



PERSPEKTIF JALAN MALIOBORO DI YOGYAKARTA PADA ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0

Oleh: Titien Saraswati¹

Abstract

Malioboro Street is a well-known tourist destination in Yogyakarta. This is the main shopping boulevard in town enriched with plentiful vendors on its sides. In order to provide visitors with a more vibrant experience and a comfortable shopping area, this venue has gone through continuous and long-lasting improvement. To further increase the number of visitors, Malioboro also went through a major makeover which was completed at the end of 2018. However, within the current Industrial Revolution 4.0 whose one prominent part (among others) is online shopping, the competitiveness of Malioboro as a shopping boulevard should be approached from a different perspective. Taking this condition as its context, this study seeks to explore how Malioboro is seen fit to respond to the Industrial Revolution 4.0 era. Data collection was done by conducting physical observations, interviews, and closed-ended online questionnaires. Data analysis was carried by concurrently examining all data collected through various means. The study result demonstrates that despite the rapid growth of online shopping, the image of Malioboro as a unique shopping lane will continue to thrive including in the minds of the millennial generation.

Keywords: Malioboro, sidewalk, street vendor, millennial, Industrial Revolution 4.0

Abstrak

Jalan Malioboro di kota Yogyakarta telah dikenal sebagai salah satu destinasi wisata bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Malioboro adalah *shopping street* utama di Yogyakarta, dengan ciri adanya PKL di kedua sisi trotoarnya. Malioboro telah selesai direnovasi pada akhir 2018, dengan tetap memberi ruang bagi PKL di kedua sisi trotoarnya. Meskipun selesai direnovasi, sampai sekarangpun masih dilakukan berbagai ide dan kreatifitas untuk membuat Malioboro semakin nyaman bagi wisatawan, dalam hal mengisi ruang-ruang Malioboro untuk berbagai *event*, baik yang terjadwal maupun dari kreatifitas pengunjung. Ini adalah kreatifitas jangka panjang, bahkan mungkin selamanya, agar wisatawan tetap tertarik dan senang mengunjungi Malioboro. Sudah banyak diketahui bahwa berbelanja sekarang, baik barang maupun kuliner, bisa dilakukan dengan memanfaatkan jasa pengantaran melalui jaringan internet yang marak saat Revolusi Industri 4.0 ini. Tujuan penulisan adalah untuk melihat lebih lanjut perspektif Malioboro pada era Revolusi Industri 4.0 ini. Metode mencari data dengan melakukan survei langsung di Malioboro, wawancara, dan memberikan kuesioner tertutup *online* pada masyarakat. Analisis dilakukan dengan menguji hasil wawancara dan kuesioner tertutup dengan situasi terkini di Malioboro. Kesimpulan yang didapat antara lain bahwa meskipun aktivitas perbelanjaan bisa dilakukan melalui internet, ternyata belanja dengan melihat langsung barang maupun kuliner di Malioboro tidak bisa ditinggalkan bahkan oleh generasi milenial.

Kata kunci: Malioboro, trotoar, PKL, milenial, Revolusi Industri 4.0

¹ Program Studi Magister Arsitektur, UKDW Yogyakarta
Email: titiens@staff.ukdw.ac.id

Pendahuluan

Jalan Malioboro (selanjutnya ditulis Malioboro) di Kota Yogyakarta sudah dikenal oleh banyak wisatawan domestik maupun mancanegara, sebagai *shopping street* utama di Kota Yogyakarta. Penataan dan revitalisasi Malioboro sudah selesai dikerjakan akhir tahun 2018, terutama di *sidewalk* atau *trottoir* atau trotoar di sisi timur dan barat Malioboro. Dengan tetap memberi ruang bagi pedagang kaki lima (PKL), trotoar itu ditempati oleh para PKL yang menjual barang-barang seperti batik dan pernak-pernik cinderamata khas Yogyakarta. Padahal fungsi trotoar atau *sidewalk* adalah untuk pejalan kaki (*pedestrian*) di manapun di dunia ini (Shirvani, 1985). Di situlah daya tarik Malioboro, semacam *bazaar* yang berada di trotoar. Wisatawan bisa membeli dan menawar barang-barang yang dijual di situ. Tawar-menawar barang ini juga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Selain itu, PKL juga merupakan hal yang bersifat informalitas, yang merupakan sub-ordinasi dari formalitas, sehingga sering dianggap sesuatu yang menjadi “lawan” dari formalitas. Dalam beberapa kasus, informalitas digiring dalam kerangka legal aspek dan dianggap sesuatu yang illegal, seperti PKL itu, menurut Damajani (2007). Namun ini tidak berlaku untuk PKL Malioboro.

Belum ada aktivitas negatif dari revitalisasi Malioboro sampai saat ini, seperti vandalisme pada ruang jalan Malioboro. Ruang jalan Malioboro jelas peruntukannya, dilalui banyak orang, adanya atraksi yang menarik di ruang jalan Malioboro, sehingga tidak memungkinkan bagi terjadinya vandalisme. Seperti tulisan Analisa (2018) tentang vandalisme yang terjadi setelah revitalisasi di Kota Lama Semarang. Vandalisme karena adanya ruang jalan yang tidak jelas, jarang dilewati orang, terkesan gelap, seram, akan cenderung memberikan peluang terjadinya aktivitas negatif, salah satunya adalah vandalisme.

