

**IDENTITAS BUDAYA DAN SOSIAL PADA MAKANAN KHAS DAERAH:
TINJAUAN TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MASYARAKAT MUSLIM
PADA BULAN RAMADAN DI INDONESIA**

**Yanti Mulia Roza¹, Geofakta Razali², Endang Fatmawati³, Syamsuddin⁴, Guntur Arie
Wibowo⁵**

¹UIN Mahmud Yunus Batusangkar

²Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

³Universitas Diponegoro

⁴Universitas Tadulako

⁵Universitas Samudra

Email: yanti.mr@iainbatusangkar.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji identitas budaya dan sosial yang terkait dengan makanan khas daerah dan perilaku konsumsi masyarakat Muslim di Indonesia selama bulan Ramadan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa makanan khas daerah memegang peranan penting dalam identitas budaya dan sosial masyarakat Indonesia, khususnya pada bulan Ramadan. Hal ini terlihat dari pola konsumsi masyarakat yang mengutamakan makanan khas daerah sebagai menu utama saat berbuka puasa. Selain itu, makanan khas daerah juga menjadi media untuk mempertahankan dan mengembangkan nilai-nilai budaya dan sosial yang ada dalam masyarakat. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa identitas budaya dan sosial yang terkait dengan makanan khas daerah memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat Muslim di Indonesia selama bulan Ramadan. Hal ini dapat dilihat dari kecenderungan masyarakat untuk lebih memilih makanan khas daerah yang sesuai dengan nilai-nilai budaya dan agama yang dianut, serta keinginan untuk memperkuat identitas sebagai bagian dari kelompok sosial tertentu.

Kata Kunci: Identitas Budaya, Identitas Sosial, Perilaku Konsumsi, Makanan Khas Daerah, Bulan Ramadan.

Abstract

This study aims to examine cultural and social identities associated with regional specialties and the consumption behavior of Muslim communities in Indonesia during the month of Ramadan. This research uses a qualitative approach with descriptive methods. The results of the study show that regional specialties play an important role in the cultural and social identity of the Indonesian people, especially during the month of Ramadan. This can be seen from the consumption patterns of the people who prioritize regional specialties as the main menu when breaking the fast. In addition, regional specialties are also a medium for maintaining and developing cultural and social values that exist in society. This research also shows that cultural and social identities associated with regional specialties have influence on the consumption behavior of Muslim communities in Indonesia during the month of Ramadan. This can be seen from the tendency of people to prefer regional specialties that are in accordance with their cultural and religious values, as well as the desire to strengthen identity as part of a particular social group.

Keywords: *Cultural Identity, Social Identity, Consumption Behavior, Regional Typical Foods, Month of Ramadan.*

A. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang heterogen dengan beberapa identitas nasional, termasuk spesialisasi daerah. Setiap negara memiliki budaya kulinernya sendiri, yang berkontribusi pada kekhasan dan keragaman negara tersebut (Utami, 2018). Makanan adalah ruang budaya dan sosial dalam kehidupan sehari-hari yang sangat dipengaruhi oleh peristiwa terkini. Makanan mengekspresikan identitas sosial dan menghubungkan manusia dengan semua makhluk hidup. Makanan mengekspresikan identitas budaya, yang dapat menyebabkan perpecahan sosial budaya (Weichart, 2014). Kuliner Indonesia itu beragam, mencakup nusantara dan menempati tempat-tempat yang strategis. Karena cita rasanya yang khas dan beraneka ragam, masakan Indonesia mendapat pengakuan internasional.

Makanan khas daerah merupakan menu masakan yang khas dari daerah tertentu. Makanan ini biasanya memiliki rasa yang berbeda dan luar biasa, membuatnya populer di kalangan penduduk setempat. Penyajiannya juga khas, dengan daun pisang, janur, dan daun pandan yang digunakan secara tradisional, menarik perhatian banyak orang luar. Masyarakat di wilayah tersebut sering mengontrol pengolahan makanan khas daerah (Sofyan, 2020). Ada 34 provinsi di Indonesia, masing-masing dengan kekhasan daerahnya sendiri. Setiap provinsi memiliki makanan khas daerahnya masing-masing, baik itu makanan berat, kudapan, makanan ringan, atau minuman tradisional. Keistimewaan daerah ini merupakan identitas dan ciri khas suatu daerah.

Karena sumber daya alam yang melimpah dan letak geografis yang menguntungkan, Indonesia memiliki berbagai macam kuliner yang kaya rempah. Selain itu, sebagian besar masakan tradisional di Indonesia masih menggunakan resep turun temurun, sehingga cita rasanya tetap konsisten (Darwis, 2022). Makanan tradisional sangat erat kaitannya dengan budaya, dan semuanya terasa natural dalam penyajian dan penyajiannya. Setiap makanan tradisional Indonesia memiliki cerita dan filosofi tersendiri di balik bahan dan cara pembuatannya (Krisnawati, 2022).

