

Pengaruh gerakan kreatif terhadap transformasi Kawasan Pasar Cihapit

Syahfira Dwindaa^{1*}, Audiza Nadella^{a, 2}, Nurul Rizki Ananda^{a, 3}, Wiwik D. Pratiwi^{b, 4}

a Program Studi Magister Arsitektur, Sekolah Arsitektur Perencanaan Pengembangan Kebijakan, Institut Teknologi Bandung, Jalan Ganesa No. 10, Kota Bandung, Jawa Barat, 40132

b Kelompok Keahlian Perumahan Pemukiman, Sekolah Arsitektur Perencanaan Pengembangan Kebijakan, Institut Teknologi Bandung, Jalan Ganesa No. 10, Kota Bandung, Jawa Barat, 40132

1 syahfiradwinda@gmail.com *; audizanadella@gmail.com; NurulAnanda2708@gmail.com

*korespondensi penulis

Informasi artikel	ABSTRAK
Sejarah artikel: Diterima 2024 Revisi 2024 Dipublikasikan	Pasar tradisional merupakan ruang sosial urban yang dapat mewakili karakter budaya Nusantara. Pasar Cihapit memiliki karakter unik tersendiri dari pasar lainnya, melalui fenomena-fenomena ruang yang telah lama terbentuk dari pencampuran berbagai etnis, budaya dan sejarah didalamnya menciptakan keunikan tersendiri pada kawasan tersebut. Sejak tahun 1940-an, pedagang di Pasar Cihapit merupakan pedagang tradisional dengan sistem turun temurun dari generasi ke generasi dan melayani konsumen menengah ke atas yang berdomisili di Kawasan Sentra Bandung. Pada penghujung tahun 2014, muncul gerakan kreatif Pasar Cihapit sebagai identitas urban di Bandung. Gerakan kreatif ini dianggap dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi yang mendukung inovasi, keragaman, dan toleransi. Masuknya komunitas kreatif ini mengakibatkan munculnya perubahan pada Pasar Cihapit, dimana pasar bukan hanya sebagai tempat jual-beli semata melainkan juga sebagai ruang interaksi sosial dan sarana rekreatif pada kawasan urban. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi transformasi fisik dan aktor yang mengakibatkan terjadinya perubahan pada kawasan Pasar Cihapit. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif. Pengambilan data dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara dengan didukung dengan data sekunder melalui <i>Google Maps 'Street View'</i> . Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh gerakan kreatif yang dibawa oleh dua kelompok kreatif yang mengakibatkan perubahan elemen fisik, spasial dan kultural dari kawasan Pasar Cihapit.
Kata kunci: Pasar Cihapit Gerakan Kreatif Transformasi Fisik Aktor	ABSTRACT Traditional markets are urban social spaces that can represent the cultural character of the archipelago. Pasar Cihapit is a traditional market that stands out from other markets, due to its unique spatial phenomena. This uniqueness is the result of the blending of various ethnicities, cultures, and histories that have been present in the market for a long time. The market's spatial phenomena have created a unique character that is specific to the area. Traders at Pasar Cihapit have been following a traditional trading system that has been passed down from generation to generation since the 1940s. The market serves middle to upper class consumers who live in the Central Bandung area. At the end of 2014, the creative movement of Pasar Cihapit emerged as an urban identity in Bandung. This creative movement is believed to have the potential to impact economic growth by promoting innovation, diversity, and tolerance. The entry of this creative community has brought about changes to the market, transforming it from a mere place for buying and selling to a space that can accommodate social interaction and recreation in urban areas. The Objective of this research is to identify the physical transformation and actors that have led to changes in the Pasar Cihapit area. The approach used in this research is descriptive qualitative and data collection was conducted through field observations and interviews, supported by secondary data from big data (<i>Google Maps 'Street View'</i>). The findings of this research indicate that the creative movement brought about by two creative groups has had a significant impact on the Pasar Cihapit area, resulting in both physical, spatial, and cultural changes.
Key word: Pasar Cihapit Creative Movement Physical Transformation Actor	

Pendahuluan

Kawasan Pasar Cihapit merupakan kawasan berupa pasar tradisional dan *shophouse-shophouse* yang memiliki sejarah dan terletak di kawasan pusat Kota Bandung. Kawasan Cihapit dahulunya adalah area permukiman yang diperuntukkan untuk para pegawai Belanda. Maka dari itu, pada tahun 1921 dibangun sebanyak 127 rumah yang dilengkapi dengan 12 bangunan pertokoan/*shophouse* (Abdulsalam, 2022). Sedangkan terbentuknya pasar di kawasan Cihapit ini berawal dari pedagang cina yang berjualan pada area pertokoan yang telah tersedia, yang kemudian menarik pedagang lokal untuk menempati ruang kosong di belakang toko-toko sehingga terciptalah pasar informal berupa hamparan-hamparan atau los-los perdagangan. Pasar Cihapit sendiri dibangun secara permanen pada tahun 1985 oleh pemerintah Kota Bandung yang awal bermula dari pemenuhan kebutuhan akan masyarakat yang bermukim di sekitarnya.

Pasar ini memiliki karakteristik khusus, dikarenakan pasar ini diketahui melayani konsumen kelas menengah ke atas yang tinggal di pusat kota dengan menjual barang kebutuhan sehari-hari yang memiliki kualitas tinggi. Para pedagang yang berjualan di Kawasan Cihapit ini merupakan pedagang tradisional yang meneruskan bisnis keluarga mereka secara turun temurun sejak tahun 1940-an. Beberapa produk dagangan yang mempunyai karakteristik unik dan terkenal di kalangan masyarakat yaitu Warung Nasi Bu Eha, Surabi Cihapit, dan Kue Balok Cihapit. Hal tersebut, menjadi daya tarik wisata kuliner yang menjadi karakter eksotis yang bukan hanya berfungsi sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi juga sebagai destinasi wisata, terutama bagi mereka yang mencari pengalaman kuliner yang unik.

Adanya antusias pengunjung terhadap Pasar Cihapit ini, akhirnya menimbulkan adanya gerakan-gerakan kreatif yang memiliki tujuan untuk menarik perhatian lebih dari publik dan untuk menghidupkan kembali Pasar Cihapit sebagai identitas perkotaan di Bandung. Menurut Ekomadyo (2018) gerakan kreatif ini merujuk pada konsep dari *Florida's Creative Class*, dimana sekelompok orang-orang kreatif dapat mempengaruhi ekonomi di wilayah tertentu dengan mendorong terjadinya inovasi, keberagaman, dan toleransi. Orang-orang kreatif ini merupakan orang yang bekerja dengan menciptakan bentuk-bentuk baru. Mereka bisa jadi adalah seorang ilmuwan/ insinyur profesor universitas, penyair/novelis, seniman, penghibur, aktor, perancang, arsitek, penulis, editor, tokoh budaya, peneliti lembaga, analism dan pembuat opini lainnya (Florida, 2005).

