

# PERNIAGAAN SOSIAL MENERUSI AKTIVITI EKONOMI MASJID

(SOCIAL BUSINESS THROUGH MOSQUE ECONOMIC ACTIVITIES)

Ahmad Raflis Che Omar<sup>1</sup>  
Mohd Yahya Mohd Hussin<sup>2</sup>  
Fidlizan Muhammad<sup>3</sup>

## Abstrak

*Pengimarahkan masjid bukan sahaja perlu dilaksanakan dalam bentuk ibadah khusus, pengajian ilmu agama dan aktiviti sosial masyarakat, tetapi juga merangkumi aspek ekonomi. Perniagaan sosial dikenalpasti sebagai pendekatan yang boleh diaplikasi oleh masjid. Untuk itu, kajian ini bermatlamat untuk meneliti status dan pencapaian perniagaan sosial menerusi aktiviti ekonomi masjid. Penemuan kajian menunjukkan institusi masjid telah melaksanakan aktiviti perniagaan sosial asas yang merangkumi aktiviti penyewaan aset-aset masjid, mengusaha projek pertanian dan melabur dalam koperasi masjid dengan memperolehi purata pendapatan bulanan antara RM2,000 hingga RM10,000. Justeru, aktiviti perniagaan sosial masjid masa kini diyakini akan memangkin pertumbuhan lebih besar pada masa akan datang.*

Kata Kunci: masjid, ekonomi, perniagaan sosial

## Abstract

*Mosque prospering activities (imarah) should not only be implemented in the form of special worship, religious education and social activities, but also covers the economic aspects of it. Social business is identified as an approach that can be applied by mosque institution. Therefore, this study aims to examine the status and achievements of social business through the economic activities of the mosque. The results indicated that the mosque institution has implemented basic social business activities including rental of mosque assets, undertake agricultural projects and invest in mosque cooperatives. At the highest, mosques are able to earn a monthly income from those activities between RM2,000 to RM10,000. Thus, social business activities is believed to catalyze greater mosque' economic development in the future.*

Keywords: mosque, economy, social business

2017 GBSE Journal

---

<sup>1</sup> Fakulti Ekonomi dan Pengurusan, Universiti Kebangsaan Malaysia, 43600 Bangi, Selangor.  
(Pengarang koresponden & pelajar PhD di Universiti Pendidikan Sultan Idris) Email : raflis@ukm.edu.my

<sup>2</sup> Fakulti Pengurusan dan Ekonomi, Universiti Pendidikan Sultan Idris, 35900 Tanjong Malim, Perak.  
Email: yahya@fpe.upsi.edu.my

<sup>3</sup> Fakulti Pengurusan dan Ekonomi, Universiti Pendidikan Sultan Idris, 35900 Tanjong Malim, Perak.  
Email: fidlizan@fpe.upsi.edu.my

## Pengenalan

Masjid merupakan institusi dan pusat tumpuan umat Islam dalam konteks ibadah. Umat Islam juga dituntut untuk mengimarahkan masjid dengan sebaiknya. Perkaitan antara institusi masjid dan pembangunan sosio-ekonomi umat Islam juga amat rapat dan berterusan. Sejarah awal Islam menunjukkan masjid berperanan penting sebagai tempat didirikan solat Jumaat, solat berjemaah, pusat ilmu, pengumpulan dan agihan harta perang, pengurusan wakaf, zakat, pengajian Al-Quran, mahkamah, pusat ekonomi, penetapan strategi peperangan dan sebagainya. Oleh itu, tumpuan kajian-kajian terdahulu tentang pengimarahkan masjid turut melibatkan aktiviti ekonomi masjid.

Dalam konteks itu, beberapa bentuk kajian berkaitan aktiviti ekonomi masjid bernilai kewangan telah dikaji. Antaranya adalah berkaitan penubuhan koperasi masjid (Joni Tamkin et al., 2011), praktis pelaburan bernilai tambah atas aset dan dana yang dimiliki masjid dengan tujuan menjana pendapatan masjid (Fidlizan et al., 2014), penerapan budaya integriti dan akauntabiliti pengurusan kewangan masjid (Azila et al., 2014) dan peranan masjid dalam melahirkan usahawan muslim (Fidlizan et al., 2014; Mohd Yahya et al., 2014).

