abang dari awal pendirian sampai saat ini abad 21. Pasar Tanah Abang sebagai salah satu pasar grosir di Indonesia menjadi lebih penting dalam pertumbuhan ekonomi khususnya di Jakarta.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka dapat diambil suatu identifikasi masalah yang dapat dikaji mengenai penelitian ini sebagai berikut:

1. Awal mula berdirinya pasar Tanah Abang dalam konsep sejarah pasar.
2. Arsitektur bangunan Pasar Tanah Abang sebagai pusat Grosir terbesar di Indonesia.
3. Ruang-ruang dalam Pasar Tanah Abang

4. Perkembangan Pasar Tanah Abang

5. Faktor yang menyebabkan kawasan Pasar Tanah Abang menjadi pusat grosir terbesar di Indonesia.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan dalam latar belakang dan identifikasi masalah, maka peneliti membatasi masalah pada "Pasar Tanah Abang Sebagai Pusat Grosir Terbesar di Indonesia".

D. Rumusan Masalah

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah Bagaimana perkembangan Pasar Tanah Abang sebagai Pusat Grosir terbesar di Indonesia? Untuk menjawab permasalahan tersebut maka diajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana awal mula berdirinya pasar Tanah Abang yang pada zaman kolonial Abad ke-18 yang awalnya bernama Pasar Sabtu?
2. Bagaimana Arsitektur Bangunan Pasar Tanah Abang ?
3. Faktor apa saja yang menyebabkan kawasan Pasar Tanah Abang menjadi pusat grosir terbesar di Indonesia?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menajaki awal mula berdirinya Pasar Tanah Abang yang pada zaman kolonial abad ke 18 bernama Pasar Sabtu.
2. Untuk menerangkan perubahan-perubahan arsitektur Pasar Tanah Abang sebagai Pusat Grosir terbesar di Indonesia dari masa ke masa.
3. Untuk menerangkan faktor apa saja yang menyebabkan kawasan Pasar Tanah Abang beralih menjadi Pusat Grosir terbesar di Indonesia.

F. Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat penelitian ini adalah :

1. Menambah referensi literatur bagi studi pendidikan sejarah mengenai perkembangan Pasar Tanah Abang sebagai Pusat Grosir terbesar di Indonesia.
2. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai perkembangan Pasar Tanah Abang sebagai Pusat Grosir terbesar di Indonesia pada abad 21.
3. Memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai perkembangan Pasar Tanah Abang sebagai Pusat Grosir terbesar di Indonesia bahkan di negara-negara Asia hingga abad 21.
4. Mengetahui perkembangan Pasar Tanah Abang sebagai Pusat Grosir terbesar di Indonesia.

G. Tinjauan Pustaka

1. Pasar

Pasar memiliki pengertian tempat bertemunya penjual dan pembeli sampai terjadinya suatu transaksi (Masyhuri, Jurnal akuntansi dan pendidikan, 6, 2017: 60). Istilah pasar dikaitkan dengan pengertian sebagai tempat pertemuan antara penjual dan pembeli yang melakukan pertukaran guna pemuas kebutuhan hidup manusia. Kebutuhan manusia yang amat beragam seperti sandang (pakaian), pangan (makanan) dan papan (tempat tinggal).

Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern mendefinisikan pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Dengan demikian pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli berupa barang dan jasa.

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat perbelanjaan, dan Toko Modern Nomor 70 tahun 2013 mendefinisikan pasar tradisional sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah

termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil dengan proses jual beli barang dagang melalui tawar menawar yang dikelola.

Menurut N. Gregory Mankiw pasar (*market*) adalah sekumpulan pembeli dan penjual dari sebuah barang atau jasa tertentu. Para pembeli sebagai sebuah kelompok menentukan permintaan terhadap produk, dan para penjual sebagai kelompok menentukan penawaran terhadap produk. (Mankiw, 2003: 82) dengan begitu pihak pembeli mendapat barang yang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan penjual mendapat balasan berupa imbalan uang untuk selanjutnya digunakan kembali untuk membiayai produksi yang akan dijual oleh pedagang.

Pasar pada umumnya, waktu dan tempat umum guna membeli dan menjual barang dan jasa: suatu tempat atau rangkaian keadaan-keadaan yang mengumpulkan para pembeli dan penjual, baik berhadapan muka satu sama lain ataupun melalui suatu alat perhubungan: baik secara langsung maupun dengan perantara agen, pedagang perantara dan seterusnya, untuk melaksanakan pembelian, penjualan, ataupun pertukaran barang dan jasa (Abdurachman, 1982: 656).

