

SKRIPSI

PERILAKU *PANIC BUYING* PADA MASA PANDEMI COVID-19 PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH DI KELURAHAN IRINGMULYO KOTA METRO

**Oleh:
INDAH SURANTI
NPM. 1702090089**



**Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H/2021 M**

**PERILAKU *PANIC BUYING* PADA MASA PANDEMI COVID-19
PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH DI KELURAHAN
IRINGMULYO KOTA METRO**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Hukum (S.H)

Oleh:
INDAH SURANTI
NPM. 1702090089

Pembimbing : Nawa Angkasa, S.H.,M.A.

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H /2020M**

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan
Saudara Indah Suranti**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syariah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di_
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **Indah Suranti**
NPM : 1702090089
Fakultas : Syariah
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : **PERILAKU PANIC BUYING PADA MASA PANDEMI
COVID-19 PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH
DI KELURAHAN IRINGMULYO KOTA METRO**

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, November 2021
Pembimbing,



Nawa Angkasa, SH.,MA.
NIP. 19671025 200003 1 003

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PERILAKU *PANIC BUYING* PADA MASA PANDEMI COVID-19 PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH DI KELURAHAN IRINGMULYO KOTA METRO**

Nama : **Indah Suranti**
NPM : 1702090089
Fakultas : Syariah
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, November 2021
Pembimbing,



Nawa Angkasa, SH.,MA.
NIP. 19671025 200003 1 003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS SYARIAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Fax (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

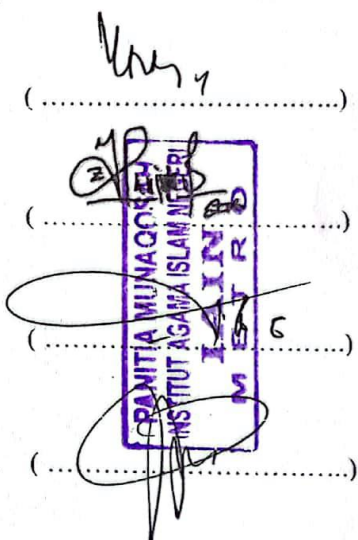
PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : 0023 / N.28.2 / D / P. 003 / 01 / 2022

Skripsi dengan judul PERILAKU *PANIC BUYING* PADA MASA PANDEMI COVID-19 PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH DI KELURAHAN IRINGMULYO KOTA METRO. Disusun oleh INDAH SURANTI, NPM 1702090089, Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (HESy) Telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas : Syariah pada hari/tanggal : Selasa/ 14 Desember 2021.

TIM MUNAQOSYAH

- Ketua / Moderator : Nawa Angkasa, MA. (.....)
- Penguji I : Zumaroh, M.E.Sy. (.....)
- Penguji II : Sudirman, M.Sy. (.....)
- Sekretaris : Taufid Hidayat Nazar, Lc., M.H. (.....)



Mengetahui
Dekan Fakultas Syariah



Hosni Fatarib, Ph.D.
NIP. 19740104 199903 1 004

ABSTRAK

PERILAKU *PANIC BUYING* PADA MASA PANDEMI COVID-19 PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH DI KELURAHAN IRINGMULYO KOTA METRO

Oleh:
Indah Suranti

Perilaku *panic buying* merupakan problem psikologis yang biasanya terjadi karena ketidaklengkapan informasi yang diterima oleh masyarakat. Hal ini menimbulkan kekhawatiran masyarakat dan mendorong tindakan belanja secara masif sebagai upaya penyelamatan diri. Fenomena *panic buying* tidak selalu didasari oleh ancaman yang sifanya nyata. Selama pandemi Covid-19, sebagian besar orang membelanjakan barang kebutuhan secara berlebihan karena terdorong oleh narasi-narasi semu yang dibagikan melalui media.

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku *panic buying* pada masa pandemi covid-19 perspektif Hukum Ekonomi Syariah di Kelurahan Iringmulyo Kota Metro. Manfaat dari penelitian ini adalah dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi Hukum Ekonomi Syariah, khususnya tentang perilaku *panic buying* dan dapat dijadikan masukan bagi semua pihak yang berkaitan untuk mengetahui dan memahami tentang perilaku *panic buying* pada masa pandemi covid-19 perspektif Hukum Ekonomi Syariah. Penelitian ini termasuk dalam penelitian dengan metode kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh melalui metode wawancara (*interview*) terhadap pembeli yang melakukan *panic buying*, penjual, dan masyarakat umum yang tidak melakukan tindakan *panic buying*. Dokumentasi yang digunakan berupa dokumen-dokumen yang berasal dari dokumentasi Kelurahan maupun media online. Analisis data menggunakan cara berfikir induktif, yaitu suatu cara berfikir yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan kongkrit kemudian di tarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa *panic buying* adalah perilaku penimbunan barang yang dilakukan oleh konsumen atau masyarakat di Kelurahan Iringmulyo sebagai upaya menjaga stok kebutuhan pokok keluarganya. Perilaku ini muncul sebagai bentuk persiapan menghadapi wabah covid-19 yang tengah melanda, sehingga masyarakat berasumsi bahwa ada rasa khawatir atau cemas jika tidak membeli dalam jumlah banyak dan stok barang yang dibutuhkan akan habis di pasaran. Perilaku *panic buying* dipengaruhi oleh faktor psikologis karena kurangnya informasi secara menyeluruh yang diterima oleh masyarakat sehingga mengakibatkan tindakan belanja secara masif dengan tujuan berjaga-jaga. Dalam Hukum Ekonomi Syariah tindakan yang menimbulkan kepanikan dan/atau menyebabkan kerugian publik, seperti memborong dan menimbun bahan kebutuhan pokok hukumnya haram. Perilaku *panic buying* yang menimbulkan kerugian tidak dibenarkan dalam Hukum Ekonomi Syariah.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Suranti

NPM : 1702090089

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, November 2021
Yang menyatakan



Indah Suranti
NPM. 1702090089

MOTTO

﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْأَحْبَارِ وَالرُّهْبَانِ لِيَآكُلُونَ أَمْوَالَ النَّاسِ

بِالْبَاطِلِ وَيَصُدُّونَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ يَكْتُمُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا

يُنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُم بِعَذَابٍ أَلِيمٍ ﴿٣٤﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya sebahagian besar dari orang-orang alim Yahudi dan rahib-rahib Nasrani benar-benar memakan harta orang dengan jalan batil dan mereka menghalang-halangi (manusia) dari jalan Allah. dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menafkahnnya pada jalan Allah, Maka beritahukanlah kepada mereka, (bahwa mereka akan mendapat) siksa yang pedih.”¹

(Q.S. At Taubah : 34)

¹ Q.S. At Taubah (9) : 34

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan karunia-Nya dan ucapan *Alhamdulillahirobbil'alamin*, peneliti mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ibu Nur Siyah dan Bapak Romadhoni yang telah merawat, menyayangi dan membesarkan saya dengan penuh cinta dan selalu mendoakan akan keberhasilan saya.
2. Kakak dan Adik saya tersayang Lia Suciati dan Muhammad Rohid yang telah memberikan semangat untuk kesuksesan saya.
3. Sahabat-sahabatku Jurusan Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2017 yang telah berjuang bersama-sama dalam meraih kesuksesan.
4. Almamaterku IAIN Metro.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, ridho dan inayah-Nya serta membrikan kekuatan dan kesabaran, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).

Penulisan skripsi ini tidak mungkin dapat diselesaikan tanpa keterlibatan berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya hingga yang setulus-tulusnya. Tanpa mengecilkan arti bantuan dan partisipasi pihak-pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung, peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag.,PIA., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Metro.
2. H. Husnul Fatarib, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Syariah.
3. Muhamad Nasrudin, M.H., selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah.
4. Nawa Angkasa, S.H.,M.A., selaku Pembimbing yang telah memberikan arahan yang sangat bermanfaat kepada peneliti.
5. Zumaroh, M.E.Sy., selaku Penguji I yang telah memberikan masukan dan saran kepada peneliti.

6. Sudirman, M.Sy., selaku Penguji II yang telah memberikan arahan kepada peneliti.
7. Taufid Hidayat Nazar, Lc., M.H., selaku sekretaris yang telah meluangkan waktunya dalam sidang munaqosyah peneliti.
8. Lurah, Staff, dan Masyarakat Kelurahan Iringmulyo yang telah memberikan banyak informasi terkait perilaku panic buying di Kelurahan Iringmulyo.
9. Kepada seluruh Staff dan Karyawan Fakultas Syariah yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Hukum Ekonomi Syariah.

Wassalamu'alaikum Wr Wb

Metro, November 2021
Peneliti,



INDAH SURANTI
NPM. 1702090089

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Penelitian Relevan	7
E. Landasan Teori.....	10
1. <i>Panic Buying</i>	10
a. Pengertian <i>Panic Buying</i>	10
b. Penyebab Perilaku <i>Panic Buying</i>	12

c. Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Terkait Virus Corona dan Tindakan <i>Panic Buying</i>	17
2. Hukum Ekonomi Syariah.....	20
F. Metode Penelitian	25
1. Jenis dan Sifat Penelitian	25
2. Sumber Data	26
3. Teknik Pengumpulan Data	28
4. Teknik Analisis Data	30
G. Rancangan Waktu Penelitian	31
H. Outline.....	31
I. Alat Pengumpul Data.....	34
J. Hasil Penelitian dan Pembahasan	37
1. Gambaran Umum Kelurahan Iringmulyo Kota Metro.....	37
2. Perilaku <i>Panic Buying</i> pada Masa Pandemi Covid-19	39
3. Analisis Perilaku <i>Panic Buying</i> pada Masa Pandemi Covid-19 Perspektif Hukum Ekonomi Syariah di Kelurahan Iringmulyo Kota Metro	46
K. Penutup	54
1. Kesimpulan	54
2. Saran	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan Skripsi
2. Out Line
3. APD
4. Surat Pra Survey
5. Surat Izin Research
6. Surat Tugas
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
9. Dokumentasi
10. Riwayat Hidup

A. Latar Belakang Masalah

Pandemi Corona mulai mewabah sejak dikonfirmasi dua kasus pertama positif di Indonesia. Rasa kekhawatiran dan takut tertular virus tersebut mulai dirasakan oleh masyarakat baik di daerah perkotaan maupun di pedesaan. Rasa kekhawatiran ini menjadikan perilaku masyarakat berubah dari kebiasaannya. Tindakan untuk menjaga diri dan upaya memenuhi kebutuhan menjadi salah satu perilaku yang berubah.

Salah satu perilaku yang berubah adalah membeli dan memborong kebutuhan dan sembako lebih dari yang dikonsumsi setiap harinya. Pembelian yang berlebihan dalam satu waktu di tengah wabahnya Virus Corona didasari oleh kecemasan yang tinggi. Dalam ekonomi, perilaku orang yang memburu suatu barang khususnya barang-barang yang dianggap urgen oleh semua orang tentunya akan mempengaruhi sisi permintaan karena kelangkaan barang tersebut.

Sebagaimana berlakunya hukum penawaran dan permintaan jika terjadi permintaan tinggi karena jumlah barang yang sedikit, maka berpotensi harga barang tersebut dapat melonjak naik. Jika sebagian besar masyarakat melakukan pembelian barang secara berlebihan di saat bersamaan, maka dapat menyebabkan stok barang mendadak menipis hingga menjadi langka untuk periode waktu tertentu. Hal ini tentunya dapat langsung berdampak buruk bagi masyarakat lainnya.

Kondisi ini tentu dapat dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab demi keuntungan pribadi semata. Hal semacam ini

tentunya akan merugikan banyak orang yang lebih membutuhkan dan berdampak pada ketidakseimbangan pasar. Fenomena merabaknya tindakan *Panic Buying* dimasa pandemi ini ternyata menyebabkan kelangkaan barang yang diakibatkan dengan adanya lonjakan permintaan dalam waktu singkat. Secara jelas, hal ini dapat mengganggu distribusi pangan yang sebenarnya dapat dikendalikan sejak awal pandemi covid-19.

Kepanikan berbelanja atau yang umumnya diistilahkan sebagai *panic buying* dapat dijelaskan sebagai perilaku konsumen berupa tindakan orang membeli produk dalam jumlah besar untuk menghindari kekurangan di masa depan. Perilaku ini juga disebut sebagai perilaku penimbunan barang yang dilakukan oleh konsumen.²

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dipahami bahwa perilaku *panic buying* merupakan perilaku yang dilakukan oleh konsumen dalam membeli barang dengan jumlah yang banyak bertujuan untuk menghindari kekurangan pasokan yang mungkin akan terjadi di masa depan. Sehingga konsumen menyimpan barang yang berlebihan untuk keperluan pribadi dan keluarga.

