

Peranan Konsumsi dalam Perekonomian Makro Indonesia dan Implikasinya dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dony Tri Ramadhan¹, Endah Sabrina Br. Meliala², Fany Salwa³,
Yenni Samri Juliati Nasution⁴

¹²³⁴Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Email Korespondensi: donytri334@gmail.com

Abstrak

Konsumsi rumah tangga merupakan salah satu pilar utama dalam menopang perekonomian makro Indonesia. Dengan kontribusi lebih dari 50% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), fluktuasi dalam konsumsi memiliki dampak langsung terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Seiring berkembangnya zaman, pola konsumsi masyarakat mengalami pergeseran dari yang sebelumnya berorientasi pada kebutuhan dasar berubah menjadi konsumsi yang dipengaruhi gaya hidup, iklan dan simbol status. Pergeseran ini menimbulkan tantangan terhadap keberlanjutan ekonomi dan keadilan sosial. Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk menganalisis peran konsumsi rumah tangga dalam konteks ekonomi makro Indonesia dan menelaah bagaimana nilai-nilai Islam dapat memberikan arah normatif bagi perilaku konsumsi yang lebih etis dan produktif. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan sumber data sekunder dari Bank Indonesia dan Badan Pusat Statistik. Temuan menunjukkan bahwa konsumsi tetap menjadi penggerak ekonomi dengan tingkat keyakinan konsumen yang tinggi dan alokasi pendapatan rumah tangga yang dominan untuk konsumsi. Namun demikian, konsumsi kelompok menengah dan atas cenderung kurang mencerminkan prinsip efisiensi dan pemerataan. Dalam hukum ekonomi Islam, konsumsi tidak hanya terkait manfaat material, tetapi juga tanggung jawab sosial dan spiritual. Prinsip seperti *wasathiyah* (keseimbangan), *'adl* (keadilan) dan *isti'mar* (keberlanjutan) menjadi pijakan dalam membangun pola konsumsi yang sehat. Oleh karena itu, integrasi nilai-nilai Islam dalam kebijakan konsumsi penting untuk menciptakan sistem ekonomi yang berkeadilan dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *Konsumsi Rumah Tangga, Ekonomi Makro Islam, Hukum Ekonomi Islam.*

Abstract

Household consumption is a major pillar of Indonesia's macroeconomic structure contributing more than half of the country's Gross Domestic Product (GDP). This indicates that changes in consumption behavior have a direct impact on national economic growth. As time goes by, consumer patterns have shifted from fulfilling basic needs to lifestyle-driven consumption influenced by advertising, social media, and symbolic status. This shift presents challenges in terms of economic sustainability and social equity. This article aims to analyze the role of household consumption within Indonesia's macroeconomic framework and to explore how Islamic values can provide normative direction for more ethical and productive consumption behavior. The study applies a descriptive qualitative approach using secondary data from Bank Indonesia and Statistics Indonesia. The findings show that consumption continues to support economic activity, with high consumer confidence and a large portion of income spent on household needs. However, spending patterns among middle and upper income groups often lack alignment with efficiency and distributive fairness. In Islamic economics, consumption is not merely a material activity but a reflection of spiritual and social responsibility. Principles such as *wasathiyah* (moderation), *'adl* (justice) and *isti'mar* (sustainability) serve as foundations for shaping balanced consumption. Therefore, integrating Islamic values into national consumption policy is essential for building an equitable and resilient economic system.

Keywords: *Household Consumption, Islamic Macroeconomics, Islamic Economic Law.*

PENDAHULUAN

Konsumsi merupakan salah satu variabel paling vital dalam perekonomian makro yang secara langsung memengaruhi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Di Indonesia, konsumsi rumah tangga secara konsisten menyumbang lebih dari 50% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang menjadikannya sebagai penggerak utama perekonomian nasional. Selain itu, stabilitas konsumsi juga berperan besar dalam menjaga keseimbangan permintaan agregat dan mengurangi volatilitas siklus ekonomi (Hamid, 2018). Dalam konteks terkini, konsumsi rumah tangga tetap kokoh meski dunia menghadapi ancaman inflasi dan tekanan global.

