

Meningkatkan Level Fasilitas Umum Ruang Sholat Pusat Perbelanjaan Untuk Mendukung Pariwisata Kota Surakarta

Tri Hartanto^{a,1}, A. Bambang Yuuono^{b,2}

a Universitas Tunas Pembangunan Surakarta, Jl. Walanda Marawis No. 31 Cengklik, Surakarta, 57127

b Universitas Tunas Pembangunan Surakarta, Jl. Walanda Marawis No. 31 Cengklik, Surakarta, 57127

1 trihartanto74.utp@gmail.com; bamban.yuuono@gmail.com

Informasi artikel	ABSTRAK
Sejarah artikel: Diterima Revisi Dipublikasikan	Pusat perbelanjaan merupakan kompleks pertokoan dengan fasilitas tertentu untuk menjual barang-barang yang dibutuhkan masyarakat. Pusat perbelanjaan pada masa sekarang ini juga memerlukan fasilitas lain selain pertokoan, untuk melepas lelah atau beristirahat seperti toilet dan mushola (ruang sholat). Fasilitas ini diperlukan karena waktu layanan yang panjang, dimana tuntunan shalat wajib dilaksanakan lima waktu dalam sehari sehingga mushola sebagai fasilitas umum mutlak diperlukan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dimana permasalahan fasilitas umum ruang sholat di pusat perbelanjaan yang ada di gambarkan lewat narasi, dan didukung dengan foto-foto kondisi eksisting. Metode ini didalam pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi lapangan, wawancara, mengambil gambar (foto), dokumen pribadi/resmi, dan data lain yang mempunyai relevansi dengan objek penelitian. Data hasil survey kemudian dianalisis berdasarkan pendekatan kajian teori. Pusat-pusat perbelanjaan di Kota Surakarta memang sudah menyediakan fasilitas ruang sholat/mushola, sesuai Peraturan Daerah Kota Surakarta nomor 5 Tahun 2011. Namun berdasarkan analisis data, menurut pendekatan syariah dan menurut pendekatan kebutuhan dan kenyamanan, fasilitas ruang sholat/mushola yang ada perlu ditingkatkan ke level yang lebih tinggi. Berdasarkan pendekatan menurut kebutuhan dan kenyamanan pengunjung fasilitas umum ini, sebagian lokasinya tidak strategis, ruangnya kurang luas, tidak ber-AC, dan bising karena dekat dengan area parkir.
Kata kunci: Fasilitas Mushola Pusat perbelanjaan Surakarta Pariwisata	
Key word: Facilities Prayer Rooms Shopping Center Surakarta Tourism	ABSTRACT Increasing the Level of Public Facilities for Shopping Center Prayer Rooms to Support Surakarta City Tourism. A shopping center is a shopping complex with certain facilities to sell goods that are needed by the community. Today's shopping centers also require other facilities besides shops, to unwind or rest such as toilets and prayer rooms. This facility is needed because of the long service time, where prayer guidance must be carried out five times a day so that the prayer room as a public facility is absolutely necessary. This study uses a descriptive qualitative method, where the problems of public facilities for prayer rooms in shopping centers are described through narratives, and are supported by photos of existing conditions. This method in data collection is done by means of field observations, interviews, taking pictures (photos), personal/official documents, and other data that have relevance to the object of research. The survey data were then analyzed based on a theoretical study approach. Shopping centers in the city of Surakarta have indeed provided prayer room/mushola facilities, according to the Surakarta City Regional Regulation number 5 of 2011. However, based on data analysis, according to the sharia approach and according to the needs and comfort approach, the existing prayer room/mushola facilities need to be improved. to a higher level. Based on the approach according to the needs and comfort of visitors to this public facility, some of the locations are not strategic, the rooms are not spacious, do not have air conditioning, and are noisy because they are close to the parking area.

Tren pusat perbelanjaan yang memberikan kemewahan dalam berbelanja dari pasar tradisional memang memberikan efek perubahan gaya hidup masyarakat. Pusat perbelanjaan yang dilengkapi dengan kenyamanan bangunan, pendingin ruangan, transportasi vertikal seperti lift dan eskalator memberikan kenyamanan bagi pengunjung itu sendiri. Terlebih itu dengan adanya toko yang menjual barang mewah akan memberikan nilai lebih bila seseorang akan berbelanja dan datang ke pusat perbelanjaan tersebut.