Penimbunan barang yang dilakukan oleh konsumen atau masyarakat ketika ada situasi tertentu yang dipandang gawat atau darurat kerap dikenal dengan istilah *panic buying*. Perilaku *panic buying* dipicu oleh faktor psikologis yang biasanya terjadi karena informasi tidak sempurna atau menyeluruh yang diterima oleh masyarakat. Akibatnya, timbul kekhawatiran

² Muhammad Abdan Shadiqi, *et all*, Panic buying pada pandemi COVID-19: Telaah literatur dari perspektif psikologi”, *Jurnal Psikologi Sosial*, Special Edition COVID-19 Vol. 18, No. xx, 20

di masyarakat sehingga menimbulkan respons tindakan belanja secara masif sebagai upaya penyelamatan diri.

Terdapat dua bentuk kekhawatiran yang terjadi di masyarakat. Pertama adalah khawatir kalau tidak belanja sekarang, bisa saja besok harga barang naik. Kedua, jika tidak belanja sekarang, maka esok hari barangnya sudah tidak ada. Dalam ekonomi, maraknya orang yang memburu suatu barang, akan memengaruhi sisi permintaan.

Sebagaimana hukum permintaan dan penawaran dalam ekonomi berlaku yaitu jika terjadi permintaan tinggi karena jumlah barang yang sedikit, maka harga barang akan semakin mahal. Faktor inilah yang kemudian dimanfaatkan oleh para pemburu rente atau pencari keuntungan. Sebab, di tengah kondisi *panic buying*, masyarakat cenderung membeli barang lebih dari yang dibutuhkan. Jika hal ini dilakukan oleh banyak orang, maka akibatnya adalah terjadi kelangkaan barang yang disebabkan ketidakseimbangan antara *demand* dan *supply*. Sehingga kelangkaan akibat tidak seimbangannya permintaan dan penawaran ini berujung pada kenaikan harga.

Kenaikan harga bahan kebutuhan primer sangat merugikan masyarakat yang kurang mampu. Apalagi kebanyakan masyarakat pada umumnya merupakan masyarakat pra prasejahtera atau masyarakat dengan kategori miskin. Masyarakat miskin tidak mampu membeli bahan kebutuhan primer secara berlebihan, untuk dapat memenuhi kebutuhan primer sehari-hari saja sudah sangat membahagiakan bagi mereka. Sedangkan perilaku

panic buying oleh sebagian masyarakat dapat menimbulkan kelangkaan barang dan menyebabkan harga barang tinggi.

Berdasarkan hasil pra survei di Kelurahan Iringmulyo Kota Metro, dapat diketahui bahwa perilaku *panic buying* atau kepanikan sosial pada awal pandemi covid 19 bahwa masyarakat Iringmulyo Metro melakukan pembelian bahan konsumsi sehari-hari seperti kebutuhan makan dan kebutuhan bayi secara berlebihan karena adanya rasa takut akan kekurangan selama berada dirumah saja. Pada saat covid terkonfirmasi dibulan Maret 2020, pemerintah mengeluarkan peraturan *work from home*. selama berada dirumah masyarakat tidak diperbolehkan untuk bepergian keluar rumah. Karena rasa takut itulah akhirnya masyarakat membeli kebutuhan bahan konsumsi sehari-hari secara berlebihan, karena permintaan masyarakat tinggi, yang menyebabkan barang kebutuhan sehari-hari menjadi mahal. Pembelian bahan makanan terutama bahan pokok, dilakukan oleh masyarakat secara besar-besaran sebagai upaya penanggulangan atau pencegahan kekurangan bahan makanan pokok sehari-hari. Dengan pembelian secara besar-besaran akan menimbulkan efek ketenangan dalam pikiran masyarakat, karena kebutuhan pokok sehari-hari sudah tercukupi selama *work from home* atau selama berada di rumah saja. Walaupun efek dari banyaknya permintaan bahan makanan pokok dapat menimbulkan harga yang melambung tinggi. Masyarakat tidak memperdulikan hal itu, yang terpenting bagi masyarakat

saat ini adalah kebutuhan bahan makanan pokok sudah terpenuhi, sehingga tidak ada rasa takut akan kekurangan makanan.³

Hasil wawancara dengan masyarakat Iringmulyo yang merasa dirugikan karena adanya perilaku *panic buying* oleh beberapa golongan masyarakat adalah masyarakat yang tidak memiliki uang yang berlebih atau bisa dikategorikan masyarakat miskin tidak mampu membeli stok bahan makanan maupun kebutuhan lainnya karena tidak memiliki banyak uang untuk membeli bahan kebutuhan tersebut. Ketika masyarakat yang tidak memiliki banyak uang akan membeli bahan kebutuhan sehari-hari, masyarakat sangat dirugikan karena bahan kebutuhan primer yang mereka butuhkan sangat tinggi atau mahal. Dengan adanya perilaku *panic buying* tersebut, banyak masyarakat yang dirugikan terutama masyarakat yang tidak mampu atau masyarakat miskin yang tidak mampu membeli bahan kebutuhan primer sebagai stok selama pandemi.⁴

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka peneliti tertarik menuangkan dalam penulisan skripsi dengan judul “Perilaku *Panic Buying* pada Masa Pandemi Covid-19 Perspektif Hukum Ekonomi Syariah di Kelurahan Iringmulyo Kota Metro”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut di atas maka timbul pertanyaan yaitu “Bagaimana Perilaku *Panic Buying* di Kelurahan Iringmulyo

³ Wawancara dengan Siswi Wulandari, Beni, dan Siska selaku Pembeli, pada tanggal 12 April 2021

⁴ Wawancara dengan Yuni dan Tono selaku Warga Kelurahan Iringmulyo Kota Metro, pada tanggal 03 Juni 2021

Kota Metro dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah pada Masa Pandemi Covid-19? ”.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian adalah untuk mengetahui sesuatu yang pada tingkat tertentu dipercaya sebagai sesuatu yang benar yang bertitik tolak dari pertanyaan yang disusun dalam bentuk masalah penelitian. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku *panic buying* pada masa pandemi covid-19 perspektif hukum ekonomi syariah di Kelurahan Iringmulyo Kota Metro.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

- a. Secara teoritis penelitian ini dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi Hukum Ekonomi Syariah, khususnya tentang perilaku *panic buying*.
- b. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi semua pihak yang berkaitan untuk mengetahui dan memahami tentang perilaku *panic buying* pada masa pandemi covid-19 perspektif hukum ekonomi syariah.

D. Penelitian Relevan

Bagian ini memuat uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*prior research*) tentang persoalan yang akan dikaji dalam

penelitian. Untuk itu, penelitian relevan terhadap hasil kajian terdahulu perlu dilakukan dalam penelitian ini, sehingga dapat ditentukan dimana posisi penelitian yang akan dilakukan berada. Peneliti mengutip skripsi, tesis, jurnal, maupun artikel yang terkait dengan permasalahan yang akan diteliti sehingga akan terlihat dari sisi mana peneliti dalam membuat karya ilmiah. Selain itu, akan terlihat suatu perbedaan yang dicapai oleh masing-masing pihak.

Beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan ialah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian Siti Khayisatuzahro Nur pada tahun 2019 yang berjudul, “*Panic Buying* di Masa Pandemi dan Relevansinya dengan Ikhtikar dalam Padangan Islam”. Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jember.⁵

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa tindakan *Panic Buying* dimasa Pandemi tidak dapat diperkenan dengan berbagai alasan apapun. Karena perilaku tersebut mewujudkan sikap serakah dan mementingkan diri sendiri. Bahkan dalam Islam sudah dijelaskan, bahwa tindakan *Panic Buying* dapat digolongkan pada perbuatan *ikhtikar* yang termasuk salah satu transaksi yang dilarang dalam Islam. Untuk menghindari perilaku tersebut, hendaknya diperlukan konsolidasi dan kerjasama dari beberapa pihak terkait guna mengendalikan

⁵ Siti Khayisatuzahro Nur, *Panic Buying Di Masa Pandemi Dan Relevansinya Dengan Ikhtikar Dalam Padangan Islam*”, At-Tasharruf; Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah, Vol. 1 No.2. Oktober 2019, Diakses pada tanggal 03 Februari 2021 dalam website https://www.researchgate.net/publication/349108139_PANIC_BUYING_DI_MASA_PANDEMI_DAN_RELEVANSINYA_DENGAN_IKHTIKAR_DALAM_PADANGAN_ISLAM/link/6020bff1a6fdcc37a80e66f3/download

peredaran barang di pasaran. Selibhnya, masyarakat juga dituntut untuk berperilaku bijak dan membeli sesuai dengan perencanaan serta dihimbau untuk meningkatkan kesadaran berempati terhadap orang-orang yang lebih membutuhkan untuk menciptakan suasana yang aman di tengah Pandemi.

Persamaan penelitian ini adalah pada variabel penelitian. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *panic buying*. Perbedaan dalam penelitian ini adalah pada metode dan tujuan penelitian yang digunakan. Dalam penelitian Siti Khayisatuzahro Nur metode yang digunakan adalah studi pustaka dan tujuan penelitian ini untuk mengkaji tindakan *Panic Buying* dan relevansinya dengan *Ikhtikar* dalam pandangan Islam. Sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan menggunakan metode studi kasus atau penelitian lapangan dan untuk mengetahui perilaku *panic buying* pada masa pandemi covid-19 perspektif hukum ekonomi syariah.

2. Hasil penelitian Cindy Sovhie Aprilia, pada tahun 2021 yang berjudul, “Perilaku *Panic Buying* Dan Berita Hoaks Covid-19 Di Kota Bandung”. Prodi Ilmu Komunikasi dan Desain, Universitas ARS Bandung.⁶

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa perilaku *panic buying* akibat adanya Covid-19 sangat mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat khususnya kepala keluarga. Umumnya kepala keluarga melakukan tindakan membeli bahan pangan dalam jumlah berlebih karena terpaan hoaks di media sosial khususnya instagram.

⁶ Cindy Sovhie Aprilia, “Perilaku *Panic Buying* Dan Berita Hoaks Covid-19 Di Kota Bandung”, Jurnal *Communio* : Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 10, No. 1, Januari 2021, Diakses pada tanggal 03 Februari 2021 dalam website <http://ejournal.undana.ac.id>.

Persamaan penelitian ini adalah pada menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Perbedaan dalam penelitian ini adalah pada variabel penelitian dan tujuan penelitian, dimana penelitian Cindy Sovhie Aprilia menggunakan variabel *panic buying* dan berita hoaks, tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui perubahan perilaku masyarakat akibat adanya berita hoaks tentang pandemi Covid-19. Sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan hanya menggunakan variabel *panic buying* dan untuk mengetahui perilaku *panic buying* pada masa pandemi covid-19 perspektif hukum ekonomi syariah.

3. Hasil penelitian Nur Rahmah dan Munadi Idris pada tahun 2018 yang berjudul, “*Impulsive Buying Behaviour* Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Program Studi Ekonomi Syariah, IAI Al Mawaddah Warramah Kolaka.⁷

Hasil penelitian tersebut diketahui bahwa perilaku pembelian impulsif dalam Ilmu ekonomi Islam Berdasarkan perilaku membeli keinginan mashlahah untuk memenuhi keinginan kebutuhan yang membawa manfaat dan berkah bagi konsumen.

Persamaan penelitian ini adalah pada variabel penelitian. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *panic buying*. Perbedaan dalam penelitian ini adalah pada metode yang digunakan. Dalam penelitian Nur Rahmah dan Munadi Idris metode yang digunakan

⁷ Nur Rahmah dan Munadi Idris, “*Impulsive Buying Behaviour* Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah (2018) 1 (2), Diakses pada tanggal 03 Februari 2021 dalam website <http://journal.iaialmawar.ac.id/index.php/jeps/article/view/79/37>

adalah studi pustaka. Sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan menggunakan metode studi kasus atau penelitian lapangan.

E. Landasan Teori

1. *Panic Buying*

a. Pengertian *Panic Buying*

Panic buying yang terjadi di masyarakat langsung berdampak pada lonjakan harga di pasar ritel. Ketua Umum Asosiasi Peritel Indonesia (Aprindo) Roy Mandey mengatakan, aksi *panic buying* menyebabkan kenaikan jumlah belanja harian mencapai 10% hingga 15% dibanding hari biasanya.

