

Perilaku Konsumen Muslim di Pasar Sentral Karisa Kecamatan Binamu Kabupaten Jeneponto Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Syam Hijrah¹ Indah Anggraeni Bakhtiar² Syaripuddin³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Al-Amanah Jeneponto

Email: ¹ichasyamhijrah882@gmail.com, ²indahce2@gmail.com,

³syaripuddinsalama4@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumsi masyarakat Muslim di Pasar Sentral Karisa, Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto, menganalisis penerapan prinsip ekonomi syariah dalam perilaku konsumsi tersebut, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhinya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap 11 informan yang terdiri atas tujuh pembeli, tiga pedagang, dan satu pengelola pasar yang dipilih melalui purposive sampling. Data dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumsi masyarakat Muslim di Pasar Sentral Karisa umumnya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pokok sehari-hari, seperti beras, sayur-mayur, ikan, dan kebutuhan rumah tangga lainnya, dengan penyesuaian terhadap kemampuan ekonomi keluarga. Ditinjau dari perspektif ekonomi syariah, perilaku konsumsi masyarakat telah mencerminkan penerapan prinsip prioritas kebutuhan (aulawiyat), qana'ah, dan upaya menghindari israf, meskipun pada kondisi tertentu masih ditemukan kecenderungan konsumtif, terutama saat pendapatan meningkat atau menjelang hari raya. Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi meliputi harga barang, kebutuhan keluarga, kualitas barang, tingkat religiusitas, dan tingkat pendapatan masyarakat. Penelitian ini merekomendasikan penguatan edukasi ekonomi syariah agar kesadaran normatif masyarakat semakin sejalan dengan praktik konsumsi sehari-hari.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen Muslim; Konsumsi Islam; Ekonomi Syariah; Pasar Tradisional; Qana'ah

Abstract

This study aims to examine the consumption behaviour of Muslim consumers at Pasar Sentral Karisa, Binamu Subdistrict, Jeneponto Regency, to analyze the application of Islamic economic principles in that consumption behaviour, and to identify the factors influencing it. This study employs a descriptive qualitative approach with data collected through observation, interviews, and documentation involving 11 informants consisting of seven buyers, three traders, and one market manager selected through purposive sampling. Data were analyzed using the Miles and Huberman model, comprising data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings show that the consumption behaviour of Muslim consumers at Pasar Sentral Karisa is generally oriented toward fulfilling daily basic needs, such as rice, vegetables, fish, and other household necessities, adjusted to the family's economic capacity. From an Islamic economic perspective, consumption behaviour reflects the application of the priority-of-needs principle (aulawiyat), qana'ah (contentment), and efforts to avoid israf (extravagance), although consumptive tendencies are still found under certain conditions, particularly when income increases or ahead of religious holidays. Factors influencing consumption behaviour include the price of goods, family needs, product quality, the level of religiosity, and income level. This study recommends strengthening sharia economic education so that the community's normative awareness becomes more consistent with everyday consumption practice.

Keywords: Muslim consumer behaviour; Islamic consumption; sharia economics; traditional market; qana'ah

PENDAHULUAN

Konsumsi merupakan aktivitas ekonomi mendasar yang dilakukan setiap individu untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Dalam ilmu ekonomi konvensional, konsumsi dipahami sebagai penggunaan barang dan jasa untuk memperoleh kepuasan (utility), yaitu pengeluaran rumah tangga atas barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan hidup (Sukirno, 2016). Islam memandang aktivitas ini secara berbeda: konsumsi tidak semata aktivitas ekonomi, melainkan bagian dari ibadah yang harus dilaksanakan sesuai prinsip syariah, yakni mengonsumsi barang yang halal dan thayyib, bersikap qana'ah, mendahulukan kebutuhan daripada keinginan, serta menghindari israf dan tabdzir (Qardhawi, 1997).