Tuntunan shalat wajib dilaksanakan lima waktu dalam sehari membuat kebutuhan akan mushola sebagai fasilitas umum mutlak diperlukan di dalam pusat perbelanjaan. Indonesia sebagai negara muslim terbesar di dunia, keberadaan mushola sebagai fasilitas umum di bangunan pusat perbelanjaan sangat dibutuhkan, namun sebagian besar kondisinya masih kurang representatif. Demikian halnya kondisi fasilitas ruang shalat pada pusat perbelanjaan di kota Surakarta, sebagian besar tidak direncanakan sejak awal. Hal ini terlihat dari letaknya yang tidak strategis, luasan ruang yang relatif kecil dan sempit, serta tempat wudhu yang jauh dari ruang shalat (mushola). Letak yang strategis bagi pengunjung akan memudahkan untuk mengenali fasilitas ruang shalat tersebut. Pun demikian bagi pengelola atau penjaga kios-kios, akan lebih efisien dalam menggunakan waktu, sehingga dapat bekerja kembali.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keberadaan ruang shalat (mushola) dan kondisinya saat ini, di beberapa tempat pusat perbelanjaan di kota Surakarta. Kemudian mengkomparasikan dengan kondisi ruang shalat (mushola) pada pusat perbelanjaan di kota-kota besar seperti di Jakarta, dimana kondisinya sudah lebih bagus dan representatif. Untuk mengkomparasikan menggunakan beberapa indikator antara lain letaknya, luasan ruang, dan fasilitas AC. Berdasarkan hasil komparasi maka akan diketahui tingkat kelayakan ruang shalat (mushola) pada pusat perbelanjaan di kota Surakarta. Peningkatan kelayakan fasilitas umum (khususnya ruang shalat) diharapkan mampu meningkatkan pelayanan dan kedatangan wisatawan dalam dan dari manca negara.

Dari hasil penelitian ini akan dapat diketahui space yang digunakan untuk ruang shalat (mushola), akan memberikan keuntungan bagi pengelola bilamana kondisinya sangat nyaman dan representatif. Pengelola juga akan memenuhi standar fasilitas umum dan fasilitas penunjang lainnya, yang sebenarnya sudah diatur didalam persyaratan bangunan publik. Sehingga turut membantu meningkatkan kunjungan wisatawan berbelanja di kota Surakarta. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan terutama terkait keberadaan fasilitas umum untuk pusat perbelanjaan di kota Surakarta.

Metode

Berdasarkan karakteristik data dan kondisi obyek penelitian, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dimana pendekatan penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Creswell, 2014). Bogdan dan Taylor (Moleong, 2007:3) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif, dimana permasalahan penyediaan ruang shalat (mushola) sebagai fasilitas umum pusat perbelanjaan yang kurang representatif akan di gambarkan lewat narasi, dan didukung dengan foto-foto kondisi eksisting. Cara pengumpulan data, data primer diperoleh dengan survey langsung ke lokasi dengan menggunakan kamera untuk mengambil foto-foto kondisi eksisting dan data sekunder sebagai bahan bacaan dan pustaka. Hasil dari survey lokasi kemudian dibahas untuk kemudian di buat kesimpulan dan saran.

Hasil dan pembahasan

Obyek penelitian terkait kondisi dan keberadaan fasilitas umum ruang shalat di pusat perbelanjaan dalam rangka pelayanan pengunjung untuk meningkatkan pariwisata di Surakarta mengambil fokus pada 5 (lima) pusat perbelanjaan yang berada di kota Surakarta/Solo. Kelima pusat perbelanjaan ini merupakan pusat perbelanjaan yang cukup lengkap, dimana menyediakan kebutuhan makanan hingga

kebutuhan *life style*. Keberadaannya di tengah kota, sehingga masyarakat Solo dan orang dari luar (wisatawan) akan mudah menjangkau tempat-tempat ini. Pusat perbelanjaan ini sebagian besar merupakan pusat perbelanjaan dengan konsep Mal. Selain bangunannya cukup besar dan penampilan yang menarik, pusat-pusat perbelanjaan ini juga menjual produk-produk lokal dari kota Solo, baik berupa kuliner, souvenir dan pakaian.

a. Fasilitas Umum Ruang Sholat Pusat Perbelanjaan Di Kota Surakarta

Fasilitas umum untuk ruang sholat (mushola) Solo Grand Mal, sebelum pandemic covid-19 berada di lantai 4. Namun pada kondisi pandemi covid-19 saat ini, keberadaan tempat ruang sholat/ bertambah di lantai 3 dan lantai 1. yang berada di area parkir lantai 4 diberi nama At Taqwa cukup representatif. Ruang sholat antara jamaah putri berada disamping selatan ruang sholat jamaah laki-laki yang dipisahkan oleh hijab dari kain, sehingga pembatas jamaah laki-laki dan perempuan sangat jelas.



