

PENGARUH RAMADAN TERHADAP PERILAKU PENGELUARAN KELUARGA DI INDONESIA : STUDI KASUS PADA KELUARGA MUSLIM

Dadi Kuswandi¹; Avid Leonardo Sari²; Edy Wiranto³; Yoga Adiyanto⁴; Andri
Sutira⁵

Universitas Gunadarma¹; UIN Sunan Gunung Djati Bandung²; Badan Pusat Statistik
Kabupaten Barito Kuala Provinsi Kalimantan Selatan³; Universitas Serang Raya⁴; STAI
Pelita Nusa Bandung Barat⁵

Email : kuswandi@staff.gunadarma.ac.id

ABSTRAK

Bulan Ramadan merupakan bulan yang banyak sekali ditunggu oleh masyarakat di Indonesia, khususnya bagi keluarga muslim. Hal ini dikarenakan berbagai kebaikan yang ada di dalamnya. Namun sayangnya sering kali terdapat adanya pengeluaran keuangan yang lebih tinggi secara signifikan selama bulan Ramadan. Penelitian ini kemudian akan bertujuan untuk melihat bagaimana kehadiran Bulan Ramadan dapat mempengaruhi perilaku keuangan masyarakat di Indonesia, khususnya bagi keluarga muslim. Penelitian ini akan dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Data yang digunakan di dalam penelitian ini berasal dari hasil wawancara dengan beberapa keluarga muslim yang sebelumnya pernah merasakan bulan Ramadan. Hasil dari penelitian ini kemudian menemukan bahwa terdapat adanya beberapa faktor selama bulan Ramadan yang mempengaruhi pengeluaran keluarga muslim, seperti faktor tradisi, konsumsi makanan dan minuman, kebutuhan pakaian dan perlengkapan, dan kehadiran diskon ataupun potongan harga spesial bulan Ramadan. Faktor-faktor ini sendiri kemudian dapat mempengaruhi perilaku pengeluaran secara signifikan jika tidak adanya suatu strategi yang dilakukan untuk menghemat pengeluaran. Oleh karena itu, beberapa keluarga muslim yang diwawancarai kemudian memanfaatkan faktor-faktor di atas sesuai dengan kondisi keuangan mereka.

Kata Kunci : Bulan Ramadan; Perilaku Keuangan; Keluarga Muslim

ABSTRACT

The month of Ramadan is a month that many people in Indonesia have been waiting for, especially for Muslim families. This is because of the various goodness that is in it. However, there are often significantly higher financial outlays during Ramadan. This research will then aim to see how the presence of the Ramadan month can influence people's financial behavior in Indonesia, especially for Muslim families. This research will be carried out using a qualitative approach. The data used in this study came from interviews with several Muslim families who had experienced the month of Ramadan before. The results of this study then found that there were several factors during the month of Ramadan that affected Muslim families' expenses, such as the factor of tradition, consumption of food and beverages, the need for clothing and equipment, and the presence of discounts or special discounts for the month of Ramadan. These factors themselves can then influence spending behavior significantly if there is no strategy implemented to save expenses. Therefore, several Muslim families interviewed then took advantage of the above factors according to their financial condition.

Keywords : Month of Ramadan; Financial Behavior; Muslim Families

PENDAHULUAN

Ramadan merupakan bulan yang sangat dinanti dan dihormati oleh umat Muslim di seluruh dunia. Selama bulan suci ini, umat Muslim berusaha untuk lebih dekat dengan Tuhan dan meningkatkan kualitas ibadah mereka. Bulan Ramadan dianggap sebagai waktu yang spesial, karena pada saat itu umat Muslim berusaha untuk memperdalam pengenalan diri mereka dengan Allah SWT. Selain itu, Ramadan juga menjadi waktu untuk melakukan introspeksi diri dan berbagi kebahagiaan dengan keluarga dan kerabat. Selama Ramadan, umat Muslim juga berusaha untuk mengembangkan rasa empati terhadap orang-orang yang kurang beruntung dengan memberikan sedekah atau bantuan sosial (Ahmadi & Sutrisno, 2022).

Di Indonesia, Ramadan memiliki tradisi yang sangat kaya dan bervariasi. Sebagian besar masyarakat Indonesia sangat merayakan Ramadan dengan penuh semangat dan antusiasme. Beberapa tradisi yang umum dilakukan oleh masyarakat Indonesia pada saat Ramadan adalah tarawih bersama di masjid, saling mengunjungi keluarga dan kerabat, serta memasak dan menyantap hidangan khas Ramadan bersama keluarga (Warsah, 2019). Selama Ramadan, terdapat pula beberapa jenis makanan yang khas dan menjadi hidangan favorit seperti kolak, ketupat, rendang, dan opor ayam. Makanan-makanan khas ini sering menjadi bagian penting dalam tradisi Ramadan dan menjadi ikonik dalam budaya Indonesia (Winarno et al., 2021).

