



ABSTRAK

Masyarakat kota cukup banyak melakukan aktivitas di ruang terbuka publik, seperti: jalan, taman, lapangan, parkir, dan lain-lain. Kebebasan akses pada ruang terbuka publik menyebabkan siapa saja bisa memanfaatkan ruang tersebut dengan berbagai aktivitas termasuk perdagangan sehingga terbentuk pasar informal. Fenomena perubahan fungsi ruang terbuka publik menjadi pasar sebagai tempat aktivitas ekonomi terjadi dalam rentang waktu yang lama sehingga akhirnya dapat diterima sebagai suatu bentuk yang “legal” dan permanen menjadi hal yang menarik untuk dikaji/teliti sehingga memunculkan pertanyaan, yaitu: bagaimana pasar informal dapat tumbuh pada ruang yang terbentuk tanpa perencanaan (*unorganized*) dan bertahan tanpa manajemen/organisasi (*self-organized*) yang baik pada ruang terbuka publik di Jakarta serta mengapa pasar informal dapat bertahan terhadap keterbatasan yang mereka miliki serta tekanan yang dihadapi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus majemuk. Atribut perilaku menjadi kajian untuk menemukan kebertahanan pedagang dalam membentuk ruang pasar informal di Jakarta. Pada analisis data yang dilakukan maka ditetapkan 3 kasus yang berbeda pada 3 tipe lokasi yang berbeda pula. Dari penelitian ini diketahui bahwa perubahan tata ruang kota turut memengaruhi pertumbuhan pasar informal terutama pada awal terbentuk Kota Jakarta. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa 2 (*dua*) dari 11 (*sebelas*) atribut tidak ditemukan, diantaranya: *privasi* dan *legibilitas*. Selain itu ada “atribut” baru yang ditemukan dalam penelitian ini yaitu *keahlian*.

Kata kunci: atribut perilaku, kebertahanan, pasar, ruang terbuka, studi kasus.



ABSTRACT

People in the city do a lot of activities in public open spaces, such as: roads, parks, fields, parking lots, and others. The freedom of access to public open spaces causes anyone to utilize the space with various activities including trading, resulting in the formation of informal markets. The phenomenon of changing the function of public open space into a market as a place of economic activity occurs over a long period of time so that it can finally be accepted as a "legal" and permanent form is an interesting thing to study/research so that it raises questions, namely: how informal markets can grow in spaces that are formed without planning (unorganized) and survive without good management/organization (self-organized) in public open spaces in Jakarta and why informal markets can survive the limitations they have and the pressures they face. This research uses a qualitative method with a multiple case study approach. Behavioral attributes were studied to find the resilience of traders in shaping informal market space in Jakarta. In the data analysis conducted, 3 different cases in 3 different types of locations were determined. From this research, it is known that urban spatial changes have influenced the growth of informal markets, especially in the early days of Jakarta. The results also showed that 2 (two) out of 11 (eleven) attributes were not found, including: privacy and legibility. In addition, there is a new "attribute" found in this study, namely expertise.

Keywords: behavioral attributes, survival, market, open space, case study.