Gambar 1. Lokasi Mushola berada di Area Parkir Lantai 4

Sumber: penulis, 2021

Fasilitas umum untuk ruang sholat di pusat perbelanjaan Solo Paragon berada di Lantai 3. Lokasi mushola diberi petunjuk dan terletak di pojok bangunan sisi selatan, sehingga mudah dikenali pengunjung. Ruang sholat (mushola) di pusat perbelanjaan ini sudah direncanakan dari awal, karena ruangnya baik ruang sholat dan fasilitas ruang wudhu terintegrasi dengan ruang-ruang yang lain. Ruang sholat cukup luas dan nyaman. Jamaah pria berada di bagian depan, sedangkan jamaah perempuan berada dibagian belakang, dimana dibatasi oleh pembatas dari kayu.pembatas ruang sholat cukup rendah, sehingga dari kedua area masih nampak terlihat yang bisa menyebabkan kurang khusyuk.



Gambar 2. Suasana Solo Paragon dan Ruang Tunggu Di Lantai 3

Sumber: Penulis, 2021

Solo Square merupakan salah satu pusat perbelanjaan modern di kota Surakarta. Bangunan dengan 4 lantai dan cukup luas tiap lantainya, menempatkan fasilitas ruang sholatnya di *roof top* bangunan bersama area parkir. Dari lantai 3 (tiga) petunjuk arah mushola sudah ada. Sewaktu saat pengumpulan data lapangan, mencari lokasi mushola ini cukup sulit. Karena dari lantai bawah memang cukup jauh untuk pencapaiannya. Hal ini bisa mengakibatkan bagi pengunjung yang sudah tua atau ibu yang sedang hamil terasa berat, karena harus melewati tangga juga.



Gambar 3. Solo Square dan Petunjuk Ruang Sholat di Roof Top
Sumber: Penulis, 2021

Fasilitas pendukung dari Mal Luwes Loji Wetan, antara lain area parkir di luar dan didalam (basement) cukup luas. Adapun fasilitas ruang sholat/ berada di area basement bersama area parkir. Musholanya tidak terlalu besar, namun cukup representatif, dengan tempat wudhu dan toilet di sebelahnya. Di ruang sholat cukup bersih, dengan penerangan dan penghawaan buatan menggunakan lampu dan kipas angin. Karena musholanya kecil, pada saat jam istirahat karyawan melaksanakan sholat secara bergantian.



Gambar 4. Luwes Loji Wetan dan Kondisi Mushola
Sumber: Penulis, 2021

Fasilitas pendukung dari Mal Luwes Kestalan, antara lain area parkir di luar dan didalam (basement) cukup luas. Adapun fasilitas ruang sholat/ berada di area bangunan utama namun dekat area parkir. Penanda mushola dipasang di area masuk Mal lewat basement. Ukuran musholanya tidak terlalu besar, namun cukup representatif dan toilet di sebelahnya. Sedangkan ruang wudhu berada dekat dengan ruang sholat. Ruang sholat cukup bersih, dengan penerangan dan penghawaan buatan menggunakan lampu dan kipas angin. Karena musholanya kecil, pada saat jam istirahat karyawan melaksanakan sholat secara bergantian. Bahkan sebagian karyawan istirahat/tidur di mushola setelah melaksanakan sholat.



Gambar 5. Luwes Kestalan dan Penanda Mushola dan Fasilitas Pendukung
Sumber: Penulis, 2021

b. Pendekatan Berdasarkan Kajian Teori

Standart fasilitas ruang sholat/ di pusat perbelanjaan yang dimaksud dalam penelitian ini setidaknya meliputi 2 (dua) hal, yaitu standar menurut syariah dan standar kenyamanan menurut pengguna. Standar pertama lebih ke Habluminallah, dimana hubungan manusia dengan Allah SWT

sudah diatur dalam ayat suci Al-qur'an. Sedangkan standar kedua lebih ke habluminnas, dimana kenyamanan manusia beribadah juga ditentukan oleh habluminnas.