Sudah umum pula bahwa berbelanja sekarang ini, baik barang maupun kuliner, bisa dilakukan melalui jasa pengantaran melalui jaringan internet yang marak saat ini, dalam nuansa Revolusi Industri 4.0. Tujuan penulisan ini ialah untuk lebih lanjut melihat perspektif Malioboro pada era Revolusi Industri 4.0. Metode mencari data dengan melakukan survei langsung di Malioboro, wawancara, dan memberikan kuesioner tertutup *online* pada masyarakat. Analisis dilakukan dengan menguji hasil wawancara dan kuesioner tertutup dengan situasi terkini di Malioboro.

Tinjauan Pustaka

Menurut Shirvani (1985), trotoar (*pedestrian ways*) adalah untuk pedestrian atau pejalan kaki. Dia mengatakan trotoar merupakan elemen esensial dalam perancangan perkotaan. Trotoar adalah fasilitas untuk kenyamanan maupun elemen pendukung untuk perdagangan (*retailing*) dan vitalitas ruang-ruang perkotaan. Namun di Malioboro, pendapat Shirvani (1985) tersebut tidak berlaku. Trotoar Malioboro justru ditempati oleh para pedagang kaki lima (PKL) dan direstui oleh Pemerintah Kota Yogyakarta.

Revolusi Industri dari tulisan Savitri (2019) ialah perubahan besar dan radikal terhadap cara manusia memproduksi barang. Setiap perubahan besar yang terjadi selalu diikuti oleh perubahan besar dalam bidang ekonomi, politik, bahkan juga militer dan budaya. Yang jelas, ada jutaan pekerjaan lama menghilang, dan pekerjaan baru muncul. Hilangnya atau berkurangnya sebuah pekerjaan akan otomatis mengubah banyak aspek dalam kehidupan

bermasyarakat. Sedangkan Revolusi Industri 4.0 saat ini, adanya sistem siber-fisik, *internet of things* (IoT), *big data*, *cloud computing*, *machine learning/artificial intelligence* (AI). Ini yang sedang terjadi saat ini (Savitri, 2019): (1) Semua komputer tersambung ke jaringan bersama, ukuran komputer semakin kecil atau yang kita kenal sebagai *smartphone*, IoT saat semua komputer di pabrik tersambung ke internet sehingga bila ada masalah di lini produksi bisa langsung diketahui saat itu juga, di manapun kita (pemilik pabrik) berada; (2) Terciptanya 1001 sensor baru dan 1001 cara untuk memanfaatkan informasi yang didapat dari sensor-sensor tersebut yang merekam apapun selama 24 jam. Karena begitu banyaknya ragam maupun jumlah data baru, hal ini sering disebut sebagai *big data*; (3) *Cloud computing*: perhitungan-perhitungan rumit butuh komputer besar dan canggih. Namun karena sudah terhubung dengan internet dan ada banyak data yang bisa dikirim melalui internet, semua perhitungan tersebut bisa dilakukan di tempat lain, bukannya di satu tempat/pabrik; (4) *Artificial intelligence* dan *machine learning*: mesin yang memiliki kemampuan untuk belajar, melakukan koreksi yang tepat untuk memperbaiki kesalahannya, ini masih terbatas untuk tugas-tugas tertentu.

Menurut Stephens-Davidowitz (2018), *big data* bisa dikatakan sebagai ini: di manapun yang terjadi orang tidak semata menekan atau memutar tombol, tapi meng-ketik-kan serangkaian karakter dengan triliunan variasi untuk mengungkapkan pikiran mereka dengan kecepatan yang tak terhingga. Lebih dari itu, mereka meninggalkan jejak-jejak digital dalam bentuk yang mudah dihimpun dan dianalisis.

Metode

Metode penelitian yang dipakai mendeskripsikan tentang lokasi penelitian dan waktu survei, cara mengoleksi data, dan cara menganalisis data. Semuanya dituliskan di bawah ini.

a. Lokasi dan Waktu

Malioboro berada di jantung Kota Yogyakarta, di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (D.I.Y.). Survei telah dilakukan dengan mengunjungi Malioboro selama 12 kali (mulai bulan September 2018 sampai Februari 2019, dua hari setiap bulan) pada pagi sampai siang hari sekitar jam 09:30 w.i.b. sampai jam 13:00 w.i.b., selain malam hari yang berlangsung beberapa kali saja. Waktu pada jam tersebut dipilih karena terdapat banyak pengunjung Malioboro untuk berbelanja dan makan siang atau makan malam. Begitu pula banyak PKL dan pemilik toko-toko di situ sedang aktif melakukan kegiatan komersial.

