

KAJIAN RELASI SOSIO-SPASIAL ANTARA MASJID DAN PASAR: KAJIAN ATAS KONTRIBUSI ISLAM DALAM URBANITAS KONTEMPORER

Agus S. Ekomadyo

Institut Teknologi Bandung

e-mail: agus_ekomadyo@yahoo.co.id ; agusjoni@ar.itb.ac.id

Abstrak

Cita-cita muslim adalah menyeimbangkan religiusitas (*al din*) dengan keduniaan (*al dunia*). Dalam perkembangan peradabannya, keseimbangan ini direpresentasikan dalam arsitektur kota Islam, terutama pada Abad Pertengahan. Yang paling menonjol adalah relasi sosio-spasial antara masjid dan pasar, yang dinyatakan sebagai “terpisah namun harmoni”. Namun di masa modern, keseimbangan ini melemah, dan terlihat dalam fenomena relasi sosio-spasial antara masjid dan pasar dalam kehidupan kota saat ini.

Dengan menggunakan pendekatan “*becoming places*”, tulisan ini mencoba menelaah kekuatan-kekuatan yang bekerja dalam jalinan sosial yang membentuk “place” dalam relasi masjid dan pasar. Di satu sisi, kekuatan religius terlihat ditempatkan berjarak dengan kekuatan pasar, namun di sisi lain ditemukan bagaimana kekuatan religius bisa menyelinap di antara dominasi kekuatan pasar. Makalah ini mengajukan argumentasi bahwa untuk berkontribusi dalam pembangunan kota, nilai-nilai Islam perlu disampaikan dengan bersikap tidak berjarak dengan realitas sosial masyarakat kota. Dengan pendekatan ideologis-praktis, diharapkan gagasan Islam tentang kendali masjid terhadap pasar bisa efektif diterima dan dilaksanakan dalam pembangunan kota.

Kata kunci: *becoming places*; kota Islam; relasi masjid dan pasar; urbanitas kontemporer

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan, inti cita-cita muslim adalah membangun keseimbangan antara *al din* (agama/ religiusitas) dan *al dunya* (kehidupan duniawi). Saat mendapat sebagai amanah sebagai khalifah, maka perwujudan kualitas kehidupan di bumi menjadi tanggung jawab manusia. Islam hadir sebagai panduan bagi muslim untuk menjalankan amal salih dalam memakmurkan bumi, untuk kemudian dipertanggungjawabkan kepada Yang Memberi Amanah.

Dalam sejarah Islam, upaya membangun keseimbangan antara *al din* dan *al dunya* dimulai intensif sejak Nabi Muhammad membangun Madinah. Madinah secara harfiah berarti kota, dan menjadi akar kata dari *tamaddun* yang berarti peradaban. Dari sini, masyarakat Islam mulai membangun peradabannya, untuk kemudian mewarnai peradaban dunia. Pengaruh peradaban Islam di dunia terlihat pada perwujudan kota-kota Islam di Abad Pertengahan.

Salah satu ciri khas kota-kota Islam adalah terlihatnya harmoni sosio-spasial antara masjid dan pasar. Masjid adalah representasi dari religiusitas, sedangkan pasar merupakan representasi kehidupan duniawi. Harmoni ini mendapat dukungan normatif dari sumber hukum Islam mengenai anjuran untuk menyeimbangkan aktivitas ritual dan perniagaan.

Pada saat ini harmoni tersebut dipertanyakan: masih adakah keseimbangan antara masjid dan pasar di masa modern? Apakah masjid mampu mempengaruhi sosio-spasial pasar? Adakah representasi religiusitas dalam kehidupan duniawi pada urbanitas masyarakat kontemporer?