Namun, di sisi lain, Ramadan juga dapat menimbulkan beban finansial bagi keluarga Muslim di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh kegiatan memasak dan menyantap hidangan khas Ramadan, serta adanya tradisi memberikan hadiah atau sedekah pada orang-orang terdekat (Munandar, 2021). Kenaikan pengeluaran ini dapat berdampak pada keuangan keluarga, terutama pada keluarga yang memiliki anggaran keuangan yang terbatas. Sehingga, perilaku pengeluaran selama Ramadan menjadi topik yang menarik untuk diteliti, mengingat banyak keluarga yang berjuang dalam mengelola keuangan mereka selama bulan suci ini (Silalahi & Ginting, 2020).

Dalam konteks Indonesia, keluarga Muslim sering kali menghadapi berbagai kendala dalam mengatur keuangan selama Ramadan. Meskipun memiliki anggaran yang terbatas, banyak keluarga yang merasa terdorong untuk membeli berbagai hidangan khas Ramadan dan memberikan sedekah atau bantuan sosial. Kenaikan harga bahan

makanan pokok selama Ramadan juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku pengeluaran keluarga selama bulan suci ini (Hakim & Syaputra, 2020). Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengeluaran keluarga selama Ramadan pada keluarga Muslim di Indonesia. Studi kasus mengenai perilaku pengeluaran keluarga selama Ramadan pada keluarga Muslim di Indonesia dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengeluaran selama Ramadan dan memberikan rekomendasi bagi keluarga Muslim dalam mengelola keuangan mereka pada bulan suci ini (Arianti & Azzahra, 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku keuangan dapat memberikan dampak bagi keluarga muslim di Indonesia selama bulan Ramadan.

KAJIAN PUSTAKA

Ramadan

Bulan Ramadan merupakan bulan yang sangat penting bagi umat Muslim di seluruh dunia. Menurut kalender Hijriyah, Ramadan jatuh pada bulan kesembilan, yang dianggap sebagai bulan suci karena terdapat banyak keistimewaan dan keberkahan di dalamnya. Selama Ramadan, umat Muslim diwajibkan untuk berpuasa dari matahari terbit hingga matahari terbenam, sehingga membutuhkan ketahanan dan disiplin diri yang kuat. Selain itu, Ramadan juga dianggap sebagai bulan penuh rahmat dan ampunan, di mana umat Muslim dapat memperbanyak amal kebaikan dan meraih pahala yang berlipat ganda (Hassanein et al., 2022).

Di Indonesia, Ramadan memiliki tradisi yang sangat kaya dan bervariasi. Banyak masyarakat Indonesia yang menjalankan Shalat tarawih bersama di masjid, membaca Al-Quran, berzikir, dan melakukan sedekah selama Ramadan. Selain itu, Ramadan juga menjadi momen untuk bersilaturahmi dan saling mengunjungi keluarga dan kerabat. Masyarakat Indonesia juga memasak dan menyantap hidangan khas Ramadan bersama keluarga, seperti ketupat, opor ayam, sate, dan kolak (Fauyan, 2019).

Bulan Ramadan berakhir dengan hari raya Idul Fitri, yang dijadikan sebagai momen untuk memaafkan dan mempererat hubungan antar sesama Muslim serta berbagi kebahagiaan dengan memberikan hadiah atau sedekah kepada yang membutuhkan. Selain itu, Idul Fitri juga menjadi waktu untuk bersilaturahmi dan

mengunjungi keluarga dan kerabat, sehingga mempererat tali persaudaraan di antara umat Muslim. Oleh karena itu, Ramadan dan Idul Fitri merupakan momen yang sangat penting bagi umat Muslim di seluruh dunia, termasuk di Indonesia (Meliani et al., 2022).

Perilaku Pengeluaran

Banyak ahli telah mempelajari perilaku pengeluaran dan mencoba menjelaskan mengapa manusia mengambil keputusan-keputusan finansial tertentu. Teori-teori ini dapat digunakan untuk membantu orang dalam mengelola keuangan mereka dan membuat keputusan-keputusan yang lebih cerdas dalam pengelolaan keuangan (Naeem, 2021).

Salah satu teori yang terkenal mengenai perilaku pengeluaran adalah teori perilaku konsumen. Teori ini menjelaskan bahwa keputusan konsumen dalam membeli barang dan jasa didasarkan pada preferensi, kebutuhan, dan anggaran mereka. Konsumen memiliki preferensi tertentu yang membentuk preferensi mereka terhadap produk atau layanan tertentu, yang kemudian memengaruhi keputusan pembelian mereka (Febriyantoro, 2020). Kebutuhan konsumen juga menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian, di mana kebutuhan tertentu akan memotivasi konsumen untuk membeli produk atau layanan tertentu. Selain itu, anggaran konsumen juga membatasi keputusan pembelian mereka, di mana konsumen akan memilih untuk membeli produk atau layanan tertentu berdasarkan ketersediaan dana mereka (Zahra & Aslami, 2021). Namun, teori perilaku konsumen memiliki kelemahan, yaitu tidak mempertimbangkan faktor psikologis dan sosial yang memengaruhi perilaku pengeluaran. Teori perilaku konsumen mengabaikan faktor-faktor seperti keyakinan, nilai, dan norma sosial yang mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, banyak ahli keuangan telah mengembangkan teori-teori lain yang mempertimbangkan faktor-faktor psikologis dan sosial dalam pengambilan keputusan finansial (Li et al., 2021).