b. Mengoleksi Data

Data PKL maupun yang terkait dengan pertanyaan penelitian di Malioboro, dilakukan survei langsung di Malioboro termasuk wawancara dengan PKL, pemilik toko-toko, dan pengunjung Malioboro. Data lain didapat dengan mewawancarai orang-orang yang relevan, termasuk *Jogoboro*. *Jogoboro* ialah para petugas yang menjaga ketertiban Malioboro. *Jogo* dari bahasa Jawa, artinya jaga; sedangkan *boro* akronim dari Malioboro (Saraswati, 2016). Observasi dilakukan langsung pada situasi di Malioboro ketika para PKL berjualan di kedua sisi trotoar Malioboro, maupun saat tidak ada PKL sama sekali di Malioboro pada tiap hari Selasa *Wage*. Selain itu, jajak pendapat atau kuesioner tertutup *online* (*online closed-ended questionnaires*) juga dilakukan melalui media sosial *Facebook* tentang trotoar Malioboro

yang ditempati oleh para PKL. Jajak pendapat ini berlaku untuk *public*, sehingga pemakai *Facebook* yang bukan *friend* dari penulis pun bisa mengisi jajak pendapat ini. Ini terbukti dari hasil jajak pendapat yang telah direkam. Respondennya ialah mereka yang tinggal di Daerah Istimewa Yogyakarta, atau pernah tinggal di Yogyakarta, atau telah mengunjungi Yogyakarta. Mereka diminta untuk memilih salah satu dari jawaban yang sesuai dengan opini mereka, yaitu memilih: (a) Malioboro ada PKL yang tertata baik, atau (b) Malioboro tanpa PKL sama sekali.

c. Menganalisis Data

Data yang didapat kemudian dianalisis secara kualitatif, meliputi menganalisis PKL, menganalisis saat tidak ada PKL sama sekali pada hari Selasa *Wage*, dan menganalisis hasil kuesioner tertutup (*closed-ended questionnaires*) tentang Malioboro dengan atau tanpa PKL. Semua saling dihubungkan sehingga kesimpulannya dapat dituliskan.

Hasil Survei dan Diskusi

Di Malioboro sekarang ini, berbagai ide dan kreativitas untuk membuat Malioboro semakin menarik bagi wisatawan sedang dilakukan. Antara lain saat hari Minggu, yaitu Hari Bebas Kendaraan Bermotor atau *car-free-day*. Hari Bebas Kendaraan Bermotor itu dimulai pertama kali di Jakarta pada tahun 2001, kemudian diikuti oleh kota-kota besar di Jawa, salah satunya Yogyakarta (Saraswati, 2013). Aktivitas itu penting karena bisa memotong pemakaian energi dan mengurangi gas beracun dalam jumlah besar di kawasan itu. Sehingga udara di kawasan itu menjadi lebih bersih dan lebih sehat.

Salah satu aktivitas saat Hari Bebas Kendaraan Bermotor di Malioboro, telah dilakukan *flashmob* singkat tarian tradisional Jawa atau pertunjukan tradisional Jawa lainnya di jalur kendaraan Malioboro, baik pagi, siang, maupun malam hari. Hal ini sudah banyak diketahui orang, karena *viral* di media sosial, seperti *flashmob mataya wanara* (tarian para kapi atau laskar kera dari ceritera Ramayana) oleh Departemen Seni dan Budaya atau *Kawedanan Hageng Punakawan* (KHP) Kridhamardawa, Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat, pada bulan Juni 2019 yang lalu. *Flashmob* ini sekaligus mempromosikan adanya Gelar Budaya Jogja 2019 dalam pertunjukan wayang orang *Catur Sagatra*, yaitu 4 (*catur*) pertunjukan bersama dari 2 Kraton dan 2 Kadipaten yang dilaksanakan di Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat pada bulan Juli 2019 yang lalu. Ini adalah pertunjukan epos Ramayana yang dibagi rata dalam *Catur Sagatra*, yaitu wayang orang dari Pura Mangkunegaran, Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat (oleh KHP Kridhamardawa), Pura Pakualaman, Kraton Surakarta Hadiningrat. Selain itu, di trotoar Malioboro juga ada pertunjukan musik dari kreativitas dan spontanitas pengunjung. Pengunjung pun berjoged-ria meramaikan *event* itu.

Pada setiap hari Selasa *Wage*, tidak ada PKL yang berjualan di Malioboro selama 24 jam. Para PKL justru membersihkan Malioboro untuk kenyamanan mereka sendiri serta pengunjung. Hari Selasa *Wage* ditunjukkan pada Gambar 1, yaitu tanggal 01 Oktober 2019.



Gambar 1. Kalender Bulan Oktober 2019
Sumber: Dokumentasi Saraswati, 2019

Para PKL melakukan itu dengan sukarela, tidak digaji, dan mereka rela tidak mendapatkan penghasilan sehari penuh saat hari Selasa *Wage* itu. Itu hanya berlangsung 35 hari sekali. Jadi kalau hari Selasa *Wage* jatuh pada tanggal 27 Agustus 2019, maka hari Selasa *Wage* berikutnya jatuh pada tanggal 01 Oktober 2019 (seperti ditunjukkan Gambar 1 di atas), berikutnya pada tanggal 05 November 2019, dan seterusnya. Ini karena orang Jawa memberlakukan kalender Jawa atau sistem *Pancawara* (*Pahing, Pon, Wage, Kliwon, Legi*) ke kalender Gregorian (Minggu, Senin, Selasa, Rabu, Kamis, Jumat, Sabtu) yang berlaku universal. Kalender Gregorian bulan Oktober 2019 seperti Gambar 1 di atas, dengan dilengkapi sistem *Pancawara*.

Di bawah ini ditunjukkan foto-foto kegiatan masyarakat dalam mengisi ruang-ruang Malioboro untuk berbagai aktivitas dan kreativitas, baik merupakan *event-event* terjadwal maupun spontanitas pengunjung. Ada *Jathilan* (pertunjukan kuda lumping) bersama Polisi (Gambar 2), ada gamelan dengan para penabuhnya dan *pesinden* (yang menyanyikan *tembang* Jawa) pada Gambar 3.