Perilaku *panic buying* merupakan problem psikologis yang biasanya terjadi karena ketidaklengkapan informasi yang diterima oleh masyarakat. Hal ini menimbulkan kekhawatiran masyarakat dan mendorong tindakan belanja secara masif sebagai upaya penyelamatan diri. Fenomena *panic buying* tidak selalu didasari oleh ancaman yang sifanya nyata. Selama pandemi Covid-19, sebagian besar orang membelanjakan barang kebutuhan secara berlebihan karena terdorong oleh narasi-narasi semu yang dibagikan melalui media.⁸

Sebagaimana penjelasan tersebut, masyarakat tidak hanya diperhadapkan pada problem ancaman virus, tetapi juga terancam

⁸ Cindy Sovhie Aprilia, “Perilaku *Panic Buying* Dan Berita Hoaks Covid-19 Di Kota Bandung”, Jurnal *Communio : Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 10, No. 1, Januari 2021, 15.

oleh pandemi informasi yang tak semuanya sesuai dengan kenyataan. *Panic buying* membuat banyak orang kesulitan memenuhi kebutuhannya. Terlebih di masa krisis, pemenuhan kebutuhan hidup seharusnya mendapat perhatian bersama. Bukannya mencari jalan menyelamatkan diri sendiri sehingga abai pada kepentingan orang lain.

Panic Buying adalah perilaku Penimbunan barang yang dilakukan oleh konsumen atau masyarakat ketika situasi dipandang gawat atau darurat sebagai upaya menjaga stok kebutuhan pokok. Perilaku ini kerap muncul sebagai bentuk persiapan menghadapi bencana atau wabah, sehingga masyarakat berasumsi bahwa adanya kekhawatiran jika tidak membeli dalam jumlah banyak, maka stok barang tersebut akan habis, atau harga barang akan semakin mahal. Perilaku *Panic Buying* dipengaruhi oleh factor psikologis karena kurangnya informasi secara menyeluruh yang diterima oleh masyarakat. Hal ini berakibat menimbulkan kekhawatiran masyarakat yang dengan cepat sehingga mengakibatkan tindakan belanja secara masif dengan tujuan berjaga-jaga.⁹

Tindakan *Panic Buying* jika dikaji dalam sosiologi dapat digolongkan pada perilaku kolektif yang muncul tiba-tiba, secara spontan, dan diluar kebiasaan sebagai respon cepat terhadap setau perilaku maupun keadaan. Beberapa Keadaan yang bisa

⁹ Siti Khayisatuzahro Nur, *Panic Buying Di Masa Pandemi Dan Relevansinya Dengan Iktikar Dalam Padangan Islam*”, At-Tasharruf; Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah, Vol. 1 No.2. Oktober 2019, 81

memunculkan tindakan panic buying diantaranya adalah karena konflik manusia, bencana alam, dan wabah atau Pandemi. Maka dapat dikatakan bahwa tindakan *Panic Buying* pada Pandemi Corona saat ini merupakan perilaku masyarakat yang terjadi secara tiba-tiba dan tidak dapat dikontrol.

b. Penyebab Perilaku *Panic Buying*

Perilaku *Panic Buying* adalah salah satu perilaku konsumen yang terjadi di luar kebiasaan. Tindakan panic saat berbelanja dapat dijelaskan sebagai perilaku konsumen untuk membeli barang secara besar-besaran untuk menghindari kekurangan di masa depan. Adapun beberapa penyebab masyarakat melakukan tindakan *panic buying* ditengah pandemi corona, antara lain:

- 1) Tindakan *Panic Buying* bisa dipengaruhi orang lain karena adanya perilaku meniru dan mengamati orang lain untuk melakukan hal yang sama.
- 2) Tindakan *Panic Buying* untuk menghindari resiko, baik dari sisi ketersediaan, keamanan, dan sisi finansial. Karena sebagian besar masyarakat beranggapan untuk dapat menekan resiko jika sudah mendapatkan barang dalam jumlah banyak.
- 3) Tindakan *Panic Buying* dilakukan untuk memberikan rasa ketenangan pada diri pelakunya akibat kecemasan karena keadaan yang tidak menentu.

4) Tindakan *Panic Buying* bisa dipengaruhi karena didasari oleh ketidakpastian keadaan yang dihadapi.¹⁰

Secara implisit, tindakan *Panic Buying* dapat direfleksikan pada sebuah kecemasan dan ketakutan individu akibat sebuah ancaman. Tindakan *Panic Buying* dalam sisi psikologi juga berhubungan dimensi interpersonal. Konflik psikologis, stress, rasa takut, cemas, dan khawatir (tidak aman), dan perasaan tidak tenang menjadi pemicu paling utama. Pada dimensi lingkungan juga menjadi faktor masyarakat melakukan tindakan *Panic Buying*.

Kurangnya Ketersediaan barang dan informasi yang bersumber dari masyarakat dan media massa yang terkadang dapat mengakibatkan masyarakat berperilaku demikian. Selain itu, ancaman yang nyata seperti pandemi juga menjadi peran penting yang menyebabkan pola perilaku kognitif masyarakat dapat berubah. Jika dapat dihubungkan, maka ketiga dimensi dapat mempengaruhi satu sama lain yang mana dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1: Dinamika Teori kognitif Sosial Pada *Panic Buying*

¹⁰ *Ibid.*, 81

Pada proses tersebut, perlu digaris bawahi bahwa hubungan ketiga variabel tersebut saling berhubungan dan terikat satu sama lain. Dengan kata lain, jika faktor dimensi dapat diturunkan, maka akan berpengaruh pada faktor dimensi yang lain. Sehingga jika dimungkinkan, bahwa *panic buying* merupakan respon sosial masyarakat atas ketidakpastian akan kondisi yang dialami. Maka Pandemi corona sebagai faktor lingkungan perlu untuk dikendalikan semaksimal mungkin sebagai upaya antisipasi meningkatnya tindakan *Panic Buying*.¹¹

Maraknya tindakan *Panic Buying* menjadi salah satu respon cepat masyarakat dengan adanya wabah Pandemi Corona. Informasi yang kurang tepat yang beredar di media sosial menjadikan masyarakat diliputi ketakutan dan berlomba-lomba mencari rasa aman. Tindakan *Panic Buying* menjadi langkah utama untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga akan memunculkan perilaku boros. Perilaku boros ditandai dengan tindakan pembelian tanpa perencanaan untuk memenuhi hasrat keinginan dan bukan pada kebutuhan. Sedangkan kebutuhan yang harus diutamakan harus sesuai dengan kebermanfaatan.¹²

Pada sisi ekonomi, secara jelas perilaku *Panic Buying* akan mengakibatkan peningkatan cepat pada volume pembelian yang

¹¹ Muhammad Shadiqi Abdan, "*Panic Buying Pada Pandemi COVID-19: Telaah Literature Dari Perspektif Psikologi*" Jurnal Psikologi Sosial, Special Edition COVID-19 Vol. 18. No. xx, xx-xx, 2020.

¹² Aisa Manilet, "*Kedudukan Masalah Dan Utility dalam Konsumsi: Masalah Versus Utility*", Jurnal Tahkim, Vol. XI, No.1, 2015.

menyebabkan kenaikan harga secara signifikan. Dalam konteks ekonomi, tindakan *Panic Buying* juga akan mengurangi penawaran dan mengakibatkan penawaran meningkat. *Panic Buying* juga disandingkan dengan ketidakmerataan informasi dan respon keserakahan akan suatu barang karena takut barang itu habis atau harga barang itu semakin naik.¹³

Pemenuhan kebutuhan sehari-hari dilakukan dengan memaksimalkan nilai guna dalam memanfaatkan barang dan jasa. Kegunaan suatu barang dalam ekonomi islam yang dapat dirasakan oleh konsumen dimaknai utilitas, jika barang tersebut dapat dikonsumsi secara maksimal. jika masyarakat melakukan tindakan *Panic Buying*, maka hal akan berakibat bahwa tingkat Utilitas suatu barang tidak dapat dioptimalkan. Bahkan cenderung ada beberapa barang yang tidak terpakai secara maksimal bahkan dibuang sia-sia.¹⁴

Fenomena *Panic Buying* yang sudah meresahkan, maka dapat dilakukan beberapa cara sebagai berikut:

- 1) Peran aktif pemerintah, kehadiran pemerintah dalam sektor ekonomi, terutama dalam mengintervensi mekanisme pasar sangatlah diperlukan. Penguatan larangan penimbunan baik yang dilakukan perseorangan maupun kelompok dapat

¹³ Bahri, Andi, "Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam", Jurnal Studi Islamika, Vol. 11, No. 2, Desember, 2014

¹⁴ Ikhawan Aulia Fatahillah, "Implementasi Konsep Etika dalam Konsumsi Perspektif Islam", Jurnal Hukum Ekonomi Islam, Vol. III, No.1, 2013, 51.

direalisasikan secara maksimal. hal ini bertujuan untuk menjamin stok barang di pasaran dan menghindari terjadinya kelangkaan dan naiknya harga diatas batas kewajaran. Melalui Regulasi Larangan Monopoli dan Penimbunan yang diatur dalam UU No.7 Tahun 2014 menjadikan Pemerintah sebagai Regulator dalam melakukan pengawasan dan penindakan tegas bagi pelaku bisnis maupun masyarakat yang melanggar undang-undang penimbunan barang.¹⁵

- 2) Kesadaran dari pelaku bisnis dan masyarakat, Ibrahim Warde, salah satu pemikir ekonomi menjelaskan bahwa kesadaran manusia yang diinternalisasikan pada *Self Interest* Islam atau sikap Aultruisik manusia. Sikap ini menitikberatkan pada keseimbangan kepentingan pribadi dan kepentingan sosial. Sebagai penguatan, maka pelaku bisnis dan masyarakat perlu diberikan informasi dan himbauan serta anjuran yang tegas untuk meningkatkan kesadaran kebersamaan yang ideal (*Al Nafs Al Muthmainnah*). Dalam konteks ekonomi, maka dapat dimaknai dengan kegiatan atau aktivitas ekonomi yang tidak hanya berpatokan pada kebutuhan kepuasan material saja, namun juga dapat diorientasikan pada pencapaian kebahagiaan dunia dan akhirat.¹⁶

¹⁵ Dalimana Telaumbana, “*Urgensi Pembentukan Aturan Terkait Pencegahan Covid-19 Di Indonesia*”, QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Agama, Vol. 12, No.1, 2020, 15.

¹⁶ *Ibid.*

Tindakan *Panic Buying* bukan hanya pada dorongan psikologis konsumen yang ingin menyelamatkan diri saja. Namun juga dilihat pada sifat manusia yang cenderung serakah dan mengindahkan kepentingan orang lain. Factor kebencanaan, konflik manusia, serta wabah penyakit menjadi pemicu tinggi bagi manusia yang melakukan tindakan-tindakan yang tidak bisa dibenarkan oleh agama manapun. Jika hal ini dibiarkan terus menerus. Maka dapat dimungkinkan manusia akan menjadi ancaman bagi kehidupan manusia yang lainnya.

c. Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Terkait Virus Corona dan Tindakan *Panic Buying*

Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) setelah menimbang bahwa COVID-19 telah tersebar ke berbagai negara termasuk Indonesia dan WHO telah menyatakannya sebagai pandemi maka dirasa perlu langkah-langkah keagamaan sebagai tindak pencegahan. Dengan ketentuan hukum yang mewajibkan setiap orang untuk melakukan ikhtiar menjaga kesehatan dan menjauhi setiap hal yang dapat menyebabkan terpapar penyakit, sebab hal tersebut merupakan bagian dari menjaga tujuan pokok beragama (*al-Dharuriyat al-Khams*).

Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan fatwa mengharamkan menyebarkan informasi tidak benar atau *hoax* soal virus corona, dan juga memborong kebutuhan pokok karena panik

(*panic buying*). Poin penting fatwa MUI berkaitan dengan virus corona adalah sebagai berikut:

- 1) Orang yang telah terpapar virus Corona, wajib menjaga dan mengisolasi diri agar tidak terjadi penularan kepada orang lain. Baginya shalat Jumat dapat diganti dengan shalat zuhur di tempat kediaman. Bagi penderita haram melakukan aktivitas ibadah berjamaah yang membuka peluang terjadinya penularan.¹⁷
- 2) Orang yang sehat dan belum diyakini terpapar COVID-19:
 - a) Boleh meninggalkan salat Jumat dan menggantikannya dengan shalat zuhur, serta boleh meninggalkan jamaah shalat lima waktu/rawatib, Tarawih, dan Ied di masjid atau tempat umum lainnya, bila berada di lokasi rawan corona.
 - b) Bila di lokasi yang potensi penularannya rendah, maka tetap wajib menjalankan kewajiban ibadah sebagaimana biasa. Tapi hindari kontak fisik langsung (bersalaman, berpelukan, cium tangan), membawa sajadah sendiri, dan sering membasuh tangan dengan sabun.¹⁸
- 3) Dalam kondisi penyebaran COVID19 tidak terkendali di suatu kawasan yang mengancam jiwa, umat Islam tidak boleh menyelenggarakan shalat jumat di kawasan tersebut, sampai

¹⁷ Fatwa MUI berkaitan dengan virus corona

¹⁸ Muhamad Agus Mushodiq dan Ali Imron, "Peran Majelis Ulama Indonesia Dalam Mitigasi Pandemi Covid-19; Tinjauan Tindakan Sosial dan Dominasi Kekuasaan Max Weber", SALAM; Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i FSH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Vol. 7 No. 5 (2020), 462

keadaan menjadi normal kembali dan wajib menggantikannya dengan shalat zuhur di tepat masing-masing. Demikian juga tidak boleh menyelenggarakan aktiitas ibadah yang melibatkan orang banyak dan diyakini dapat menjadi media penyebaran COVID - 19, seperti jamaah shalat lima waktu/rawatib, shalat Tarawih dan Ied di masjid atau tempat umum lainnya, serta menghadiri pengajian umum dan majelis taklim.¹⁹

- 4) Pengurusan jenazah (tajhiz janazah) terpapar COVID-19, terutama dalam memandikan dan mengkafani harus dilakukan sesuai protokol medis dan dilakukan oleh pihak yang berwenang, dengan tetap memperhatikan ketentuan syariat.
- 5) Tindakan yang menimbulkan kepanikan dan/atau menyebabkan kerugian publik, seperti memborong dan menimbun bahan kebutuhan pokok dan menimbun masker hukumnya haram.²⁰

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dipahami bahwa MUI telah mengeluarkan fatwa mengenai virus corona. Salah satu poin penting adalah masyarakat memiliki tanggung jawab untuk mencegah penyebaran virus, namun tanpa menimbulkan kepanikan. Seperti tindakan panic buying yang dilakukan oleh masyarakat. Dimana MUI mengharamkan tindakan yang menimbulkan kepanikan di tengah masyarakat.

¹⁹ Ade Rian dan Azman Arsyad, "Larangan Salat Jumat Masa Pencegahan Covid-19; Studi Analisis Fatwa MUI Nomor 14 Tahun 2020", *Shautuna*, Vol. 2 No. 1 Januari 2021, 2

²⁰ Muhamad Agus Mushodiq dan Ali Imron, "Peran.", 463

2. Hukum Ekonomi Syariah

Kata hukum yang dikenal dalam bahasa Indonesia berasal dari bahasa Arab “*hukm* yang berarti putusan (*judgement*) atau ketetapan (*Provision*). Dalam ensiklopedi Hukum Islam, hukum berarti menetapkan sesuatu atas sesuatu atau meniadakannya”.²¹ Kajian ilmu ekonomi Islam terikat dengan nilai-nilai Islam, atau dalam istilah sehari-hari terikat dengan ketentuan halal-haram, sementara persoalan halal-haram merupakan salah satu lingkup kajian hukum, maka hal tersebut menunjukkan keterkaitan yang erat antara hukum, ekonomi dan syariah. Pemakaian kata syariah sebagai fiqh tampak secara khusus pada pencantuman syariah Islam sebagai sumber legislasi di beberapa negara muslim, perbankan syariah, asuransi syariah, ekonomi syariah.

Secara sudut pandang ajaran Islam, istilah syariah sama dengan syariat yang pengertiannya berkembang mengarah pada makna fiqh, dan bukan sekedar ayat-ayat atau hadits-hadits hukum. Dengan demikian yang dimaksud dengan Ekonomi Syariah adalah dalil-dalil pokok mengenai ekonomi yang ada dalam Al Qur’an dan Hadits. Hal ini memberikan tuntutan kepada masyarakat Islam di Indonesia untuk membuat dan menerapkan sistem ekonomi dan hukum ekonomi berdasarkan dalil-dalil pokok yang ada dalam Al Qur’an dan Hadits. Dengan demikian, dua istilah tersebut, apabila disebut dengan istilah singkat ialah sebagai Sistem Ekonomi Syariah atau Hukum Ekonomi Syariah.²²

Sistem Ekonomi Syariah pada suatu sisi dan Hukum Ekonomi Syariah pada sisi lain menjadi permasalahan yang harus dibangun berdasarkan amanah UU di Indonesia. Untuk membangun Sistem

²¹ Eka Sakti Habibullah, “*Hukum Ekonomi Syariah dalam Tatanan Hukum Nasional*”, Al Mashlahah Jurnal Hukum Islam Dan Pranata Sosial Islam, h. 699

²² Ibid, h. 700

Ekonomi Syariah diperlukan kemauan masyarakat untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan Fiqih di bidang ekonomi.

Dalam konteks masyarakat, Hukum Ekonomi Syariah berarti Hukum Ekonomi Islam yang digali dari sistem Ekonomi Islam yang ada dalam masyarakat, yang merupakan pelaksanaan Fiqih di bidang ekonomi oleh masyarakat. Pelaksanaan Sistem Ekonomi oleh masyarakat membutuhkan hukum untuk mengatur guna menciptakan tertib hukum dan menyelesaikan masalah sengketa yang pasti timbul pada interaksi ekonomi. Dengan kata lain Sistem Ekonomi Syariah memerlukan dukungan Hukum Ekonomi Syariah untuk menyelesaikan berbagai sengketa yang mungkin muncul dalam masyarakat.²³

Untuk membangun Hukum Ekonomi Syariah diperlukan kemauan politik untuk mengadopsi hukum Fiqih dengan penyesuaian terhadap situasi dan kondisi masyarakat Indonesia. Adopsi yang demikian harus merupakan ijtihad para fukoha, ulama dan pemerintah, sehingga hukum bisa bersifat memaksa sebagai hukum.

Penimbunan barang yang dilakukan oleh konsumen atau masyarakat ketika ada situasi tertentu yang dipandang gawat atau darurat kerap dikenal dengan istilah *panic buying*. Perilaku *panic buying* ini dipicu oleh faktor psikologis yang biasanya terjadi karena informasi tidak sempurna atau menyeluruh yang diterima oleh masyarakat. Akibatnya, timbul kekhawatiran di masyarakat sehingga menimbulkan respons tindakan belanja secara masif sebagai upaya penyelamatan diri.

Terdapat dua bentuk kekhawatiran yang terjadi di masyarakat. Pertama adalah khawatir kalau tidak belanja sekarang, bisa saja besok

²³ Ibid, h. 701

harga barang naik. Kedua, jika tidak belanja sekarang, maka esok hari barangnya sudah tidak ada. Maraknya orang yang memburu suatu barang, mempengaruhi sisi permintaan. Sebagaimana hukum permintaan dan penawaran dalam ekonomi berlaku yaitu: jika terjadi permintaan tinggi karena tidak jumlah barang yang sedikit, maka harga barang akan semakin mahal. Faktor inilah yang kemudian dimanfaatkan oleh para pemburu rente atau pencari keuntungan. Sebab, di tengah kondisi *panic buying*, masyarakat cenderung membeli barang lebih dari yang dibutuhkan. Jika hal ini dilakukan oleh banyak orang, maka akibatnya adalah terjadi kelangkaan barang yang disebabkan ketidakseimbangan antara demand dan supply. kelangkaan akibat tidak seimbang nya permintaan dan penawaran ini berujung pada kenaikan harga.

Berdasarkan hukum ekonomi syariah perilaku *panic buying* dapat dikategorikan sebagai penimbunan barang atau *ihthikar*. penimbunan barang disebut *ihthikar* merupakan membeli sesuatu dengan jumlah besar, agar barang tersebut berkurang di pasar sehingga harganya menjadi naik, sehingga mendapatkan keuntungan yang berlipat ganda. Dengan kata lain, *ikhtikar* adalah menyimpan barang sehingga kurang persediaannya di pasar.

Penimbunan barang ialah membeli sesuatu dan menyimpannya agar barang tersebut berkurang dimasyarakat sehingga harganya meningkat dan demikian manusia akan terkena kesulitan. Penimbunan

semacam ini dilarang dan dicegah karena ia merupakan ketamakan dan bukti keburukan moral serta mempersulit manusia.²⁴

Sebagaimana pengertian tersebut, dapat dipahami bahwa penimbunan baang merupakan membeli dan menyimpan barang agar baang yang disimpan mengalami kelangkaan sehingga ketika barang tersebut diperjualbelikan maka harga barang sangat tinggi yang menyebabkan sulitnya masyarakat mendapatkan barang tersebut.

Penimbunan barang dalam bahasa Arab sepadan dengan *Al-Ihtikar*, yang secara terminologi berarti perbuatan menimbun, pengumpulan barang-barang atau tempat untuk menimbun. Penimbunan barang adalah membeli sesuatu dengan jumlah besar, agar barang tersebut berkurang dipasar sehingga harganya (barang yang ditimbun tersebut) menjadi naik dan pada waktu harga menjadi naik baru kemudian dilepas (dijual) ke pasar, sehingga mendapatkan keuntungan yang berlipat ganda. Fiqih Islam mengartikan bahwa *al-Ihtikar* bermakna menimbun atau menahan agar terjual.²⁵

Sebagaimana penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa penimbunan merupakan penyimpanan barang kebutuhan masyarakat. Masyarakat yang menjadi konsumen dan kesulitan memenuhi kebutuhan sehingga akan mengalami kenaikan harga yang tidak wajar.

²⁴ Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 171

²⁵ Riska Ariska & Abdul Aziz, “*Penimbunan Barang Perspektif Hukum Ekonomi Islam*”, IAIN Syekh Nurjati Cirebon, h. 96

Sebagaimana sabda Rasulullah SAW yaitu:

مَنْ مَتَّعَ نَفْسَهُ بِمَنْعَةٍ مِنْ مَتَاعِ النَّاسِ لَيْلًا أَوْ نَهَارًا فَهُوَ كَمَنْ مَتَّعَ نَفْسَهُ بِمَنْعَةٍ مِنْ مَتَاعِ اللَّهِ

“Barang siapa yang menimbun makanan hingga empat puluh malam, berarti ia telah melepaskan diri dari Allah SWT dan Allah SWT melepaskan diri juga darinya.” (Riwayat Ahmad, Al Hakim, Ibnu Abi Syaibah dan Ali Bazzar:4648).²⁶

Rasulullah SAW sendiri pernah menyimpan untuk keluarganya, makanan pokok untuk selama setahun berupa tamar (buah kurma) dan lain-lain. Melarang para pedagang membeli barang-barang yang telah dibawa kepasar dan barang-barang lainnya yang akan membahayakan masyarakat, yaitu apabila pedagang yang membawa barang dagangan kepasar itu mengetahui hal itu maka ia tidak akan datang lagi, dan sebaliknya kalau para pedagang membeli barang-barang dan makanan dipasar maka akan bermanfaat bagi masyarakat yang sewaktu-waktu mereka memerlukannya. Meskipun Islam menjamin kebebasan individual dalam melakukan jual-beli dan bersaing, namun Islam melarang egoisme individual dan keserakahan dalam menumpuk harta demi kepentingannya sendiri. Oleh karena itu, Rasulullah SAW melarang menimbun barang yang menjadi kebutuhan pokok masyarakat

²⁶ HR. Ahmad, Ibnu Abi Syaibah, al-Bazzar, Abu Ya'la al-Mushili, alHakim, ad-Daruquthni, dan Abu Na'im dari Ibnu Umar r.a., Nashbur Raayah, jilid 4, 262

luas. Dengan tegas Rasulullah SAW bersabda dalam HR. Ahmad:

4648²⁷

حدثنا يزيد أصبغ بن زيد حدثنا أبو بشر عن أبي الزاهرية عن كثير بن مرة الحضرمي عن ابن عمر عن النبي صلى الله عليه وسلم من احتكر طعاما أربعين ليلة فقد برئ من الله تعالى وبرئ الله تعالى منه وإنما أهل عرصة أصبح فيهم امرؤ جائع فقد برئت منهم ذمة الله تعالى. (رواه أحمد:

Artinya: “telah menceritakan kepada kami Yazid telah mengabarkan kepada kami Ashbagh bin Zaid dari Katsir bin Murrah Al Hadlrami dari Ibnu Umar dari Nabi shalallahu ‘alaihi wasallam: “Barang siapa yang menimbun makanan selama empat puluh malam, maka hubungan dia dengan Allah putus dan Allah pun memutuskan hubungan dengannya. Dan siapa saja memiliki harta selimpah sedang ditengah-tengah mereka ada seorang yang kelaparan, maka sungguh perlindungan Allah SWT telah terlepas dari mereka.”(HR. Ahmad: 4648).

