

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. *Protection Motivation Theory (PMT)*

Protection Motivation Theory (PMT) merupakan teori yang dikembangkan oleh Roger pada tahun 1975 sebagai pengembangan dari *expectancy-value theory* untuk melengkapi pemahaman dampak ketakutan yang muncul pada perubahan tingkah laku. PMT adalah suatu proses penilaian ancaman dan proses penilaian tanggapan yang mengakibatkan niat untuk melaksanakan tanggapan adaptif (motivasi perlindungan) atau mal adaptif (menempatkan seseorang pada resiko). PMT merupakan teori perilaku yang berfungsi mengembangkan intervensi untuk mengurangi ancaman pada individu dengan penelitian dan mengintegrasikan konsep psikologis, sosiologis, dan bidang-bidang lainnya yang terkait. PMT awalnya diterapkan pada bidang kesehatan.¹³

Teori motivasi perlindungan adalah niat seseorang untuk melindungi diri dari bahaya yang muncul setelah menerima rekomendasi yang membangkitkan rasa takut. Artinya PMT melibatkan segala ancaman yang muncul pada individu tersebut. PMT juga dapat dikatakan sebagai teori perubahan perilaku. Hal ini

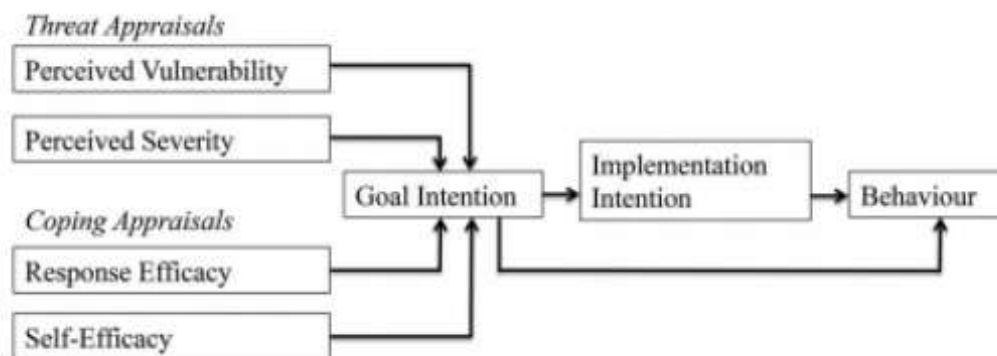
¹³ Hernikawati, Dewi. Dampak penggunaan broadband terhadap perilaku keamanan informasi (sebuah proposal desain penelitian). jurnal studi komunikasi dan media. 2016. Vol.20. No.1. Hlm. 77-87.

berasal dari beberapa jenis stimulus seperti rasa takut yang mengkomunikasikan ancaman dan respons yang disarankan untuk ancaman tersebut. Oleh karena itu kita bisa meneliti hal tersebut dari pandangan individu terhadap ancaman yang ada tanpa memperhatikan mekanisme perubahan perilaku tertentu.¹⁴

Pada model teori motivasi perlindungan, bahwa adanya dua konstruksi penilaian ancaman (*perceived severity and perceived vulnerability*) dan konstruk penilaian coping (*response efficacy and self-efficacy*) yang dimana konstruksi tersebut mengarah pada niat tujuan (misalnya teori motivasi perlindungan), dan niat tujuan tersebut mengarah pada perilaku. Persepsi tingkat keparahan (PS) ini menilai seberapa serius seseorang

Gambar 2.1

Protection Motivation Model



Sumber: Tesis Ina Melati. Penggunaan Teori Motivasi Perlindungan.

¹⁴ Johnston, A., Siponen, M., & Warkentin, M. 2015. *An enhanced fear appeal rhetorical framework: Leveraging threats to the human asset through sanctioning rhetoric*. *Mis Quarterly*, Hlm. 113-134.

percaya bahwa ancaman tersebut membahayakan nyawanya. Persepsi kerentanan (PV) ini dapat diartikan sebagai kerentanan individu terkena penyakit yang mengancamnya. Kemanjuran response (RE) dapat diartikan harapan individu yang meyakini respons koping atau rekomendasi untuk mencegah ancaman. Efikasi diri (SE) dapat dinilai dari seberapa percaya dirinya seseorang dalam melakukan tanggapan untuk mencegah ancaman. Selain menilai ancaman dan penilaian koping akan berpengaruh kepada niat seseorang, sementara itu niat tujuan tersebut dapat diukur untuk mengidentifikasi perilaku seseorang dimasa depan.¹⁵

B. *Ihtikar*

1. Pengertian *Ihtikar*

Monopoli atau *ihlikâr* adalah menimbun barang agar yang beredar di masyarakat berkurang, lalu harganya naik.¹⁶

Definisi yang diberikan oleh ulama tentang *ihlikâr* adalah:¹⁷

- a. Muhammad bin Ali Syaekani, mendefinisikan *ihlikâr* sebagai penimbunan atau penahanan barang dagangan dari peredarannya;

¹⁵ Wong, T. Dkk. *The Utility of a Protection Motivation Theory Framework for Understanding Sedentary Behavior. Health Psychology and Behavioral Medicine*, 2016. 29-48.

¹⁶ Subhan, Moh. Pemikiran Ekonomi Yahya Bin Umar Dalam Perspektif Ekonomi Modern, *Jurnal Ulumuna*, 2015. Vol. 1 No. 1.

¹⁷ Mirzha Ayunirraga dan Qudsi Fauzi. Peran Komitmen Dalam Menghindari Ihtikar Sembako di Pasar Krembangan Surabaya (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, *Jurnal Ekonomi Syariah dan Terapan*. 2015. Vol.3. No. 7.

- b. Muhammad bin Muhammad Ghazali, mendefinisikan *ihdikâr* sebagai penyimpanan barang dagangan oleh penjual makanan, untuk menunggu melonjaknya harga, dan penjualannya dilakukan, ketika harga naik; dan
- c. Ulama mazhab Maliki, menyatakan bahwa *ihdikâr* adalah penyimpanan barang oleh produsen baik makanan, pakaian, dan segala jenis barang yang dibutuhkan masyarakat luas, karena dapat berpotensi merusak pasar.

Kata Ihtikar berasal dari kata hakara yang berarti *az-zulm (aniaya)* dan *isa"ah al-mu"asyarah* (merusak pergaulan). Dengan timbangan *ihdikara*, *yahtakiru*, *ihdikar*, kata ini berarti upaya penimbunan barang dagangan untuk menunggu melonjaknya harga.¹⁸

Pengertian ihtikar menurut para ulama sebagaimana dikutip oleh Nasroen Harun dari berbagai sumber adalah sebagai berikut:¹⁹

Menurut Imam asy-Syaukani, *ihdikar* adalah:

الْبَيْعُ عَنِ السَّلْعِ جَبْسٌ

"Penimbunan/penahanan barang dagangan dari peredarannya)"

Menurut Imam al-Ghazali, *ihdikar* adalah:

بِأَنْ يَبْعَ السَّالِعُ يَدَ خِزِّ السَّلْعِ يَنْتَظِرُ بِهِ غَلَاءَ الْأَسْعَارِ

¹⁸ Taqiyuddin, Hilman. *Al-ihdikar* (Penimbunan Barang Dagangan) Dan Peran Pemerintah Dalam Menanganinya Guna Mewujudkan Stabilitas Ekonomi. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. 2018. Vol. 10 No. 1 Hlm. 21.

¹⁹ Taqiyuddin, Hilman. *Al-ihdikar* (Penimbunan Barang Dagangan) Dan Peran Pemerintah Dalam Menanganinya Guna Mewujudkan Stabilitas Ekonomi. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. 2018. Vol. 10 No. 1 Hlm. 22..

“Penyimpanan barang dagangan oleh penjual makanan untuk menunggu melonjaknya harga”.

Menurut Ulama Malikiyah, *ihthikar* adalah:

أَلَا دُخَارَ لِلْبَيْعِ فِي جَمِيعِ نَأْيِ شَيْءٍ مِنَ الطَّعَامِ وَاللِّبَاسِ وَكُلِّ مَا أَصْرَبَ بِالسُّوقِ

“Penyimpanan barang oleh produsen: baik makanan, pakaian, dan segala barang yang boleh merusak pasar”.

