

REVITALISASI PASAR TRADISIONAL PUCANG SAWIT SEBAGAI CANGWIT CREATIVE SPACE

Indarto

Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta

Alexander Nawangseto Mahendrapati

Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta

ABSTRAK

Tujuan Penelitian Dosen Pemula ini yaitu: Mengidentifikasi dan memetakan dampak kebijakan DPP Pemkot Surakarta pada revitalisasi Pasar Pucang Sawit menjadi *Cangwit Creative Space* terhadap pola zonasi ruang dan tata display produk serta pengelolaannya terhadap aktivitas komunitas kreatif serta membuat alternatif desain pola zonasi *Cangwit Creative Space* dengan aktivitas pasar di lantai satu sebagai satu kesatuan ruang publik kota yang berkonsep pasar kreatif. Metode penelitian yaitu analitik deskriptif, dengan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak kebijakan dari regulasi DPP Pemkot Surakarta belum bisa sepenuhnya menghidupkan kondisi pasar Pucang Sawit. Munculnya *Cangwit Creative Space* yang diresmikan tanggal 21 Nopember 2015 sesaat mampu menghidupkan kondisi Pasar Pucang Sawit dan hingga tahun 2017 benar-benar vakum tanpa kegiatan apapun. Keberlanjutan *Cangwit Creative Space* akan dihidupkan dengan salah satu alternatif bentuk zonasi ruang yang baru yaitu dengan pembenahan dan penambahan: Zona Pengelola, Zona *Co-Working Space*, Zona Penjualan dan Display, Zona Pembinaan bagi para pedagang, dan Zona Khusus untuk kepentingan negosiasi bisnis.

Kata Kunci: revitalisasi, pasar tradisional, Cangwit creative space, kebijakan, zonasi

PENDAHULUAN

Kota Solo di era kepemimpinan Joko Widodo sebagai walikota memposisikan pasar tradisional sebagai kekuatan ekonomi kerakyatan untuk membangun kota. Pada periode kepemimpinannya RPJMD 2010-2015 pembangunan kota bervisi *Solo Eco Cultural City*, yang menjawab persoalan terkait lingkungan budaya, ekonomi lokal, dan mata pencaharian warga. Melalui pelaksanaan visi *Solo Eco Cultural City*, Solo sedang tumbuh menjadi daerah yang memiliki masyarakat yang sehat, memiliki akar budaya lokal yang kuat, aktivitas pasar yang sibuk, ruang terbuka yang nyaman dan indah, serta dukungan infrastruktur yang memadai¹. Unsur lokalitas budaya dan aktivitas pasar yang sibuk tersebut salah satunya diwujudkan dengan merevitalisasi pasar-pasar tradisional di Solo.

Program revitalisasi pasar tradisional tersebut, di antaranya Pasar Pucang Sawit, yang terletak di jalan Ir. H. Juanda. Pada era tahun 1990an area tersebut sebagai eks sub terminal. Penjelasan tentang anggaran revitalisasi Pasar Pucang Sawit oleh Kepala Dinas Pengelola Pasar, Subagiyo dapat kita baca hasil reportase dari surat kabar Suara Merdeka 27 Agustus 2009 sebagai berikut.

Sedikitnya dana sebesar Rp 6 miliar dialokasikan APBD Surakarta untuk

membangun Pasar Pucang Sawit. Kepala Dinas Pengelolaan Pasar (DPP) Surakarta, Subagiyo mengungkapkan bahwa pembangunan pasar dua lantai akan dilakukan dalam dua tahap. Termin pertama, proyek pembangunan pasar seluas 0,5 hektare yang berlokasi di eks sub-terminal itu akan difokuskan dalam upaya membangun lantai dasar. Dengan alokasi anggaran sebesar Rp 3,8 miliar.⁴ Sementara pada termin kedua, akan dikhususkan pada pembangunan lantai II, yang diperkirakan akan menelan dana sekitar Rp 2 miliar lebih. Pembangunan pasar Pucang Sawit, lanjut Subagiyo, telah melalui tahap kajian dan berdasarkan permintaan masyarakat sekitar. Menurut Subagiyo, kebutuhan akan pasar di daerah itu sudah mendesak, indikatornya adalah banyaknya pedagang kali lima (PKL) yang bertebaran di sekitar pasar. Pertimbangan lain, didasarkan pada tren perkembangan ke depan yakni sisi penyediaan lapangan kerja, perkembangan kota, dan pertumbuhan ekonomi Solo.

