

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

COVID-19 telah menyebar ke 212 negara per tanggal 4 Mei 2020 dengan jumlah kasus seluruh dunia mencapai 3.581.475 kasus secara keseluruhan, 248.536 jumlah kasus meninggal dunia dan 1.159.422 dinyatakan sembuh.¹ Di Indonesia sendiri virus corona mulai dideteksi setelah Presiden Joko Widodo mengumumkan ada dua warga negara yang telah positif corona pada tanggal 2 maret 2020. Saat ini jumlah kasus corona di Indonesia semakin meningkat, per tanggal 4 mei 2020 berjumlah 11.587 orang, meninggal 864 dan sembuh 1.954 kasus seluruh indonesia.

Menyebarnya pandemi COVID-19 menyebabkan kecemasan masyarakat di seluruh dunia. Kecemasan tersebut terjadi tidak hanya karena penularan virus, melainkan juga kecemasan akan pemenuhan kebutuhan pokok masyarakat. Pasca diumumkan bahwa terdapat dua orang warga Indonesia yang terjangkit COVID-19 pada bulan Maret 2020, masyarakat mulai melakukan aksi borong kebutuhan pokok, obat-obatan dan alat pelindung diri lainnya. Meskipun pemerintah telah menjamin ketersediaan bahan pangan yang cukup, hal ini tetap membuat masyarakat merasa cemas.²

¹<https://www.kompas.com/sains/read/2020/05/04/100200023/update-corona-4-mei-358-juta-orang-terinfeksi-1159422-semuh> Diakses tanggal 10 Februari 2021. Pukul 14:14 WIB

²<https://www.kompas.com/sains/read/2020/05/04/100200023/update-corona-4-mei-358-juta-orang-terinfeksi-1159422-semuh> Diakses tanggal 10 Februari 2021. Pukul 14:14 WIB

Penyebaran virus corona di beberapa negara termasuk Indonesia menyebabkan *social shocking* di semua lapisan masyarakat. Dua jenis gejala sosial yang muncul dan menyebar di dunia kala awal masa pandemi adalah *panic buying* dan *scarcity*. *Panic buying* merupakan salah satu mekanisme yang terjadi ketika suatu barang menjadi langka pada saat waktu mendesak hal ini akan menyebabkan rasa kecemasan pada orang lain. Hal ini terjadi ketika *demand* lebih tinggi dari pada *supply* sehingga menjadi ancaman yang cukup besar sehingga membuat individu lainnya merasa tidak aman. Maka itu *panic buying* dikaitkan dengan perasaan tidak aman dan ketidakstabilan dalam situasi tertentu.³ Perilaku *panic buying* ditunjukkan ketika konsumen membeli produk dalam jumlah besar untuk mengantisipasi, selama atau setelah bencana dirasakan, atau untuk mengantisipasi kenaikan harga atau kelangkaan barang.⁴

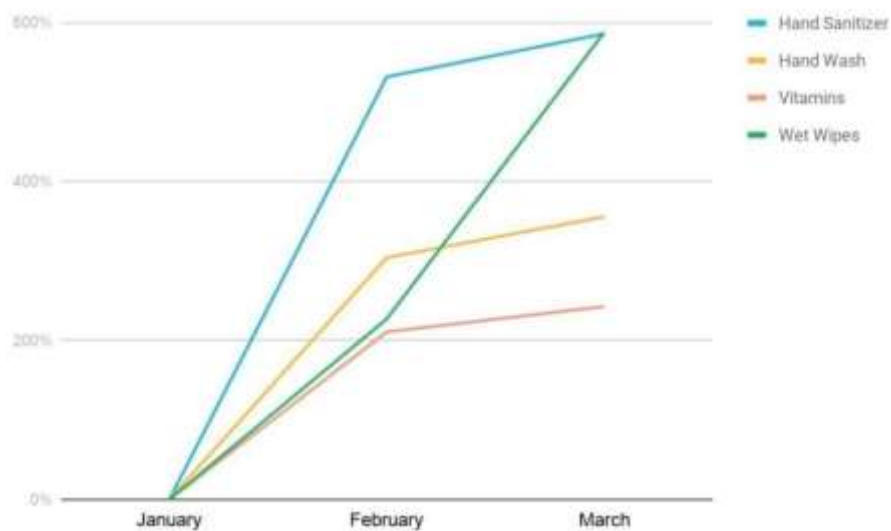
Fenomena *panic buying* ini akan menyebabkan ketidakseimbangan jumlah distribusi stok, terutama untuk yang membutuhkan. Menurut Sirclo, perusahaan *enabler ecommerce*, mengatakan bahwa peningkatan terbesar terjadi pada penjualan produk sanitasi tangan atau *hand sanitizer*, yang peningkatannya mencapai 531% pada bulan Februari tahun 2020 lalu.

