

Analisis Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Muslim pada Bulan Ramadhan Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

¹ Asnita, ² Abd. Rasyid R, ³ Andi Ika Fahrika

¹²³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone

E-mail: 1asnitanita2411@gmail.com , 2arasyid676@gmail.com ,
3Ikafahrika05@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis perubahan pola konsumsi masyarakat Muslim di Desa Mabbiring, Kecamatan Sibulue, selama bulan Ramadhan dalam perspektif ekonomi syariah. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan signifikan dalam konsumsi makanan, minuman, pakaian, dan kebutuhan rumah tangga, terutama menjelang berbuka dan Idul Fitri. Faktor internal seperti religiusitas dan emosi, serta faktor eksternal seperti budaya dan promosi, memengaruhi perubahan ini. Dari perspektif ekonomi syariah, pola konsumsi berlebihan bertentangan dengan prinsip maqashid syariah, yang menekankan keseimbangan dan kebermanfaatannya. Oleh karena itu, diperlukan edukasi untuk mendorong konsumsi yang lebih bijak sesuai ajaran Islam.

Kata kunci : *Pola konsumsi, masyarakat, bulan Ramadhan, ekonomi syariah, Desa Mabbiring.*

ABSTRACT

This study analyzes changes in the consumption patterns of the Muslim community in Mabbiring Village, Sibulue District, during Ramadan from the perspective of Islamic economics. Using a descriptive qualitative method, data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation studies. The findings indicate a significant increase in the consumption of food, beverages, clothing, and household necessities, particularly before iftar and Eid al-Fitr. Internal factors such as religiosity and emotions, as well as external factors like culture and promotions, influence these changes. From an Islamic economic perspective, excessive consumption contradicts the principles of maqashid shariah, which emphasize balance and benefit. Therefore, education is needed to encourage more prudent consumption in accordance with Islamic teachings.

Keyword : *Consumption patterns, society, Ramadan, Islamic economics, Mabbiring Village.*

1. PENDAHULUAN

Bulan ramadhan merupakan bulan penuh makna dan memiliki keistimewaan bagi umat muslim. Pada bulan ini, umat muslim diwajibkan untuk berpuasa mulai dari terbitnya fajar hingga terbenamnya matahari dan dilakukan selama satu bulan penuh. Selama menjalankan ibadah puasa tentunya masyarakat membutuhkan konsumsi untuk memenuhi kebutuhan makan sahur sampai dengan berbuka puasa. Pada umumnya, di bulan Ramadhan kegiatan konsumsi masyarakat mengalami perubahan yang cukup signifikan. Masyarakat cenderung mengubah pola konsumsi mereka dalam hal jenis makanan atau minumannya maupun kuantitas makanan yang dikonsumsi. (Kharisma 2022)

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), konsumsi rumah tangga pada bulan Januari hingga Maret tahun 2024 sebesar 4,91% yang demikian hal ini terjadi saat momen bulan ramadhan dan pemilu tahun 2024. Pada bulan Februari tahun 2024, inflasi terbesar berasal dari pengeluaran sektor makanan dan minuman, serta tembakau yakni sebesar 1,79%. Hal ini mengungkapkan bahwa terdapat kenaikan harga pangan yang cukup besar pada bulan tersebut. Keadaan ini akan menyesuaikan dengan adanya peningkatan konsumsi pangan yang cenderung meningkat di bulan Ramadhan (Statistik 2024).

Adanya fenomena konsumsi yang berlebihan ini, dapat dihubungkan dengan Teori konsumsi relatif oleh James Dusenberry dalam Dina Kurnia Salwa, yang mengatakan bahwa suatu individu cenderung akan menyesuaikan konsumsi mereka dengan apa yang mereka lihat dari orang-orang disekitarnya (Dina Kurnia Salwa 2019).

Hal ini dapat menjelaskan fenomena yang terjadi pada masyarakat di Desa Mabbiring yang merasa terdorong dengan orang-orang yang berada

disekitarnya untuk meningkatkan konsumsi mereka selama momen bulan puasa dan Idul Fitri, meskipun sebagian dari mereka pendapatannya terbatas.

Berdasarkan survey awal yang dilakukan, di Desa Mabbiring menunjukkan adanya perubahan yang signifikan dalam melakukan konsumsi selama bulan ramadhan. Sementara itu, sebagian besar dari mereka memiliki mata pencaharian hanya sebagai petani dan nelayan, dengan pendapatan rata-rata yang tergolong menengah ke bawah. Fenomena ini menimbulkan ketidakseimbangan antara pendapatan dengan pola konsumsi masyarakat setempat. Walaupun pendapatan mereka terbatas, konsumsi yang meningkat selama periode tertentu menunjukkan adanya faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumsi mereka. Menurut Teori konsumsi oleh Franco Modigliani atau disebut juga dengan Hipotesis Daur Hidup (*life Cycle Hypothesis*) dalam Dina Kurnia Salwa menjelaskan bahwa, banyaknya atau besarnya konsumsi itu bukan hanya didasarkan pada tingginya pendapatan yang diperoleh, tetapi juga berdasarkan banyaknya kekayaan yang dimiliki, dan kekayaan tersebut bisa didapatkan dengan melalui tabungan, warisan, investasi, dan yang lainnya (Dina Kurnia Salwa 2019).

Terkait perubahan pola konsumsi yang terjadi di bulan ramadhan, kebanyakan penelitian sebelumnya lebih fokus pada aspek pola konsumsi yang terjadi di daerah perkotaan dan tidak dikaitkan pada aspek ekonomi syariah, sehingga masih terdapat gap atau pembeda mengenai perubahan pola konsumsi di daerah pedesaan. Desa Mabbiring mempunyai karakteristik sosial, budaya, dan ekonomi yang berbeda dengan daerah perkotaan, sehingga menawarkan konteks yang menarik untuk di kaji lebih mendalam. Pola konsumsi di desa dipengaruhi oleh beberapa faktor lokal, seperti budaya ataupun tingkat

pendapatan yang rendah dibanding di daerah perkotaan.