Salah satu teori yang baru-baru ini mendapatkan perhatian dalam studi perilaku pengeluaran adalah teori keputusan keuangan perilaku. Teori ini mengintegrasikan teori perilaku konsumen dengan aspek psikologis dan sosial dalam keputusan keuangan. Teori keputusan keuangan perilaku menekankan pada pentingnya faktor-faktor psikologis dan sosial dalam pengambilan keputusan finansial. Teori ini menganggap

bahwa keputusan keuangan tidak hanya didasarkan pada faktor ekonomi semata, tetapi juga dipengaruhi oleh emosi, keyakinan, dan norma sosial (Hahnel et al., 2020).

Teori keputusan keuangan perilaku juga mempertimbangkan dua jenis sistem pemikiran manusia, yaitu sistem 1 dan sistem 2. Sistem 1 adalah sistem pemikiran yang cepat dan intuitif, sedangkan sistem 2 adalah sistem pemikiran yang lebih lambat dan rasional. Teori ini menganggap bahwa sistem 1 sering kali digunakan dalam pengambilan keputusan keuangan yang cepat, sementara sistem 2 digunakan dalam pengambilan keputusan yang lebih kompleks dan memerlukan analisis yang lebih mendalam (Ikhwan, 2019). Selain teori perilaku konsumen dan teori keputusan keuangan perilaku, masih banyak teori lain yang mempelajari perilaku pengeluaran atau keuangan. Contohnya adalah teori kesalahan dalam pengambilan keputusan keuangan dan teori *opportunity cost* (De Bruijn & Antonides, 2022).

Teori kesalahan dalam pengambilan keputusan keuangan menyatakan bahwa orang sering kali melakukan kesalahan dalam membuat keputusan keuangan karena berbagai faktor, seperti kurangnya pengetahuan tentang keuangan atau kurangnya kesadaran akan risiko yang ada. Contohnya, seseorang mungkin membeli saham dengan harapan menghasilkan keuntungan yang besar, tetapi tidak mempertimbangkan risiko yang ada dan akhirnya kehilangan banyak uang. Oleh karena itu, teori kesalahan dalam pengambilan keputusan keuangan menekankan pentingnya edukasi keuangan dan kesadaran risiko dalam mengambil keputusan keuangan (Mas'adah & Astuti, 2022).

Teori *opportunity cost*, di sisi lain, menyatakan bahwa setiap keputusan keuangan memiliki *opportunity cost* yang harus diperhitungkan. *Opportunity cost* adalah nilai dari opsi terbaik yang harus dikorbankan saat memilih opsi yang lebih buruk. Sebagai contoh, jika seseorang memilih untuk menabung uangnya di bank, maka *opportunity cost* yang harus dia bayar adalah nilai dari investasi terbaik lainnya yang bisa dia lakukan dengan uang tersebut. Oleh karena itu, teori *opportunity cost* menekankan pentingnya mempertimbangkan berbagai pilihan dan risiko yang ada sebelum membuat keputusan keuangan (Kazibwe et al., 2022).

Selain itu, terdapat juga teori perilaku keuangan sosial yang mempelajari bagaimana perilaku keuangan seseorang dipengaruhi oleh faktor sosial, seperti keluarga, teman, atau lingkungan. Teori ini menekankan pentingnya faktor-faktor sosial dalam membentuk kebiasaan pengeluaran atau keputusan keuangan seseorang. Contohnya,

seseorang yang tinggal di lingkungan yang menghargai gaya hidup konsumtif mungkin cenderung mengikuti pola tersebut dan membeli barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan (Jazuli & Setiyani, 2021).

Secara keseluruhan, teori-teori tentang perilaku pengeluaran atau keuangan menawarkan wawasan yang berharga dalam memahami bagaimana manusia mengambil keputusan keuangan dan bagaimana faktor-faktor tertentu dapat mempengaruhi perilaku keuangan seseorang. Dengan memahami teori-teori ini, kita dapat lebih bijaksana dalam mengelola keuangan dan membuat keputusan yang tepat secara finansial (Goyal & Kumar, 2021).

Keluarga Muslim

Keluarga Muslim merujuk pada keluarga yang memeluk agama Islam sebagai agama utama dan mengikuti ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Keluarga Muslim terdiri dari suami, istri, dan anak-anak, serta mungkin juga anggota keluarga lain seperti orang tua, saudara kandung, atau kerabat dekat yang tinggal bersama-sama. Keluarga Muslim berperan penting dalam membangun masyarakat Muslim yang kuat dan menjaga kesatuan umat Islam, serta memelihara kehidupan keluarga yang harmonis dan bahagia sesuai dengan ajaran Islam (Rifa'i, 2019).

