

IDENTIFIKASI PERKEMBANGAN DAN PENCiptaan BRANDING KAWASAN KAMPUNG KOTA DI KAWASAN BLOK TAHU CIBUNTU, KELURAHAN BABAKAN, KOTA BANDUNG

F.I.Sudrajat¹⁾, dan T.Suheri²⁾

Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer
Universitas Komputer Indonesia, Jalan Dipati Ukur No. 102-116 Bandung 40132
email: fahmails18@gmail.com¹⁾, tatangpl@yahoo.com²⁾

ABSTRAK

Pemerekan tempat (branding space) saat ini menjadi salah satu inovasi dalam mengembangkan suatu tempat atau kawasan agar dapat bersaing di tengah perkembangan zaman, pemerekan tempat tidak hanya berikut pada jargon atau simbol-simbol tertentu, namun didalamnya diperlukan identitas yang merupakan modal utama untuk mengembangkan kawasan tersebut agar dapat dikenal dan memiliki asosiasi khusus di benak masyarakat. Khususnya dalam konteks kampung kota, dimana biasanya kampung kota memiliki ciri kumuh dan tidak teratur, pemerekan tempat ini bisa dijadikan solusi alternatif untuk menata kawasan tersebut ke arah yang lebih baik, pemerekan dilakukan berdasarkan identitas serta segala atribut yang ada di dalam kawasan kampung kota agar memiliki asosiasi positif di benak masyarakat. Penelitian ini akan mengidentifikasi bagaimana perkembangan kawasan blok tahu cibuntu yang merupakan salah satu kawasan kampung kota di Kota Bandung hingga memiliki identitas sebagai penghasil tahu berkualitas, produk tahu yang berasal dari kawasan tersebut memiliki asosiasi positif di benak konsumen, dan juga akan mengidentifikasi bagaimana penciptaan branding di kawasan tersebut bisa dilakukan. Dengan melakukan metode penelitian kualitatif serta pendekatan etnografi diharapkan penelitian ini bisa mendapatkan gambaran utuh tentang bagaimana perkembangan kawasan tersebut sehingga memiliki identitas juga bagaimana penciptaan branding yang dilakukan. Hasil penelitian ini menemukan bahwa perkembangan kawasan tersebut hingga memiliki identitas sampai hari ini melalui proses yang panjang dan tercipta secara organik, dimana masyarakat secara turun temurun melakukan kebiasaan serta menjaga kearifan lokal yang ada, lalu penciptaan branding terjadi melibatkan pemangku kebijakan setempat yakni Kelurahan Babakan yang memiliki andil membuat kebijakan untuk menjadikan kawasan tersebut memiliki ciri khas, penciptaan branding juga melibatkan seluruh komponen masyarakat yang ada di kawasan tersebut.

Kata Kunci : Branding Space, Kampung Kota, Pemerekan Tempat.

I. PENDAHULUAN

Citra yang disajikan suatu kota atau tempat tentu berdampak pada perkembangan kota atau tempat itu sendiri, citra kota atau tempat yang positif menjadi suatu jaminan bagi pelaku bisnis dan investor, citra kota atau tempat yang positif juga akan berdampak pada meningkatnya daya tarik terhadap turis karena adanya rasa aman dan nyaman. Ada dua alasan mengapa kota membutuhkan citra, yakni kota sebagai entitas politik dan ekonomi, sebagai pusat pertumbuhan ekonomi, kota harus mampu menarik pelaku bisnis untuk menanamkan modalnya, sebagai sebuah entitas politik, kota wajib melakukan diplomasi publik dan juga mendukung promosi produk yang dihasilkannya. Selain itu, sebuah kota harus mampu mempertegas identitas dan meningkatkan harkat yang dimilik oleh warganya.

Beberapa tahun yang telah lalu fokus perdebatan dari pemasaran tempat (Place Marketing) bergeser menjadi branding tempat (Place Branding) (Kavaratzis, 2008). Tumbuh kesadaran bahwa produk yang dimilikinya memiliki asosiasi positif pada pemikiran konsumen ketika produk tersebut didapat langsung dari produk tersebut berasal. Saat ini penamaan produk biasanya didasari oleh tempat dimana produk itu berasal, misalnya susu murni pangalengan, ataupun jaket kulit sukaregang.