Gambar 2. Pertunjukan *Jathilan* bareng Polisi
Sumber: Dokumentasi Saraswati, 2019



Gambar 3. Gamelan dengan *Pesinden*
Sumber: Dokumentasi Saraswati, 2019

Berikutnya gambar di bawah ini tentang keramaian dan kegiatan pada malam hari di Malioboro, baik terjadwal maupun spontanitas dan kreativitas pengunjung. Mereka spontan berjoged-ria diiringi musik dari bambu yang dimainkan oleh anak-anak muda generasi milenial (Gambar 4). Selain itu, di depan Pasar Beringharjo dipasang tenda-tenda untuk berjualan yang dilengkapi dengan lampu-lampu (Gambar 5). Sehingga Malioboro semakin *regeng* atau hidup.



Gambar 4. Saat Malam Hari, Berjoged-ria
Sumber: Dokumentasi Saraswati, 2019



Gambar 5. Malam di Depan Pasar Beringharjo
Sumber: Dokumentasi Saraswati, 2019

Di bawah ini ditunjukkan foto-foto Malioboro dengan PKL di trotoar sisi timur maupun barat. Sebagian sisi timur (Gambar 6) ialah para PKL yang menjual kuliner, sedangkan sisi barat para PKL yang menjual berbagai pernik-cinderamata khas Yogyakarta (Gambar 7), seperti kain batik, baju batik, berbagai tas, sepatu, sandal, dompet, penggantung kunci dan sebagainya yang di toko pasti harganya lebih mahal.



Gambar 6. Sisi timur Malioboro dengan PKL
Sumber: Dokumentasi Saraswati, 2019



Gambar 7. Sisi barat Malioboro dengan PKL
Sumber: Dokumentasi Saraswati, 2019

Khusus PKL kuliner, pengunjung bisa langsung menikmati kuliner yang dijual seperti mie bakso, mie ayam, es teler, ayam goreng, nasi goreng dan sebagainya baik siang maupun malam hari. Para PKL juga menyediakan kursi-kursi plastik untuk duduk menikmati kuliner, dapat juga duduk pada bangku-bangku yang telah disediakan Pemerintah Kota Yogyakarta di trotoar untuk duduk sambil menikmati kuliner. Membuat tampilan tenda PKL menjadi

lebih menarik bisa mengajak pengunjung Malioboro untuk mampir, seperti yang diteliti oleh Pribadi (2018) pada para PKL di kota kecil Muntilan, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah.

Berikutnya di bawah ini foto-foto Malioboro tanpa PKL di trotoar sisi timur (Gambar 8) maupun sisi barat (Gambar 9). Ini terjadi, seperti telah disebutkan di depan, pada saat hari Selasa *Wage*, tiap 35 hari sekali. Tidak ditemukan penjualan kuliner maupun cinderamata khas Yogyakarta pada hari itu, selama 24 jam. Trotoar sepi, lebih lega, lebih luas, namun tidak ada hiruk-pikuk transaksi komersial.



Gambar 8. Sisi timur Malioboro tanpa PKL
Sumber: Dokumentasi Saraswati, 2019



Gambar 9. Sisi barat Malioboro tanpa PKL
Sumber: Dokumentasi Saraswati, 2019

Tabel 1 di bawah ini hasil jajak pendapat atau kuesioner tertutup *online* (*online closed-ended questionnaires*) di *Facebook*.

Tabel 1. Hasil Jajak Pendapat tentang Malioboro dari 104 Responden

Aspek	Malioboro ada PKL tertata baik		Mal'boro tanpa PKL sama sekali	
	Jumlah orang	Persen	Jumlah orang	Persen
1. Responden	76	73,08%	28	26,92%
	Laki-laki: 35	L 46,05%	Laki-laki: 16	L 57,14%
	Perempuan: 41	P 53,95%	Perempuan: 12	P 43,86%
2. Arsitek/ mahasiswa arsitektur	52	68,42%	14	50%
	Laki-laki: 29	L 55,77%	Laki-laki: 11	L 78,57%
	Perempuan: 23	P 44,23%	Perempuan: 3	P 21,43%
3. Usia > 50 tahun	29	38,16%	16	57,14%
	Laki-laki: 13	L 44,83%	Laki-laki: 10	L 62,50%
	Perempuan: 16	P 55,17%	Perempuan: 6	P 37,59%
4. Usia < 50 tahun	47	61,84%	12	42,86%
	Laki-laki: 21	L 44,68%	Laki-laki: 6	L 50%
	Perempuan: 26	P 55,32%	Perempuan: 6	P 50%
5. Tinggal di Yogyakarta/ D.I.Y.	22	28,95%	14	50%
	Laki-laki: 10	L 45,45%	Laki-laki: 7	L 50%
	Perempuan: 12	P 54,55%	Perempuan: 7	P 50%
6. Tinggal di luar Yogyakarta/ D.I.Y.	54	71,05%	14	50%
	Laki-laki: 21	L 38,89%	Laki-laki: 5	L 35,71%
	Perempuan: 33	P 61,11%	Perempuan: 9	P 64,29%
7. Tinggal di luar negeri	5	6,58%	2	7,14%
	Laki-laki: 2	L 40%	Laki-laki: 0	L 0%
	Perempuan: 3	P 60%	Perempuan: 2	P 100%

