

ADAPTIVE REUSE PASAR GEDE SOLO

Dian Kusumowardani,
Program Studi Arsitektur, FTSP, Institut Teknologi Budi Utomo Jakarta,
diankus@itbu.ac.id

Abstrak

Ruang merupakan wadah interaksi bagi komunitas baik individu maupun kelompok dengan berbagai tujuan, Pasar Gede Solo dengan jajaran Café Coffeenya merupakan ruang publik di Kota Solo. Eksisnya ruang publik ditunjukkan dengan semakin tingginya minat pengunjung Pasar Gede Solo baik penduduk setempat maupun turis domestic dan mancanegara, menjadi salah satu hal yang menarik untuk dikaji. Tujuan penelitian ini adalah melakukan studi terhadap konsep pendekatan *Adaptive reuse* pada perancangan ruang publik Pasar Gede Solo berupa café coffee pada lantai atas Pasar Gede Solo, sebagai ruang publik yang tidak hanya digunakan untuk berbelanja namun juga sering digunakan sebagai tempat berkumpul berbagai komunitas untuk menikmati aneka kopi, hal ini menunjukkan upaya untuk dapat memahami pembentukan ruang publik yang sesuai dengan tuntutan masyarakat. Penelitian dilakukan melalui metode analisis kajian literatur dan pengamatan secara langsung sehingga dapat memahami penerapan konsep *adaptive reuse* pada Pusat Kuliner dan jajaran Café Coffee di Pasar Gede Solo sebagai ruang publik kota. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan Pasar Gede Solo dalam menciptakan pusat Kuliner dan jajaran Café Coffeenya sebagai ruang publik dikarenakan: 1) Kesesuaian program dengan target user yaitu wisatawan dan penduduk lokal; 2) Citra sebagai ikon baru kawasan melalui *adaptive reuse*; 3) Aksesibilitas yang tinggi; 4) Menjadi katalis interaksi antar komunitas.

Kata kunci : *Adaptive, reuse, Pasar Gede Solo*

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pasar Gede Solo yaitu suatu sarana berbelanja yang terletak dan dimiliki Kota Solo sebagai salah satu Arsitektur peninggalan Belanda; yang menjadi sarana berbelanja kebutuhan harian dan kuliner khas Kota Solo, Pasar Gede Solo memiliki keunikan dengan posisi yang berada diantara dua buah jalan.

Pasar Gede Solo dibagi menjadi dua masa bangunan dengan disain yang tidak sama persis namun tetap simetris secara visual yang dipisahkan dibelah oleh satu ruas jalan.

Pasar Gede Solo memiliki beragam wisata dan kuliner yang menarik untuk dicoba.



Gambar 1 Dua Masa Bangunan dipisahkan dengan satu ruas Jalan.
(sumber: detik.com,2022)

Terdapat beragam wisata kuliner dengan ciri khas yang unik. Pasar Gede Solo berada di Jalan Jenderal Urip Sumoharjo, Sudiroprajan, Kecamatan Jebres, Kota Surakarta. Pasar ini merupakan pasar tertua di Kota Solo.

pasar ini sudah berdiri sejak tahun 1927, yakni sejak masa pemerintahan Pakubuwono X. Dahulu, pasar ini menjadi tempat perekonomian utama di Kota Solo.

Ada banyak makanan tradisional khas Solo di jajakan di tempat ini. Usai berbelanja dan wisata kuliner, wisatawan dapat mengunjungi berbagai warung kopi kekinian untuk beristirahat sambil berswafoto.

1.2. Permasalahan.

Masyarakat memiliki kebutuhan terhadap tersedianya ruang publik kota yang dapat mewadahi aktivitas masyarakat kota berupa sarana untuk berkumpul dan mewadahi aktifitas komunitas untuk menikmati Kota Solo sambil menghabiskan waktu menikmati hidangan khas dan aneka kopi yang ditawarkan khususnya di Solo.

