

ANALIS PERILAKU KONSUMEN MASYARAKAT PONOROGO SESAAT DAN SESUDAH DATANGNYA BULAN RAMADHAN

Anis Faridatul Hasanah

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia

Email: faridatulanis2@gmail.com

Diterima: 10 Agustus 2020 | Direvisi: 12 September 2020 | Disetujui: 1 Oktober 2020

Abstract. *This study aims to determine how the consumer behavior of the Ponorogo community during and after Ramadan. This study uses a descriptive qualitative research analysis approach. The data collection is obtained from several techniques, including secondary data, interviews with informants, and observation techniques through documentation of some data or image archives related to the object of research. From this study it is known that 95% of respondents stated that they experienced an increase in consumption costs during the month of Ramadan. The increase in consumption costs can be seen through the increase in food and drink consumption expenditures and the purchase of clothing for the preparation of Eid. Consumer behavior in the month of Ramadan with other months experiences a significant difference. This can be proven by the increasing number of people shopping at the D-2 market ahead of Ramadan to prepare for consumption in that month and H-10 before Eid to buy clothes, sandals or shoes and prepare for Eid preparation.*

Keywords: Consumer Behavior, Ramdhan, Ponorogo Community Consumers, Consumer Analyst and Eid

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen masyarakat Ponorogo saat dan sesudah Ramadhan. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis penelitian kualitatif deskriptif. Adapun pengumpulan data diperoleh dari beberapa teknik, diantaranya dari data sekunder, wawancara kepada Narasumber, dan teknik observasi melalui dokumentasi beberapa data ataupun arsip gambar yang berkaitan dengan objek penelitian. Dari penelitian ini diketahui bahwa 95% responden menyatakan mengalami peningkatan biaya konsumsi pada saat bulan Ramadhan. Peningkatan biaya konsumsi dapat diketahui melalui peningkatan pengeluaran konsumsi makan dan minum dan pembelian sandang untuk persiapan Lebaran. Perilaku konsumem pada bulan Ramadhan dengan bulan-bulan lainnya mengalami perbedaan yang signitif. Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya jumlah orang yang belanja di pasar H-2 menjelang Ramadhan untuk persiapan konsumsi pada bulan tersebut dan H-10 sebelum Lebaran untuk membeli pakaian, sandal ataupun sepatu dan konsumsi persiapan lebaran.*

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Ramdhan, Konsumen Masyarakat Ponorogo, Analisis Konsumen dan Lebaran

PENDAHULUAN

Perilaku konsumen adalah cara bagaimana seseorang melakukan kegiatan konsumsi. Kegiatan yang dilakukan dalam rangka menghabiskan nilai barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan, yang dihadapkan dengan pemanfaatan dan penggunaan barang atau jasa. Dalam penggunaan kebutuhan setiap orang bisa saja berbeda dan mempunyai pola tersendiri dalam konsumsinya. Perbedaan dalam pola konsumsi dilatarbelakangi oleh pengaruh stimulus yang masuk dalam diri konsumen dan pengaruh tersebut berupa variabel yang mempengaruhi seperti kondisi keuangan, harga, selera, pengetahuan dan kebudayaan serta pengaruh dari faktor yang lainnya.

Menjelang bulan puasa (bulan Ramadan), maka harga bahan pokok dan non pokok kenaikan. Kenaikan itu boleh dikatakan telah menjadi hal yang wajar terjadi karena banyaknya permintaan daripada penawaran. Makanan dan minuman akan mengalami kenaikan harga menjelang bulan puasa dan lebaran yang tidak dapat dihindari lagi. Prediksi dari para distributor yang melihat peluang naiknya kurva permintaan menjelang Ramadan sudah bisa diprediksi secara umum sehingga komoditas daging dan sayuran di pasar tradisional juga mengalami kenaikan harga.

Kondisi tersebut jika ditelusuri secara mendalam pada ranah rasionalisasi atas logika yang lain, maka terasa ironis. Mengapa pada bulan Ramadan yang umat Islam berpuasa justru mengalami peningkatan di ranah konsumsi?

Kadang banyak kebutuhan kecil (yang bukan merupakan kebutuhan pokok) turut menyertai dan menjadi kelengkapan dari kebutuhan seseorang dengan berbagai pertimbangan yang sepele.