Perbedaan paradigmatis ini menjadikan konsumsi dalam ekonomi Islam berorientasi pada pencapaian maslahah, bukan sekadar utilitas material. Kahf (1992) menegaskan bahwa tujuan konsumsi seorang muslim adalah memaksimalkan maslahah dengan mengintegrasikan nilai moral dalam memilih produk yang bermanfaat, sementara Al-Ghazali dalam *Ihya' Ulumuddin* merumuskan empat prinsip konsumsi Islami, yaitu keadilan, keseimbangan, kebermanfaatan, dan kesucian. Prinsip-prinsip ini menuntut agar konsumen muslim senantiasa mempertimbangkan kehalalan, manfaat, dan proporsi kebutuhan sebelum melakukan pembelian, sebuah standar yang idealnya tercermin dalam praktik nyata di ruang publik seperti pasar tradisional.

Kabupaten Jeneponto merupakan salah satu daerah di Provinsi Sulawesi Selatan dengan mayoritas penduduk beragama Islam, di mana sektor perdagangan masih menjadi salah satu aktivitas ekonomi utama masyarakat (Badan Pusat Statistik Kabupaten Jeneponto, 2024). Pasar Sentral Karisa di Kecamatan Binamu merupakan salah satu pusat perdagangan utama sekaligus ruang interaksi sosial masyarakat dari berbagai wilayah di kabupaten tersebut. Pasca kebakaran besar yang menghancurkan ratusan kios pada tahun 2020, aktivitas perdagangan sempat dipindahkan ke lokasi sementara

dengan fasilitas terbatas, kondisi yang turut memengaruhi pola aktivitas jual beli dan kenyamanan konsumen sebelum pasar direvitalisasi (KabarSulsel, 2024; Pramudiana et al., 2025).

Observasi awal menunjukkan fenomena yang menarik untuk dikaji: sebagian konsumen di Pasar Sentral Karisa membeli barang sesuai kebutuhan dan mempertimbangkan harga serta manfaat, namun masih ditemukan pola pembelian berdasarkan keinginan, kurang memperhatikan skala prioritas, serta kecenderungan berbelanja berlebihan ketika kondisi ekonomi membaik. Pola ambivalen semacam ini konsisten dengan berbagai kajian mengenai perilaku konsumen muslim di pasar tradisional daerah lain, yang menunjukkan bahwa kesadaran normatif terhadap prinsip qana'ah dan larangan israf sering kali belum sepenuhnya termanifestasi dalam praktik konsumsi harian (Aprilya et al., 2024; Rahmat Hidayat et al., 2025).

Penelitian mengenai perilaku konsumen telah banyak dilakukan, namun sebagian besar berfokus pada perilaku konsumsi secara umum atau pada pasar modern dan daring, dan belum secara khusus mengkaji perilaku konsumen Muslim di pasar tradisional dalam perspektif ekonomi syariah pascaperubahan kondisi fisik pasar. Kajian yang secara spesifik menyoroti dinamika konsumsi masyarakat muslim di Pasar Sentral Karisa, Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto, masih sangat terbatas, sehingga terdapat kesenjangan penelitian yang perlu diisi.

Artikel ini disusun untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis perilaku konsumsi masyarakat Muslim di Pasar Sentral Karisa, mengkaji penerapan prinsip prioritas kebutuhan, qana'ah, dan larangan israf dalam perilaku tersebut, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhinya. Secara akademik, penelitian ini diharapkan memperkaya literatur empiris mengenai perilaku konsumen muslim di pasar tradisional, sedangkan secara praktis diharapkan menjadi bahan edukasi bagi masyarakat dan masukan bagi pengelola pasar dalam memahami dinamika konsumsi warganya.