Pada tahun 2014, terdapat dua komunitas kreatif yang mencoba menyemarakkan kawasan pasar ini dengan mengadakan dan mengorganisir beberapa acara kreatif yang dapat menarik perhatian dari publik maupun politik, diantaranya yaitu Apit Tjihapit dan Los Tjihapit. Berkembangnya industri kreatif ini ditandai dengan keberadaan beberapa fasilitas komersial diantaranya Gang Nikmat sebagai sebuah restoran, Grammars sebagai toko buku dan alat tulis, Toko Kopi Djawa dan lain sebagainya. Gerakan kreatif ini memiliki respon yang baik dari managerial Pasar Cihapit karena menghasilkan dan menginstalasikan elemen artistik yang memiliki daya tarik sebagai sebuah sarana rekreasi. Namun, gerakan ini menimbulkan kontroversi dikarenakan pasar tradisional yang eksotis ini dapat dijadikan sebagai identitas dari kelompok tersebut. Selain itu dengan adanya komunitas kreatif ini dianggap sebagai sebuah gerakan sosial untuk merevitalisasi Pasar Cihapit sebagai tempat ekonomi sekaligus sosio-kultural (Ekomadyo dkk., 2018).

Transformasi dari Kawasan Pasar Cihapit menjadi sebuah pasar dengan ruang-ruang kreatif yang mewadahi aktivitas sosial dan sebagai sarana rekreasi berawal pada tahun 2015. Perubahan fisik pada *building appearance* diimplementasikan menjadi sebuah wadah untuk memfasilitasi fungsi komersial baru. Sisi arsitektur menjadi indikator penting sebagai bentuk perubahan fungsi dari bangunan. Para aktor (komunitas gerakan kreatif) yang berperan menentukan perubahan dari penampilan bangunan.

Transformasi pada lingkungan binaan menurut N.J Habraken (1998) dalam buku yang berjudul *The Structure of The Ordinary: Form and Control in Built Environment* memaparkan bahwa transformasi pada lingkungan binaan terjadi oleh orang - orang yang berperan dalam perubahan tersebut. Transformasi merupakan proses perubahan secara bertahap dari suatu bentuk menjadi bentuk baru yang dipengaruhi oleh faktor fisik dan non-fisik (budaya, sosial, ekonomi, dan politik) (Susanti, dkk., 2018). Lingkungan binaan tidak hanya terdiri dari bentuk fisik (bangunan, jalan, dan infrastruktur), tetapi juga terkait dengan orang-orang yang terlibat di dalamnya (Habraken, 1998).

Orang-orang yang terlibat pada transformasi tersebut dapat disebut sebagai aktor/agen. Pada lingkungan binaan, aktor-aktor secara aktif terlibat dan memberikan pembaharuan, perubahan, dan perluasan sehingga sebuah lingkungan binaan tersebut dapat bertahan lama (Sholihah, dkk., 2022). Manusia, sebagai aktor/agen, melakukan transformasi sesuai dengan apa yang mereka sukai dan butuhkan pada lingkungan binaan.

Perubahan lingkungan binaan terjadi pada tiga tatanan yaitu : (1) Perubahan elemen fisik, perubahan yang terjadi pada elemen pembentuk lingkungan binaan yang disebut *nonimal classes* yang terdiri dari furniture, partisis, penghuni, elemen bangunan, jalur utama; Perubahan elemen spasial, perubahan pada ruang yang timbul dari konfigurasi komponen pada *nominal classes* yang terdiri dari pola sirkulasi, pola ruang, denah ruang, massa bangunan, dan teritori; (3) Perubahan elemen kultural, keseluruhan dari elemen-elemen fisik pembentuk dari konfigurasi elemen fisik yang terdiri dari luas terbangun, bangunan, ruang tambahan, makna ruang dan kawasan perkampungan.

Penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana proses transformasi terjadi sebagai akibat dari keterlibatan aktor-aktor yang memiliki pengaruh. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi transformasi fisik dan fungsi, serta aktor yang mengakibatkan terjadinya perubahan pada kawasan Pasar Cihapit. Hasil penelitian ini bermanfaat dalam mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang berperan penting dalam pengambilan keputusan terkait transformasi bangunan milik negara agar dapat diterapkan lebih efisien dan efektif di lokasi lain.

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang mana penelitian ini mengungkap perubahan pada kawasan Pasar Cihapit akibat dari pengaruh gerakan kreatif. topik utama pada penelitian ini mengungkap tentang transformasi Pasar Cihapit serta aktor-aktor gerakan kreatif yang mengakibatkan terjadinya transformasi. Gerakan kreatif tersebut mengakibatkan perubahan pada kawasan pasar tradisional yang dulunya hanya terdapat aktivitas jual-beli semata, menjadi pasar dengan ruang interaksi sosial dan sarana rekreatif.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan meliputi sejarah peran aktor gerakan kreatif pada Kawasan Pasar Cihapit dan struktur spasial serta facade dari kawasan Pasar yang didapat melalui wawancara dan observasi lapangan. data sekunder meliputi dokumentasi gambar/foto kawasan dan lingkungan Pasar Cihapit dari tahun 2015-2022 yang didapat dari *big data Google Maps 'Street View'*.

Pengumpulan data dilakukan dengan tiga cara yaitu observasi lapangan, wawancara tidak terstruktur, dan studi dokumen. Observasi lapangan dilakukan pada objek studi dengan melakukan pengamatan dan pengumpulan data dokumentasi gambar. Wawancara tidak terstruktur dilakukan dengan salah satu aktor penggerak gerakan kreatif di Pasar Cihapit. Hasil wawancara didokumentasikan dengan catatan dan rekaman suara. Studi dokumen dilakukan dengan melakukan kajian terhadap literatur-literatur yang mendukung serta dokumen-dokumen terkait sejarah dan gerakan kreatif pada Pasar Cihapit.