Dari pengertian pasar diatas, maka dapat diambil pengertian bahwa pasar merupakan tempat yang sengaja disediakan guna proses terjadinya

jual beli barang dan jasa yang dibutuhkan umat manusia sebagai pemenuh kebutuhan hidupnya.

2. Fungsi Pasar

a. Pasar sebagai Sarana Distribusi

Pasar sebagai sarana distribusi, berfungsi memperlancar proses penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen, dengan adanya pasar, produsen dapat berhubungan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menawarkan hasil produksinya kepada konsumen. Pasar dikatakan berfungsi baik jika kegiatan distribusi barang dan jasa dari produsen ke konsumen berjalan lancar. Sebaliknya, pasar dikatakan tidak berfungsi baik jika kegiatan distribusi seringkali macet.

Seperti Pasar Tanah Abang sebagai Pusat Grosir memiliki peran sebagai distributor terbesar kepada konsumen- konsumennya terutama konsumen yang akan menjual barang-barangnya kembali. Pasar Tanah Abang yang tak pernah sepi pengunjung ini membuktikan Pasar Tanah Abang sebagai sarana distribusi barang yang baik (Share.its.ac.id. hlm 1) .

b. Pasar sebagai Pembentuk Harga

Pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli. Di pasar tersebut penjual menawarkan harga barang-barang atau jasa kepada pembeli. Pembeli yang membutuhkan barang atau jasa akan berusaha menawarkan harga dari barang atau jasa tersebut. Sehingga terjadilah

tawar-menawar antara kedua belah pihak. Setelah terjadi kesepakatan, terbentuklah harga. Dengan demikian, pasar berfungsi sebagai pembentuk harga.

Di Pasar Tanah Abang sendiri pembentukan harga telah ditetapkan kepada calon pembeli yang akan membeli barang dengan jumlah yang banyak, maka akan mendapat Harga Grosir sedangkan pembeli yang akan membeli satuan akan dikenakan Harga Ecer yang pastinya akan lebih mahal dibandingkan membeli grosiran seperti lusinan maupun kodian.

c. Pasar Sebagai Sarana Promosi

Pasar sebagai sarana promosi artinya pasar menjadi tempat memperkenalkan dan menginformasikan suatu barang/jasa tentang manfaat, keunggulan, dan kekhasannya pada konsumen. Promosi dilakukan untuk menarik minat pembeli terhadap barang atau jasa yang diperkenalkan. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara antara lain, memasang spanduk, menyebarkan brosur, pameran dan sebagainya (Share.its.ac.id. hlm 1).

Seperti halnya di Pasar Tanah Abang seringkali penjual menyelipkan kartu nama yang berisi nama toko, nomor telfon dan alamat tokonya tersebut kepada pembeli agar dapat kembali berbelanja ditempatnya dan hal yang lebih umum biasanya juga di kantong plastik dari setiap toko mencantumkan nama toko, alamat toko dan nomor telfon yang

berfungsi agar mudah diingat oleh konsumen agar dapat kembali berbelanja ditoko tersebut.

3. Jenis –Jenis Pasar

a. Jenis Pasar menurut bentuk kegiatannya adalah sebagai berikut:

1). Pasar Nyata

Pasar nyata adalah pasar dimana barang-barang yang akan diperjual belikan dan dapat dibeli oleh pembeli. Contoh Pasar Tradisional dan Pasar Swalayan ([www. Share.its.ac.id](http://www.Share.its.ac.id). Pasar Monopoli dan Persaingan. Diunduh Pada Tanggal 18 Juni 2019 pukul 09.30 WIB).

