

Analisis rasionalitas perilaku konsumen muslim Indonesia di bulan Ramadan dari sudut pandang inflasi = Analysis of rationality of Indonesian moslem consumer behaviour In the month of Ramadan from inflation point of view

Izzudin Al Farras Adha, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20458353&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Permintaan yang lebih tinggi pada bulan Ramadan dibandingkan bulan-bulan lainnya menyebabkan inflasi yang terjadi di bulan ramadan selalu diwaspadai oleh otoritas pemantau dan pengendali inflasi di Indonesia. Inflasi ramadan merupakan paradoks bagi muslim Indonesia karena seharusnya bulan Ramadan menjadi momen untuk mengurangi konsumsi dimana puasa mengharuskan muslim menahan lapar dan haus selama sebulan penuh. Namun faktanya setiap tahun selalu terjadi lonjakan harga yang tak biasa. Rasionalitas perilaku konsumen muslim Indonesia diuji dalam penelitian ini dengan melihatnya dari sudut pandang inflasi dan rasionalitas tersebut didasarkan pada rasionalitas yang ada pada ajaran agama islam. Metodologi penelitian dalam melihat pengaruh inflasi adalah dengan menggunakan regresi model ARMAX. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inflasi ramadan di Indonesia berpengaruh signifikan terhadap inflasi tahunan dan inflasi ramadan yang terjadi di provinsi-provinsi dengan penduduk mayoritas muslim di Indonesia justru menyumbang pengaruh yang signifikan terhadap inflasi tahunan Indonesia. Sebaliknya, mayoritas provinsi dengan penduduk minoritas muslim tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam inflasi ramadannya terhadap inflasi tahunan Indonesia. Pada akhirnya, kesimpulan penelitian ini adalah perilaku konsumen muslim Indonesia di bulan Ramadan yang dilihat dari sudut pandang inflasi belum rasional.

ABSTRACT

Higher demand in the month of Ramadan compared to other months caused inflation in the month of Ramadan to be constantly monitored by the authority of monitoring and controlling of inflation in Indonesia. Ramadan inflation is a paradox for Indonesian Muslims because it should be a moment to reduce consumption where fasting requires Muslims to endure hunger and thirst for a whole month. But the fact is that every year there is always an unusual price jump. The rationality of the behavior of Indonesian Muslim consumers is tested in this study by looking at it from the inflation point of view and the rationality is based on the rationality that exists in Islamic religion. The research methodology in looking at the effect of inflation is by using ARMAX model regression. The results of this study shows that Ramadan inflation in Indonesia has a significant effect on the annual inflation and the ramadan inflation occurring in the provinces with the majority Muslim population in Indonesia actually contribute a significant influence to the annual inflation of Indonesia. In contrast, the majority of provinces with Muslim minority populations do not have a significant influence in their ramadan inflation on Indonesia 39 s annual inflation. In the end, the conclusion of this study is the behavior of Indonesian Muslim consumers in the month of Ramadan seen from the perspective of inflation is not rational.