Berdasarkan kaitannya dengan konsep branding space, tempat tersebut dapat dibagi menjadi dua bagian, yang pertama sebuah tempat bisa menjadi brand payung (umbrella brand) yaitu tempat tersebut diisi oleh beragam merek produk, atau yang kedua tempat bisa menjadi merek produk (product brand) yaitu tempat tersebut memiliki keterikatan langsung dengan salah satu produk yang ada didalamnya.

Pada RTWR Kota Bandung terdapat beberapa lokasi yang merupakan Kawasan Khusus Strategis (KSK) salah satunya adalah kawasan sentra tahu cibuntu yang terletak di Kecamatan Babakan Ciparay Kelurahan Babakan. Kawasan blok tahu cibuntu yang memiliki identitas sebagai penghasil tahu sudah dikenal sejak lama, identitas yang diciptakan mengalir secara turun temurun ditengah masyarakat, begitu juga dengan citra yang ditimbulkan. Kedua poin ini cukup relevan jika dikaitkan dengan teori branding space, dimana identitas yang dibuat akan dikomunikasikan kepada masyarakat untuk menimbulkan citra atas tempat itu sendiri.

Namun era globalisasi ini telah berdampak pada pudarnya sejarah pembentukan identitas serta bagaimana proses terimplementasikannya branding tempat di suatu kawasan, dalam konteks perencanaan kota khususnya branding tempat perkembangan dan penciptaan penting dipertimbangkan sebagai alternatif perencanaan kawasan perkotaan khususnya membentuk identitas suatu tempat.

Dengan demikian hal ini perlu diidentifikasi perkembangan dan penciptaan branding kawasan kampung kota. Tujuan utama Penelitian ini adalah:

1. Identifikasi Bagaimana perkembangan kawasan blok tahu cibuntu dari awal.
2. Identifikasi karakteristik kawasan blok tahu cibuntu cibuntu.
3. Identifikasi penciptaan branding kawasan blok tahu cibuntu.

II. METODE

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif. Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan bagaimana perkembangan dan penciptaan branding kawasan kampung kota ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Serta ditinjau dari latar belakang dan rumusan masalah, pendekatan selanjutnya yang digunakan adalah pendekatan penelitian etnografi yang merupakan bagian dari penelitian kualitatif.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Perkembangan Kawasan Blok Tahu Cibuntu

Awal mula Kawasan Blok Tahu Cibuntu belum diketahui secara pasti, kemunculan Kawasan Blok Tahu Cibuntu tercipta secara organik dalam kurun waktu tertentu hingga hari ini. Namun data dari hasil wawancara ditemukan fakta-fakta tentang sejarah Kawasan Blok Tahu Cibuntu, fakta ini menjadi garbaran singkat tentang perkembangan Kawasan Blok Tahu Cibuntu.

Sekitar tahun 1950 diperkirakan awal mula kawasan ini identik dengan lokasi pembuatan tahu, namun masyarakat lokal menganggap ini hal yang biasa saja, zaman itu pengrajin tahu belum sebanyak saat ini dan masyarakat lokal masih hanya menjadi pekerja di industri tahu skala besar yang dimiliki oleh kelompok etnis tertentu.

Sejarah juga menceritakan bahwa Kawasan Blok Tahu Cibuntu ini hampir hilang, penyebabnya adalah krisis ekonomi tahun 1998, yang menyebabkan harga-harga kebutuhan pokok naik, serta menurunnya daya beli masyarakat dan kekacauan sosial dalam pergantian kepemimpinan pemerintah pada saat itu.

Fase pertumbuhan kembali Kawasan Blok Tahu Cibuntu dimulai tahun 2001, setelah krisis ekonomi tahun 1998 perbaikan ekonomi mulai dilakukan, banyak bantuan dan inovasi ekonomi yang bermunculan, hal ini membantu kelangsungan para pengrajin tahu cibuntu pada saat itu, munculnya koperasi simpan pinjam, hingga pelatihan-pelatihan yang dilakukan pemerintah mampu membangkitkan lagi produktifitas pengrajin tahu kawasan cibuntu saat itu.

Tahun 2012 Pemerintah Provinsi Jawa Barat bekerjasama dengan Bank BTN mulai terlibat dalam penataan Kawasan Blok Tahu Cibuntu dengan program “*Lingkungan Harmoni Sentra Pengrajin Tahu Cibuntu*” Wakil Gubernur Provinsi Jawa Barat Dede Yusuf mencanangkan bahwa Kawasan Blok Tahu Cibuntu ini akan menjadi destinasi wisata kuliner di Provinsi Jawa Barat.