2. METODOLOGI

Metode dalam penulisan jurnal ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan melakukan analisis terhadap data *literature* melalui kajian pustaka dengan mengumpulkan data-data dari sumber berupa buku, paper dan *online* serta pengamatan secara langsung terhadap objek kajian (Siyoto & Sodik, 2015)

Dalam hal ini Pasar Gede Solo untuk kemudian diolah sehingga dapat memperoleh kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sekitar tahun 1980-an Pasar Gede Solo ini sempat dipergunakan sebagai terminal bus untuk rute dalam dan luar kota, seperti dikutip dari laman Dinas Kebudayaan Solo. Pada 1993, fungsi Pasar Gede Solo dikembalikan lagi sebagai ruang terbuka hijau kota.

Cafe Coffee pada lantai dua Pasar Gede Solo Pasar ditata secara bertahap dari tahun 2004 sebelum akhirnya disempurnakan pada 2007 dan direvitalisasi. Sebagai Cafe Coffee pada lantai dua. Pasar Gede Solo memiliki ruang publik yang bisa dikunjungi gratis.

Arsitek Belanda bernama Karsten adalah arsitek yang membuat rancangan Pasar Gede Solo. Pasar Gede Solo saat ini merupakan salah satu ruang terbuka yang digemari masyarakat untuk menghabiskan waktu akhir pekan. Lapangan ini menjadi salah satu spot menarik bagi masyarakat, baik untuk rekreasi, wisata edukasi, atau sekedar berbincang menikmati terbenamnya senja. Pasar Gede Solo semakin ramai dikunjungi keluarga, sahabat, anak-anak, ataupun pasangan.

Jajaran Cafe Coffee pada lantai dua Pasar Gede Solo ini ditata sedemikian rupa sehingga pengunjung dapat menikmati indahnya bangunan peninggalan Belanda Gendung Pasar Gede pada masa bangunan di sebrang posisi Café Coffee. Pada Cafe Coffee yang berada pada lantai dua Pasar Gede Solo ini cukup banyak fasilitas atau sarana prasana yang bisa menjadi spot foto.

Secara konsep global, *Adaptive reuse* dibagi dalam 4 tipe: a) *Standard Adaptive reuse*, b) *Strategic Adaptive reuse*, c) *Tactical Adaptive reuse*, dan d) *Creative Adaptive reuse*. Dari keempat tipe *Adaptive reuse* tersebut, *Standard Adaptive reuse*, merupakan tipe umum dari *Adaptive reuse*, dan dikenal

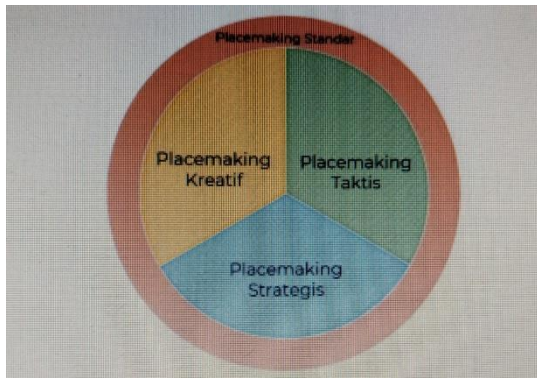
secara umum oleh masyarakat untuk menciptakan ruang publik.

Tiga tipe *Adaptive reuse* yang lainnya merupakan tambahan untuk menghidupkan ruang publik yang sudah tercipta, secara lebih spesifik. Dalam bentuk standar ini, *Adaptive reuse* dapat digunakan untuk berbagai tujuan. Dalam beberapa kasus, kegiatan membentuk *Adaptive reuse* adalah merupakan kegiatan yang membutuhkan proses panjang, melibatkan komunitas sedemikian rupa sehingga kolaborasi antara manusia dan tempat dapat terjalin seiring waktu.

Dalam konteks Pasar Gede Solo, konsep *Adaptive reuse* ternyata juga dapat diterapkan untuk waktu yang singkat, melibatkan komunitas tertentu, namun harus menerapkan sejumlah pertimbangan dan strategi.