Kegiatan konsumsi pada bulan Ramadhan sebenarnya hanya perubahan dari jadwal waktu untuk konsumsi makan dan minum, dimana umat Islam diwajibkan untuk melaksanakan ibadah puasa pada siang harinya dan melatih kemampuan seseorang untuk menahan hawa nafsunya agar tidak berlebihan. Pesan moral dari kegiatan ibadah puasa tersebut tidak menjadi sebuah kesadaran bagi sebagian umat Islam khususnya di kota Ponorogo, dimana semangat ibadah puasa yang dilaksanakan diharapkan akan membentuk pola konsumsi yang baik dan ideal sesuai dengan ajaran agama Islam.

METODE

Penelitian ini adalah menggunakan pendekatan analisis penelitian kualitatif deskriptif. Adapun pengumpulan data diperoleh dari beberapa teknik, diantaranya dari

data sekunder, wawancara kepada Narasumber, dan teknik observasi melalui dokumentasi beberapa data ataupun arsip gambar yang berkaitan dengan objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Ponorogo.

PENGERTIAN KONSUMSI DAN PERILAKU KONSUMEN

Konsumsi merupakan kegiatan menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Konsumsi adalah semua penggunaan barang dan jasa yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Barang dan jasa yang digunakan dalam proses produksi tidak termasuk konsumsi, karena barang dan jasa itu tidak digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Barang dan jasa dalam proses produksi ini digunakan untuk memproduksi barang lain. (James, 2001)

Tindakan konsumsi dilakukan setiap hari oleh siapapun, tujuannya untuk memperoleh kepuasan paling tinggi dan mencapai tingkat kemakmuran dengan terpenuhinya berbagai macam kebutuhan pokok maupun sekunder, kebutuhan barang mewah, serta kebutuhan jasmani dan rohani. Kemakmuran disini maksudnya adalah semakin tinggi tingkat konsumsi seseorang maka semakin makmur, sebaliknya semakin rendah tingkat konsumsi seseorang maka semakin miskin.

Para ahli berpendapat mengenai definisi perilaku konsumen, menurut Schiffman dan Kanuk perilaku konsumen adalah studi unit-unit dan proses pembuatan keputusan yang terlibat dalam penerimaan, penggunaan dan pembelian, dan penentuan barang, jasa dan ide (Sangaji, 2013). Sementara itu menurut definisi lain perilaku konsumen dapat diartikan sebagai studi tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman serta ide-ide (Fahmi, 2016).

Dari beberapa pendapat dari para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah sifat atau perilaku individu atau kelompok yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dengan cara membeli, menggunakan jasa dalam rangka pemenuhan tingkat kepuasan.

TEORI KONSUMSI ISLAM

Seorang ulama besar, Imam Al-Ghazali telah memberikan sumbangan yang besar dalam pengembangan dan pemikiran dalam dunia Islam, salah satunya adalah

fungsi kesejahteraan sosial. Dalam meningkatkan kesejahteraan sosial, Imam Al-Ghazali mengelompokkan dan mengidentifikasi semua masalah baik yang berupa masalah (utilitas, manfaat) maupun mafasid (disutilitas, kerusakan) dalam meningkatkan kesejahteraan sosial.

Menurut Al-Ghazali, kesejahteraan (masalah) dari suatu masyarakat tergantung kepada pencarian dan pemeliharaan lima tujuan dasar yaitu agama, hidup atau jiwa, keluarga atau keturunan, harta atau kekayaan, dan intelek atau akal. Ia menitikberatkan bahwa sesuai tuntutan wahyu, “kebaikan dunia ini dan akhirat merupakan tujuan utamanya”.

Namun Al-Ghazali tidak ingin bila pencarian keselamatan ini sampai mengabaikan kewajiban-kewajiban duniawi seseorang. Bahkan pencarian kegiatan-kegiatan ekonomi bukan saja diinginkan, tetapi merupakan keharusan bila ingin mencapai keselamatan. Ia menitikberatkan “jalan tengah” dan “kebenaran” niat seseorang dalam setiap tindakan. Bila niatnya sesuai dengan aturan ilahi, maka aktivitas ekonomi serupa dengan ibadah. (Fathoni, 2020)

HUKUM PERMINTAAN

Hukum permintaan tidak berlaku mutlak, tetapi bersifat tidak mutlak dan dalam keadaan *ceteris paribus* (faktor-faktor lain dianggap tetap). Hukum permintaan “*apabila harga barang mengalami penurunan, maka jumlah permintaan akan naik/bertambah, dan sebaliknya apabila harga mengalami kenaikan, maka jumlah permintaan akan turun/berkurang*”. Hukum permintaan berbanding terbalik dengan harga.