³ Arafat, S. dkk. *Psychological Underpinning Of Panic Buying During Pandemic (COVID-19)*. *Psychiatry Research*. 2020. Hlm.10

⁴Yuen, K. F., dkk. *The psychological causes of panic buying following a health crisis*. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2020. 17(10). Hlm. 58.

Gambar 1.1

Produk yang mengalami peningkatan pembelian pada bulan Februari dan Maret (% mewakili peningkatan penjualan).



Sumber: Detikinet, 2020

Produk sabun tangan mengalami peningkatan mencapai 304%. Posisi ketiga ditempati oleh produk tisu basah dengan peningkatan 227%. Produk kesehatan dan suplai vitamin juga mengalami peningkatan penjualan sebesar 210%. Angka ini terus meningkat hingga bulan Maret 2020.⁵

Gejala sosial ini tidak hanya terjadi di beberapa kota besar. Hal ini tentunya juga terjadi di Kota Palembang. Beberapa apotek dan *minimarket* yang menjual masker dan cairan antiseptik sudah tak lagi ditemukan alias kosong. Bahkan dua barang ini pun sulit didapatkan sejak beberapa pekan terakhir. Karena tidak dapat

⁵<https://inet.detik.com/business/d-4961921/pandemi-corona-penjualan-hand-sanitizer-di-ecommerce-meningkat-500> Diakses tanggal 31 Maret 2021. Pukul 14:15 WIB

dari pihak distributor, walaupun ada distributor yang menjual masker harganya pun tidak sama. Terkait kapan kedua barang itu masuk, tidak dapat dipastikan.⁶

Tidak hanya di Apotek tentunya kelangkaan masker dan kebutuhan pokok seperti sandang dan pangan juga berdampak di Pasar Tradisional Kota Palembang salah satunya adalah Pasar 16 Ilir. Sektor perdagangan merasakan perputaran uang yang lamban. Kondisi ini disampaikan oleh salah satu pedagang baju di Pasar 16 Ilir Palembang. Sejak kasus COVID-19 terkonfirmasi ada di Palembang, aktivitas jual beli menjadi sepi. Tidak banyak mendapatkan keuntungan seperti tahun-tahun sebelumnya.⁷

Fenomena menyebarnya tindakan *panic buying* di masa pandemi ini ternyata menyebabkan kelangkaan (*scarcity*) 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.

Scarcity adalah keadaan ketidakseimbangan antara kebutuhan dan ketersediaan barang yang dibutuhkan. Pengaruh harga yang tinggi dan faktor produksi yang terbatas dengan faktor permintaan yang tinggi menjadi pencetus *scarcity* yang selalu terjadi di saat kejadian tertentu seperti masa awal pandemi virus COVID-19

⁶ <https://news.detik.com/berita/d-4924526/masker-hingga-antiseptik-mulai-langka-di-palembang>. Diakses tanggal 6 Maret 2021. Pukul 11:51 WIB

⁷ <https://sumsel.idntimes.com/news/sumsel/muhammad-rangga-erfizal/pedagang-pasar-16-palembang-mulai-lirik-penjualan-online/1>. Diakses tanggal 6 Maret 2021. Pukul 12:20 WIB

tahun 2020.⁸ 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.