Pernyataan diatas dapat di simpulkan bahwa proses transaksi Pasar Nyata ini ialah penjual dan pembeli dapat melakukan transaksi secara langsung dengan bertatap muka antara penjual dan pembeli. Keberadaan Pasar Tradisional terbilang cukup lama dibandingkan dengan Pasar Swalayan yang baru terkenal di akhir Abad 20 ini. Saat ini, pasarpasar yang terjadi didalam lingkungan masyarakat sudah tidak hanya pasar tradisional, Nuraini dan Merdekawati berpendapat bahwa pasar tradisonal menekankan arti pasar secara fisik, sehingga pasar tradisional juga sering disebut pasar konkret. menurut Asribestari dan setyono menjelaskan bahwa pasar tradisional ialah pasar dimana penjual dan pembelinya melakukan tawar menawar secara langsung sehingga terjadi kesepakatan harga

antara kedua belah pihak. (Masyhuri, Jurnal akuntansi dan pendidikan, 6, 2017: 1). Rahayu dan bahri berpendapat bahwa pasar tradisional adalah pasar yang dikelola dengan manajemen yang lebih tradisional dan lebih simpel dari pada pasar modern. Pasar tradisional bersifat kepemilikan perseorangan. Eksistensi pasar tradisional merupakan salah satu indikator paling penting dalam kegiatan perekonomian (Sukeksi dan Sugiyono, Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen, 5 , 2009: 156).

Pasar Swalayan merupakan contoh konkret dari pasar nyata, seperti Alfamart dan Indomart kedua retail ini adalah jenis pasar swalayan yang didesain lebih modern, dimana kenyamanan tempatnya jauh lebih baik dari pasar tradisional yang kurang mendapat perhatian dengan baik

Pada umumnya pasar modern dalam hal desain tata bangunan sejak awal telah mempertimbangkan terpaduan dan kenyamanan, dengan penyedia lahan parkir, ruangan yang nyaman, kemudahan akses dengan transportasi umum, pemilihan jenis barang dan pelayanan dari pramuniaga yang sangat memanjakan konsumen (Arianty, Jurnal manajemen dan bisnis, 13, 2013: 28).

Pasar Tanah Abang awalnya merupakan Pasar Tradisional yang menjual berbagai macam tekstil, hingga dewasa ini Pasar Tanah Abang sudah menjadi Pasar Modern dengan managemant

yang baik oleh Perusahaan Daerah Pasar Jaya, belanja di Pasar Tanah Abang kini sudah lebih nyaman dengan bangunan yang luas dan dilengkapi AC (*Air Conditioner*), serta pilihan Transportasi yang banyak, memudahkan pengunjung berdatangan dari Jakarta maupun dari luar daerah lainnya.

2). Pasar Abstrak

Pasar Abstrak adalah pasar dimana para pedagangnya tidak menawar barang-barang yang akan dijual dan tidak membeli secara langsung tetapi hanya dengan menggunakan surat dagangnya saja. Contoh pasar online, pasar modal dan pasar valuta asing (www.Share.its.ac.id). Pasar Monopoli dan Persaingan. Diunduh Pada Tanggal 18 Juni 2019 pukul 09.30 WIB.

Pasar abstrak dalam pengertian diatas dimaksudkan bahwa penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung dan barang dagang yang ditawarkan hanya melalui suatu perantara atau media saja. Disini para konsumen yang berada di Pasar Abstrak tidak dapat melihat ataupun memegang barangnya secara langsung. Berkomunikasi dengan pembelipun hanya melalui via *chat* (pesan) di aplikasi seperti WhatsApp, Line, Instagram, Facebook, Tokopedia, Bukalapak, Shopee dan berbagai *e-commerce* lainnya.

Di Indonesia pemanfaatan teknologi internet dimulai sekitar tahun 1995 ketika Indo Internet membuka jasa layanan dan tahun 1997-

an mulai berkembang pesat. Namun kini pemanfaatan teknologi ini masih di dominasi oleh lembaga seperti perbankan, perdagangan, media massa, atau kalangan industri (Ahyuna, Jurnal Komunikasi Kareba, 2, 2013: 30).

Seiring dengan perkembangan internet saat ini semakin banyak pembisnis-pembisnis di Indonesia yang melebarkan usahanya kedalam aplikasi-aplikasi yang hanya tinggal di unduh kedalam *smartphone* masing-masing individu yang dapat memudahkan masyarakat, sehingga tidak ada lagi alasan jauh dan tidak ada waktu untuk membeli. Di Pasar Tanah Abang tidak hanya tersedia pasar nyata yang sering kita kunjungi, namun sebagian besar toko-toko dalam Pasar Tanah Abang ini memiliki Pasar Abstrak atau Pasar Online sehingga memudahkan masyarakat belanja tanpa harus jauh-jauh, berdesak-desakan dan mengantri di Pasar Tanah Abang.

b. Jenis Pasar menurut Jenis Barangnya

Beberapa pasar hanya menjual satu jenis barang tertentu, misalnya pasar hewan, pasar sayur, pasar buah, pasar ikan dan daging serta pasar loak (penjual barang-barang bekas rumah tangga).