Namun begitu, kebanyakan kajian lampau adalah bersifat teoretikal atau konseptual. Kajian empirikal tentang status pelaksanaan aktiviti ekonomi masjid masih lagi kurang diketengahkan. Hal ini menyebabkan bukti-bukti empirikal dan data sebenar penglibatan masjid dalam aktiviti ekonomi khususnya di Malaysia tidak dapat diperolehi dengan mudah bagi tujuan penyelidikan mahupun pembuatan dasar yang berkaitan. Secara lebih spesifik, bukti berkaitan status penglibatan institusi masjid dalam aktiviti perniagaan sosial juga sukar diperolehi khususnya bagi maksud pembentukan polisi dan model ekonomi masjid yang universal. Selaras itu, kajian ini bermatlamat meneliti status pelaksanaan perniagaan sosial dalam aktiviti ekonomi masjid dan pencapaian yang telah diperolehi oleh institusi sosial ini.

## Masjid dan Aktiviti Ekonomi

Perkataan masjid adalah merujuk kepada tempat sujud atau mengabdikan diri kepada Allah SWT (Ahmad, 2003). Kamus Dewan (2005) pula mendefinisikan masjid sebagai “bangunan khas tempat umat Islam melakukan solat Jumaat dan ibadah-ibadah lain”. Abdurrahman (2004) pula menerangkan yang masjid merujuk kepada bangunan yang didirikan bagi maksud mengadakan sembahyang, perkhidmatan-perkhidmatan dan lain-lain upacara yang berkaitan dengan agama Islam merangkumi peranannya sebagai pusat ibadah, muamalat, penyebaran Islam, pemerintahan, pusat ilmu, pusat pembentukan akhlak dan pusat kegiatan sosio-ekonomi yang boleh memberikan manfaat kepada Islam dan umatnya. Ringkasnya, masjid adalah pusat ibadah dan pembangunan sosio-ekonomi-politik umat Islam.

Institusi masjid wajib dimakmurkan. Ini selaras dengan firman Allah SWT yang bermaksud “*hanyasanya yang layak memakmurkan rumah-rumah Allah itu adalah orang-orang yang beriman kepada Allah dan hari akhirat serta mendirikan sembahyang dan menunaikan zakat dan tidak takut melainkan kepada Allah. Mudah-mudahan mereka termasuk dalam golongan orang-orang yang mendapat petunjuk*” (At-Taubah:18). Untuk itu, hampir 6,600 buah masjid yang ada di Malaysia kini sedang ditadbirurus oleh Majlis Agama Islam Negeri (MAIN). Pentadbiran dan pengimarahkan masjid secara individu pula dilaksanakan oleh Jawatankuasa

Masjid yang dilantik oleh MAIN bagi mengurus operasi harian, kewangan dan melaksanakan aktiviti imarah masjid (Ahmad Rafli et al., 2015).

Pentadbiran masjid dipecahkan kepada dua bahagian iaitu pentadbiran am oleh Jawatankuasa Kariah yang dilantik oleh MAIN. Jawatankuasa Kariah ini diketuai oleh seorang Pengerusi atau Nazir dan dibantu oleh beberapa orang ahli jawatankuasa lain yang terdiri daripada Setiausaha, Bendahari, Ahli Jawatankuasa yang lain. Tanggungjawab mereka adalah memastikan perjalanan dan pengurusan operasi masjid berjalan mengikut garis panduan yang ditetapkan oleh MAIN serta merancang dan melaksanakan aktiviti imarah masjid. Daripada aspek operasi harian pula, masjid akan diuruskan oleh Pegawai-Pegawai Masjid yang terdiri daripada Imam, Bilal dan Siak atau Noja. Tugas utama mereka adalah berkaitan pelaksanaan semua aktiviti agama seperti mengimamkan solat, melaungkan azan dan menjaga kekemasan serta kebersihan persekitaran masjid.