Dalam keluarga Muslim, peran suami dan istri memiliki kepentingan yang sama dalam memelihara keluarga dan mengasuh anak-anak. Suami bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan keluarga dalam hal ekonomi dan keamanan, sementara istri bertanggung jawab untuk mengasuh anak-anak, merawat rumah tangga, dan mendukung suami dalam menjalankan tugasnya. Dalam keluarga Muslim yang ideal, suami dan istri saling menghormati dan bekerja sama untuk mencapai tujuan keluarga yang sama (Nurani, 2021).

Anak-anak dalam keluarga Muslim juga memiliki peran penting dalam membentuk masyarakat Muslim yang kuat. Orang tua bertanggung jawab untuk mendidik anak-anak sesuai dengan ajaran Islam dan memperkenalkan nilai-nilai kebaikan kepada mereka. Dalam keluarga Muslim yang ideal, anak-anak diajarkan untuk menghormati orang tua, memperdalam pengetahuan agama Islam, dan berkontribusi pada masyarakat dengan cara yang positif (Pratama, 2019).

Secara keseluruhan, keluarga Muslim merupakan unit terkecil dalam masyarakat Muslim dan memiliki peran penting dalam memelihara dan memperkuat nilai-nilai

kebaikan dalam masyarakat. Keluarga Muslim yang harmonis dan bahagia dapat menjadi sumber inspirasi bagi masyarakat sekitarnya untuk memelihara hubungan yang baik dengan keluarga dan menjalankan hidup yang sesuai dengan ajaran Islam (Fadel et al., 2023).

METODE PENELITIAN

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada (Zulkarnaen, W., et al., 2020:229). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan penelitian lapangan yang dilakukan melalui wawancara. Metode kualitatif dipilih karena penelitian ini lebih fokus pada pemahaman dalam menggambarkan fenomena yang terjadi pada masyarakat Muslim selama Ramadan. Dalam metode kualitatif, peneliti lebih memperhatikan kualitas data dan cenderung menggunakan teknik pengumpulan data yang lebih mendalam dan terfokus pada aspek kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara. Wawancara dilakukan dengan menggunakan panduan wawancara terstruktur yang disesuaikan dengan topik penelitian. Subjek penelitian yang diwawancarai adalah empat keluarga Muslim yang tinggal di daerah perkotaan dan memiliki pengalaman dalam menjalankan Ramadan (Sari et al., 2022).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bulan Ramadan, terdapat adanya beberapa faktor umum yang dapat mempengaruhi bagaimana perilaku pengeluaran yang dilaksanakan oleh keluarga Muslim. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah faktor tradisi, konsumsi makanan dan minuman, kebutuhan pakaian dan perlengkapan, dan kehadiran diskon ataupun potongan harga spesial bulan Ramadan.

Tradisi

Faktor tradisi menjadi faktor pertama yang mempengaruhi bagaimana perilaku pengeluaran yang dilakukan oleh keluarga muslim. Selama bulan Ramadan, terdapat adanya banyak sekali kegiatan keagamaan, seperti beribadah, dan pengajian bersama. Sering kali kemudian kegiatan ini dilaksanakan saat menjelang maghrib, agar kemudian dibarengi dengan berbuka bersama. Namun kegiatan berbuka bersama ini kemudian menyebabkan naiknya pengeluaran keuangan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara

terhadap responden 1 yang mengatakan bahwa: “Tradisi sangat penting bagi keluarga kami selama Ramadan. Kami selalu memperbanyak kegiatan keagamaan seperti beribadah, mengaji, dan mengikuti pengajian. Kami juga sering mengundang orang untuk berbuka puasa bersama, dan memberikan sumbangan kepada yang membutuhkan. Karena itu, pengeluaran kami selama Ramadan memang sedikit lebih tinggi dibandingkan bulan-bulan lainnya”.

Tradisi ini memang sulit untuk dihindari, karena pada dasarnya masyarakat Indonesia sangat menyukai untuk bersosialisasi. Namun tidak semua keluarga kemudian melakukan pengeluaran yang tinggi. Responden 2 mengatakan bahwa: “Kami selalu memperbanyak kegiatan keagamaan selama Ramadan, tetapi kami mencoba untuk menghemat pengeluaran selama bulan suci ini. Kami biasanya mempersiapkan makanan buka puasa sendiri, dan hanya membeli sedikit camilan atau minuman tambahan jika diperlukan. Kami juga membatasi sumbangan atau bersedekah yang kami berikan selama Ramadan”. Hal ini kemudian menunjukkan bahwa masih terdapat adanya keluarga yang memutuskan untuk membatasi kegiatan-kegiatan yang sifatnya tradisional, seperti berbuka bersama keluarga saja, serta membatasi sumbangan yang ada.