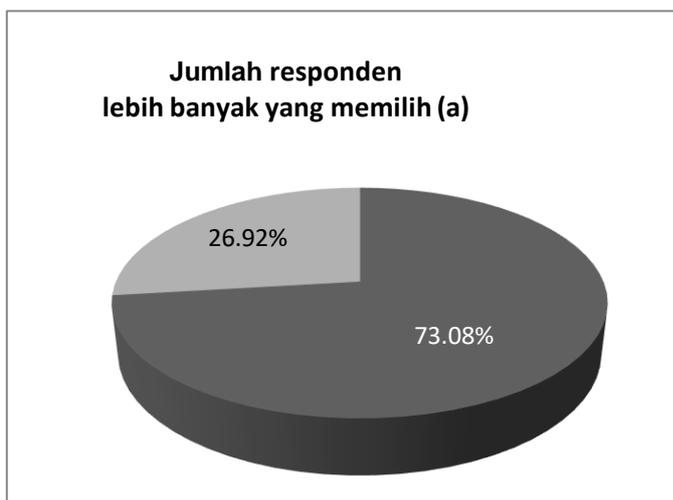
Sumber: Hasil Survei Saraswati, 2018

Jajak pendapat itu dilakukan mulai hari Minggu 18 Nopember 2018 sampai Sabtu 24 Nopember 2018 (7 hari, sesuai ketentuan *Facebook*), yang melibatkan 104 responden. Seperti telah dituliskan di depan, responden ialah mereka yang tinggal di Daerah Istimewa Yogyakarta, atau pernah tinggal di Yogyakarta, atau telah mengunjungi Yogyakarta. Mereka diminta untuk memilih salah satu dari jawaban yang sesuai dengan opini mereka, yaitu memilih: (a) Malioboro ada PKL yang tertata baik, atau (b) Malioboro tanpa PKL sama sekali. Dari 104 responden tersebut, yang setuju dengan pilihan (a) Malioboro ada PKL yang tertata baik sebanyak 76 orang (73,077%), sedangkan yang setuju dengan pilihan (b) Malioboro tanpa PKL sama sekali sebanyak 28 orang (26,923%). Terlihat bahwa masyarakat lebih setuju bila di Malioboro ada PKL, yang jumlahnya hampir 3 kali lipat dari pada yang tidak setuju. Itulah ciri khas Malioboro, bila trotoar tanpa PKL maka Malioboro akan sama saja dengan *shopping street* di manapun.

Dari Tabel 1 tersebut dapat didiskusikan sebagai berikut.

a. Jumlah responden (aspek nomor 1)

Dari 104 responden, yang setuju dengan pilihan (a) **Malioboro ada PKL yang tertata baik, sejumlah 76 orang atau 73,08% dari 104 responden.** Sedangkan yang setuju dengan pilihan (b) **Malioboro tanpa PKL sama sekali sebanyak 28 orang atau 26,923% dari 104 responden.** Hasil survei ditunjukkan pada diagram *pie-chart* atau Gambar 10 di bawah ini. Ini yang paling penting, karena, seperti telah dituliskan di depan, bila *shopping street* Malioboro tanpa PKL maka Malioboro akan sama dengan *shopping street* di manapun di dunia. Ini adalah karakter Malioboro. Pendapat Shirvani (1985) tidak berlaku di sini, seperti yang telah diteliti oleh Saraswati (2016).



Gambar 10. Jumlah Responden
Sumber: Hasil Survei Saraswati, 2018

Dari jumlah responden itu, maka yang akan dibahas ialah yang memilih (a) Malioboro ada PKL yang tertata baik. Karena adanya PKL ini karakter Malioboro. Sedangkan yang memilih (b) Malioboro tanpa PKL sama sekali, tidak akan dibahas di sini.

Kebanyakan yang memilih (a) Malioboro ada PKL yang tertata baik, **adalah perempuan 41 orang, atau 53,95% dari 76 orang.** Sedangkan **laki-laki hanya 35 orang (atau**

46,05%) dari 76 orang, ditunjukkan pada diagram *pie-chart* atau Gambar 11 di bawah ini. Ini merupakan indikasi bahwa perempuan tertarik dengan Malioboro yang dapat memuaskan selera belanja maupun kuliner yang dijual PKL. Juga ini merupakan tanda yang umum diketahui, bahwa perempuan lebih suka berbelanja dari pada laki-laki. Apalagi bila belanjanya disertai tawar-menawar, yang bisa dilakukan bila membeli barang pada PKL. Dari hasil wawancara, jaman milenial ini, meski ada *Go-food* dan *Gojek*, perempuan lebih suka berbelanja dengan melihat barangnya. Bila ada yang melakukan belanja *online* atau *online shopping*, kemungkinan lebih karena mencari kepraktisan dalam berbelanja. Sehingga *online shopping* ini dalam jaman Revolusi Industri 4.0 belum tentu bisa mengalahkan berbelanja dengan melihat langsung barang maupun kulinernya.



