

“Design Thinking” untuk Daya Saing Pasar Rakyat

Agus S. Ekomadyo, Sekolah Arsitektur Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan Insitut Tekonologi Bandung, aekomadyo00(at)gmail.com

(Refleksi sebagai Pemateri FGD FGD SNI Pasar dan SOP Pengelolaan Pasar, Dirjen Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan RI, Bandung , 26 November 2019)

Link artikel: <https://iplbi.or.id/design-thinking-untuk-daya-saing-pasar-rakyat/>

Banyak kritik ketika program revitalisasi Pasar Rakyat di Indonesia lebih berorientasi pada pembangunan fisik. Bahkan ketika dibuat standar nasional tentang Pasar Rakyat (SNI 8125:2015), kritikan banyak dituai karena lebih mengatur terhadap sarana dan prasarana fisik. Bisa dipahami, karena perwujudan fisik lebih langsung bisa terlihat, jadi orientasi pembangunan sarana dan prasarana dipilih agar publik menilai bahwa pemerintah tengah menjalankan amanat untuk melakukan revitalisasi pasar rakyat. Meskipun pada praktiknya permasalahan pasar rakyat lebih pada tatakelola (Kasali, 2007; Poesoro, 2007), dan ini terkait dengan kompleksitas relasi sosial dalam pengelolaan pasar rakyat. Maka program revitalisasi pasar rakyat sejatinya mengangkat kembali pasar sebagai rumah ekonomi dan rumah budaya: sarana dan prasarana tempat masyarakat membangun aktivitas mutual ekonomi, sosial, dan budaya (Basri, 2010; Ekomadyo, 2019).

Dalam disiplin arsitektur, aspek lingkungan binaan secara fisik yang menjadi perhatian utama. Termasuk dalam pasar rakyat, yang terbayang pertama kali adalah Arsitek bisa berperan dengan merancang bangunan pasar. Tetapi, bagaimana jika ternyata permasalahan utama pasar bukan pada rancangan fisik, tetapi pada tatakelola? Apakah disiplin arsitektur akan membatasi perannya? Kalau hanya memilih berpartisipasi dalam merancang bangunan pasar, peran ini akan sangat terbatas, ditambah dunia proyek pemerintah – apalagi proyek pasar rakyat – di mana kondisi politik-ekonomi lebih dominan daripada kompetensi perancangan arsitektur.

Di sini, pengetahuan desain arsitektur yang berorientasi pada bentuk, atau mazhab formalisme, tidak lagi memadai dalam merancang pasar rakyat dengan kompleksitas sosialnya. Mazhab partisipatoris, atau juga dikenal dengan “social design” (Sommer, 1983), lebih cocok sebagai pendekatan perancangan yang melibatkan publik. Awalnya, pendekatan partisipatoris dibangun untuk mendorong aspek keadilan dalam proses pembangunan (Sanof, 2006). Namun, pendekatan ini kemudian mendapat kritik karena akhirnya jadi legitimasi dari kekuasaan tertentu (Toker, 2007, Andersen, 2015). Lebih lagi, sejatinya semua proses desain adalah partisipatif, karena pasti melibatkan partisipasi banyak pihak, tergantung dari tingkat partisipasinya.

Penulis sendiri memilih pendekatan “sosio-teknis” untuk mengimplementasikan ilmu arsitektur, termasuk cara berpikir desain, untuk memberikan kontribusi dalam upaya revitalisasi pasar rakyat di Indonesia. Pemikiran ini awalnya dipengaruhi oleh pemikir sosio-spasial seperti Lefebvre (1974/ 1991) dan Dovey (2010) di mana arsitektur berperan sebagai representasi dan mediator dalam suatu kompleksitas sosial. Perkenalan penulis dengan Teori Jejaring-Aktor (Actor-Network Theory/ ANT) membawa penjelajahan pemikiran desain arsitektural dalam kerangka relasi mutual antara aktor-aktor manusia dan objek-objek teknis (Latour, 1999; Latour, 2005). Dalam kerangka ini, maka objek-objek teknis, termasuk aneka produk pekerjaan arsitektural, dianggap setara dalam relasinya dengan

aktor-aktor manusia. Artinya, meskipun pendekatannya dari lingkungan binaan sebagai produk arsitektur, ANT memberikan ruang untuk menjadikannya sebagai objek-objek teknis yang menjadi mediator aktor-aktor manusia. Mengelola manusia bisa dilakukan lewat perhatian terhadap objek-objek teknis yang ada di dalam relasi-relasi sosial tersebut.

Dengan demikian, maka berpikir merancang dalam kegiatan revitalisasi pasar rakyat bukan terbatas pada merancang bangunan, tetapi merancang objek-objek teknis dan relasinya dengan aktor manusia. Dalam ANT, merancang berarti membuat script (script-making), yaitu mengkomposisikan seperangkat aktor non-manusia yaitu gagasan, teks, prosedur, dan objek-objek teknis agar aktor-aktor manusia bertindak sesuatu (Ackrich, 1999, Yuliar, 2009, Ekomadyo, 2019a). Pendekatan ini penulis lakukan saat mengkonstruksi pasar purnama di Lembang: yang dihasilkan adalah desain lay-out dan naungan pasar, namun sesungguhnya yang digerakkan adalah bagaimana masyarakat lokal mampu membangun inisiasi, mengelola, dan mengembangkan pasar untuk mereka sendiri merespon potensi kedatangan pengunjung dari luar karena ada daya tarik di kampung mereka (Ekomadyo, 2019b).