Sementara itu responden 3 tetap melaksanakan tradisi, namun masih mencoba mengatur tingkat pengeluaran yang dilakukan. Responden 3 bertutur bahwa: “Tradisi memang penting bagi keluarga kami selama Ramadan, tetapi kami mencoba untuk mengatur pengeluaran dengan bijak. Kami selalu mencari cara untuk membeli bahan makanan dan perlengkapan dengan harga yang lebih murah, dan sering mencoba memasak makanan sendiri daripada membeli makanan di luar. Kami juga tetap memberikan sumbangan atau bersedekah, tetapi tidak sampai merugikan kondisi keuangan keluarga”.

Selain dari 3 keluarga di atas, responden 4 menyebutkan bahwa selama bulan Ramadan, kegiatan keagamaan sangat penting, sehingga tradisi yang biasanya ada di Indonesia tetap dijalankan. Namun untuk dapat mengatur pengeluaran agar tidak berlebihan, responden 4 menghemat keuangan dengan cara lain. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara dengan responden 4 yang menjawab bahwa: “Kami sangat memperbanyak kegiatan keagamaan selama Ramadan, seperti beribadah, mengaji, dan berbuka puasa bersama. Kami juga sering memberikan sumbangan atau bersedekah

selama Ramadan. Namun, kami mencoba untuk mengatur pengeluaran dengan bijak, dan mencari cara untuk membeli bahan makanan dan perlengkapan dengan harga yang lebih murah. Kami juga mencoba untuk menghemat pengeluaran dengan membatasi kegiatan-kegiatan yang tidak terlalu penting”.

Konsumsi Makanan dan Minuman

Faktor konsumsi terhadap makanan dan minuman sangat mempengaruhi bagaimana keluarga muslim mengatur perilaku pengeluaran mereka. Hal ini dikarenakan banyak sekali alasan dalam memilih makanan, khususnya selama puasa. Responden 1 berpendapat bahwa kualitas dan kuantitas makanan dan minuman yang dibeli harus lebih banyak selama bulan Ramadan. Hal ini sebagaimana yang disampaikan sebagai berikut: “Saya merasa selama Ramadan, pengeluaran untuk makanan dan minuman menjadi lebih tinggi. Karena kami harus berpuasa, maka saat berbuka dan sahur harus makan dan minum yang cukup agar tidak kelelahan saat menjalankan ibadah. Kami membeli bahan makanan dan minuman dalam jumlah yang lebih banyak dan kualitasnya pun lebih baik agar kebutuhan gizi terpenuhi. Oleh karena itu, selama Ramadan pengeluaran kami cenderung meningkat”.

Kemudian responden 2 berpendapat bahwa kemunculan dari makanan khas Ramadan biasanya memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan harga makanan biasa. Hal ini kemudian dapat memberikan adanya peningkatan di dalam pengeluaran selama bulan Ramadan. Responden 2 menyampaikan bahwa: “Saya sepakat bahwa faktor konsumsi makanan dan minuman sangat mempengaruhi perilaku pengeluaran selama Ramadan. Selain harus memenuhi kebutuhan nutrisi yang cukup, kami juga lebih sering menghabiskan waktu di rumah untuk menyiapkan makanan dan minuman untuk berbuka dan sahur. Kami juga membeli makanan dan minuman khas Ramadan yang tentu saja lebih mahal daripada makanan biasa. Jadi, pengeluaran selama Ramadan memang meningkat terutama untuk konsumsi makanan dan minuman”.

Adapun responden 3 merasa bahwa ada peningkatan di dalam pengeluaran selama bulan Ramadan karena faktor makanan. Hal ini dikarenakan makanan dan minuman sangat penting untuk dapat menjaga stamina selama berpuasa. Responden 3 menyampaikan: “Untuk kami, selama Ramadan pengeluaran untuk makanan dan minuman memang meningkat. Kita harus mengonsumsi makanan dan minuman yang cukup agar stamina tetap terjaga. Namun, kami mencoba untuk membatasi pengeluaran

dengan membeli bahan makanan yang lebih murah dan menghemat gas saat memasak”. Walaupun terdapat adanya peningkatan jumlah makanan yang dibeli untuk dapat menjaga stamina, responden 3 berusaha mengatur pengeluaran dengan berhemat. Hal ini dilaksanakan dengan memasak makanan yang dikonsumsi selama bulan Ramadan.

Terakhir responden 4 menyatakan bahwa untuk mengisi perut saat sahur dan berbuka, mereka biasanya mengonsumsi makanan yang khas dengan bulan Ramadan. Hal ini kemudian cukup meningkatkan pengeluaran keuangan selama bulan Ramadan. “Selama Ramadan, pengeluaran untuk makanan dan minuman memang lebih tinggi dibandingkan di luar Ramadan. Kami harus membeli makanan dan minuman yang cukup untuk mengisi perut saat berbuka dan sahur, dan juga mengonsumsi makanan khas Ramadan yang biasanya lebih mahal. Namun, kami berusaha untuk membeli bahan makanan yang cukup tapi tetap bisa menghemat pengeluaran. Selain itu, kami juga mencoba membuat makanan sendiri di rumah untuk mengurangi pengeluaran”.