Kajian mengenai perilaku konsumen muslim juga relevan ditempatkan dalam kerangka teori perilaku konsumen secara umum. Kotler, Keller, dan Chernev (2021) menekankan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis, sementara Mowen dan Minor (2002) membedakan perilaku konsumen rasional -- yang mempertimbangkan kegunaan, kebutuhan, mutu, dan kesesuaian harga -- dari perilaku konsumen irasional yang didorong oleh promosi, gengsi, atau ikut-ikutan. Kerangka konvensional ini penting sebagai pembanding, karena ekonomi syariah tidak menafikan faktor-faktor tersebut, melainkan menambahkan dimensi religiusitas dan masalah sebagai penyaring tambahan atas keputusan konsumsi. Dengan memadukan kedua kerangka ini, penelitian pada masyarakat Pasar Sentral Karisa diharapkan mampu memotret secara utuh bagaimana rasionalitas ekonomi dan kesadaran spiritual berinteraksi dalam praktik konsumsi harian masyarakat pesisir Jeneponto.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian lapangan (field research), yang bertujuan menggambarkan secara sistematis dan faktual perilaku konsumsi masyarakat Muslim di Pasar Sentral Karisa berdasarkan perspektif ekonomi syariah. Penelitian dilaksanakan di Pasar Sentral Karisa, Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto, dengan informan yang ditentukan melalui purposive sampling, terdiri atas tujuh pembeli, tiga pedagang, dan satu pengelola pasar. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diperiksa melalui triangulasi sumber dan teknik sebelum dianalisis berdasarkan kerangka prinsip konsumsi Islam prioritas kebutuhan (*aulawiyat*), qana'ah, dan larangan israf serta dikonfrontasikan dengan teori dan penelitian terdahulu yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim di Pasar Sentral Karisa

Hasil observasi menunjukkan bahwa aktivitas jual beli di Pasar Sentral Karisa didominasi oleh pembelian kebutuhan pokok sehari-hari seperti beras, sayur-mayur, ikan, daging, dan buah-buahan, dengan mayoritas pembeli adalah ibu rumah tangga yang berbelanja untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Pembelian umumnya dilakukan pada pagi hingga menjelang siang hari, saat barang dagangan masih lengkap dan segar. Informan Sani Alang menuturkan bahwa belanjanya kebanyakan berupa beras, sayur, ikan, dan kebutuhan rumah tangga lainnya, keterangan yang senada disampaikan informan Amir mengenai kebiasaan membeli sesuai kebutuhan (wawancara, 2026).

Meskipun mayoritas konsumen memprioritaskan kebutuhan pokok, sebagian informan seperti Fitri mengakui adanya pembelian yang didorong ketertarikan pada barang tertentu, bukan semata kebutuhan. Sebagian besar konsumen juga tidak menyusun daftar belanja tertulis, namun telah memiliki rencana sederhana mengenai barang yang akan dibeli, sebagaimana disampaikan informan Mirawati. Pola belanja yang sederhana dan menyesuaikan kondisi ekonomi keluarga ini konsisten dengan karakteristik pasar tradisional di daerah lain, di mana faktor kedekatan, kepercayaan pada pedagang, dan kebiasaan turut membentuk pola belanja konsumen (Anwar et al., 2018).

Penerapan Prinsip Ekonomi Syariah dalam Perilaku Konsumsi

Pada prinsip prioritas kebutuhan (aulawiyat), hasil wawancara menunjukkan bahwa mayoritas informan mendahulukan kebutuhan pokok dibandingkan keinginan. Informan Jumaria menyatakan bahwa ketika dana terbatas, ia mendahulukan pembelian beras, ikan, dan sayur. Observasi juga menunjukkan bahwa konsumen lebih banyak mendatangi lapak kebutuhan pokok dibandingkan lapak barang sekunder atau pelengkap, sebuah pola yang

menegaskan berjalannya hierarki kebutuhan daruriyyat, hajiyyat, dan tahsiniyyat dalam praktik nyata.

Pada prinsip qana'ah, sebagian besar informan membeli barang secukupnya sesuai kebutuhan dan kemampuan ekonomi keluarga. Informan Ana menyatakan kebiasaannya membeli secukupnya saja, dan observasi menunjukkan konsumen umumnya menyesuaikan jumlah pembelian dengan uang belanja yang dimiliki. Namun, pada prinsip larangan israf, ditemukan pola yang lebih ambivalen: mayoritas informan berusaha menghindari pembelian berlebihan, tetapi informan Samsia mengakui kecenderungan membeli tambahan ketika memiliki uang lebih, dan observasi menunjukkan peningkatan volume pembelian menjelang hari raya atau saat kondisi ekonomi keluarga membaik.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim

Penelitian ini mengidentifikasi lima faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumsi masyarakat Muslim di Pasar Sentral Karisa. Pertama, harga barang; pedagang Hj. Basmawati menjelaskan bahwa pembeli umumnya menanyakan harga terlebih dahulu dan mengurangi jumlah belanja saat harga naik, sementara observasi menunjukkan konsumen membandingkan harga antarpedagang sebelum membeli. Kedua, kebutuhan keluarga; informan Dg Kuasa menyatakan bahwa jumlah barang yang dibeli konsumen umumnya disesuaikan dengan jumlah anggota keluarga, meski pada kondisi tertentu pembelian bertambah saat terdapat kelebihan dana.

Ketiga, kualitas barang; informan Dg Ta'le menuturkan bahwa pembeli kerap menanyakan kesegaran ikan sebelum membeli, menunjukkan preferensi konsumen terhadap produk pangan yang masih layak konsumsi. Keempat, religiusitas dan pemahaman agama; informan Ana menegaskan usahanya berbelanja secukupnya agar tidak boros, mencerminkan kesadaran normatif yang memengaruhi keputusan konsumsi. Kelima, tingkat pendapatan; konsumen dengan pendapatan lebih tinggi cenderung membeli

dalam jumlah lebih banyak dibandingkan konsumen berpendapatan terbatas, menegaskan bahwa faktor ekonomi tetap menjadi pertimbangan mendasar di samping faktor normatif keagamaan.

Sinkronisasi Temuan dengan Teori Konsumsi Islam dan Penelitian Terdahulu

Temuan bahwa masyarakat Muslim di Pasar Sentral Karisa memprioritaskan kebutuhan daruriyyat sejalan dengan teori konsumsi Islam Kahf (1992), yang menegaskan bahwa tujuan konsumsi seorang muslim bukan sekadar memperoleh utilitas, melainkan mencapai masalah melalui pemenuhan kebutuhan yang memberi manfaat luas. Kecenderungan konsumen mendahulukan beras, ikan, dan sayur sebelum barang pelengkap merupakan manifestasi konkret dari hierarki daruriyyat, hajiyyat, dan tahsiniyyat yang diuraikan Qardhawi (1997) dan Chapra (2000) sebagai kerangka penentuan prioritas konsumsi dalam ekonomi syariah.

Penerapan prinsip qana'ah yang ditemukan pada mayoritas informan turut mengonfirmasi pandangan Qardhawi (1997) bahwa konsumsi Islami harus dilandasi sikap merasa cukup dan menghindari sifat tamak. Namun, ditemukannya kecenderungan konsumtif menjelang hari raya atau saat pendapatan meningkat menunjukkan kesenjangan antara kesadaran normatif dan praktik aktual -- sebuah pola yang juga dilaporkan pada kajian gaya hidup konsumtif dalam konteks ekonomi syariah, di mana pemahaman terhadap qana'ah, tasarruf, dan larangan israf secara umum masih memerlukan penguatan berkelanjutan meski secara kognitif sudah dipahami.

Dibandingkan dengan penelitian Sesri Junita dkk. (2026) di Pasar Tradisional Alai Kota Padang, yang menemukan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh kebiasaan berbelanja, harga, cita rasa, dan interaksi sosial dengan pedagang, temuan di Pasar Sentral Karisa menunjukkan pola serupa pada faktor harga dan kebiasaan, namun dengan penekanan tambahan pada dimensi religiusitas yang lebih menonjol mengingat konteks masyarakat Jeneponto yang homogen secara keagamaan. Hal ini memperkuat argumen

Aprilya dkk. (2024) bahwa perilaku konsumen muslim tidak hanya dipengaruhi faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis sebagaimana kerangka Kotler dan Keller (2021), tetapi juga secara khas dipengaruhi tingkat pemahaman keagamaan yang membentuk kesadaran akan batas kebutuhan dan larangan berlebihan.