Jadi, sebagai arsitek, untuk membantu dalam membangkitkan tidak melulu ketrampilan merancang lingkungan fisik, tetapi merancang dalam arti yang lebih luas. Cara berpikir merancang dari para arsitek telah dipelajari dan digunakan untuk mengatasi persoalan-persoalan yang rumit (wicked-problem) dari disiplin-disiplin lain (Lawson, 2005; Rowe, 1987; Dorst, 2011). Dalam perspektif ANT, berpikir desain berarti seni mengkomposisi, membayangkan (*to inscribe*) relasi-relasi aktor-aktor manusia dan non-manusia bisa terajut, termasuk menyusun program tindakan (*program of action*) bagaimana agar manusia itu bertindak sesuatu. Dalam konteks revitalisasi pasar rakyat, tindakan yang diinginkan adalah para pelaku pasar, terutama pengelola, bersama-sama merawat, menjaga, dan menghidupkan aktivitas ekonomi dan sosial budaya di pasar rakyat.

Penulis memilih tag-line “Merancang Daya Saing Pasar Rakyat”. Tujuannya jelas, agar bagaimana pasar dikelola dengan semangat berdaya saing, bisa percaya diri menjadi sarana perbelanjaan masyarakat yang setara dengan pusat-pusat perbelanjaan yang lebih modern. Ada keunikan pasar rakyat, aspek sosio-kultural, yang tidak dimiliki oleh *convenience store*, minimarket, supermarket, atau sebangsanya. Maka, objek-objek teknis, semacam Standar Nasional, program revitalisasi, pembangunan pasar, dan lain-lain perlu dirancang relasinya dengan aktor-aktor manusia yang terlibat. Yang dirancang adalah relasinya, bagaimana objek-objek teknis tersebut mampu menarik warga untuk berbelanja dan beraktivitas sosial dan budaya di pasar rakyat.

Referensi:

1. Akrich, M., 1992. The De-Scriptio of Technical Objects. In Bijker, W.E., and Law, J., 1992. Shaping Technology/ Building Society Studies in Sociotechnical Change The MIT Press Cambridge, Massachusetts
2. Bijker, W.E., and Law, J., 1992. Shaping Technology/ Building Society Studies in Sociotechnical Change The MIT Press Cambridge, Massachusetts Design Studies, 1(1), 17-24.
3. Basri, M. C. (Ed.). (2010). Rumah ekonomi rumah budaya: Membaca kebijakan perdagangan Indonesia [Economics home culture home: Reading Indonesian trade policies]. Jakarta, Indonesia: Gramedia Pustaka Utama.
4. SNI 8125 tahun 2015 tentang Pasar Rakyat
5. Poesoro, A. (2007). Measuring the impact of supermarkets of traditional markets. SMERU Newsletter, 22, 3-10.
6. Kasali, R. (2007). Re-code your change DNA. Jakarta, Indonesia: Gramedia Pustaka Utama.

7. Ekomadyo, A.S. (2019). Evaluating Revitalized Public Markets as Economic and Socio-cultural Places in Indonesia. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities* 27 (2): 963 - 976 (2019).
8. Sanoff, H., 2006. Origins of community design. *Progressive Planning*, (166) 14-17.
9. Sommer, R., 1983. *Social Design: Creating Buildings with People in Mind*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
10. Dovey, K. (2010). *Becoming Places: Urbanism/Architecture/Identity/Power*. Routledge, New York.
11. Levebvre, H. (1974/1991). *The Production of Space*. Diterjemahkan oleh Donald Nicholson-Smith. Basil Blackwell, Oxford.
12. Andersen, L.B., Danholt, P., Halskov, K., Hansen, N.B., & Lauritsen, P. (2015) Participation as a matter of concern in participatory design, *CoDesign: International Journal of CoCreation in Design and the Arts*, 11:3-4, 250-261, DOI: 10.1080/15710882.2015.1081246
13. Toker, Z., 2007. Recent trends in community design: the eminence of participation. *Design Studies*, 28 (3) 309-323. doi: 10.1016/j.destud.2007.02.008
14. Latour, B., 1999. *Pandora's Hope: Essays on the Reality of Science Studies*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press
15. Latour, B., 2005. *Reassembling the Social: an Introduction to Actor-Network Theory*. New York: Oxford University Press.
16. Yuliar, S., 2009. *Tata Kelola Teknologi: Perpektif Jaringan Aktor*. Bandung: Penerbit ITB
17. Ekomadyo, A.S. (2019a). *Andai Sokrates Ada di Floating.Market*. https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=2316350321746374&id=100001142870710
18. Ekomadyo, (2019b) *Modal Sosial dalam Penciptaan Pasar: Refleksi terhadap Pasar Purnama Ramadan 2019 di Kampung Areng Lembang* Artikel dalam Media IPLBI, 11 September 2019. <https://iplbi.or.id/modal-sosial-dalam-penciptaan-pasar/>
19. Lawson, B. (2005). *How Designers Think: The Design Process Demystified*. Architectural Press, Oxford
20. Rowe, P. G (1987). *Design Thinking*. The MIT Press, Cambridge, Massachussetts
21. Dorst, K. (2011). The core of 'design thinking' and its application *Design Studies* 32 (2011) 521-532 doi:10.1016/j.destud.2011.07.006