

## **Pergeseran Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Kabupaten Ponorogo di Masa Pandemi Covid-19**

Yuniar Fathiyatur Rosyida<sup>1</sup>, Niki Laila Sari<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup> Sekolah Tinggi Agama Islam Nurul Islam Mojokerto  
Email: yuniar@nuris.ac.id, niki@nuris.ac.id

### **Abstract**

The shift in consumer behavior in Muslim communities in Ponorogo Regency during the Covid-19 pandemic was marked by the change in their consumption from fresh food to frozen food. Ponorogo Regency is one of the cities with a significant development of frozen food. Many Muslim consumers consume frozen food without clearly paying attention to the nutritional content and halalness, so the researchers consider this important to make a more in-depth study. So this study aims to describe and analyze the behavior of Muslim consumers, the motivations that drive them, and their implications for shifting consumption patterns during the Covid-19 pandemic. The research method used is qualitative with the type of phenomenological study and data collection methods using interviews, observation, and documentation. This research produces three basic norms that become the basis for shifting seasonal consumer behavior, rational motivation that drives it and good management of needs by applying *kanaah*, fair and *ihsan* characteristics to benefits for their lives.

**Keywords:** Covid-19, The Shif, Consumption Behavior.

### **Abstrak**

Pergeseran perilaku konsumsi yang terjadi pada masyarakat muslim di Kabupaten Ponorogo selama masa pandemi Covid-19 ini ditandai dengan beralihnya konsumsi mereka dari yang semula fresh food bergeser menjadi produk frozen food. Kabupaten Ponorogo merupakan salah satu kota dengan perkembangan frozen food yang cukup signifikan. Banyak konsumen muslim yang mengkonsumsi frozen food tanpa memperhatikan dengan jelas kandungan gizi dan kehalalannya, maka peneliti menilai penting hal ini untuk menjadikan kajian lebih mendalam. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis perilaku konsumen muslim, motivasi yang menjadi penggerak, dan implikasinya terhadap pergeseran perilaku konsumsi di masa pandemi Covid-19. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan jenis studi fenomenologi dan metode pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun penelitian ini menghasilkan tiga norma dasar yang menjadi landasan dalam pergeseran perilaku konsumen muslim, motivasi rasional yang menjadi penggerak serta manajemen kebutuhan yang baik dengan menerapkan sifat *kanaah*, adil dan *ihsan* agar menghasilkan kemaslahatan untuk kehidupan mereka.

**Kata Kunci :** Covid-19, Pergeseran, Perilaku Konsumsi

## **Pendahuluan**

Merebaknya virus corona atau Covid-19 dua tahun terakhir membawa dampak yang signifikan terhadap perekonomian bangsa maupun global . Salah satu sektor perekonomian yang terkena dampak serius adalah industri kuliner. Banyak pebisnis kuliner di dunia terpaksa menutup usahanya untuk sementara waktu atau bahkan mengalami kebangkrutan . Di sisi lain, Yuswohady menuturkan bahwa dengan adanya pandemi mengembalikan kebiasaan memasak ibu-ibu milenial yang semula sibuk bekerja dan memilih untuk memesan makanan dalam layanan aplikasi. Kebiasaan memasak tersebut pada akhirnya menjadi rutinitas lagi bagi mereka meskipun menggunakan gaya simpel dan convenient seperti memilih mengkonsumsi frozen food dan kemasan ready to cook.

Adhi Lukman selaku ketua Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI) menyatakan bahwa ada beberapa kuliner online yang mengalami peningkatan seperti frozen food . Ketua Umum ARPI Hasanuddin Yasni mengatakan bahwa peningkatan konsumsi makanan beku (frozen food) ini disebabkan oleh kesadaran masyarakat untuk menambah persediaan makanan selama pandemi yang semakin tinggi. Selain itu juga disebabkan oleh adanya pembatasan jam operasional mal dan pasar tradisional demi mencegah terjadinya penularan wabah . Dengan alasan tersebut peneliti ingin memfokuskan pada pergeseran perilaku konsumsi yang terjadi pada masyarakat dalam mengkonsumsi frozen food.