Sejalan dengan penelitian Dewi Maharani dan Taufiq Hidayat (2020) yang menekankan bahwa konsumen Muslim dituntut membatasi konsumsi sesuai kemampuan dan mengutamakan kebutuhan, penelitian ini menemukan bahwa masyarakat Pasar Sentral Karisa secara umum telah menjalankan rasionalitas tersebut, meski belum sepenuhnya konsisten pada momen-momen tertentu seperti hari raya. Konsistensi antarwaktu inilah yang membedakan penerapan prinsip ekonomi syariah yang benar-benar terinternalisasi dari penerapan yang bersifat situasional. Temuan ini juga selaras dengan hasil penelitian Charisma Jalil Indranata (2022) mengenai perilaku konsumen Islam modern, yang menegaskan bahwa meskipun masyarakat kontemporer dihadapkan pada berbagai godaan konsumtif, prinsip mengutamakan kebutuhan dibanding keinginan tetap menjadi rujukan normatif utama bagi konsumen muslim yang taat.

Pola serupa turut ditemukan pada penelitian Rahmat Hidayat, Mustamin B, dan Andi Bisyrani (2025) di Pasar Rakyat Pekkabata, Kabupaten Pinrang, yang melaporkan bahwa perilaku konsumen dalam transaksi jual beli telah mencerminkan prinsip ekonomi Islam, namun masih ditemukan perilaku konsumtif yang dipengaruhi kebiasaan dan lingkungan sosial. Konsistensi temuan lintas lokasi pasar tradisional di Sulawesi Selatan ini menunjukkan bahwa pola perilaku konsumen muslim -- taat pada prinsip dasar namun rentan tergelincir pada momen tertentu -- merupakan fenomena regional yang berulang, bukan sekadar karakteristik khas Pasar Sentral Karisa semata.

Dari sisi teori pasar dalam Islam, temuan mengenai kejujuran informasi harga dan kualitas barang yang disampaikan pedagang kepada konsumen turut mencerminkan prinsip pasar Islami yang dikemukakan Ghafur (2019),

yaitu kejujuran dalam transaksi dan keadilan harga melalui mekanisme permintaan-penawaran yang sehat. Meskipun penelitian ini tidak menemukan indikasi praktik ihtikar (penimbunan) atau manipulasi harga yang merugikan konsumen, kecenderungan konsumen membandingkan harga antarpedagang menunjukkan berfungsinya mekanisme pasar yang kompetitif dan transparan di Pasar Sentral Karisa.

Secara keseluruhan, sinkronisasi temuan lapangan dengan kerangka teori Bab II menunjukkan bahwa perilaku konsumsi masyarakat Muslim di Pasar Sentral Karisa berada pada posisi transisional: telah menginternalisasi sebagian besar nilai konsumsi Islami secara kognitif dan perilaku sehari-hari, namun belum sepenuhnya imun terhadap godaan konsumtif pada momen-momen tertentu. Kondisi ini sejalan dengan pandangan Chapra (1992, 2000) bahwa ekonomi syariah bersifat gradual dan kontekstual dalam penerapannya di lapangan, bukan sebuah kondisi biner antara sepenuhnya syar'i atau sepenuhnya menyimpang. Implikasinya, evaluasi terhadap perilaku konsumen muslim semestinya tidak hanya menilai kepatuhan pada satu titik waktu, melainkan mempertimbangkan konsistensi penerapan prinsip sepanjang siklus ekonomi dan siklus keagamaan masyarakat, termasuk pada masa-masa rawan konsumtif seperti menjelang hari raya.