Pengimarah masjid juga merangkumi aktiviti berkaitan muamalat dan ekonomi untuk tujuan menambah dana masjid dan membiayai semua aktiviti anjuran masjid. Pengimarah ekonomi masjid turut membantu mengembangkan ekonomi setempat. Untuk itu, kini telah wujud masjid-masjid yang menganjurkan berbagai-bagai aktiviti ekonomi seperti program bazar Jumaat, bazar Ramadhan, lot-lot kedai masjid, kiosk makanan dan minuman, pusat cucian kenderaan, klinik masjid, penyewaan dewan dan pengajuran kursus-kursus berbayar. Masjid turut terlibat dalam aktiviti pelaburan ke atas aset-aset bernilai ekonomi yang dimiliki seperti pelaburan dana terkumpul ke dalam skim pelaburan koperasi dan simpanan tetap. Masjid juga ada yang mengusahakan kebun kelapa sawit atau getah atas tanah kosong milik masjid, menyewa tapak untuk menara telekomunikasi, menyewa peralatan kenduri-kendara, menjalankan perniagaan homestay atau rumah sewa dan sebagainya yang turut mempunyai nilai ekonomi bagi penjaan pendapatan tambahan kepada masjid-masjid berkenaan (Ahmad Rafli et al., 2016).

### **Perniagaan Sosial**

Perniagaan sosial merupakan suatu konsep perniagaan yang bertujuan menyelesaikan permasalahan sosial atau menjana hasil bagi kegunaan sosial, bukan untuk keuntungan peribadi (Suraiya & Ahmad Rafli, 2015). Muhammad Yunus et al., (2010), mengklasifikasikan perniagaan sosial kepada perniagaan sosial Type I iaitu perniagaan sosial yang tidak membenarkan penyumbang dana mengambil sebarang keuntungan atau dividen daripada hasil perniagaan itu dan perniagaan sosial Type II iaitu perniagaan sosial yang diusahakan oleh golongan terpinggir atau institusi sosial yang mana pendapatan dan keuntungannya akan disalurkan untuk manfaat kemandirian golongan terpinggir atau institusi sosial itu sendiri.

Berdasarkan pengkelasan itu, institusi masjid didapati cenderung tergolong sebagai institusi yang mengamalkan perniagaan sosial Type II. Ini disebabkan kebanyakan masjid melaksanakan aktiviti ekonomi dengan matlamat menambah dana dan membiayai semua aktiviti yang dirancang (Ahmad Rafli et al., 2015). Oleh itu, terdapat kecenderungan Jawatankuasa Kariah Masjid untuk berinovasi, berakauntabiliti dan menggunakan semua sumber-sumber yang dimiliki secara cekap menerusi perniagaan sosial yang dijalankan (Kickul dan Lyons, 2012).

## Sumber Masjid

Perlaksanaan perniagaan sosial memerlukan komitmen organisasi dalam mengumpulkan semua sumber organisasi bagi mencipta hasil dan keuntungan (Kickul dan Lyons, 2012). Hal ini selaras dengan saranan Teori *Resource Based View* yang menekankan kepada perlunya sesebuah organisasi memberikan fokus terhadap penggunaan semua sumber yang dimiliki ke arah penjanaaan hasil kepada organisasi berkenaan. Organisasi masjid juga dilihat mempunyai banyak sumber fizikal atau bukan fizikal yang boleh dimanfaatkan untuk menjayakan aktiviti ekonomi dan perniagaan sosial. Sebagai contoh, institusi masjid kini mempunyai dana terkumpul yang besar hasil daripada sumbangan derma pelbagai pihak yang boleh dilaburkan untuk penjanaaan dana sendiri menerusi aktiviti ekonomi masjid (Mohd Yahya et al., 2014).

Kebanyakan masjid juga mempunyai aset fizikal lain seperti tanah, dewan serbaguna, bilik seminar, peralatan dan rumah sewa yang boleh menjana pendapatan tambahan (Ahmad Raflis et al., 2015). Sumber manusia yang berkualiti juga dimiliki dalam keahlian Jawatankuasa Kariah Masjid yang terdiri daripada ahli-ahli kariah yang berkepelbagaian latar belakang pendidikan, pengalaman, kualiti kepimpinan dan kemahiran pengurusan (Joni Tamkin et al., 2011). Hal ini memberikan kelebihan dan peluang kepada institusi masjid untuk mengimarahkan aktiviti ekonomi dan memberikan kesan limpahan kepada masyarakat setempat atau ahli kariah mereka. Selain itu, dalam jangka masa panjang, institusi masjid diyakini akan dapat berdikari dalam aspek kewangan dan penjanaaan dana.