Penelitian sebelumnya yang membahas tentang perubahan pola konsumsi masyarakat pada bulan ramadhan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Rezky Jean Shita tahun 2019, menjelaskan bahwa selama bulan Ramadhan, masyarakat cenderung melakukan konsumsi berlebihan, terutama pada kebutuhan pangan. Pola konsumsi ini berubah dengan alasan menjaga kesehatan saat puasa, memotivasi anak-anak belajar puasa, dan sebagai bentuk kegembiraan menyambut Idul Fitri. Rizky Jean Shita, "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Masyarakat di Bulan Ramadhan, (Studi Kasus Masyarakat Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah)", (Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, IAIN Metro, Metro, 2019).. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Ridhwan, Syarifah, dan Hareastoma tahun 2019, menunjukkan bahwa pola konsumsi selama bulan Ramadhan dipengaruhi oleh faktor budaya dan religiusitas sebagai faktor utama. Hasil analisis statistik menyatakan 16,4% pola konsumsi dijelaskan oleh variabel budaya, sosial, religiusitas, dan psikologi, sementara 83,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti (Ridwan, Syarifah, and Hareastoma 2019). Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Hardiansyah, Abdul Rahman, dan Nurlela tahun 2022, menyimpulkan bahwa pola konsumsi halal dan baik di Desa Mengepong selama bulan Ramadhan umumnya dianggap serupa oleh masyarakat, meskipun tetap bergantung pada persepsi individu. Sebagian besar warga menyatakan bahwa pola konsumsi halal dan baik meliputi makanan yang diperbolehkan oleh syariat Islam, sesuai Al-Qur'an dan Hadist, serta mampu memenuhi kebutuhan gizi dalam kategori empat sehat lima sempurna (Hardiansyah, Rahman, and Nurlela 2022).

Penelitian yang akan dilakukan menawarkan perspektif baru dengan fokus pada aspek ekonomi syariah dan studi kasus spesifik di Desa Mabbiring, yang tidak dibahas secara mendalam pada penelitian sebelumnya. Selain itu, penelitian ini juga akan menganalisis apakah perilaku konsumsi masyarakat muslim pada bulan ramadhan sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah, sehingga memberikan kontribusi yang unik yang belum dieksplorasi dalam penelitian sebelumnya yang lebih banyak berfokus pada aspek, budaya, psikologis, konsumsi yang berlebih dan pola konsumsi halal menurut pandangan masyarakat. Maka dari itu, penelitian ini penting untuk dilakukan mengingat adanya fenomena konsumsi berlebihan yang tidak sejalan dengan prinsip Islam yang kerap terjadi di bulan ramadhan. Sehingga berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait dengan "Analisis Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Muslim Pada Bulan Ramadhan Menurut Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Di Desa Mabbiring Kecamatan Sibulue)".

2. LANDASAN TEORI

Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Konvensional

Konsumsi dalam artian luas adalah suatu kegiatan untuk mengurangi atau menggunakan nilai barang dan jasa demi pemenuhan kebutuhan, keinginan, dan kepuasan semata. Dalam bahasa belanda, konsumsi disebut dengan *consumptie* yang artinya suatu aktivitas yang bertujuan untuk menghabiskan atau mengurangi manfaat suatu barang dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan secara langsung. Konsumsi dalam ilmu ekonomi, dijelaskan bahwa kata konsumsi ialah suatu tindakan atau perilaku setiap individu untuk menghabiskan dan mengurangi penggunaan nilai suatu

benda, baik itu secara langsung maupun tidak langsung, demi pemenuhan kebutuhan dan kepuasan akhir dari setiap individu (Dina Kurnia Salwa 2019).

Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Syariah

Konsumsi dalam perspektif ekonomi syariah di definisikan sebagai suatu pemanfaatan barang atau jasa yang halal dan baik untuk dikonsumsi demi memenuhi kebutuhan pokoknya atau primer, kebutuhan sekunder, maupun kebutuhan tersier, namun tetap memperhatikan dan menyeimbangkan antara dunia dan akhirat-Nya. Sebagaimana tujuan konsumsi dalam ekonomi syariah atau dalam Islam ialah untuk mencapai masalah. Masalah adalah tujuan utama dalam ekonomi syariah, yang mencakup manfaat fisik bagi manusia dan juga terdapat aspek keberkahan di dalamnya. Konsep masalah hanya di peroleh konsumen dengan cara mengkonsumsi sesuatu yang halal dan *tayyib* (Ayi Nurbaeti 2022).

Dasar hukum perilaku konsumsi

Di dalam Islam hendaklah di dasarkan pada prinsip-prinsip syariat yang terdapat dalam Al-Qur'an, hadis, serta ajaran dari para ulama. Hal ini mencakup berbagai aspek kehidupan, termasuk cara mengkonsumsi barang atau jasa. Prinsip-prinsip tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa konsumsi harus dilakukan secara halal, yakni diperbolehkan dalam Islam dan *tayyib*, yakni baik untuk dikonsumsi oleh tubuh, serta menghindari perbuatan atau perilaku yang berlebihan atau mubazir (Dina Kurnia Salwa 2019). Dasar hukum perilaku konsumsi dalam al-qur'an yaitu :

Q.S Al-Baqarah ayat 168 dijelaskan mengenai pola perilaku konsumsi dalam Islam yaitu, berbunyi :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Terjemahannya :

“Wahai manusia! Makanlah dari makanan yang halal dan yang baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.

Berdasarkan ayat diatas menekankan pentingnya konsumsi yang bertanggung jawab dan sesuai dengan syariat-syariat Islam. Seseorang di perintahkan untuk makan dan minum yang halal dan baik, secukupnya, serta tidak berlebihan. Hal tersebut sangat penting demi menjaga kesehatan fisik dan spiritual, serta menjauhkan diri dari godaan setan.

Tujuan Konsumsi Dalam Islam

Tujuan yang utama dalam konsumsi bagi seorang muslim ialah untuk mendukung dalam proses ibadah kepada Allah swt. Bahwa dengan adanya niat mengkonsumsi segala sesuatu untuk menambah kekuatan dan mentaati Allah, maka konsumsi tersebut dapat bernilai ibadah bagi seseorang dan mendapatkan pahala disisi Allah. Sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-An'am ayat 162 yang berbunyi :

قُلْ إِنْ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Terjemahannya :

“Sesungguhnya shalatku, ibadahku, hidupku, dan matiku hanya untuk Allah, Tuhan seluruh semesta alam.”