Tulisan ini mencoba mengulas relasi sosial antara masjid dan pasar untuk mencari pengaruh Islam pada urbanitas kontemporer. Dengan menggunakan pendekatan “*becoming place*”, beberapa kasus akan dibahas untuk melihat lebih dalam kekuasaan dan hasrat yang berpengaruh dalam pembentukan “*place*” tersebut. Diharapkan dari sini bisa diperlihatkan realita pengaruh Islam dalam masyarakat urban, untuk kemudian bisa digagas bagaimana sebaiknya nilai-nilai Islam disampaikan agar berkontribusi signifikan dalam pembangunan kota.

Hubungan Masjid dan Pasar dalam Norma dan Sejarah Masyarakat Islam

Dalam Al Quran, hubungan antara masjid dan pasar terlihat jelas pada ayat yang mengatur tentang salat Jumat: jika panggilan salat telah diserukan, maka muslim wajib menunaikan salat dan meninggalkan jual beli, dan setelah salat usai dipersilakan bertebaran di muka bumi untuk mencari rezeki (QS 62:9-10). Secara prinsip, Islam mementingkan perlunya akhlak dalam aktivitas perniagaan

(QS 2:275-276, 4:29, 6:15 27:85, 11:84). Nabi Muhammad sendiri dan sebagian besar sahabat adalah pedagang, dan melalui aktivitas perdagangan ini agama Islam disebarakan (Ekomadyo, 1999:3.17,3.18).

Pada kota-kota Islam Abad Pertengahan, keberadaan masjid dan pasar dinyatakan sebagai “terpisah namun harmoni” (Michell, 1987:84). Harmoni ini terlihat dalam pengaturan waktu dan komoditas yang dijual. Secara spasial, terlihat bahwa “*place*” pasar terbentuk karena jalur aksesibilitas orang menuju dan pulang dari masjid. Beberapa pasar menjadi terkenal karena ini, seperti Bazaar i-Shah di Isfahan, Suq al Hamidiyah di Damaskus, dan Khan al Khalili di Kairo (Ekomadyo, 2011:5).

Pada masa kini, harmoni ini masih ditemukan kota suci Islam: Makkah dan Madinah. Saat azan dikumandangkan, toko wajib tutup dan aktivitas niaga berhenti untuk sementara. Pasar terbentuk pada jalur-jalur sirkulasi orang menuju dan pulang dari Masjid al Haram dan Masjid Nabawi. Pasar juga menjadi tempat rehat dan berbelanja di antara waktu-waktu salat. Bahkan saat hujan deras, pasar bisa berubah fungsi menjadi ruang ekstensi bagi aktivitas salat di masjid.

Hubungan antara masjid dan pasar bisa ditafsirkan juga sebagai dialektika antara kekuatan religius dan ekonomi dalam pembangunan kota. Nabi Muhammad menyebut, bahwa sebaik-baik tempat adalah masjid dan seburuk-buruk tempat adalah pasar (HR Bukhari). Kuntowijoyo (1987:109) menafsirkannya sebagai semangat Nabi Muhammad untuk membangun kota Madinah yang berlandaskan pada kekuatan masjid, sebagai antitesis terhadap kota Makkah saat itu yang dibangun oleh kekuatan pasar. Secara lebih luas, hadits ini dapat ditafsirkan perlunya kekuatan religiusitas untuk mengendalikan kekuatan perniagaan dalam pembangunan kota (Ekomadyo, 2011:7).

Pendekatan “*Place as Assemblage*” untuk Menelaah Relasi Sosio-spasial Masjid Pasar

Dalam arsitektur, konsep “*place*” banyak digunakan untuk menjelaskan kedalaman makna di dalam konfigurasi elemen fisik pembentuk ruang. Fenomena keterkaitan antara masjid dan pasar adalah fenomena ruang arsitektural. Dengan pendekatan “*place*”, maka ruang arsitektur tersebut akan dilihat lebih dalam untuk dipahami makna yang ada di dalamnya.