Pasar Tanah Abang sebagai pusat grosir terbesar di Indonesia yang menjual berbagai macam jenis tekstil. Baik pakaian jadi maupun kain-kain mentahan yang belum dijadikan pakaian. Di pasar ini memiliki

satu jenis barang tertentu yang identik antara satu toko dengan toko lainnya.

c. Jenis Pasar menurut Keleluasaan Distribusi

- 1). Pasar Lokal
- 2). Pasar Daerah
- 3). Pasar Nasional
- 4). Pasar Internasional

d. Jenis Pasar menurut Struktur (Jumlah Penjual dan Jumlah Pembeli)

berdasarkan kepada ciri-ciri jenis barang yang dihasilkan struktur pasar memiliki bentuk-bentuk yang dibedakan menjadi empat yaitu Sukirno (2010) :

1). Pasar Pesaing Sempurna

Merupakan struktur pasar yang paling ideal, karena dianggap sebagai struktur pasar yang akan menjamin terwujudnya kegiatan memproduksi barang atau jasa yang tinggi (optimal) efisiensinya. Dimana sudah terjadi di pasar dan penjual hanya dapat menerima harga yang telah terjadi di pasar dan penjual hanya dapat menerima harga atau merubahnya. Pasar ini memiliki banyak penjual dan banyak pembeli. (Aminursita, Jurnal ilmu ekonomi, 2, 2018: 412).

2). Pasar Monopoli

suatu bentuk pasar dimana hanya terdapat satu perusahaan saja, perusahaan ini menghasilkan barang yang tidak mempunyai barang pengganti yang sangat dekat. misalnya: Listrik PLN, PDAM dan kebutuhan vital lainnya dimana perusahaan ini merupakan milik negara.

3). Pasar Monopolistik

Produsen mempunyai hak untuk menaikkan harga produk. Tetapi relatif sedikit dan tidak signifikan. Produk yang dijual juga merupakan produk homogen, dibedakannya hanya dari bentuk, mutu, ukuran dsb. Misalnya: warung, toko, kios pinggir jalan, salon dan lain-lain.

4). Pasar Oligopoli

Merupakan pasar yang terdiri dari beberapa produsen dan memiliki beraneka ragam sifat yang berbeda, dimana barang yang dihasilkan semuanya berbeda corak (Aminursita, Jurnal ilmu ekonomi, 2, 2018 : 412). Di dominasi oleh beberapa perusahaan yang dominan dalam beberapa produk, misalnya: KIA, Toyota, Nissan, Daihatsu dan lain-lain.

Menurut keleluasaan distribusi Pasar Tanah Abang mencakup seluruh Indonesia atau Nasional karena konsumen pasar Tanah Abang tidak hanya dari Jakarta banyak yang datang dari luar Jakarta untuk berbelanja dipasar ini. Menurut strukturnya Pasar Tanah Abang masuk kedalam kategori sebagai pasar persaingan

sempurna karena pasar ini memiliki banyak penjual dan banyak pembeli dan di Pasar Tanah Abang para penjual menjajakan barang yang identik dan homogen yaitu tekstil baik pakaian jadi maupun bahan non pakai.

H. Metode Penelitian

Sebanarnya metode dan metodologi adalah dua fase kegiatan yang berbeda untuk tugas yang sama, Sartono dalam Heliuss Samsuddin membedakan antara metode sebagai “bagaimana orang memperoleh pengetahuan” (how to know) dan metodologi sebagai mengetahui bagaimana harus mengetahui” (to know how to know) (Samsuddin, 2016: 10). Jadi seorang ahli sejarahwan dituntut dapat menguasai sekaligus metode dan metodologi disiplinnya yaitu metodologi penelitian sejarah untuk sampai ke tahap Historiografi. Maka metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah metode penelitian sejarah yang terdiri dari empat langkah, yakni:

1. Heuristik
2. Kritik Sumber
3. Interpretasi
4. Historiografi

1. Heuristik

Heuristik adalah kegiatan mencari sumber untuk mendapatkan data-data atau materi sejarah. Heuristik merupakan serangkaian langkah awal dalam melakukan sebuah penelitian dimana tahap ini

peneliti berusaha untuk menemukan bukti-bukti maupun sumber sejarah yang berkaitan dengan materi yang akan diteliti.