Segala sesuatu yang mubah atau diperbolehkan dapat bernilai ibadah jika hal tersebut diniatkan untuk mendekatkan diri kepada Allah swt, misalnya makan, kerja, ataupun tidur. Asalkan hal tersebut diniatkan demi meningkatkan potensi dalam mengabdikan kepada Allah. Dalam

ekonomi Islam, tujuan konsumsi ialah untuk memaksimalkan masalah.

Menurut Imam Syatibi dalam Ayi Nurbaeti, konsep masalah memiliki arti yang lebih luas bahkan lebih dari sekedar utilitas atau kepuasan semata dalam ilmu ekonomi konvensional. Masalah adalah suatu sifat dan kemampuan barang dan jasa yang dapat memberikan suatu dukungan dan tujuan dalam dasar kehidupan manusia di bumi. Dalam hal ini, terdapat lima komponen dasar yaitu : agama (*Ad-dien*), akal (*al-aql*), jiwa (*nafs*), harta (*al-maal*), dan keturunan (*al-nasl*). Dengan demikian, konsep masalah mencakup pada manfaat fisik dan aspek keberkahan yang ada didalamnya. Dalam memenuhi kebutuhan itu bukan hanya semata-mata demi memenuhi kepuasan saja yang tujuan dari kegiatan ekonomi Islam itu sendiri, serta adanya usaha untuk mencapai tujuan itu dengan menjalankan kewajiban hidup yang beragama (Ayi Nurbaeti 2022).

Etika Konsumsi Dalam Islam

a. Seimbang dalam konsumsi

Dalam Islam, diwajibkan bagi seluruh pemilik harta hendaknya memberikan sebagian hartanya untuk kebutuhan diri, keluarga, dan fisabilillah. Islam mengajarkan untuk tidak mempunyai sikap kikir, dan disisi lain juga melarang adanya sifat boros serta hanya membuang-buang harta yang sia-sia. Berdasarkan bentuk keseimbangan yang telah diperintahkan dalam Al-Qur'an yang memberikan cerminan sikap yang adil dalam melakukan konsumsi.

b. Menggunakan harta untuk tujuan yang halal dan dengan cara yang baik

Islam mendorong umatnya untuk menggunakan hartanya dalam hal-hal yang baik dan halal untuk pemenuhan kebutuhan hidupnya, tetapi dengan syarat tidak melanggar aturan-aturan syariat dan tidak menimbulkan kemudharatan serta kesejahteraan masyarakat. Abu al-A'la al-Maududi dalam Ayi Nurbaeti menekankan bahwa, Islam menghindari

penggunaan harta yang dapat merusak moral masyarakat seperti perjudian yang hanya mengikuti hawa nafsu.

c. Larangan berperilaku israf (royal) dan tabzir (sia-sia)

Dalam konsep konsumsi perilaku tersebut merupakan suatu hal yang penting, yakni larangan dalam berperilaku hidup mewah. Gaya hidup mewah hanyalah membuat kerusakan bagi suatu masyarakat atau individu. Karena mendorong manusia tenggelama dalam hawa nafsu mereka, dan membuat kelalaian dari sifat-sifat terpuji dan akhlak yang mulia, serta menghilangkan semangat dalam jihad. Ali Abd ar-Rasul berpendapat bahwa masalah gaya hidup mewah ini adalah faktor yang dapat menimbulkan terjadinya penurunan moral suatu masyarakat, sehingga dapat membawa kehancuran bagi masyarakat.

d. Larangan dalam bersikap kikir atau bakhil dan menimbun harta

Islam sangat menekankan larangan bersikap kikir dan menimbun harta. Karena Islam sangat memperhatikan dan menyadari orang-orang yang memiliki kekurangan harta, dan sangat dianjurkan untuk peduli terhadap sesama. Islam mengajarkan keseimbangan melalui aturan yang universal seperti yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an yang jika diterapkan dengan meneladani sikap para Nabi dan Rasul serta para ulama terdahulu (As-Salaf sholeh), sehingga dapat memberikan dampak terhadap distribusi yang merata dan meningkatkan kesejahteraan (Ayi Nurbaeti 2022).

Prinsip-Prinsip Konsumsi dalam Islam

Dalam ekonomi Islam ada lima prinsip dalam kegiatan konsumsi yaitu :

a. Prinsip Keadilan

Prinsip ini memiliki dua makna yang penting terkait dengan mencari makanan dan minuman yang halal serta tidak melanggar hukum yang berlaku. Dalam hal ini, makanan dan minuman

yang dilarang yakni, darah, daging babi, daging hewan yang mati sendiri, dan daging hewan yang saat di sembelih tidak menyebut nama Allah dengan tujuan untuk mempersembahkannya sebagai kurban atau untuk digunakan sebagai berhalal dan menyembah Tuhan lain.

b. Prinsip Kebersihan

Prinsip yang kedua ini menekankan bahwa makanan harus layak untuk dikonsumsi, tidak kotor ataupun tidak merusak selera makan. Karena tidak semuanya yang diizinkan itu boleh dimakan dalam semua keadaan. Maka dari semua yang telah di perbolehkan, konsumsilah yang bersih, dan memberikan manfaat bagi tubuh.

c. Prinsip Kesederhanaan

Prinsip ini telah mengatur terkait dengan perilaku manusia terhadap makanan dan minuman yang dikonsumsi yakni tidak berlebihan. Prinsip ini tentunya berbeda pandangan dengan ideologi kapitalisme yang beranggapan bahwa konsumsi adalah sebuah mekanisme dalam meningkatkan produksi dan pertumbuhan ekonomi. Karena semakin banyak permintaan maka akan semakin banyak pula produksi barang yang dilakukan. Sehingga dari sinilah muncul pemerasan, dan perbuatan penindasan terhadap para buruh atau pekerja.

d. Prinsip Kemurahan hati

Dengan mematuhi perintah Islam, maka tidak akan ada bahaya dan dosa yang ditimbulkan dalam mengonsumsi makanan atau minuman yang halal yang telah disediakan oleh Allah Swt. Selagi niatnya untuk kelangsungan hidup dan kesehatan yang baik dengan tujuan untuk menjalankan perintah Allah dan disertai keimanan yang kuat dan tindakan yang adil yang sesuai dengan itu, maka akan menjamin keselarasan atau keseimbangan dalam menjalankan perintah Allah.