Melalui hasil wawancara di atas, ditemukan bahwa kehadiran makanan khas Ramadan yang pada umumnya memiliki harga lebih mahal membuat adanya peningkatan pengeluaran. Kemudian pembelian makanan dengan kualitas dan kuantitas yang lebih baik untuk dapat menjaga kesehatan tubuh juga mempengaruhi kenaikan ini. Strategi yang dilakukan oleh keluarga muslim dalam menghadapi kenaikan pengeluaran terhadap makanan adalah dengan memasak secara mandiri di rumah masing-masing.

Pakaian dan Perlengkapan

Faktor berikutnya adalah pembelian pakaian dan perlengkapan selama ataupun setelah bulan Ramadan. Responden 1 menyebutkan bahwa keluarga mereka biasanya membeli pakaian baru untuk digunakan ketika Idul Fitri. Namun kondisi keuangan yang tidak begitu stabil menyebabkan perlu adanya penghematan biaya belanja. “Saya dan keluarga memang memiliki tradisi untuk membeli pakaian dan perlengkapan baru untuk digunakan saat Idul Fitri. Tapi kami mencoba untuk membatasi pengeluaran untuk hal ini karena kondisi keuangan yang kurang stabil. Jadi, kami hanya membeli beberapa barang yang benar-benar diperlukan, seperti baju dan celana, dan mencari diskon dan promo yang bisa menghemat biaya belanja”.

Sementara itu, keluarga berikutnya menyebutkan bahwa mereka tidak begitu banyak membeli pakaian baru selama bulan Ramadan. Namun mereka lebih suka untuk membeli aksesoris atau berbagai pernak-pernik kecil yang berfungsi untuk memeriahkan

suasana Ramadan. Responden 2 menyebutkan bahwa "Kami memang membeli beberapa pakaian dan perlengkapan baru selama Ramadan, tapi tidak terlalu banyak. Kami lebih suka memakai baju yang sudah ada dan hanya membeli beberapa aksesoris atau pernak-pernik kecil untuk memeriahkan suasana lebaran. Biasanya kami juga memanfaatkan diskon dan promo di pasar tradisional agar bisa menghemat pengeluaran".

Responden lainnya menyebutkan bahwa keluarga mereka sering membeli baju baru untuk anak-anak selama bulan Ramadan sebagai hadiah. Namun pakaian yang dibeli tetap sesuai dengan anggaran yang dimiliki. "Kami selalu membeli pakaian baru untuk anak-anak selama Ramadan, karena mereka senang mendapatkan hadiah dan hadiah ini juga bisa memotivasi mereka untuk tetap berpuasa dan menyelesaikan kewajiban keagamaan lainnya. Tapi, kami selalu membeli barang yang sesuai dengan anggaran kami dan mencari promo atau diskon yang tersedia."

Adapun responden 4 menyebutkan bahwa tidak terlalu sering mengeluarkan uang untuk membeli pakaian baru selama bulan Ramadan. Hal ini dikarenakan mereka lebih senang untuk merayakan lebaran dengan tradisional tanpa membebani keuangan keluarga. Hal ini disampaikan oleh responden 4 sebagaimana berikut: "Kami tidak terlalu banyak mengeluarkan uang untuk membeli pakaian baru selama Ramadan. Kami lebih suka memakai baju yang sudah ada dan hanya membeli beberapa aksesoris atau bahan kain untuk membuat baju baru sendiri. Kami memang senang merayakan lebaran dengan cara yang tradisional dan berkesan, tapi tidak ingin terbebani dengan pengeluaran yang terlalu besar".

Melalui hasil wawancara terlihat bahwa beberapa keluarga pada terkadang membeli beberapa pakaian atau perlengkapan baru selama bulan Ramadan. Walaupun begitu, keberadaan promo dan diskon sangat digunakan sebaik-baiknya demi menghemat pengeluaran yang ada.

Kebijakan Diskon dan Potongan Harga

Responden 1 merasa kehadiran diskon dan potongan harga yang biasanya muncul selama bulan Ramadan sangat membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Hal ini disampaikan sebagaimana berikut ini: "Menurut saya, kebijakan toko supermarket yang memberikan potongan harga selama Ramadan sangat membantu keluarga saya dalam membeli kebutuhan sehari-hari. Terkadang, harga-harga barang

bisa naik drastis selama Ramadan, jadi potongan harga tersebut bisa membantu kami menghemat pengeluaran. Namun, potongan harga spesial seperti ini tidak selalu terjadi setiap tahun, jadi kami harus tetap berhati-hati dengan pengeluaran kami”.