Saat ini Kawasan Blok Tahu cibuntu masih berjalan secara organik, para pengrajin masih menjalankan aktifitas produksi tahu dalam kesehariannya, masyarakat tidak membranding tempat tersebut secara langsung, proses penyebaran informasi sebagai pengrajin tahu berkualitas melalui proses mulut ke mulut selama bertahun-tahun, hingga muncul nama tahu cibuntu beredar di pasar.

B. Karakteristik Kawasan Blok Tahu Cibuntu

Kawasan Blok Tahu Cibuntu secara administratif berada di Jl. Aki Padma Kelurahan Babakan Kecamatan Babakan Ciparay Kota Bandung. Kelurahan Babakan sendiri memiliki luas wilayah sebesar 115,36 Ha yang terdiri dari 13 Rukun Warga dengan total jumlah penduduk sebanyak 28.538 jiwa. Kawasan Blok Tahu Cibuntu sendiri merupakan toponimi yang sebenarnya tidak memiliki keterikatan administratif lokasi, walau sebutannya adalah Kawasan Blok Tahu Cibuntu lokasi administratifnya bukan di Kelurahan Cibuntu Kecamatan Bandung Kulon. Sedangkan Kelurahan Babakan Kecamatan Babakan Ciparay merupakan salah satu bagian wilayah Tegallega Kota Bandung dengan memiliki luas lahan sebesar 115,36 Ha.

Masyarakat lokal Kawasan Blok Tahu Cibuntu secara umum bermata pencaharian sebagai pengrajin tahu, kurang lebih sekitar 60% yang menjadikan penghasil tahu sebagai mata pencaharian. Masyarakat lokal hidup tidak terlepas dari industri tahu, karena selain pengrajin tahu masyarakat yang lain mengambil peran untuk keberlangsungan produksi tahu itu sendiri, ada yang menjadi penyedia bahan baku, bahan bakar, sampai penyedia modal.

Kawasan Blok Tahu Cibuntu memiliki satu rumah kreatif yang berada di RW 5 Kelurahan Babakan, rumah kreatif ini digunakan untuk rapat warga juga untuk menyalurkan ide kreatif, beberapa kegiatan Kawasan Blok Tahu Cibuntu seperti festival kuliner tahu dan beberapa kegiatan budaya direncanakan di rumah kreatif ini.

Kearifan lokal di Kawasan Blok Tahu Cibuntu saat ini terus dijaga dan dijalankan oleh masyarakat lokal. Walau tidak ada aturan tertulis, masyarakat menjalankan kearifan lokal secara terus menerus, yang meliputi kepercayaan turun menurun, upacara adat atau kegiatan kebudayaan, juga pekerjaan pokok yang terdapat di kawasan tersebut. Hal tersebut membentuk sebuah identitas khusus sebuah kawasan, dan pembeda dengan kawasan lainnya.

C. Penciptaan Branding Kawasan Blok Tahu Cibuntu

Dalam penciptaan citra pada sebuah kawasan perlu memiliki visi dan strategi yang jelas, hal ini untuk menjadi dasar perencanaan yang berkelanjutan. Kawasan blok tahu cibuntu sendiri memiliki identitas sebagai kawasan penghasil tahu di Kota Bandung, identitas menjadi modal penting kawasan blok tahu cibuntu, untuk itu perlu visi dan strategi yang jelas terkait pengembangan brand kawasan blok tahu cibuntu itu sendiri.

Kawasan blok tahu cibuntu terletak di administratif Kelurahan Babakan, untuk itu Kelurahan Babakan selaku pemangku kebijakan perlu membuat visi dan strategi yang jelas dalam mengembangkan kawasan yang ada didalamnya. Saat ini Kelurahan Babakan Memiliki visi sebagai pusat pengembangan usaha kecil dan jasa di Kota Bandung pada tahun 2020, adapun misi dari kelurahan babakan adalah untuk meningkatkan perekonomian lokal ditunjang pengembangan usaha kecil dan jasa untuk kesejahteraan masyarakat, serta meningkatkan kehidupan sosial yang harmonis dengan dukungan partisipasi masyarakat dan penataan lingkungan yang berkelanjutan.