Hasil dan pembahasan

A. Peran Aktor dalam Transformasi Kawasan Pasar Cihapit

Gerakan kreatif ini dimulai secara spontan, yang dimana diinisiasi secara terpisah oleh dua komunitas diantaranya Apit Tjihapit dan Los Tjihapit. Sebagai komunitas kreatif, kedua kelompok ini memiliki hubungan informal yang kuat dengan orang-orang kreatif yang berasal dari universitas yang tidak begitu jauh dari pasar. Gerakan ini mampu menarik perhatian publik yang ditandai dengan banyaknya publikasi media mengenai revitalisasi Pasar Cihapit (Helmy, 2016). Menurut wawancara yang sempat dilakukan dengan Anton sebagai salah satu penggerak dari komunitas kreatif, tujuan awal dari gerakan kreatif ini yaitu untuk menciptakan “romantisme tempat”. Gerakan kreatif ini berhasil menciptakan banyak acara terkait kreativitas masyarakat dan menghadirkan elemen-elemen seni untuk membuat pasar dari segi penampilan lebih hidup dan menarik. Popularitas Kawasan Pasar Cihapit

terkini, telah menarik beberapa aktor politik untuk sekedar mengunjungi bahkan memberikan kontribusi kekuatan mereka, serta mempublikasikan kegiatan mereka terkait Kawasan Pasar Cihapit.

Komunitas kreatif ini tidak hanya sekedar dalam bentuk gerakan kreatif dengan menyumbangkan ide-idenya ke dalam sebuah pemikiran ataupun karya seni, melainkan adanya keinginan untuk menjalankan bisnis mereka di Kawasan Pasar. Hal ini juga mencerminkan bahwa adanya letak keberadaan mereka di antara komunitas-komunitas lainnya. Pasar umum kemungkinan dipilih menjadi sebuah wadah kreatif dikarenakan harga sewa yang relatif terjangkau dan kawasan kaya akan sosial-budaya yang memiliki identitas yang kuat. Sama seperti pedagang umumnya, mereka tetap mengendalikan pasokan serta kualitas barang dagangan yang mereka miliki. Namun mereka memiliki strategi yang berbeda dalam menjalankan bisnis mereka secara berkelanjutan, dimana mereka akan membuat acara-acara untuk dapat menarik dan mengumpulkan komunitas yang akan menjadi konsumen dari barang dagangan yang mereka miliki. Seperti pemimpi dari komunitas Apit Tjihapit yang memiliki kafe dan menugaskan karyawan dalam menjalankan kafe mereka setiap harinya. Sementara pemimpin Los Tjihapit juga memiliki kafe yang berada di dalam pasar, namun ia hadir setiap harinya untuk dapat melayani konsumen dan berperan sebagai simpul untuk diskusi informal komunitas (Ekomadyo dkk., 2018).

Apit Tjihapit

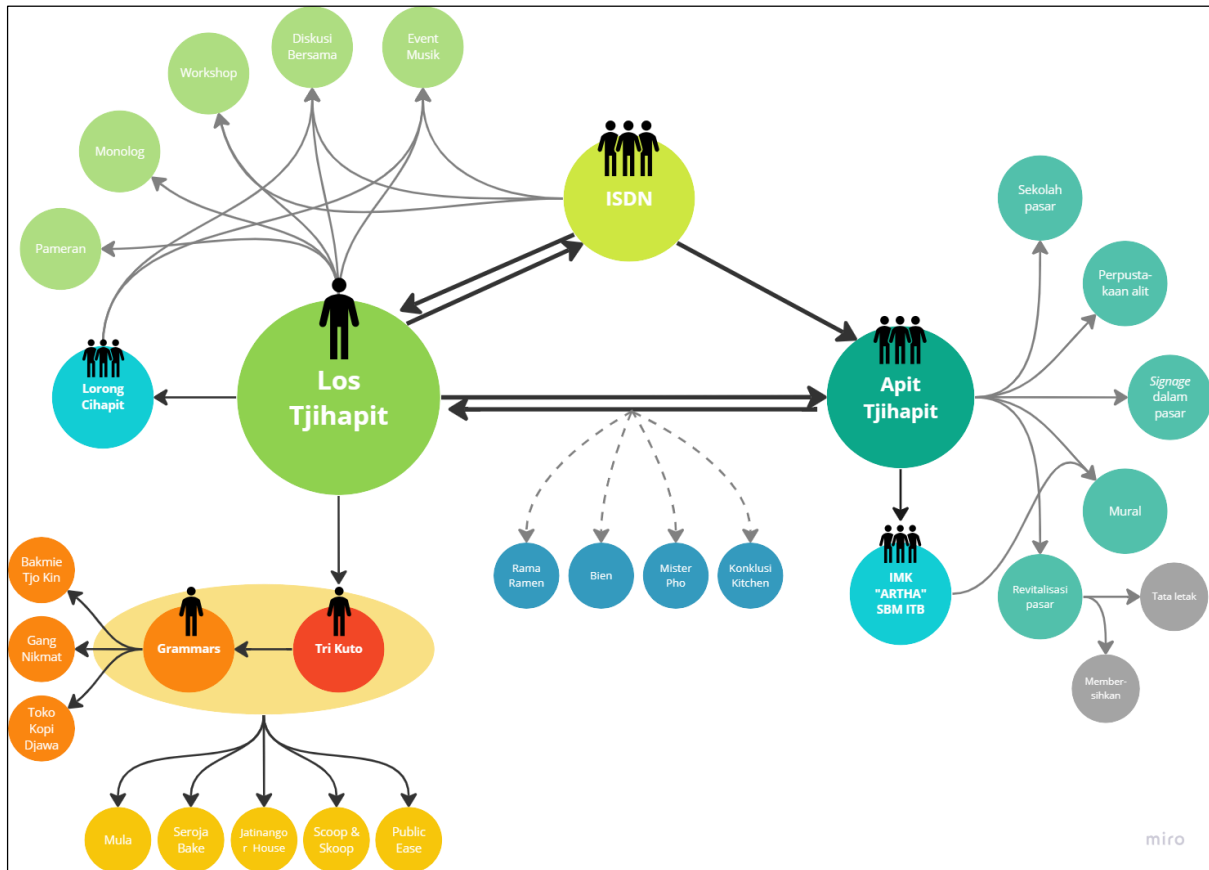
Apit Tjihapit merupakan salah satu organisasi kreatif yang bekerja dan diorganisir melalui hubungan formal dengan sekolah bisnis dari sebuah universitas. Organisasi ini mulai dibentuk dan berjalan pada tahun 2015. Tujuan dari organisasi ini untuk menghidupkan kembali Pasar Cihapit, Bandung. Ide munculnya gerakan kreatif ini berasal dari keresahan dimana sudah jarang nya masyarakat, baik ibu rumah tangga maupun mahasiswa, yang mengunjungi Pasar Cihapit. Selain itu, hal lain yang mengakibatkan munculnya gerakan ini yaitu kondisi Pasar Cihapit yang tidak terawat.