Konsep “*place*” dalam arsitektur sangat dipengaruhi oleh pemikiran Martin Heidegger tentang “*being*”, yang mencoba menyibak esensi dan eksistensi dari suatu benda. Dengan analogi bejana, Heidegger menyebut bahwa esensi dari sebuah benda adalah adanya ruang kosong di dalam atau di antara benda tersebut yang membuat benda itu berfungsi dan bermakna. Dari sinilah konsep “*place*” dalam arsitektur muncul, yaitu pengakuan akan adanya ruang kosong di antara konfigurasi elemen fisik, di mana manusia berada di dalamnya, beraktivitas, dan membangun hubungan makna dengan lingkungan (Sharr, 2007:25-29, Moran, 2000:36-37). Dalam arsitektur, Christian Norberg-Schultz menjelaskan “*place*” dengan “*genius loci*”: kecerdasan lokal yang dibangun oleh masyarakat suatu tempat yang tersimpan di dalam konfigurasi elemen arsitektural (Norberg-Schultz, 1991:5).

Pada kenyataannya, relasi manusia dan lingkungan binaan merupakan sesuatu yang dinamis. Karena itu, konsep Heidegger tentang “*being place*” dikritik karena melihat masyarakat sebagai sesuatu yang statis dan berakibat konsep pembentukan “*place*” menjadi terlalu romantis. Dovey (2010:5-6) menyodorkan konsep “*becoming place*”, yang lebih melihat bagaimana dinamika pembentukan ruang arsitektural oleh masyarakat yang juga dinamis. Dovey sangat dipengaruhi oleh pemikiran Gilles Deleuze yang menyatakan bahwa eksistensi manusia dibentuk dari jalinan jejaring yang mempengaruhinya, selayaknya sebuah rhizoma. Dovey mengenalkan konsep “*place as assemblage*”, yang melihat ruang arsitektural sebagai wadah jalinan sosial masyarakat yang menggunakannya.

Dalam tataran lebih praktis, Dovey mencoba membangun kerangka teori “*place as assemblage*” (Dovey, 2010:13-30). Kerangka teori ini dimaksudkan untuk memudahkan dalam merekam fenomena “*place*” sekaligus memandu untuk menciptakan lingkungan yang lebih baik, dan dijabarkan sebagai:

1. Kekuasaan/ hasrat: melihat bagaimana para pelaku dalam sebuah “*place*” mengembangkan kapasitasnya untuk mencapai tujuan dan mengendalikan pelaku lainnya.
2. Jalinan (*assemblages*): melihat jalinan sosial yang menggunakan “*place*”.
3. Teritorialitas/ segmentaritas: melihat bagaimana ruang diorganisasi berdasarkan kekuasaan/ hasrat dari kelompok sosial yang menggunakannya

4. Rhizoma/ pohon: analogi rhizoma untuk melihat struktur sosial yang terjalin tanpa pusat dan batas yang jelas, analogi pohon untuk melihat struktur sosial hierarkis
5. Dua sisi (*twofold*): melihat dualitas konsep-konsep di atas bisa berlangsung secara bersamaan, seperti dua sisi dalam sekeping uang logam.
6. *Sense*: melihat kualitas “place” yang terbentuk
7. Desain: melihat jalinan masyarakat dipetakan untuk memandu pilihan-pilihan desain.

Kerangka teoretis dari Dovey ini akan digunakan untuk menelaah beberapa kasus relasi sosio-spasial masjid dan pasar. Diharapkan fenomena yang terungkap mampu menjelaskan relasi kuasa antara religiusitas dan ekonomi dalam jalinan masyarakat yang membentuk “place”.

Tinjauan Kasus Relasi Sosio-Spasial antara Masjid dan Pasar

Pada bagian ini disajikan empat kasus masjid-pasar untuk ditelaah relasi sosio-spasial yang membentuk “place”. Dua kasus dipilih sebagai representasi pasar yang terbentuk karena aktivitas masjid, dua kasus lainnya dipilih sebagai representasi masjid yang dibangun di dalam pasar.