Di tahapan awal heuristik ini, peneliti melakukan pencarian sumber. menurut bahannya, dapat dibagi menjadi dua: tertulis dan tidak tertulis, atau dokumen dan artifact (*artefact*) (Kuntowijoyo, 2013: 73). Yang dapat menunjang penelitian tentang sejarah pasar Tanah Abang sebagai pusat Grosir Terbesar di Indonesia . Sumber Primer yang didapatkan peneliti berupa wawancara dengan pihak pengelola pasar Tanah Abang, para Sejarawan yang mengampu sejarah Jakarta dan beberapa pedagang yang berjualan disekitar pasar Tanah Abang Sedangkan, sumber sekunder yang didapatkan peneliti untuk menunjang penelitian ini adalah buku, majalah, jurnal, skripsi dan thesis yang berkaitan dengan sejarah, sosial, ekonomi dan kebudayaan sekitar Pasar Tanah Abang .

2. Kritik Sumber

Kritik atau yang disebut verifikasi, itu ada dua macam: autentisitas, atau keaslian sumber dan kritik ekstern, dan kredibilitas, atau kebiasaan dipercayai atau kritik intern (Kuntowijoyo, 2013: 77). Dalam kritik sumber terbagi menjadi dua yaitu kritik intern (isi) dan kritik ekstern bukti fisik berupa buku, naskah, atau arsip-arsip lainnya yang dijadikan sumber dalam penelitian.

Dalam tahap ini peneliti melakukan kritik intern berupa analisis terhadap data yang sudah peneliti dapatkan dengan menilai keakuratan

sumber tentang Pasar Tanah Abang sebagai pusat grosir terbesar di Indonesia, dimana pasar grosir ini telah dikenal masyarakat luas baik didalam maupun di luar negeri sejak abad ke -19. Dalam kritik ekstern ini peneliti mendapatkan sumber sekunder yaitu buku terbitan P.D. Pasar jaya yang berjudul 250 tahun Pasar Tanah Abang, terbit pada tahun 1982 yaitu dari segi fisiknya literatur yang dipakai oleh peneliti sesuai dengan tahun penerbitnya, yaitu lembaran buku yang sudah berwarna kuning dan perekat yang mulai rapuh. Kemudian tahap intern, peneliti melakukan suatu penelitian terhadap hasil data yang telah diteliti.

3. Interpretasi

Interpretasi adalah menguraikan fakta-fakta sejarah dan kepentingan topik sejarah, serta menjelaskan masalah kekinian (Sulasman, 2014: 107). Setelah data yang sudah dicari kemudian dikumpulkan dan di kritik keabsahan sumber yang telah didapatkan, kemudian peneliti melakukan suatu interpretasi atau menafsirkan akan fakta dan hubungan satu fakta dengan fakta yang lainnya.

Apa yang setiap hari disajikan oleh surat kabar kepada kita bukanlah kejadian-kejadian melainkan pernyataan tentang kejadian atau fakta. Kejadian yang telah terjadisebagai sejarah dalam arti objektif tidak lagi mungkin diulang atau di alami kembali ; akan tetapi bekas-bekasnya sebagai memori dapat dituangkan dan diaktualisasikan. Bentuk pengungkapan kembali ialah pernyataan

(*statement*) tentang kejadian itu. Dengan demikian, jelaslah bahwa fakta sebenarnya telah merupakan proses mental (sejarawan) atau memorisasi. Oleh karena itu pada hakikatnya fakta juga bersifat subjektif, memuat unsur dari subjek (Kartodirdjo, 1992: 17)

Misalnya saja peneliti mendapatkan pernyataan bahwa Pasar Tanah Abang menjadi Pasar Grosir sudah sejak zaman Kolonial Belanda karena perkembangannya yang makin pesat menguntungkan pihak koloni. Lalu terdapat pernyataan hingga lebih dari 250 tahun lamanya Pasar Tanah Abang tetap menjadi Pasar Grosir bahkan menjadi Pusat Grosir terbesar di Indonesia yang namanya semakin dikenal masyarakat luar negeri terutama wilayah Asia berbondong-bondong berbelanja di Pasar Tanah Abang karena harganya akan sangat murah jika dibeli grosiran terutama untuk dijual kembali. Artinya dengan didirikannya Pasar Tanah Abang tersebut membawa pengaruh penting seperti aspek dibidang sosial, budaya dan perekonomian negara Indonesia lebih baik dan dikenal masyarakat luas bahwa Pasar Tanah Abang sebagai salah satu maskot perbelanjaan di Jakarta. sehingga penafsir pun sudah peneliti dapatkan dengan fakta yang lainnya menjadi satu kesatuan yang saling berkesinambungan.