Data dari Survei Konsumen Bank Indonesia pada Desember 2024 menunjukkan bahwa nilai Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) berada di level optimis dengan tercatat sebesar 127.7. Sementara itu, proporsi konsumsi terhadap pendapatan rumah tangga berada di angka 74.1%. Hal ini mencerminkan bahwa ketahanan daya beli masyarakat dalam kondisi yang dinamis (Bank Indonesia, 2024). Selain itu, laporan BPS menyebutkan bahwa pengeluaran konsumsi per kapita per bulan mencapai Rp1.339.448 dengan pola konsumsi relatif seimbang antara kebutuhan makanan dan non makanan, terutama pada masyarakat pedesaan dan kuintil bawah yang memprioritaskan kebutuhan dasar seperti makanan hingga pendidikan (BPS, 2024).

Urgensi penelitian ini semakin kuat ketika dikaitkan dengan meningkatnya budaya konsumtif di masyarakat akibat pengaruh gaya hidup, iklan dan media sosial. Konsumsi kian beralih dari pemenuhan kebutuhan menuju simbol status dan identitas sosial, sehingga berisiko menciptakan pemborosan dan ketimpangan (Rizki, 2023). Padahal, dalam perspektif Islam konsumsi bukan hanya persoalan ekonomi tetapi juga moral, spiritual dan sosial. Islam menekankan prinsip konsumsi yang halal lagi baik serta memperhatikan keseimbangan antara kepentingan individu dan masyarakat (Nurbaeti, 2022).

Berbeda dari ekonomi konvensional yang menitikberatkan pada utilitas dan kepuasan maksimal, ekonomi Islam menempatkan konsumsi sebagai sarana mencapai *falah* atau kesejahteraan holistik dunia dan akhirat. Nilai-nilai seperti *wasathiyah* (moderat), keadilan distribusi serta tanggung jawab sosial menjadi landasan penting dalam mengatur pola konsumsi umat (Hamid, 2018). Maka dari itu, perlu ada pendekatan alternatif dalam melihat konsumsi tidak hanya sebagai angka ekonomi, tetapi juga sebagai refleksi dari struktur nilai masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran konsumsi rumah tangga dalam konteks perekonomian makro Indonesia dan menganalisis bagaimana prinsip-prinsip Islam dapat memperkaya perspektif dalam membentuk perilaku konsumsi yang produktif dan etis. Fokus utama diarahkan pada kontribusi konsumsi terhadap pertumbuhan ekonomi, stabilitas sosial dan pemerataan kesejahteraan (Muslim, 2011). Selain itu, analisis ini juga menelaah bagaimana nilai-nilai spiritual dapat menjadi pijakan dalam membangun sistem ekonomi yang lebih berkeadilan.

Konsumsi dalam kerangka Islam tidak hanya dilihat dari sisi kebutuhan material, tetapi juga sebagai ibadah yang mendekatkan manusia pada nilai kebermanfaatan (*maslahah*), kesadaran sosial dan tanggung jawab ekologis. Al-Qur'an dan Hadis melarang konsumsi berlebihan (*israf*) dan pemborosan (*tabdzir*) serta mengarahkan umat untuk hidup dalam keseimbangan (Nurbaeti, 2022). Dengan demikian, konsumsi dalam Islam tidak hanya berpijak pada rasionalitas ekonomi, melainkan juga nilai yang menyatu dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam laporan BPS Maret 2024, terlihat bahwa kelompok masyarakat dengan pendapatan rendah lebih banyak mengalokasikan pengeluaran untuk kebutuhan dasar seperti makanan, pendidikan dan kesehatan (BPS, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa pola konsumsi sangat dipengaruhi oleh tingkat pendapatan yang dalam ekonomi Islam dipandang sebagai bentuk ujian distribusi dan amanah kekayaan (Rizki, 2023).