Dalam gerakan kreatifnya, Apit Tjihapit memberikan konsep baru serta menghadirkan berbagai kegiatan serta program-program. Program-program yang dibuat antara lain yaitu ‘Sekolah Pasar’ (Subekti, dkk., 2017), ‘Perpustakaan *alit*’, pembuatan *signage* di dalam pasar, menghias pasar dengan mural, dan melakukan revitalisasi pasar. Hubungan formal antara organisasi ini dengan sekolah bisnis dari sebuah universitas mengakibatkan organisasi dapat menarik aktor politik serta perusahaan-perusahaan untuk memberikan modal pada kegiatan sosial organisasi ini (Ekomadyo dkk., 2018).

Los Tjihapit

Los Tjihapit merupakan komunitas yang ingin menghidupkan kembali Pasar Tradisional Cihapit, komunitas ini terdiri dari para pedagang cihapit, visual volunteer, sahabat kertas, forum studi kebudayaan ITB dan Astronesia. Komunitas ini didirikan oleh Pak Bayu Wijanarko, ia membuka kedai kopi bernama Los Tjihapit pada tahun 2014 yang berlokasi di dalam Pasar Cihapit. Dalam perjalanannya, ia bekerja sama dengan komunitas film Bandung yaitu layar kita, bersama komunitas ini ia rutin menggelar pemutaran film dan mengupas isi film tersebut. Sejak saat itu, ia berorganisasi melalui hubungan informal dengan teman-teman komunitas lainnya dan menggelar acara seperti *event* musik, diskusi bersama, *workshop*, monolog dan pameran.

Jaringan Aktor dalam Transformasi



Gambar 1. Diagram Jaringan Aktor Pasar Cihapit

Sumber: Analisis Penulis, 2023

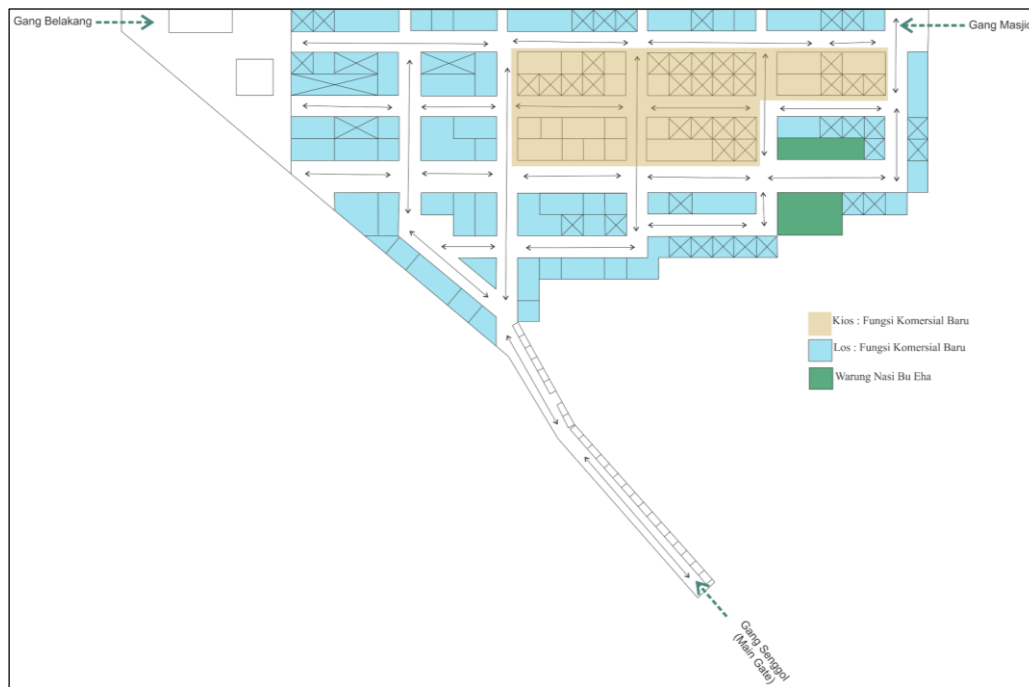
Seperti yang telah disampaikan sebelumnya bahwa terdapat dua komunitas kreatif yang menjadi pemantik dari kegiatan kreatif yang berakibat pada transformasi Kawasan Pasar Cihapit. Komunitas kreatif tersebut antara lain Apit Tjihapit dan Los Tjihapit, yang mana dibentuk pada waktu berdekatan yaitu sekitar tahun 2014-2015. Apit Tjihapit sebagai sebuah komunitas yang memiliki tujuan untuk menghidupkan kembali pasar dan membangkitkan semangat para pedagang. Maka dari itu mereka membuat beberapa kegiatan sosio kultural diantaranya pembangunan sekolah pasar dan perpustakaan alit. Dengan adanya sekolah dan perpustakaan di dalam pasar diharapkan dapat mendukung aktor-aktor yang berperan di dalam pasar.



Gambar 2. Sekolah dan Perpustakaan Alit Pasar Cihapit

Sumber: Analisis Penulis, 2023

Selain itu, komunitas kreatif ini juga melakukan revitalisasi pada pasar dengan membersihkan dan mengatur tata letak ruang kios/los. Dengan adanya penataan ruang antara kios dan los yang lebih jelas dan tertata, pasar cihapit terlihat lebih rapi dan terorganisir secara baik. Apit Tjihapit juga melakukan pemberian *signage* dengan desain yang menarik pada kawasan pasar cihapit guna membantu penataan ruang dan menimbulkan *point of interest* bagi pasar. Bahkan untuk meningkatkan sisi menarik dari pasar tersebut, diadakannya kegiatan pengecatan dan penggambaran mural pada dinding pasar. Namun hal ini tidak terjadi secara berkelanjutan, dikarenakan aktor yang berperan hanya melakukan kegiatan terkait revitalisasi pasar hanya pada satu waktu sekitar 1 tahun saja. Sekolah dan perpustakaan yang dibangun, pada akhirnya tidak beroperasi secara aktif kembali. Ruang perpustakaan ditinggalkan tanpa memiliki fungsi.



Gambar 3. Tata Letak Ruang/ Zonasi Pasar Cihapit

Sumber: Analisis Penulis, 2023

Berbeda dengan Los Tjihapit, yang dimana aktor kreatif ini merupakan pelopor dari gerakan kreatif yang lebih mengarah pada tujuan yaitu menjaga dan mempertahankan kehidupan dan aktivitas dari pasar. Los Tjihapit dikembangkan dalam sebuah bentuk warung kopi/ kafe yang merupakan sebuah bisnis rumahan pribadi. Los Tjihapit sering kali mengadakan *event* acara musik, diskusi bersama, webinar, monolog, bahkan pameran fotografi yang diwadahi oleh sebuah kafe. Acara-acara ini diadakan secara berkala dengan tujuan agar tetap meramaikan pasar dan mempertahankan kegiatan yang ada didalamnya. Komunitas yang datang untuk mengadakan sebuah acara diskusi adalah ISDN. Komunitas ini merupakan komunitas yang berisikan aktor-aktor akademisi dengan kegiatan diskusi, *event* musik, dan *workshop*. Kemudian, komunitas lainnya secara bergantian bekerja sama dengan Los Tjihapit seperti fotografi, menulis, dan lain sebagainya.