1) Standar Ruang Sholat/Mushola menurut Syariah

Habluminallah adalah bentuk interaksi antara umat muslim dengan Allah sebagai Tuhan yang telah menciptakannya, hubungan ini dapat digambarkan dengan hubungan vertikal. Manusia harus mengingat Allah dengan cara beribadah yaitu shalat, seperti yang dijelaskan pada ayat-ayat Al Quran berikut ini:

- a. "Dan dirikanlah salat dan tunaikanlah zakat. Dan kebaikan apa saja yang kamu usahakan bagi dirimu, tentu kamu akan mendapat pahalanya pada sisi Allah. Sesungguhnya Allah Maha Melihat apa-apa yang kamu kerjakan." (Q.S Al Baqarah: 110)
- b. "Wahai manusia, beribadahlah kamu kepada Tuhanmu yang menciptakan kamu dan orang-orang sebelum kamu supaya kamu bertakwa. Dialah yang menjadikan bagi kamu bumi ini sebagai hamparan dan langit sebagai bangunan. Dan Ia turunkan dari langit air dan Ia keluarkan dari air itu buah-buahan yang merupakan rizki bagi kamu. Maka janganlah kamu menjadikan bagi Allah tandingan-tandingan-Nya. Padahal kamu mengetahuinya." (Q.S Al Baqarah 21-22)
- c. "Dan sebutlah nama Tuhanmu, dan beribadatlh kepada-Nya dengan sungguh-sungguh ibadat." (Q.S. Al Muzzammil: 8)

Berdasarkan ketiga ayat di atas mendirikan shalat yang sungguh akan meningkatkan ke taqwaan dengan mendapatkan pahala disisi Allah sehingga umatnya dapat menyadari keagungan Allah.

Habluminannas merupakan hubungan sesama umat muslim dalam beragama dan dalam kehidupan sosial sehari-hari. Interaksi ini dapat digambarkan sebagai hubungan horizontal. Di dalam agama Islam bersosialisasi merupakan suatu bentuk ibadah yaitu dengan berhubungan baik serta saling tolong menolong dalam kebaikan.

- a. "(Yaitu) orang-orang yang menafkahkan (hartanya), baik pada waktu lapang maupun sempit, serta orang-orang yang menahan amarahnya dan memaafkan (kesalahan) orang. Allah menyukai orang-orang yang berbuat kebajikan." (Q.S .Ali Imran: 134).
- b. "Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsaberbangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal mengenal". (Al Hujurot: 13)
- c. Rasulullah SAW bersabda "Sebaik-baik manusia diantara kalian adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain"

Berdasarkan keriga ayat di atas, Allah menyuruh umat Islam untuk berbuat baik kepada sesama sehingga timbul rasa saling mengenal, saling membutuhkan dan melindungi dan menjadi sebuah keluarga besar, karena manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri.

Syariat sejak awal telah memberikan ketentuan-ketentuan khusus bagi umat Islam dalam melaksanakan ibadah, baik berupa kewajiban ataupun kesunnahan. Hal ini tak lain agar segala ibadah yang dilakukan dapat dijalankan dengan benar dan sempurna. Salah satu ketentuan pelaksanaan ibadah yang diatur oleh fiqh adalah tentang penempatan shaf shalat. Dalam salah satu haditsnya, Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam menjelaskan, "Shaf yang paling baik bagi laki-laki adalah shaf yang paling awal, sedangkan shaf yang paling buruk bagi mereka adalah shaf yang paling akhir. Dan shaf yang paling baik bagi wanita adalah shaf yang paling akhir, sedangkan shaf yang paling buruk bagi mereka adalah shaf yang paling awal." (HR Muslim). Kemudian menurut Al-Ghazali, (Ihya' ulum ad-Din, juz 3, hal.361) "Wajib untuk menempatkan penghalang antara laki-laki dan perempuan yang dapat mencegah pandangan, sebab hal tersebut merupakan dugaan kuat (madzinnah) terjadinya kerusakan dan norma umum masyarakat memandang ini sebagai bentuk kemungkaran." Dapat disimpulkan bahwa bercampurnya laki-laki dan perempuan pada saat shalat berjamaah tanpa adanya penghalang adalah sebuah larangan, terlebih ketika itu dilakukan pada satu barisan shaf.

