

# Citra Lokal Pasar Rakyat pada Pasar Simpang Aur Bukittinggi

Gina Asharina, Agus S. Ekomadyo

Program Studi Sarjana Arsitektur, Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan (SAPPK), ITB.

## Abstrak

Pasar merupakan ruang bagi kegiatan ekonomi dan sosial budaya masyarakat. Di tempat ini, terjadi kegiatan interaksi sosial melalui kegiatan jual beli oleh masyarakat. Pasar Simpang Aur merupakan pasar rakyat yang berada di Kota Bukittinggi, tepatnya pada kawasan komersial di bagian tenggara kota. Perancangan Pasar Simpang Aur dilakukan dengan merespon isu lokalitas dan isu karakter pasar. Isu ini diterjemahkan melalui konsep penciptaan pasar sebagai ruang belanja dan bersosialisasi yang mencerminkan ciri khas daerah setempat. Citra lokal pada Pasar Simpang Aur diwujudkan dalam penciptaan suasana dan tampilan bangunan. Suasana diciptakan melalui zonasi dan organisasi ruang yang mengesankan suasana informal dan sehari-hari. Pada tampilan bangunan, digunakan elemen figur atap bagongjong dan ragam hias dari kain songket setempat.

**Kata-kunci:** pasar, Bukittinggi, citra lokal

## Pengantar

Pasar memiliki peran penting bagi perekonomian. Di Indonesia, masih terdapat kecenderungan untuk berbelanja di pasar dalam pemenuhan kebutuhannya. Pasar merupakan ruang bagi kegiatan ekonomi masyarakat yang terjadi setiap hari. Kegiatan ekonomi ini mencakup kegiatan transaksi jual beli, bongkar muat serta pengelolaan dan keamanan. Selain itu, pasar terutama pasar rakyat juga menjadi pusat aktivitas masyarakat setempat. Pasar merupakan tempat terjadinya interaksi sosial antar penggunaannya dan ruang yang mencerminkan budaya masyarakat setempat.

Bagi masyarakat Kota Bukittinggi, keberadaan Pasar Simpang Aur sangatlah penting. Pasar Simpang Aur merupakan pasar terbesar dari tiga pasar besar di Kota Bukittinggi. Satu-satunya pasar grosir di Kota Bukittinggi ini sempat dijuluki sebagai Pasar Tanah Abang kedua. Pasar ini juga terkenal di berbagai lapisan masyarakat karena menyediakan komoditas yang lengkap dan beragam serta harga yang cukup terjangkau.

Pasar Simpang Aur memiliki potensi untuk berkembang terutama dari segi lokasi yang strategis serta antusiasme masyarakat dalam berkegiatan di pasar ini. Seiring perkembangannya, pasar ini membutuhkan citra lokal sebagai cerminan budaya lokal. Citra lokal pada perancangan Pasar Simpang Aur diharapkan merepresentasikan identitas masyarakat Sumatera Barat khususnya budaya setempat.

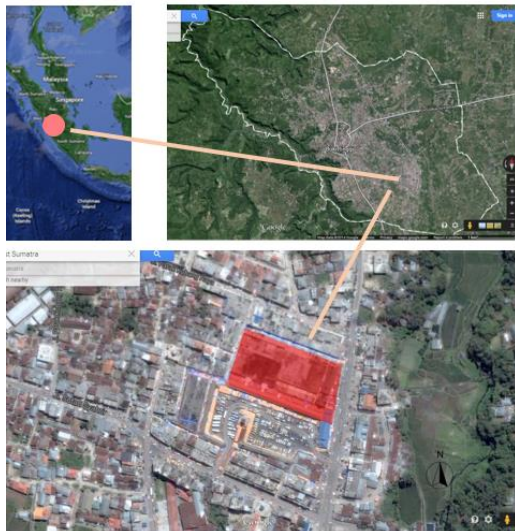
Artikel ini ditulis dari refleksi proyek tugas akhir semester II tahun 2014/2015 di Program Studi Arsitektur ITB. Citra lokal dipilih sebagai isu, karena hal ini menjadi model untuk menghasilkan lokalitas pada pasar rakyat. Pelajaran-pelajaran yang dituliskan dalam artikel ini bisa menjadi rujukan untuk topik-topik perancangan dengan tema serupa.