Gambar 4. Warung Kopi Los Tjihapit, Toko Ramen dan Gang Nikmat di Kawasan Pasar Cihapit

Sumber: Analisis Penulis, 2023

Namun, kehadiran kafe yang diciptakan oleh Los Tjihapit ini menjadi sebuah titik awal dari terciptanya fungsi komersial baru yang unik dan menarik untuk sebuah pasar tradisional. Dimana pasar tradisional yang tadinya hanya dapat menyajikan ikan, sayur-mayur, dan buah-buahan, menjadi sebuah wadah yang merepresentasikan sebuah bentuk kreatifitas masyarakat. Banyak para anak muda yang terinspirasi dan melakukan pergerakan dengan membuka bisnis baru seperti tempat makan ramen, toko kue, tempat makan dimsum, dan lain sebagainya namun berlokasi di dalam pasar. Hal ini justru menjadi menarik banyak perhatian dari masyarakat karena berada di dalam pasar tradisional yang identik dengan tempat yang kumuh, kotor dengan bau yang tidak sedap.

Kolaborasi antara Apit Tjihapit dan Los Tjihapit melahirkan Tri Kuto dengan fungsi sebagai *cafe* yang mempertahankan penjualan kue-kue tradisional dan Grammars dengan fungsi toko buku menggunakan konsep kekinian. Tri Kuto dan Grammars tidak berada tepat di dalam pasar, namun berada pada *shophouse* yang berada di bagian depan kawasan Pasar Cihapit. Pemilik dari Tri Kuto dan Grammars memiliki tujuan yang sama untuk menyelaraskan konsep Pasar Cihapit antara bagian depan dan belakang pasar tersebut. Sehingga Tri Kuto dan Grammars tidak menjadi objek yang diasingkan oleh kawasan Pasar Cihapit, dikarenakan konsep yang digunakan berbeda dari pada bagian dalam pasar. Seiring berjalannya waktu terutama pada bagian *shophouse* pasar Tjihapit semakin diramalkan oleh fungsi-fungsi komersial baru, antara lain terdapat *coffee shop* kekinian seperti Mula, Seroja Bake, Public Ease, dan Toko Kopi Djawa, dan tempat makan/resto seperti Jatinangor House, Scoop and Scoop, Gang Nikmat, dan Bakmie Tjo Kin.

Baru-baru ini tercipta komunitas kreatif yang terinspirasi dari Apit Tjihapit dan Los Tjihapit. Kegiatan yang dilakukan pun terbilang sama. Komunitas tersebut bernama IMK Artha yang berasal dari kampus Institut Teknologi Bandung dan Lorong Cihapit. Kegiatan yang dilakukan antara lain yaitu penggambaran mural pada dinding pasar yang melibatkan peran mahasiswa dengan nama kegiatan "Ngalukis Cihapit". Terdapat juga *event* yang bernama "nonton musik" serta *talk show* yang mana diadakan oleh komunitas "Lorong Cihapit". Komunitas-komunitas ini memiliki peran yang baik dalam mendorong dan mempertahankan eksistensi Pasar Cihapit dengan semua kegiatan didalamnya. Keberadaan Apit Tjihapit, Los Tjihapit, Grammars maupun Tri Kuto dapat menstimulasi inspirasi masyarakat yang ingin menguasai Pasar Cihapit dengan kegiatan kreatif yang dapat mengembangkan aspek ekonomi kawasan tersebut.