Berdasarkan hadits di atas dapat dipahami bahwa laki-laki semestinya menempati posisi terdepan dalam shaf shalat jamaah. Sebaliknya, bagi perempuan dianjurkan menempati shaf yang paling belakang, sekiranya jauh dari shaf lelaki. Syaikh Abdul Muhsin juga mengatakan: "Pada zaman ini keadaan para wanita sudah banyak berubah. Terjadi pada mereka tabarruj (memperlihatkan keindahan wanita), menampakan aurat (atau menampakkan wajah), dan mudah untuk mencapai kota Makkah dan Madinah bagi laki-laki atau wanita. Demikian juga telah terjadi pelebaran yang luas pada kedua masjid yang mulia. Wanita datang menuju kedua masjid itu dari berbagai arah, dan dikhususkan bagi mereka

tempat-tempat tertentu, serta dibuatkan pembatas-pembatas, agar para wanita tidak bercampur dengan laki-laki”.

Berdasarkan uraian kajian di atas, dapat kita simpulkan bahwa kriteria-kriteria ruang sholat/mushola menurut syariah Islam antara lain:

- a. Dalam konteks hablum minnallah, sebagai sarana beribadah manusia kepada Allah SWT.
- b. Dalam konteks hablum minnanas, sebagai tempat interaksi manusia dengan manusia lain (sesama manusia).
- c. Ruang sholat antara laki-laki dan perempuan harus dipisah, dengan media tertentu sehingga keduanya terhalang/tidak bisa melihat satu dengan yang lain.
- d. Shaf untuk sholat laki-laki berada di depan.
- e. Shaf perempuan berada dibelakang, diperkenankan disamping namun shaf paling depan harus sejajar dengan shaf laki-laki.

2) Standar Ruang Sholat/Mushola menurut Kebutuhan dan Kenyaman

Keberadaan ruang sholat/ dalam pusat perbelanjaan merupakan amanah peraturan daerah kota Surakarta, sebagaimana tercantum pada Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 5 Tahun 2011 Tentang Penataan dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, menyatakan bahwa Penyelenggara Usaha Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern mempunyai kewajiban menyediakan sarana kesehatan, sarana persampahan dan drainase, kamar mandi dan toilet serta fasilitas ibadah bagi karyawan dan konsumen, dan juga memberikan kesempatan kepada karyawan dan konsumen untuk melaksanakan ibadah. Berdasarkan perda di atas, bahwa setiap pusat perbelanjaan wajib menyediakan fasilitas ibadah (ruang sholat/) dan memberi kesempatan kepada karyawan dan konsumen untuk melaksanakan ibadah. Sehingga apabila ada suatu pusat perbelanjaan tidak menyediakan fasilitas ibadah berarti melanggar peraturan daerah kota Surakarta.

Berdasarkan survey di lapangan terhadap 5 (lima) sampel pusat perbelanjaan yang menjadi fokus dari penelitian ini, kelima menyediakan fasilitas ibadah. Namun kondisinya berbeda antara pusat perbelanjaan yang satu dengan lainnya. Memperhatikan kajian pustaka dan teori, serta hasil penggalian data dan informasi dari pengguna (pemilik, karyawan dan konsumen), menginginkan fasilitas ibadah yang nyaman, dengan beberapa kriteria antara lain:

- a. Lokasinya cukup strategis dan mudah dijangkau
- b. Ruangnya cukup luas, ruang sholat laki-laki dan perempuan dipisah
- c. Kondisi ruangan bersih dan sejuk (ber-AC)
- d. Jauh dari kebisingan, sehingga bisa khusyuk dalam sholat
- e. Tempat wudhu antara laki-laki dan perempuan terpisah
- f. Ada fasilitas peminjaman mukena/sarung
- g. Terdapat tempat sepatu/sandal
- h. Ada bangku sebagai tempat tunggu

Kriteria-kriteria dari ruang sholat/menurut syariah dan kebutuhan kenyamanan pemakai berdasar kajian teori dan penggalian data/informasi karyawan dan konsumen. Kriteria-kriteria ini menjadi indikator untuk menganalisis sejauh mana pusat-pusat perbelanjaan di kota Surakarta didalam menyediakan fasilitas ibadah yang sudah diamanahkan oleh peraturan daerah. Kelima pusat perbelanjaan yang menjadi obyek penelitian sudah menyediakan fasilitas ibadah. Namun sejauh mana kondisinya, akan dilihat berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan berdasarkan syariah dan kebutuhan kenyamanan pemakai.