Pasar Masjid Salman ITB Bandung

“Pasar” ini sebenarnya merupakan kumpulan pedagang kaki lima berjualan di area sekitar Masjid Salman ITB setiap hari Jumat. Pedagang ini memanfaatkan pengunjung salat Jumat terutama yang berasal dari dalam kampus ITB. Ada 3 fase penting dalam pembentukan “place” di sini: 1) fase awal, di mana pedagang banyak berkumpul di area plaza pintu masuk masjid Salman ITB yang berhadapan dengan pintu samping kampus ITB; 2) fase saat pedagang mulai tak terkendali, menempati jalan umum bahkan area pelataran masjid sehingga mengganggu jamaah salat dan pengguna fasilitas publik; 3) fase pembangunan pagar pembatas antara plaza masjid dengan jalan umum serta penataan jalur pedestrian dan parkir di jalan di depan masjid, sehingga secara spasial keberadaan pedagang lebih tertata dan tidak mengganggu pelataran masjid dan jalan umum.

“Place as assemblage” di pasar Salman diuraikan di bawah:

1. Kekuasaan/ hasrat: munculnya pasar didorong oleh kebutuhan jamaah masjid akan barang sehari-hari. Jamaah dalam jumlah besar merupakan kekuatan ekonomi yang membangkitkan pasar.
2. Jalinan: “place” terbentuk dari jalinan aktivitas religius dan kebutuhan akan barang sehari-hari
3. Teritorialitas/ segmentaritas: teritori terbentuk oleh alur jamaah masjid yang kemudian berbelanja; segmentaritas terlihat pada pemasangan pagar di plaza pintu masuk untuk membatasi area pedagang.
4. Rhizome/ tree: aktivitas pasar muncul secara informal; organisasi hierarkis untuk menertibkan pasar perlu disertai pembangunan prasarana fisik (pagar, jalur pedestrian, area parkir).
5. Dua sisi: aktivitas perniagaan berlangsung informal, menempati lahan yang dibangun secara formal.
6. *Sense*: kualitas ada pada suasana informal yang dibutuhkan terutama saat istirahat makan siang.
7. Desain: keberadaan jalur pedestrian dan parkir membuat pasar lebih tertib

Harmoni sosio-spasioal antara masjid dan pasar terlihat pada lokasi pasar yang mengikuti pola sirkulasi pengunjung masjid dari dan kembali ke kampus ITB. Harmoni juga terlihat saat pedagang tetap salat Jumat di dekat dagangannya. Disharmoni terlihat pada aktivitas berniaga yang tetap berlangsung pada saat salat Jumat. Disharmoni juga terlihat pada pemagaran plaza pintu masuk oleh pengurus masjid, yang menandakan keinginan untuk mengambil jarak terhadap pasar yang ada.

Pasar Pusdai Bandung

“Pasar” ini merupakan “pasar kaget” tiap hari Jumat yang berlokasi di depan masjid Pusat Dakwah Islam (Pusdai) Jawa Barat. Sebelumnya, di dekat Masjid sudah ada pasar Cihaurgeulis. Namun keberadaan pasar kaget ini tidak terkait dengan pasar yang tersebut. Para pedagang merupakan kelompok berpindah yang memanfaatkan momentum salat Jumat di Masjid Pusdai.

“Place as assemblage” di pasar Pusdai diuraikan di bawah:

1. Kekuasaan/ hasrat: pasar ini digerakkan oleh kekuatan yang mampu mengorganisasi dan memobilisasi “pedagang”. Kekuatan ini berhasil menangkap hasrat berbelanja bukan saja pengunjung masjid tetapi penduduk kampung di sekitar.
2. Jalinan: pasar kaget menjadi wadah jalinan pembeli dari masjid dan perkampungan sekitar.
3. Teritorialitas/ segmentaritas: teritorialitas relasi masjid dan pasar terlihat lemah; masjid Pusdai, pasar kaget, dan pasar Cihaurgeulis merupakan entitas yang terpisah.