Di tengah arus globalisasi dan perkembangan teknologi, tantangan terbesar dalam pola konsumsi adalah derasnya penetrasi budaya materialistik yang mengaburkan batas antara kebutuhan dan keinginan. Konsumsi yang berorientasi pada tren dan pencitraan mengikis nilai-nilai kesederhanaan dan tanggung jawab sosial. Dalam hal ini, prinsip konsumsi Islami dapat menjadi alternatif penyeimbang untuk membentuk karakter ekonomi umat yang bijak dan produktif (Hamid, 2018).

Islam menawarkan kerangka distribusi konsumsi yang adil melalui instrumen-instrumen seperti zakat, infak dan wakaf. Instrumen ini tidak hanya berfungsi sebagai redistribusi kekayaan, tetapi juga sebagai mekanisme peningkatan daya beli masyarakat miskin tanpa harus mengandalkan intervensi pasar atau negara (Muslim, 2011). Pendekatan ini mencerminkan solusi sistemik yang ditawarkan Islam terhadap permasalahan struktural konsumsi.

Konsumsi yang berlebihan tidak hanya memengaruhi struktur ekonomi, tetapi juga berdampak terhadap kerusakan lingkungan dan ketimpangan sumber daya. Dalam Islam, konsep *istikhlaf* menegaskan peran manusia sebagai khalifah yang bertugas menjaga keseimbangan dan keberlanjutan ciptaan Allah (Nurbaeti, 2022). Maka dari itu, konsumsi dalam perspektif Islam harus berorientasi pada nilai keberlanjutan, keadilan dan tanggung jawab antar generasi.

Secara metodologis, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif berbasis studi literatur dan data sekunder dari lembaga resmi seperti Bank Indonesia dan Badan Pusat Statistik. Dengan pendekatan ini, analisis dilakukan secara mendalam untuk memahami konsumsi sebagai fenomena ekonomi sekaligus fenomena moral dan budaya dalam masyarakat muslim Indonesia (Rizki, 2023). Hasil yang diharapkan adalah munculnya kerangka konseptual baru mengenai konsumsi yang integratif dan aplikatif.

Penelitian ini juga sangat penting bagi akademisi, pembuat kebijakan dan masyarakat luas. Bagi akademisi, tulisan ini dapat memperkaya *khazanah* teori ekonomi Islam dalam kajian makro. Bagi pemerintah, kajian ini memberi masukan untuk perumusan kebijakan konsumsi berbasis nilai. Sedangkan bagi masyarakat, artikel ini mendorong refleksi atas pola konsumsi sehari-hari agar lebih sadar nilai, lebih produktif dan lebih bertanggung jawab (Hamid, 2018).

Dengan demikian, konsumsi tidak lagi dipahami sekadar aktivitas ekonomi netral, tetapi sebagai aktivitas penuh nilai yang menentukan arah pembangunan bangsa. Islam hadir bukan untuk menggantikan pendekatan ekonomi yang sudah ada, tetapi untuk melengkapinya dengan etika, spiritualitas dan keberpihakan pada keadilan sosial (Nurbaeti, 2022). Inilah yang membuat pembahasan konsumsi dari perspektif Islam menjadi sangat relevan di tengah tantangan dunia modern yang makin kompleks.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif berbasis data sekunder. Tujuan pendekatan ini adalah untuk menggambarkan secara sistematis pola konsumsi masyarakat Indonesia, mengkaji kontribusinya terhadap perekonomian makro dan mengaitkannya dengan nilai-nilai ekonomi Islam. Penelitian dilakukan pada tingkat agregat nasional tanpa lokasi fisik

tertentu, dengan cakupan data yang bersumber dari lembaga resmi seperti Bank Indonesia (BI) dan Badan Pusat Statistik (BPS).

Data utama yang dianalisis meliputi Survei Konsumen Bank Indonesia (Desember 2024), Ringkasan Eksekutif Pengeluaran dan Konsumsi Penduduk Indonesia (Maret 2024) dan Laporan Pengeluaran untuk Konsumsi Penduduk Indonesia (Maret 2024). Instrumen penelitian berupa dokumentasi digital dari laporan statistik yang tersedia secara publik. Penelitian ini tidak melibatkan pengumpulan data primer seperti kuesioner atau wawancara.