Praktik penimbunan tujuannya tak lain untuk mendapatkan keuntungan besar dari menjual barang dengan harga tinggi. Pembelian barang secara besar-besaran yang dilakukan oleh pembeli yang memiliki uang yang banyak akan merugikan pembeli lain yang tidak memiliki banyak uang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kerugian yang ditimbulkan oleh tindakan *panic buying* terhadap barang-barang yang menjadi kebutuhan orang banyak maka dapat dikatakan ini adalah kerugian yang besar khususnya kerugian yang paling besar adalah

²⁷ Riska Ariska & Abdul Aziz, “Penimbunan Barang...”, 98

kerugian yang diterima oleh masyarakat menengah bawah selaku konsumen kecil.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang bertujuan mempelajari secara intensif latar belakang dan keadaan sekarang dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu satuan sosial. “Pada penelitian ini peneliti harus terjun langsung ke lapangan, terlibat dengan masyarakat setempat. Terlibat dengan partisipan atau masyarakat berarti turut merasakan apa yang mereka rasakan dan sekaligus juga mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang situasi setempat”²⁸

Berdasarkan pengertian di atas, maka penelitian ini akan menguraikan keadaan yang terjadi dengan jelas dan terperinci, yaitu mencari dan memaparkan pengetahuan yang didapat untuk melihat fokus masalah yang ditentukan. Penelitian lapangan ini dilakukan dengan meneliti secara langsung permasalahan yang ada di lapangan agar mendapatkan hasil yang diinginkan secara maksimal. Lapangan yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu masyarakat Iringmulyo Metro.

²⁸ J.R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif: Jemis, Karakteristik Dan Keunggulannya*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2010), 9

b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah mendeskripsikan seperangkat peristiwa atau kondisi populasi saat ini. Studi deskriptif adalah alat untuk menemukan makna-makna baru, menjelaskan sebuah kondisi keberadaan, menentukan frekuensi kemunculan sesuatu, dan mengategorikan informasi.²⁹ Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya dan bertujuan mengungkapkan gejala secara holistik-kontekstual melalui pengumpulan data dari latar alami dengan memanfaatkan diri peneliti sebagai instrumen kunci.³⁰

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dipahami bahwa penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang mendeskripsikan hasil penelitian secara sistematis, akurat dan nalar dengan merangkai kalimat secara tepat untuk memperoleh kesimpulan yang tepat. Tujuannya adalah untuk membantu dalam menjelaskan data, keadaan dan gejala-gejala yang signifikan mengenai perilaku *panic buying* pada masa pandemi covid-19 perspektif hukum ekonomi syariah.

²⁹ Sudarwan Danim, *Riset Keperawatan Sejarah dan Metodologi*, (Jakarta: EGC, 2002), 52

³⁰ Eko Sugiarto, *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi Dan Tesis*, (Yogyakarta: Suaka Media, 2015), 8

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh.³¹ Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan. Dengan demikian data primer diperoleh dari sumber data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dengan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi.³² Pada penelitian ini yang menjadi sumber utamanya adalah masyarakat Iringmulyo Kota Metro yang mengalami *panic buying*.

Masyarakat Kelurahan Iringmulyo Kecamatan Metro Timur sebanyak 3.834 KK, maka pengambilan sampel masyarakat sebagai sumber dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Penentuan sampel yang tepat yang didasarkan pada tujuan atau masalah penelitian yang menggunakan pertimbangan-pertimbangan dari peneliti itu sendiri dalam rangka memperoleh ketepatan dan kecukupan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan tujuan atau masalah yang dikaji. Sehingga penarikan sampel yang tepat adalah penarikan sampel berdasarkan tujuan yaitu *purposive*

³¹ Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian* (Jakarta: Rajawali, 1987), 93

³² Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, (Jakarta: PT Grasindo, 2005), 168

sampling. “*Purposive sampling* merupakan pengambilan data disesuaikan dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan sebelumnya (tujuannya)”.³³

Metode ini digunakan agar peneliti dapat memecahkan berbagai pertanyaan yang muncul mengenai perilaku *panic buying* pada masa pandemi covid-19 di Kelurahan Iringmulyo Kota Metro. Sumber-sumber yang akan peneliti wawancarai adalah 8 orang yang dijadikan sampel penelitian yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Kriteria tersebut adalah orang yang membeli barang-barang secara berlebihan, masyarakat Iringmulyo, Pembeli, Penjual barang-barang kebutuhan, sehat jasmani dan rohani, berusia antara 18 sampai 55 tahun.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder (*secondary source*) adalah sumber data yang mendapatkan datanya dari sumber primer. Berisi sebagian besar informasi yang bermanfaat bagi banyak riset. Data sekunder dapat diperoleh baik dari sumber primer maupun sumber sekunder.³⁴ Sumber data sekunder dapat diperoleh dari literatur-literatur bacaan yang relevan, serta dokumentasi dari sumber-sumber yang terkait dengan penelitian ini yaitu berupa foto-foto perilaku *panic buying* pada masa pandemi covid-19 dan lain-lain.

³³ Said Kelana Asnawi dan Chandra Wijaya, *Riset Keuangan: Pengujian-Pengujian Empiris*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), h. 254

³⁴ Gilbert A. Churchill JR, *Dasar-Dasar Riset Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2001), h.219

3. Teknik Pengumpulan Data

Setelah ditemukan sumber data yang akan digunakan kemudian dilakukan pengumpulan data. Data penelitian dikumpulkan sesuai dengan rancangan penelitian yang telah ditentukan. Data tersebut diperoleh dengan jalan pengamatan, percobaan atau pengukuran gejala yang diteliti.³⁵ Penelitian ini menggunakan beberapa teknik untuk mendapatkan data yang tepat dan akurat yaitu wawancara dan dokumentasi, sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan proses interaksi atau komunikasi secara langsung antara pewawancara dengan responden. Data yang dikumpulkan dapat bersifat fakta, sikap, pendapat, keinginan, dan pengalaman.³⁶ Teknik wawancara yang peneliti gunakan ialah wawancara bebas terpimpin. Wawancara bebas terpimpin merupakan kombinasi antara wawancara bebas dan wawancara secara terpimpin, artinya meskipun dilaksanakan secara bebas namun arahnya jelas meskipun luwes atau fleksibel.³⁷

Keluwesan yang dimaksud adalah keterampilan pewawancara dalam memanipulasi kondisi orang yang diwawancarai yang terlalu formal. Wawancara yang dimaksud disini adalah terkait

³⁵ Muh. Fitrah dan Luthfiyah, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas Dan Studi Kasus*, (Jawa Barat: CV. Jejak, 2017), h. 30

³⁶ Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis.*, h. 40

³⁷ Budiharto, (*Metodologi Penelitian Kesehatan: dengan Contoh Bidang Ilmu Kesehatan Gigi*), Jakarta: EGC, 2008, h. 90

dengan pengumpulan data yang akurat untuk keperluan proses pemecah masalah tertentu. Pada saat wawancara peneliti membaca pertanyaan yang telah dibuat, sekaligus untuk dicatat dan *ceklist* pertanyaan yang telah terjawab. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara kepada masyarakat Iringmulyo Metro yang berjumlah 5 orang yaitu 3 orang selaku pembeli bernama Siswi Wulandari, Siska, Beni. Dan 2 orang selaku masyarakat umum yang tidak melakukan *panic buying* bernama Yuni dan Tono serta 3 orang selaku penjual yaitu Yanto, Kiki, dan Teguh.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek.³⁸ Dokumentasi yang peneliti gunakan dalam pengumpulan data yakni peneliti menyelidiki atau menganalisis benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, laporan kegiatan dan sebagainya. Metode dokumentasi untuk mencari data yang diperlukan dalam penelitian mengenai perilaku *panic buying* pada masa pandemi covid-19.

³⁸ Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jawa Barat: CV Jejak, 2018), h. 153

4. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sebelum ke lapangan, selama di lapangan, dan setelah pengumpulan data selesai. Analisis data lebih banyak dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data.³⁹ Dalam mengarahkan data penelitian, penelitian ini menggunakan cara berfikir induktif, yaitu suatu cara berfikir yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan kongkrit kemudian dari fakta atau peristiwa yang khusus dan kongkrit tersebut di tarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum.

Berdasarkan keterangan di atas maka dalam menganalisa data, peneliti menggunakan data yang telah diperoleh kemudian data tersebut di analisa dengan menggunakan cara berfikir induktif yang berangkat dari informasi tentang perilaku *panic buying* pada masa pandemi covid-19 perspektif Hukum Ekonomi Syariah di Kelurahan Iringmulyo Kota Metro.

G. Rancangan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada Bulan Agustus 2021 di Kelurahan Iringmulyo Kota Metro. Yang menjadi sumber utamanya adalah masyarakat di Kelurahan Iringmulyo Kota Metro yang mengalami kondisi sosial *panic buying*.

³⁹ I Wayan Suwendra, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan Dan Keagamaan*, (Bali: Nilacakra, 2018), h. 144

G. Outline

PERILAKU *PANIC BUYING* PADA MASA PANDEMI COVID-19 PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH DI KELURAHAN IRINGMULYO KOTA METRO

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN NOTA DINAS

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan
- E. Landasan Teori

1. *Panic Buying*
 - a. Pengertian *Panic Buying*
 - b. Penyebab Perilaku *Panic Buying*
 - c. Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Terkait
Virus Corona dan Tindakan *Panic Buying*
 2. *Panic Buying* dalam Hukum Ekonomi Syariah
- F. Metode Penelitian
1. Jenis dan Sifat Penelitian
 2. Sumber Data
 3. Teknik Pengumpulan Data
 4. Teknik Analisis Data
- G. Rancangan Waktu Penelitian
- H. Outline
- I. Alat Pengumpul Data
- J. Hasil Penelitian dan Pembahasan
1. Gambaran Umum Kelurahan Iringmulyo Kota Metro
 2. Perilaku *Panic Buying* pada Masa Pandemi Covid-19
 3. Analisis Perilaku *Panic Buying* pada Masa Pandemi
Covid-19 Perspektif Hukum Ekonomi Syariah di
Kelurahan Iringmulyo Kota Metro
- K. Penutup
1. Kesimpulan
 2. Saran

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN-LAMPIRAN****RIWAYAT HIDUP****H. Alat Pengumpul Data****PERILAKU *PANIC BUYING* PADA MASA PANDEMI
COVID-19 PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH DI
KELURAHAN IRINGMULYO KOTA METRO****APD****(Alat Pengumpul Data)****1. WAWANCARA****a. Wawancara kepada Pembeli**

- 1) Apakah anda mengetahui mengenai perilaku *panic buying* atau pembelian barang secara berlebihan?
- 2) Apakah yang menjadi penyebab anda melakukan perilaku *panic buying*?
- 3) Barang-barang apasajakah yang anda beli secara berlebihan?
- 4) Apakah yang anda rasakan setelah membeli barang secara berlebihan?
- 5) Apakah dampak dari perilaku *panic buying* yang anda lakukan?

b. Wawancara kepada Masyarakat

- 1) Apakah anda mengetahui mengenai perilaku *panic buying* atau pembelian barang secara berlebihan?

- 2) Apakah faktor-faktor yang menjadi penyebab perilaku *panic buying*?
- 3) Apakah perilaku *panic buying* yang dilakukan oleh masyarakat berpengaruh terhadap barang-barang yang anda butuhkan?
- 4) Apakah dampak dari perilaku *panic buying* yang dilakukan oleh masyarakat?
- 5) Apakah anda merasa dirugikan dengan adanya perilaku *panic buying* yang dilakukan oleh masyarakat?

c. Wawancara kepada Penjual

- 1) Apakah banyak masyarakat yang melakukan pembelian barang secara berlebihan di Toko anda?
- 2) Barang-barang apasajakah yang banyak dibeli oleh masyarakat yang mengalami perilaku *panic buying* di Toko anda?
- 3) Apakah ada peningkatan omzet pada saat pandemi covid-19 berlangsung?
- 4) Apakah dampak dari perilaku *panic buying* yang dilakukan oleh masyarakat?
- 5) Bagaimana solusi yang anda lakukan dalam mengatasi dampak dari perilaku *panic buying* yang dilakukan oleh masyarakat?