Gambar 11. Pemilih (a) Lebih Banyak Perempuan
Sumber: Hasil Survei Saraswati, 2018

b. Latar belakang pendidikan responden (aspek nomor 2)

Dari sejumlah yang memilih (a) Malioboro ada PKL yang tertata baik, terdapat **52 orang (atau 68,42% dari 76 orang) yang mempunyai latar belakang pendidikan arsitektur atau sedang kuliah arsitektur, baik S1, S2 maupun S3**. Ini ditunjukkan pada diagram *pie-chart* atau Gambar 12 di bawah ini.

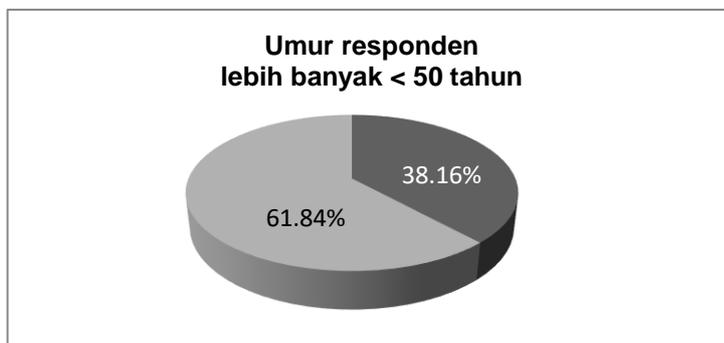


Gambar 12. Latar Belakang Pendidikan
Sumber: Hasil Survei Saraswati, 2018

Ini *surprised* bahwa yang memilih (a) kebanyakan berlatar belakang pendidikan arsitektur. Kemungkinan responden yang berlatar-belakang pendidikan arsitektur lebih memahami dinamika lingkungan perkotaan (*urban*) dari pada mereka yang tidak mempunyai latar belakang pendidikan arsitektur. Sehingga bisa dikatakan bahwa latar belakang pendidikan arsitektur berperan dalam penilaian terhadap adanya PKL di Malioboro. Juga mereka dapat membandingkan berbagai *shopping street* di dunia melalui komputer maupun *smartphone* mereka, memakai informasi yang didapat dari sensor-sensor yang merekam apapun selama 24 jam, atau disebut *big data*, seperti yang dikatakan Stephen-Davidowitz (2018) maupun Savitri (2019). Dan mereka memikirkannya sesuai dengan prinsip-prinsip dan pengetahuan arsitektur serta *urban design*-nya.

c. Umur responden (aspek nomor 3 dan 4)

Responden yang **berumur di atas 50 tahun** yang setuju dengan pilihan (a) Malioboro ada PKL yang tertata baik, **ada 29 orang (atau 38,16% dari 76 orang)**, sedangkan responden yang **berumur kurang dari 50 tahun yang setuju dengan pilihan (a) sebanyak 47 orang (atau 61,84% dari 76 orang)**, ditunjukkan pada diagram *pie-chart* atau Gambar 13 di bawah ini. Hal ini menunjukkan bahwa generasi yang lahir sekitar tahun 1970-an (saat survei ini mereka berumur 49 tahun dan di bawahnya) adalah generasi milenial. Generasi milenial ialah generasi yang lahir tahun 1980-an, 1990-an, atau awal 2000-an. Mereka sangat mengapresiasi dan merasa nyaman dengan adanya PKL di trotoar Malioboro. Generasi milenial tumbuh sebagai generasi yang akrab dengan internet dan tidak dapat membayangkan dunia tanpa internet. Namun mereka masih tertarik dengan *status quo* Malioboro sebagai *shopping street* dengan PKL-nya. Sehingga bisa dikatakan bahwa generasi milenial masih setuju dengan adanya PKL di Malioboro.

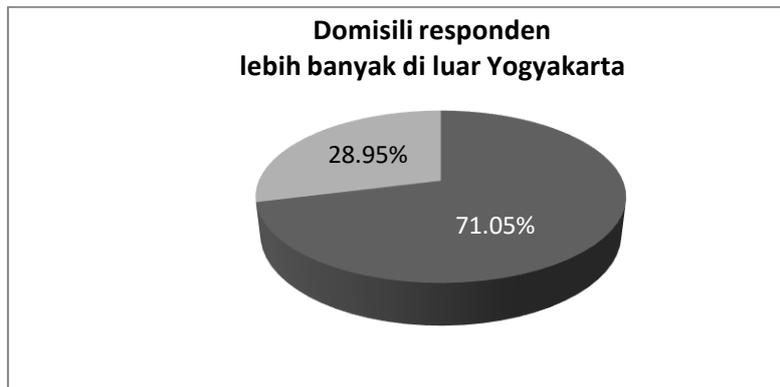


Gambar 13. Umur Responden
Sumber: Hasil Survei Saraswati, 2018

d. Domisili responden (aspek nomor 5 dan 6)