KEGIATAN KONSUMSI DI BULAN RAMADHAN

Dalam kehidupan masyarakat banyak terdapat kebiasaan-kebiasaan atau tradisi yang populer secara luas di tengah kehidupan mereka. Tradisi tersebut dapat berupa perbuatan yang berlaku secara umum, hal semacam ini disebut dengan *‘urf*. Kebiasaan-kebiasaan tersebut dapat menjadi bahan pertimbangan ketika akan menetapkan hukum Islam dalam transaksi ekonomi yang semakin berkembang.

Kegiatan konsumsi yang menjadi ciri khas bulan Ramadhan yang membedakan dengan bulan lainnya adalah sebagai berikut :

1. Makan Sahur

Makan sahur adalah salah satu kegiatan konsumsi dibulan Ramadhan. Sahur adalah segala sesuatu yang dikonsumsi pada waktu sahur baik berupa makanan, susu, tepung (dsb) (Lihat Lisanul Arab 4:350-351).

Rosulullah mengajukan umat Islam untuk mendirikan makan sahur sebelum menjalankan ibadah puasa. Bahkan Rosulullah juga menegaskan sahurnya orang berpuasa bernilai ibadah dan membawa keberkahan.

“Makan sahurlah, karena sesungguhnya sahur itu mengandung berkah” (GR. Bukhori dan Muslim).

Karena itu, sebelum berpuasa disarankan makan sahur terlebih dahulu. Dengan makan sahur sebelum berpuasa juga akan membuat seseorang lebih siap dalam menjalankan ibadah puasanya, selain sebagai cadangan kalori dalam tubuh saat berpuasa. Tidak makan sahur memang tidak membuat seseorang tidak sah puasanya. Makan sahur hukumnya sunnah, sehingga jika terlewat makan sahur maka puasanya tetap sah.

Dalam kitab Quratul'ain karya Sulaiman bin Muhammad disebutkan keistimewaan sahur ada lima macam, yaitu: mendapat keberhakan dari Allah karena telah mencintai Nabi Muhammad dengan menjalankan sunnahnya, membedakan puasa umat islam dengan umat lainnya, memberikan kekuatan untuk tetap tegar pada siang hari saat berpuasa, menjadi moment yang tepat untuk melakukan amalan lainnya yaitu beristiqfar dan memohon limpahan rahmat. Sesungguhnya rahmat Allah dan ampunan Allah turun pada saat sahur.

Dilihat dari pengertian di atas, makan sahur makan sahur adalah bagian dari kegiatan konsumsi pada bulan Ramadhan sebagai strategis untuk mengurangi dampak kelelahan akibat menahan lapar dan dahaga karena kelelahan menahan makan dan minum menyebabkan terganggunya aktivitas bekerja untuk berproduksi.

2. Berbuka Puasa

Berbuka puasa adalah bagian dari konsumsi pada bulan Ramadhan, buka puasa adalah sebutan untuk sebuah pekerjaan membatalkan puasa pada waktu maghrib yang dilakukan dengan makan dan minum secara halal dan secukupnya dengan sunnah-sunnah yang telah ditentukan. Istilah buka puasa sudah tak asing lagi bagi orang yang mengerjakan ibadah puasa. Seolah ia menjadi trend dari ibadah yang setahun sekali dilaksanakan.

Dari pengertian diatas, berbuka puasa adalah dimulainya melakukan konsumsi seperti makan dan minum atau sesuatu yang dilarang ketika berpuasa, tetapi ketika berbuka diperbolehkan. Kondisi seseorang dalam mengkonsumsi ketika berbuka puasa akan membentuk perilaku konsumen yang berbeda-beda sesuai dengan faktor yang mempengaruhinya.

3. Persiapan Menghadapi Hari Raya Idul Fitri

Idul Fitri ialah adalah hari raya umat Islam yang jatuh pada tanggal 1 Syawal Hijriyah. Bagi orang Jawa Idul Fitri dikenal dengan istilah Lebaran yang bermakna bebas dan selesai dari melakukan puasa.