## Metodologi

Kajian ini dilaksanakan terhadap tujuh buah masjid yang dipilih secara persampelan bertujuan (*purposive sampling*) di Negeri Perak dan Negeri Sembilan. Pemilihan dibuat dalam kalangan sampel yang ada melaksanakan aktiviti ekonomi yang boleh digolongkan sebagai perniagaan sosial. Kedua-dua negeri berkenaan juga mempunyai pertumbuhan ekonomi yang memberangsangkan di Malaysia. Ini memberi peluang kepada masjid yang ada untuk menjalankan aktiviti ekonomi dengan lebih berkesan. Data-data diperolehi menerusi borang soalselidik yang diedarkan kepada Eksekutif (Pegawai Tadbir), Setiausaha atau Bendahari setiap masjid yang dipilih. Responden merupakan individu yang terlibat secara langsung dalam Jawatankuasa Kariah Masjid yang terlibat merangka, mengurus dan melaksanakan aktiviti masjid. Soalselidik dipecahkan kepada tiga bahagian merangkumi bahagian demografi masjid, status pelaksanaan aktiviti ekonomi dan pencapaian aktiviti. Analisis data dilaksanakan secara deskriptif.

## Penemuan dan Perbincangan

Penemuan penting kajian ini diringkaskan dalam Jadual 1. Hasil kajian menunjukkan kesemua masjid ada menjalankan aktiviti penyewaan lot kedai, gerai, dewan dan bilik kuliah, melabur dalam koperasi masjid dan sewa khemah serta alatan kenduri-kendara. Aktiviti menyewakan aset masjid membuktikan Jawatankuasa Kariah Masjid telah memanfaatkan aset-aset tetap yang dimiliki secara produktif untuk tujuan ekonomi. Secara umum, tidak terdapat perbezaan di antara masjid yang berada di lokasi bandar, pinggir bandar, kawasan perumahan atau kawasan kampung dalam melaksanakan aktiviti perniagaan sosial masing-masing.

Satu perkara yang dapat dilihat ialah bagaimana bilangan ahli jawatankuasa yang mempunyai latar belakang perniagaan di setiap masjid, didapati telah mempengaruhi penglibatan masjid kariah mereka dalam aktiviti perniagaan sosial. Hasil kajian mendapati, daripada aspek demografi, kesemua masjid yang dikaji ada mempunyai ahli jawatankuasa yang terlibat atau berpengalaman dalam perniagaan. Masjid C dan Masjid D mempunyai lebih daripada 7 orang ahli jawatankuasa yang bekerja atau berniaga dalam sektor perniagaan. Dapatan ini menunjukkan yang pelaksanaan aktiviti ekonomi masjid berkait rapat dengan komposisi dan latar belakang ahli jawatankuasa masjid. Penglibatan ahli jawatankuasa dan pengalaman mereka dalam perniagaan dilihat telah memperkukuhkan kecenderungan dan keterlibatan masjid dalam aktiviti bernilai ekonomi. Ini membuktikan yang sumber manusia atau sumber bukan fizikal juga menyumbang kepada status penglibatan institusi masjid dalam aktiviti ekonomi menerusi aktiviti perniagaan sosial.

Daripada aspek penetapan matlamat menjana dana sendiri untuk masjid, kajian ini mendapati terdapat enam buah masjid yang ada menetapkan matlamat mencari dana sebagai salah satu daripada objektif jawatankuasa kariah mereka. Hanya sebuah sahaja masjid iaitu Masjid D yang tidak menetapkan matlamat secara langsung untuk mencari dana melalui aktiviti ekonomi masjid. Sungguhpun demikian, masjid berkenaan didapati turut menggunakan aset-aset yang dimiliki untuk menjana dana tambahan khususnya dalam bentuk sewa dewan dan sewa bilik kuliah.