Implikasi Praktis dan Rekomendasi Penguatan Kesadaran Konsumsi Islami

Berdasarkan temuan tersebut, terdapat beberapa langkah yang dapat memperkuat penerapan prinsip ekonomi syariah dalam perilaku konsumsi masyarakat Muslim di Pasar Sentral Karisa. Pertama, penguatan edukasi ekonomi syariah melalui pengajian, khotbah, atau media informasi lokal yang secara spesifik membahas batasan antara kebutuhan dan keinginan, mengingat kesenjangan antara kesadaran normatif dan praktik aktual paling menonjol pada momen tertentu seperti hari raya. Kedua, pelibatan tokoh agama dan pengelola pasar dalam mengampanyekan kesederhanaan berbelanja tanpa mengurangi semangat perayaan keagamaan. Ketiga,

peningkatan fasilitas dan penataan pasar oleh pengelola agar kenyamanan konsumen mendukung pola belanja yang lebih terencana dan tidak impulsif. Langkah-langkah tersebut diharapkan dapat mempersempit kesenjangan antara pemahaman prinsip qana'ah dan larangan israf dengan praktik konsumsi yang konsisten sepanjang waktu.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku konsumsi masyarakat Muslim di Pasar Sentral Karisa, Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto pada umumnya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pokok sehari-hari seperti beras, sayur, ikan, dan kebutuhan rumah tangga lainnya, dengan konsumen membeli sesuai kebutuhan dan kemampuan ekonomi keluarga. Pola belanja masyarakat cenderung sederhana, tidak selalu direncanakan secara tertulis, namun tetap terarah pada kebutuhan yang telah diketahui sebelumnya.

Ditinjau dari perspektif ekonomi syariah, perilaku konsumsi masyarakat Muslim di Pasar Sentral Karisa secara umum telah mencerminkan penerapan prinsip prioritas kebutuhan (aulawiyat) dan qana'ah, sejalan dengan kerangka teori konsumsi Islam yang dikemukakan Kahf, Qardhawi, dan Al-Ghazali. Namun, penerapan prinsip larangan israf belum sepenuhnya optimal, karena pada kondisi tertentu -- terutama saat pendapatan meningkat atau menjelang hari raya -- masih ditemukan kecenderungan perilaku konsumtif. Pola ini konsisten dengan temuan berbagai penelitian terdahulu pada pasar tradisional lain di Sulawesi Selatan dan sekitarnya, yang menunjukkan bahwa kesenjangan antara kesadaran normatif dan konsistensi praktik merupakan fenomena regional yang berulang. Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi masyarakat Muslim di Pasar Sentral Karisa meliputi harga barang, kebutuhan keluarga, kualitas barang, tingkat religiusitas atau pemahaman agama, serta tingkat pendapatan masyarakat. Kelima faktor tersebut bekerja secara simultan, di mana faktor ekonomi (harga dan pendapatan) berinteraksi

dengan faktor normatif (religiusitas) dalam membentuk keputusan konsumsi harian masyarakat.

Berdasarkan simpulan tersebut, penguatan kesadaran konsumsi Islami masyarakat Pasar Sentral Karisa perlu diarahkan pada edukasi ekonomi syariah yang berkelanjutan, khususnya menjelang momen-momen rawan konsumtif seperti hari raya, dengan melibatkan tokoh agama dan pengelola pasar secara kolaboratif. Penelitian lanjutan disarankan untuk memperluas jumlah informan serta membandingkan pola konsumsi antarmusim atau antarmomen keagamaan guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai konsistensi penerapan prinsip ekonomi syariah dalam kehidupan masyarakat pesisir Jeneponto.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ghazali. (1993). *Ihya' ulumuddin* (Terj. Ismail Yakub). Pustaka Amani.
- Anwar, A. F., Parakkasi, I., & Rusydi, B. U. (2018). Tinjauan sosiologi ekonomi terhadap perilaku konsumsi masyarakat Kota Makassar pada pasar virtual. *Laa Maisyir: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2), 1-15.
- Aprilya, N. W., Parakkasi, I., & Sudirman. (2024). Perilaku konsumen dalam ekonomi Islam. *ADILLA: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(2), 1-14.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Jeneponto. (2024). Kabupaten Jeneponto dalam angka 2024. BPS Kabupaten Jeneponto.
- Chapra, M. U. (2000). *Islam dan tantangan ekonomi*. Gema Insani Press.
- Charisma Jalil Indranata. (2022). Perilaku konsumen Islam modern perspektif konsumsi dalam Islam [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Dewi Maharani, & Taufiq Hidayat. (2020). Rasionalitas Muslim: Perilaku konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam*, 3(2), 1-13.
- Emilisa, N., Hilalluddin, A., Andrianto, H., & Apriansyah, H. (2025). *Pengaruh Artificial Intelligence (AI) dan leadership terhadap sustainable organisational performance yang dimediasi oleh employee engagement pada perusahaan e-commerce di Jakarta Selatan*. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 5 (3), 1281-1292.