Hasil dari kebijakan tersebut, maka pasar tersebut menampung beberapa pedagang untuk menempati kios-kios yang sudah disediakan. Namun

kenyatannya para pedagang mengeluh tidak ada pembeli dan pasar sepi. Berbagai upaya dilakukan Dinas Pengelola Pasar Pemerintah Kota Surakarta agar pasar tersebut memiliki aktivitas yang sibuk dan berdampak kepada ekonomi pedagang dan masyarakat sekitarnya.

Program penelitian ini merupakan bentuk upaya identifikasi dampak pola revitalisasi dengan konsep pengembangan ekonomi kreatif pada ruang publik pasar tradisional sebagai bagian dari sentra kreatif di zona Solo bagian timur. Pengembangan ekonomi kreatif dengan berbasis komunitas pada ruang publik diharapkan berdampak bagi konsep pariwisata kreatif bagi kota Solo sebagai destinasi wisata. Penelitian ini juga akan memetakan aktivitas kreatif apa yang banyak ditekuni oleh komunitas-komunitas di Solo dan dengan target luaran *draft* penataan zonasi ruang dan pengelolaan aktivitas komunitas kreatif di pasar Pucang Sawit, sehingga dapat memberikan alternatif untuk perbaikan kebijakan institusi pemerintah terkait.

MATERI DAN METODE

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Pasar Pucang Sawit atau *Cangwit Creative Space*, jalan Ir. Juanda Pucang Sawit, Jebres, dan di kompleks perkantoran Balai Kota Surakarta atau Solo, Provinsi Jawa Tengah. Jangka waktu penelitian selama enam bulan, dalam tiga tahap, masing-masing tahap terdiri dari dua bulan. Tahap pertama pada bulan pertama sampai kedua adalah tahap observasi awal, dengan mempersiapkan perijinan, pengumpulan data tentang latar belakang kebijakan dan sejarah *Cangwit Creative Space*. Tahap kedua, bulan ketiga sampai keempat, peneliti melakukan pengumpulan data tentang identifikasi ruang dan aktivitas dari komunitas kreatif di *Cangwit Creative Space* dan kantor para regulator, berikut produk dan sistem rantai nilai dari aktivitas hingga menghasilkan suatu produk sebagai dampak dari kebijakan dan wawancara dari para regulator yaitu dengan Bappeda Bidang Ekonomi, Dinas Tata Ruang Kota, dan Dinas Pengelola Pasar Pemerintah Kota Surakarta. Bulan keempat melakukan analisis berikut menyusun formula sebagai solusi dari rumusan permasalahan. Tahap ketiga, bulan kelima dan keenam menyusun laporan penelitian.

B. Metode dan Pendekatan Penelitian

Fokus dari kegiatan ini adalah penelitian di pasar tradisional dengan konsep pasar kreatif, sebagai

ruang interaksi komunitas kreatif. Berdasarkan hal tersebut maka kondisi dan kebutuhan lapangan berperan penting dalam penelitian ini, maka penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitik dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Alasan pemilihan pendekatan ini karena kondisi komunitas kreatif yang sebagai *tenant* di *Cangwit Creative Space* di Solo terhadap kebijakan tersebut terus berkembang. Melalui pendekatan fenomenologi, diharapkan deskripsi atas fenomena yang tampak di lapangan dapat diinterpretasi makna dan isinya lebih mendalam. Berbagai fenomena di lapangan baik dari narasumber para regulator dan pelaku komunitas kreatif tersebut menjadi bekal penting sebagai analisis dalam tiga tahapan, yaitu observasi, eksplorasi dan *member check*.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Kegiatan penelitian dilakukan di Pasar Pucang Sawit atau *Cangwit Creative Space* dengan sasaran para komunitas kreatif yang memanfaatkan area tersebut sebagai sarana untuk memajang produk, beraktivitas kreatif, dan lain-lain berdasarkan konsep pengembangan ekonomi kreatif. *Sample* terpilih berdasarkan *purposive sampling* aktivitas ekonomi kreatif guna mendapatkan data, dokumen, dan informan yang sesuai dengan kriteria, sehingga berhubungan erat dengan rumusan masalah penelitian.