4. Rhizoma/ pohon: inisiatif pembangunan masjid berasal dari birokrasi yang hierarkis, namun aktivitas pasar yang berlangsung bersifat rhizomatik.
5. Dua sisi: masjid yang hierarkis dan pasar yang rhizomatik menyatu karena waktu.
6. Sense: meskipun terkesan sumpek dan panas, namun para pengunjung tidak terlalu terganggu dan lebih fokus pada aktivitas belanja
7. Desain: pasar kaget memanfaatkan setengah sisi jalan

Pasar kaget masjid Pusdai lebih menunjukkan disharmoni antara masjid dan pasar. Pasar muncul lebih karena ada ruang publik di depan masjid. Akses masjid dan akses pasar terlihat berjauhan. Disharmoni ini disebabkan masjid yang dibangun sebagai entitas yang berjarak dari lingkungan sekitarnya. Keberadaan pasar yang ada atau yang akan muncul tidak menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan sejak awal pembangunan.

Masjid Blok A Tanah Abang Jakarta

Masjid ini berada di lantai paling atas pusat perbelanjaan Blok A Tanah Abang. Masjid ini terlihat cukup mewah dan luas. Pada saat pemasaran bangunan, kapasitas dan kemewahan masjid menjadi salah satu aspek yang diunggulkan. Diperkirakan, para pedagang berlatar belakang agama Islam seperti etnis Minang, Betawi, atau Arab, merupakan pangsa pasar yang signifikan.

“*Place as assemblage*” di Masjid Blok A Tanah Abang diuraikan di bawah:

1. Kekuasaan/ hasrat: investasi merupakan kekuatan utama yang membangun pusat perbelanjaan ini. Masjid menjadi elemen pemasaran untuk menangkap hasrat simbolisasi religius sebagian pedagang.
2. Jalinan: masjid adalah tempat religius yang dihidupkan oleh aktivitas perniagaan
3. Teritorialitas/ segmentaritas: masjid dan pasar menjadi entitas ruang yang terpisah; pada saat waktu salat masjid diisi oleh jamaah yang berasal dari pasar
4. Rhizoma/ pohon: pasar digerakkan oleh masyarakat yang rhizomatik, namun dikelola oleh organisasi formal (developer).
5. Dua sisi: masjid dihidupkan oleh aktivitas informal, namun dikelola oleh manajemen bangunan.
6. Sense: kualitas hening dan religius muncul di dalam masjid, seperti oase di tengah pasar.
7. Desain: masjid ini didesain sejak awal karena menjadi elemen penting dalam pemasaran

Keberadaan masjid menjadi unik, karena menjadi elemen utama dalam pemasaran. Di sini, masjid menjadi bagian integral dari sistem pasar yang berlangsung di pusat perbelanjaan ini. Namun perbandingan luas masjid dan luas keseluruhan pusat perbelanjaan terlihat timpang. Pada saat salat Jumat, masjid tidak mampu menampung sebagian besar pengunjung pusat perbelanjaan, yang berarti ada sebagian besar pengunjung tidak melaksanakan salat Jumat.

Masjid Bandung Indah Plaza

Masjid Bandung Indah Plaza sebenarnya merupakan tempat shalat yang berada di lantai teratas *mall* ini. Awalnya tempat salat di *mall* ini berupa mushala yang terletak di lantai basemen, berdampingan dengan area parkir. Mushala ini terlihat kotor, kusam, dan kurang nyaman. Setelah renovasi *mall* tahun 2010-an, disediakan mushalla baru di lantai paling atas. Mushalla ini dirancang dan terlihat lapang, bersih, indah, dan nyaman, dan bisa digunakan untuk salat Jumat.