2. DOKUMENTASI

- a. Dokumen/Media Online
- b. Gambaran Umum Kelurahan Iringmulyo Kota Metro

J. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Gambaran Umum Kelurahan Iringmulyo Kota Metro

Sejarah kelahiran Kota Metro bermula dengan dibangunnya sebuah induk desa baru yang diberi nama Trimurjo. Dibangunnya desa ini dimaksudkan untuk menampung sebagian dari kolonis yang didatangkan oleh pemerintah Hindia Belanda pada tahun 1934 dan 1935, serta untuk menampung kolonis-kolonis yang akan didatangkan berikutnya. Pada zaman pelaksanaan kolonisasi selain Metro, juga terbentuk onder distrik yaitu Pekalongan, Batanghari, Sekampung, dan Trimurjo. Kelima onder distrik ini mendapat rencana pengairan teknis yang bersumber dari Way sekampung yang pelaksanaannya dilaksanakan oleh para kolonisasi-kolonisasi yang sudah bermukim di onder distrik yang biasa disebut bedeng-bedeng dimulai dari Bedeng 1 bertempat di Trimurjo dan Bedeng 67 di Sekampung, yang kemudian nama bedeng tersebut diberi nama, seperti Bedeng 15a, 15 polos: untuk menyebut wilayah di kelurahan Iringmulyo.⁴⁰

Terbentuknya Kelurahan Iringmulyo adalah bermula dari pecahan transmigrasi dari Jawa yang membuka lahan di Lampung

⁴⁰ Dokumentasi, Profil Kelurahan Iringmulyo Metro Timur, 26 Agustus 2021

Tengah menjadi 3 (tiga) daerah pemukiman baru, yaitu: 15 a Iringmulyo, 15 b Imopuro, 15 Polos Metro. Kemudian dengan kesepakatan yang diambil pada tahun 1938, maka diambil keputusan untuk menjadikan ketiga bedeng itu menjadi satu kampung yang diberi nama Kampung Metro. Dengan ditetapkannya Undang-undang Nomor 5 Tahun 1979 tentang Pemerintahan Desa maka pada tanggal 18 Agustus 1982 Kampung Metro ditingkatkan menjadi Kelurahan Metro.⁴¹

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Metro Nomor 25 Tahun 2000, maka Kelurahan Metro dipecah menjadi 3 (tiga) bagian yaitu Kelurahan Iringmulyo, Imopuro dan Metro. Dengan ditetapkannya Peraturan Daerah Kota Metro Nomor 25 Tahun 2000 tersebut maka Iringmulyo resmi menjadi Kelurahan yang secara geografis masuk ke dalam Kecamatan Metro Timur.⁴²

Kelurahan Iringmulyo memiliki luas wilayah sekitar 1.900 m² dengan jumlah penduduk 14.000 orang dan terbagi dalam 18 RW serta 42 RT. Iringmulyo adalah ibu kota kecamatan Metro Timur, Kota Metro, Lampung, Indonesia. Di Kelurahan Iringmulyo terdapat SMP Negeri 2 Metro, SMP Negeri 4 Metro, MAN 2 Metro, STAIN Jurai Siwo Metro/IAIN Metro dan Universitas Muhammadiyah Metro (UMM).⁴³

Letak Kelurahan Iringmulyo Kelurahan Iringmulyo terletak di dataran rendah dengan batas-batas sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara: Kelurahan Yosorejo dan Kelurahan Yosodadi.

⁴¹ Dokumentasi, Profil Kelurahan Iringmulyo Metro Timur, 26 Agustus 2021

⁴² Dokumentasi, Profil Kelurahan Iringmulyo Metro Timur, 26 Agustus 2021

⁴³ Dokumentasi, Profil Kelurahan Iringmulyo Metro Timur, 26 Agustus 2021

- b. Sebelah Selatan: Kelurahan Tejo Agung dan Kelurahan Mulyojati
- c. Sebelah Timur: Banjar Rejo Batanghari Lampung Timur dan Kelurahan Yosodadi
- d. Sebelah Barat: Kelurahan Metro Jarak Kelurahan Iringmulyo dengan Pusat Pemerintahan Kecamatan adalah 1 km sedangkan jarak dengan Pusat Pemerintahan Kota adalah 2 km dan jarak dengan Ibu Kota Provinsi adalah 48 km.⁴⁴

2. Perilaku *Panic Buying* pada Masa Pandemi Covid-19

Selama pandemi COVID-19 ini berlangsung telah menyebabkan munculnya *panic buying* yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat yang tinggal di wilayah pandemi. Fenomena *panic buying* ini terjadi dalam bentuk yang berbeda-beda di hampir semua negara yang terkena pandemi Covid-19. Sebagian besar masyarakat melakukan *panic buying* berupa kebutuhan pangan, masker, hand sanitizer, dan vitamin.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pembeli dan masyarakat umum dapat diketahui bahwa:

Pembelian barang secara berlebihan adalah membeli barang-barang yang tidak sesuai dengan kebutuhan.⁴⁵ Perilaku *panic buying* merupakan gejala sosial yang disebabkan karena adanya kepanikan, sehingga melakukan pembelian secara berlebihan.⁴⁶ Perilaku pembelian barang secara berlebihan adalah membeli barang-barang dengan stok yang banyak agar tidak

⁴⁴ Dokumentasi, Profil Kelurahan Iringmulyo Metro Timur, 26 Agustus 2021

⁴⁵ Beni selaku pembeli (wawancara pada hari Kamis 26 Agustus 2021)

⁴⁶ Yuni selaku masyarakat Iringmulyo (wawancara pada hari Senin 13 September 2021)

kehabisan stok.⁴⁷ Pembelian barang secara berlebihan adalah membeli barang-barang yang dibutuhkan lebih banyak daripada kebutuhan, yang digunakan sebagai stok agar tidak kehabisan stok barang di rumah.⁴⁸ Perilaku *panic buying* adalah perilaku yang disebabkan adanya rasa cemas dan ketakutan terhadap kelangkaan barang yang dibutuhkan, sehingga melakukan pembelian secara berlebihan sebagai stok.⁴⁹

Melakukan perilaku *panic buying* disebabkan karena adanya ketakutan atas kelangkaan barang yang akan terjadi ketika pandemi masih berlangsung. Kelangkaan barang yang dibutuhkan ketika pandemi akan merugikan karena barang akan hilang dipasaran dan harga melambung tinggi. Sehingga untuk mensiasati agar barang kebutuhan dapat terpenuhi, maka dilakukan pembelian barang secara berlebihan atau lebih banyak daripada yang sedang dibutuhkan.⁵⁰

Barang-barang yang dibeli secara berlebihan adalah barang-barang berupa kebutuhan pangan, vitamin, dan keperluan anak-anak. Barang-barang tersebut adalah minyak makan, gula putih, bawang, cabe, telur, vitamin C, multivitamin sebagai penunjang

⁴⁷ Tono selaku masyarakat Iringmulyo (wawancara pada hari Senin 13 September 2021)

⁴⁸ Siska selaku pembeli (wawancara pada hari Kamis 26 Agustus 2021)

⁴⁹ Siswi Wulandari selaku pembeli (wawancara pada hari Kamis 26 Agustus 2021)

⁵⁰ Siska, Beni dan Siswi Wulandari selaku pembeli (wawancara pada hari Kamis 26 Agustus 2021)

daya tahan tubuh, minyak kayu putih, obat-obatan, dan kebutuhan pokok lainnya.⁵¹

Membeli barang secara berlebihan memberi rasa tenang karena tidak perlu khawatir lagi dengan kelangkaan yang akan terjadi saat pandemi masih berlangsung.⁵² Ketika sudah membeli barang dengan stok yang banyak akan memberi rasa aman, tidak takut lagi kehabisan barang yang dibutuhkan karena barang diluar sedang langka.⁵³ Setelah membeli barang dengan stok yang banyak, tidak ada rasa khawatir lagi akan kekurangan barang kebutuhan sehari-hari.⁵⁴

Dampak dari perilaku *panic buying* adalah terjadinya kelangkaan barang dipasaran sehingga harga melambung tinggi. Dengan menipisnya stok barang yang dibeli secara berlebihan, masyarakat lain yang membutuhkan dan tidak memiliki banyak uang untuk membeli barang sebagai stok ketika pandemi masih berlangsung akan dirugikan karena tidak akan mendapatkan barang yang dibutuhkan.⁵⁵

Faktor-faktor yang menjadi penyebab perilaku *panic buying* adalah adanya rasa khawatir, cemas, ketakutan akan kekurangan

⁵¹ Siska, Beni dan Siswi Wulandari selaku pembeli (wawancara pada hari Kamis 26 Agustus 2021)

⁵² Siswi Wulandari selaku pembeli (wawancara pada hari Kamis 26 Agustus 2021)

⁵³ Siska selaku pembeli (wawancara pada hari Kamis 26 Agustus 2021)

⁵⁴ Beni selaku pembeli (wawancara pada hari Kamis 26 Agustus 2021)

⁵⁵ Siska, Beni, dan Siswi Wulandari selaku pembeli (wawancara pada hari Kamis 26 Agustus 2021)

barang-barang yang dibutuhkan.⁵⁶ Yang menyebabkan perilaku *panic buying* adalah keadaan stres dan merasa tidak aman mengenai kekurangan barang yang sedang dibutuhkan saat ini.⁵⁷

Beberapa penyebab masyarakat melakukan tindakan *panic buying* ditengah pandemi covid-19 adalah tindakan *panic buying* dipengaruhi oleh orang lain yang melakukan tindakan *panic buying*. Karena pada umumnya masyarakat akan berperilaku meniru dan mengamati orang lain untuk melakukan hal yang sama.⁵⁸

Tindakan *panic buying* untuk menghindari resiko, baik dari sisi ketersediaan, keamanan, dan sisi finansial. Karena sebagian besar masyarakat beranggapan untuk dapat menekan resiko jika sudah mendapatkan barang dalam jumlah banyak. Tindakan *panic buying* dilakukan untuk memberikan rasa ketenangan pada diri pelakunya akibat kecemasan karena keadaan yang tidak menentu. Tindakan *panic buying* dipengaruhi karena didasari oleh ketidakpastian keadaan yang dihadapi, karena pandemi covid-19 tidak kunjung berakhir.⁵⁹

Perilaku *panic buying* yang dilakukan oleh masyarakat berpengaruh terhadap barang-barang yang dibutuhkan karena

⁵⁶ Yuni selaku masyarakat Iringmulyo (wawancara pada hari Senin 13 September 2021)

⁵⁷ Tono selaku masyarakat Iringmulyo (wawancara pada hari Senin 13 September 2021)

⁵⁸ Yuni dan Tono selaku masyarakat Iringmulyo (wawancara pada hari Senin 13 September 2021)

⁵⁹ Yuni dan Tono selaku masyarakat Iringmulyo (wawancara pada hari Senin 13 September 2021)

ketika masyarakat membutuhkan barang-barang dikemudian hari, masyarakat tidak mendapatkan barang tersebut. Barang yang dibutuhkan oleh masyarakat semakin menipis dan kehabisan stok sehingga masyarakat dirugikan.⁶⁰

Dampak dari perilaku *panic buying* yang dilakukan oleh masyarakat adalah menipisnya stok barang-barang yang sedang dibutuhkan.⁶¹ Dampaknya adalah akan kekurangan stok barang yang ada dan harga yang diberikan akan sangat tinggi.⁶²

Adanya perilaku *panic buying* yang dilakukan oleh masyarakat sangat merugikan masyarakat umum yang tidak melakukan perilaku *panic buying*. Perilaku *panic buying* akan menyebabkan barang-barang yang dibutuhkan hilang di pasaran. Walaupun barang-barang yang dibutuhkan ada, namun harga barang tersebut akan sangat tinggi. Sehingga masyarakat umum akan sangat dirugikan dengan perilaku *panic buying* tersebut.⁶³

Berdasarkan hasil wawancara dengan penjual dapat diketahui bahwa:

Banyak masyarakat atau pembeli yang membeli secara berlebihan di ritel yang dikelola.⁶⁴ Di ritel yang dikelola tidak banyak masyarakat yang membeli barang secara berlebihan,

⁶⁰ Yuni dan Tono selaku masyarakat Iringmulyo (wawancara pada hari Senin 13 September 2021)

⁶¹ Yuni selaku masyarakat Iringmulyo (wawancara pada hari Senin 13 September 2021)

⁶² Tono selaku masyarakat Iringmulyo (wawancara pada hari Senin 13 September 2021)

⁶³ Yuni dan Tono selaku masyarakat Iringmulyo (wawancara pada hari Senin 13 September 2021)