- Fikri, A. F., Hilalludin, H., & Shafi, A. N. (2024). Orientasi Pendidikan Islam Pada Perguruan Tinggi Berbasis Pesantren Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Madani Yogyakarta (STITMA). *Journal of Creative Student Research*, 2(4), 117-125.
- Fikri, A. F., Hilalludin, H., & Shafi, A. N. (2024). Orientasi Pendidikan Islam Pada Perguruan Tinggi Berbasis Pesantren Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Madani Yogyakarta (STITMA). *Journal of Creative Student Research*, 2(4), 117-125.
- Ghafur, A. (2019). Mekanisme pasar perspektif Islam. *Iqtishodiyah*, 5(1), 1-19.
- Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., & Pieters, R. (2023). *Consumer behavior*. Cengage Learning.
- KabarSulsel. (2024, Mei 15). Pasar Karisa Jeneponto direvitalisasi usai kebakaran besar tahun 2020. <https://kabarsulsel.com/pasar-karisa-direvitalisasi-2024>
- Kahf, M. (1992). *The Islamic economy: Analytical study of the functioning of the Islamic economic system*. Muslim Students Association of the United States and Canada.
- Karim, A. A. (2017). *Ekonomi mikro Islami*. Rajawali Pers.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Al-Qur'an dan terjemahannya*. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing management*. Pearson Education.
- Mankiw, N. G. (2018). *Principles of economics*. Cengage Learning.
- Maryani, E. D., & Hilalludin, H. (2025). P Peran Pendidikan Dasar dalam Mencegah Ketergantungan Gadget pada Anak Usia 7-12 Tahun: Peran Pendidikan Dasar dalam Mencegah Ketergantungan Gadget pada Anak Usia 7-12 Tahun. *Elementary Pedagogy*, 1(2), 9-15.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku konsumen (Terj.)*. Erlangga.
- Nasution, M. E., Setyanto, B., Huda, N., Mufraeni, M. A., & Utama, B. S. (2007). *Pengenalan eksklusif ekonomi Islam*. Kencana Prenada Media Group.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Consumer behavior & marketing strategy*. McGraw-Hill Higher Education.
- Pramudiana, D., Amarsani, & Suci, E. S. (2025). Analisis determinan pendapatan pedagang Pasar Sentral Karisa Kabupaten Jeneponto. *Economics and Digital Business Review*, 6(1), 129-137.

- Qardhawi, Y. (1997). Peran nilai dan moral dalam perekonomian Islam. Robbani Press.
- Rahmat Hidayat, Mustamin B., & Bisyriani, A. (2025). Analisis perilaku konsumen perspektif ekonomi Islam dalam transaksi jual beli (di Pasar Rakyat Pekkabata Kab. Pinrang) [Skripsi]. Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Said, G. H. N., & Hilalludin, H. (2025). INTEGRASI NILAI-NILAI EKONOMI ISLAM DALAM KURIKULUM: PENDIDIKAN EKONOMI DI SEKOLAH.
- Sanjaya, R., Dewi, A. L., & Hilalludin, H. (2025). Inovasi Digital Pada Perbankan Syariah: Peluang Dan Tantangan Era Ekonomi 4.0. *AL HILALI: Jurnal Perbankan Dan Ekonomi Islam*, 1(1), 16-30.
- Sesri Junita, Zahira, R., Rajab, S. A., & Fauzi, D. (2026). Analisis perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk di Pasar Tradisional Alai Kota Padang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 1-12.
- Solomon, M. R. (2020). Consumer behavior: Buying, having, and being (13th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2021). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2010). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik. Rineka Cipta.
- Sukirno, S. (2016). Mikroekonomi teori pengantar. Rajawali Pers.