Kebiasaan yang dilakukan umat Islam di Indonesia menjelang Hari Raya Idul Fitri adalah seperti membeli pakaian baru, membeli peralatan shalat baru untuk Shalat Ied, membeli sajian makanan khas Lebaran seperti ketupat, dan menyiapkan hidangan untuk handai taulan saat halal bihalal.

Untuk mempersiapkan hari lebaran tradisi masyarakat Indonesia khususnya di Ponorogo mengadakan mempersiapkan makanan kue-kue, ketupat, rendang dan makanan tradisional yang lainnya. Sedangkan minuman telah dipersiapkan terdiri dari minuman kaleng dengan berbagai merk, sirup dan lainnya. Persiapan yang dilakukan sebagai bentuk persiapan menyambut tamu yang akan berkunjung kerumah untuk bersilaturahmi.

4. Tradisi Mudik Ke Kampung Halaman

Menjelang Idul Fitri tiba, umat muslim selalu dihadapkan dengan tradisi tahunan, yaitu Mudik Lebaran. Tradisi mudik lebaran biasanya ditandai dengan fenomena “pulang kampung”. Utamanya, bagi mereka yang hidup di perantauan dengan meninggalkan tempat kerja, usaha, rumah, atau kantor untuk berbagi kebahagiaan bersama sanak famili menuju kampung halaman.

Mudik Lebaran juga merupakan momentum untuk dapat bersilaturahmi dengan keluarga dan masyarakat setelah sekian lama tidak bertemu. Sebuah tujuan yang sangat mulia dan memiliki nilai ukhuwah yang sangat tinggi.

Ketika tradisi mudik dilakukan, maka pengeluaran biaya transportasi bagian konsumsi yang harus dikeluarkan menjelang datang hari lebaran. Persiapan segala bentuk hadiah untuk orangtua dan keluarga besar juga menjadi pengeluaran yang mempengaruhi peningkatan konsumsi pada bulan Ramadhan. Bahkan pengeluaran biaya mudik bisa dipastikan akan jauh lebih besar jika dibandingkan dengan pengeluaran

rumah tangga makan dan minum pada saat berbuka puasa dan sahur sesuai jarak perjalanan yang akan ditempuh ke daerah tujuan mudik.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menurut hukum permintaan, *“apabila harga barang mengalami penurunan, maka jumlah permintaan akan naik/bertambah, dan sebaliknya apabila harga mengalami kenaikan, maka jumlah permintaan akan turun/berkurang.* Namun di saat bulan Ramadhan tiba, hukum permintaan ini seolah tidak berlaku. Karena saat bulan Ramadhan, harga barang cenderung meningkat drastis dari harga biasa, tapi permintaan justru ikut meningkat.

Selama bulan Ramadhan pola konsumsi masyarakat menunjukkan peningkatan. Berdasarkan penelitian pada tahun 2018 menunjukkan bahwa Ponorogo mengalami inflasi 0,84%. Fenomena tersebut dipicu oleh kecenderungan masyarakat yang ingin mengatur dana secara khusus untuk dialokasikan dalam menyambut momen idul fitri.

Kehadiran bulan Ramadhan oleh masyarakat direspons dengan menyambut dalam gaya. Akibatnya, harga barang menjadi naik. Sudah menjadi tradisi di masyarakat saat menyambut Idul Fitri sebagian besar orang akan memakai pakaian dan sepatu ataupun sandal baru, sehingga seolah tidak peduli lagi meski harga pakaiannya dan sepatu ataupun sandal naik, daya beli masyarakat tetap tinggi.