Seperti halnya penelitian Muh. Arafah menunjukkan bahwa sektor pemerintah telah mengeluarkan kebijakan penyelamatan ekonomi negara dengan tetap mengikuti protokol kesehatan. Dari sektor pelaku usaha memanfaatkan teknologi berupa media sosial untuk memasarkan dan menjual produknya. Sementara sektor konsumen memanfaatkan layanan aplikasi handphone untuk memesan kebutuhan sehari-hari guna menghindari penyebaran Covid-19 dengan tetap di rumah. Dengan adanya kebijakan 3 sektor tersebut tentunya membantu penjualan frozen food semakin ramai dan diminati banyak masyarakat. Hal itu didukung pula oleh penelitian dari Atik Emilia Suladan Khy'sh Nursi Leapatra Chamalinda menunjukkan adanya peningkatan frozen food di masa pandemi, terbukanya peluang bisnis besar di bidang frozen food, dan frozen food bisa menjadi alternatif pemenuhan kebutuhan pangan di masa pandemi menguatkan fakta bahwa frozen food memang menggeser perilaku konsumsi masyarakat selama pandemi.

Frozen food (makanan beku) merupakan makanan yang dibekukan dengan tujuan untuk mengawetkan makanan hingga siap untuk dikonsumsi. Frozen food pada awalnya dibuat dan ditujukan untuk seseorang yang terlalu sibuk, tidak mau atau tidak mampu menyiapkan makanan untuk diri mereka sendiri. Meskipun demikian, makanan cepat saji seperti frozen food tentu memiliki dampak negatif jika terus menerus dikonsumsi. Seperti keterangan yang diberikan oleh Esther Ellis, MS, RDN, LDN, seorang ahli gizi perawatan paliatif di AS, menyebutkan bahwa meskipun frozen food memiliki kandungan gizi yang sama dengan makanan segar, bukan berarti bisa dikonsumsi setiap hari. Sebab, kebanyakan frozen food yang ditemukan di pasar swalayan merupakan makanan yang sudah diolah. Lebih tepatnya, makanan tersebut merupakan makanan olahan yang disajikan dalam bentuk beku, seperti sosis, bakso, atau kentang siap goreng.

Di sisi lain, kehalalan produk frozen food juga perlu diperhatikan, sebab masih banyak produk frozen food yang belum bersertifikat halal. Bagi konsumen Muslim, sangat penting untuk mengetahui kategori produk yang mereka beli maupun gunakan apakah halal atau haram. Menurut Rohmah Maulidia bahwa memberi label halal dan sertifikasi halal pada produk frozen food sangatlah penting karena untuk menjamin keamanan dan keselamatan pangan yang dikonsumsi masyarakat.

Selaras dengan pendapat tersebut, menurut penelitian Ramadhani Irma Tripalupi yang konsumsi menurut Islam dapat dijelaskan melalui pendekatan-pendekatan teori konsumsi pada ekonomi mikro konvensional, perbedaannya konsumsi menurut Islam terdapat prinsip-prinsip dan batasan-batasan syariah. Konsep efisiensi dalam ekonomi konvensional adalah memaksimalkan kepuasan keinginan (want), sedangkan dalam kerangka Islam adalah memaksimalkan pemenuhan kebutuhan (need). Sehingga pada akhirnya dalam penjualan produk frozen food ini seharusnya mengikuti aturan Islam yang benar yaitu dengan mengikuti prinsip-prinsip syariah, terlebih bagi masyarakat muslim.

Kabupaten Ponorogo merupakan salah satu kota dengan perkembangan frozen food yang cukup signifikan. Terbukti dengan bertambah banyaknya outlet yang menjual frozen food dengan beragam jenis dan menu menarik. Secara rasional, meningkatnya jumlah outlet frozen food di Kabupaten Ponorogo menunjukkan semakin berkembangnya arus frozen food di Kabupaten Ponorogo.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pergeseran perilaku

konsumen muslim Ponorogo, motivasi yang menjadi penggerak pergeseran perilaku konsumsi masyarakat muslim Ponorogo dan implikasinya dalam bidang ekonomi terhadap pergeseran perilaku konsumsi pada masyarakat muslim Ponorogo di masa pandemi Covid-19.

## **Metode**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor pendekatan kualitatif merupakan tata cara penelitian yang memperoleh data deskriptif meliputi tulisan maupun keterangan dari banyak orang serta sikap perilaku yang diperhatikan. Pendekatan dalam penelitian ini dengan model fenomenologi (phenomenology). Pendekatan fenomenologi berusaha memahami makna peristiwa serta interaksi pada orang-orang biasa dalam situasi tertentu. Fenomenologi berkaitan dengan studi tentang pengalaman dan persepsi individu dari perspektif mereka sendiri. Fenomenologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi empiris yaitu menekankan pada pengumpulan data yang didasarkan pengalaman dari berbagai individu yang telah mengalami fenomena. Penggunaan fenomenologi empiris ini memberikan informasi yang sebenarnya informan terhadap pengalaman yang dilakukan selama ini oleh masyarakat muslim di Kabupaten Ponorogo dalam berbelanja makanan siap saji (frozen food).