Dalam penciptaan citra tempat suatu kawasan juga perlu adanya kesepakatan dan dukungan dari seluruh pihak khususnya pemangku kebijakan dan diperlukan pula adanya partisipasi yang berimbang. Kelurahan Babakan sendiri dalam rangka mewujudkan visi menjadikan Kelurahan Babakan sebagai pusat pengembangan usaha kecil dan jasa melibatkan seluruh kelembagaan yang ada didalamnya untuk berpartisipasi dalam mewujudkan visi tersebut. Diantara kelembagaan tersebut diantaranya adalah Tim

Penggerak Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (TP-PKK), Karang Taruna, dan Lembaga Pemberdayaan Masyarakat.



Gambar 1. Sinergitas Berimbang Antara Kelembagaan dan Masyarakat Lokal

Penentuan prioritas pada kebutuhan lokal yang melibatkan warga lokal, pengusaha dan pembisnis dalam mengembangkan brand perlu dilakukan, hal ini bertujuan untuk mengetahui kebutuhan yang bersifat prioritas. Dalam konteks penciptaan citra kawasan blok tahu cibuntu Kelurahan Babakan menentukan kebutuhan lokal yang melibatkan warga lokal dan seluruh elemen lainnya. Dalam rangka mengantarkan brand Kelurahan Babakan menentukan beberapa kebutuhan lokal diantaranya: pemberdayaan masyarakat, penyediaan infrastruktur, dan peningkatan kualitas lingkungan kawasan blok tahu Kelurahan Babakan.

TABEL I
PEMENUHAN KEBUTUHAN LOKAL

No	Kebutuhan Lokal	Program
1.	Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> • Perbaikan Jalan • Perbaikan saluran air
2.	Pemberdayaan Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan Kewirausahaan • Sosialisasi Pemanfaatan Teknologi Tepat Guna Usaha dan Ekonomi Produktif • Produk unggulan berbasis pemberdayaan masyarakat
3.	Peningkatan Kualitas Lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> • Urban Farming • Biopori • Perpustakaan • Pengelolaan sampah dan limbah tahu

Kawasan blok tahu cibuntu diperlukan fasilitas penyediaan atau perbaikan kebutuhan dasar, seperti jalan, saluran air, sarana pengelolaan limbah, kebutuhan air, kebutuhan lingkungan yang sehat dan lainnya. Saat ini kawasan blok tahu cibuntu dan umumnya di Kelurahan Babakan sedang gencar melakukan perbaikan jalan, pengelolaan saluran air yang biasa terkena limbah, serta sarana untuk menanggulangi sampah.

Ruang kota dan gerbang kota (Cityscape and Gateways) merupakan kemampuan lingkungan buatan untuk merepresentasikan diri untuk memperkuat atau merusak brand. Dalam konteks penciptaan brand kawasan blok tahu cibuntu Kelurahan babakan, penataan lingkungan penting dilakukan, dengan identitas yang ada lingkungn juga sebaiknya ditingkatkan untuk membuat kenyamanan serta merepresentasikan kawasan tersebut.

Budaya internal yang terjadi merupakan kemampuan penyebaran orientasi brand melalui pengelolaan dan pemasaran tempat itu sendiri. Karena pengelolaan serta pemasaran adalah langkah penting untuk menyebarkan informasi atas orientasi sebuah tempat. Pada Kelurahan Babakan memiliki visi sebagai sebagai pusat pengembangan usaha kecil dan jasa di Kota Bandung pada tahun 2020 melakukan beberapa langkah untuk melakukan pengelolaan dan pemasaran tempat, diantaranya meningkatkan sistem pelayanan publik guna mendorong pertumbuhan kondisi sosial dan ekonomi masyarakat, pemasaran tempat juga dilakukan dengan cara membuat akun sosial media agar segala kegiatan kawasan tersebut bisa diakses oleh semua orang.

Kelurahan Babakan memberi kesempatan secara khusus untuk para pengrajin tahu dalam mengembangkan usahanya, ini merupakan langkah yang dilakukan untuk kesempatan yang diberikan kepada pengrajin tahu di lokasi tersebut. Kesempatan yang diberikan berupa permodalan melalui koperasi simpan pinjam yang ada di setiap RW, juga memberi kesempatan untuk memberi pelatihan pengelolaan limbah tahu agar layak buang, selain itu memberi kesempatan kepada industri tahu mempromosikan produknya melalui kegiatan festival kuliner.