Ramadan merupakan bulan yang sangat dinanti oleh umat muslim di seluruh dunia sebagai bulan penuh berkah dan ampunan. Selama bulan Ramadan, masyarakat muslim melakukan ibadah puasa yang diakhiri dengan berbuka puasa atau sahur di malam hari. Saat berbuka puasa, masyarakat biasanya mengonsumsi makanan khas Ramadan yang biasanya dijual di pasar tradisional (Hasanah, 2020). Makanan khas Ramadan adalah makanan yang khusus disajikan dan dikonsumsi selama bulan Ramadan, bulan puasa umat Islam. Makanan khas Ramadan biasanya mencerminkan ciri khas makanan khas suatu daerah (Hidayat, 2016).

Makanan khas Ramadan yang sering dijual di pasar umumnya merupakan makanan khas daerah antara lain ketupat, lontong, kolak, bubur sumsum, bubur kacang hijau, es campur, es doger, es kelapa muda, es cincau, opor ayam, rendang, sate, dan beberapa lainnya. Ketupat adalah makanan yang terdiri dari nasi yang dibungkus dengan daun kelapa atau daun pandan. Lontong menyerupai ketupat tetapi dibuat dengan nasi yang dimasak dalam daun pisang. Pisang atau ubi direbus dalam santan dan gula merah untuk membuat kolak. Bubur sumsum, bubur kacang hijau, dan bubur mutiara adalah bubur yang terbuat dari beras atau sagu, santan, dan gula merah (Aisyah, 2017).

Es campur, es doger, dan es cincau adalah cocktail segar yang terdiri dari beberapa bahan seperti cincau buah, kelapa muda, dan es serut yang dicampur sirup atau susu kental manis. Opor ayam, rendang, sate, dan soto adalah makanan berat yang terdiri dari daging ayam atau sapi yang dimasak dengan bumbu dan bumbu yang unik. Semua makanan tradisional Ramadan ini memiliki makna sosial dan budaya yang signifikan bagi umat Islam di Indonesia.

Sajian tradisional Ramadan ini bukan hanya bagian dari sosial dan budaya, tetapi juga identitas dan karakter bangsa Indonesia (Siregar, 2020).

Kelezatan dari makanan khas daerah yang disajikan selama bulan Ramadan biasanya mempunyai cita rasa yang khas sehingga banyak masyarakat yang menyukai masakan khas daerah tersebut. Makanan Khas daerah yang biasanya dikonsumsi oleh masyarakat biasanya sangat cocok dengan lidah masyarakat tersebut (Royanulloh & Komari, 2019). Perilaku Konsumsi masyarakat ini sangat menarik. Perilaku konsumsi masyarakat pada bulan Ramadan juga dipengaruhi oleh aspek agama dan budaya lokal. Selama bulan Ramadan, umat Muslim berpuasa selama sekitar 12-16 jam per hari dan berbuka puasa di waktu maghrib. Saat berbuka, masyarakat Indonesia biasanya menyantap makanan khas daerah yang memiliki rasa yang khas dan menggugah selera. Hal ini dikarenakan makanan khas daerah dianggap sebagai bagian dari identitas budaya yang harus dijaga dan dipertahankan (Maghfiroh dkk., 2022).

Selain itu, makanan khas daerah juga menjadi salah satu alternatif dalam mencari makanan yang halal dan mengenyangkan selama berpuasa. Beberapa makanan khas daerah Indonesia seperti ketupat, opor ayam, sate, rendang, dan nasi liwet, menjadi menu favorit masyarakat Indonesia saat berbuka puasa. Selain itu, makanan-makanan tersebut juga biasanya disajikan dalam acara-acara berbuka puasa di masjid, mushala, atau di rumah-rumah (Marzuki, 2014).

Dalam konteks ini, makanan khas daerah tidak hanya memiliki nilai gizi dan kelezatan yang tinggi, tetapi juga menjadi bagian dari identitas budaya dan kearifan lokal yang harus dipertahankan. Oleh karena itu, penting untuk menggali lebih dalam mengenai hubungan antara identitas budaya dan perilaku konsumsi masyarakat Muslim pada bulan Ramadan di Indonesia, terutama dalam konteks makanan khas daerah.

Dari berbagai uraian diatas maka Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana identitas budaya dan sosial pada makanan khas daerah berhubungan dengan perilaku konsumsi masyarakat Muslim selama bulan Ramadan di Indonesia. Berdasarkan uraian sebelumnya, makanan khas daerah memiliki peran yang penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia dan khususnya selama bulan Ramadan. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengungkap bagaimana makanan khas daerah terkait dengan identitas budaya dan sosial, serta mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat Muslim selama bulan Ramadan.

Penelitian ini diharapkan dapat menyajikan gambaran yang lebih akurat tentang identitas budaya dan sosial pada makanan khas daerah serta pola konsumsi masyarakat muslim di Indonesia selama bulan suci Ramadan. Temuan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi pelaku komersial industri kuliner maupun pemerintah dalam proses pengembangan potensi kuliner daerah dan promosi kekayaan budaya Indonesia. Temuan penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi para peneliti dan akademisi yang tertarik untuk melakukan penelitian tambahan di bidang gastronomi dan budaya. Hal ini dikarenakan hasil penelitian ini dikumpulkan dari berbagai sumber.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Identitas Budaya

Menurut Stuart Hall (2015), identitas budaya dapat dipahami dari dua sudut: sebagai bentuk atau sebagai entitas yang selalu berkembang. Menurut sudut pandang pertama, identitas budaya dipandang sebagai konsep bersama atau sebagai dasar bagi individu dan sekelompok besar orang yang memiliki masa lalu dan garis keturunan yang sama. Menurut perspektif ini, identitas budaya terutama dipahami dalam kaitannya dengan sifat fisik atau eksternal yang mendefinisikan seseorang sebagai anggota kelompok tertentu.