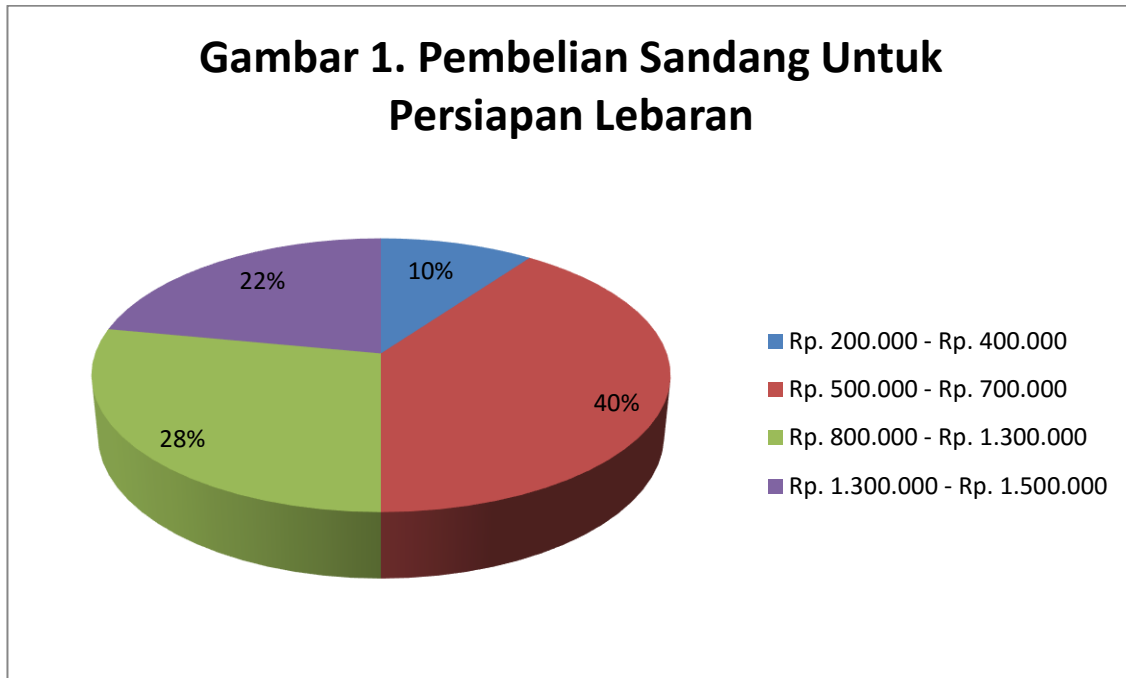
Pengeluaran Konsumsi Makan dan Minum

Pengeluaran konsumsi rumah tangga adalah bagian dari bukti untuk melihat perilaku konsumen ketika berhadapan dengan barang konsumsi.

Untuk melihat pola konsumsi masyarakat Ponorogo pada bulan Ramadhan, peneliti melihat dari tingkat biaya pengeluaran rutin konsumsi rumah tangga seperti makan dan minum yang di hitung per-hari. Berdasarkan penelitian, pengeluaran masyarakat Ponorogo pada bulan Ramadhan yang paling banyak di konsumsi rumah tangga makan dan minum sekitar Rp. 50.000 sampai dengan Rp.100.000 perhari. Kondisi seperti ini menunjukkan bahwa pengeluaran rumah tangga perhari pada bulan Ramadhan mengalami kenaikan di bandingkan dengan bulan lainnya. Kondisi ini akan stabil sesudah bulan Ramadhan.

Pembelian Sandang Untuk Persiapan Lebaran

Dalam rangka menyambut hari Raya Idul Fitri umat Islam bersuka cita dan membuat bermacam persiapan salah satunya membeli perlengkapan baju, sepatu dan sandal baru. Pembelian tersebut tentu akan mengeluarkan biaya yang tidak sedikit.



Sumber: Diolah dari data wawancara (2020)

Berdasarkan Gambar 1 pengeluaran masyarakat Ponorogo untuk untuk pembelian sandang khususnya baju dan sepatu ataupun sandal berkisar Rp. 200.000 – Rp. 400.000 berjumlah 5 orang (10%), biaya pembiayaan berkisar Rp. 500.000 – Rp. 700.000 berjumlah 20 orang (40%), biaya pembiayaan berkisar Rp. 800.000 – Rp. 1.300.000 berjumlah 14 orang (28%), biaya pembiayaan berkisar Rp. 1.300.000 – Rp. 1.500.000 berjumlah 11 orang (22%). Berdasarkan gambar tersebut secara keseluruhan responden berpendapat bahwa persiapan pengeluaran untuk pembelian baju dan sepatu ataupun sandal pada saat bulan Ramadhan lebih tinggi dibandingkan dengan bulan-bulan lainnya.