Informan (responden) dalam penelitian ini ditentukan secara purposive sampling, dimana pemilihan informan dipilih berdasarkan kriteria yang diinginkan sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria informan dalam penelitian ini berasal dari petunjuk awal owner outlet frozen food yang kemudian diolah oleh peneliti khususnya pada masyarakat muslim di Kabupaten Ponorogo, masyarakat muslim yang dipilih sebagai informan adalah perempuan (Muslimah), berusia di atas 18 tahun, mengkonsumsi frozen food minimal 3 kali dalam sebulan, dan telah lulus pendidikan menengah ke atas

Alasan peneliti memilih informan perempuan karena pengelola urusan menu masakan rumah tangga setiap hari adalah perempuan. Alasan peneliti memilih informan usia di atas 18 tahun karena pada usia tersebut seseorang sudah dapat berfikir secara logis dalam bertindak, termasuk dalam memutuskan untuk membeli sesuatu. Alasan peneliti memilih informan dengan kriteria telah menempuh pendidikan tingkat menengah ke atas adalah karena seseorang tersebut telah memiliki pengetahuan yang cukup dalam berperilaku. Kriteria informan yang peneliti tentukan dalam penelitian ini, diharapkan dapat memberikan

gambaran utuh tentang motivasi konsumen muslim dan implikasi konsumsi mereka dalam pembelian produk frozen food di Kabupaten Ponorogo.

Proses penelitian dengan menggunakan tiga tahap, yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini observasi yang dilaksanakan yaitu observasi non partisipan. Observasi non partisipan maksudnya peneliti menghimpun informasi yang diperlukan namun bukan merupakan anggota dalam posisi yang diteliti tersebut. Sedangkan jenis wawancara yang dipergunakan merupakan wawancara terbuka. Pada fokus penelitian ini wawancara terbuka mempunyai tujuan agar informan (orang yang diwawancarai) sadar peneliti sedang mewawancarai mereka serta paham arah dan tujuan diwawancarai. Selain itu, teknik wawancara dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara terstruktur yaitu mendapatkan data yang rinci serta lengkap. Teknik dokumentasi berfungsi guna menghimpun informasi berasal dari non-manusia, seperti arsip dan tulisan. Arikunto berpendapat bahwa dokumentasi adalah segala materi tulisan misalkan majalah, buku, peraturan, dokumen, catatan harian, notulen rapat, dan lain sebagainya.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang dilakukan merupakan metode yang dicetuskan oleh Miles dan Huberman. Mereka berpendapat bahwa kegiatan dalam kajian data kualitatif dilaksanakan secara interaktif dan berkesinambungan hingga selesai, pada akhirnya datanya jenuh. Kegiatan dalam analisis data tersebut antara lain reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Pergeseran Pola Konsumsi Masyarakat Muslim Ponorogo di Masa Pandemi Covid-19**

Sebagian upaya untuk mencegah penularan virus Covid-19 di Kabupaten Ponorogo adalah dengan membuat kebijakan pembatasan kegiatan di luar rumah sehingga banyak instansi yang kemudian menerapkan sistem Work From Home (WFH) baik instansi pemerintahan maupun swasta, seperti sekolah dan perkantoran. Selain itu, jam operasional supermarket, pasar tradisional, toko kelontong/toko swalayan di lingkungan Ponorogo juga menerapkan jam malam atau beroperasi maksimal pukul 20.00 WIB saja. Sedangkan warung/rumah makan, kafe, pedagang kaki lima hanya diperbolehkan buka pada jam-jam tertentu saja atau bahkan menutup dagangan mereka untuk sementara karena pembeli berkurang banyak sehingga membuat mereka berpikir ulang sebelum meneruskan berjualan.

Bahkan, pusat perbelanjaan, pasar, pusat perdagangan besar yang biasa menjadi tempat kerumunan ditutup untuk sementara.

Penerapan kebijakan tersebut menimbulkan dampak pada segala aktivitas masyarakat Kabupaten Ponorogo seperti pergeseran perilaku konsumsi mereka. Mereka terbiasa dengan aktivitas di luar rumah pada saat sebelum pandemi misalnya untuk keperluan belanja kebutuhan sehari-hari, menghabiskan waktu makan di restoran atau hanya sekadar berkumpul bersama teman-teman dan kebiasaan konsumsi lainnya, maka di masa pandemi mereka dipaksa untuk membatasi kegiatan di luar rumah seminimal mungkin. Sehingga rumah menemukan fungsinya kembali sebagai tempat berkumpul keluarga untuk menjalin keharmonisan dan rasa kekeluargaan yang erat.