e. Prinsip Moralitas

Prinsip ini bukan hanya tentang makanan dan minuman saja, tetapi juga tujuan akhirnya, yaitu untuk

menumbuhkan nilai-nilai moral dan spiritual. Bagi seorang muslim sangat dianjurkan untuk menyebut basmalah atau nama Allah ketika akan mulai makan dan setelah makan juga sebagai bentuk tanda syukur dan terima kasih kepada Allah atas rezeki yang diberikan. Dengan demikian, seseorang akan merasakan kehadiran Allah disaat pemenuhan kebutuhan atau keinginannya tercapai. Sehingga terjadi keseimbangan antara nilai kehidupan material dan spiritual (Ayi Nurbaeti 2022).

Bulan Ramadhan

Ramadhan berasal dari kata *Ar-Ramadh* yakni batu yang panas karena dari teriknya panas matahari. Dinamakan bulan ramadhan karena bertepatan pada masa itu panas terik dan ia membakar dosa-dosa, yakni menghapusnya. Ramadhan merupakan bulan ketika diturunkannya Al-Qur'an dan saat diturunkannya dikenal dengan malam *lailatur qadr*, yang merupakan malam pertama kali Al-Qur'an diturunkan. Sehingga malam tersebut dikenal sebagai malam yang lebih baik dari seribu bulan.

Dalam bulan ramadhan seluruh umat Islam yang ada di dunia diwajibkan untuk berpuasa selama 30 hari penuh. Umat muslim berlomba-lomba untuk meningkatkan amal ibadah mereka, karena di bulan inilah semua pahala dilipat gandakan oleh Allah swt. Ramadhan menjadi ajang perlombaan kebaikan seluruh umat muslim, terutama dalam hal sedekah. Mereka semua meningkatkan kegiatan sosialnya seperti memberikan bantuan sosial kepada orang-orang miskin, melaksanakan buka bersama orang-orang yang kurang mampu, dan memberikan sumbangan kepada anak yatim, yayasan, dan kaum dhuafa.

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan field

research untuk menggali secara mendalam perubahan pola konsumsi masyarakat Muslim selama bulan Ramadhan di Desa Mabbiring, Kecamatan Sibulue. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi guna memperoleh informasi yang akurat mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pola konsumsi tersebut. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memahami dan menginterpretasikan perilaku konsumsi masyarakat dalam konteks ekonomi syariah, dengan menyoroti aspek keseimbangan dan kebermanfaatannya sesuai dengan prinsip *maqashid syariah*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Muslim Pada Bulan Ramadhan Di Desa Mabbiring Kecamatan Sibulue.

Perubahan pola konsumsi merupakan suatu fenomena yang terjadi ketika masyarakat mengalami perubahan dalam cara mereka mengelola pendapatan dan mengalokasikan sumber daya demi pemenuhan kebutuhan mereka. Pola konsumsi bisa dimaknai sebagai respons aktif oleh manusia terhadap lingkungan sosial sekitarnya yang erat kaitannya dengan budaya masyarakat, yang mana respons aktif tersebut dapat berupa pemenuhan kebutuhan pokok atau primer, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier. Sebagaimana hasil wawancara yang telah dipaparkan, bahwa pola konsumsi masyarakat selama bulan Ramadhan mengalami peningkatan. Dalam hal ini, melalui wawancara dengan keempat Narasumber yakni, Ibu Nurhana, Ibu Sarbini, Ibu Nurhidaya, dan seorang Mahasiswi yakni Nurfasihah mengakui terjadi peningkatan konsumsi yakni kebutuhan pokok. Berdasarkan wawancara dengan keempat narasumber yang memiliki latar belakang berbeda yakni ibu rumah tangga, guru, pengusaha, dan mahasiswi, ditemukan pola konsumsi

yang serupa, terutama pada kebutuhan primer atau *dharuriyyat*.

Fokus utama konsumsi pada periode ini adalah bahan pangan seperti minyak goreng, gula, tepung terigu, ikan, kurma, sirup, dan bahan untuk minuman segar seperti es buah. Pola ini dipengaruhi oleh perubahan waktu makan menjadi sahur dan berbuka, serta tradisi khas Ramadhan yang mendorong peningkatan konsumsi makanan tertentu. Teori konsumsi oleh Samuelson dan Nordhaus dalam Syafaruddin menjelaskan bahwa konsumsi terbagi menjadi konsumsi permanen dan sementara. Konsumsi permanen merujuk kepada pengeluaran untuk membeli barang dan jasa yang dilakukan secara berulang-ulang dalam jangka waktu yang panjang.

Sementara itu, konsumsi sementara ialah pengeluaran tambahan yang terjadi diluar kebiasaan dari konsumsi yang biasanya dilakukan setiap harinya (Syafaruddin 2021). Konsumsi permanen, seperti bahan pangan utama, tetap menjadi prioritas, sedangkan konsumsi sementara mengalami lonjakan signifikan karena faktor musiman. Hal ini pula, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggun Kharisma tahun 2022 bahwasanya masyarakat mengalami pola konsumsi yang meningkat selama bulan Ramadhan. Karena masyarakat memiliki kebiasaan melakukan pembelian bahan-bahan pokok untuk porsi yang lebih besar demi pemenuhan kebutuhan dan keinginannya (Kharisma 2022). Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Habriyanto tahun 2019 bahwa masyarakat mengatakan mengalami peningkatan pengeluaran konsumsi saat bulan Ramadhan. Hal ini terlihat dari adanya pengeluaran makan dan minum serta pakaiannya. Dengan demikian, pola konsumsi ini menunjukkan bahwa bulan Ramadhan berdampak signifikan pada dinamika ekonomi rumah tangga (Habriyanto 2019).