D. Sumber Data dan Teknik Pengambilan Data

Sumber data dalam penelitian kebijakan revitalisasi Pasar Pucang Sawit menjadi *Cangwit Creative Space* adalah tertulis, lisan, peristiwa, dan benda dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data tertulis didapat dari program kota untuk penataan kawasan, peraturan daerah, RPJMD Kota Surakarta terkait dengan tata kota, revitalisasi dan rehabilitasi pasar tradisional baik di Bappeda, Dinas Tata Ruang Kota, Dinas Pengelola Pasar, Dinas Pariwisata dan Budaya. Data tertulis implementasi dari teknik pengambilan data dengan teknik dokumentasi. Data lisan juga sekaligus sebagai data primer didapat dengan melakukan wawancara dengan para komunitas kreatif di *Cangwit* dan pengelolanya, para kepala dinas, kepala Bappeda, Kepala Bidang Ekonomi, Kepala Bidang Fisik dan Prasarana, Bidang Sosial dan Budaya, serta para Kepala Dinas dan Kepala Bidanganya. Khusus para komunitas kreatif baik yang *tenant* *Cangwit Creative Space* maupun bukan dan pengunjung wawancara terkait dengan pengalaman spatial (ruang) ketika

mereka berkunjung ke lokasi. Sumber data peristiwa didapat dari peristiwa kunjungan tersebut dari siapapun. Data sekunder didapatkan dari pustaka dan referensi yang menjelaskan tentang prinsip implementasi ekonomi kreatif untuk kota.

E. Validitas Data

Dalam penelitian ini, validitas data disederhanakan dengan tahapan-tahapan sebagai berikut. Tahapan *pertama* mengidentifikasi data yang diperoleh dari lapangan, baik dengan cara wawancara, interview, observasi, maupun dokumentasi, yang bersumber dari buku, literatur, dan foto. Tahapan *kedua*, yakni mengklasifikasikan data yang masuk, kemudian disesuaikan dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Tahapan *ketiga*, yakni melakukan interpretatif terhadap faktor yang mempengaruhi. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologis, sehingga diupayakan pula terjadi proses reduksi, intepretasi, dan analisis data mengikuti alur pendekatan tersebut.

F. Teknik Analisis

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dan interpretatif. Analisis data dilakukan dengan cara mengatur secara sistematis pedoman wawancara, data kepustakaan, kemudian memformulasikan secara deskriptif, selanjutnya memproses data dengan tahapan reduksi data, menyajikan data, dan menyimpulkan. Teknik analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik induktif. Moleong menjelaskan, bahwa proses koding induktif meliputi,

- a. Pembacaan teliti tentang teks dan pertimbangan makna jamak yang terdapat dalam teks.
- b. Peneliti kemudian mengidentifikasi segmen-segmen teks yang berisi satuan-satuan makna, dan menciptakan label untuk kategori baru ke dalam segmen teks yang diberikan.
- c. Tambahan segmen teks ditambahkan pada karegori yang relevan. Pada tahap ini peneliti dapat mengembangkan deskripsi, makna awal dari kategori dan dengan menuliskan catatan tentang kategori².

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Dampak Kebijakan Pemerintah

Komunitas menjadi aktor penting dalam pembentukan Kota Kreatif. Kedudukan komunitas sejajar dengan aktor-aktor yang lain, yaitu akademisi,

pemerintah, pengusaha, dan media. Komunitas menjadi titik temu bagi orang-orang yang memiliki minat yang sama terhadap sesuatu. Di antara mereka terjadi interaksi yang didasari dengan batasan minat yang sama tersebut dengan membentuk jaringan. Menurut Charles Landry jaringan dan kreativitas pada hakikatnya saling menguntungkan, karena semakin besar jumlah simpul dalam sebuah sistem semakin besar kapasitas untuk berinovasi. Pada akhirnya komunitas mempunyai peran untuk membangun kesadaran akan kebutuhan untuk berkolaborasi

Dalam upaya membentuk Kota Kreatif dibutuhkan tiga hal yang dapat memformulasikannya, yaitu 1) pemeliharaan dan pengembangan potensi Ekonomi Kreatif, 2) pemeliharaan *creative class* (golongan atau individu) 3) perencanaan dan pengembangan lingkungan kreatif. Berdasarkan hal tersebut maka, upaya Pemerintah Kota Surakarta untuk merevitalisasi Pasar Pucang Sawit adalah implementasi dari formula ketiga hal tersebut. Hasil dari FGD penyusunan Rencana Aksi Daerah (RAD) Pengembangan Ekonomi Kreatif dari Bappeda Kota Surakarta pada tahun 2015, *Cangwit Creative Space* masuk dalam tabel pengembangan ekonomi kreatif untuk program *Creative Market Place* di tahun 2016 ini. Program *Creative Market Place* dengan indeks kinerja utama meningkatnya jumlah UMKM Kreatif. Artinya, *Cangwit Creative Space* punya peran dalam peningkatan jumlah UMKM Kreatif, dengan kegiatan mengembangkan “pasar” untuk edukasi produk-produk kreatif.