Melihat kondisi yang sudah berubah, maka kebiasaan masyarakat akan berubah pula. Untuk mengatasi kebiasaan berbelanja kebutuhan konsumsi yang berubah, masyarakat Kabupaten Ponorogo mulai tertarik dengan produk olahan makanan beku sebagai alternatif cadangan pangan mereka selama pandemi berlangsung. Frozen food (makanan beku) merupakan makanan yang dibekukan dengan tujuan untuk mengawetkan makanan hingga siap untuk dikonsumsi.

Perilaku konsumen muslim adalah suatu tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, dan menggunakan barang-barang atau jasa ekonomi sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadis dengan menggunakan konsep maslahat sebagai tujuan akhirnya. Oleh sebab itu, penting bagi konsumen muslim untuk memperhatikan hal-hal yang menjadi norma dasar dalam perilaku mereka.

Yusuf Qardhawi menjelaskan ada 3 norma dasar yang menjadi landasan dalam perilaku konsumen muslim yaitu . Pertama, Membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir. Membelanjakan kekayaan dalam kebaikan maksudnya konsumen muslim diperbolehkan untuk menggunakan segala yang baik dan menyenangkan serta melarang penggunaan segala yang tidak baik dan membahayakan. Karena Islam sangat menghormati selera dan kebiasaan individu, kebebasan sepenuhnya diberikan dalam menikmati apa-apa yang diharamkan, sedangkan konsumsi yang dianggap merugikan kebaikan masyarakat umum, dan pemborosan tidak diperbolehkan .

Menurut penelitian di lapangan, perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen muslim

terkait mengalokasikan kekayaan untuk amal saleh serta menyingkirkan sifat pelit (kikir) memperoleh penjelasan bahwa tujuan utama dalam mengkonsumsi frozen food adalah untuk keluarga. Anak menjadi alasan utama dalam hal ini karena anak-anak menyukai menu yang bervariasi untuk menu makanan mereka. Sehingga dengan begitu gizi anak tercukupi. Seorang konsumen muslim memang diharuskan menafkahkan hartanya untuk kebaikan keluarganya dan tentu saja bernilai ibadah. Artinya penjelasan mengenai perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen muslim kabupaten Ponorogo dalam mengkonsumsi frozen food sesuai dengan norma dan ajaran Islam. Sebab konsumsi yang mereka lakukan atas dasar kepentingan keluarga.

Kedua, Tidak melakukan kemubaziran. Tindakan kemubaziran terjadi dikarenakan konsumsi yang tidak sewajarnya dalam mengalokasikan kekayaannya, membelanjakan segala hal di luar kemampuan dirinya serta membeli barang yang tidak dibutuhkan. Hal tersebut tidak terjadi pada konsumen muslim Kabupaten Ponorogo. Peneliti menemukan bahwa perilaku konsumen muslim Kabupaten Ponorogo dalam mengkonsumsi frozen food sesuai dengan kebutuhan dan penghasilan mereka masing-masing. Perilaku tersebut didasari oleh kebutuhan akan konsumsi keluarga yang beragam. Dengan adanya frozen food ini justru menghindarkan mereka dari menyia-nyaiakan makanan yang tidak mereka butuhkan. Sehingga kemaslahatan dapat mereka rasakan dengan baik.

Sejatinya mubazir yang disebabkan oleh israf atau berlebih-lebihan ditujukan untuk hal-hal yang tidak berguna, tidak perlu atau tidak penting (yang Allah sebut sebagai perbuatan mubazir) akan lebih baik jika dipergunakan untuk membantu kerabat dekat, sanak famili, dan orang fakir miskin. Sehingga harta yang digunakan untuk kepentingan keluarga asalkan sesuai dengan penghasilan maka tidak termasuk ke dalam kategori israf.