⁶⁴ Teguh dan Kiki selaku Penjual (wawancara pada hari Sabtu 28 Agustus 2021)

hanya ada beberapa pembeli saja yang membeli barang dengan stok yang banyak.⁶⁵

Barang-barang yang banyak dibeli oleh masyarakat yang mengalami perilaku *panic buying* adalah barang-barang berupa kebutuhan pangan dan vitamin.⁶⁶ Barang-barang yang banyak dibeli adalah barang-pokok dan keperluan anak-anak.⁶⁷ Barang-barang yang banyak dibeli adalah bahan sembako seperti minyak makan, gula putih, bawang, cabe, dan telur. Multivitamin seperti vitamin C, *imboost force*, renovit multivitamin dan mineral sebagai penunjang daya tahan tubuh maupun keperluan anak-anak seperti minyak kayu putih, obat-obatan untuk anak, dan kebutuhan anak-anak lainnya.⁶⁸

Omzet pada saat pandemi covid-19 berlangsung ada peningkatan karena banyak masyarakat yang membeli banyak barang-barang sebagai stok.⁶⁹ Omzet pada saat pandemi covid-19 berlangsung tidak ada peningkatan, masih seperti biasa karena barang-barang yang dijual disesuaikan dengan kebutuhan, seperti untuk pembeli yang akan membeli minyak makan, akan dibatasi maksimal 2 pcs.⁷⁰

⁶⁵ Yanto selaku Penjual (wawancara pada hari Kamis 26 Agustus 2021)

⁶⁶ Teguh selaku Penjual (wawancara pada hari Sabtu 28 Agustus 2021)

⁶⁷ Teguh dan Kiki selaku Penjual (wawancara pada hari Sabtu 28 Agustus 2021)

⁶⁸ Yanto selaku Penjual (wawancara pada hari Kamis 26 Agustus 2021)

⁶⁹ Yanto dan Kiki selaku Penjual (wawancara pada hari Kamis dan Sabtu 26 dan 28 Agustus 2021)

⁷⁰ Teguh selaku Penjual (wawancara pada hari Sabtu 28 Agustus 2021)

Dampak dari perilaku *panic buying* yang dilakukan oleh masyarakat perilaku *panic buying* menyebabkan kelangkaan barang dan dapat mengakibatkan berbagai kebutuhan pokok rumah tangga termasuk kebutuhan pangan habis tak tersisa, yang akhirnya menyebabkan masyarakat yang benar-benar memerlukan makanan tersebut menjadi kesulitan untuk mendapatkan makanan.⁷¹ Dampak perilaku *panic buying* adalah menipisnya stok barang-barang yang banyak dibutuhkan, sehingga harga barang tersebut menjadi naik dan sangat menguntungkan bagi penjual.⁷² Dampak perilaku *panic buying* adalah harga barang semakin mahal dan persediaan barang menipis.⁷³

Solusi yang dilakukan dalam mengatasi dampak dari perilaku *panic buying* yang dilakukan oleh masyarakat adalah dengan membatasi pembelian barang-barang yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat sehingga semua kalangan masyarakat masih mendapatkan barang-barang yang sedang dibutuhkan.⁷⁴ Solusi yang diberikan adalah dengan memberikan penjelasan kepada masyarakat agar tidak membeli barang-barang secara berlebihan.⁷⁵ Solusi yang diberikan adalah lebih mengharapkan solusi dari pemerintah, agar pemerintah sendiri yang menjaga

⁷¹ Teguh selaku Penjual (wawancara pada hari Sabtu 28 Agustus 2021)

⁷² Yanto selaku Penjual (wawancara pada hari Kamis 26 Agustus 2021)

⁷³ Kiki selaku Penjual (wawancara pada hari Sabtu 28 Agustus 2021)

⁷⁴ Teguh selaku Penjual (wawancara pada hari Sabtu 28 Agustus 2021)

⁷⁵ Yanto selaku Penjual (wawancara pada hari Kamis 26 Agustus 2021)

kestabilan barang-barang yang banyak dibutuhkan masyarakat, agar tetap stabil.⁷⁶

Tindakan *panic buying* dapat diartikan pada sebuah kecemasan dan ketakutan individu akibat sebuah ancaman. Tindakan *panic buying* dalam sisi psikologi juga berhubungan dengan dimensi interpersonal, konflik psikologis, stress, rasa takut, cemas, dan khawatir atau rasa tidak aman, dan perasaan tidak tenang yang menjadi pemicu paling utama. Lingkungan juga menjadi faktor masyarakat melakukan tindakan *panic buying*. Kurangnya ketersediaan barang dan informasi yang bersumber dari masyarakat dan media massa yang terkadang dapat mengakibatkan masyarakat berperilaku demikian.

3. Analisis Perilaku *Panic Buying* pada Masa Pandemi Covid-19 Perspektif Hukum Ekonomi Syariah di Kelurahan Iringmulyo Kota Metro

Berdasarkan hasil wawancara dapat dianalisis bahwa pembeli menyimpan barang-barang kebutuhan untuk keperluan di hari-hari berikutnya. Barang-barang yang dibeli disimpan dan digunakan ketika barang-barang tersebut dibutuhkan. Membeli barang-barang secara berlebihan dan disimpan dalam waktu yang lama dalam Hukum Ekonomi Syariah termasuk ke dalam kategori penimbunan atau *ikhhtikar*.

Selama pandemi sedang berlangsung, selain cemas dan takut untuk tertular penyakitnya, orang-orang juga cenderung mengalami

⁷⁶ Kiki selaku Penjual (wawancara pada hari Sabtu 28 Agustus 2021)

kecemasan apabila tidak mendapatkan barang yang dibutuhkan untuk melindungi diri dari pandemi maupun barang-barang yang dibutuhkan untuk mempertahankan hidupnya di hari-hari mendatang. Peristiwa tersebut menjadi pemicu terjadinya *panic buying*. Orang yang mengalami kecemasan berlebihan cenderung akan melakukan perilaku-perilaku untuk menjaga keselamatannya selama pandemi berlangsung juga secara berlebihan. Hal serupa juga berlaku ketika perilaku *panic buying* terjadi pada orang-orang dengan kecemasan berlebihan selama pandemi Covid-19 berlangsung.

Terdapat gangguan kecemasan yang umum diderita oleh setiap individu ketika menghadapi sebuah stressor. Gangguan kecemasan tersebut tetap memiliki gejala seperti terus-menerus merasa khawatir, tertekan, dan sering gelisah. Dalam konteks pandemi, gejala-gejala kecemasan tersebut yang dapat mendorong keputusan melakukan *panic buying*.

Kecemasan yang dirasakan selama pandemi COVID-19 bergantung pada kemampuan coping masing-masing individu. Hasil wawancara menunjukkan kelima subjek merasakan kecemasan selama pandemi COVID-19, sedangkan satu subjek lainnya merasa biasa saja dan bahkan cenderung tidak merasakan kecemasan sehingga tidak mengalami *panic buying*. Maka dari itu, paparan dalam hasil penelitian ini merupakan hasil wawancara yang diperoleh dari kelima subjek narasumber cemas saja. Kecemasan subjek penelitian selama pandemi

ditunjukkan dengan perasaan panik dan cemas ketika COVID-19 menyebar di Indonesia. Hal tersebut terjadi karena masyarakat mengembangkan perasaan takut untuk terinfeksi oleh virus ini. Kecemasan tersebut juga diperparah oleh adanya pemberitaan COVID-19 melalui televisi, media sosial, dan media digital lainnya.

Kecemasan akibat pandemi COVID-19 ini dapat berakibat pada rasa takut untuk berinteraksi dengan orang lain. Kelima subjek penelitian mengungkapkan bahwa dirinya merasa sangat cemas ketika berinteraksi dengan orang lain meskipun itu teman sendiri sehingga subjek membatasi berhubungan dengan orang lain. Jika memang dirasa terpaksa harus berhubungan dengan orang lain, maka subjek memilih untuk menerapkan protokol kesehatan seperti jaga jarak minimal 1 meter, memakai masker, mencuci tangan, dan memakai *hand sanitizer*.

Kecemasan dalam berhubungan dengan orang lain karena takut tertular tersebut membuat kelima subjek juga menjadi takut ketika harus berpergian ke tempat keramaian. Selama pandemi COVID-19 ini, tempat-tempat keramaian yang paling sering dikunjungi oleh subjek adalah tempat perbelanjaan seperti mall, swalayan, dan minimarket. Rasa cemas yang dirasakannya selama pandemi COVID-19 diakui subjek dapat mempengaruhi perilaku belanjanya. Temuan wawancara menunjukkan bahwa keempat subjek merasa jika kecemasan selama pandemi mendorong perilaku belanja sedangkan satu subjek lainnya tidak merasa perilaku belanjanya dipengaruhi oleh rasa cemas, tetapi

lebih banyak dipengaruhi oleh dorongan oleh orang-orang terdekatnya yang mengalami kecemasan. Keempat subjek yang didorong kecemasan internal tadi akan mendapatkan rasa tenang setelah membeli barang yang dirasa penting untuk dimiliki di masa pandemi ini. Selain itu, kekhawatiran untuk kehabisan stok barang terutama barang yang dianggap sangat dibutuhkan selama pandemi COVID-19, seperti masker dan hand sanitizer juga memicu perilaku *panic buying*.

Pembelian dalam jumlah banyak karena ingin memuaskan rasa ketenangan, memenuhi keinginan diri sendiri, takut harga barang yang dibutuhkan naik pesat, khawatir kehabisan suatu barang, takut tidak bisa keluar, dan faktor kebutuhan. Barang-barang yang biasanya dibeli oleh subjek adalah kebutuhan pokok (beras, mie, minyak, sabun, dan lain-lain).

Setelah melakukan pembelian dalam jumlah banyak, keempat subjek yang melakukan *panic buying* karena kecemasan internal menjadi merasa senang, nyaman, puas, dan tenang karena stok kebutuhan sehari-hari terpenuhi hanya dengan sesekali keluar rumah, tetapi timbul sedikit penyesalan karena uang subjek terkuras habis. Tak hanya subjek, temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa sebagian orang di sekitar subjek juga melakukan pembelian dalam jumlah banyak, terutama pada usia dewasa. Hal tersebut banyak dilatarbelakangi oleh keinginan untuk meminimalisasi frekuensi bepergian ke luar rumah, terlebih di sebagian daerah dengan pengawasan dan perizinan keluar-masuk yang cukup

ketat. Selain kebutuhan pokok, barang yang dibeli adalah alat pelindung diri seperti masker dan hand sanitizer, padahal sebelum pandemi, alat tersebut tidak begitu diperlukan.

Selain untuk meminimalisasi frekuensi bepergian ke luar rumah, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa subjek melakukan pembelian dalam jumlah banyak karena dipengaruhi informasi yang ada di media massa, seperti informasi kenaikan harga bahan pokok, promosi produk, serta berita perkembangan pandemi COVID-19 yang membuat subjek semakin khawatir. Namun, peneliti menemukan sebagian subjek yang melakukan pembelian dalam jumlah banyak karena inisiatif pribadi dan keluarga. Terkait dorong eksternal untuk melakukan panic buying, kebanyakan subjek menyatakan bahwa media sosial menjadi media yang paling bisa memengaruhi masyarakat sehingga memicu untuk melakukan panic buying. Akan tetapi ada juga yang merasa bahwa tidak semua media bisa mempengaruhi perilaku individu, sebab semua kembali pada masing-masing individu tersebut.

Penimbunan barang yang dilakukan oleh individu atau masyarakat dalam situasi gawat atau darurat seringkali disebut dengan istilah panic buying. *Panic buying* dapat disebabkan oleh kurang komprehensifnya informasi yang diterima oleh masyarakat. Masyarakat juga menjadi korban dari disinformasi, hingga rumor terkait kenaikan harga secara drastis pada berbagai kebutuhan primer dan perlengkapan protokol kesehatan. Dampaknya, muncul kekhawatiran di masyarakat

sehingga perilaku belanja masyarakat menjadi pasif-agresif sebagai bentuk mekanisme pertahanan diri.

Terdapat dua kekhawatiran yang muncul di masyarakat. Pertama, kekhawatiran apabila tidak belanja hari ini, maka harga barang di esok hari bisa naik. Kedua, jika tidak belanja hari ini, maka barang tersebut akan habis di esok hari. Demikianlah kondisi panic buying yang saat ini terjadi, terutama untuk kebutuhan pokok dan alat pelindung diri. Semakin banyak individu yang mencari suatu barang, seperti alat pelindung diri, maka permintaan terhadap suatu barang tersebut akan semakin besar. Sebagaimana hukum demand and supply dalam ilmu ekonomi menyatakan bahwa apabila terjadi permintaan yang tinggi, maka jumlah persediaan barang akan semakin sedikit dan harga barang akan semakin tinggi.