4. Historiografi

Historiografi adalah proses penyusunan fakta sejarah dan berbagai sumber yang telah diseleksi dalam bentuk penulisan sejarah (Kuntowijoyo, 2013: 147). Dalam tahap ini, peneliti merangkai fakta

berikut maknanya secara kronologis dan sistematis, sehingga menghasilkan tulisan sejarah sebagai kisah. Dalam menganalisis Pasar Tanah Sebagai Pusat Grosir terbesar di Indonesia, peneliti berusaha menyajikan data penelitian yang sesuai dengan kebenaran, sesuai data yang telah di dapat tidak di lebih-lebihkan dan dikurangkan atau setidaknya mendekati dari kebenaran data.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- A, Abdurrachman. (1982). *Ensiklopedia Ekonomi, Keuangan dan Perdagangan*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Chaer, Abdul. (2017). *Tenabang Tempo Doeloe*. Depok: Masup Jakarta
- Dinas Museum dan Sejarah. (1993). *Kampung Tua di Jakarta*. Jakarta : Dinas Museum dan Sejarah
- Gondomono. (1996). *Membanting Tulang Menyembah Arwah: Kehidupan Perkotaan Masyarakat Cina*. Jakarta: Pustaka Firdaus.
- Gregory Mankiw, Nicholas. (2003). *Pengantar Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Heuken, Adolf. (2017). *Sejarah Jakarta dalam Lukisan dan Foto*. Jakarta: Cipta Loka Caraka
- Ishwara, Helen. (2001). *Ketoprak Betawi*. Jakarta: PT. Intisari Mediatama
- Kartodirdjo, Sartono. (1992). *Pendekatan Ilmu Sosial Dalam Metodologi Sejarah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kuntowijoyo. (2013) . *Pengantar Ilmu Sejarah*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Perusahaan Daerah Pasar Jaya. (1982). *Pasar Tanah Abang 250 tahun* . Jakarta: P.D. Pasar Jaya.
- _____ . (2001). *Glodok Dari Masa ke Masa*. Jakarta: P.D. Pasar Jaya.
- Rahman Hamid, Abdul. (2013). *Sejarah Maritim Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Ruchiat, Rachmat. (2011). *Asal Usul Nama Tempat di Jakarta*. Depok: Komunitas Bambu.
- Shahab, Alwi. (2004). *Betawi Queen Of The East*. Jakarta: Republika.

Sjamsuddin, Helliuss. (2016). *Metodologi Sejarah*. Yogyakarta: Penerbit Ombak

Sulasman. (2014). *Metodologi Penelitian Sejarah : Teori Metode, dan Contoh Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.

Susilastuti, Threes. (1988). *Batavia (Kisah Jakarta Tempo Doeloe)*. Jakarta: PT. Intisari Mediatama.

Theodorus Vermeulen, Johannes. (2010). *Tionghoa di Batavia dan Huru Hara 1740*. Depok: Komunitas Bambu.

Jurnal dan Artikel

Abdullah. (2012). Harmoni Sosial Interaksi sosial “Natural-Asimilatif” Antara Etnis Muslim Cina dan Melayu-Bangka. *Jurnal Thaqafiyat*, 13(2), 361-383.

Ahyuna. (2013). Pemanfaatan Internet Sebagai Media Promosi Pemasaran Produk Lokal Kalangan Usaha Kota Makassar. *Jurnal Komunikasi Kareba*, 2 (1), 30-40.

Aisyah. (2016) . Perdagang di Nusantara abad ke-16. Avatara. *e-Journal Pendidikan Sejarah*, 4 (3), 721-735.

Aminursita, Orsidia. (2018). Identifikasi Struktur Pasar Pada Industri Keramik Di Kota Malang . *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2 (3). 409-418.