**Jadual 1 : Maklumat Demografi dan Aktiviti Ekonomi Masjid**

Masjid	Lokasi	Bilangan AJK Berpengalaman Berniaga	Jawatankuasa Menetapkan Matlamat Mencari Dana	Aktiviti Ekonomi Dilaksanakan	Anggaran Pendapatan Sebulan (RM)
A	Taman Perumahan	1-3 orang	Ada	Sewa lot kedai & gerai/ rumah sewa & homestay / sewa tapak menara telekomunikasi	RM2,000 – RM4,000
B	Kampung	1-3 orang	Ada	Sewa lot kedai & gerai / sewa khemah & alatan kenduri	Bawah RM2,000
C	Pinggir Bandar	Melebihi 7 orang	Ada	Menganjur kursus & seminar berbayar	Bawah RM2,000
D	Bandar	Melebihi 7 orang	Tiada	Sewa dewan/ bilik kuliah	Bawah RM2,000
E	Pinggir Bandar	1-3 orang	Ada	Projek pertanian / ladang sawit	Lebih RM10,000
F	Bandar	4-6 orang	Ada	Pelaburan koperasi masjid/ sewa dewan / sewa lot kedai & gerai	RM6,000 – RM8,000
G	Kampung	4-6 orang	Ada	Pelaburan koperasi masjid/ sewa dewan / sewa lot kedai & gerai / sewa khemah & alatan kenduri	Bawah RM2,000

*Senarai Masjid:*

A- Masjid At-Taqwa, Tanjung Malim, Perak; B- Masjid Al-Hidayah, Behrang 2020, Perak; C- SDJ Kota Malim Prima, Tanjung Malim, Perak; D- Masjid Hussain, Seremban 2, N. Sembilan; E- Masjid Jamek Tunqu Besar Tampin, N. Sembilan; F- Masjid Jamek Dato' Hj Abdullah Sijang, Port Dickson, N. Sembilan; G- Masjid Jamek An-Nur, Rembau, N. Sembilan

Penemuan penting kajian ini adalah berkaitan status penglibatan institusi masjid dalam aktiviti perniagaan sosial. Hasil kajian mendapati kesemua masjid yang dikaji telah melaksanakan aktiviti ekonomi yang tergolong dalam perniagaan sosial iaitu menerusi aktiviti ekonomi asas seperti penyewaan lot-lot kedai, rumah sewa, tapak menara telekomunikasi, khemah dan peralatan kenduri-kendara, sewa dewan, sewa bilik kuliah dan perniagaan homestay. Aktiviti berkenaan melibatkan proses memanfaatkan dan menggunakan sumber-sumber aset tetap yang dimiliki oleh masjid untuk memberi kemudahan atau manfaat kepada pihak lain seperti usahawan kecil setempat dan ahli kariah dengan dikenakan caj yang tertentu. Selain itu, aktiviti berkenaan juga tergolong sebagai aktiviti perniagaan sosial yang berisiko rendah.

Selain itu, terdapat tiga buah masjid iaitu Masjid E, F dan G yang terlibat dalam aktiviti perniagaan sosial yang lebih berisiko iaitu menerusi pelaksanaan projek pertanian dan kebun sawit serta pelaburan dalam koperasi masjid. Penglibatan masjid dalam koperasi masjid juga dilihat sebagai suatu usaha positif ke arah memantapkan penglibatan masjid dalam perniagaan sosial di mana objektif perniagaan koperasi adalah dengan tujuan kebajikan ekonomi anggota dan masyarakat. Berdasarkan pencapaian daripada aktiviti perniagaan sosial yang dilaksanakan, terdapat dua buah masjid berjaya menjana dana melebihi RM6,000 sebulan dan empat buah masjid lain menjana kurang daripada RM2,000 sebulan. Sebuah masjid sahaja menjana antara RM2,000 hingga RM4,000 sebulan. Penemuan ini menunjukkan institusi masjid di Malaysia telah melaksanakan perniagaan sosial dan berjaya menjana sejumlah dana tambahan bulanan yang mampu mencapai RM10,000 sebulan.

## **Rumusan**

Kajian ini mendapati aktiviti ekonomi masjid telah dilaksanakan dalam bentuk perniagaan sosial. Pihak pengurusan masjid telah menggunakan sumber-sumber masjid untuk menjana hasil dan dana produktif yang positif. Walaupun masih berada di peringkat awal dengan amaun pendapatan tertinggi sekitar RM10,000 sebulan, dapatan kajian membuktikan yang institusi masjid telah mengadaptasi perniagaan sosial sebagai sebahagian daripada kaedah pengimarahannya aktiviti ekonomi masjid. Ia merupakan petanda positif terhadap keupayaan perniagaan sosial dalam mengukuhkan ekonomi masjid. Adalah diharapkan bentuk perniagaan sosial masjid dapat dikembangkan kepada aktiviti lain seperti pelaburan modal dalam syarikat milik ahli kariah, penternakan, khidmat kesihatan dan pendidikan secara aktif dalam konteks perniagaan sosial Type II.