Sementara itu responden 2 merasa kehadiran potongan harga tidak begitu berpengaruh bagi pengeluaran selama bulan Ramadan. Hal ini dikarenakan pada akhirnya harga kebutuhan yang ada tidak begitu jauh. Responden 2 menyampaikan bahwa: “Saya merasa bahwa kemunculan diskon spesial Ramadan tidak terlalu berpengaruh pada pengeluaran keluarga saya selama Ramadan. Kebijakan potongan harga makanan dan barang kebutuhan lainnya memang ada, namun harga barang yang sudah turun tidak jauh berbeda dengan harga sebelum Ramadan, sehingga tidak begitu signifikan untuk mempengaruhi perilaku pengeluaran kami. Selain itu, kadang-kadang kami lebih memilih untuk membeli barang kebutuhan yang lebih mahal karena kualitasnya lebih baik”.

Adapun responden 3 menganggap bahwa kehadiran diskon dan potongan harga di bulan Ramadan sebagai suatu hal yang positif. Namun di sisi lain hal ini dapat menyebabkan stok barang cepat habis karena banyak orang yang sama-sama memanfaatkan potongan harga ini. “Saya sangat mengapresiasi keputusan toko atau supermarket yang memberikan potongan harga pada barang-barang kebutuhan selama Ramadan. Kehadiran potongan harga ini sangat membantu keluarga saya dalam mengurangi pengeluaran, terutama ketika kami membeli bahan makanan untuk berbuka dan sahur. Kami dapat menghemat pengeluaran dan membeli lebih banyak barang yang kami butuhkan. Namun, kadang-kadang stok barang bisa habis dengan cepat, jadi kami harus mengatur jadwal belanja dengan bijak”.

Terakhir responden 4 menganggap bahwa kehadiran dari potongan harga ini pada umumnya tidak mempengaruhi keluarga mereka. Hal ini lantaran mereka sering kali membeli kebutuhan barang di luar waktu Ramadan untuk menghindari kenaikan harga. “Saya pikir keputusan toko atau supermarket dalam bentuk potongan harga selama Ramadan tidak terlalu efektif dalam mempengaruhi perilaku pengeluaran keluarga kami. Kami tidak terlalu bergantung pada potongan harga tersebut karena kami lebih memilih untuk membeli barang-barang kebutuhan kami di luar waktu Ramadan. Meskipun harga-harga barang bisa naik selama Ramadan, kami masih bisa mencari alternatif lain

dengan harga yang lebih terjangkau, seperti membeli barang-barang dalam jumlah besar di luar Ramadan atau membeli barang kebutuhan di toko-toko yang lebih murah”.

Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa kehadiran potongan harga dan diskon spesial selama bulan Ramadan dapat membantu memberikan keringanan terhadap pembelian kebutuhan-kebutuhan pokok di bulan Ramadan. Walaupun begitu, kenaikan harga selama bulan Ramadan pada akhirnya membuat potongan harga di bulan Ramadan menjadi sedikit sia-sia. Hal ini dikarenakan walau terdapat adanya diskon akan barang-barang, namun harga akhirnya tidak jauh secara signifikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan adanya beberapa faktor yang cukup mempengaruhi pengeluaran keluarga muslim selama terjadinya bulan Ramadan. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah tradisi, konsumsi, kebutuhan pakaian, dan potongan harga atau diskon di bulan Ramadan. Keluarga Muslim cenderung mengikuti tradisi dan membeli lebih banyak makanan dan minuman selama bulan suci ini, yang dapat meningkatkan pengeluaran mereka secara signifikan. Selain itu, adanya tradisi membeli pakaian dan perlengkapan baru untuk Idul Fitri juga dapat mempengaruhi pengeluaran keluarga. Faktor konsumsi, seperti peningkatan konsumsi makanan dan minuman selama Ramadan, juga memiliki dampak yang signifikan pada perilaku pengeluaran keluarga Muslim. Selain itu, kehadiran diskon dan potongan harga pada makanan dan barang kebutuhan lainnya selama Ramadan dapat mempengaruhi pengeluaran keluarga, di mana mereka lebih mudah membeli barang-barang yang dibutuhkan dengan harga yang lebih murah. Oleh karena itu, perlu adanya perencanaan pengeluaran yang matang selama Ramadan agar keluarga dapat mengatur pengeluaran mereka secara efektif dan efisien, tanpa mengabaikan faktor-faktor penting yang mempengaruhi pengeluaran selama bulan suci ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A. Y., & Sutrisno, S. (2022). Zakat Solusi Kesenjangan Ekonomi di Indonesia. *JOEL: Journal of Educational and Language Research*, 1(7), 917-926.
- Arianti, B. F., & Azzahra, K. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan: Studi Kasus UMKM Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 9(2), 156-171.
- De Bruijn, E. J., & Antonides, G. (2022). Poverty and Economic Decision Making: A Review of Scarcity Theory. *Theory and Decision*, 92(1), 5-37.