Selain kebutuhan primer, terdapat peningkatan pada kebutuhan sekunder

atau *hajiyyat*, seperti pembelian pakaian baru, mukena, dan perlengkapan ibadah untuk menyambut Idul Fitri. Beberapa narasumber juga mengatakan bahwa mereka mengonsumsi makanan bergizi untuk menjaga stamina selama puasa. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rezky Jean Shita tahun 2019, bahwa masyarakat mengalami perubahan pola konsumsi pada bulan Ramadhan dengan alasan untuk menjaga kesehatan tubuh mereka demi menjalankan ibadah puasa. Pada kelompok dengan ekonomi stabil, alokasi untuk kebutuhan sekunder lebih bermacam-macam, seperti adanya pembelian perlengkapan rumah tangga tambahan. Hal ini sejalan dengan Teori Hipotesis Daur Hidup oleh Franco Modigliani dalam Dina Kurnia Salwa, yang menyatakan bahwa konsumsi tidak hanya bergantung pada pendapatan saat ini tetapi juga pada total kekayaan, tabungan, dan aset yang dimiliki (Rizky Jean Shita 2019).

Sementara itu, kebutuhan tersier atau *tahsiniyyat* seperti liburan atau rekreasi cenderung tidak menjadi prioritas. Sebagian besar narasumber menyatakan bahwa fokus utama adalah pemenuhan kebutuhan ibadah dan persiapan Idul Fitri. Pola ini sejalan dengan *hierarki* kebutuhan dalam ekonomi syariah, di mana kebutuhan primer dan sekunder menjadi prioritas utama. Pernyataan dari Dinas Perdagangan Kabupaten Bone memperkuat data yang diperoleh dari keempat narasumber, bahwa secara umum peningkatan pola konsumsi masyarakat selama bulan Ramadhan lebih terfokus pada pemenuhan kebutuhan pokok (*dharuriyyat*) dan kebutuhan sekunder (*hajiyyat*). Pola konsumsi masyarakat selama bulan Ramadhan mengungkapkan adanya pengaruh ketergantungan yang kuat antar individu dalam lingkungan sosial.

Teori konsumsi James Dusenberry dalam Dina Kurnia Salwa

mendukung pemahaman ini, yakni berlandaskan dua asumsi, yang pertama Interdependensi Konsumsi (Ketergantungan Antar Individu). James Dusenberry menjelaskan bahwa konsumsi seseorang dipengaruhi oleh perilaku konsumsi orang lain di sekitarnya. Dalam konteks Ramadhan, masyarakat cenderung mengikuti norma sosial yang berlaku, seperti meningkatkan pengeluaran untuk kebutuhan ibadah, makanan berbuka, dan persiapan Idul Fitri. Tradisi berbagi, memberikan sedekah, serta menyajikan hidangan terbaik untuk keluarga dan tamu adalah bentuk konsumsi yang mencerminkan pengaruh lingkungan sosial. Pola ini menunjukkan adanya keterkaitan yang kuat antara perilaku konsumsi individu dengan ekspektasi sosial dalam komunitas. Selanjutnya, *Irreversibilitas Konsumsi* (Kesulitan Mengurangi Konsumsi). James Dusenberry juga berpendapat bahwa konsumsi bersifat *irreversibel*, artinya standar konsumsi yang telah dicapai sulit diturunkan meskipun kondisi ekonomi berubah. Dalam konteks Ramadhan, masyarakat tetap berusaha memenuhi kebutuhan pokok (*dharuriyyat*) dan sekunder (*hajiyyat*) meskipun ada tekanan ekonomi, seperti kenaikan harga bahan pokok. Hal ini karena perilaku konsumsi yang berkaitan dengan tradisi dan norma agama dianggap penting untuk dijaga, terutama dalam momen keagamaan yang signifikan. (Dina Kurnia Salwa 2019)

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Muslim Pada Bulan Ramadhan Di Desa Mabbiring Kecamatan Sibulue

Faktor yang mempengaruhi perubahan pola konsumsi masyarakat yakni ada dua, faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah suatu faktor yang berasal dari dalam diri setiap individu yang mempengaruhi cara seseorang dalam mengambil keputusan konsumsi, baik itu barang ataupun jasa.

Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang asalnya dari lingkungan luar dan mempengaruhi keputusan konsumsinya. Anggun Kharisma mengutip pendapat Philip Kotler Seorang pakar dalam pemasaran dan perilaku konsumen, Kotler menjelaskan faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pola konsumsi, seperti budaya, agama, faktor sosial, dan lingkungan pribadi, emosi, serta motivasi (Kharisma 2022).

Sebagaimana hasil penelitian yang telah dijelaskan bahwa faktor internal yang mempengaruhi perubahan pola konsumsi yakni, faktor religiusitas memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk pola konsumsi masyarakat Muslim, terutama selama bulan Ramadhan. Narasumber, seperti Ibu Nurhana, Ibu Sarbini, Ibu Nurhidaya, dan Nurfasiha, mengungkapkan bahwa ajaran agama mendorong mereka untuk menerapkan pola konsumsi sederhana, seimbang, dan bertanggung jawab. Hal ini sesuai dengan prinsip konsumsi dalam Islam yakni prinsip kesederhanaan. Prinsip ini telah mengatur terkait dengan perilaku manusia terhadap makanan dan minuman yang dikonsumsi yakni tidak berlebihan. dan dorongan untuk bersedekah menjadi dasar pengambilan keputusan konsumsi, dan sesuai dengan etika konsumsi dalam Islam yaitu seimbang dalam konsumsi (Ayi Nurbaeti 2022). Berdasarkan bentuk keseimbangan yang telah diperintahkan dalam Al-Qur'an yang memberikan cerminan sikap yang adil dalam melakukan konsumsi. Sejalan dengan teori menurut Yusuf Qardhawi dalam Anggun Kharisma tentang pola konsumsi Islami yang meliputi kesederhanaan, penghindaran pemborosan, dan penggunaan harta untuk kebaikan (Ayi Nurbaeti 2022)

Selain itu, motivasi juga menjadi faktor penting dalam membentuk pola konsumsi selama Ramadhan. Kebersamaan dan rasa bahagia dalam menjalani ibadah puasa, terutama saat

waktu berbuka, menjadi dorongan untuk menyajikan hidangan yang spesial. Narasumber mengungkapkan bahwa mereka memilih makanan bergizi, efisien, dan bernilai religius, seperti mengonsumsi kurma sesuai sunnah Rasulullah. Teori motivasi oleh Abraham Maslow dalam Jefri Putri Nugraha, dkk, menyatakan bahwa orang termotivasi karena kebutuhan yang tidak terpenuhi berdasarkan urutan kadar kepentingannya dari urutan yang paling rendah hingga ke urutan yang lebih tinggi (Nugraha 2021)