## Deskripsi Pasar Simpang Aur

Pasar Simpang Aur Bukittinggi dibangun pada tahun 1985. Pada awalnya, pasar yang dikelola oleh Dinas Pengelolaan Pasar Kota Bukittinggi ini merupakan pasar inpres dengan luas sekitar 1,2 Ha. Komoditas yang dijual pada saat itu adalah mayoritas kebutuhan pokok hasil bumi setempat. Kemudian pasar ini terus mengalami per-

kembangan. Di daerah sekitar pasar mulai berkembang usaha konveksi pakaian yang umumnya dijual di pasar ini. Oleh karena itu, komoditas yang dijual mengalami perubahan sehingga saat ini komoditas tekstil dan pakaian jadi menjadi mayoritas. Jumlah pedagang dan pembeli meningkat serta cangkupan pasar bertambah luas. Saat ini, lingkup pelayanan Pasar Simpang Aur telah mencapai skala pelayanan kota dan regional.

Pasar Simpang Aur Bukittinggi berlokasi di Jalan ByPass pada kawasan komersial Aur Kuning. Lokasi Pasar Simpang Aur ini sangat strategis. Lokasi pasar bersebelahan dengan terminal penumpang tipe A dan berada di sekitar permukiman penduduk (lihat pada Gambar 1). Pasar berada pada jalan arteri primer Kota Bukittinggi yaitu Jalan ByPass yang merupakan jalur utama penghubung Kota Bukittinggi dan kota-kota lain di sekitarnya. Jarak pasar dengan pusat Kota Bukittinggi sekitar 1 km. Lokasinya sangat mudah dicapai baik dengan menggunakan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum.



**Gambar 1.** Peta Lokasi Pasar

Secara umum, pengguna Pasar Simpang Aur Bukittinggi dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar yaitu penjual, pembeli, buruh angkat, dan pengelola. Penjual di pasar ini pada umumnya merupakan masyarakat setempat

yaitu berasal dari Kota Bukittinggi dan sekitarnya. Di pasar ini terdapat dua jenis penjual, yaitu penjual grosir dan penjual eceran. Pembeli yang berkunjung ke pasar rakyat ini mayoritas dari golongan menengah ke bawah, namun masih terdapat sebagian pembeli yang merupakan golongan menengah ke atas. Pembeli dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu pembeli barang skala rumah tangga dan pembeli yang akan menjual kembali barang yang telah dibeli. Pembeli yang datang ke pasar ini berasal dari masyarakat sekitar, pembeli dari luar kota hingga luar provinsi. Buruh angkat merupakan orang yang mendukung kegiatan jual beli. Buruh angkat membantu para penjual mengantarkan barang dagangannya ke dalam unit pasar dan membantu pembeli yang membeli barang dalam skala besar. Sedangkan pengelola bertanggung jawab terhadap administrasi dan manajerial serta keamanan.

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan di pasar ini dikelompokkan menjadi empat kegiatan utama. Empat kegiatan ini meliputi kegiatan jual beli, loading barang, pengelolaan dan keamanan, serta kegiatan penunjang seperti beristirahat dan beribadah. Kegiatan jual beli di pasar rakyat beroperasi dari pagi hari (sekitar pukul 05.00) hingga sore hari (pukul 17.00). Sedangkan pertokoan beroperasi pukul 06.00 hingga pukul 16.00. Hari Rabu dan Sabtu merupakan "hari pekan" menurut istilah masyarakat setempat. Pada kedua hari ini, jumlah penjual di pasar dapat bertambah khususnya pedagang kaki lima. Selain itu, intensitas kegiatan pada Pasar Simpang Aur juga bertambah pada Bulan Ramadhan terutama menjelang Hari Raya Idul Fitri.