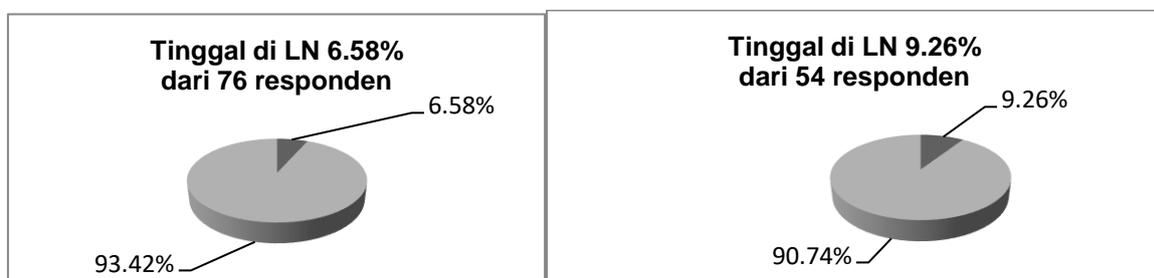
Responden yang memilih (a) Malioboro ada PKL yang tertata baik, kebanyakan **tinggal di luar Yogyakarta, sebanyak 54 orang (atau 71,05% dari 76 orang)**. Mereka berasal dari berbagai kota di Indonesia. Sedangkan responden yang memilih (a) dan **tinggal di Yogyakarta hanya 22 orang (atau 28,95% dari 76 orang)**. Hal ini ditunjukkan pada diagram *pie-chart* atau Gambar 14 di halaman berikutnya. Ini merupakan indikasi yang menarik. Mereka yang tinggal di luar Yogyakarta sudah tahu Malioboro dari kunjungan ke Malioboro, atau pernah tinggal di Yogyakarta, serta dari internet sebagai informasi *realtime* saat mereka sudah di luar Yogyakarta. Ini seperti yang dikatakan Savitri (2019) bahwa semua

komputer tersambung ke jaringan bersama, ukuran komputer semakin kecil atau yang kita kenal sebagai *smartphone*.



Gambar 14. Domisili Responden
Sumber: Hasil Survei Saraswati, 2018

Yang menarik pula, yang tinggal di luar Yogyakarta, lebih tepatnya **di luar negeri, ada 5 orang (atau 6,58% dari 76 orang** dari keseluruhan responden yang memilih (a), **atau 9,26% dari 54 orang** dari yang tinggal di luar Yogyakarta). Ini ditunjukkan pada diagram *pie-chart* atau Gambar 15 di bawah ini. Mereka bertempat tinggal di Amerika Serikat, Australia, dan Timor Leste. Mereka pernah tinggal di Yogyakarta atau mengunjungi Malioboro saat mereka berlibur ke Yogyakarta. Dari temuan ini dapat dikatakan bahwa PKL pada trotoar Malioboro telah diketahui banyak orang, bahkan sampai ke luar negeri. Ini juga didukung adanya internet sebagai informasi *realtime* yang dapat diakses dari *smartphone* mereka di negara masing-masing, karena seperti yang dikatakan Savitri (2019) bahwa semua komputer tersambung ke jaringan bersama.



Gambar 15. Responden yang Tinggal di LN
Sumber: Hasil Survei Saraswati, 2018.

e. Aspek keseluruhan

Yang menarik adalah dari aspek keseluruhan pada Tabel 1 di depan. Secara keseluruhan, **dari aspek nomor 1, 3, 4, 5, 6, 7 dari Tabel 1** di depan, yang memilih (a) Malioboro ada PKL yang tertata baik, jumlahnya **kebanyakan perempuan (memilih 131 kali)**. Sedangkan **aspek nomor 2 (berlatar-belakang pendidikan arsitektur)** yang memilih (a) Malioboro ada PKL yang tertata baik, jumlahnya **kebanyakan laki-laki (29)**. Kemungkinan disebabkan bila membicarakan Malioboro yang *notabene* area *shopping street* dan adanya PKL di trotoar, maka perempuan lebih tertarik hal itu dari pada laki-laki. Perempuan lebih suka berbelanja dari pada laki-laki, seperti pada bahasan aspek nomor 1 (Jumlah responden). Ini merupakan bukti dari pendapat Karen Pine seorang psikolog dari Universitas

Hertfordshire, Inggris, yang menemukan bahwa 79% perempuan mengatakan bahwa berbelanja dapat menghibur diri mereka, pada <https://www.kompasiana.com/desisachiko/552e4f866ea8343c438b4593/jangan-heran-kenapa-wanita-suka-belanja> (diakses pada 16 Agustus 2019). Lebih lanjut dikatakan bahwa perubahan *biochemical* dalam tubuh perempuan juga mempengaruhi keinginan berbelanja. Dorongan kuat untuk berbelanja kemungkinan adalah suatu usaha untuk melawan emosi negatif yang diciptakan oleh perubahan hormon atau dari keinginan bawah sadar untuk membuat diri mereka tampil lebih menarik. Belanja menciptakan relaksasi dalam otak perempuan. Ini berlaku universal tentang *biochemical* perempuan.

Selain itu, dari <http://www.votecamejo.com/pengetahuan/alasan-mengapa-wanita-suka-berbelanja> (diakses pada 16 Agustus 2019) mengatakan sebuah fakta psikologis yang menjelaskan bahwa perempuan yang suka berbelanja memiliki rasa percaya diri yang lebih dan *mood* yang bagus dibanding perempuan yang tidak suka berbelanja. Hal ini tercermin pula dari pendapat Shipman dan Kay (2010) yang mengatakan bahwa seberapa hebatpun pencapaian perempuan atau sebagai perempuan yang berhasil, perempuan cenderung tidak percaya pada dirinya sendiri, semua menderita gejala kurang percaya diri.