Monopoli (*Ihtikar*) Monopoli secara harfiah berarti di pasar hanya ada satu penjual. Frank Fisher menjelaskan kekuatan monopoli sebagai "*the ability to act in unconstrained way*" (kemampuan bertindak [dalam menentukan harga] dengan caranya sendiri), sedangkan Besanko menjelaskan monopoli sebagai penjual yang menghadapi "little or no competition" (kecil atau tidak ada persaingan) di pasar. Dalam Islam keberadaan satu penjual di pasar, atau tidak adanya pesaing, atau kecilnya persaingan di pasar, bukanlah suatu hal yang terlarang. Siapa pun boleh berdagang tanpa peduli apakah dia satu-satunya penjual atau ada penjual lain. Jadi monopoli dalam artian harfiah, boleh-boleh saja. Akan tetapi, siapa pun dia tidak boleh melakukan ihtikar.²⁰

Ihtikar adalah mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi. Abu Hurairah ra meriwayatkan hadis Rasulullah Saw. sebagai berikut:

²⁰Adiwarman A Karim. *Ekonomi Mikro Islam*. Depok: Rajawali pers. Hlm. 199

"Barangsiapa yang melakukan ihtikar untuk merusak harga pasar sehingga harga naik secara tajam, maka ia berdosa." (Riwayat Ibnu Majah dan Ahmad).

Di zaman Rasulullah Saw., salah satu cara melakukan ihtikar adalah dengan cara menimbun agar harga naik akibat kelangkaan tersebut. Secara lebih spesifik mazhab Syafii dan Hanbali mendefinisikan ihtikar sebagai:

"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."

2. Jenis Produk *Ihtikar*

Menurut Ulama Malikiyah, sebagian Hanabilah, Abu Yusuf, dan Ibn Abidin (keduanya Hanafiyah) bahwa, ihtikar tidak terbatas pada makanan, pakaian, hewan. Tapi seluruh prodak yang diperlukan masyarakat.²¹

Illat (motivasi hukum) *ihlikar*, adalah "kemudharatan yg menimpa orang banyak". Sementara Imam asy-Syaukani, tidak merinci prodak apa saja, dan tidak membedakan ihtikar apakah pasar dalam stabil atau tidak. Menurut Fathi al-Duraini: asy-Syaukani mengharamkan ihtikar pada seluruh benda. Siapa yang melakukan penimbunan barang ditujukan merusak harga pasar, sehingga harga naik secara tajam, maka ia telah berbuat salah.²²

²¹ Taqiyuddin, Hilman. *Al-ihlikar* (Penimbunan Barang Dagangan) Dan Peran Pemerintah Dalam Menanganinya Guna Mewujudkan Stabilitas Ekonomi. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. 2018. Vol. 10 No. 1 Hlm. 22

²² Taqiyuddin, Hilman. *Al-ihlikar* (Penimbunan Barang Dagangan) Dan Peran Pemerintah Dalam Menanganinya Guna Mewujudkan Stabilitas Ekonomi. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. 2018. Vol. 10 No. 1 Hlm. 23.

Mengenai jenis produk ihtikar, menurut al-Ghazali adalah hanya terbatas pada bahan makanan pokok. Adapun jenis makanan yang tidak termasuk makanan pokok atau makanan yang tidak membantu atau tidak bisa dijadikan pengganti makanan pokok, itu tidak termasuk objek jenis ihtikar/ tapi apabila bisa membantu makanan pokok seperti daging dan buahbuahan, itu termasuk jenis objek ihtikar.²³

Yusuf Qaradawi mengatakan bahwa dilarang melakukan monopoli terhadap semua jenis barang yang dibutuhkan oleh manusia, baik itu makanan, obat-obatan, pakaian, perlengkapan sekolah, perabot rumah tangga, atau perabot kantor. Alasannya adalah umumnya lafal atau redaksi hadits yang berbunyi “Tidak ada seorangpun yang memonopoli kecuali orang-orang yang bersalah”. Jadi, intinya, barang siapa melakukan monopoli, ia berdosa. Redaksi hadis ini bersifat umum, sedangkan nas} tentang larangan monopoli yang dikhususkan terhadap makanan saja bersifat khusus. Redaksi yang khusus tidak bisa menafikan redaksi yang umum.

Sebagian ulama Mazhab Hambali dan Imam al-Gazali mengkhususkan keharaman ihtikār pada jenis produk makanan saja. Alasannya, karena yang dilarang dalam nas} hadis hanyalah makanan. Menurut mereka, karena masalah ihtikār menyangkut kebebasan pemilik barang untuk menjual barangnya dan kebutuhan orang banyak, maka larangan itu harus terbatas pada

²³ Taqiyuddin, Hilman. *Al-ihikar* (Penimbunan Barang Dagangan) Dan Peran Pemerintah Dalam Menanganinya Guna Mewujudkan Stabilitas Ekonomi. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. 2018. Vol. 10 No. 1 Hlm. 23.

apa yang ditunjuk oleh nas saja.¹⁴ Sedangkan ulama dari kalangan Mazhab Syafi'i dan Hanafi membatasi ihtikār pada komoditas yang berupa makanan bagi manusia dan hewan. Menurut mereka, komoditas yang terkait dengan kebutuhan orang banyak pada umumnya hanya dua jenis ini. Oleh sebab itu, perlu dibatasi.²⁴

3. Dasar Hukum *Ihtikar*

Menurut Al-Ghazali yang menjadi dasar hukum al-ihtikar adalah Al-Qur'an surat al-Hajj (22) ayat 25, sebagai berikut:²⁵

وَمَنْ يُرِدْ فِيهِ بِالْحَادِ بِظُلْمٍ نُذِقْهُ مِنْ عَذَابِ أَلِيمٍ

“Dan siapa yang bermaksud di dalamnya melakukan kejahatan secara zalim, niscaya akan Kami rasakan kepadanya sebahagian siksa yang pedih”.

Ayat ini menjelaskan bahwa *ihtikār* adalah haram. Karena *ihtikār* adalah perbuatan zalim dan aniaya. Dan berbuat zalim adalah dilarang. Perbuatan zalim jika dilakukan akan menyebabkan seseorang mendapat siksa yang pedih.

²⁴ Taqiyuddin, Hilman. *Al-ihtikar* (Penimbunan Barang Dagangan) Dan Peran Pemerintah Dalam Menanganinya Guna Mewujudkan Stabilitas Ekonomi. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. 2018. Vol. 10 No. 1 Hlm. 23

²⁵ Taqiyuddin, Hilman. *Al-ihtikar* (Penimbunan Barang Dagangan) Dan Peran Pemerintah Dalam Menanganinya Guna Mewujudkan Stabilitas Ekonomi. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. 2018. Vol. 10 No. 1 Hlm. 23

Orang yang mendapat siksa yang pedih adalah karena melakukan hal yang dilarang. Maka dari itu *ihdikār* adalah haram.²⁶

مَنْ اَحْتَكِرَ الطَّلْعَامَ اَرْبَعِينَ يَوْمًا فَقَدْ بَرَّ عَنِ اللَّهِ وَ بَرَّ عَنِ اللَّهِ مِنْهُ

“Barang siapa menimbun makanan selama empat puluh hari maka ia berlepas diri dari Allah dan Allah berlepas diri darinya” (HR. Ahmad dan Hakim dengan sanad yang baik).

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنْ يَحْتَكِرَ الطَّعَامَ , (رواه الأثرم عن أبي أ م م)

Dari Al-Qasim bin Yazid dari Abu Umamah; beliau mengatakan, “Rasulullah melarang penimbunan bahan makanan.” (HR Hakim).

Dalam hadits lain, juga disebutkan:

مَنْ دَخَلَ فِي شَيْءٍ مِنْ أَسْعَارِ الْمُسْلِمِينَ لِيُعْلِيَهُ عَلَيْهِمْ كَمَا نَحَقًا عَلَى اللَّهِ أَنْ يَعْقِدَهُ بِعُطْمٍ مِنَ النَّارِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ (رواه الطبراني عن معقل بن يسار)

“Siapa yang merusak harta pasar, sehingga harga itu melonjak tajam, maka Allah akan menempatkannya (mengalungkan di dalam api neraka pada hari kiamat”.