### **Isu Karakter Pasar dan Lokalitas pada Perancangan Pasar Simpang Aur**

Ada dua isu yang diangkat pada perancangan Pasar Simpang Aur. Isu pertama adalah isu karakter pasar. Sedangkan isu kedua adalah isu lokalitas.

Isu karakter pasar diangkat pada perancangan Pasar Simpang Aur karena setiap pasar rakyat memiliki karakter masing-masing. Hal ini membuat pasar rakyat unik sesuai dengan

konteks lingkungannya. Perancangan pasar rakyat juga harus sesuai dengan pola aktivitas pengguna setempat.

Isu lokalitas disoroti pada perancangan ini karena sebuah pasar menjadi cerminan budaya dimana pasar tersebut berada. Bangunan pasar dapat menjadi identitas yang dapat dikenal masyarakat. Penampilan fisik pasar dapat mengadaptasi arsitektur lokal setempat sebagai salah satu ciri yang membedakan pasar ini dengan pasar lainnya.

### Konsep Citra Lokal pada Rancangan Pasar Simpang Aur

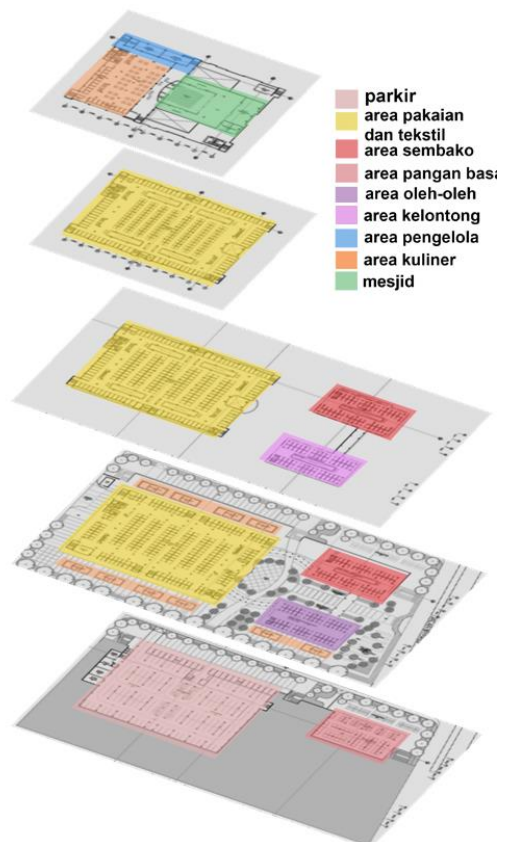
Konsep penciptaan citra lokal pada rancangan Pasar Simpang Aur terbagi dua, yaitu konsep penciptaan suasana dan konsep perubahan bentuk dan fasade. Konsep penciptaan suasana diterapkan pada pendaerahan dan organisasi ruang pada pasar yang disesuaikan dengan kegiatan yang berlangsung di pasar. Sedangkan citra lokal pada perubahan bentuk dan fasade dimunculkan pada selubung bangunan dengan menggunakan elemen-elemen lokal sebagai daya tarik tersendiri bagi pendatang serta menjadi pendorong rasa kepemilikan bagi masyarakat setempat.

#### *Konsep Penciptaan Suasana*

Citra lokal Pasar Simpang Aur diterapkan pada pembagian daerah pada tapak. Pembagian daerah ini disesuaikan dengan pola kegiatan masyarakat setempat. Pendaerahan pada tapak dibagi berdasarkan komoditas yang tersedia. Pada pendaerahan, dilakukan pemisahan secara horizontal terhadap pasar kebutuhan sehari-hari dan pasar konveksi. Pemisahan ini dilakukan untuk memunculkan suasana berbelanja yang berbeda antara pasar kebutuhan sehari-hari dan pasar konveksi. Suasana pasar kebutuhan sehari-hari cenderung lebih tradisional sedangkan pasar konveksi lebih modern. Selain itu, berdasarkan pertimbangan pola kegiatan masyarakat setempat, kedua jenis pasar ini dipisahkan karena komoditas pasar kebutuhan sehari-hari harus terjual pada satu hari berdagang sehingga ditempatkan pada bagian yang mudah diakses. Berbeda dengan