Ariyanti, Nel. (2013). Analisis Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional Ditinjau dari Strategi dan Tata Letak (Lay Out) dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 13 (1), 18-29.

Isnaeni, Noor . Perkembangan Pendidikan Anak-anak Tionghoa Pada Abad 19-hingga akhir orde baru di Indonesia. *Ejournal.bsi.ac.id* di unduh pada tanggal 10-10 2019.

Puteri Phinten, Lusiana Chrisma. Pengaruh Eksistensi Pasar Tradisional Terhadap Perkembangan Wilayah Surakarta. Diunduh pada tanggal 24 november 2019. lib.geo.ugm.ac.id, 5 (3),1-9.

Masyhuri, Mahmudah. Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Sleko di Kota Madiun. *Jurnal Akutansi dan Pendidikan*, 6 (1), 59-72.

- Prasetyo, Yudi. (2014). Sejarah Komunitas Tionghoa Batavia 1900-1942. *Jurnal Genta*, 2(2), 1-15.
- Wahyuni, Sri. (2013). Teori Konsumsi dan Produksi Dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Jurnal Akuntabel*, 10 (1), 74-79.
- Sena, Wildan. Kehidupan Sosial-Budaya Masyarakat Tionghoa di Batavia 1900an-1930an. di unduh pada tanggal 19 September 2019, <https://jurnal.ugm.ac.id>.
- Sukei, Sugiyono. (2009). Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional(Studi kasus di kota balik papan). *DIE- Jurnal Ilmu ekonomi dan Manajemen*, 5 (4), 155-184.
- Suryadinata, Leo. Kebijakan Negara Indonesia Terhadap Etnik Tionghoa Dari Asimillasi Ke Multikulturalisme. di unduh pada tanggal 21 September. 2019, <https://journal.ui.ac.id>.
- Syahyunan. Efektivitas saluran distribusi dalam meningkatkan pencapaian target penjualan. *e-USU Repository* 2004 Universitas Sumatera Utara.
- Syamtasyiah Ahyat, Ita Pasar Tua di . 1998. Pasar Tua Di DKI Jakarta. Depok: Laporan penelitian Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Universitas Indonesia Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Budaya Lembaga Penelitian UI.
- Wibowo, Priyanto. Tionghoa dalam Keberagaman Indonesia : sebuah Prespektif Historis Tentang Posisi dan Identitas. Prosiding the 4th international conference on Indonesia Studies. <http://icssis.files.wordpress.com>, akses tanggal 20 september 2019
- Surat Kabar**
- Gusti. (1979) “108 Kios Hangus dan Rusak Umumnya Milik Pedagang Kecil, Dalam Kompas. 2 Januari 1979. Jakarta
- Sonora. (1978). *Kebakaran Di Pasar Tanah Abang*. Dalam Kompas. 31 Desember 1987. Jakarta.
- Tim Kompas. (2003). *1,3 Juta orang Kehilangan Pekerjaan*. Dalam Kompas. 22 Februari 2003. Jakarta.

Tugas Akhir, Skripsi, dan Tesis.

Prahono, Bonny. 2006. Tinjauan Pelaksanaan saluran distribusi pada PT Boggie Advindo Bandung. Bandung: *Tugas Akhir*. Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis dan Manajemen Bandung Universitas Widyatama Bandung.

Yunita. Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi migrasi internasional tenaga kerja Indonesia ke luar negeri tahun 2007. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi universitas Sebelas Maret Surakarta 2010.

Tubagus. Pengaruh Lokasi dan Kualitas Sekolah Terhadap Minat Masyarakat Memanfaatkan Sekolah Dasar Negeri Di Kecamatan Tanah Abang. *tesis*. <http://lib.ui.ac.id> di unduh pada tanggal 8-10-2019. Pukul 20:20 WIB.

Sumber situs Internet

www.historia.id. Pasang Surut Pasar Tanah Abang, diunduh pada tanggal 17 Juli 2019 pukul 22.35 WIB.

www.geocities.ws/konfrensinasionalsejarah.lamijo_psdr_lipi.pdf. Prostitusi di Jakarta dalam Tiga kekuasaan 1930-1959. Diunduh pada tanggal 17 Juli 2019 pukul 20.45 WIB.

www.Share.its.ac.id. Pasar Monopoli dan Persaingan. Diunduh Pada Tanggal 18 Juni 2019 pukul 09.30 WIB.