4. Hukum *Ihtikar*

Pendapat Pertama yang mengharamkan: Menurut Syafi'iyah. Hanabilah, Malikiyah, Zaidiyyah, Zahiriyah: *ihdikar* haram. Menurut Malikiyah berpendapat *ihdikar* adalah haram dan harus dicegah oleh pemerintah.

²⁶ Taqiyuddin, Hilman. *Al-ihdikar* (Penimbunan Barang Dagangan) Dan Peran Pemerintah Dalam Menanganinya Guna Mewujudkan Stabilitas Ekonomi. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. 2018. Vol. 10 No. 1 Hlm. 24.

Syafi'iyah: *ihthikar* berarti *khatha*, berarti pengingkaran syari'ah. Menurut Hanabilah, haram karena bermadharat bagi masyarakat dan Negara. Menurutnya Al-Ghazali *ihthikar* merupakan kezaliman yang universal (akibatnya merugikan banyak orang) dan pelakunya dicela oleh syara'. Yang menjadi illat (argumentasi hukum) ada atau tidak adanya keharaman menurut al-Ghazali adalah ada atau tidak adanya suatu kemudharatan.²⁷

Menurut Ibnu Qudamah, *ihthikar* diharamkan:

نَحَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنْ يَحْتَكِرَ الطَّعَامَ , (رواه الأثرم عن أبي أمامة)

“Rasulullah saw melarang untuk melakukan *ihthikar* dalam keperluan pokok manusia (HR. AL-Atsram dari Adi Umamah).

Menurut Imam al-Kasani, (pakar fiqh Hanafi), *ihthikar* haram, Menurutnya: ada 2 kemaslahatan yang bertentangan yaitu kemaslahatan penjual dan kemaslahatan pembeli (konsumen), yang didahulukan adalah kemaslahatan konsumen.

Pendapat kedua, menurut ulama Hanafiyah: *ihthikar*: makruh tahrir. Makruh tahrir: haram yang didasarkan dalil Zhanni. Larangan *ihthikar* berupa hadits Ahad, sedang kehujahan hadits ahad hanyalah zhanni. 9 Ulama yang melarang *ihthikar* berpendapat bahwa:²⁸

²⁷ Taqiyuddin, Hilman. *Al-ihthikar* (Penimbunan Barang Dagangan) Dan Peran Pemerintah Dalam Menanganinya Guna Mewujudkan Stabilitas Ekonomi. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. 2018. Vol. 10 No. 1 Hlm. 24.

²⁸ Taqiyuddin, Hilman. *Al-ihthikar* (Penimbunan Barang Dagangan) Dan Peran Pemerintah Dalam Menanganinya Guna Mewujudkan Stabilitas Ekonomi. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. 2018. Vol. 10 No. 1 Hlm. 24.

- a. Pemerintah berhak memaksa penjual untuk berjualan dengan harga standar pasar bila terjadi ihtikar.
- b. Apabila pedagang membantah, hakim berhak menyita dagangan nya
- c. Arus ada usaha preventif dan represif pemerintah
- d. Pemerintah harus menetapkan harga yang adil pada setiap komoditi. Usaha pemerintah tersebut di atas, merupakan upaya untuk mewujudkan kemaslahatan masyarakat sesuai dengan tugas imam atau pemerintah:

تَصَرَّفُ الْإِمَامِ عَلَى الرَّأْيَةِ مُنْوَطٌ بِإِلْمَصْلَحَةِ

“Tindakan penguasa harus senantiasa mengacu kepada kemaslahatan orang banyak”.

C. *Panic Buying*

1. Definisi *Panic Buying*

Panic buying merupakan salah satu mekanisme yang terjadi ketika suatu barang menjadi langka pada saat waktu mendesak hal ini akan mengaktifkan 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.²⁹

²⁹Arafat, S. dkk. 2020. *Psychological underpinning of panic buying during pandemic (COVID-19)*. *Psychiatry Research*.

Panic buying adalah reaksi psikologis terhadap krisis saat ini dan ketakutan akan gangguan ke rantai pasokan. Hal tersebut terjadi karena permintaan produk atau kebutuhan yang tinggi sehingga terjadi pengurangan produk atau barang.³⁰

Definisi *panic buying* dijelaskan sebagai perilaku konsumen berupa tindakan orang membeli produk dalam jumlah besar untuk menghindari kekurangan di masa depan. *Panic buying* sering terlihat selama terjadinya pandemi atau epidemi yang mengarah pada kekurangan sumber daya. Pemberitaan media tentang kekurangan sumber daya dan hal-hal penting dari kehidupan sehari-hari semakin meningkatkan kecenderungan *panic buying*.³¹ *panic buying* terjadi ketika konsumen membeli produk untuk mengantisipasi kenaikan harga atau kelangkaan produk di saat atau setelah bencana terjadi, terlepas adanya resiko tersebut benar terjadi atau tidak.³²

Panic buying adalah perilaku belanja konsumen yang didorong oleh kekhawatiran dan ketakutan akan ketersediaan barang di masa depan dengan tetap mencari manfaat fungsional dari proses belanja, namun dalam jumlah yang berlebihan atau di luar kebutuhan konsumen tersebut. Ciri-ciri perilaku

³⁰ Prentice, C. dkk. *Timed intervention in COVID-19 and panic buying*. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2020

³¹ Roy, D. dkk. *Study of knowledge, attitude, anxiety & perceived mental healthcare needs in Indian population during COVID-19 pandemic*. *Asian Journal of Psychiatry*. 2020.

³² C. K. Singh, & Pushpendu Rakshit. *A Critical Analysis to comprehend panic buying behaviour of Mumbaikar 's in COVID -19 era* . *Studies in Indian Place Names*. 69. 2020. Hlm 44–51.

ini ditandai dengan perilaku yang tiba-tiba, tidak terkontrol, dilakukan banyak orang, berlebihan, dan didasari oleh kekhawatiran³³

Fenomena *panic buying* dipicu dengan adanya stressor berubah munculnya wabah virus COVID-19. Walaupun secara alamiahnya manusia akan mengalami stress saat dalam keadaan dan ketakutan sehingga muncullah perilaku *panic buying* pada awal masa pandemi. Model psikologis menekankan peran interpretasi dari stressor yaitu penilaian kognitif apakah stimulus tersebut mengancam atau membahayakan dan berbentuk membeli secara besar-besaran produk-produk kesehatan untuk mencegah penyebaran virus.

Dari beberapa definisi *panic buying* di atas dapat disimpulkan bahwa *panic buying* merupakan reaksi masyarakat ketika muncul kekhawatiran dalam keadaan genting untuk melakukan pembelian barang dalam jumlah besar terutama kebutuhan pokok.

2. *Panic Buying* dalam pandangan Islam

Dalam konteks Islam, tindakan *panic buying* dapat digolongkan pada ihtikar (penimbunan) yang merupakan salah satu kejahatan ekonomi dan melanggar norma hukum dan agama.³⁴ *Ihtikar* adalah mengambil keuntungan

³³ Shadiqi, M. A., Hariati, R., Hasan, K. F. A., I' anah, N., & Istiqomah, W. Al. *Panic buying* pada pandemi *COVID-19*: Telaah literatur dari perspektif psikologi. *Jurnal Psikologi Sosial*. 2020. Vol.18. Hlm. 128

³⁴ Siti Khayisatuzahro Nur. Siti Khayisatuzahro Nur. 2020. *panic buying Di Masa Pandemi Dan Relevansinya Dengan ihtikar Dalam Padangan Islam. At-Tasharruf*; Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah. 1(2). Hlm.85

diatas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.

3. Penyebab Masyarakat Melakukan tindakan *Panic Buying*³⁵

- a. Tindakan *panic buying* bisa dipengaruhi orang lain karena adanya transfer dan perilaku meniru dan mengamati orang lain untuk melakukan hal yang sama.
- b. 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.
- c. Tindakan *panic buying* dilakukan untuk memberikan rasa ketenangan pada diri pelakunya akibat kecemasan karena keadaan yang tidak menentu.
- d. Tindakan *panic buying* bisa dipengaruhi karena didasari oleh ketidakpastian keadaan yang dihadapi.