Terjadinya fenomena *scarcity* tersebut membuat sejumlah oknum atau pengusaha menaikkan harga secara tidak wajar. Dan menimbun barang terutama kebutuhan pokok. Tindakan penimbunan terhadap barang-barang tertentu yang dilakukan dengan sengaja meskipun digunakan demi penyelamatan dan keuntungan diri sendiri dalam pandangan Islam disebut dengan *ihtikar*. Dimana penimbunan ini diupayakan untuk mendapatkan keuntungan semata sehingga dapat merugikan dan membahayakan orang lain. Meskipun secara motif, untuk kebutuhan sehari-hari tanpa dijual kembali, tentunya hal ini akan berpengaruh pada pasokan barang yang tidak maksimal di pasaran. Dan lebih parah lagi jika kepentingan penimbunan barang tersebut secara tidak langsung merebut hak orang lain yang lebih membutuhkan seperti masker yang dibutuhkan oleh pihak medis.⁹

Dalam ekonomi Islam menimbun barang yang telah dibeli pada saat harga bergejolak tinggi untuk menjualnya dengan harga yang lebih tinggi pada saat dibutuhkan oleh penduduk setempat atau lainnya disebut dengan *ihtikar*. *Ihtikar*

⁸ Wening Purbatin Palupi Soenjoto dan Agus Mujiyon. 2020. Fenomena *panic buying* dan *scarcity* di Masa Pandemi COVID-19 Tahun 2020 (Kajian Secara Ekonomi Konvensional dan Syariah). *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis*. 6(2). Hlm. 128.

⁹ Wening Purbatin Palupi Soenjoto dan Agus Mujiyon. 2020. Fenomena *panic buying* dan *Scarcity* di Masa Pandemi COVID-19 Tahun 2020 (Kajian Secara Ekonomi Konvensional dan Syariah). *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis*. 6(2). Hlm. 128

biasanya dilakukan dengan membuat *entri barriers*, yakni menghambat penjual atau produsen lain masuk kepasar. Agar ia menjadi pemain tunggal di pasar (monopoli). *Ihtikar* atau monopoli diharamkan dalam Islam, sesuai dengan hadis-hadis Rasulullah Saw.

Salah satu Hadits Riwayat Muslim Rasulullah Saw. Bersabda :¹⁰

مَنْ اخْتَكَرَ فَهُوَ خَاطِئٌ

Artinya : “Barangsiapa menimbun maka dia telah berbuat dosa. (HR. Muslim 1605)”.

Dalam hadis ini Rasulullah Saw. Melarang monopoli, dengan menjelaskan pelaku monopoli adalah *khoti*. Istilah *hati* dalam hadits ini adalah berdosa, maka praktik monopoli tergolong dosa dan maksiat yang dilarang dan diharamkan.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti dan mengangkat judul tentang **“Panic Buying dan Scarcity di Masa Pandemi Covid-19 Dan Relevansinya Dengan *Ihtikar* Dalam Pandangan Islam (Studi Pada Pengusaha Muslim di Pasar 16 Ilir Kota Palembang)”**.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Siti Khayisatuzahro Nur menunjukkan bahwa tindakan *panic buying* akibat adanya pandemi corona tidak dapat dibenarkan dalam Islam. Dalam konteks Islam, tindakan *panic buying* dapat digolongkan pada *ihthikar* (penimbunan) yang merupakan salah satu kejahatan ekonomi dan melanggar norma hukum dan agama.¹¹ Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sappeami dan

¹⁰Oni Sahroni dan Adiwarmanto A.Karim. Maqashid Bisnis dan Keuangan Islam Sintesis Fikih dan Ekonomi. Depok : PT. Raja Grafindo Persada. Hlm. 111.

¹¹Siti Khayisatuzahro Nur. *Panic buying Di Masa Pandemi Dan Relevansinya Dengan ihtikar Dalam Padangan Islam*. At-Tasharruf; Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah. 2020. Vol.1. No.2. Hlm. 79-87.