Ketiga, Kesederhanaan. Membelanjakan harta pada kuantitas dan kualitas secukupnya adalah sikap terpuji bahkan penghematan merupakan salah satu langkah yang sangat dianjurkan pada saat pandemi Covid-19 terjadi. Sikap hidup yang sederhana juga dapat menjaga kemaslahatan masyarakat luas. Dalam hal ini peneliti menemukan bahwa kesederhanaan konsumen muslim tercermin dalam perilaku mereka pada konsumsi frozen food. Mereka menjelaskan bahwa dengan adanya frozen food dapat menghemat pengeluaran dalam hal membeli makanan yang belum tentu bermanfaat untuk tubuh mereka. Selain itu, kebutuhan mereka akan gizi daging dan sayuran dapat dipenuhi dengan baik. Sehingga

dengan begitu akan mendatangkan manfaat dan keberkahan bagi mereka.

Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, selama pemenuhan tersebut akan meningkatkan harkat dan martabat manusia, tetapi manusia diwajibkan untuk mengkonsumsi barang atau pelayanan yang halal dan baik fisiknya dengan wajar dan tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan diperbolehkan sepanjang dapat menambah manfaat atau tidak merugikannya.

### **Motivasi Penggerak Pergeseran Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Ponorogo di Masa Pandemi Covid-19**

Motivasi konsumen diartikan sebagai keadaan di dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan guna mencapai suatu tujuan. Dengan adanya motivasi pada diri seseorang akan menunjukkan perilaku yang diarahkan pada tujuan tertentu untuk mencapai sasaran kepuasan. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, peneliti menemukan bahwa ada beberapa motivasi konsumen muslim dalam membeli frozen food yang berpengaruh terhadap perubahan pola konsumsi mereka selama masa pandemi Covid-19, yaitu pertama, efisiensi waktu maksudnya adalah Konsumen muslim lebih memilih frozen food karena mudah diolah, praktis dan simpel sehingga mempersingkat waktu untuk masak. Kedua, efisiensi biaya bermakna hemat dalam biaya transportasi maupun biaya untuk mengolahnya. Ketiga, kemudahan dalam bertransaksi dapat diartikan bahwa konsumen lebih menyukai produk frozen food karena mereka dapat memesannya lewat platform media sosial yang disediakan oleh penjual seperti Facebook, Instagram atau melalui aplikasi chat berupa WhatsApp. Selain itu penjual juga menyediakan jasa delivery order (DO) untuk konsumen yang tidak bisa keluar rumah namun menginginkan produk mereka. Untuk pembayaran mereka bisa memilih membayar ditempat atau mentransfernya lewat rekening yang dimiliki oleh penjual. Keempat, Sehat dan bergizi dengan kandungan daging dan ikan yang terdapat dalam produk frozen food. Namun perlu digaris bawahi bahwa produk frozen food merupakan produk olahan jadi tetap ada bahayanya jika dikonsumsi secara terus menerus. Mengingat frozen food jelas berbeda dengan fresh food atau sayur dan daging segar.

Selanjutnya motivasi kelima yaitu perubahan gaya hidup maksudnya Sebelum pandemi konsumen terbiasa dengan keluar rumah untuk membeli makanan di restoran, kafe atau



warung langganan mereka, namun saat pandemi Covid-19 mereka memutuskan memasak sendiri segala keperluan konsumsi keluarga yaitu dengan beralih mengkonsumsi frozen food. Keenam, produktivitas meningkat. Peningkatan produktivitas disini maksudnya pekerjaan memasak yang biasanya begitu melelahkan dan menyita banyak waktu juga tenaga perempuan akan terminimalisir sebab adanya produk frozen food ini. Sehingga pekerjaan lain akan terselesaikan lebih cepat seperti mengurus anak, membersihkan rumah, bekerja dan lain sebagainya. Ketujuh, rasa yang enak dan bervariasi. Frozen food hadir dengan banyak varian menu mulai dari olahan ikan, olahan daging, dan olahan sayur seperti bakso, sosis, nugget, kebab, siomay, otak-otak ikan tenggiri, tahu tuna, tahu walik, dan lain sebagainya.

Dalam Islam motivasi dikenal dengan niat. Niat merupakan landasan atau dasar yang sangat penting dalam setiap tindakan, bahkan menjadi barometer untuk setiap tindakan. Nilai suatu amal sangat tergantung pada niatnya, jika niatnya baik maka amalannya akan baik. Sebaliknya, jika niatnya buruk, maka perbuatannya menjadi buruk. . Semua motivasi tersebut merupakan pengaruh dari dorongan yang ada dalam diri konsumen untuk pembiasaan dengan suasana dan keadaan sepanjang masa pandemi Covid-19.