Ada kriteria keberhasilan dalam menciptakan *Adaptive reuse* yaitu : 1) *Accessible & linkages*, memiliki kemudahan akses dan terhubung dengan berbagai tempat dalam satu area terpadu; 2) *Comfort & image*, memberikan kenyamanan bagi penghuninya dan memiliki citra sesuai dengan konteks lingkungannya; 3) *Uses & activities*, menarik pengunjung untuk datang dan melakukan aktivitas di dalamnya; dan 4) *Sociability*, merupakan lingkungan sosial yang menarik orang-orang untuk berkunjung dan berinteraksi satu sama lain. Kriteria tersebut banyak diterapkan oleh Kelompok *Project for Public Spaces* (Zitcer, A, 2020).

Melalui pembuatan dan penciptaan “tempat”. dengan melakukan kerja sama dalam satu komunitas yang membutuhkan dan membekali pengetahuan, keterampilan, dan strategi untuk mendorong perubahan yang mampu bertahan dalam jangka panjang. Mottonya adalah: “Bersama-sama, kami menciptakan ruang publik berbasis komunitas di seluruh dunia”



Gambar 2. Empat Tipe *Adaptive reuse*
(sumber: pkp.univ computer Indonesia, 2022)

Diagram tersebut digunakan untuk membantu komunitas mengevaluasi keberhasilan suatu *Adaptive reuse*. Cincin terdalam mewakili atribut kunci suatu tempat, cincin tengah mewakili kualitas tanpa wujud (intangible), dan cincin terluar merupakan data terukur.

Adaptive reuse merupakan proses meningkatkan kualitas ruang di mana orang dapat hidup, bekerja, bermain, dan belajar di dalamnya. Hal ini dapat diartikan bahwa *Adaptive reuse* dapat dilakukan dengan mengumpulkan fungsi-fungsi berbeda dan mengolahnya ke dalam satu perencanaan kawasan atau site, dan terkoneksi satu sama lain (Tohjiwa, 2021).

Hal ini bertujuan agar pengguna di dalamnya dapat melakukan berbagai aktivitas dan menjangkaunya dengan mudah.

3.1. Pasar Gede Solo dan Penerapan Konsep *Adaptive reuse*.

Dalam melakukan perencanaan kawasan Pasar Gede Solo dilakukan revitalisasi dengan memberikan fungsi ruang baru. Konservasi dilakukan dengan metode *adaptive reuse*.

Adaptive reuse adalah merupakan penerapan konsep dengan membuat sesuatu yang baru pada objek atau bangunan yang sudah ada tanpa merobohkannya, dengan minimalis perbaikan atau penggantian material bangunan, dan difungsikan kembali sesuai dengan kebutuhan dalam konteks waktu dan komunitas yang dianggap akan menggunakan fasilitas tersebut.

Kawasan ini juga menerapkan 4 kriteria yaitu:

3.1.1. *Uses & Activities*

Pasar Gede Solo memiliki target utama user utama anak muda dan komunitas kreatif di sekitar Solo. Hal ini didasari oleh banyaknya kebutuhan ruang terbuka sehingga dibutuhkan sarana dengan fungsi utama sebagai ruang publik dan ruang kreatif bagi warga masyarakat Solo. Seringkali Pasar Gede Solo dijadikan sarana penyelenggaraan event-event pameran yang sangat menarik sebagai wadah berbagai kegiatan kreatif di penuhi melalui berbagai fasilitas.

Meski begitu, Pasar Gede Solo tetap hadir dengan wajah dan program aktivitas yang inklusif dan cocok untuk dikunjungi oleh pengunjung dari berbagai jenis kalangan dan umur serta dilengkapi dengan berbagai fasilitas penunjang kegiatan Cafe Coffee pada lantai dua Pasar Gede Soloya sebagai upaya pemenuhan kebutuhan bagi masyarakat pengunjung yang beraktifitas pada Pasar Gede Solo, diharapkan pengunjung akan merasa nyaman dan terpenuhi kebutuhannya saat melakukan aktifitas di Pasar Gede Solo tersebut.



Gambar 3. Memperlihatkan suasana penggunaan ruang oleh berbagai komunitas.
(sumber: Kompasiana.com, 2024)

3.1.2. *Comfort & Images*

Sebagai ruang publik di Solo, Pasar Gedhe sukses menjadi ikon dan pusat bagi komunitas dan menjadi sarana kegiatan baik masyarakat lokal maupun wisatawan domestik dan mancanegara di sekitarnya. Pasar Gede Solo juga Memiliki aspek lingkungan yang strategis dan nyaman, dengan citra baru yang hadir pada bangunan cagar budaya yang berada di sekitarnya yang menarik melalui proses *adaptive reuse*.

