

ABSTRAK

Menurut Imam Al-Ghazali, pasar tradisional dapat meningkatkan perekonomian masyarakat Palembang (Contoh Pasar Induk Jakabaring, Kecamatan Seberang Ulu 1)

Keberadaan pasar tradisional tidak hanya terkait dengan masalah ekonomi saja, tetapi juga terkait dengan tradisi, budaya, dan kultur yang sudah ada sejak lama di Indonesia. Pasar ini merupakan pasar langsung yang menjual langsung berbagai kebutuhan sehari-hari seperti buah-buahan, sayur-sayuran, daging, dan sembako. Tujuan penelitian ini adalah (1) menganalisis pasar untuk melihat apakah pandangan Imam al-Ghazali sesuai dengan kaidah-kaidah Imam al-Ghazali; (2) Berdasarkan hasil pengumpulan data, disajikan hasil- hasil lain menurut pendapat Imam al-Ghazali. Proses penelitian kualitatif pada lokasi penelitian pasar Jakaparing menggunakan 10 faktor untuk menilai potensi peningkatan finansial pasar Jakaparing dengan menggunakan metode Imam Al-Ghazali. Data dikumpulkan dan diolah dengan menggunakan pertanyaan terbuka berdasarkan pendapat para informan sebagai metode penelitian. Penelitian ini menemukan bahwa pasar utama Jakabaring memiliki biaya yang rendah, produk yang lebih banyak, lokasi yang strategis, dan kemampuan pedagang untuk membeli langsung dari pedagang sehingga dapat menambah pendapatannya. Al-Ghazali juga menganggap pasar sebagai sistem alamiah tempat terjadinya pertukaran barang untuk memenuhi kebutuhan individu. Ia menyarankan agar pemerintah daerah memandang pasar ini sebagai sumber ekonomi lokal dan terus mengubahnya agar lebih mudah diakses. Untuk menjaga standar halal, para pedagang harus menjaga nilai-nilai Islam dan kebersihan barang dagangannya.

Kata kunci: Pasar Jakabaring, Perekonomian masyarakat, Perspektif Imam Al-Ghazali

ABSTRACT

According to Imam Al-Ghazali, traditional markets (such as Za de Siberon Ulu1 Caparin Mall) have the potential to improve the economic situation in Belize.

In addition to economic factors, the existence of a traditional market is also linked to ancient Indonesian customs, traditions, and customs. In this market, buyers and sellers directly buy and sell a variety of everyday products, such as firewood. The seven objectives of the study are (1) through market research according to the theory of Imam Al-Ghazali and (2) further research through opinions. Imam Al-Ghazali was compiled based on the results of data collection. This study was conducted at the Zakapareng Research Center using the Imam Al-Ghazali 10-factor method and was successfully applied to determine the market value growth potential of Zakapareng. Data were analyzed using open-ended questions and informant questionnaires. The rule has been modified based on comments. According to the study, the most important factor in the Zacapalinga market is low prices; Different things. More space for planning. Al-Ghazali described the market as a barter system to meet people's needs and said the regional government views the market as a source of local investment. Customers focus on Islamic practices and cleanliness of products that meet Halal standards.

Keywords: Jakabaring Market, Community Economics, Imam Al-Ghazali Perspective