Mengapa tidak percaya diri meskipun sebagai perempuan yang berhasil? Menurut Dweck (2017) seorang psikolog dari Stanford University, mengatakan bahwa secara alami perempuan memang ingin tampil sempurna. Dalam penelitiannya terhadap 5.000 orang di Inggris, dikatakan bahwa 4 dari 10 perempuan selalu berdiet atau mengkhawatirkan berat badan. Ini artinya perempuan sangat mementingkan penampilan. Dan penampilan ini bisa dilakukan dengan berbelanja barang-barang yang memperkuat penampilan dirinya.

Hal itu juga bisa dilihat dari pendapat Brizendine (2006) seorang *neuropsychiatrist* bahwa perempuan mengucapkan 20.000 kata setiap harinya untuk berkomunikasi dibandingkan dengan laki-laki yang hanya mengucapkan 7.000 kata. Kemampuan berkomunikasi ini membuat perempuan sering berinteraksi dengan perempuan lain. Dalam proses interaksi inilah perempuan melihat apa yang dipakai perempuan lain. Ketika berada di komunitas yang anggotanya banyak memakai barang tertentu atau barang *branded*, maka perempuanpun terpengaruh untuk belanja barang yang sama. Apalagi barang *branded*, yang dianggap bisa mendukung citra perempuan di hadapan publik karena hanya sedikit orang yang mampu membelinya.

Kesimpulan

Dari pembahasan di atas, dapat disimpulkan saling keterkaitannya sebagai berikut. Dalam hal ketertarikan pada topik Malioboro dengan PKL atau tidak, kebanyakan yang setuju dengan PKL ada di Malioboro adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan memang tertarik untuk berbelanja. Sedangkan bila dikaitkan dengan perspektif Malioboro pada era Revolusi Industri 4.0, maka kemajuan teknologi itu belum tentu bisa membuat ketertarikan perempuan dan generasi milenial untuk melakukan belanja *online* atau *online shopping* pada barang maupun kuliner di Malioboro. Malioboro masih tetap menarik untuk didatangi dan dikunjungi saat makalah ini ditulis. Revolusi Industri 4.0 sedang berlangsung dan berjalan saat ini, masih belum selesai, dan masih ditunggu bagaimana dan sejauh apa

nanti dampaknya terhadap Malioboro ke depannya. Untuk itulah dibutuhkan penelitian lanjutan, bisa 1, atau 2, atau 3 tahun ke depan untuk melihat dampak Revolusi Industri 4.0 terhadap *shopping street* Malioboro. Berkaca dari cepatnya kemajuan teknologi, penulis melihat kemungkinan bahwa 1 atau 2 atau 3 tahun ke depan pasti hasilnya akan berbeda dari pada hasil penelitian saat makalah ini ditulis.

Daftar Pustaka

- Analisa, F. C. K. (2018). Dampak Revitalisasi terhadap Aktivitas Vandalisme di Kawasan Kota Lama Semarang. *KOMPOSISI: Jurnal Arsitektur*, 12(2), 97-103.
- Brizendine, L. (2006). *The Female Brain*. New York: Broadway Books.
- Damajani, R. R. D. (2007). Informalitas dalam Formalitas pada Ruang Terbuka Publik. Studi Kasus: Lapangan Gasibu, Bandung. *DIMENSI Jurnal Teknik Arsitektur*, 35(2), 164-171.
- Dweck, C. (2006). *Mindset: The New Psychology of Success*. London: Little, Brown Book Group.
- Pribadi, G.H. (2018). Potensi Wisata Kuliner di Kota Muntilan. Studi Kasus: Wisata Kuliner di Koridor Jalan Veteran. *KOMPOSISI: Jurnal Arsitektur*, 12(1), 15-26.
- Saraswati, T. (2013). Managing Green Architecture Through Life Style. *Journal of Architecture & Environment*, 12(2), 183-191.
- Saraswati, T. (2016). The Role of Community Participation in Supporting the Life of Malioboro Street in Yogyakarta, Indonesia. *Proceedings of Great Asian Streets Symposium 2016. Crossroad: Asian Streets in the Dynamic of of Change*, halaman 18-23. Singapore: National University of Singapore.
- Savitri, A. (2019). *Revolusi Industri. Mengubah Tantangan Menjadi Peluang di Era Disrupsi 4.0*. Yogyakarta: Penerbit Genesis.
- Shipman, C. & Kay, K. (2010). *Womemonic. Membuat Aturan Main Sukses Anda Sendiri*. Jakarta: Penerbit Tiga Kelana.
- Shirvani, H. (1985). *The Urban Design Process*. New York: Van Nostrand Reinhold Company.
- Stephens-Davidowitz, S. (2018). *Everybody Lies. Big Data dan Apa yang Diungkapkan Internet tentang Siapa Kita Sesungguhnya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih penulis ucapkan kepada Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Kristen Duta Wacana, Yogyakarta, yang telah memberikan persetujuan dan biaya untuk melakukan penelitian di Jalan Malioboro. Terima kasih juga penulis ucapkan kepada asisten penulis David T. Tabelak, S.T. yang membantu penulis melakukan survei di Jalan Malioboro. Juga kepada teman-teman *virtual* yang ikut berpartisipasi pada jajak pendapat *online* di *Facebook*, terima kasih telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi *closed-ended questionnaires*. Tak lupa terima kasih sebesar-besarnya kepada para relawan saat penulis melakukan survei di Jalan Malioboro, baik itu pengunjung Malioboro maupun para *Jogoboro* dan para PKL yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Tanpa mereka, penelitian ini tidak akan bisa dituliskan hasilnya.