Bahkan ketika sekelompok orang memiliki perbedaan eksterior, menurut Chambers (2008), identitas budaya mencerminkan kesamaan sejarah dan norma budaya yang membentuk kelompok tersebut. Pengalaman orang kulit hitam di Amerika dan Eropa menunjukkan

bagaimana identitas budaya dikategorikan, sebagaimana diindikasikan oleh tesis Hall. Aimee Cesaire dan Leopold Senghor menulis dalam puisi mereka *Anthologie de la nouvelle poesie negre er malgache* bahwa kehadiran tiga hal *presence africaine, presence europeene, dan presence americain* dapat digunakan untuk menentukan identitas budaya orang kulit hitam.

Menurut Jensen et al. (2011), identitas kelompok adalah puncak dari perasaan anggota kelompok tentang sejarah, simbol, dan cita-cita bersama. Dengan kata lain, identitas budaya adalah puncak dari bagaimana perasaan individu atau kelompok tentang simbol, kepercayaan, dan masa lalu bersama yang mendefinisikan mereka sebagai kelompok tertentu. Identitas suatu bangsa dibentuk oleh budayanya, yang merupakan landasan peradaban. Landasan untuk membentengi karakter bangsa adalah identitas budaya ini. Setiap orang dari suatu masyarakat akan memiliki persepsi diri yang berbeda tergantung pada identitas budaya yang berkembang di sana. Identitas budaya mereka sendiri memiliki dampak yang signifikan pada bagaimana mereka memandang diri mereka sendiri, berperilaku, dan bertindak. Menurut teori komunikasi identitas, komunikasi adalah hubungan kunci yang memungkinkan hubungan ini ada antara individu dan masyarakat.

2. Identitas Sosial

Pemahaman seseorang bahwa ia termasuk dalam kelompok atau latar sosial tertentu disebut sebagai identitas sosial (Hogg & Abrams, 1990). Hogg & Abrams (1990) menegaskan bahwa seseorang dapat mengembangkan rasa identitas sosial melalui pengembangan perasaan koneksi, perhatian, dan kebanggaan terhadap berbagai jenis ciptaan sosial tanpa perlu mengenal anggota lain secara pribadi atau berbagi minat.

Menurut Tajfel (1982), konsep diri seseorang dikembangkan oleh pengetahuan mereka tentang pengaturan dalam kelompok sosial tertentu, termasuk nilai dan signifikansi emosional dari pengaturan tersebut. Perasaan komitmen, kasih sayang, dan kebanggaan sebagai anggota kelompok adalah bagian dari identitas sosial. Sementara itu, menurut Barker (2004), identitas sosial terdiri dari aspek kesamaan dan perbedaan, baik dari sudut pandang pribadi maupun sosial, dan mencakup kesamaan yang dimiliki seseorang dengan orang lain dan apa yang membuat seseorang berbeda dari yang lain.

Identitas sosial individu atau kelompok melayani beberapa tujuan penting. Salah satunya adalah lebih efektif dan efisien membantu orang atau kelompok dalam menemukan jati diri dan meningkatkan kepercayaan dirinya. Untuk menonjol dari keramaian dan membangun perbedaan sosial, mayoritas orang ingin memiliki identitas positif di mata kelompoknya. Identitas sosial juga membantu mengidentifikasi asal-usul seseorang melalui pola pikir dan perilaku seseorang. Akibatnya, orang tersebut menjadi agen sosial yang didukung dan dipersatukan oleh kelompoknya daripada bertindak sendiri. Kinerja dan produktivitas suatu kelompok, yang pada akhirnya mengarah pada kesetaraan dengan anggota lainnya, sangat dipengaruhi oleh identitas sosial. Selain itu, identitas sosial meningkatkan kepatuhan terhadap norma kelompok untuk perilaku dan sikap dan memfasilitasi kerja sama di antara anggota kelompok (Istiyanto & Novianti, 2018).

3. Makanan Khas Daerah (Makanan Tradisional)

Menurut Fardiaz (1998), masakan khas daerah atau masakan tradisional adalah makanan yang berkembang secara khusus di suatu daerah dan dimasak dengan menggunakan bahan-bahan yang bersumber dari lokal dan resep yang telah lama dikenal oleh masyarakat setempat. Makanan tradisional, sebaliknya, didefinisikan oleh Marwanti (2000) sebagai makanan sehari-hari yang diwariskan secara turun-temurun seiring dengan pengolahan dan rasa yang juga diturunkan. Kedua definisi ini menunjukkan bahwa masakan tradisional adalah yang diperoleh dari generasi ke generasi dan memiliki kualitas yang unik di setiap lokasi.