Tabel I. Penilaian Keberadaan Ruang Sholat/Mushola Menurut Syariah

No	Indikator	Solo Grand Mal	Solo Paragon	Solo Square	Luwes Lojiwetan	Luwes Kestalan
1	Dalam konteks hablum minnallah	ya	ya	ya	ya	ya
2	Dalam konteks hablum minnanas	ya	ya	ya	ya	ya
3	Ruang sholat antara laki-laki dan perempuan harus dipisah	ya	ya	ya	tidak	tidak

4	Shaf untuk sholat laki-laki berada di depan	tidak	ya	ya	tidak	tidak
5	Shaf untuk sholat perempuan berada dibelakang	tidak	ya	ya	tidak	tidak

Berdasarkan deskripsi data ruang sholat/mushala yang dikumpulkan dari lapangan terhadap 5 (lima) pusat perbelanjaan di kota surakarta (berupa photo-photo), kemudian dianalisis berdasarkan syaria Islam dapat dilihat pada tabel 3. di atas. Dari tabel 1. di atas bahwa ada 2 (dua) pusat perbelanjaan/Mal di kota Surakarta yang sudah memenuhi kriteria menurut syaria Islam, yaitu; Solo Paragon dan Solo Square. Adapun Solo Grand Mal masih kurang terkait posisi shaf sholat dimana shaf sholat Laki-laki semestinya didepan, sedangkan perempuan berada di shaf belakang laki-laki. Sedangkan Luwes Lojiwetan dan Luwes Kestalan selain posisi shaf, juga masih kurang memenuhi syaria Islam, dimana ruang sholatnya belum ada pembatas/hijab untuk laki-laki dan perempuan.

Pembagian ruang sholat menjadi kunci pembeda penilaian dari masing-masing pusat perbelanjaan dilihat berdasarkan syaria Islam. Solo Paragon dan Solo Square memiliki nilai yang lebih tinggi dibanding yang lainnya. Sedangkan dari penilaian di atas Solo Grand Mal masih memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan Luwes Loji Wetan dan Luwes Kestalan.

Tabel 2. Penilaian Keberadaan Ruang Sholat/Mushola Menurut Kenutuhan Dan Kenyamanan

No	Indikator	Solo Grand Mal	Solo Paragon	Solo Square	Luwes Lojiwetan	Luwes Kestalan
1	Lokasinya cukup strategis dan mudah dijangkau	tidak	ya	tidak	ya	ya
2	Ruangannya cukup luas, ruang sholat laki-laki dan perempuan dipisah	ya	ya	ya	tidak	tidak
3	Kondisi ruangan bersih dan sejuk (ber-AC)	ya	ya	ya	tidak	tidak
4	Jauh dari kebisingan, sehingga bisa khusyuk dalam sholat	tidak	ya	ya	tidak	tidak
5	Tempat wudhu antara laki-laki dan perempuan terpisah	ya	ya	ya	tidak	tidak
6	Ada fasilitas peminjaman mukena/sarung	ya	ya	ya	ya	ya
7	Terdapat tempat sepatu/sandal	ya	ya	ya	tidak	ya
8	Ada bangku sebagai tempat tunggu	ya	ya	ya	tidak	tidak

Berdasarkan tabel 2. Tentang penilaian keberadaan ruang sholat/mushola menurut kenutuhan dan kenyamanan masyarakat maka fasilitas ruang sholat/mushola di Solo Paragon merupakan kondisi fasilitas umum/sosial yang dinilai representatif dan nyaman. Berikutnya adalah pusat perbelanjaan Solo Square, kemudian Solo Grand Mal, dan Luwes Kestalan. Luwes Loji Wetan perlu mendapatkan perhatian dari pengelola/manajemen.

c. Pariwisata Kota

Pada tahun 2019, Mastercard telah mempublikasikan laporan tahunan mereka mengenai *Global Destination Cities Index* yang dilakukan dengan melacak keberadaan pengunjung dan kebiasaan mereka dalam berbelanja saat bepergian secara global. Studi tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengunjung yang melakukan perjalanan ke kota atau negara lain meningkat sekitar 6,5% dari tahun ke tahun sejak 2009, dengan jumlah pengeluaran belanja yang tumbuh hingga 7,4%. Bangkok, menjadi kota yang menduduki peringkat pertama sebagai kota tujuan wisata terfavorit di seluruh dunia dengan jumlah pengunjung pertahun mencapai 22,78 juta. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. Kota Sebagai Destinasi Terfavorit Para Turis Internasional