Persiapan Pemenuhan Kebutuhan Konsumsi Pada Bulan Ramadhan dan Lebaran (Idul Fitri)

Gambar 2. Suasana salah satu pasar Ponorogo (Desa Jambon) menjelang Lebaran



Sumber: Facebook. Semua Tentang Ponorogo

Kegiatan yang dilakukan dalam pemenuhan kebutuhan rumah tangga seperti penyediaan menu makanan dan minuman terdapat perbedaan situasi sehingga mempengaruhi perilaku konsumen masyarakat Ponorogo. Selain bulan Ramadhan kegiatan penyediaan untuk kebutuhan konsumsi seperti biasanya, menyediakan sarapan pagi, makan siang dan makan malam. Dalam memenuhi kebutuhan tersebut, ibu rumah tangga akan berbelanja setiap pagi atau 1 kali dalam seminggu.

Namun berdasarkan pengamatan, H-2 menjelang Ramadhan terlihat sejumlah masyarakat Ponorogo memenuhi pasar tradisonal. Jumlah pengunjung yang meningkat dimanfaatkan oleh sebagian pedagang untuk menaikkan harga jual sejumlah produk seperti gula dalam kondisi normal Rp. 12.000 perkilo naik Rp. 14.000 perkilo, daging ayam Rp. 25.000 perkilo naik Rp. 40.000 perkilo, bawang Rp. 25.000 perkilo naik Rp. 40.000 perkilo dan lainnya juga mengalami kenaikan harga. Kondisi pasar tradisional akan berangsur normal pada saat telah memasuki bulan Ramadhan dan akan kembali ramai menjelang H-2 lebaran dengan kondisi harga kembali naik.¹

Masyarakat Ponorogo pada saat H-10 sebelum lebaran mulai mempersiapkan kebutuhan konsumsi untuk hari lebaran. Persiapan yang dilakukan mulai membuat kue sendiri atau dengan cara membeli. Disamping menyediakan kue-kue khas lebaran

¹ Sumber observasi dan wawancara dengan pedagang pasar tradisonal Ponorogo (Jambon) 2020.

masyarakat kota Jambi juga menyediakan minuman air mineral kemasan maupun minuman kaleng. Hal tersebut terlihat disekitar fasilitas perbelanjaan dan beberapa mall mengalami peningkatan pengunjung yang membeli beberapa kebutuhan bahan-bahan untuk membuat kue atau membeli secara langsung kue-kue yang telah ada pada fasilitas perbelanjaan. Masyarakat Ponorogo ramai memadati sejumlah pasar dan mall yang menjual pakaian dan sepatu maupun sandal. Hal tersebut terlihat pada saat H-10 sebelum lebaran dan puncaknya sekitar 7 sampai dengan 3 hari menjelang lebaran.

Dengan mencermati realitas yang demikian, ada dua problem besar yang dapat diurai. Pertama, terkait perilaku konsumsi yang tidak wajar. Kedua, kesadaran akan nilai dan hikmah kehadiran bulan Ramadhan. Bisa jadi peningkatan konsumsi yang berlebihan tadi dikarenakan umat Islam belum memahami sepenuhnya etika berkonsumsi yang diajarkan oleh Islam. Lebih parahnya lagi, hal tersebut terjadi pada waktu ketika seharusnya konsumsi atas kebutuhan fisiologis dikekang dan dikurangi. Sehingga mungkin saja nilai dan hikmah puasa belum benar-benar terpatri dalam benak umat Islam.

Hal-hal semacam ini bisa dibilang perilaku konsumtif sebenarnya, jika dilakukan secara berlebihan. Mengingat istilah puasa itu sendiri adalah menahan untuk tidak makan dan minum dari terbit fajar hingga terbenam matahari. Konsep ibadah ini menitikberatkan pada raga dan jiwa untuk menahan setiap hawa nafsu dari raga seseorang sampai pada jiwa yang terdalam. Keadaan yang justru aneh, di bulan Ramadhan yang seharusnya pengeluaran bisa dihemat karena puasa, justru malah meningkat dan cenderung konsumtif.

Karena sejumlah kebiasaan dan budaya konsumtif masyarakat itulah yang menjadi pendorong bagi sejumlah pihak untuk menaikkan harga barang dagangannya pada bulan Ramadhan. Hal tersebut jelas menguntungkan bagi mereka karena meskipun harga barang yang dijual boleh saja dua kali lipat lebih mahal dari harga normal, masyarakat akan tetap membelinya.