Jelas dari definisi yang diberikan oleh Fardiaz (1998) dan Marwanti (2000) bahwa masakan tradisional Indonesia mengacu pada hidangan yang telah dibuat secara unik untuk suatu daerah, dibuat menggunakan resep keluarga kuno, dan menggunakan bahan-bahan daerah. Masakan tradisional setiap daerah memiliki ciri khas tersendiri, yang dipengaruhi oleh geografi, budaya, dan adat istiadat daerah tersebut. Meskipun Indonesia memiliki banyak ragam masakan tradisional yang beraneka ragam dan disukai masyarakat, namun ada juga beberapa ragam kuliner tradisional yang hampir terlupakan atau hilang daya tariknya.

Makanan dapat dikatakan tradisional jika memberikan kontribusi terhadap sejarah dan kekhasan suatu tempat. Setiap daerah memiliki ketersediaan bahan baku yang berbeda, yang menghasilkan kualitas makanan yang berbeda secara regional. Misalnya, berbagai jenis tumbuh-tumbuhan, seperti umbi-umbian, beras, kacang-kacangan, dan sebagainya, mengatur pola makan di daerah perbukitan, sedangkan ikan, udang, cumi-cumi, dan makhluk laut lainnya merupakan sumber makanan utama di daerah pesisir.

4. Perilaku Konsumsi

Perilaku konsumsi adalah studi tentang bagaimana orang, kelompok, dan organisasi memilih, memperoleh, menggunakan, dan berhenti menggunakan barang, pengalaman, atau ide untuk memuaskan kebutuhan mereka, serta bagaimana hal ini berdampak pada masyarakat umum. (Suryani, 2008). Hal ini juga dapat dipahami sebagai perilaku individu atau kolektif konsumen dalam melakukan tindakan konsumsi yang selalu berubah dari waktu ke waktu. Menurut Peter & Olson (1999), perilaku konsumen aktivitas terkait pertukaran yang dilakukan orang sepanjang hidup mereka adalah interaksi dinamis antara pengaruh pada kognisi, perilaku, dan peristiwa eksternal.

Menurut Setiadi (2015), perilaku konsumen mencakup aktivitas langsung seperti membeli, menggunakan, dan membelanjakan uang untuk barang dan jasa, serta proses pengambilan keputusan yang terjadi sebelum dan sesudah tindakan tersebut. Perilaku konsumen dijelaskan oleh Khan & Khan (2006) sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas fisik untuk memperoleh, menilai, menggunakan, dan membuang barang dan jasa. Keterkaitan antara elemen internal dan eksternal yang mempengaruhi keputusan konsumen harus diperhatikan untuk memahami perilaku konsumen.

Seorang konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa unsur antara lain tingkat pendidikan, tingkat kematangan, dan kematangan emosi menurut Alviyah et al. (2020). Pendidikan yang lebih tinggi cenderung menghasilkan keputusan pembelian yang lebih masuk akal, sedangkan pendidikan yang lebih rendah cenderung menghasilkan pilihan yang tidak rasional. Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh kematangan konsumen, dan kematangan konsumen tidak selalu berkorelasi dengan usia. Dalam kedua kasus tersebut, orang dewasa dan anak-anak mungkin berpikir pada level yang sama. Terakhir, kematangan emosi berperan dalam cara seseorang memilih produk karena seseorang yang dapat mengatur emosinya lebih cenderung membuat pilihan yang masuk akal.

C. METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yang mencoba memahami fenomena yang dialami subjek penelitian secara holistik melalui penggunaan metode alam yang beragam dan melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa. (Sugiyono, 2011). Metode deskriptif, yaitu teknik penelitian yang menggambarkan dan menilai barang sesuai dengan apa adanya digunakan oleh penulis. Data sekunder, diperoleh melalui individu atau dokumen lain, merupakan sumber informasi yang digunakan. Informasi dikumpulkan, diperiksa, dan kesimpulan ditarik berdasarkan data yang sudah tersedia. Studi ini memanfaatkan teori terkini dan analisis deskriptif untuk menghasilkan fakta yang konsisten dengan fenomena yang diamati.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identitas Budaya pada makanan khas daerah di Indonesia

Makanan khas daerah adalah makanan yang khas dan khasiatnya terkenal di suatu daerah dan terdapat banyak penggemar. Karena kecocokan dengan lidah masyarakat setempat, makanan khas daerah sering menjadi identitas dari daerah tersebut. Sebagai warisan budaya, makanan khas daerah adalah hasil dari resep turun-temurun yang diwariskan dari generasi ke generasi. Banyak faktor yang mempengaruhi ciri khas makanan daerah, termasuk sumber daya alam dan lingkungan sekitarnya. Sebagai contoh, makanan khas daerah di daerah pesisir sering kali terbuat dari ikan atau hewan laut lainnya, sedangkan di daerah yang subur dengan potensi pertanian yang baik, makanan khas daerah biasanya terbuat dari bahan-bahan hasil pertanian seperti jagung, beras, dan palawija.