“*Place as assemblage*” di Masjid Bandung Indah Plaza diuraikan di bawah:

1. Kekuasaan/ hasrat: masjid disediakan sebagai respon kebutuhan beribadah sebagian muslim saat berbelanja. Kebutuhan konsumen merupakan pertimbangan bisnis penyelenggaraan *mall*.
2. Jalinan: masjid menjadi tempat beribadah orang yang berbelanja
3. Teritorialitas/ segmentaritas: meskipun masjid ini terpisah dengan fasilitas *mall* lainnya, tetapi bisa menjadi alternatif tempat duduk-duduk bagi pengunjung
4. Rhizoma/ pohon: pengunjung berbelanja bersifat rhizomatis, pengelolaan *mall* bersifat hierarkis
5. Dua sisi: keinginan salat didorong kesadaran, namun penyediaan tempat salat adalah keharusan
6. Sense: masjid terlihat berkualitas dan nyaman untuk beribadah
7. Desain: desain signifikan dalam menyediakan ruang masjid yang representatif

Meskipun *mall* merupakan representasi ekonomi modern yang cenderung sekuler, namun karena pengunjung sebagian besar muslim maka fasilitas masjid menjadi kebutuhan. Dalam pandangan bisnis, menyediakan fasilitas publik merupakan bagian dari servis terhadap konsumen. Di sini, meskipun bukan kekuatan dominan, masjid bisa hadir karena dorongan kebutuhan.

Relasi Masjid Pasar dalam Urbanitas Kontemporer

Denyut kehidupan sebuah kota dapat dilihat dari keberadaan pasar-pasar di dalamnya. Lewat aktivitas ekonomi yang berlangsung, pasar menjadi penanda berbagai jalinan masyarakat yang menentukan peran kota bagi dirinya sendiri maupun lingkungan sekitarnya. Awal sejarah peradaban perkotaan di dunia dimulai dari tempat bernama Agora di Yunani kuno, yang berupa ruang terbuka di tengah kota yang berfungsi sebagai area jual beli, yang kemudian berkembang dengan berbagai fasilitas administrasi, hukum, dan sosial. (Tangires, 2008: 9-10). Dalam sejarah Indonesia, pasar merupakan fasilitas publik yang mendukung pendistribusian hasil bumi dari desa untuk dibarterkan ke teritori lain yang membutuhkan (Wiryomartono, 1994: 23).

Dalam tradisi Islam, keberadaan masjid menjadi karakter khas dalam pembangunan kota. Dalam kerangka dialektika Kuntowijoyo, saat membangun Madinah, Nabi Muhammad membangun kota dengan eksistensi masjid, bukan dengan memanfaatkan kekuatan pasar seperti yang terjadi di kota Makkah saat itu. Bukan berarti Islam menegasikan peran pasar bagi kota, karena realitanya memang demikian. Namun Islam menegaskan perlunya kekuatan masjid sebagai representasi nilai religius dalam mengendalikan hasrat dan kepentingan hidup duniawi manusia dalam sebuah kota yang terepresentasi dalam keberadaan pasar.

Pada tradisi agama lain, bangunan religius di dalam kota cenderung ditempatkan secara monumental dan mengambil jarak terhadap elemen kota lainnya. Pada masa kuno, bangunan religius menjadi pusat dari sebuah kota, dan merepresentasikan kekuasaan Tuhan di bumi, seperti terlihat kuat pada Zigurat di kota Ur, Semiramis di kota Babilon, dan Kuil Surga di kota Beijing (Catanese, 1971:1, Mangunwijaya, 1988:103). Pada masa Kristen di Eropa Abad Pertengahan, gereja menjadi pusat sebuah kota dengan ruang terbuka di depannya (Morris, 1979: 71-74). Posisi hierarkhis bangunan religius di dalam kota ini merepresentasikan struktur sosio-religi agama sebelum Islam dengan peran sentral pendeta sebagai penghubung manusia dengan Tuhan.

Keberadaan masjid dalam tradisi kota-kota Islam menunjukkan perbedaan, karena relatif tidak mengambil jarak dengan elemen kota lainnya. Arsitektur kota Islam mengutamakan ruang-ruang kosong sebagai refleksi sikap kehampaan untuk mengesakan Tuhan. Masjid berdiri di tengah-tengah kota tanpa membuat jarak dengan sekelilingnya sebagai ruang eksklusif untuk dirinya (Faruqi, 1986:103-105, Nasr, 1993:2007, Ardalan dan Bakhtiar, 1973). Dalam tradisi sosio-religi Islam, keberadaan pendeta ditiadakan. Ini menjadikan ciri kuat struktur rhizomatis masyarakat Islam, dan menjelaskan mengapa Islam lebih banyak tersebar melalui perdagangan daripada penaklukan.