Peringkat	Kota	Jumlah Pengunjung Internasional per-Tahun (juta)	Peringkat	Kota	Jumlah Pengunjung Internasional per-Tahun (juta)
1	Bangkok	22,78	11	Seoul	11,25
2	Paris	19,10	12	Osaka	10,14
3	London	19,09	13	Makkah	10,00
4	Dubai	15,93	14	Phuket	9,89
5	Singapura	14,67	15	Pattaya	9,44
6	Kuala Lumpur	13,79	16	Milan	9,10
7	New York	13,60	17	Barcelona	9,09
8	Istanbul	13,40	18	Palma de Mallorca	8,96
9	Tokyo	12,93	19	Bali	8,26
10	Antalya	12,41	20	Hong Kong SAR	8,23

Sumber: Global Destination Cities Index, 2019

Dari tabel 3. di atas dapat dilihat bahwa Bali merupakan satu-satunya kota di Indonesia yang masuk ke dalam peringkat 20 besar. Padahal, beberapa kota lain di Asia seperti Singapura, Kuala Lumpur, Tokyo, Seoul serta Phuket dan Pattaya dapat menduduki peringkat yang lebih tinggi. Lantas, bagaimana dengan Jakarta dan kota-kota lainnya di Indonesia? Kota Surakarta yang dikenal dengan kota pariwisata budaya memiliki potensi untuk lebih meningkat. Pembenahan di bidang eksternal maupun internal merupakan hal mutlak yang harus dilakukan. Diperlukan studi yang mendalam untuk mengetahui potensi wisata yang kita miliki dan mengetahui bagaimana cara memanfaatkannya hingga kota-kota di Indonesia bisa bersaing dengan kota-kota lain. Menurut National Conference on Urban Tourism pada tahun 1988, Rodica (2005), dan faktor internal yang mempengaruhi daya saing pariwisata kota (Cibinskiene et.al, 2015), bahwa unsur perdagangan/keberadaan pusat perbelanjaan menjadi sebuah faktor yang turut menentukan keberhasilan suatu kota menjadi destinasi pariwisata kota.

Sebagian besar pengelola sekarang ini sudah memahami *system service* yang terkait erat dengan pemasaran/marketing. Dalam *services marketing* kita mengenal konsep *level of benefit*, yaitu: *level benefit pertama* adalah *core benefit*, yaitu kebutuhan dasar dari pelanggan. *Level benefit kedua* adalah *expected benefit*, yaitu tipe-tipe benefit yang sudah dirasakan terintegrasi dan menjadi sebuah keharusan bagi pelanggan. Level ketiga, disebut *augmented benefit*, yang merupakan diferensiasi sebuah *brand*, yang mungkin belum disediakan oleh *brand* sejenis. Sehingga diharapkan penyediaan ruang sholat yang representatif akan meningkatkan penjualan pada pusat perbelanjaan yang dimilikinya.

Dengan pendekatan kebutuhan 1 (satu) orang sholat sebesar $0.68 \times 1.25 \times 100$ orang (kapasitas), maka kebutuhan ruangnya sekitar 85 M2. Dibandingkan luas bangunan Mal yang sekian ribu meter persegi, sebenarnya kebutuhan ruang sholat (fasilitas umum/sosial) masih sangat kecil. Untuk mencapai *level ketiga (augmented benefit)*, pengelola mesti pandai-pandai menarik hati pengunjung pusat perbelanjaan melalui kenyamanan di saat menggunakan fasilitas ruang sholat/mushola ataupun masjid. Sehingga diharapkan penyediaan ruang sholat yang representatif akan meningkatkan penjualan pada pusat perbelanjaan yang dimilikinya. Selanjutnya akan meningkatkan kedatangan pengunjung atau wisatawan (kota) baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri.