Di Indonesia, ada banyak makanan khas daerah yang berbeda-beda di setiap daerahnya. Hal ini terjadi karena Indonesia terdiri dari berbagai macam daerah dengan kebudayaan dan kondisi geografis yang berbeda-beda. Misalnya, Di Sumatera Barat memiliki makanan khas daerah seperti soto padang, rendang, dan martabak, sedangkan di Jawa Timur terdapat makanan khas seperti rawon, tahu tek, dan sate kambing. Makanan khas daerah Indonesia tidak hanya terkenal di dalam negeri, tetapi juga di luar negeri, bahkan beberapa makanan khas daerah Indonesia telah diakui sebagai warisan budaya dunia oleh UNESCO.

Makanan khas daerah memiliki peran yang sangat penting dalam memperkenalkan dan melestarikan budaya suatu daerah. Selain itu, makanan khas daerah juga dapat meningkatkan perekonomian daerah, karena sering kali menjadi daya tarik wisata kuliner. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk melestarikan makanan khas daerah agar dapat terus dinikmati oleh generasi-generasi berikutnya dan menjadi identitas bangsa yang dapat memperkaya kekayaan budaya Indonesia.

Beberapa jenis makanan khas daerah tersebut sangat cocok menjadi menu makanan selama bulan Ramadan. Terkait dengan konsumsi makanan khas daerah pada bulan Ramadan, identitas budaya ini terlihat dari banyaknya makanan khas daerah yang dikonsumsi oleh masyarakat Muslim di Indonesia. Bulan Ramadan di Indonesia identik dengan kuliner yang khas dan berbeda dari biasanya, karena masyarakat Muslim di Indonesia mempunyai tradisi untuk berbuka puasa dengan makanan khas daerahnya.

Dalam konteks ini, identitas budaya makanan khas daerah pada bulan Ramadan dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti bahan makanan, cara pengolahan, dan penyajian. Beberapa makanan khas daerah yang menjadi favorit masyarakat Muslim di Indonesia selama bulan Ramadan antara lain mulai makanan pembuka seperti kolak, bubur sumsum, cendol. Lalu makanan utama seperti opor ayam, soto, rendang, dan lain-lain. Bahan makanan yang digunakan dalam pembuatan makanan khas daerah ini biasanya berasal dari sumber daya alam setempat, seperti beras, ikan, daging sapi, dan sebagainya.

Cara pengolahan makanan khas daerah juga sangat mempengaruhi identitas budaya. Cara pengolahan makanan khas daerah pada umumnya melibatkan penggunaan rempah-rempah khas setiap daerah, seperti daun salam, lengkuas, kunyit, dan sebagainya. Selain itu, makanan khas daerah pada umumnya disajikan dengan cara yang khas, seperti dalam acara tumpeng atau makan bersama dalam kelompok besar maupun pengemasan secara tradisional dengan menggunakan daun pisang, daun kelapa dan daun talas. Dengan demikian, identitas budaya pada makanan khas daerah menjadi salah satu faktor penting dalam memperkuat rasa kebersamaan dan kebanggaan akan keberagaman budaya Indonesia, khususnya pada bulan Ramadan.

2. Identitas Sosial pada makanan khas daerah di Indonesia

Identitas sosial adalah bagian penting dari konsep diri seseorang. Hal ini terbentuk dari pengetahuan individu tentang keanggotaannya dalam kelompok sosial tertentu, yang meliputi

nilai-nilai, norma, dan makna emosional yang terkait dengan keanggotaan tersebut. Makanan khas daerah dapat menjadi salah satu bagian dari identitas sosial seseorang, terutama jika makanan tersebut berasal dari daerah tempat individu tersebut tinggal atau berasal. Melalui makanan khas daerah, individu dapat merasakan kembali kehangatan dan kenangan tentang rumah dan komunitas mereka, serta merasa diakui dan diterima oleh kelompok sosial yang sama.

Makanan khas daerah juga dapat mencerminkan identitas sosial seseorang karena makanan tersebut mengandung unsur-unsur budaya, seperti resep tradisional, cara memasak, bahan-bahan yang digunakan, dan cara penyajian. Makanan khas daerah seringkali menjadi pilihan utama dalam acara-acara adat, pernikahan, ataupun selama bulan Ramadan, di mana makanan khas daerah menjadi bagian penting dalam ritual makanan dan minuman yang dilakukan selama bulan suci tersebut. Selain itu, makanan khas daerah juga menjadi sarana untuk memperkuat hubungan sosial dalam sebuah komunitas. Melalui memasak dan menyajikan makanan khas daerah bersama-sama, individu dapat membangun kebersamaan dan rasa saling menghargai satu sama lain. Makanan khas daerah dapat menjadi sarana untuk memperkuat hubungan antara anggota komunitas, yang pada gilirannya dapat memperkuat identitas sosial mereka.