4. Proses *Panic Buying*

Proses *panic buying* dianalisa berdasarkan penilaian :³⁶

³⁵ Siti Khayisatuzahro Nur. 2020. *panic buying Di Masa Pandemi Dan Relevansinya Dengan ihtikar Dalam Padangan Islam. At-Tasharruf*; Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah. 1(2). Hlm.81

³⁶ Shadiqi, M. A., Hariati, R., Hasan, K. F. A., I'anah, N., & Istiqomah, W. Al. *Panic buying pada pandemi COVID-19: Telaah literatur dari perspektif psikologi. Jurnal Psikologi Sosial*. 2020. Vol.18. Hlm. 128

- a. Penilaian primer merupakan evaluasi situasi apakah sebagai situasi yang mengancam, membahayakan, atautkah menantang. Pada awal masa pandemi, hampir semua orang di dunia ini mengalami fase “kaget” yang dirasakan memberikan stress dan ancaman. Virus yang tidak kasat mata namun mematikan walau pada manusia tanpa gejala (Orang Tanpa Gejala). Rasa saling ketakutan akan tertular menimbulkan stress berkelanjutan.
- b. Penilaian sekunder merupakan evaluasi terhadap sumber daya yang dimiliki, baik dalam arti fisik, psikis, sosial, maupun materi. Proses penilaian primer dan sekunder akan menentukan *strategi coping* dapat diklasifikasikan dalam *direct action* (pencarian informasi, menarik diri, atau mencoba menghentikan *stressor*) atau bersifat paliatif yaitu menggunakan pendekatan psikologis melalui meditasi, menilai ulang situasi.³⁷ Dalam hal ini pentingnya edukasi dan sosialisasi tentang virus COVID-19 dan bagaimana pencegahannya secara realistis dan tepat.

5. Tahapan Stress Dampak *Panic Buying*

Ada tiga tahap stress yaitu .³⁸

³⁷ 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.

³⁸ Siti Khayisatuzahro Nur. 2020. *panic buying Di Masa Pandemi Dan Relevansinya Dengan ihtikar Dalam Padangan Islam. At-Tasharruf*; *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah*. 1(2). Hlm.81

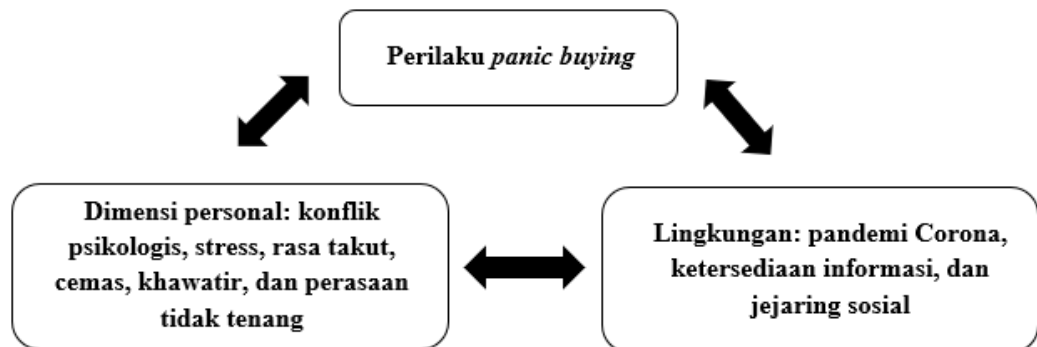
- a. Tahap reaksi tanda bahaya, resistensi, dan tahap kelelahan. Hal ini terjadi pada masa awal pandemi, sesuatu yang baru, reaksi psikis secara global yang dialami hampir sama oleh manusia di seluruh dunia.
- b. Tahap reaksi tanda bahaya adalah tahap dimana tubuh secara otomatis menerima tanda bahaya yang disampaikan oleh indera. Tubuh siap menerima ancaman atau menghindar terlihat dari otot menegang, keringat keluar, sekresi adrenalin meningkat, jantung berdebar karena darah dipompa lebih kuat sehingga tekanan darah meningkat. Manifestasi yang muncul adalah *panic buying* yang berdampak *scarcity*. Pemberlakuan *social distancing*, *physical distancing* dan karantina mandiri mampu memicu stress terutama bagi orang-orang yang terbiasa beraktivitas diluar rumah akan menimbulkan kebosanan yang tinggi.
- c. Tahap resistensi atau proses stress. Proses stress tidak hanya bersifat otomatis hubungan antara stimulus respon, tetapi dalam proses disana telah muncul peran peran kognisi. Sehingga perilaku-perilaku abnormal *panic buying* dan dampak yang terjadi adalah *scarcity* di awal masa pandemi COVID-19.

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.³⁹ Jika dapat dihubungkan, maka ketiga dimensi dapat mempengaruhi satu sama lain yang mana dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 2.2

Dinamika Teori kognitif Sosial Pada *Panic Buying*



Sumber: Muhammad Shadiqi. *Panic Buying pada pandemi COVID-19*. Jurnal Psikologi Sosial.

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

³⁹ Abdan, Muhammad Shadiqi, *Panic Buying Pada Pandemi COVID-19: Telaah Literatur Dari Perspektif Psikologi*. Jurnal Psikologi Sosial, Special Edition COVID-19. 2020. Vol. 18. No. xx, xx-xx

yang lain. Sehingga jika dimungkinkan, bahwa *panic buying* merupakan respon sosial masyarakat atas ketidakpastian akan kondisi yang dialami. Maka Pandemic corona sebagai faktor lingkungan perlu untuk dikendalikan semaksimal mungkin sebagai upaya antisipasi meningkatnya tindakan *panic buying*.

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.⁴⁰

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

⁴⁰ Manilet, Aisa. *Kedudukan Masalah Dan Utility dalam Konsumsi: Masalah Versus Utility*. Jurnal Tahkim. 2015. Vol. XI, No.1.

itu semakin naik.⁴¹ Walaupun di masa pandemi, masyarakat diperbolehkan untuk melakukan persiapan dalam keadaan genting. Secara bijak, pemerintah menyarankan bagi masyarakat untuk lebih bijak dalam melakukan belanja untuk ketersediaan barang tetap stabil dan dinikmati oleh orang banyak.

Untuk itu, masyarakat dihimbau untuk tetap tenang dalam menghadapi *panic buying*, diantaranya adalah :

- 1) Membatasi penjualan barang, misal setiap orang hanya diperbolehkan membeli dalam jumlah tertentu dalam waktu tertentu (perhari atau perminggu).
- 2) Membuat aturan prioritas bagi orang-orang yang membutuhkan misalkan APD dan masker untuk tenaga medis.
- 3) Pemerintah bekerjasama dengan masyarakat dalam mengendalikan dan mengontrol distribusi barang secara merata dan tepat sasaran
- 4) Menyediakan pembelian daring dengan menerapkan jumlah barang dan prioritas kebutuhan.
- 5) Menyebarkan informasi yang positif, jelas, dan transparan akan ketersediaan barang.
- 6) Menekan penyebaran informasi yang menyesatkan (hoaks).

⁴¹ Bahri, Andi, *Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Studia Islamika, 2014. Vol. 11, No. 2.

- 7) Menerapkan besaran harga lebih mahal jika konsumen membeli barang dari jumlah yang diperlukan
- 8) Serta ikut berperan aktif dalam kegiatan sosial dan penggalangan dana bagi masyarakat yang terdampak pandemi.

Untuk mengantisipasi dan memitigasi tindakan *panic buying* lebih sering lagi, Maka diperlukan informasi yang jelas dan sumber dari pihak-pihak yang berwenang. Hal ini diupayakan untuk meredam tekanan psikologis masyarakat agar tidak bertindak gegabah dan di luar perencanaan. Langkah konkret yang dapat diupayakan juga bisa dilakukan oleh pemerintah dengan memberikan donasi dan pembagian masker gratis bagi masyarakat. Dengan menyikapi fenomena pandemi corona, tidak selayaknya memanfaatkan keadaan untuk kepentingan pribadi. Sanksi tegas pun dapat diberlakukan bagi masyarakat jika tetap melakukan kegiatan *panic buying*. Maka diharapkan peran pemerintah dan masyarakat sangat penting dalam menghadapi krisis ekonomi pada saat ini. Terlebih lagi jika masyarakat sadar untuk selalu mementingkan kepentingan bersama demi terciptanya rasa aman dan nyaman di lingkungan keluarga, sosial dan masyarakat.⁴²

D. Scarcity

1. Definisi Scarcity

⁴² Manilet, Aisa. *Kedudukan Masalah Dan Utility dalam Konsumsi: Masalah Versus Utility*. Jurnal Tahkim. 2015. Vol. XI, No.1.