Selanjutnya yaitu faktor pribadi, seperti kesadaran akan kesehatan, juga memengaruhi pola konsumsi. Berdasarkan hasil penelitian bahwa faktor-faktor seperti gaya hidup, kondisi kesehatan, dan perhatian terhadap kesejahteraan pribadi sangat memengaruhi preferensi konsumsi seseorang. Pada usia yang lebih tua, individu cenderung lebih sadar akan pentingnya menjaga kesehatan dan menyesuaikan pola konsumsi mereka dengan kondisi fisik, sedangkan pada usia muda, faktor kesehatan yang baik dapat membuat seseorang merasa tidak mendesak untuk merubah kebiasaan makan mereka. Narasumber yang lebih tua lebih selektif dalam memilih makanan sehat, sementara yang lebih muda kurang memperhatikan kesehatan. Dalam hal ini, emosi turut berperan dalam perubahan pola konsumsi. Emosi atau perasaan ialah suatu keadaan yang dapat mempengaruhi respon seseorang atau reaksi yang dikenal juga dengan *mood*. Perasaan inilah yang dapat menimbulkan sifat positif atau negatif dari seseorang, hal ini bergantung pada sikap masing-masing individu (Kharisma 2022). berdasarkan hasil penelitian bahwa emosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pilihan konsumsi seseorang. Rasa lapar, kepuasan, dan keinginan memanjakan diri mendorong perubahan pola konsumsi, meskipun tetap dipengaruhi oleh pertimbangan praktis seperti kesehatan dan keuangan. Dorongan emosi ini bisa

menjadi kekuatan yang signifikan dalam mendorong seseorang untuk meningkatkan konsumsi pada saat tertentu.

Berdasarkan hasil penelitian faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi perubahan pola konsumsi masyarakat, dalam perspektif budaya dan faktor sosial di bulan suci ramadhan memiliki arti yang sangat penting bagi umat muslim. Budaya merupakan dasar dalam menentukan keinginan dan perilaku seseorang. masyarakat pada umumnya melihat perilaku atau kebiasaan dari lingkungan sekitarnya, sehingga menilai, mempersepsikan, mengambil rujukan dari seseorang yang tinggal di daerahnya, dan setiap daerah memiliki perbedaan perilaku atau kebiasaan. Sebagaimana hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya juga sangat memengaruhi pola konsumsi masyarakat selama Ramadhan dan Idul Fitri.

Pola konsumsi masyarakat selama bulan Ramadhan dan Idul Fitri sangat dipengaruhi oleh faktor budaya yang diwariskan secara turun-temurun. Makanan khas seperti pisang ijo, cendol, dan opor ayam memiliki nilai simbolis yang merepresentasikan tradisi dan identitas budaya. Sementara itu, faktor sosial juga mempengaruhi perilaku konsumen, misalnya keluarga, kelompok atau organisasi, peran dan status sosial konsumen. Kelompok-kelompok tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap proses mengambil keputusan. Sebagaimana hasil penelitian bahwa faktor sosial juga signifikan, di mana interaksi dengan keluarga dan teman memengaruhi keputusan konsumsi. Namun, keputusan akhir tetap dipengaruhi oleh preferensi pribadi. pola konsumsi yang terbentuk merupakan hasil dari keseimbangan antara pengaruh lingkungan sosial dan keputusan pribadi yang didasarkan pada selera serta pertimbangan lainnya.

Sejalan dengan menurut teori perilaku konsumen dalam Mandy

Okmyarti Pratiwi dan Sinta Ardhilatul Jannah, bahwa keputusan seseorang dalam mengonsumsi dipengaruhi oleh berbagai hal yang dapat membentuk preferensi, cara pandang, dan pilihan pembelian mereka (Pratiwi and Jannah n.d.). Berdasarkan Hasil penelitian dari Dinas Perdagangan menguatkan temuan yang diperoleh dari wawancara dengan seluruh informan sebelumnya. Bapak Andi Hidayat menyatakan bahwa faktor tradisi sosial dan kebiasaan masyarakat selama bulan puasa, seperti meningkatnya pembelian bahan makanan dan minuman untuk berbuka bersama keluarga atau kerabat, menjadi faktor penting dalam pola konsumsi.

Faktor lokasi dan teknologi belanja online memengaruhi aksesibilitas konsumsi. Kemudahan akses ke pasar tradisional dan platform digital memberikan fleksibilitas bagi konsumen. Sebagaimana hasil penelitian bahwa faktor lokasi, khususnya akses ke pasar atau tempat berbelanja, berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi mereka. Beberapa dari narasumber cenderung memilih lokasi pasar yang dekat untuk memudahkan akses dan menghemat waktu. Menurut Kotler dan Keller dalam Arum Wahyuni Purbohastuti, bauran pemasaran merupakan kumpulan alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan secara konsisten untuk mencapai tujuan pemasaran di pasar yang menjadi target. Elemen-elemen dalam bauran pemasaran ini dapat dikelompokkan ke dalam tempat kategori yang dikenal dengan 4P, yaitu produk (*product*), Harga (*Price*), Tempat atau lokasi (*Place*), dan Promosi (*Promotion*) (Sakinah and Aslami 2021).

Menurut Philip Kotler dalam Anisatun Nurul Uluwiyah, promosi adalah beragam macam kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan menginformasikan manfaat dari produknya dan untuk menyakinkan yang menjadi target konsumennya agar dapat terjadi pembelian. Berdasarkan hasil

penelitian, bahwa promosi, seperti diskon dan penawaran khusus, juga berperan besar dalam mendorong konsumsi selama Ramadhan dan Idul Fitri. Semua informan menunjukkan kecenderungan untuk membeli produk yang sedang dipromosikan atau mendapatkan diskon, baik itu di pasar tradisional, online, atau selama bulan Ramadhan. Mereka lebih tertarik pada produk yang menawarkan harga lebih murah melalui promo atau diskon, seperti kurma, sirup, sabun, pakaian, dan kue-kue lebaran. Hal ini menggambarkan bagaimana strategi promosi, seperti penawaran harga khusus dan diskon, dapat meningkatkan daya tarik produk dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Narasumber mengakui bahwa promosi mendorong mereka untuk membeli produk tertentu. Dalam ilmu manajemen pemasaran, dikenal sebagai strategi bauran pemasaran, yang merupakan gabungan strategi yang paling efektif dari variabel-variabel periklanan, promosi penjualan, dan alat promosi lainnya yang bertujuan untuk penjualan (Sakinah and Aslami 2021).

Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Muslim Pada Bulan Ramadhan Menurut Perspektif Ekonomi Syariah Di Desa Mabbiring Kecamatan Sibulue

Konsumsi dalam perspektif ekonomi syariah di definisikan sebagai suatu pemanfaatan barang atau jasa yang halal dan baik untuk dikonsumsi demi memenuhi kebutuhan pokoknya atau primer, kebutuhan sekunder, maupun kebutuhan tersier, namun tetap memperhatikan dan menyeimbangkan antara dunia dan akhirat-Nya. Dalam ekonomi Islam, tujuan konsumsi ialah untuk memaksimalkan masalah. Menurut Imam Syatibi dalam Ayi Nurbaeti, konsep masalah memiliki arti yang lebih luas bahkan lebih dari sekedar utilitas atau kepuasan semata dalam ilmu ekonomi konvensional. Masalah adalah suatu sifat dan kemampuan barang dan

jasa yang dapat memberikan suatu dukungan dan tujuan dalam dasar kehidupan manusia di bumi. Dalam hal ini, terdapat lima komponen dasar yaitu : agama (*Ad-dien*), akal (*al-aql*), jiwa (*nafs*), harta (*al-maal*), dan keturunan (*al-nasl*). Dengan demikian, konsep masalah mencakup pada manfaat fisik dan aspek keberkahan yang ada didalamnya (Ayi Nurbaeti 2022).

Hasil penelitian keempat informan yakni, Ibu Nurhana, Ibu Sarbini, Ibu Nurhidaya, dan mahasiswi Nurfasiha menunjukkan bahwa ajaran agama Islam memiliki peran penting dalam membentuk pola konsumsi yang sesuai dengan prinsip ekonomi syariah. Sebagaimana perilaku dasar hukum konsumsi perilaku dalam Al-Qur'an bahwa konsumsi harus dilakukan secara halal dan *tayyib*, yaitu baik dikonsumsi oleh tubuh, dan menghindari perbuatan yang berlebihan atau mubazir (Dina Kurnia Salwa 2019). Sesuai dengan hasil penelitian, keempat informan mengakui pentingnya menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan dan menekankan kesederhanaan, pengendalian diri, serta kepedulian sosial. Ibu Sarbini dan Ibu Nurhidaya menekankan pentingnya kesederhanaan, menghindari perilaku mubazir, serta berbagi dengan sesama sebagai wujud kepedulian sosial dan tanggung jawab moral.

Sementara itu, Ibu Nurhana dan Nurfasiha mengungkapkan tantangan dalam mengendalikan dorongan emosional untuk berbelanja dan mengonsumsi makanan berlebih, terutama di bulan Ramadhan. Namun, keduanya juga menyadari pentingnya pengendalian diri dan disiplin dalam menjaga pola konsumsi yang seimbang dan tidak berlebihan, sesuai dengan QS. Al-A'raf: 31 yang berbunyi :

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Terjemahannya :

“Wahai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”

Sebagaimana ayat diatas, bahwasannya mengajarkan umat Islam untuk berbagi dengan sesama, baik itu keluarga dekat, orang miskin, fakir, maupun tetangga. Dari perspektif ekonomi syariah, prinsip kesederhanaan (*zuhud*), pengendalian diri (*mujahadah an-nafs*), dan berbagi melalui sedekah atau infak merupakan inti dari pola konsumsi yang bertanggung jawab.

Menurut perspektif ekonomi syariah, akal atau *aql* juga berperan penting dalam mengarahkan pola konsumsi yang rasional dan bertanggung jawab. Menurut perspektif rasionalitas konsumsi Islam dalam Dewi Maharani dan Taufiq Hidayat, ketika rasionalitas konsumsi seseorang meningkat, keputusan untuk membeli berdasar pada keinginan bukan untuk kebutuhan akan cenderung berkurang, hal ini dikarenakan orang tersebut berpikir secara rasional, sehingga lebih mengutamakan kebutuhan dari pada keinginannya (Dina Kurnia Salwa 2019). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang diperoleh, sebagaimana informan menunjukkan bahwa akal (*aql*) digunakan untuk membedakan antara kebutuhan dan keinginan, upaya untuk mengontrol diri dari perilaku boros (*israf*) dan pemborosan (*tabdzir*) mencerminkan penggunaan akal yang sehat. Dengan demikian, hal tersebut telah sesuai dengan etika dan prinsip konsumsi, menghindari perilaku *israf* atau royal dan *tabzir* atau sia-sia, menghindari sikap kikir dan menimbun harta.

Selanjutnya, jiwa atau *an-nafs* dalam perspektif ekonomi syariah memainkan peran penting dalam mengendalikan pola konsumsi. Sebagaimana hasil penelitian menjelaskan bahwa kesadaran untuk menghindari

perilaku boros, membatasi dorongan hawa nafsu, serta mempertimbangkan keseimbangan antara kebutuhan jasmani dan rohani merupakan bentuk penerapan prinsip ini. Pengendalian diri dalam konsumsi terlihat dari usaha untuk membeli sesuai kebutuhan, menghindari keinginan yang berlebihan, serta adanya niat tulus untuk berbagi dengan sesama.