Dalam hal ini, makanan khas daerah dapat berfungsi sebagai suatu bentuk simbolisme yang melambangkan identitas sosial seseorang. Simbolisme ini dapat mencakup aspek-aspek seperti budaya, tradisi, agama, bahasa, dan sebagainya, yang menjadi bagian dari identitas sosial individu. Oleh karena itu, makanan khas daerah memiliki peran yang penting dalam membentuk identitas sosial seseorang, dan menjadi suatu cara untuk memperkuat hubungan sosial dalam sebuah komunitas.

Dalam konteks makanan khas daerah selama Ramadan, makanan tersebut bukan hanya sekedar kuliner biasa, tetapi juga mencerminkan identitas sosial seorang muslim Indonesia. Ketika seorang muslim memilih untuk mengonsumsi makanan khas daerah selama Ramadan, mereka tidak hanya sekedar mencari rasa yang enak atau memenuhi kebutuhan nutrisi, tetapi juga mencari identitas sosial mereka sebagai seorang muslim Indonesia. Makanan khas daerah selama Ramadan menjadi bagian dari konsep diri seorang muslim Indonesia dan menunjukkan keanggotaan mereka dalam kelompok sosial tertentu.

Lebih dari itu, makanan khas daerah selama Ramadan juga mencerminkan nilai dan makna emosional dari keanggotaan dalam kelompok sosial muslim Indonesia. Makanan tersebut dapat menjadi simbol budaya dan agama yang melambangkan solidaritas, persatuan, serta kebersamaan. Makanan khas daerah selama Ramadan bukan hanya sekedar makanan, tetapi juga sarana untuk mempererat tali persaudaraan dan meningkatkan rasa saling menghargai dan menghormati antar sesama muslim Indonesia.

Makanan khas daerah selama Ramadan bukan hanya sekedar benda material, tetapi juga memiliki makna dan nilai yang cukup signifikan bagi masyarakat muslim Indonesia. Pilihan mereka untuk mengonsumsi makanan khas daerah selama Ramadan dapat dipahami sebagai bentuk identitas sosial yang membentuk diri mereka sebagai bagian dari kelompok sosial tertentu. Dengan mengonsumsi makanan khas daerah selama Ramadan, seorang muslim Indonesia memperlihatkan bahwa mereka mempunyai identitas yang kuat sebagai bagian dari kelompok sosial muslim Indonesia yang memiliki budaya dan tradisi makanan khas daerah selama Ramadan.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa makanan khas daerah selama Ramadan tidak hanya sekedar kuliner yang lezat, tetapi juga sebagai bagian dari identitas sosial seorang muslim Indonesia. Makanan tersebut mencerminkan nilai dan makna emosional dari keanggotaan dalam kelompok sosial muslim Indonesia dan menjadi simbol budaya dan agama yang melambangkan solidaritas, persatuan, serta kebersamaan. Sehingga, makanan khas

daerah selama Ramadan menjadi suatu hal yang sangat penting dan mempunyai arti yang sangat dalam bagi masyarakat muslim Indonesia.

3. Perilaku Konsumen Muslim Terhadap Makanan Khas Daerah pada Bulan Ramadan

Bulan Ramadan adalah bulan suci bagi umat Muslim di mana mereka berpuasa dari matahari terbit hingga matahari terbenam. Selama bulan ini, umat Muslim melaksanakan ibadah puasa dengan menahan diri dari makan dan minum selama kurang lebih 12 jam. Karena itu, makanan khas daerah yang menjadi menu puasa selama bulan Ramadan biasanya disesuaikan dengan kebutuhan nutrisi dan energi yang dibutuhkan selama berpuasa. Tujuannya adalah untuk membantu menjaga kesehatan dan stamina agar tetap bugar dan kuat menjalankan ibadah puasa.

Konsumen biasanya menyesuaikan menu puasa dengan kebutuhan nutrisi dan energi, makanan khas daerah yang menjadi menu puasa selama bulan Ramadan juga dipengaruhi oleh kebiasaan makan saat berbuka puasa dan sahur. Kebiasaan ini bervariasi tergantung pada masing-masing individu dan daerah. Ada yang lebih suka makanan berat saat berbuka puasa dan sahur, ada juga yang memilih makanan ringan dan berkuah untuk mengatasi dahaga. Oleh karena itu, makanan yang menjadi menu puasa selama bulan Ramadan dapat bervariasi tergantung pada kebiasaan makan setiap individu dan daerah.

Makanan khas daerah yang menjadi menu puasa selama bulan Ramadan juga dapat dipengaruhi oleh faktor ekonomi. Beberapa makanan khas daerah mungkin lebih mahal atau sulit didapatkan di daerah tertentu, sehingga konsumen Muslim dapat memilih alternatif makanan yang lebih terjangkau dan mudah didapatkan. Namun demikian, makanan khas daerah yang menjadi menu puasa selama bulan Ramadan memiliki nilai historis dan budaya yang tinggi, sehingga tidak sedikit konsumen yang lebih memilih untuk mempertahankan tradisi dan tetap memilih makanan khas daerah sebagai menu puasa, walaupun harganya relatif lebih mahal.