Istilah krisis selalu dikaitkan dengan tidak seimbangnya antara *supply* (ketersediaan) dengan *demand* (kebutuhan), yaitu ketika angka kebutuhan lebih tinggi dari ketersediaan, maka terjadilah krisis. Kekhawatiran terhadap krisis pangan pertama dinyatakan oleh Thomas Robert Malthus bahwa laju pertumbuhan penduduk meningkat berdasarkan deret ukur, sedangkan produksi pangan berdasar deret hitung. Deret ukur dalam pemahaman Malthus diartikan sebagai terjadinya peningkatan berdasar kelipatan yakni: 1, 2, 4, 8, dan seterusnya. Sedangkan deret hitung menjelaskan bahwa peningkatan terjadi berdasar penambahan tetap dengan angka variabel penambah 1, yakni 1, 2, 3, 4 dan seterusnya.⁴³

Dapat dikatakan bahwa teori Malthus mengingatkan bahwa secara alamiah generasi yang akan datang akan memiliki permasalahan yang lebih kompleks berkaitan dengan ketersediaan pangan, dibanding dengan generasi sebelumnya.⁴⁴

Malthus ini bisa dibilang ahli ekonomi yang paling disalah pahami sepanjang masa. Kata sifat “Malthus” yang digunakan saat ini untuk menggambarkan prediksi pesimis kunci-langkah kematian dari manusia ditakdirkan untuk kelaparan melalui kelebihan populasi. Menulis sebelum revolusi industri, Malthus tidak bisa sepenuhnya menghargai dampak dari

⁴³ Muna, Titin Izzatul dan Mohammad Nurul Qomar. *Relevansi Teori Scarcity Robert Malthus Dalam Perspektif Ekonomi Syariah*. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam*. 2020. Vol. 2 No.1. Hlm. 3

⁴⁴ Pieris, K.W.D. 2015. Ketahanan dan Krisis Pangan dalam Perspektif Malthus, Dependensi dan Gender (*Women in Development*), *Jurnal Hubungan Internasional*. 2015. Vol. 8 No.1. Hlm. 1-13.

teknologi (yaitu, pestisida, pendingin, mekanik peralatan pertanian, dan peningkatan hasil panen) pada produksi pangan. Meskipun ia dikenal karena peringatan mengerikan melawan kelebihan penduduk, Malthus tidak menentang pertumbuhan penduduk perse. Sebaliknya, ia menentang pertumbuhan yang akan melampaui suplai makanan. Dia memperkirakan bahwa populasi akan tumbuh secara geometris, sementara pasokan makanan akan meningkat hanya deret hitung, sehingga kelaparan massal. Meskipun Malthus meramalkan *undersupply* bencana komoditas dalam jangka panjang, ia percaya mungkin ada kelebihan pasokan umum dalam jangka pendek. *Oversupplies* ini, yang ia sebut “*glutes*”, menurut pendapatnya, faktor pencegah dari ketidakseimbangan penduduk dan manusia antara lain *Preventive checks* (penundaan perkawinan, mengendalikan hawa nafsu dan pantangan kawin), *Positive checks* (bencana alam, wabah penyakit, kejahatan dan peperangan). Robert Malthus ini mengemukakan beberapa pendapat tentang kependudukan, yaitu :

- 1) Penduduk (seperti juga tumbuhan dan binatang) apabila tidak ada pembatasan akan berkembang biak dengan sangat cepat dan memenuhi dengan cepat beberapa bagian dari permukaan bumi.

- 2) Manusia untuk hidup memerlukan bahan makanan, sedangkan laju pertumbuhan makanan jauh lebih lambat (deret hitung) dibandingkan dengan laju pertumbuhan penduduk (deret ukur).⁴⁵

The concepts of constrained choice and scarcity are central to the discipline of economics menyatakan bahwa *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 tahun 2020.⁴⁶

Terjadinya kelangkaan (*scarcity*) yang dimaksud oleh kapitalis adalah disebabkan oleh adanya kesenjangan antara *unlimited wants* (keinginan yang tidak terbatas) dan *limited resources* (sumber daya yang terbatas), sehingga manusia dituntut mampu mengolah dan menggunakan sumber daya tersebut. Sebagai jawaban atas permasalahan tersebut, sistem kapitalisme mendorong kegiatan produksi untuk mengimbangi kebutuhan manusia yang tidak terbatas.⁴⁷

⁴⁵ Conway, E. 50 Gagasan Ekonomi yang Perlu Anda Ketahui. Jakarta: Esensi Erlangga Group. 2015.

⁴⁶ 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. 127

⁴⁷ Moh Nurul Qomar. *Telaah Kritis Masalah Ekonomi Perspektif*. Muhammad Baqir Al-Sadr. *Jurnal: Iqtishoduna* 2016. Vol. 7. No.1. Hlm. 4.

Dari beberapa definisi *scarcity* di atas dapat disimpulkan bahwa *scarcity* merupakan dampak dari reaksi dan adaptasi masyarakat di awal masa pandemi yang mana masyarakat banyak membeli kebutuhan pokok, dan produk-produk kesehatan sehingga menimbulkan kelangkaan.

2. *Scarcity* dalam pandangan Islam

a. Teori *Scarcity* menurut Baqir As Shadr

Menurut Islam masalah-masalah ekonomi bukan disebabkan oleh kelangkaan sumber sumber material atau alat pemuas kebutuhan maupun terbatasnya kekayaan alam. Memang benar bahwa sumber-sumber produksi terbatas, sementara kebutuhan manusia banyak dan beragam. Namun, bukan berarti bahwa masalah ekonomi yang dihadapi oleh manusia muncul dari akibat kebutuhan manusia yang tidak terbatas. Pendapat yang menyatakan bahwa masalah ekonomi muncul karena adanya kelangkaan, ini dapat dibantahkan karena hal tersebut merupakan semacam pengindraan terhadap penyebab yang sebenarnya ada solusinya.⁴⁸

Baqir al-Sadr menyebut masalah ekonomi terkait dengan kelangkaan bersifat imajiner. Beliau mempunyai pendapat bahwa Allah SWT sebagai pencipta manusia mengetahui kebutuhan manusia sehingga Allah SWT telah menyediakan ketersediaan kebutuhan manusia, sehingga bukan ketersediaan

⁴⁸ Ash Shadr, M. B. 2008. Buku Induk Ekonomi Islam: Iqtishaduna, Cet. I. Jakarta: Zahra.

sumber daya alam yang menjadi masalah utama ekonomi, tetapi manusia yang menyebabkan masalah ekonomi. Pendapat beliau ini didasarkan pada surat Ibrahim ayat 32-34:

“Allah SWT yang telah menciptakan langit dan bumi dan menurunkan air hujan dari langit, kemudian mengeluarkan dengan air hujan itu berbagai buah-buahan sebagai rezeki untukmu. Menundukkan lautan bagimu untuk berlayar dengan kehendakNya, menundukkan matahari dan bulan untukmu yang terus menerus beredar (dalam orbitnya), menundukkan malam dan siang untukmu dan Dia telah memberikan segala sesuatu yang kamu mohonkan kepadaNya. Dan jika kamu menghitung nikmat dari Allah SWT, tidaklah kamu mampu menghitungnya. Sesungguhnya manusia sangat zalim dan sangat mengingkari nikmat.”