Faktor tersebut yang dimanfaatkan oleh sebagian penjual yang mencari keuntungan lebih dalam situasi seperti saat ini karena dalam kondisi darurat, masyarakat cenderung membeli barang melampaui kebutuhan. Semakin banyak individu yang melakukannya, maka akan terjadi kelangkaan barang karena disequilibrium antara demand dan supply. Kelangkaan akibat dis-equilibrium demand dan supply dapat mengakibatkan kenaikan harga. Untuk mengantisipasi dan mencegah terjadinya panic buying, salah satu subjek menyatakan bahwa masyarakat tentu membutuhkan kejelasan informasi dari pihak berwenang.

Informasi yang diberikan oleh pemerintah tidak boleh sampai tumpang tindih. Idealnya, informasi yang diterima oleh masyarakat seharusnya mampu mengendalikan tekanan psikologis masyarakat, terutama yang disebabkan oleh merebaknya hoax. Selain itu, salah satu subjek menyatakan bahwa langkah konkret lain yang dapat dilakukan oleh pemerintah adalah pembagian alat pelindung diri secara gratis kepada masyarakat di berbagai tempat, seperti di pusat keramaian, perkantoran, dan lembaga pendidikan, sebagaimana yang telah dilakukan sebelumnya ketika terjadi bencana alam, agar masyarakat tidak meresahkan ketersediaan masker di pasaran, serta memperkecil kesempatan bagi penimbun barang.

Aksi panic buying yang dilakukan masyarakat langsung berdampak pada lonjakan harga di pasar ritel. Aksi panic buying menyebabkan kenaikan jumlah belanja harian dibanding hari biasanya. Perilaku panic buying merupakan problem psikologis yang biasanya terjadi karena ketidaklengkapan informasi yang diterima oleh masyarakat. Hal ini menimbulkan kekhawatiran masyarakat dan mendorong tindakan belanja secara masif sebagai upaya penyelamatan diri. Fenomena *panic buying* tidak selalu didasari oleh ancaman yang sifatnya nyata. Selama pandemi Covid-19, sebagian besar orang membelanjakan barang kebutuhan secara berlebihan karena terdorong oleh narasi-narasi semu yang dibagikan melalui media.

Sebagaimana penjelasan tersebut, masyarakat tidak hanya diperhadapkan pada problem ancaman virus, tetapi juga terancam oleh pandemi informasi yang tak semuanya sesuai dengan kenyataan. Panic buying membuat banyak orang kesulitan memenuhi kebutuhannya. Terlebih di masa krisis, pemenuhan kebutuhan hidup seharusnya mendapat perhatian bersama. Bukannya mencari jalan menyelamatkan diri sendiri sehingga abai pada kepentingan orang lain.

Panic Buying adalah perilaku Penimbunan barang yang dilakukan oleh konsumen atau masyarakat ketika situasi dipandang gawat atau darurat sebagai upaya menjaga stok kebutuhan pokok. Perilaku ini kerap muncul sebagai bentuk persiapan menghadapi bencana atau wabah, sehingga masyarakat berasumsi bahwa adanya kekhawatiran jika tidak membeli dalam jumlah banyak, maka stok barang tersebut akan habis, atau harga barang akan semakin mahal. Perilaku *panic buying* dipengaruhi oleh factor psikologis karena kurangnya informasi secara menyeluruh yang diterima oleh masyarakat. Hal ini berakibat menimbulkan kekhawatiran masyarakat yang dengan cepat sehingga mengakibatkan tindakan belanja secara masif dengan tujuan berjaga-jaga.

Tindakan *panic buying* jika dikaji dalam sosiologi dapat digolongkan pada perilaku kolektif yang muncul tiba-tiba, secara spontan, dan diluar kebiasaan sebagai respon cepat terhadap setau perilaku maupun keadaan. Beberapa Keadaan yang bisa memunculkan tindakan panic buying diantaranya adalah karena konflik manusia, bencana alam,

dan wabah atau Pandemi. Maka dapat dikatakan bahwa tindakan *panic buying* pada Pandemi Corona saat ini merupakan perilaku masyarakat yang terjadi secara tiba-tiba dan tidak dapat dikontrol.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan fatwa mengharamkan memborong kebutuhan pokok karena panik (*panic buying*). Poin penting fatwa MUI berkaitan dengan virus Tindakan yang menimbulkan kepanikan dan/atau menyebabkan kerugian publik, seperti memborong dan menimbun bahan kebutuhan pokok dan menimbun masker hukumnya haram.

MUI telah mengeluarkan fatwa mengenai virus corona. Salah satu poin penting adalah masyarakat memiliki tanggung jawab untuk mencegah penyebaran virus, namun tanpa menimbulkan kepanikan. Seperti tindakan *panic buying* yang dilakukan oleh masyarakat. Dimana MUI mengharamkan tindakan yang menimbulkan kepanikan di tengah masyarakat.

K. Penutup

1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan mengenai perilaku *panic buying* di Kelurahan Iringmulyo Kota Metro dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah pada masa pandemi covid-19 bahwa *panic buying* adalah perilaku penimbunan barang yang dilakukan oleh konsumen atau masyarakat di Kelurahan Iringmulyo sebagai upaya menjaga stok kebutuhan pokok keluarganya.

Perilaku ini muncul sebagai bentuk persiapan menghadapi wabah covid-19 yang tengah melanda, sehingga masyarakat berasumsi bahwa ada rasa khawatir atau cemas jika tidak membeli dalam jumlah banyak dan stok barang yang dibutuhkan akan habis di pasaran. Perilaku *panic buying* dipengaruhi oleh faktor psikologis karena kurangnya informasi secara menyeluruh yang diterima oleh masyarakat sehingga mengakibatkan tindakan belanja secara masif dengan tujuan berjaga-jaga. Dalam Hukum Ekonomi Syariah tindakan yang menimbulkan kepanikan dan/atau menyebabkan kerugian publik, seperti memborong dan menimbun bahan kebutuhan pokok hukumnya haram. Perilaku *panic buying* yang menimbulkan kerugian tidak dibenarkan dalam Hukum Ekonomi Syariah.

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, ada beberapa saran yang peneliti berikan diantaranya sebagai berikut :

- a. Kepada penjual hendaknya lebih bijaksana dalam menjual barang-barang kebutuhan, agar tidak terjadi kelangkaan yang merugikan pihak-pihak tertentu.
- b. Kepada para masyarakat/pembeli hendaknya tidak terlalu cemas akan barang-barang yang dibutuhkan karena semua barang-barang pokok sudah diatur oleh pemerintah dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Rian dan Azman Arsyad, “*Larangan Salat Jumat Masa Pencegahan Covid-19; Studi Analisis Fatwa MUI Nomor 14 Tahun 2020*”, Shautuna, Vol. 2 No. 1 Januari 2021.
- Aisa Manilet, “*Kedudukan Masalah Dan Utility dalam Konsumsi: Masalah Versus Utility*”, Jurnal Tahkim, Vol. XI, No.1, 2015.
- Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jawa Barat: CV Jejak, 2018).
- Bahri, Andi, “*Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam*”, Jurnal Studi Islamika, Vol. 11, No. 2, Desember, 2014.
- Budiharto, (*Metodologi Penelitian Kesehatan: dengan Contoh Bidang Ilmu Kesehatan Gigi*), Jakarta: EGC, 2008.
- Cindy Sovhie Aprilia, “*Perilaku Panic Buying Dan Berita Hoaks Covid-19 Di Kota Bandung*”, Jurnal Communio : Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 10, No. 1, Januari 2021, Diakses pada tanggal 03 Februari 2021 dalam website <http://ejurnal.undana.ac.id>.
- Dalimana Telaumbana, “*Urgensi Pembentukan Aturan Terkait Pencegahan Covid-19 Di Indonesia*”, QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Agama, Vol. 12, No.1, 2020.
- Eka Sakti Habibullah, “*Hukum Ekonomi Syariah dalam Tatahan Hukum Nasional*”, Al Mashlahah Jurnal Hukum Islam Dan Pranata Sosial Islam.
- Eko Sugiarto, *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi Dan Tesis*, (Yogyakarta: Suaka Media, 2015).
- Fatwa MUI berkaitan dengan virus corona
- Gilbert A. Churchill JR, *Dasar-Dasar Riset Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2001).
- HR. Ahmad, Ibnu Abi Syaibah, al-Bazzar, Abu Ya’la al-Mushili, alHakim, ad-Daruquthni, dan Abu Na’im dari Ibnu Umar r.a., Nashbur Raayah, jilid 4.
- Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta: Kencana, 2010).

- Ikhawan Aulia Fatahillah, “Implementasi Konsep Etika dalam Konsumsi Perspektif Islam”, Jurnal Hukum Ekonomi Islam, Vol. III, No.1, 2013.
- J.R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif: Jemis, Karakteristik Dan Keunggulannya*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2010).
- Muh. Fitrah dan Luthfiah, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas Dan Studi Kasus*, (Jawa Barat: CV. Jejak, 2017).
- Muhamad Agus Mushodiq dan Ali Imron, “Peran Majelis Ulama Indonesia Dalam Mitigasi Pandemi Covid-19; Tinjauan Tindakan Sosial dan Dominasi Kekuasaan Max Weber”, SALAM; Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i FSH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Vol. 7 No. 5 (2020).
- Muhammad Abdan Shadiqi, Rima Hariati, Khaerullah Fadhli Arasy Hasan, Noor I’annah, dan Wita Al Istiqomah, *Panic buying pada pandemi COVID-19: Telaah literatur dari perspektif psikologi*”, Jurnal Psikologi Sosial, Special Edition COVID-19 Vol. 18, No. xx, xx-xx.
- Nur Rahmah dan Munadi Idris, “Impulsive Buying Behaviour Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah (2018) 1 (2), Diakses pada tanggal 03 Februari 2021 dalam website <http://journal.iaialmawar.ac.id/index.php/jeps/article/view/79/37>
- Riska Ariska & Abdul Aziz, “Penimbunan Barang Perspektif Hukum Ekonomi Islam”, IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- Said Kelana Asnawi dan Chandra Wijaya, *Riset Keuangan: Pengujian-Pengujian Empiris*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005).
- Siti Khayisatuzahro Nur, *Panic Buying Di Masa Pandemi Dan Relevansinya Dengan Ikhtikar Dalam Padangan Islam*”, At-Tasharruf; Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah, Vol. 1 No.2. Oktober 2019, Diakses pada tanggal 03 Februari 2021 dalam website https://www.researchgate.net/publication/349108139_PANIC_BUYING_DI_MASA_PANDEMI_DAN_RELEVANSINYA_DENGAN_IKHTIKAR_DALAM_PADANGAN_ISLAM/link/6020bff1a6fdcc37a80e66f3/download
- Siti Khayisatuzahro Nur, *Panic Buying Di Masa Pandemi Dan Relevansinya Dengan Ikhtikar Dalam Padangan Islam*”, At-Tasharruf; Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah, Vol. 1 No.2. Oktober 2019.

DOKUMENTASI

Gambar 1. Wawancara dengan Beni selaku Pembeli pada Tanggal 26 Agustus 2021



Gambar 2. Wawancara dengan Siswi Wulandari selaku pembeli pada Tanggal 26 Agustus 2021



Gambar 3. Wawancara dengan Siska selaku pembeli pada Tanggal 26 Agustus 2021



Gambar 4. Wawancara dengan Yuni selaku masyarakat Iringmulyo pada Tanggal
13 September 2021



Gambar 5. Wawancara dengan Kiki selaku Penjual pada Tanggal 28 Agustus 2021



Gambar 6. Wawancara dengan Yanto selaku Penjual pada Tanggal 26 Agustus 2021

RIWAYAT HIDUP



Indah Suranti, dilahirkan di Pekurun Selatan Kecamatan Abung Tengah Kabupaten Lampung Utara, pada tanggal 04 April 1999. Anak ke dua dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Romadhoni dan Ibu Nur Siyah

Berikut riwayat pendidikan formal yang telah peneliti tempuh :

1. SD Negeri 7 Pekurun Selatan pada Tahun 2005-2011
2. SMP Negeri 02 Abung Tengah Pada Tahun 2011-2014
3. SMK Negri 01 Kotabumi Pada Tahun 2014-2017

Kemudian peneliti melanjutkan pendidikannya diperguruan tinggi strata satu pada Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah di IAIN Metro Lampung Tahun Akademik 2017/2018.