Jika diklasifikasikan lebih lanjut lagi maka dorongan untuk mengkonsumsi frozen food ini masuk dalam motivasi rasional. Motivasi rasional adalah motivasi yang dilandasi oleh rasionalitas dalam menentukan pilihan terhadap suatu produk dengan memikirkan secara matang dan mempertimbangkan kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi dalam jangka panjang. Motivasi rasional tercermin dalam perubahan perilaku konsumsi mereka dengan mempertimbangkan secara matang tentang manfaat yang akan diperoleh ketika mengkonsumsi frozen food dan produk apa saja yang harus mereka pilih agar tidak berpengaruh negatif pada kesehatan maupun keuangan mereka. Seperti memilih produk yang halal dan berkualitas baik, sesuai kebutuhan harian, daya tahan produk, serta kualitas yang ditawarkan produk. Maka dengan pertimbangan yang matang tersebut akhirnya konsumen beralih mengkonsumsi produk olahan frozen food ini.

### **Implikasi dalam Bidang Ekonomi terhadap Pergeseran Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Ponorogo di Masa Pandemi Covid-19**

Terjadinya pandemi Covid-19 sejak 2 tahun terakhir telah membuat kebiasaan-kebiasaan baru di dalam masyarakat. Dalam sektor ekonomi, kebiasaan baru tersebut dapat

terlihat pada pergeseran perilaku konsumsi masyarakat dalam mengkonsumsi produk olahan frozen food. Perubahan pola konsumsi ini tentu menimbulkan efek pada masyarakat itu sendiri. Bagi sebagian masyarakat yang telah siap menghadapi situasi dan kondisi tersebut akan mudah beradaptasi dengan perubahan yang ada, namun berbeda halnya dengan sebagian masyarakat yang belum siap sepenuhnya secara materi maupun non materi. Meskipun frozen food menawarkan banyak kemudahan untuk menarik konsumennya namun masih ada sebagian masyarakat yang belum bisa merasakan manfaatnya secara maksimal. Sehingga implikasi yang ditimbulkan dari perbedaan tersebut adalah dua sisi yang bertolak belakang.

Pertama, bagi sebagian masyarakat yang lebih siap menghadapi situasi pandemi atau dapat dikatakan telah mampu beradaptasi dengan baik terhadap situasi dan kondisi tersebut merespon adanya frozen food ini dengan positif. Artinya para informan yang dapat mencukupi kebutuhannya dengan baik menilai tidak ada keluhan apapun terhadap konsumsi produk olahan frozen food selama ini. Mereka mengaku dengan adanya frozen food ini dapat membantu menghemat pengeluaran belanja bulanan saat pandemi. Lebih jauh lagi, mereka memberikan keterangan dengan adanya frozen food ini merupakan kemaslahatan dan keberkahan tersendiri bagi mereka.

Kedua, bagi sebagian masyarakat yang terdampak pandemi Covid-19 dan membutuhkan waktu adaptasi relatif lebih lama daripada yang pertama, merespon adanya frozen food ini dengan positif namun masih belum mampu mengatur kebutuhan prioritas mereka. Mereka mengaku kesulitan untuk mengontrol pengeluaran karena pandemi yang terbilang mendadak dan mempengaruhi anggaran mereka sedangkan pendapatan mereka menurun. Dalam satu sisi mereka membutuhkan produk frozen food tersebut untuk menunjang persediaan konsumsi mereka, namun disisi lain harus memperhatikan pula kebutuhan kesehatan lainnya seperti masker, handsanitizer dan lain sebagainya yang semula tidak masuk dalam anggaran bulanan sebelum pandemi.

Islam mengajarkan bahwa tingkah laku seorang muslim wajib menggambarkan kepribadian diri mereka sebagai seorang muslim sejati. Sehingga studi kepribadian konsumen muslim memang diperlukan untuk memahami karakter yang seharusnya dimiliki oleh seorang muslim khususnya dalam hal membelanjakan hartanya. Konsep ekonomi Islam memandang bahwa kepuasan hakiki daripada konsumsi adalah maslahat. Sehingga melahirkan konsep

kepribadian seorang konsumen muslim diantaranya kanaah, adil dan ihsan.

Kanaah bermakna menerima dengan ikhlas apapun kondisi yang ia alami. Adil bermakna menempatkan sesuatu sesuai dengan porsinya. Seseorang yang mempunyai sifat demikian akan mempunyai perencanaan yang baik dan terukur. Sedangkan ihsan bermakna usaha untuk mendatangkan manfaat bagi mereka. Sehingga dengan ketiga sifat tersebut akan membentuk kepuasan yang fleksibel.