Pendapat Baqir al-Sadr ini berimplikasi pada nilai tauhid, di mana Allah SWT menyediakan sumber daya alam sangat banyak untuk memenuhi kebutuhan manusia. Manusia yang berperan sebagai khalifah, dapat memanfaatkan sumber daya yang banyak itu untuk kebutuhan hidupnya. Selanjutnya melalui ayat tersebut, Baqir al-Sadr ingin menunjukkan bahwa masalah utama ekonomi adalah kezaliman dan kekufuran manusia.⁴⁹

b. Teori *Scarcity* Perspektif Mazhab Mainstream

⁴⁹ Qomar, M. N. Telaah Kritis Masalah Ekonomi Perspektif Muhammad Baqir Al-Sadr, Iqtishoduna. 2016. Vol. 7 No.1. Hlm.1-14.

Tokoh mazhab ini antara lain Umar Chapra, Metwally, M. A. Mannan, M. N. Siddiqi, dan lain-lain. Mayoritas mereka adalah para pakar ekonomi yang belajar serta mengajar di universitas Barat dan sebagian besar diantara mereka seorang ekonom Islamic Development Bank (IDB).⁵⁰ Tokoh-tokoh mazhab mainstream juga memberikan sumbangan terkait dengan masalah kelangkaan.

Berbeda dengan mazhab Baqir, mazhab kedua ini justru setuju bahwa masalah ekonomi muncul karena sumber daya yang terbatas yang dihadapkan pada keinginan manusia yang tidak terbatas. Memang benar misalnya, bahwa total permintaan dan penawaran beras di seluruh dunia berada pada titik equilibrium. Namun pada waktu dan tempat tertentu sangat mungkin terjadi kelangkaan sumber daya pada satu tempat dan kelimpahan sumber daya pada tempat yang lain.⁵¹

Dalil yang digunakan oleh mereka adalah Al Quran surat Al Baqarah ayat 155: “dan sungguh akan Kami berikan cobaan kepadamu, dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa dan buah-buahan. dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar.”

Jadi, keterbatasan sumber daya memang ada paling tidak hal ini bisa terjadi di suatu tempat dan waktu tertentu. Mazhab mainstream adalah suatu mazhab yang memiliki pandangan bahwa perbedaan utama antara ilmu ekonomi

⁵⁰ Al Arif, N. R. 2017. Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik. Bandung: CV Pustaka Setia.

⁵¹ Karim, A. A. 2001. Ekonomi Islam: Suatu Kajian Ekonomi Mikro. Jakarta: Karim Business Consulting.

konvensional dengan ilmu ekonomi Islam terletak pada cara untuk mencapai tujuan ilmu ekonomi tersebut, dimana mazhab mainstream menyetujui pandangan ilmu ekonomi konvensional yang menyatakan bahwa ekonomi muncul karena adanya keterbatasan sumber daya ekonomi untuk memenuhi kebutuhan manusia yang tidak terbatas.

Pandangan mazhab mainstream tidak ada bedanya dengan pandangan ekonomi konvensional. Titik pangkal persoalan ekonomi menurut mereka adalah kelangkaan sumberdaya. Namun meskipun sama-sama memandang kelangkaan sebagai titik masalah, tentu saja mazhab mainstream tetap berbeda dengan ekonomi konvensional. Letak perbedaannya adalah madzhab mainstream menegaskan pilihan dalam menata prioritas ekonomi itu tidak bisa diatur semaunya saja. Sebab, perilaku manusia dalam segala aspeknya tak terkecuali masalah ekonomi, diatur dan dipandu oleh Al-Qur'an. Pandangan inilah yang dipopulerkan oleh antara lain M. Umer Chapra, MA Mannan, dan Monzer Kahf.⁵²

3. Hal-Hal Yang Mempengaruhi *Scarcity*

Scarcity atau kelangkaan dipengaruhi.⁵³

a. Masalah pemilihan (*problem of choices*).

b. *Opportunity Cost* dan Pilihan *Rational (Rational Choice)*

⁵² Setiawan, G.H. 2019. Mazhab Ekonomi Mainstream. Indonesiana. Hlm 129.

⁵³ Setiawan, G.H. 2019. Mazhab Ekonomi Mainstream. Indonesiana. Hlm 130.

c. Nilai (*Value*) dan Harga (*Price*)

E. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siti Khayisatuzahro Nur (2020) dengan judul “*panic buying* Di Masa Pandemi Dan Relevansinya Dengan *ihthikar* Dalam Pandangan Islam”. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tindakan *panic buying* dan relevansinya dengan *ihthikar* dalam pandangan Islam. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Studi Pustaka yang bersumber dari sumber dan teori yang relevan dan dikaji secara mendalam. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa tindakan *panic buying* di masa 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 *ihthikar* yang termasuk salah satu transaksi yang dilarang dalam Islam. Untuk menghindari perilaku tersebut, hendaknya diperlukan konsolidasi dan kerjasama dari beberapa pihak terkait guna mengendalikan peredaran barang dipasaran. Terlebihnya, 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.⁵⁴

⁵⁴ Siti Khayisatuzahro Nur. *Panic buying Di Masa Pandemi Dan Relevansinya Dengan ihthikar Dalam Padangan Islam*. At-Tasharruf; Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah. 2020. Vol 1 No. 2. Hlm. 79-87

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wening Purbatin Palupi Soenjoto dan Agus Mujiyono (2020) dengan judul “Fenomena *panic buying* dan *Scarcity* di Masa Pandemi COVID-19 Tahun 2020 (Kajian Secara Ekonomi Konvensional dan Syariah)”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berupa kajian pustaka dengan analisis deskriptif dan pengamatan sosial yaitu suatu proses untuk menghasilkan pengetahuan baru tentang ‘dunia sosial’ (kehidupan sosial) secara pendekatan ilmiah dengan tujuan penelitian yakni menjelaskan kehidupan sosial dan memprediksi kejadian dari kehidupan sosial fenomena *panic buying* dan *scarctiy* di masa pandemi covid 19 tahun 2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, sebenarnya, bukanlah sumber daya alam (nikmat) Allah swt yang terbatas, melainkan kemampuan dalam bentuk ilmu dan ketaqwaan manusia yang terbatas dan dipengaruhi raas serakah dan rakus yang selalu ingin terpenuhi keinginan serta kebutuhannya untuk mengeksplorasi dan mendistribusikan sumber daya diharapkan secara optimal dan adil namun kenyataan banyak terjadi penyimpangan yang menyebabkan *scarcity*. Pengolahan dan pendistribusian sumberdaya alam secara tidak tepat dan adil oleh manusia yang serakah juga telah menyebabkan sebagian manusia lain untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Dalam Islam tidak mengenal konsep *scarcity* sumber daya alam, yang ada hanyalah terbatasnya kemampuan ilmu manusia untuk mengeksplorasi sumber daya alam dan tipisnya kadar keimanan dan tingkat ketaqwaan umat dalam usahanya untuk membangun ekonomi.⁵⁵

⁵⁵ Wening Purbatin Palupi Soenjoto dan Agus Mujiyon. Fenomena *panic buying* dan *Scarcity* di Masa Pandemi COVID-19 Tahun 2020 (Kajian Secara Ekonomi Konvensional dan

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh “Sappeami dan Siti Aisyah. M (2020) dengan judul “Dampak COVID-19 Terhadap Praktik Jual-Beli: Analisis *Ihtikar* dalam hukum Islam”. Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, dalam bentuk *library research* yang dilaksanakan dengan cara membaca, menelaah dan mencatat berbagai literatur atau bahan bacaan yang sesuai dengan pokok bahasan, kemudian disaring dan dituangkan dalam kerangka pemikiran secara teoritis. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan syar’i, yaitu mendekati masalah dengan memperhatikan ketentuan–ketentuan/aturan–aturan yang telah ditetapkan dalam syari’at Islam. Sumber data primer dari penelitian ini adalah dokumen, buku dan artikel – artikel yang berkaitan yang nantinya akan menghasilkan data secara deskriptif. Dalam proses analisis data ada tiga komponen pokok yang digunakan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.⁵⁶

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Azwar Iskandar , Bayu Taufiq Possumah dan Khairul Akbar (2020) dengan judul “Peran Ekonomi dan Keuangan Sosial Islam Saat Pandemi Covid-19”. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memaparkan beberapa solusi dan peran kebijakan ekonomi dan keuangan sosial Islam yang dapat ditawarkan dalam menghadapi pandemi Covid-19 di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik *content analysis* (analisis isi) dan riset kepustakaan

Syariah). *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis*. 2020. Vol 6. No.2. hlm.126-128.