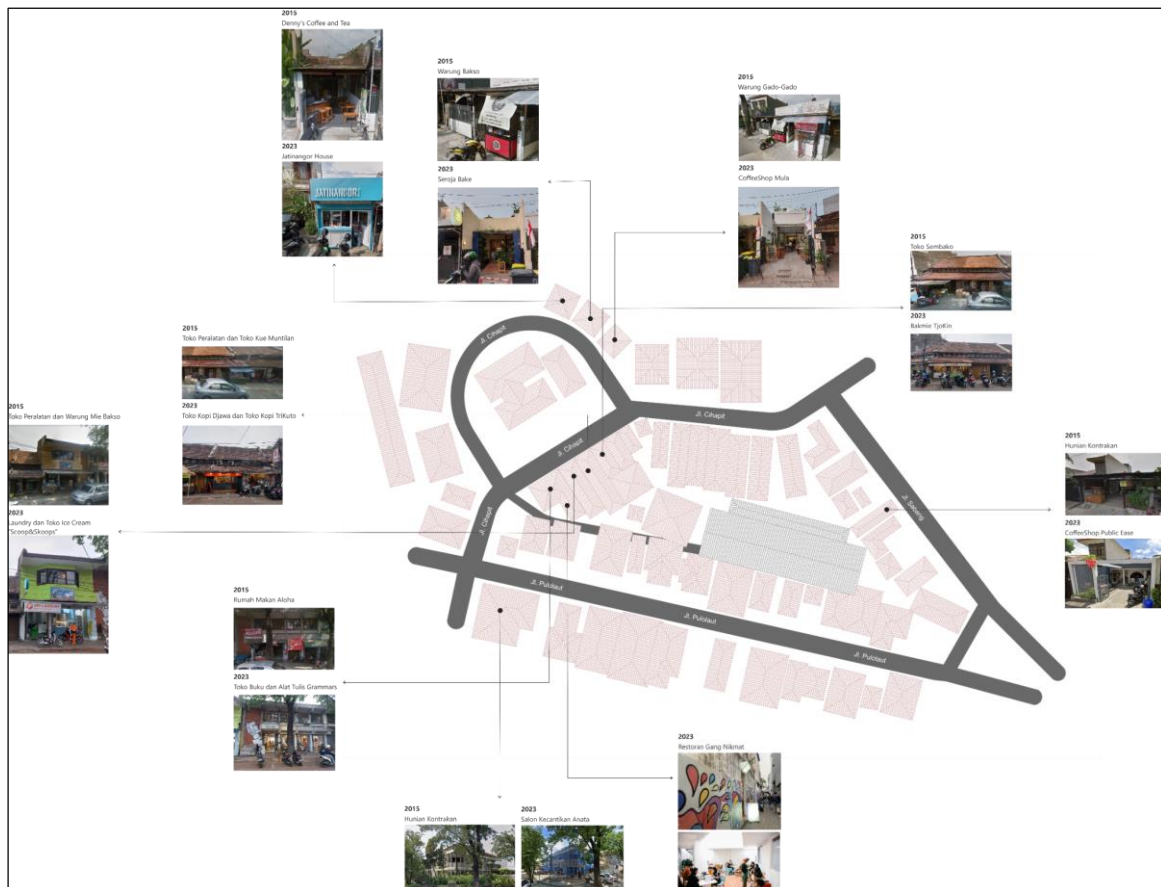
Gambar 5. Diagram Lini Masa Aktor

Sumber: Analisis Penulis, 2023

B. Transformasi Fisik dan Fungsi pada Kawasan Pasar Cihapit

Gerakan kreatif memicu munculnya ruang-ruang kreatif pada kawasan Pasar Cihapit menyebabkan terjadinya perubahan fisik maupun fungsi. Berdasarkan hasil observasi di lapangan, perubahan-perubahan fisik maupun fungsi pada kawasan Pasar Cihapit ditujukan untuk menarik perhatian kalangan muda. Hal ini dapat dilihat dari karakteristik perubahan fisik (secara desain) maupun fungsi dari ruang-ruang di Pasar Cihapit. Bangunan-bangunan yang berubah sebagian besar mulanya berfungsi sebagai warung makan rumahan dan juga toko peralatan kebutuhan rumah. Kemudian gerakan kreatif tersebut

mengakibatkan perubahan fungsi pada bangunan-bangunan tersebut menjadi *coffee shop*, seperti Mula Coffee, TriKuto, Public Ease, dan Toko Kopi Djawa. *Coffee shop* tersebut berfungsi sebagai ruang komunal kreatif yang digunakan anak muda untuk mengerjakan tugas, berkumpul, berdiskusi, atau sekedar bersantai. Selain itu, bangunan-bangunan tersebut berubah fungsi menjadi tempat makan dengan menu makanan anak muda seperti Bakmie Tjokin, Seroja Bake, Jatinangor House, Scoop&Skoops, dan Gang Nikmat. Adapun perubahan fungsi lainnya yaitu menjadi toko buku dan alat tulis Grammars dan salon kecantikan Anata. Perubahan Fisik dan Fungsi bangunan pada Kawasan Pasar Cihapit dapat dilihat pada Gambar 1. Perubahan-perubahan fungsi tersebut juga diiringi dengan adanya perubahan pada fisik bangunan. Dikarenakan target pasar tersebut merupakan anak muda maka perubahan fisik dibuat menjadi lebih menarik dan sesuai dengan selera generasi muda yang mempengaruhi estetika dari Pasar Cihapit. Perubahan fisik yang terjadi didukung dengan penggunaan kreativitas dalam mendesain toko-toko tersebut.



Gambar 6. Pemetaan Transformasi Fisik dan Fungsi Kawasan Pasar Cihapit

Sumber: Analisis Penulis, 2023

Toko 'Grammars' pada awalnya merupakan tempat makan 'Aloha' yang kemudian berubah fungsi menjadi toko buku dan alat tulis. Perubahan fungsi ini mengakibatkan terjadinya perubahan pada fisik bangunan. Perubahan pada fisik bangunan dapat dilihat dari bagian fasad yang dulunya terbuka, setelah berubah fungsi menjadi tertutup dengan menggunakan kaca lebar. Penggunaan kaca lebar pada bagian fasad bangunan berfungsi untuk memamerkan barang dagangan. Selain itu, adanya penambahan ornamen gambar mural di sisi dinding bagian kanan bangunan. Penambahan mural ini memberikan kesan dinamis dan kreatif yang sesuai dengan target pengunjung dari Toko Grammars, yaitu anak muda. Penambahan ornamen lainnya yaitu *signage neon box* di bagian depan bangunan. Akan tetapi, warna dari bangunan dan bentuk bangunan secara keseluruhan tidak berubah. Berdasarkan hasil wawancara, hal ini tetap dipertahankan untuk memberikan kesan kuno dan romantis pada kawasan Pasar Cihapit.



Gambar 7. Proses Perubahan Fisik Toko Grammars

Sumber: Analisis Penulis, 2023

Toko Kopi Djawa yang semula berfungsi sebagai toko peralatan rumah tangga mengalami alih fungsi menjadi *coffee-shop*. Seiring dengan transformasi fungsi yang terjadi pada toko tersebut, terjadi perubahan fisik yang cukup signifikan. Penggunaan skema warna yang menarik perhatian mata diterapkan pada fasade bangunan Toko Kopi Djawa. Warna merah dan biru dipilih untuk mendominasi warna bukaan yaitu jendela dan pintu. Penerapan kaca lebar pada bagian fasad juga difungsikan sebagai *point of interest* dari desain fasad, dikarenakan dapat menunjukkan kegiatan apa yang sedang terjadi didalam bagian dalam ruang tersebut. Maka dari itu toko kopi ini akan memiliki kesan terbuka dan akan selalu terlihat ramai serta hidup. Penambahan *signage* menggunakan *neon box* berwarna merah merefleksikan tema kekinian pada fasad. Namun berbeda pada bagian struktur bangunan dan bentuk atap. Bagian ini tetap dipertahankan oleh pengelola. Hal ini ditujukan untuk dapat menonjolkan sisi kuno dari kawasan yang dapat membangkitkan rasa romantisme Kawasan Pasar Cihapit.

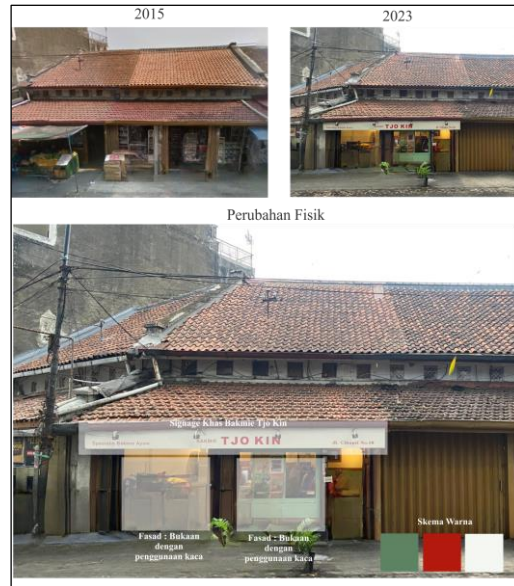


Gambar 8. Proses Perubahan Fisik Toko Kopi Djawa

Sumber: Analisis Penulis, 2023

Toko Bakmie Tjo Kin awalnya beroperasi sebagai toko yang menjual barang kebutuhan sehari-hari untuk rumah tangga, kemudian mengalami perubahan fungsi menjadi restoran yang ditujukan untuk kalangan muda. Perubahan fungsi juga diikuti dengan perubahan fisik secara signifikan, yaitu pada bagian facade dengan dominasi penggunaan kaca. Penggunaan kaca lebar pada *facade* juga

berperan sebagai *point of interest*, karena dapat memperlihatkan kepada pengunjung apa yang tengah terjadi di restoran tersebut tersebut. Penggunaan kombinasi warna yang menarik perhatian mata, yakni hijau, merah, dan putih, diaplikasikan secara selaras pada facade Toko Bakmie Tjo Kin. Selain itu, adanya area duduk yang diletakkan di selasar berguna untuk mewedahi interaksi sosial bahkan untuk melakukan foto yang dilakukan oleh pengunjung.