Menurut Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 1 Tahun 2010, tentang Pengelolaan Dan Perlindungan Pasar Tradisional, penertian daripada pasar tradisional daerah yang selanjutnya disebut pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah Daerah dengan tempat usaha berupa kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar. Kedudukan pasar sebagai bentuk fasilitas umum yang dikuasai oleh Pemerintah Daerah dipergunakan untuk meningkatkan perekonomian dan perdagangan di daerah. Dari pengertian tersebut, dapat dijelaskan bahwa dengan keadaan Pasar Pucang Sawit yang masih relatif sepi pengunjung, maka dapat dikatakan bahwa Pasar Pucang Sawit belum cukup memadai dalam segi efisien materi. Dimana keadaan pedagang maupun pembeli yang masih jarang di pasar tersebut, sehingga perekonomian masyarakat yang

diharapkan belum terpenuhi.

Pucang Sawit sebagai bentuk pemusatan Pedagang Kaki Lima di wilayah Kecamatan Jebres dan sekitarnya. Namun dari program-program relokasi ataupun pendirian pasar-pasar di kota Surakarta tersebut kurang mendapat respon dari berbagai kalangan, mulai dari para pedagangnya sendiri maupun para konsumennya. Para pedagang beralasan bahwa relokasi tersebut akan mengurangi pendapatan mereka, dimana tempat relokasinya kurang strategis.

Pembukaan *Cangwit Creative Space* oleh Dinas Pengelolaan Pasar (DPP) Surakarta, merupakan terjemahan dari program Solo sebagai Kota Kreatif. Ruang kreaitif tersebut menjadi nuansa baru bagi masyarakat Kota Bengawan. Kegiatan kreatif ini untuk memanfaatkan pasar yang selama ini belum berjalan secara optimal. Setelah kegiatan perekonomian di lantai II Pasar Pucangsawit berjalan, DPP akan kembali membangkitkan perdagangan di lantai dasar pasar.

Dari pelaksanaan program pembangunan pasar Pucang Sawit dan *Cangwit Creative Space* terdapat beberapa dampak, baik negatif maupun positif yang bersumber dari berbagai pihak antara lain pihak pasar Pucang Sawit sendiri, pedagang dan masyarakat. Dampak positif yaitu: pasar sebagai lapangan pekerjaan bagi masyarakat umum, menunjang perekonomian masyarakat. Dampak negatif yaitu: kondisi relatif sepi, mengakibatkan masyarakat enggan untuk berbelanja, kurangnya pendapatan pasar.

B. Alternatif Pola Zonasi Ruang

Zonasi *Cangwit Creative Space* terdapat beberapa ruang yang berfungsi untuk menampung kegiatan dapat dikelompokkan berdasarkan fungsi maupun sifat kegiatan, dapat dikelompokkan dalam 4 (empat) zoning, yaitu zona privat, zona semi publik, zona publik dan zona service.

1. Zona privat

Zona privat merupakan ruang yang memuat privasi pengguna. Zona ini merupakan ruang tempat pengguna mengekspresikan dirinya secara leluasa tanpa terganggu pengguna lain. Zona ini mencakup: area *co-working space* dan kamar mandi.

2. Zona semi publik

Ruang yang termasuk dalam zona semi publik atau semi privat merupakan ruang interaksi sesama

pengguna atau dengan orang lain yang dekat dengan pengguna. Zona ini mencakup: area pengelola dan area pembinaan *start up* dan negosiasi.

3. Zona publik

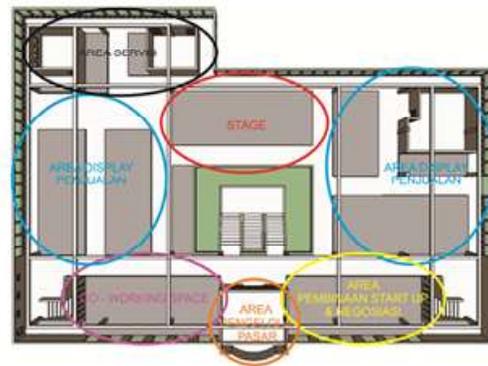
Zona ini merupakan tempat interaksi antara pengguna dengan orang lain tanpa mengganggu aktifitas personal yang dilakukan pengguna lain di ruang-ruang lainnya. Selain berupa ruang, zona ini bisa berupa ruang yang langsung berinteraksi dengan lingkungan sekitar. Zona ini mencakup: area penjualan dan display barang kreatif, area kuliner, stage, dan area jalur sirkulasi.

4. Zona servis

Zona servis merupakan ruang yang dibuat untuk kegiatan yang melayani ruang lainnya. Zona ini mencakup dapur ataupun pantry, kamar mandi, dan lainnya. Sebagai ruang penunjang yang melayani ruang lain, akses terhadap ruang servis hendaknya langsung atau 'dekat' dengan ruang yang dilayaninya.