KESIMPULAN

Berdasarkan data hasil temuan di atas sebanyak 95% responden menyatakan mengalami peningkatan biaya konsumsi pada saat bulan Ramadhan.

Budaya konsumsi pada bulan Ramadhan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu, adanya kekhawatiran akan kesehatan selama berpuasa yang menyebabkan

masyarakat cenderung mengkonsumsi makanan dan minuman lebih banyak dari biasanya. Selain itu adanya budaya membeli pakaian baru saat lebaran juga menjadi faktor naiknya konsumsi di bulan Ramadhan, belum lagi tradisi saat lebaran tiba sanak keluarga dan tetangga akan datang berkunjung ke rumah dan membuat si tuan rumah akan memasak makanan lebih banyak dan lebih berkualitas dari hari-hari biasa untuk menyambut tamunya.

Belum adanya kesadaran penuh akan nilai dan hikmah dalam berpuasa serta kurangnya pengetahuan tentang etika konsumsi dalam Islam juga turut mempengaruhi budaya konsumtif pada bulan Ramadhan.

REFERENSI

- Abu Hamid Al-Ghazali, *Ihya Ulumuddin*, (Beirut, Dar an-Nahdah t.t), jilid. 2
- Adiwarman A. Karim, 2014, *Ekonomi Mikro Islami Edisi Kelima*. Jakarta: Rajawali Pers
- A Karim, Ir. Adiwarman. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Aertsens, J., Mondelaers, K., Verbeke, W., Buysse, J., & Van Huylenbroeck, G. (2011). *The Influence of Subjective and Objective Knowledge on Attitude, Motivations and Consumption of Organic Food*. Vol. 113 No. 11, 1353–1378.
- Andi Bahri, S. (2014). *Etika Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Vol. 11 No. 2, 347–370.
- Annawawi bin Sarif bin Mahyuddin Abu Zakariyah, M. (2012). *Syarhun Nawawi `ala Muslim*. Riyadh Suudiyah: Baitul Afkari Ad- dauliyah.
- Andiko, Toha. *Ilmu Qowa'id Fiqhiyyah Panduan Praktis dalam Memproses Problematika Hukum Islam Kontemporer*. Yogyakarta: Teras, 2011.
- Charles W. Lamb, dkk., *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat, 2001. buku 1.
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Eko Suprayitno, 2008, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, Malang: UIN-Malang Press
- Em Zul Fajri, Ratu Aprilia Senja, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Jakarta: DIFA PUBLISHER
- Fathoni, Khoirul. 2020. “PENERAPAN EPISTEMOLOGI KE DALAM KAJIAN EKONOMI ISLAM: Telaah Pemikiran Muhammad Baqir Al Shadr”. *IJoIS: Indonesian Journal of Islamic Studies*, Vol. 1, No. 1.

- Habriyanto. 2019. “Analisis Perbandingan Pola Konsumsi Masyarakat Kota Jambi Sebelum, Sesaat dan Sesudah Bulan Ramadhan”. IAIN Samarinda: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Al-Tijary Volume IV No. 2 (hlm. 168-182).
- Muhtarom, K. (2010). *Perilaku Konsumsi Masyarakat Jakarta Timur Sebelum dan Sesaat Ramadhan*,. Vol 2 No. 2.
- Rianto, M. Nur. *Pengantar Ekonomi Syari'ah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.
- Rizal, Fitra. 2019. “Penerapan ‘Urf Sebagai Metode dan Sumver Hukum Ekonomi Islam”. Insuri Ponorogo: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam Al-Manhaj Volume I (hlm 155-175).
- Rodríguez-Donate, M. C., Romero- Rodríguez, M. E., Cano- Fernández, V. J., & Guirao- Pérez, G. (2017). *Sociodemographic determinants of the probability of wine consumption in Tenerife (Canary Islands)*. Vol. 29 No. 3, 316–334.
- Sangaji, S. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: CV. Andi.
- S.M Ghazanfar dan Abdul Azim Islahi, *Economics Tought of an Arab Scholastic: Abu Hamid al-Ghazali, History of Political Economy* 22:2, Durham: Duke University Press. 1990.
- Sukirno, Sadono. *Mikro Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.