komoditas pasar konveksi yang penjualannya tidak terikat waktu. Beberapa alasan pemisahan lainnya adalah perbedaan sasaran calon pembeli, pertimbangan penggunaan dan pembuangan air, pencahayaan dan penghawaan serta fungsi bangunan sekitar.

Rancangan bangunan Pasar Simpang Aur terdiri dari tiga massa bangunan utama. Dua massa bangunan yang berada dekat dengan Jalan ByPass sebagai pintu masuk utama merupakan pasar kebutuhan sehari-hari yang terdiri dari komoditas sembako, kelontong, oleh-oleh, serta komoditas pangan basah seperti daging, sayur dan buah. Sedangkan untuk satu massa bangunan merupakan bagian dari pasar konveksi yang terdiri dari komoditas pakaian dan tekstil (lihat pada Gambar 2).



**Gambar 2.** Pendaerahan Komoditas Pasar

Untuk memunculkan suasana berdagang dan berbelanja pada pasar kebutuhan sehari-hari

dan pasar konveksi, dua massa bangunan pasar kebutuhan sehari-hari dibuat dengan konsep yang cukup terbuka. Ruang-ruang dirancang untuk mendapatkan pencahayaan dan penghawaan alami (lihat Gambar 3). Beberapa bagian toko juga dirancang menghadap keluar bangunan. Sedangkan massa bangunan pasar konveksi dibuat *bulky* dengan orientasi kegiatan yang cenderung ke dalam bangunan. Bangunan pasar konveksi terkesan lebih tertutup dibandingkan pasar kebutuhan sehari-hari (lihat Gambar 4).



**Gambar 3.** Suasana Pasar Kebutuhan Sehari-hari



**Gambar 4.** Suasana Pasar Konveksi

Pada perancangan Pasar Simpang Aur ini, juga tersedia ruang terbuka berupa plaza diantara dua kelompok komoditas. Pasar dapat dimanfaatkan sebagai ruang kegiatan sosial masyarakat. Pada waktu-waktu tertentu, plaza juga dapat digunakan sebagai ruang berdagang temporer. Selain pada plaza, ruang-ruang di sekitar bangunan juga merupakan ruang yang fleksibel (lihat Gambar 5). Beberapa bagian juga dapat digunakan sebagai area berdagang

temporer pada hari Pekan. Area berdagang temporer ini ditandai dengan pola lantai yang berbeda pada beberapa tempat. Penyediaan area dengan pola lantai berbeda ini bertujuan agar pedagang yang berjualan pada hari Pekan tidak berdagang di sembarang tempat agar tercipta suasana pasar yang tertib dan beraturan.



**Gambar 5.** Ruang Fleksibel untuk Berdagang

### *Konsep Tampilan Bangunan*

Pada perancangan sebuah pasar, bentuk dan tampilan luar merupakan daya tarik bagi pengunjung. Ekspresi yang ingin dimunculkan dari rancangan bangunan pasar ini adalah fasade yang mengundang dan menampilkan citra lokal. Perancangan fasade bangunan pasar dilakukan dengan menggunakan pendekatan lokalitas. Pendekatan ini dipilih agar muncul 'rasa memiliki' masyarakat setempat pada bangunan. Selain itu, pendekatan ini dapat menjadi daya tarik dan identitas tersendiri bagi calon pengunjung. Fasade bangunan pasar kebutuhan sehari-hari menampilkan kesan tradisional sedangkan bangunan pasar konveksi dibuat lebih modern.