Jika dijelaskan secara rinci dengan apa yang terjadi pada masyarakat muslim Ponorogo, maka seorang konsumen muslim yang memiliki sifat kanaah akan membeli frozen food dengan tujuan untuk memudahkan mereka memenuhi kebutuhan konsumsi selama masa pandemi. Meskipun keadaan mereka tidak stabil dalam hal penghasilan, namun ketika mereka dapat mengatur pengeluaran sesuai dengan prioritas kebutuhan dan menerima keadaan mereka dengan lapang dada, maka mereka tetap dapat merasakan manfaatnya (maslahat) secara maksimal dan memperoleh kepuasan hakiki. Sehingga pada akhirnya akan dapat menambah rasa syukur mereka atas nikmat yang diberikan oleh Allah. Dengan begitu mereka bisa survive meski dalam keadaan pandemi sekalipun.

Selanjutnya adil. Sifat adil tercermin dari perilaku konsumen muslim yang telah memutuskan untuk beralih mengkonsumsi frozen food dengan perhitungan dan pertimbangan matang. Sebelumnya, mereka membuat perhitungan dan perencanaan segala keperluan dengan rinci dan sistematis. Sehingga tidak akan mengganggu kebutuhan lain yang sama pentingnya. Selain itu mereka juga memperhatikan pemasukan dan pengeluarannya dengan baik. Dengan demikian akan tercipta keseimbangan.

Selanjutnya ihsan. Sifat ihsan tercermin pada besarnya kemanfaatan yang dapat kita berikan untuk orang lain. Dalam hal ini bisa dimaknai dengan tujuan konsumen muslim Ponorogo yang beralih mengkonsumsi frozen food untuk memenuhi kebutuhan konsumsi keluarga. Selama ini, pandemi Covid-19 mengharuskan seseorang agar membatasi aktivitas di luar rumah sehingga membutuhkan persediaan konsumsi yang sesuai dengan situasi dan kondisi tersebut. Dengan demikian perilaku semacam itu dapat dikategorikan ke dalam sifat ihsan yaitu memberikan kemanfaatan untuk keluarga.

Penerapan konsep kepribadian seorang konsumen muslim penting untuk mencapai tujuan utama konsumsi dalam Islam. Tujuan utama konsumsi dalam Islam adalah memperoleh kemaslahatan dan keberkahan baik untuk diri sendiri maupun keluarga mereka. Sehingga

pada akhirnya akan menambah rasa syukur dan menuntun mereka untuk semakin mendekatkan diri kepada Allah Swt. Konsep kepribadian konsumen muslim tersebut menghasilkan sifat kanaah, adil dan ihsan. Kepribadian semacam itu akan menuntun mereka kepada kebaikan, kemaslahatan, keberkahan dan mendekatkan kepada Allah. Contohnya ketika mereka dapat mememanajemen kebutuhan dengan baik atau dapat memprioritaskan kebutuhan mereka maka mereka akan mudah beradaptasi atau survive dengan situasi dan kondisi pandemi yang tidak menentu ini. Dengan begitu akan tercipta keseimbangan serta menambah rasa syukur atas nikmat yang diberikan oleh Allah.

### **Simpulan**

Perilaku konsumen masyarakat muslim Kabupaten Ponorogo terhadap pergeseran perilaku konsumsi di masa pandemi Covid-19 tercermin dalam tiga norma dasar yang menjadi landasan dalam perilaku konsumen muslim yaitu membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir, tidak melakukan kemubaziran, kesederhanaan dalam membelanjakan harta.

Motivasi penggerak pergeseran perilaku konsumsi masyarakat muslim Kabupaten Ponorogo di masa pandemi Covid-19 termasuk ke dalam motivasi rasional yaitu menentukan pilihan terhadap produk dengan memikirkan secara matang serta mempertimbangkan kemungkinan yang akan terjadi dalam jangka panjang. Seperti efisiensi waktu, efisiensi biaya, kemudahan dalam bertransaksi, menjaga kesehatan dan bergizi, perubahan gaya hidup, produktivitas meningkat serta rasa yang enak dan bervariasi. Namun dalam point motivasi untuk menjaga kesehatan dan bergizi terdapat catatan bahwa produk frozen food tersebut merupakan produk olahan jadi tetap harus dikonsumsi sesuai takarannya berbeda halnya dengan produk asli fresh food yang merupakan sayur maupun daging segar.