Identifikasi variabel meliputi Indeks Keyakinan Konsumen (IKK), pengeluaran konsumsi rata-rata per kapita, proporsi pengeluaran makanan dan non makanan serta pola konsumsi berdasarkan kuintil pendapatan. Analisis dilakukan juga dengan mengaitkan prinsip-prinsip ekonomi Islam seperti *i'tidal* (keseimbangan), *israf* (berlebihan) dan *maqasid al-shari'ah* (tujuan syariat).

Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dengan membandingkan temuan dari BI dan BPS. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2025 dengan menggunakan data resmi sepanjang tahun 2024. Pemilihan metode ini mempertimbangkan efisiensi waktu dan sumber daya namun tetap mengedepankan akurasi dan keterbukaan prosedur, sehingga dapat direplikasi dalam studi lanjutan mengenai konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsumsi rumah tangga adalah kontributor terbesar dalam struktur Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Dalam banyak laporan tahunan Badan Pusat Statistik (BPS), konsumsi secara konsisten menyumbang lebih dari 50% dari total PDB nasional. Artinya, fluktuasi konsumsi akan berimbas langsung terhadap tingkat pertumbuhan ekonomi makro. Oleh karena itu, konsumsi tidak hanya penting untuk menjelaskan arah pergerakan ekonomi, tetapi juga menjadi instrumen strategis dalam perencanaan pembangunan nasional yang inklusif.

Keberlanjutan konsumsi sangat dipengaruhi oleh persepsi dan keyakinan masyarakat terhadap kondisi ekonomi. Data dari Survei Konsumen Bank Indonesia pada Desember 2024 menunjukkan bahwa Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) tercatat sebesar 127.7 dengan mengalami kenaikan dari bulan sebelumnya yang sebesar 125.9. Peningkatan ini menunjukkan kepercayaan masyarakat terhadap stabilitas ekonomi, baik dalam aspek pendapatan, maupun prospek usaha di masa mendatang (Bank Indonesia, 2024).

Tidak hanya dipengaruhi oleh kondisi ekonomi saat ini, perilaku konsumsi rumah tangga juga sangat ditentukan oleh ekspektasi terhadap kondisi ekonomi di masa depan. Ketika masyarakat merasa optimis terhadap prospek ekonomi seperti stabilitas harga, peluang kerja dan peningkatan pendapatan, maka mereka cenderung meningkatkan pengeluaran konsumsi.

Sebaliknya, jika muncul ketidakpastian atau kekhawatiran terhadap kondisi ekonomi, masyarakat cenderung menahan belanja dan meningkatkan tabungan. Oleh karena itu, menjaga sentimen positif dan stabilitas makroekonomi menjadi kunci dalam mendorong keberlanjutan konsumsi yang sehat dan produktif.

Tabel 1: Indeks Keyakinan Konsumen dan Komponennya Desember 2024.

Komponen Indeks	Nilai
Indeks Keyakinan Konsumen (IKK)	127,7
Indeks Kondisi Ekonomi (IKE)	116,0
Indeks Ekspektasi Konsumen (IEK)	139,5

Sumber: Survei Konsumen Bank Indonesia, 2024

Nilai IKK yang stabil di atas angka 100 menunjukkan bahwa konsumen dalam posisi optimis. Defenisi optimisme ini secara langsung telah mendorong aktivitas konsumsi, terutama dalam konteks rumah tangga yang menyumbang mayoritas permintaan domestik. Peningkatan konsumsi di tingkat rumah tangga kemudian memicu reaksi berantai dalam ekonomi, yakni peningkatan permintaan barang dan jasa, perluasan produksi, peningkatan lapangan kerja hingga penguatan pendapatan nasional secara keseluruhan.