- Fadel, M., Abubakar, A., & Haddade, H. (2023). Implementasi Konsep Keluarga Sakinah dan Sibaliparriq dalam Pencegahan Kekerasan dalam Rumah Tangga (KDRT). *Qolamuna: Jurnal Studi Islam*, 8(2), 49-65.
- Fauyan, M. (2019). The Shifting of Religiosity in the Area Affected by Steam Powered Electric Generator Batang Project. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 27(1), 149-178.
- Febriyantoro, M. T. (2020). Exploring YouTube Marketing Communication: Brand Awareness, Brand Image and Purchase Intention in the Millennial Generation. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1787733.
- Goyal, K., & Kumar, S. (2021). Financial Literacy: A Systematic Review and Bibliometric Analysis. *International Journal of Consumer Studies*, 45(1), 80-105.
- Hahnel, U. J., Chatelain, G., Conte, B., Piana, V., & Brosch, T. (2020). Mental Accounting Mechanisms in Energy Decision-Making and Behaviour. *Nature energy*, 5(12), 952-958.
- Hakim, L., & Syaputra, A. D. (2020). Al-Qur'an dan Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 629-644.
- Hassanein, M., Afandi, B., Ahmedani, M. Y., Alamoudi, R. M., Alawadi, F., Bajaj, H. S., ... & Zainudin, S. B. (2022). Diabetes and Ramadan: Practical Guidelines 2021. *Diabetes Research and Clinical Practice*, 109185.
- Ikhwan, A. (2019). Sistem Kepemimpinan Islami: Instrumen Inti Pengambil Keputusan pada Lembaga Pendidikan Islam. *Istawa: Jurnal Pendidikan Islam*, 3(2), 111-154.
- Jazuli, A., & Setiyani, R. (2021). Antecedent Financial Management Behavior: Financial Literacy sebagai Intervening. *Economic Education Analysis Journal*, 10(1), 163-176.
- Li, X., Zhou, Y., Wong, Y. D., Wang, X., & Yuen, K. F. (2021). What Influences Panic Buying Behaviour? A Model Based on Dual-System Theory and Stimulus-Organism-Response Framework. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 64, 102484.
- Mas'adah, U. K. M., & Astuti, E. B. (2022). Pengaruh Pendapatan, Tingkat Pendidikan, dan Investasi terhadap Tingkat Literasi Keuangan pada Pelaku UMKM (Studi Kasus UMKM di Kecamatan Juwana Kabupaten Pati). *AKSES: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 17(2).
- Meliani, F., Ahmad, N., & Suhartini, A. (2022). Theology of Pandemic: Unraveling The Meaning Behind the Disaster From an Islamic Perspective. *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 5(1), 125-141.
- Munandar, S. A. M. (2021). Gerakan Filantropi Jaringan Gusdurian ditengah Wabah Covid-19: Philanthropy Movement of the Gusdurian Network Among The Covid-19 Plague. *Jurnal Bimas Islam*, 14(1), 33-76.
- Naeem, M. (2021). Do Social Media Platforms Develop Consumer Panic Buying during the fear of Covid-19 pandemic. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102226.
- Nurani, S. M. (2021). Relasi Hak dan Kewajiban Suami Istri dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Analitis Relevansi Hak dan Kewajiban Suami Istri Berdasarkan Tafsir Ahkam dan Hadits Ahkam). *Al-Syakhsyiyah: Journal of Law & Family Studies*, 3(1), 98-116.
- Pratama, D. A. N. (2019). Tantangan Karakter di Era Revolusi Industri 4.0 dalam Membentuk Kepribadian Muslim. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 198-226.

- Rifa'i, A. (2019). Pendidikan Akhlak dalam Keluarga (Tinjauan Normatif dalam Islam). *Al-Madrasah: Jurnal Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah*, 235-257.
- Sari, I. N., Lestari, L. P., Kusuma, D. W., Mafulah, S., Brata, D. P. N., Iffah, J. D. N., ... & Sulistiana, D. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. UNISMA PRESS.
- Silalahi, D. E., & Ginting, R. R. (2020). Strategi Kebijakan Fiskal Pemerintah Indonesia untuk Mengatur Penerimaan dan Pengeluaran Negara dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 3(2), 156-167.
- Warsah, I. (2019). Muslim minority in Yogyakarta: Between Social Relationship and Religious Motivation. *QIJS: Qudus International Journal of Islamic Studies*, 7(2), 367-398.
- Winarno, T., Said, M. M. U., & Hayat, H. (2021). Pengembangan Desa Wisata Adat Using Kemiren melalui Pendekatan Penta Helix. *Journal of Governance and Local Politics (JGLP)*, 3(2), 137-145.
- Zahra, A. R., & Aslami, N. (2021). Analisis Perilaku Konsumen Asuransi di Medan Sumatera Utara. *Journal of Vision and Ideas (VISA)*, 1(1), 46-53.
- Zulkarnaen, W., Fitriani, I., & Yuningsih, N. (2020). Pengembangan Supply Chain Management Dalam Pengelolaan Distribusi Logistik Pemilu Yang Lebih Tepat Jenis, Tepat Jumlah Dan Tepat Waktu Berbasis Human Resources Competency Development Di KPU Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 222-243. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss2.pp222-243>.