Selain dapat menjadi fasilitas berkumpul untuk berbagai komunitas serta penyelenggaraan event-event Pasar Gede

Solo juga dapat menjadi sarana pendidikan dengan memberi wawasan terhadap bangunan Cagar Budaya yang memiliki nilai sejarah dalam perjalanan Bangsa dan Negara Republik Indonesia sehingga akan menumbuhkan rasa menghargai terhadap perjuangan bangsa yang telah dirintis oleh generasi sebelumnya dan menumbuhkan rasa cinta tanah air dan bangsa.



Gambar 4. Memperlihatkan Suasana Nyaman dan tertata pada Jajanan Kuliner dan Café Coffe pada lantai 2 Pasar Gede Solo .
(sumber: Tripadvisor,2024)

3.1.3. Sociability

Konsep terapan desain yang interaktif, ramah pada Pasar Gede Solo berhasil menarik pengunjung untuk membangun jejaring bagi komunitas dan berbagai kelompok di dalamnya. Dengan waktu operasi pasar yang semakin ramai pada tiap harinya terutama pada saat liburan, membuat Pasar Gede Solo akan semakin ramai oleh para pengunjung kreatif yang bersosialisasi dan berkolaborasi setelah bekerja seharian.



Gambar 5. Memperlihatkan ruang yang berguna untuk ruang sosial, menggalang aktivitas antar komunitas.

(sumber: bukumenu solo.com,2024)

3.1.4. Access & Linkages

Akses menuju Pasar Gede Solo yang strategis dan berlokasi sangat dekat dengan stasiun kereta Commuter Solo Trans dan menambahkan nilai strategis bagi ruang publik ini. Selain Solo Trans Pasar Gede juga dilalui oleh becak, angkutan kota, taksi online dan berbagai angkutan kota lainnya.

Pengunjung dari berbagai penjuru dapat mengakses Pasar Gede Solo dengan mudah, para pekerja dapat mampir sebentar setelah bekerja, berkunjung, hingga bersosialisasi dengan komunitasnya.



Gambar 6. Memperlihatkan Kondisi bangunan yang tetap mempertahankan bangunan cagar budaya.

(sumber: bukumenu solo.com,2024)

4. KESIMPULAN

Identifikasi keberhasilan pendekatan *Adaptive reuse* pada perancangan ruang publik Kota di Pasar Gede Solo menunjukkan bahwa Pasar Gede Solo telah berhasil mengadaptasi kriteria-kriteria pembentuk tempat yang baik menurut *Project for Public Space* ke dalam lingkup perencanaan konservasi bangunan cagar budaya dengan menjadikan Pasar Gede Solo yang dikenal sekarang menjadi memiliki fungsi baru yang lebih dapat memenuhi tuntutan sesuai kebutuhan masyarakat baik lokal maupun wisatawan domestik maupun mancanegara untuk dapat menikmati keindahan kota sekaligus bangunan Pasar Gede sebagai salah satu bangunan cagar budaya di Kota Solo. Kriteria-kriteria tersebut adalah melalui *uses & activities* dengan berbagai kesesuaian kebutuhan, program dengan *target user*, *comfort & images* sebagai ikon baru kawasan melalui *adaptive reuse* dan inklusifitas program, *access & linkages* melalui aksesibilitas yang tinggi, dan terakhir *sociability* dengan menjadi katalis interaksi antar komunitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Zitcer, A. (2020). Making up creative Adaptive reuse. *Journal of Planning Education and Research*, 40(3), 278-288.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). Dasar metodologi penelitian. literasi media publishing.
- Tohjiwa, A. D. (2021). STRATEGI ADAPTIVE REUSE PADA BANGUNAN TUA DI KAWASAN REVITALISASI Studi Kasus: Restoran Oeang di Kawasan M Bloc, Jakarta. *Jurnal Ilmiah Desain & Konstruksi*, 20(1), 34-47.