Dalam kerangka ekonomi makro, hubungan antara konsumsi dan pendapatan dirumuskan sebagai berikut.

$$C = a + bY$$

Keterangan :

- C : Total Konsumsi
- a : Konsumsi Otonom
- b : Marginal Propensity to Consume (MPC)
- Y : Pendapatan Disposable

Mengacu pada data, asumsi $b = 0,741$ diambil dari proporsi konsumsi terhadap pendapatan (74,1%) dan jika pendapatan rumah tangga per bulan

sebesar Rp5.000.000 dan konsumsi otonom Rp 500.000, maka total konsumsi adalah sebagai berikut.

$$C = a + bY = \text{Rp } 500.000 + 0,741 \cdot \text{Rp } 5.000.000 = \text{Rp } 4.205.000$$

Dengan hasil yang diperoleh, maka dapat disimpulkan konsumsi bulanan rumah tangga Indonesia secara rata-rata diperkirakan sebesar Rp4.205.000. Perhitungan ini memperkuat bahwa sebagian besar pendapatan rumah tangga digunakan untuk konsumsi. Ketika nilai konsumsi tinggi dan konsisten, maka pertumbuhan ekonomi dapat terdorong melalui efek pengganda (*multiplier effect*), di mana peningkatan konsumsi akan meningkatkan produksi, investasi dan lapangan kerja secara simultan.

Namun, pemahaman konsumsi dalam ekonomi Islam memiliki kedalaman yang lebih dari sekadar rasio atau angka. Islam memandang konsumsi sebagai aktivitas yang menyangkut dimensi duniawi dan ukhrawi. Bukan hanya sekadar pembelanjaan, tetapi juga bentuk tanggung jawab atas rezeki yang dikaruniakan Allah SWT. Sebagaimana ditegaskan dalam QS. Al-Isra ayat 26-27, Allah berfirman:

{26} وَأَتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

{27} إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

“Dan berikanlah hak kepada kerabat dekat, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan, dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya” (QS. Al-Isra’: 26-27).

Ayat ini memberikan arahan bahwa konsumsi harus berbasis tanggung jawab sosial dan tidak boleh eksploitatif atau egoistik. Konsep pengelolaan harta dalam Islam mewajibkan individu untuk menyalurkan harta kepada pihak yang membutuhkan, sebelum membelanjakannya untuk keperluan sekunder atau tersier. Hal ini menciptakan sistem konsumsi yang bukan hanya memperkuat ekonomi individu, tetapi juga menyokong kohesi sosial dan mengurangi ketimpangan.

Dalam konteks empiris, data dari BPS Susenas Maret 2024 menunjukkan adanya perbedaan struktur konsumsi berdasarkan tingkat pengeluaran.

Tabel 2: Pengeluaran Konsumsi Menurut Kuintil Pengeluaran Maret 2024.

Kuintil Pengeluaran	Makanan (Rp)	Non Makanan (Rp)
1 (Terendah)	349.664	203.876
2	503.013	324.161
3	654.083	464.487
4	857.975	701.492
5 (Tertinggi)	1.394.236	2.049.825

Sumber: Badan Pusat Statistik, Ringkasan Eksekutif Pengeluaran dan Konsumsi Penduduk Indonesia, Maret 2024

Data ini menegaskan bahwa rumah tangga miskin lebih rentan terhadap fluktuasi harga kebutuhan pokok. Sehingga dalam Islam ini menjadi dasar pembentukan mekanisme zakat dan subsidi keadilan sosial. Zakat dan infak tidak hanya berfungsi sebagai redistribusi, tetapi juga sebagai instrumen penguatan konsumsi kelompok rentan secara langsung. Konsep konsumsi dalam Islam juga berkaitan erat dengan keberlanjutan. Prinsip *isti'mal* atau pemanfaatan sumber daya yang bijak serta *islah* (perbaikan sosial) menjadi landasan bahwa konsumsi seharusnya membawa maslahat, bukan mudarat. Konsumsi barang lokal, produk halal serta prioritas pada pendidikan dan kesehatan menjadi pilihan konsumsi yang tidak hanya bermanfaat secara personal, tetapi juga memperkuat struktur social ekonomi bangsa.