Siti Aisyah menunjukkan bahwa kemunculan virus corona memberikan dampak yang sangat besar terhadap roda kehidupan manusia, salah satunya adalah roda perekonomian yang tak lagi stabil. Keadaan ini dijadikan kesempatan bagi sebagian oknum untuk menyerap keuntungan dari sesamanya. Ketersediaan beberapa barang seperti masker, *hand sanitizer* dan bahan pokok lainnya yang mulai langka mengakibatkan *panic buying* dan memicu pelaku ekonomi menimbun barang (*Ihtikar*) tertentu kemudian menjualnya dengan harga yang cukup tinggi, bahkan dua kali lipat dari harga normal.¹²

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang dipaparkan diatas, maka peneliti merumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengusaha Muslim di Pasar 16 Ilir kota Palembang menghadapi *panic buying* dan *scarcity* di masa pandemi COVID-19?
2. Bagaimana dampak *panic buying* dan *scarcity* di masa pandemi COVID-19 dan relevansinya dengan *ihtikar* dalam pandangan Islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas peneliti memiliki tujuan dalam penelitiannya, antara lain :

1. Untuk mengetahui bagaimana Pengusaha Muslim di Pasar 16 ilir kota Palembang menghadapi *panic buying* dan *scarcity* di masa pandemi

¹² Sappeami dan Siti Aisyah. M. Dampak COVID-19 Terhadap Praktik Jual-Beli: Analisis *Ihtikār* Dalam Hukum Islam. Vol. 5. No.1. 2020. Hlm. 27-47.

2. Untuk mengetahui bagaimana dampak *panic buying* dan *scarcity* di masa pandemi *COVID-19* dan relevansinya dengan *ihthikar* dalam pandangan Islam

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak- pihak yang berkepentingan. Secara rinci penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

- a. Untuk pengembangan keilmuan di bidang sistem ekonomi Islam yang dapat dijadikan penelitian lebih lanjut.
- b. Untuk menambah khasanah kajian ilmu sistem ekonomi Islam khususnya menyangkut pengaruh hubungan *Panic Buying* dan *Scarcity* Di Masa Pandemi Covid-19 dan Relevansinya Dengan *Ihtikar* Dalam Pandangan Islam dapat dijadikan rujukan untuk penelitian sejenis di masa mendatang.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan penulisan dalam pengusaha serta penghayatan peneliti terhadap pengetahuan yang didapat dan dipelajari selama perkuliahan, serta menambah pengetahuan peneliti dalam aktivitas organisasi secara konkrit.

- b. Bagi Pengusaha

Memberikan pertimbangan bagi pengusaha, khususnya Pengusaha Muslim di Pasar 16 Ilir Palembang dalam mengelola bisnisnya untuk

mengantisipasi terjadinya praktik *ihtikar dalam* fenomena *panic buying* dan *scarcity* di masa pandemi covid-19 yang dilarang dalam agama Islam.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari 5 bab yang masing-masing dirincikan dengan pembagian beberapa sub bab sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi pendahuluan yang menjelaskan tentang latar belakang penelitian ini dilakukan secara keseluruhan. Selain itu juga memaparkan rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang landasan teori yang terdiri dari teori-teori yang terdiri dari teori-teori yang mendasari penelitian ini. Bab ini juga menjabarkan pembahasan hasil penelitian terdahulu, kerangka konsep, serta hubungan antar variabel dan pengembangan hipotesis penelitian.

BAB III METEDOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang ruang lingkup penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber dan jenis data, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variabel-variabel penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan pembahasan yang merupakan inti dari penelitian. Gambaran mengenai *Panic Buying* dan *Scarcity* Di Masa Pandemi Covid-19 Dan Relevansinya Dengan *Ihtikar* Dalam Pandangan Islam

BAB V KESIMPULAN

Bab ini merupakan bagian penutup yang terdiri dari simpulan dan saran dari kegiatan penelitian yang telah dilakukan.