C. Visualisasi Desain

1.



2. Lay Out Furniture



3. Lay Out Furniture



7. Stage Area



4. Co-Working Space



8. Area Kuliner



5. Discussion Room



9. Area Penjualan Kerajinan



6. Ruang Pembinaan Star Up



SIMPULAN

Pasar sebagai tempat jual beli, atau dengan kata lain pasar menjadi suatu wadah atau sarana bagi penjual dan pembeli melakukan transaksi ekonomi, atau kegiatan jual beli. Syarat terjadinya transaksi adalah ada barang yang diperjual belikan, ada pedagang, ada pembeli, ada kesepakatan harga barang. Dilihat dari definisi tersebut, pelaksanaan program pemerintah dalam pembangunan pasar Pucang Sawit ini belum terlaksana secara maksimal. Dimana

keadaan pasar tersebut masih relatif sepi, sehingga dari segi efektif dan efisien dalam pemakaian sumberdaya maupun materi belum terlaksana secara sepenuhnya. Pasar Pucang Sawit dalam proses publikasi oleh pemerintah tentang pasar tradisional masih kurang, sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang keberadaan pasar tersebut. Sehingga dengan hasil-hasil penelitian yang didapat, dari definisi tentang tujuan dibangunnya pasar tradisional tersebut, yang mana tujuan-tujuan tersebut belum terlaksana sepenuhnya. Maka dapat dinilai bahwa penerapan sumberdaya dan materi dalam pelaksanaan program tersebut kurang efektif dan efisien.

Salah satu upaya untuk mengembalikan tujuan utama dibangunnya pasar Pucang Sawit adalah dengan menghidupkan kembali kondisi pasar yang ramai dengan menghadirkan penjual dan pembeli. Upaya tersebut adalah dengan menawarkan konsep baru penataan fungsi area dengan pola zonasi ruang yang lebih efektif. Hadirnya fasilitas baru berupa *Co-Working Space* diharapkan mampu menyuburkan tumbuhnya banyak *Start Up* yang lebih bervariasi.

Endnotes

¹ City Vision Profile, Solo Jawa Tengah, www.solokotakita.org, 20 Maret 2016, pukul 22.38 WIB.

² Moleong, Lexy, J. Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007).

DAFTAR PUSTAKA

- Bappeda Kota Surakarta, Rencana Aksi Daerah Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Surakarta, (Surakarta: 2015)
- Charles Landry, *Creative City: Toolkit for Urban Innovation*, (London: Earthscan, 2008).
- Moleong, Lexy, J. Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007).

- Rob Krier, *Urban Spaces*, (New York: 1979).
- Rustam Hakim, Hardi Utomo, *Komponen Perancangan Arsitektur Lansekap*, Jakarta: 2003
- Urban Land Institute, *Mixed-use Development Handbook*, Washington DC: 1987

Website

- City Vision Profile, Solo Jawa Tengah, Cangwit Creative Space. solokotakita.org,
- Cangwit Creative Space. solopos.com, Solo Kota Kreatif Dikembangkan dengan Membuka Cangwit Creative Space, diakses pada 20 Maret 2016 pukul 23.52 WIB
- Cangwit Creative Space. bappeda.surakarta.go.id, diakses pada tanggal 20 Maret 2016 pukul 04.27 WIB.
- <http://CangwitCreativeSpace.ar.itb.ac.id/pa/wp-content/uploads/2007/11/201212geniuslocipasar.pdf>, diakses tanggal 20 Pebruari 2016, pukul 06.20 WIB.
- <http://lib.ui.ac.id/file?file=pdf/abstrak-82084.pdf>
- http://repository.petra.ac.id/155171/Posisi_Ruang_Publik_dalam_Transformasi_Konsepsi_Urbanitas_Kota_Indonesia.pdf
- Cangwit Creative Space. pemudatataruang.org, Kota Kreatif (Creative City) dan Pengaruh Komunitas Bagi Kota yang Kreatif, diakses tgl 25 Maret 2016, pukul 20.22 WIB
- www.jdih.setjen.kemendagri.go.id/files/KOTA_SURAKARTA_1_2010, Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 1 Tahun 2010 Tentang Pengelolaan Dan Perlindungan Pasar Tradisionaldiakses tgl 25 Agustus 2017, pukul 20.22 WIB.

Surat Kabar

- Suara Merdeka, edisi 27 Agustus 2009
- Harian SOLOPOS edisi 20 Mei 2011