Pengaruh konsumsi terhadap stabilitas makro juga terlihat dari komponen lainnya dalam survei BI, yakni proporsi penggunaan pendapatan rumah tangga.

Tabel 3: Proporsi Penggunaan Pendapatan Rumah Tangga Desember 2024.

Komponen Penggunaan Pendapatan	Persentase (%)
Konsumsi	74.1
Tabungan	15.5
Cicilan/Utang	10.5

Sumber: Survei Konsumen Bank Indonesia, 2024

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa konsumsi masih menjadi prioritas utama masyarakat. Maka dari itu, kebijakan makro harus diarahkan untuk menjaga daya beli melalui stabilitas harga dan ketersediaan barang.

Dalam Islam, hal ini dapat ditopang dengan sistem wakaf konsumtif dan subsidi berbasis masalah.

Dengan mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam perilaku konsumsi, maka sistem ekonomi tidak hanya mengejar pertumbuhan tetapi juga kemaslahatan. Konsumsi tidak semata-mata aktivitas ekonomi, tetapi juga sarana menuju kesejahteraan dunia dan akhirat (*falah*). Maka dari itu, peranan konsumsi dalam perspektif Islam sangat penting tidak hanya dalam konteks PDB, tetapi juga dalam membangun peradaban yang adil, berkelanjutan dan beretika.

Berdasarkan keseluruhan temuan, maka dapat dipahami bahwa konsumsi memiliki peran ganda dalam perekonomian makro, yakni sebagai sumber pertumbuhan sekaligus sebagai indikator kesejahteraan. Namun tanpa kontrol nilai, konsumsi dapat menjelma menjadi sumber ketimpangan dan kerusakan. Oleh karena itu, pendekatan Islam yang menekankan keseimbangan antara hak individu dan kewajiban sosial sangat relevan dalam membangun sistem konsumsi yang sehat dan produktif.

SIMPULAN

Studi ini menunjukkan bahwa konsumsi memiliki posisi strategis dalam perekonomian makro Indonesia sebagai kontributor terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), pendorong pertumbuhan ekonomi serta penopang stabilitas permintaan domestik. Konsumsi rumah tangga juga menjadi indikator utama daya beli masyarakat dan sentimen ekonomi yang memengaruhi siklus produksi, investasi dan kesempatan kerja. Dalam perspektif ekonomi Islam, konsumsi bukan sekadar aktivitas ekonomi, melainkan amanah moral yang harus dijalankan dengan prinsip keadilan, moderasi dan keberlanjutan. Pendekatan islami terhadap konsumsi menawarkan paradigma etis dan solutif yang mampu menjawab persoalan ketimpangan sosial, pemborosan sumber daya dan krisis nilai dalam sistem ekonomi modern. Temuan ini memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan teori dan kebijakan ekonomi Islam makro yang lebih inklusif, adil dan berorientasi pada kesejahteraan kolektif.

DAFTAR RUJUKAN

Abdul Hamid. (2018). "Teori Konsumsi Islam dalam Peningkatan Ekonomi Umat." Jurnal Visioner & Strategis, Vol. 7, No. 2.

- Ahmad Muslim. (2011). "Peranan Konsumsi dalam Perekonomian Indonesia dan Kaitannya dengan Ekonomi Islam." *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial*, Vol. 1, No. 2.
- Atika Rizki, dkk. (2023). "Teori Konsumsi Islami Sebagai Pedoman Perilaku dan Penerapannya dalam Kehidupan." *Jurnal Adzkiya*, Vol. 11, No. 2.
- Ayi Nurbaeti. (2022). "Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Azmina: Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 2, No. 1.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Pengeluaran untuk Konsumsi Penduduk Indonesia Maret 2024.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Ringkasan Eksekutif: Konsumsi Penduduk Indonesia Maret 2024.
- Bank Indonesia. (2024). Survei Konsumen Desember 2024.
- Syafrifa Hafni Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: KBM Indonesia.