Dalam pengelolaan harta atau *al-maal*, informan menekankan pentingnya mengatur keuangan dengan bijaksana, memprioritaskan kebutuhan pokok, dan menyisihkan sebagian harta untuk sedekah, terutama di bulan Ramadhan. Bulan Ramadhan menjadi ajang perlombaan kebaikan seluruh umat muslim, terutama dalam hal sedekah. Berkaitan dengan pandangan Yusuf Al-Qardhawi dalam *Fiqh al-Zakat* tentang pentingnya zakat dan infak sebagai instrumen distribusi kekayaan yang adil. sebagian harta dari manusia merupakan hak Allah Swt yang hendaknya di berikan kepada orang-orang yang kurang mampu atau miskin dalam bentuk zakat yang wajib hukumnya, kemudian disertai dengan sedekah dan infaq. Terdapat tiga dasar norma pola konsumsi yakni, bersikap sederhana dalam mengonsumsi barang, tidak boros, dan menggunakan harta untuk di jalan kebaikan (Kharisma 2022).

Pengelolaan keuangan yang disebutkan oleh informan menunjukkan implementasi praktis dari prinsip-prinsip konsumsi Islami. Dengan mengedepankan nilai sederhana, tidak boros, dan berbagi melalui sedekah, pola ini mendukung tujuan utama syariah (*maqashid al-shariah*) dalam menjaga keseimbangan dan keadilan ekonomi. Prinsip ini juga mencerminkan semangat solidaritas sosial yang menjadi inti ajaran Islam, di mana harta tidak hanya dinikmati oleh individu, tetapi juga berkontribusi bagi kesejahteraan masyarakat luas.

Penerapan indikator yakni keturunan atau *an-nasl*, hasil penelitian

yang telah dipaparkan dapat dilihat keempat informan memiliki kesadaran yang tinggi dalam mengajarkan konsumsi yang bijak kepada anak-anak mereka, yang sejalan dengan perspektif ekonomi syariah. Pola pendidikan konsumsi kepada anak-anak yang diterapkan oleh informan, mengajarkan anak-anak untuk membedakan antara kebutuhan dan keinginan adalah bagian penting dalam ekonomi syariah. Informan memberikan contoh nyata tentang pentingnya hemat dan bijak dalam penggunaan sumber daya untuk memastikan keberlanjutan kesejahteraan keluarga. Sejalan dengan prinsip maqashid al-shariah menurut Al-Syatibi yakni tujuan utama syariah adalah menjaga keberlangsungan keturunan (*hifz an-nasl*) (Paryadi 2021). Pola pendidikan konsumsi yang diterapkan oleh informan, seperti mengajarkan anak untuk hemat, bijak, dan peduli terhadap kebutuhan keluarga serta masyarakat, selaras dengan tujuan ini. Hal ini memastikan bahwa generasi mendatang memiliki kecakapan dalam mengelola harta untuk mencapai kesejahteraan yang berkelanjutan.

5. KESIMPULAN

Pola konsumsi masyarakat Muslim di Desa Mabbiring selama Ramadhan meningkat, terutama pada kebutuhan primer seperti bahan pangan untuk sahur dan berbuka, serta kebutuhan sekunder seperti pakaian dan perlengkapan ibadah. Faktor sosial, budaya, dan tradisi keagamaan mendorong peningkatan ini meskipun ada tekanan ekonomi.

Perubahan pola konsumsi dipengaruhi oleh faktor internal, seperti religiusitas dan kesadaran kesehatan, serta faktor eksternal, seperti budaya, teknologi, dan promosi. Tradisi berbuka bersama dan kemudahan akses belanja turut memperkuat tren konsumsi selama Ramadhan.

Dalam perspektif ekonomi syariah, konsumsi harus berlandaskan prinsip halal, tayyib, dan tidak berlebihan. Prinsip kesederhanaan dan kepedulian sosial mendorong pola konsumsi yang bijak, menghindari pemborosan, serta memperkuat praktik berbagi dan keseimbangan antara kebutuhan jasmani dan rohani.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayi Nurbaeti. 2022. "Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Azmina: Jurnal Perbankan Syariah* 2(1):15–27. doi: 10.35194/eeki.v2i2.2515.
- Dina Kurnia Salwa. 2019. "Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Islam Dan Implementasinya." *Labatila: Ilmu Ekonomi Islam* 3(2):172–89.
- Habriyanto, Habriyanto. 2019. "Analisis Perbandingan Pola Konsumsi Masyarakat Kota Jambi Sebelum, Sesaat Dan Sesudah Bulan Ramadhan." *Al-Tijary* 4(2):169–82. doi: 10.21093/at.v4i2.1453.
- Hardiansyah, Abdul Rahman, and Nurlela. 2022. "Pola Konsumsi Pada Bulan Ramadhan Di Desa Mangepong Kecamatan Turatea Kabupaten Jeneponto." *Jurnal Kajian Sosial Dan Budaya* 6(2):11–18.
- Kharisma, Anggun. 2022. "Pola Konsumsi Masyarakat Pada Bulan Ramadhan Di Desa Bangko Pusaka Kecamatan Bangko Pusako Kabupaten Rokan Hilir Menurut Ekonomi Syariah." 9:356–63.
- Nugraha, Jefri Putri. 2021. *TEORI PERILAKU KONSUMSI*. 1st ed. pekalongan: Nasya Expanding Manajement.
- Paryadi. 2021. "Maqashid Syariah :

- Definisi Dan Pendapat Para Ulama.” *Cross-Border* 4(2):201–16.
- Pratiwi, Mandy Okmyarti, and Sinta Ardhillatul Jannah. n.d. “Dinamika Pola Konsumsi Di Pasar Kuliner Selama Bulan Ramadhan : Studi Kasus Tentang Kebiasaan.”
- Ridwan, Syarifah, and Hareastoma. 2019. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Muslim Pada Bulan Ramadhan.” *Jurnal Imara* 3(1).
- Rizky Jean Shita. 2019. “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Masyarakat Di Bulan Ramadhan.” IAIN METRO.
- Sakinah, Sakinah, and Nur Aslami. 2021. “Peranan Strategi Pemasaran Produk Fulnadi Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Asuransi Takaful Keluarga Palembang.” *VISA: Journal of Vision and Ideas* 1(2):101–12. doi: 10.47467/visa.v1i2.783.
- Statistik, badan pusat. 2024. “Konsumsi Rumah Tangga Tumbuh 4,91 Persen Ditopang Ramadhan.” <https://www.bps.go.id> 1.
- Syaparuddin, Dr. 2021. *Edukasi Ekonomi Islam (Perilaku Konsumen Muslim)*.