Dapatan kajian ini juga menunjukkan bahawa terdapat keperluan mendesak untuk pihak berkuasa khususnya Majlis Agama Islam Negeri (MAIN) untuk membentuk polisi dan dasar yang jelas tentang kaedah dan tatacara penglibatan institusi masjid dalam aktiviti ekonomi. Antara perkara penting yang perlu diwujudkan adalah berkaitan pembentukan dasar pengurusan dan pelaksanaan aktiviti ekonomi masjid yang jelas, kaedah perekodan dan kawalselia kewangan, tatacara pengoperasian, percukaian serta kaedah pengurusan risiko dan liabiliti perniagaan. Selain daripada menggalakkan penubuhan koperasi masjid, pembentukan syarikat pegangan pelaburan masjid (*mosque's holding company*) juga dilihat sebagai suatu

alternatif baharu yang boleh diketengahkan untuk memudahkan setiap masjid mengembangkan aktiviti ekonomi dengan lebih cepat dan berstruktur. Ia tidak bermaksud untuk mengkomersilkan aktiviti imarah ekonomi masjid seumpama syarikat korporat atau syarikat komersil yang lain, tetapi bertujuan untuk memudahkan dan mempercepatkan pengembangan ekonomi masjid dengan lebih sistematik.

## Rujukan

- Abdurrahman R.A.H. (2004). Peranan masjid masa kini: satu penilaian berkaitan dengan kedudukannya sebagai wadah kepimpinan raja. *Kertas Seminar Institusi Masjid Brunei Darussalam*, 1-20.
- Ahmad, S. (2003). *Masjid Jantung Masyarakat*. Yogyakarta, Indonesia: 'Izzan Pustaka.
- Ahmad Rafli, C.O., Mohd Yahya, M.H. and Fidlizan, M. (2016). Mosques, Social Entrepreneurship and Its Achievement. *Proceeding National Conference on the Sciences and Social Science*, Open University Malaysia, 1-9.
- Ahmad Rafli, C.O., Mohd Yahya, M.H. and Fidlizan, M. (2015). Social entrepreneurship practices among mosques in Selangor. In Mohd Faizol Ibrahim (Eds.), *Amalan Keusahawanan Islam, Konsep dan Isu Perlaksanaan* (pp. 171-184). Kuala Lumpur : Pusat Pungutan Zakat, Majlis Agama Islam Wilayah Persekutuan.
- Azila, A.R., Mohd Yahya, M.H., Fidlizan, M., & Nurhanie, M. (2014). Economic significance of mosque institution in Perak State, Malaysia, *Kyoto Bulletin of Islamic Studies*, 7, 98-109.
- Fidlizan, M., Mohd Yahya, M.H., Azila, A.R., & Fatimah Salwa, A.H. (2014). Persepsi masyarakat Islam terhadap idea penjana dana masjid: kajian di Perak, *Sains Humanika*, 2(1), 101-106.
- Joni Tamkin, B., Mohd Yahya, M.H., Fidlizan, M., and Mohd Fauzi, A.H. (2011). Membentuk usahawan muslim: peranan dana masjid. *Al-Basirah*, 1(1), 53-63.
- Kamus Dewan Edisi Keempat (2005). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Kickul J. & Lyons, T.S., (2012). *Understanding Social Entrepreneurship The Relentless Pursuit of Mission in an Ever Changing World*. New York: Routledge.
- Mohd Yahya, M.H., Fidlizan, M., Azila, A.R., & Nurul Fadly, H.,(2014). Analisa eksploratori dana masjid di Negeri Perak, *Jurnal Syariah*, 22(1), 1-20.
- Muhammad Yunus, Moingeon, B., & Lehmann-Ortega, L. (2010). Building social business models: lessons from the Grameen experience. *Long Range Planning*, 43, 309-325.

Suraiya,I. and Ahmad Rafli, C.O. (2015). Keusahawanan sosial sebagai satu pendekatan inovatif ke arah transformasi sosial masyarakat: Kajian kes di Malaysia, *Geografia Malaysian Journal of Society and Space*, 11(8), 38-51.