⁵⁶ Sappeami dan Siti Aisyah. M. Dampak COVID-19 Terhadap Praktik Jual-Beli: Analisis *Ihtikār* Dalam Hukum Islam. 2020. Vol. 5 No.1 hlm. 27-47.

(*library research*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa di antara solusi yang dapat ditawarkan dalam kerangka konsep dan sistem Ekonomi dan Keuangan Sosial Islam adalah: (1) dengan penyaluran bantuan langsung tunai yang berasal dari zakat, infak dan sedekah; (2) dengan penguatan wakaf baik berupa wakaf uang, wakaf produktif, *waqf linked sukuk* maupun wakaf untuk infrastruktur; (3) melalui bantuan modal usaha unggulan untuk sektor usaha atau Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM); (4) melalui skema *qardhul hasan*; (5) peningkatan literasi ekonomi dan keuangan syariah; (6) melalui pengembangan teknologi finansial syariah.⁵⁷

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pristiana Widyastuti (2020) dengan judul “Analisis Keputusan Pembelian: Fenomena *panic buying* Dan *Service Convenience* (Studi Pada *Grocery Store* Di DKI Jakarta)”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *panic buying* dan *service convenience* terhadap keputusan pembelian konsumen pada *grocery store* di Jakarta. Objek penelitian ini adalah konsumen *grocery store* yang berbelanja pada masa pandemi Covid-19 antara bulan Maret-Mei 2020 di wilayah DKI Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability* sampling dengan metode *convenience* sampling. Pengambilan data dilakukan kepada 75 responden dengan menyebarkan kuesioner secara online. Analisis data penelitian menggunakan model persamaan struktural (*SEM*) dengan menggunakan alat uji

⁵⁷ Azwar Iskandar , Bayu Taufiq Possumah , Khaerul Aqbar (2020). *Peran Ekonomi dan Keuangan Sosial Islam Saat Pandemi Covid-19*. Jurnal Sosial & Budaya Syar-I. 2020. 7(7). Hlm. 625-638.

statistik Partial Least Square (PLS). Berdasarkan serangkaian uji statistik, penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *panic buying* dan *service convenience* terhadap keputusan pembelian. Pada masa pandemic Covid-19, keputusan konsumen dalam membeli produk secara signifikan dipengaruhi oleh kecemasan antisipatif kenaikan harga barang, kawanan atau kelompok (*Herd Behaviour*) dan terhasutnya paparan media atau rumor akan kelangkaan barang. Pada pengujian kedua, variabel *service convenience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Konsumen merasa kenyamanan transaksi pembayaran, kenyamanan manfaat dan kenyamanan akses menjadi faktor penting dalam berbelanja.⁵⁸

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurhidayat (2020) dengan judul “Peran Ekonomi dan Keuangan Sosial Islam Saat Pandemi Covid-19”. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran dan menganalisis bagaimana pendekatan ekonomi syariah dalam menjawab persoalan ekonomi akibat pandemi covid-19. Melalui pendekatan ekonomi syariah ini apakah ketiga persoalan ekonomi dapat teratasi. Adapun pokok persoalan yang dijawab dalam penelitian ini adalah apakah pendekatan ekonomi syariah mampu memberikan solusi terhadap persoalan ekonomi akibat covid-19. Bagaimana solusi ekonomi syariah dalam menjawab persoalan ekonomi sebagai dampak dari covid-19. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menjelaskan dan menganalisis bagaimana pendekatan ekonomi syariah menjadi solusi terhadap

⁵⁸ Pristiana Widyastuti. Analisis Keputusan Pembelian: Fenomena *panic buying* Dan *Service Convenience* (Studi Pada *Grocery Store* Di Dki Jakarta). *Proceeding SENDIU 2020*. Hlm. 583-591.

munculnya persoalan ekonomi yang diakibatkan oleh pandemi covid-19 yang melanda dunia saat ini. Sumber data penelitian ini adalah referensi yang terkait dengan konsep ekonomi syariah yang ditulis oleh berbagai ahli dan juga data-data yang bersumber dari media nasional. Adapun pembahasan penelitian berbentuk deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekonomi syariah secara konseptual memang menjadi solusi terhadap persoalan ekonomi akibat covid-19. Sebab pendekatan ekonomi syariah dikonseptualisasikan dan memiliki orientasi sebagai *problem solving* dari berbagai persoalan ekonomi yang bisa muncul kapan saja dan di dunia manapun.⁵⁹

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Abdan Shadiqi, Rima Hariati, Khaerullah Fadhli Arasy Hasan, Noor I'anah, & Wita Al Istiqomah (2020) dengan judul "*panic buying* pada pandemi COVID-19: Telaah literatur dari perspektif psikologi". Artikel ini ditulis menggunakan pendekatan telaah literatur (*literature review*) yang terdiri dari bagian pendahuluan, metode penelitian, diskusi, dan kesimpulan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menelaah definisi *panic buying* beserta perbandingannya dengan istilah lain yang serupa. Untuk membandingkan definisi konsep *panic buying*, penelitian ini menggunakan tambahan beberapa referensi yang relevan, yaitu konsep panik dan perilaku membeli, seperti "*buying frenzies*", "*impulsive buying*", dan "*compulsive buying*". Pada tujuan kedua, penelitian ini menjelaskan faktor penyebab terjadinya

⁵⁹Nurhidayat. *Pendekatan Ekonomi Syariah Dalam Menyelesaikan Masalah Ekonomi Akibat Pandemi Covid-19*. Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah. 2020. Vol.6 No.1. Hlm. 17-34

panic buying pada peristiwa wabah penyakit. Hasil penelitian ini menunjukkan ciri khas dari *panic buying* adalah perilaku yang tiba-tiba, tidak terkontrol, terjadi pada banyak orang, terlihat berlebihan, dan disebabkan oleh kekhawatiran. Artikel ini juga memaparkan faktor penyebab perilaku *panic buying*, yaitu faktor dari perilaku konsumen (munculnya persepsi kelangkaan barang), adanya ketakutan, kecemasan, perasaan tidak aman, konflik psikologis, stres, persepsi ketidakpastian, dan paparan media. Peneliti memberikan beberapa saran implikasi praktis menghadapi *panic buying*, yaitu (1) membatasi penjualan barang, misal setiap orang boleh membeli dengan jumlah tertentu setiap waktu tertentu (per minggu) dan penerapan besaran harga berkali-kali lipat jika konsumen membeli lebih dari jumlah yang ditentukan; (2) membuat aturan prioritas bagi orang lanjut usia dan anak-anak; (3) menguatkan peran otoritas dalam mengontrol harga, mengatur penyaluran barang, dan menindak oknum yang merugikan konsumen; (4) menyediakan pembelian barang secara daring dengan tetap menerapkan aturan jumlah barang dan prioritas pembeli; (5) menyebarkan informasi positif, jelas, terbuka, dan proporsional mengenai ketersediaan barang; (6) menekan penyebaran informasi yang menyesatkan dan palsu (hoaks).⁶⁰

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Titin Izzatul Muna, Mohammad Nurul Qomar (2020) dengan judul “Relevansi Teori Scarcity Robert Malthus Dalam Perspektif Ekonomi Syariah”. Metode Penelitian ini diklasifikasikan sebagai penelitian perpustakaan, di mana koleksi bahan pustaka

⁶⁰Muhammad Abdan Shadiqi, dkk. *Panic buying* pada pandemi COVID-19: Telaah literatur dari perspektif psikologi. Jurnal Psikologi Sosial. 2020. Vol.18. No.20. Hlm. 1-12

yang relevan dengan topik penelitian adalah kekuatan utama dalam penelitian ini. Selain itu, penelitian ini dapat dikategorikan dalam studi studi karakter, yaitu studi sistematis dan kritis dari pemikiran ekonomi Robert Malthus terkait dengan teori kelangkaan. Adapun Tujuan Penelitian ini adalah untuk menguji masalah kelangkaan terkait dengan teori yang dikemukakan oleh Robert Malthus dan relevansinya saat ini. Serta bagaimana Islam memandang hakikat kelangkaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teori Malthus mengingatkan kita bahwa pertumbuhan penduduk tetap harus memperhatikan kelestarian lingkungan, artinya harus disesuaikan daya dukung dan daya tampung lingkungan. Hal ini perlu dilakukan karena pembangunan yang dilakukan sekarang ini, jangan sampai merusak ataupun merebut hak-hak generasi masa depan. Pembangunan harus ditujukan untuk mensejahterakan masyarakat sekarang dan generasi masa depan. Teknologi dan segala bentuk perkembangannya diharapkan mampu menciptakan kehidupan yang jauh lebih baik di masa sekarang dan juga di masa mendatang.⁶¹