Implikasi dalam bidang ekonomi terhadap pergeseran perilaku konsumsi masyarakat muslim Kabupaten Ponorogo di masa pandemi Covid-19 tercermin dalam manajemen kebutuhan yang baik dengan berlandaskan sifat kanaah, adil dan ihsan. Sifat kanaah dapat tercermin dari sikap masyarakat muslim Ponorogo yang dapat menyelaraskan antara kebutuhan satu dengan lainnya. Sedangkan sifat adil tercermin dari manajemen kebutuhan yang baik atau pengeluaran kebutuhan dengan pertimbangan dan perhitungan yang matang. Kemudian sifat ihsan tercermin dari kemanfaatan yang terbentuk dari pergeseran ini sehingga

mengantarkan mereka pada makna kepuasan yang hakiki..

### **Daftar Pustaka**

- Adiwijaya, Saputra Dan Pipit A. Ningrum. "Bergesernya Pola Konsumsi Masyarakat Sebagai Dampak Dari Mewabahnya Virus Corona." *Jurnal Sosiologi*, Kalimantan Tengah: Universitas Palangkaraya. Volume 3 Nomor 2 (2020): 46-54.
- Ezizwita dan Tri Sukma. "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Kuliner Dan Strategi Beradaptasi Di Era New Normal" *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, Padang: Universitas Dharma Andalas. Volume 23 Nomor 1 (2021): 51-63.
- Arafah, Muh. "Pola Transformasi Pelaku Ekonomi Di Era Transisi Pandemi Ke New Normal." *Al-Tsarwah*, Bone: Institut Agama Islam Negeri Bone. Volume 3 Nomor 2 (2020): 164-182.
- Sula, Atik Emilia dan Khy'sh Nusri Leapatra Chamalinda. "Analisis Bisnis dan Tren Konsumsi Masyarakat Kabupaten Bangkalan Terhadap Frozen food pada Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Akuntabilitas*, Blitar: Universitas Islam Blitar. Volume 14 Nomor 1 (2021): 52-68.
- Abdul-Talib, Asmat-Nizam dan Ili-Salsabila Abdul-Razak. "Cultivating Export Market Oriented Behavior In Halal Marketing: Addressing The Issues And Challenges In Going Global." *Journal Of Islamic Marketing*, Emerald Group Publishing Limited. Volume 4 Nomor 2 (2013): 187-197.
- Maulidia, Rohmah. "Urgensi Regulasi Dan Edukasi Produk Halal Bagi Konsumen," *Justitia Islamica*, Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Volume 10 Nomor 2 (2013): 359-190.
- Tripalupi, Ramadhani Irma. "Konsumsi Dimasa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Ekonomi Mikro Islam." *Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah*, Bandung: Universitas Islam Gunung Djati. Volume 3 Nomor 1 (2021): 28-48.
- Oberg H., Bell A. Exploring Phenomenology For Researching Lived Experience In Technology Enhanced Learning. In Hodgson V. Jones C. De Laat M. Mc Connell. Ryberg, T. And Sloep P. (Eds) *The Eight International Conference On Networked Learning Maastricht School Of Management*. Maastricht. The Netherland. 2012.
- Bogdan, Robert C. dan S.J. Taylor. *Introduction To Qualitative Research Methods*. New York: John Wiley, 1975.
- Subadi, Tjipto. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2006.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani, 1997.
- Qardhawi, Yusuf. *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, terj. Setiawan Budiutomo

Lc. Jakarta: Rabbani Press, 2001.

Hidayah, Siti dan Haryani. "Implementasi Niat (Intention) dalam Kehidupan Kerja." Jurnal Dharma Ekonomi, Semarang: Sekolah Tinggi Ekonomi Dharma Putra. Volume 19 Nomor 36 (2012): 1-8.

Yuswohady. Consumer Behavior In The Pandemic. Diakses Pada 12 Februari 2021. <https://www.yuswohady.com/tag/consumer-behavior-in-the-pandemic/>.

Yuswohady. The 4 Consumer Megashift. Diakses Pada 12 Februari 2021. <https://www.yuswohady.com/2021/03/18/the-4-consumer-megashifts/>,

Kompas.Com. Penjualan Frozen food Selama Pandemi, Diakses Pada 12 Februari 2021 Pukul 18:12 Wib. <https://Money.Kompas.Com/Read/2021/09/27/181912726/Selama-Pandemi-Penjualan-Frozen-Food-Meningkat-Di-E-Commerce?Page=All>,

Alinea.Id. Frozen food Makin Diminati Kala Pandemi. Diakses Pada 1 Desember 2021 Pukul 23.21 Wib. <https://Www.Alinea.Id/Infografis/Frozen-Food-Makin-Diminati-Kala-Pandemi-B2cxn90co>