Makanan khas daerah yang menjadi menu puasa selama bulan Ramadan juga dipengaruhi oleh budaya dan tradisi setempat. Beberapa daerah memiliki makanan khas yang dianggap sebagai simbol dari identitas daerah atau sebagai tradisi turun temurun yang harus dijaga keberadaannya. Oleh karena itu, banyak konsumen Muslim yang cenderung memilih makanan khas daerah sebagai menu puasa. Makanan seperti kolak, cendol, bubur sumsum, opor ayam, rendang dll yang merupakan makanan khas daerah wajib tersedia sebagai menu puasa sehingga telah menjadi suatu identitas budaya yang mempengaruhi perilaku konsumsi terutama bagi konsumen muslim yang berpuasa.

Preferensi pribadi juga dapat mempengaruhi perilaku konsumen Muslim terhadap makanan khas daerah yang menjadi menu puasa. Beberapa orang memiliki selera yang berbeda-beda, sehingga mereka akan memilih makanan khas daerah yang sesuai dengan selera mereka. Misalnya, ada yang lebih menyukai makanan manis seperti kolak atau es campur sebagai menu berbuka puasa, sementara yang lain lebih menyukai makanan pedas seperti sate atau lontong sayur. Beberapa konsumen mungkin juga lebih menyukai makanan gurih seperti opor ayam atau rendang sebagai menu utama saat berbuka puasa.

Preferensi pribadi juga dapat dipengaruhi oleh faktor usia, jenis kelamin, atau kondisi kesehatan. Misalnya, orang yang sedang hamil mungkin lebih memilih makanan yang mengandung banyak protein dan nutrisi, seperti sup kacang hijau atau sayur lodeh, sementara orang yang memiliki tekanan darah tinggi atau diabetes akan lebih memilih makanan yang rendah garam dan gula, seperti sayur bening atau bubur kacang hijau. Selain itu, usia juga dapat mempengaruhi preferensi makanan. Orang tua mungkin lebih suka makanan yang lebih lembut dan mudah dicerna, seperti bubur atau sup, sementara anak-anak lebih menyukai makanan yang berwarna-warni dan mengandung gula, seperti es krim atau jelly.

Namun demikian, preferensi pribadi tidak selalu dipengaruhi oleh selera makanan semata. Beberapa konsumen mungkin juga mempertimbangkan faktor kesehatan dan diet saat memilih makanan khas daerah yang menjadi menu puasa. Misalnya, konsumen yang sedang menjalankan program diet mungkin lebih memilih makanan yang rendah kalori dan lemak, seperti sayur-sayuran atau ikan bakar, sementara konsumen yang sedang berusaha meningkatkan asupan protein mungkin lebih memilih makanan yang mengandung banyak protein, seperti ayam atau daging sapi. Dalam hal ini, preferensi pribadi dipengaruhi oleh faktor kesehatan dan nutrisi, selain selera makanan yang diinginkan.

Konsumen Muslim mungkin lebih cenderung memilih makanan yang halal dan menjauhi makanan yang haram atau tidak diperbolehkan dalam agama mereka. Makanan yang dianggap halal seperti daging ayam atau sapi, dan makanan yang dianggap haram seperti daging babi atau alkohol, mempengaruhi pilihan makanan selama bulan puasa. Oleh karena itu, produsen dan penjual makanan di daerah-daerah tertentu kini juga menyediakan makanan khas daerah yang halal, seperti ketupat atau lontong sayur, sebagai alternatif bagi konsumen Muslim yang ingin mengonsumsi makanan yang sesuai dengan ajaran agama mereka.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa makanan khas daerah merupakan identitas budaya yang dimiliki oleh masyarakat di suatu daerah. Hal ini berkaitan dengan resep turun-temurun dan potensi sumber daya alam yang dimiliki di daerah tersebut. Selain itu, makanan khas daerah juga memiliki peran penting dalam membentuk identitas sosial masyarakat setempat. Konsumsi makanan khas daerah juga menjadi salah satu tradisi yang dilakukan oleh masyarakat Muslim di Indonesia pada bulan Ramadan. Perilaku konsumsi masyarakat Muslim di Indonesia pada bulan Ramadan terkait dengan makanan khas daerah adalah cenderung lebih mengutamakan makanan yang sesuai dengan tradisi dan budaya setempat. Hal ini tercermin dalam pemilihan menu makanan yang khas dan umumnya terbuat dari bahan-bahan lokal yang mudah didapatkan. Makanan khas daerah menjadi pilihan utama dalam menu berbuka puasa dan sahur. Identitas budaya dan sosial pada makanan khas daerah menjadi penting karena mampu memperkuat rasa kebersamaan dan identitas sebagai bagian dari suatu kelompok sosial. Makanan khas daerah juga menjadi cerminan dari kekayaan budaya Indonesia yang perlu dilestarikan. Dalam konteks masyarakat Muslim di Indonesia, makanan khas daerah juga dapat menjadi sarana untuk memperkuat identitas sebagai umat Islam yang menjalankan puasa Ramadan. Dalam konteks penelitian ini, penting untuk mengetahui bagaimana identitas budaya dan sosial pada makanan khas daerah berpengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat Muslim di Indonesia pada bulan Ramadan. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang hubungan antara identitas budaya dan sosial dengan perilaku konsumsi makanan khas daerah pada bulan Ramadan di Indonesia, serta memberikan kontribusi dalam pengembangan kebijakan dan strategi pemasaran makanan khas daerah yang tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrams, D., & Hogg, M. A. (1990). An introduction to the social identity approach. *Social identity theory: Constructive and critical advances*, 1(9).
- Aisyah, S. (2017). Tradisi Kuliner Masyarakat Minangkabau: Aneka Makanan Khas Dalam Upacara Adat dan Keagamaan Masyarakat Padang Pariaman. *Majalah Ilmiah Tabuah: Talimat, Budaya, Agama dan Humaniora*, 21(2), 29-47.
- Alviyah, K., Pranawa, S., & Rahman, A. (2020). Perilaku Konsumsi Budaya Masyarakat dalam Tradisi Labuhan Ageng di Pantai Sembukan. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development*, 2(2), 138-146.