Dengan melihat relasi sosio-spasial antara masjid dan pasar, bisa ditarik sebuah premis mengenai prinsip urbanitas dalam Islam: religiusitas mengendalikan mengendalikan keduniaan, tanpa mengambil jarak terhadapnya. Premis ini bisa banyak menjelaskan praktik yang dilakukan Nabi Muhammad saat membangun kota Madinah. Di kota ini Nabi Muhammad tetap menerima wahyu demi memelihara kekuatan religiusitasnya, dan secara bersamaan ia memimpin perang, memutus perkara, memberi makan orang tua miskin yang ada di pasar, dan menjadi bapak angkat bagi anak yatim yang terlantar. Masjid menjadi tempat salat berjamaah, sekaligus sebagai ruang untuk mengatur masyarakat dan menampung fakir miskin. Sikap tak mengambil jarak inilah yang menjadikan Islam menjadi kekuatan yang signifikan di Abad Pertengahan, dan ini tercermin lewat peradaban kotanya.

Namun pengaruh kekuatan Islam ini memudar sejak masa Kolonialisme Barat hingga saat ini. Kekalahan dari kolonialisme Barat menjadikan masyarakat Islam mundur ke pedalaman, yang akhirnya akhirnya mendorong sikap eskapisme (melarikan diri) terhadap dunia dan lari pada hal-hal yang bersifat supranatural (*takhayul, khurafat*). Di Indonesia, ada suatu masa di mana kalangan santri dianggap sebagai kalangan udik dan terbelakang. Di lain sisi, masyarakat muslim di perkotaan lebih bangga dengan berbagai atribut modern ala Barat. Modernisme Barat saat ini justru menempatkan Islam sebagai kelompok yang radikal dan dikaitkan dengan terorisme.

Abad ke-14 Hijriyah ini (sekitar tahun 1980-an dalam kalender Masehi) oleh beberapa aktivis disebut sebagai zaman kebangkitan Islam. Memang di masa itu semangat keislaman tumbuh dan berkembang pesat, terutama pada masyarakat perkotaan. Banyak tokoh Islam muncul dan pemikirannya mulai kuat mempengaruhi masyarakat. Tetapi muncul pertanyaan, apakah kebangkitan ini masih sekadar semangat? Bagaimana kontribusinya terhadap permasalahan nyata di masyarakat?

Melihat kasus-kasus relasi sosio-spasial masjid dan pasar yang ada, terlihat bahwa saat ini Islam masih diletakkan berjarak dengan realitas masyarakat, termasuk dengan realitas kehidupan pasar. Nilai-nilai Islam yang ditawarkan masih sekadar menjadi simbol normatif, dan dipertanyakan

bagaimana kontribusinya terhadap permasalahan nyata. Namun di sisi lain, ditemukan kekuatan Islam yang muncul secara perlahan, menyelinap di antara dominasi kekuatan pasar. Karakter rhizomatik masyarakat Islam ternyata mampu menggerakkan sikap adaptif terhadap lingkungan yang awalnya dirasakan kurang membuat nyaman.

PENUTUP

Tulisan ini menawarkan sebuah tesis, bahwa untuk bisa berkontribusi terhadap permasalahan perkotaan, maka Islam harus menempatkan diri tidak berjarak dengan realitas sosial, termasuk realitas sosio-ekonomi yang menjadi penentu kehidupan kota. Relasi sosio-spasial antara Masjid dan Pasar bisa menjadi media untuk melihat seberapa kuat pengaruh Islam dalam pembangunan kota.