Lokasi studi memiliki visi sebagai sebagai pusat pengembangan usaha kecil dan jasa di Kota Bandung pada tahun 2020 melibatkan seluruh elemen untuk mencapai visi tersebut, diantaranya ada perangkat kelurahan, PKK, Karang Taruna, dan Lembaga Pemberdayaan masyarakat dan juga tentu melibatkan seluruh masyarakat untuk turut serta melakukan berbagai program yang telah disusun. Kemudian diperlukan komunikasi intensional seluruh pihak dalam rangka menyebarkan informasi dilakukan dengan menggelar berbagai pertemuan rutin serta sosialisasi program, hal ini bertujuan agar informasi tersampaikan secara utuh, serta menampung seluruh aspirasi warga guna menyelaraskan dengan visi yang telah direncanakan.

IV. KESIMPULAN

Karakteristik kawasan blok tahu cibuntu menjadi salah satu modal penting terciptanya identitas di kawasan tersebut, keseharian masyarakat di sana sebagian besar tidak jauh dari industri tahu, lalu kawasan cibuntu juga memiliki tradisi yang hingga hari ini tetap dijalankan, tradisi orang tua yang memberi mandat untuk melanjutkan usaha tahu kepada anak-anaknya menjadi peluang kawasan blok tahu ini akan tetap eksis hingga masa mendatang, selain itu ada beberapa kegiatan budaya yang hadir di tengah masyarakat hal tersebut menjadi daya tarik tersendiri serta menjadi kekuatan untuk kawasan blok tahu cibuntu tersebut sebagai salah satu kawasan kampung kota.

Penciptaan branding di kawasan blok tahu cibuntu tidak lepas dari pemerintah setempat khususnya Kelurahan Babakan, dengan visi menjadi kawasan industri kecil dan jasa Kelurahan Babakan membuat program-program yang ditujukan untuk mengembangkan perekonomian kawasan tersebut, penciptaan branding juga terasa di kawasan blok tahu cibuntu, karena pemerintah setempat mengetahui akan adanya potensi dan peluang dari keberadaan kawasan blok tahu cibuntu. Pada akhirnya kolaborasi seluruh pihak sangat diperlukan, dengan melihat potensi yang ada di kawasan blok tahu cibuntu berupa identitas yang kuat itu menjadi modal penting untuk bisa lebih meningkatkan branding di kawasan blok tahu cibuntu yang pada akhirnya akan membawa hal baik terhadap kawasan tersebut, seperti peningkatan perekonomian dan juga potensi untuk pariwisata di masa mendatang.

Pemerintah setempat khususnya Kelurahan Babakan harus meningkatkan program yang benar-benar fokus untuk membranding kawasan blok tahu cibuntu karena mempertimbangkan potensi perkembangan dan karakteristik yang ada.

Diperlukan keterlibatan masyarakat secara penuh agar kawasan blok tahu cibuntu bisa membranding kawasannya lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] James P. Spradley. 2007. Metode Etnografi. Yogyakarta: Tiara Wacana, . Edisi II
- [2] Prof. Dr. Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [3] Boy Syahbana, M. Rahmat Yananda, Rheinatus A Beresaby, Rio Haryadi & Ummi Salamah, 2014. Branding Tempat (Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas), Jakarta; Makna informasi
- [4] Najib, Moh Ainun. (2013). Perbandingan Penerapan Regional Branding Studi Kasus Yogyakarta dan Solo. Thesis. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- [5] Widodo, B. Setiansah, M. 2014. Strategi Pencitraan Kota (City Branding) Berbasis Kearifan Lokal Studi Kasus di Kota Solo Jawa Tengah dan Kabupaten Badung Bali. Jurnal Komunikasi, Vol. 7 No.2.
- [6] Chaerani, Ratu Ulya. 2011. Pengaruh City Branding Terhadap City Image (Studi Pencitraan Kota Solo: 'The Spirit of Java'). Jurnal Riset Komunikasi. Vol.2
- [7] Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Bandung Tahun 2011-2031
- [8] Peraturan Walikota Bandung Nomor 436 Tahun 2015
- [9] Kecamatan Babakan Ciparay Dalam Angka Tahun 2018
- [10] Data Basis Pembangunan Daerah Kota Bandung Tahun 2018
- [11] Profil Kelurahan Babakan Tahun 2020