Gambar 9. Proses Perubahan Fisik Toko Bakmie Tjo Kin

Sumber: Analisis Penulis, 2023

Perubahan fungsi terjadi pada toko *ice cream* Scoops & Skoops dan Abi Laundry. Toko *ice cream* Scoops & Skoops awalnya beroperasi sebagai warung makan bakso, mie bihun, nasi tim dan baso tahu sedangkan Abi Laundry awalnya beroperasi sebagai toko peralatan rumah tangga. Perubahan fisik yang terlihat yaitu penggunaan warna, material, dan *signage*. Perubahan warna pada bangunan sebelumnya berupa nuansa kuning dan saat ini telah beralih menjadi dominan warna hijau. Perubahan material terlihat pada Scoops & Skoops yang menggunakan material keramik berwarna elektrik *blue* untuk menarik pengunjung yang datang. Selain itu, penambahan *signage* Abi Laundry dan Scoops & Skoops pada fasad bangunan digunakan sebagai penanda untuk kemudahan pengunjung yang akan datang.



Gambar 10. Proses Perubahan Abi Laundry-Scoops&Skoops

Sumber: Analisis Penulis, 2023

Perubahan fungsi dan fisik terjadi pada Coffee Shop Mula yang awalnya beroperasi sebagai warung makan Gado Gado Cihapit, pada tahun 2022 Coffee Shop Mula dibangun dan berfungsi sebagai tempat nongkrong bahkan mengerjakan tugas. Perubahan fisik terlihat pada bagian fasad yaitu dengan dominasi penggunaan kaca lebar dan dominasi penggunaan material kayu pada furnitur dan interior Coffee Shop Mula serta adanya penambahan area tempat duduk outdoor sesuai fungsinya sebagai Coffee Shop. Sebelum menjadi Coffee Shop Mula, atribut fisik warung makan Gado Gado Cihapit ditandai dengan adanya gerobak gado-gado di depan yang dinaungi oleh penutup atap berupa seng hingga depan jalan.



Gambar II. Proses Perubahan Mula Coffee

Sumber: Analisis Penulis, 2023

Seroja Bake awalnya merupakan warung bakso yang terletak di sekitar kawasan Pasar Cihapit. Perubahan ini terjadi pada tahun 2022 dimana pada tahun ini mulai muncul fungsi-fungsi komersial baru di kawasan Pasar Cihapit. Perubahan fisik terlihat pada fasad bangunan, dimana pada tahun 2015 terdapat etalase tempat menyajikan makanan dan penutup atap menggunakan material seng. Bangunan pada tahun 2015 merupakan bangunan semi-permanen. Pada tahun 2023 terlihat bangunan menjadi permanen dengan menggunakan material kaca di bagian fasad bangunan dan rolling door. Selain itu, pada bagian depan bangunan terdapat pemberian tanaman hijau dan furnitur berupa kursi dan *signage* bertuliskan 'Seroja Bake'.



Gambar I2. Proses Perubahan Seroja Bake

Sumber: Analisis Penulis, 2023

Jatinangor *House* merupakan *outlet* yang menjual makanan berupa nasi dan ayam. Nasi dan ayam ini sangat digemari oleh kawula muda. Pada awalnya sebelum Jatinangor *House* berdiri, massa bangunan ini berfungsi sebagai warung kopi/*coffee shop* yang bernama Denny's Coffee and Tea. Denny's Coffee and Tea pada tahun 2015 merupakan bisnis rumahan dengan area terbuka di bagian depan yang dijadikan sebagai tempat duduk bagi pengunjung. Pada tahun 2023, Denny's Coffee and Tea berubah fungsi menjadi Jatinangor House yang diikuti dengan perubahan pada bagian fasad dan tata letak ruangnya. Area depan yang tadinya terbuka menjadi lebih tertutup dengan material jendela kaca. Fasad bangunan diberi warna biru khas dari *franchise* Jatinangor. Jatinangor *House* tidak menyediakan area makan di empat, karena memang ditujukan hanya sebagai *outlet* untuk dibawa pulang. Tidak lupa pemberian *signage* pada bagian depan menggunakan huruf neon *box* berwarna putih.



Gambar 13. Proses Perubahan Fisik Jatinangor *House*

Sumber: Analisis Penulis, 2023

Gang Nikmat pada awalnya hanya berupa gang yang digunakan untuk akses menuju pasar. Menurut hasil wawancara dari Pak Bayu pemilik dari Los Tjihapit, gang ini jarang digunakan oleh pengunjung sehingga keadaanya kotor dan tidak terawat. Semenjak maraknya gerakan kreatif, mulai muncul kesadaran akan kebersihan. Kedatangan Gang Nikmat ini pun membantu perkembangan dari kawasan Pasar Cihapit ini. Sehingga gang ini dapat menjadi akses utama pengunjung menuju pasar, dikarenakan gang ini selain bersih juga dipenuhi dengan ornamen mural yang menarik perhatian. Gambar dan mural dengan corak warna yang mencolok yang memenuhi gang ini merupakan hasil dari komunitas kreatif yaitu Apit Tjihapit. Gang Nikmat sendiri selain merepresentasikan sebuah gang yang berisikan karya seni, juga merupakan nama dari resto yang bekerjasama dengan Toko Buku Grammars. Gang Nikmat menggunakan konsep modern semi *outdoor*, yang dilengkapi dengan furnitur minimalis dominasi warna merah, biru, dan putih.



Gambar 14. Proses Perubahan Gang Nikmat

Sumber: Analisis Penulis, 2023

Perubahan fungsi pada public ease yang sebelumnya merupakan rumah tinggal berupa kontrakan, pada tahun 2022 berubah fungsi sebagai *Coffee Shop* untuk memwadahi aktivitas sosial. Perubahan fisik yang terlihat jelas pada fasad yang dibuat lebih modern dengan adanya kolom dan balok putih yang meng-*highlight* bangunan tersebut ditambah dengan *arcuated* pada fasad. *Signage* “*public ease*” yang berwarna *electric pink* digunakan sebagai penanda *coffee shop* untuk menarik pengunjung yang datang.