Simpulan

Pusat-pusat perbelanjaan di kota Surakarta telah menyediakan fasilitas ruang sholat/mushola untuk pengelola dan pengunjung. Sehingga berdasarkan Peraturan Daerah Kota Surakarta 5 Tahun 2011, dari 5 (lima) pusat perbelanjaan yang menjadi fokus dari penelitian ini tidak melanggar peraturan yang ada. Namun berdasarkan analisis data, menurut syariah dan menurut kebutuhan kenyamanan pengunjung, fasilitas ruang sholat/mushola ini perlu ditingkatkan ke level yang lebih tinggi. Menurut syariah, hampir semua fasilitas ruang sholat sudah sesuai syariah Islam, namun menurut kebutuhan kenyamanan dari pengunjung sebagian besar belum optimal didalam menyediakan ruang sholat/mushola ini. Kriteria lokasi yang strategis sebagian lokasinya tidak strategis, karena tidak direncanakan dari awal pembangunan. Kriteria kenyamanan, ruang masih kurang luas, tidak ber-AC, dan bisung karena dekat dengan area parkir.

Salah satu upaya yang bisa ditingkatkan untuk meningkatkan daya saing suatu pusat perbelanjaan menjadi suatu destinasi wisata kota, antara lain adalah meningkatkan fasilitas-fasilitas pendukung ruang sholat/mushola, yang selama ini belum dilakukan secara optimal oleh manajemen/pengelola pusat-pusat perbelanjaan di kota Surakarta. Dalam *services marketing* untuk mencapai *level ketiga (augmented benefit)*, pengelola harus pandai-pandai menarik hati pengunjung pusat perbelanjaan melalui kenyamanan di saat menggunakan fasilitas ruang sholat/mushola, masjid ataupun fasilitas umum lainnya. Peningkatan sarana fasilitas umum ruang sholat diharapkan akan meningkatkan kedatangan pengunjung atau wisatawan (pariwisata kota) baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri.

Ucapan terima kasih

Ucapan terimakasih kami sampaikan terhadap teman-teman yang telah membantu didalam pengumpulan data, juga kepada narasumber atas informasinya terkait kenyamanan yang diinginkan oleh pengunjung pengguna mushola. Penulis juga menyampaikan terimakasih kepada UTP Surakarta yang telah memberikan dana hibah penelitian, sehingga kami bisa menyelesaikan penelitian ini sebagai perwujudan tri dharma perguruan tinggi.

Referensi

- Avriansyah, R., 2010. Skripsi: Yogyakarta Citywalk Public Space Sebagai Activity Generator Bagi Daya Tarik PusatKomersil, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Baddington, Nadine. 1982. Design For Shopping Center, Butterworth, Design Series, London.
- Creswell, John W. 2014. Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Chiara, J. D. & Crosbie M. J. 2001. Time Saver Standart For Building Types. McGraw – Hill, Singapore.
- Cibinskiene, et.al. 2015. Evaluation of City Tourism Competitiveness. Kaunas University of Technology, Lithuania.
- Garbea R.V. 2013. Urban Tourism Between Content and Aspiration for Urban Development. Alexandru Ioa Cuza University.
- Kamaruddin. 2005. Skripsi: Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi di Banjarmasin. Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Law, Christopher. 2002. Urban Tourism-The Visitor Economy and Growth of Large Cities. EMEA: Thomson Learning
- Lynda, Wee Keng Neo dan Tong Kok Wing. 2005. The 4rs of Asian Shopping Centre Management (4 Langkah Penting dalam Manajemen Pusat Perbelanjaan Asia). P.T Buana Ilmu Populer. Jakarta
- Ma'ruf, Hendri. 2005. Pemasaran Ritel. P.T Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Maitland, B. 1985. Shopping Mals-Planing and Design. Langman Group Limited, New York.
- Markus Zahnd, 2009. Pendekatan dalam perancangan arsitektur metode untuk menganalisis dan merancang arsitektur secara efektif. Kanisius, Jakarta
- Mills, E. D. 1976. Buildings for administration, entertainment, and recreation. Newnes-Butterworths, University of Virginia.
- Moleong, Lexy J. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Northen, F. R. 1977. Shopping Center a Developer's Guide to Planning and Design. College of Estate Management, New York.
- Robert Hillenbrand, *Islamic Architecture*, (form, function and meaning).
- Rubeinstein, H. M.1978. *Central City Mal*. A Willey Inter Sience Publication, New York.
- Uf-Pria-Dan-Wanita.Html
- <https://islam.nu.or.id/post/read/104512/hukum-shalat-dengan-shaf-campur-lelaki-dan-perempuan>