Jika tesis ini diterima, perlu ada perubahan paradigma dalam dakwah: dari normatif-simbolis menjadi ideologis-praktis. Artinya penyampaian nilai-nilai Islam tidak hanya berhenti pada norma dan simbol, tetapi bagaimana bisa turut membangun gagasan tentang kehidupan yang lebih baik. Paling tidak, dakwah Islam perlu dimulai dengan melihat realitas masyarakat terlebih dahulu untuk kemudian dicari norma yang cocok, bukan menerapkan norma-norma tertentu ke dalam realitas masyarakat. Pemetaan realitas ini menjadi penting, agar gagasan Islam tentang kendali religi dalam pembangunan kota menjadi efektif diterima dan dilaksanakan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Quran al Karim.
- Al Bukhari, Abu Abdullah Muhammad bin Ismail (1992). *Shahih Bukhari*. Terjemahan oleh Zainuddin Hamidy dkk. Jakarta: Penerbit Widjaya.
- Al Faruqi, Ismail Raji (1986). "Islam dan Arsitektur", dalam Abdul Jabbar Beg, *Seni dan Peradaban Islam*. Bandung: Pustaka.
- Ardalan, Nader, dan Bakhtiar, Laleh (1973). *The Sense of Unity: The Sufi Tradition in Persian Architecture*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Beg, M. Abdul Jabbar. *Seni di Dalam Peradaban Islam*. Terjemahan oleh Yustiono dan Edy Sutriyono. Bandung: Pustaka. 1988
- Catanese, Anthony J. (1971). *Pengantar Sejarah Perencanaan Perkotaan*. Bandung: Intermatra.
- Dovey, Kim (2010). *Becoming Places: Urbanism/ Architecture/ Identity/ Power*. London: Routledge
- Ekomadyo, Agus S., Zahra, Atya, dan Najmi, Isan (2012). "Public Market as Urban Social Nodes: an Architectural Phenomenology Approach". Makalah Arte-Polis 4 Intl Conference - *Creative Connectivity and the Making of Place: Living Smart by Design*. SAPPK ITB Bandung.
- Ekomadyo, Agus S. (2011). "Menuju Komunitas Pasar Pintar". Makalah dipresentasikan pada diskusi internal Kelompok Keahlian Perancangan Arsitektur Institut Teknologi Bandung.
- Ekomadyo, Agus S. (2001) "The Conflict of Capital Oriented and Religious Ethic in Asian Urban Development: Learning from Relation of Mosque and Market in Islamic Urbanity Tradition." Makalah disampaikan pada Int'l Seminar *Urbanization in the Information Age: New Perspective on Transformation of Fast Growing Cities in the Pacific Rim*. Quality in Research FT UI Jakarta.
- Ekomadyo, Agus S (1999). *Konsep Kota Islam: Penelusuran Kaitan antara Ide-ide Kota dalam Sumber Hukum Islam dengan Pola Tata Letak Fisik Perkotaan*. Tesis. Program Magister Arsitektur Institut Teknologi Bandung.
- Hakim, Besim Selim (1986). *Arabic - Islamic Cities: Building and Planning Principles*. London: KPI.
- Hourani, A.H. dan S.M. Stern (Ed.) (1970). *The Islamic City: a Colloquium*. Oxford: Bruno Cassirer.
- Kuntowijoyo (1987). *Budaya dan Masyarakat*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Mangunwijaya, Y.B. (1988). *Wastu Citra*. Jakarta: Gramedia.
- Mitchell, George (1991). *Architecture of Islamic World*. London: Themes and Hudson.
- Moran, Dermot (2000) *Introduction to Phenomenology*. London: Routledge
- Morris, A.E.J. (1979). *History of Urban Form: Before the Industrial Revolutions*. New York: John Wiley and Sons.
- Nasr. Seyyed Hossein (1993). *Spiritualitas dan Seni Islam*. Terj. oleh Sutejo. Bandung: Mizan. 1993.
- Norberg-schultz, Christian (1991). *Genius Loci: Towards a Phenomenology of Architecture*. New York: Rizzoli