Gambar 15. Proses Perubahan *Public Ease*

Sumber: Analisis Penulis, 2023

Simpulan

Transformasi Pasar Cihapit terjadi karena adanya pengaruh dari gerakan-gerakan kreatif yang berasal dari beberapa komunitas. Aktor yang menjadi pioner dalam gerakan kreatif di Pasar Cihapit ini yaitu Los Tjihapit. Gerakan kreatif yang dilakukan Los Tjihapit berupa aktivitas diskusi bersama, event musik, workshop, monolog, dan pameran. Dalam melakukan aktivitas kreatif tersebut Los Tjihapit bersama beberapa komunitas, seperti ISDN, Lorong Cihapit, dan komunitas pemuda lainnya. Selain itu, aktor lain yang mempengaruhi perubahan Pasar Cihapit yaitu Apit Tjihapit. Apit Tjihapit merupakan komunitas formal yang terafiliasi dengan salah satu perguruan tinggi. Dalam menjalankan gerakan kreatifnya Apit Tjihapit mendapat bantuan dana dari beberapa BUMN. Aktivitas kreatif yang dibuat oleh Apit Tjihapit yaitu ‘Sekolah Pasar’, ‘Perpustakaan Alit’, pembuatan signage, menggambar mural, serta melakukan revitalisasi pasar. Kedua komunitas ini mengakibatkan munculnya fungsi komersial lainnya yang terletak di sisi luar maupun dalam pasar. Pengaruh keberadaan gerakan-gerakan kreatif sebagai aktor penggerak menjadi pengaruh besar terhadap adanya transformasi. Peran aktor menjadi penting sebagai sebuah aspek penggerak utama dalam sebuah lingkungan binaan untuk dapat hidup dan berkembang seiring perkembangan zaman.

Transformasi yang hadir adalah hasil adaptasi daripada kebutuhan untuk menjawab perkembangan atau perubahan gaya hidup masyarakat yang hidup di Kota Bandung. Transformasi yang terjadi pada kawasan Pasar Cihapit mencakup perubahan elemen fisik, spasial dan kultural. Transformasi terkait perubahan elemen fisik terlihat pada bagian fasad bangunan komersial yang berada di sisi jalan utama. Perubahan yang terjadi pada lingkungan cenderung hanya pada sistem saja baik itu pada aspek tampilan arsitektur dan ragam hias yang lebih memunculkan sisi romantisme sehingga dapat memicu ketertarikan dan perhatian masyarakat. Spasial pada bangunan juga mengalami perubahan mengikuti perubahan elemen kultural terkait adanya perubahan fungsi daripada fungsi semula bangunan. Perubahan elemen kultural berupa munculnya fungsi komersial, sebagai akibat dari adanya kebutuhan untuk beradaptasi dikala perkembangan yang terjadi sehingga dapat menjaga keberlangsungan fungsi komersial di lingkungan Pasar Cihapit.

Keputusan dari aktor-aktor gerakan kreatif untuk menghasilkan fungsi komersial baru pada kawasan Pasar Cihapit merupakan salah satu cara memanfaatkan aset yang tidak terawat untuk dapat hidup dan memberikan nilai ekonomi yang lebih maju. Dengan demikian, kita dapat memahami hubungan antara arsitektur dan aktor/masyarakat bukan sebagai ekspresi dan representasi saja, tetapi sebagai suatu proses produksi, bagaimana arsitektur hadir, berada, dan berfungsi dalam masyarakat. Studi ini menunjukkan bahwa kunci proses transformasi pada kawasan lingkungan binaan dengan memunculkan fungsi komersial baru adalah kepentingan ekonomi aktor penggerak yang diselaraskan dengan nilai-nilai sosial dan lingkungan dalam strategi bisnis serta visi kreatifitas aktor untuk menciptakan sesuatu yang “unik dan segar” dengan tujuan menciptakan lingkungan binaan yang berkelanjutan.

Referensi

- Andiani, N., & Ekomadjo, A. S. (2021). Menelusuri Ruang Ekonomi Kota Sebagai Genius Loci Di Kawasan Pecinan Jakarta Barat. *Jurnal Arsitektur ZONASI*, 4(3), 354-364.
- Cihapit, “Surga dan Masa Yang Kelam” Bandung. (2012, March 1). Komunitas Aleut. Retrieved May 9, 2023, from <https://komunitasaleut.com/2012/03/01/cihapit-surga-dan-masa-yang-kelam-bandung/>
- Dawiyah, R., Hassan, S. M., & Novianti, Y. KAJIAN ALIH FUNGSI BANGUNAN PADA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS MALIKUSSALEH.
- Ekomadjo, A. S. (2012). Menelusuri genius loci pasar tradisional sebagai ruang sosial urban di Nusantara. *Semesta Arsitektur Nusantara*.
- Ekomadjo, A. S., Santri, T., & Riyadi, A. (2018). Reassembling Traditionality and Creativity: A Study of Place as Assemblage in Pasar Cihapit Bandung. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 41, p. 07006). EDP Sciences. (Cihapit, “Surga Dan Masa Yang Kelam” Bandung, 2012)
- Habraken, N.J. (1998). *The structure of the Ordinary (Form and Control in the Built Environment)*, Cambridge: The MIT Press, Cambridge.
- Sejarah Pasar Cihapit nan Pahit. (2022, January 25). Ayo Bandung. Retrieved May 9, 2023, from <https://www.ayobandung.com/bandung-baheula/pr-792445424/sejarah-pasar-cihapit-nan-pahit?page=2>
- Sholihah, R., Tantra, I. G. A. B. P., Sukmana, C. H., & Pratiwi, W. D. (2022). TINJAUAN TRANSFORMASI BANGUNAN DENGAN TEORI HABRAKEN: ADAPTASI HISTORICAL BACKGROUND DI BANGUNAN KONSERVASI GEDUNG SIOLA, SURABAYA. *Jurnal Arsitektur ZONASI*, 5(3), 543-556.
- Subekti, B., Sutisna, I., Gandhita, N. I., & Haniffan, R. (2017). Kelayakan Pasar Rakyat Cihapit Ditinjau Dari Aspek Persyaratan Teknis SNI. *Reka Karsa: Jurnal Arsitektur*, 5(1).
- Susanti, I. S., Komala Dewi, N. I., & Permana, A. Y. (2018). Tatanan teritorial dalam proses transformasi hunian. *Jurnal Arsitektur ZONASI*, 1(1), 27.