- Baker, C. A. (2012). Social identity theory and biblical interpretation. *Biblical Theology Bulletin*, 42(3), 129-138.
- Chambers, I. (2008). *Migrancy, culture, identity*. Routledge.
- Darwis, R. (2022). Kajian Identitas Budaya Kuliner Dangke Makanan Khas Massenrempulu. *Lingue: Jurnal Bahasa, Budaya, dan Sastra*, 2(1), 38-51.
- Fardiaz, D. (1998). Peluang, Kendala, dan Strategi Pengembangan Makanan Tradisional, dalam Kumpulan Ringkasan Makalah Seminar Nasional Makanan Tradisional: Meningkatkan Citra dan Mengembangkan Industri Makanan Tradisional Indonesia. *Pusat Kajian Makanan Tradisional (PKMT), Lembaga Penelitian Institut Pertanian Bogor-Pusat Antar Universitas dan Gizi IPB, Bogor*.
- Hall, S. (2015). □ Cultural Identity and Diaspora. In *Colonial discourse and post-colonial theory* (pp. 392-403). Routledge.
- Hasanah, A. F. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Masyarakat Ponorogo Sesaat dan Sesudah Datangnya Bulan Ramadan. *IJoIS: Indonesian Journal of Islamic Studies*, 1(2), 95-106.
- Hidayat, A. (2016). Budaya Konsumen Bulan Ramadan Bagi Masyarakat Modern Di Indonesia. *IBDA: Jurnal Kajian Islam Dan Budaya*, 14(2), 265-276
- Istiyanto, S. B., & Novianti, W. (2018). Etnografi komunikasi komunitas yang kehilangan identitas sosial dan budaya di Kabupaten Cilacap. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1), 64-77.
- Jensen, L. A., Arnett, J. J., & McKenzie, J. (2011). *Globalization and cultural identity* (pp. 285-301). Springer New York.
- Khan, K. M., & Khan, M. N. (2006). *The encyclopaedic dictionary of marketing*. SAGE Publishing India.
- Krisnawati, I. (2022). Nasi Liwet Solo, Kuliner Tradisional dengan Keunikan Sejarah, Budaya dan Filosofi. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 3(2), 102-111.
- Magfiroh, S., Ansori, S., & Khomsiyatun, U. (2022). Konsep Masalah dan Tinjauan Preferensi Konsumsi Islami pada Bulan Ramadan di Indonesia. *Jurnal Penelitian Agama*, 23(1), 109-124.
- Marwanti. (2000). *Pengetahuan Masakan Indonesia*. Yogyakarta: Adicita Karya Nusa.
- Marzuki, M. (2014). Tradisi Meugang dalam Masyarakat Aceh: Sebuah Tafsir Agama dalam Budaya. *el Harakah: Jurnal Budaya Islam*, 16(2), 216-233.
- Peter, O., & Olson, J. C. (1996). *Consumer Behavior and Strategic Management*. Jakarta: Erlangga.
- Royanulloh, R., & Komari, K. (2019). Bulan ramadan dan kebahagiaan seorang muslim. *Jurnal Psikologi Islam Dan Budaya*, 2(2), 127-138.
- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen: edisi revisi*. Kencana.
- Siregar, M. A. S. (2020). Ziarah Kubur, Marpangir, Mangan Fajar: Tradisi Masyarakat Angkola dan Mandailing Menyambut Bulan Ramadan dan 'Idul Fitri. *Warisan: Journal of History and Cultural Heritage*, 1(1), 9-13.
- Sofyan, M. A. (2020). Eksistensi megono sebagai identitas kultural: Sebuah kajian antropologi kuliner dalam dinamika variasi makanan global. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 15(1), 45-62.
- Sugiyono, P. (2011). Metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. *Alpabeta, Bandung*, 62-70.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku konsumen: implikasi pada strategi pemasaran*. Yogyakarta: graha ilmu.
- Tajfel, H. (Ed.). (2010). *Social identity and intergroup relations* (Vol. 7). Cambridge University Press.
- Utami, S. (2018). Kuliner sebagai identitas budaya: Perspektif komunikasi lintas budaya. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(2), 36-44.

ARTIKEL

Weichart, G. (2014). Identitas Minahasa: sebuah praktik kuliner. *Antropologi Indonesia*.