Pasar kebutuhan sehari-hari menggunakan tempelan pada atap bagongjong yang berbentuk seperti tanduk kerbau. Tanduk kerbau merupakan ciri khas Minangkabau sehingga digunakan sebagai bentuk pencitraan lokalitas yang disederhanakan. Atap bagongjong ditempatkan pada dua sisi atap bangunan. Transformasi bentuk atap ini terlihat pada Gambar 6(a).

Bagian atas pasar konveksi terdapat masjid dengan bentuk atap yang diadaptasi dari bentuk



atap bangunan lokal. Bentuk atap yang diadaptasi adalah bentuk atap Masjid Rao-rao. Masjid yang dibangun puluhan tahun yang lalu ini memiliki bentuk atap yang unik dan menjadi ciri bentuk atap masjid-masjid di Minangkabau. Bentuk atap Masjid Rao-rao ini juga memiliki kemiripan dengan atap Jam Gadang sebagai simbol Kota Bukittinggi. Penerapannya dapat dilihat pada Gambar 6(b). Penerapan elemen lokal ini menjadi menjadi simbol dan daya tarik tersendiri bagi Pasar Simpang Aur.

Selain itu, dinding selubung pasar konveksi dihiasi oleh bentuk geometri motif songket

Minangkabau. Pada penerapannya pada fasade bangunan, bentuk motif ini yang disederhanakan dan digunakan sebagai lis saja sehingga tidak sulit untuk perawatannya. Bentuk motif songket yang dipilih dan penerapannya pada tampilan bangunan dapat dilihat pada Gambar 6(c). Selain itu, pada pintu masuk bangunan terdapat kaca dengan tempelan motif ragam hias Minangkabau terlihat pada Gambar 6(d). Hal ini dilakukan untuk mempertegaskan pintu masuk utama pasar konveksi. Penerapan elemen-elemen ini tidak mengandung makna filosofis tertentu.



(a)

(b)



(c)



(d)



**Gambar 6.** (a) Transformasi Atap Bagongjong, (b) Adaptasi Bentuk Atap Masjid Rao-rao, (c) Motif Songket pada Fasade, (d) Ragam Hias Minangkabau pada *Entrance* Bangunan, dan (e) Tampak Utara Pasar.

## Kesimpulan

Perancangan Pasar Simpang Aur Bukittinggi menciptakan citra lokal pada dua hal, yaitu penciptaan suasana dan tampilan bangunan. Penciptaan suasana diterapkan pada pembagian pendaerahan pasar kebutuhan sehari-hari dan pasar konveksi serta penyediaan ruang-ruang berdagang temporer. Tampilan bangunan menggunakan elemen-elemen lokal seperti motif songket sebagai detail dari selubung bangunan dan modifikasi atap bagonjong tanduk kerbau pada atap pasar kebutuhan sehari-hari serta bentuk atap masjid yang diadaptasi dari bentuk atap Masjid Rao-rao.

Penciptaan citra lokal pada sebuah pasar rakyat cukup penting karena selain pasar sebagai ruang kegiatan ekonomi, pasar juga sebagai ruang kegiatan sosial budaya masyarakat. Dengan adanya penciptaan lokal ini, pasar dapat menjadi cerminan identitas budaya lokal setempat. Diharapkan penciptaan citra lokal ini juga dapat diterapkan pada pasar-pasar rakyat lainnya di seluruh wilayah Indonesia

## Daftar Pustaka

- Badan Perencanaan Daerah Kota Bukittinggi. (2010). Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Bukittinggi. Bukittinggi.
- M. Chatib Basri (2012). *Rumah Ekonomi Rumah Budaya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Agus S. Ekomadyo dan Sutan Hidayatsyah (2012). *Isu, Tujuan, dan Kriteria Perancangan Pasar Rakyat*. Bandung: Artikel pada Temu Ilmiah IPLBI.
- Endy M. (2008). *Panduan Perancangan Bangunan Komersial*. Yogyakarta: Andy.
- Helen T. (2008). *Public Markets*. New York: Library of Congress and W.W. Norton and Company Inc.