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ina Melati (2020) dengan judul “Penggunaan Teori Motivasi Perlindungan untuk Menjelaskan Fenomena *panic buying* di Periode Awal Terjadinya Pandemi COVID-19”. Penelitian ini menggunakan metode *literature review* dengan metode ini penulis melakukan sintesis artikel menggunakan *bibliometric analysis*. Dengan *software Publish or Perish* studi ini memetakan berbagai teori terutama pada periode 2015 - 2020 yang berkaitan dengan fenomena yang sedang terjadi saat ini yaitu perilaku

⁶¹ Titin Izzatul Muna, Mohammad Nurul Qomar. *Relevansi Teori Scarcity Robert Malthus Dalam Perspektif Ekonomi Syariah*. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam. 2020. Vol.2 No.1. Hlm. 1 – 14.

irasional yang membentuk pembelian panik yang menimbulkan penimbunan barang sehingga dapat mempengaruhi dan memotivasi orang lain sehingga terjadi *panic buying*, sehingga menghasilkan hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara teori motivasi perlindungan terhadap *panic buying* produk kesehatan dengan fenomena COVID-19 yang sedang terjadi.⁶²

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Slamet Nurdiansyah, Arie Syantoso, Zakiah (2020) dengan judul “Pengaruh Tingkat Pendapatan Pengusaha Muslim Terhadap Pemotongan Gaji Karyawan Di Masa Pandemi Covid-19”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkatan pemasukan pengusaha muslim dan seberapa besar pengaruhnya terhadap kebijakan pemotongan gaji karyawan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dimana penelitian ini dilakukan guna mengetahui seberapa jauh dampak tingkat pendapatan terhadap pemotongan gaji melalui angket yang telah disebar dan diolah melalui SPSS. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengusaha muslim di kota Banjarmasin dan penentuan sampel dalam populasi ini menggunakan metode Simple Random Sampling. Yaitu penentuan secara acak dan semua sampel berhak untuk dijadikan bahan penelitian yang berjumlah 30 orang. Analisa dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengolah data lewat SPSS dengan melakukan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi Sederhana dan Uji T.

⁶² Ina Melati. *Penggunaan Teori Motivasi Perlindungan untuk Menjelaskan Fenomena panic buying di Periode Awal Terjadinya Pandemi COVID-19*. Univ Bina Nusantara. 2020. Hlm. 1-21.

Hasil penelitian ini menunjukkan dari data angket ditemukan bahwa tingkat pendapatan para pengusaha mengalami penurunan hampir 50 %. Namun dari data SPSS meski pendapatan pengusaha mengalami penurunan, tapi tidak berpengaruh terhadap pemotongan gaji karyawan dikarenakan para pengusaha masih peduli dengan karyawannya. Angka koefisien regresi adalah - 1.018. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% Tingkat Konsumsi Pendapatan (X), maka Pemotongan Gaji (Y) akan meningkat sebesar -1.018. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Dan hasil Uji t adalah senilai $-5.652 < 0.68335$ yang artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa *Tingkat Pendapatan* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *Pemotongan gaji*. Variabel yang paling berpengaruh dalam penelitian ini adalah variabel X dikarenakan variabel yang paling berpengaruh adalah variabel yang semakin menjauhi angka 0.⁶³

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Siti Khayisatuzahro Nur (2019)	<i>Panic buying</i> Di Masa Pandemi Dan Relevansinya Dengan <i>ihthikar</i> Dalam Pandangan Islam	Pada penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data studi pustaka yang bersumber dari teori yang relevan dan dikaji secara mendalam.

⁶³ Slamet. Nurdiansyah. *Pengaruh Tingkat Pendapatan Pengusaha Muslim Terhadap Pemotongan Gaji Karyawan Di Masa Pandemi Covid-19*. Diploma Thesis, Universitas Islam Kalimantan Mab. 2020.

2	Wening Purbatin Palupi Soenjoto dan Agus Mujiyono (2020)	Fenomena <i>panic buying</i> dan <i>Scarcity</i> di Masa Pandemi COVID-19 Tahun 2020 (Kajian Secara Ekonomi Konvensional dan Syariah)	Pada penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data studi pustaka dengan analisis deskriptif dan pengamatan sosial dan menggunakan pendekatan ilmiah untuk mengkaji <i>panic buying</i> dan <i>scarcity</i> secara konvensional dan syariah.
3	Sappeami dan Sitti Aisyah. M (2020)	Dampak COVID-19 Terhadap Praktik Jual-Beli: Analisis <i>Ihtikar</i> dalam hukum Islam	Pada penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data <i>library research</i> dengan menggunakan pendekatan syar'i.
4	Azwar Iskandar , Bayu Taufiq Possumah dan Khaerul Aqbar (2020)	Peran Ekonomi dan Keuangan Sosial Islam Saat Pandemi Covid-19	Pada penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik <i>content analysis</i> (analisis isi) dan riset kepustakaan (<i>library research</i>).
5	Pristiana Widyastuti (2020)	Analisis Keputusan Pembelian: Fenomena <i>panic buying</i> Dan <i>Service Convenience</i> (Studi Pada <i>Grocery Store</i> Di Dki Jakarta)	Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Objek penelitian ini adalah konsumen grocery store di wilayah DKI Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah <i>non-probability sampling</i> dengan metode <i>convenience sampling</i> . Pengambilan data dilakukan kepada 75

			responden dengan menyebarkan kuesioner secara online. Analisis data penelitian menggunakan model persamaan struktural (SEM) dengan menggunakan alat uji statistik <i>Partial Least Square (PLS)</i> . dan pada pengujian kedua menggunakan <i>variabel service convenience</i> .
6	Nurhidayat (2020)	Pendekatan Ekonomi Syariah Dalam Menyelesaikan Masalah Ekonomi Akibat Pandemi Covid-19.	Perbedaan pada penelitian ini yaitu terletak pada metode pengumpulan data penelitian. Dan penelitian ini fokus menggunakan pendekatan ekonomi syariah.
7	Muhammad Abdan Shadiqi, Rima Hariati, Khaerullah Fadhli Arasy Hasan, Noor I'anah, & Wita Al Istiqomah (2020)	<i>Panic buying</i> pada pandemi COVID-19: Telaah literatur dari perspektif psikologi	Penelitian ini menggunakan pendekatan telaah literatur (<i>literature review</i>) dari perspektif psikologi yang bertujuan untuk membuat kesimpulan dan evaluasi pada suatu topik tertentu.
8	Titin Izzatul Muna, Mohammad Nurul Qomar (2020)	Relevansi Teori Scarcity Robert Malthus Dalam Perspektif Ekonomi Syariah	Penelitian ini tergolong <i>library research</i> (penelitian kepustakaan), di mana beusaha mencari bahan pustaka yang relevan dengan topik penelitian. Selain itu penelitian ini termasuk penelitian <i>life history</i> (studi tokoh), yaitu pengkajian secara sistematis terhadap pemikiran ekonomi

			Baqir al-Sadr yang sesuai dengan fokus penelitian
9	Ina Melati (2020)	Penggunaan Teori Motivasi Perlindungan untuk Menjelaskan Fenomena panic buying di Periode Awal Terjadinya Pandemi COVID-19	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada metode penelitian. Pada penelitian ini menggunakan <i>literature review</i> penulis melakukan sintesis artikel menggunakan <i>bibliometric analysis</i> .
10	Slamet Nurdiansyah, Arie Santoso, Zakiah (2020)	Pengaruh Tingkat Pendapatan Pengusaha Muslim Terhadap Pemotongan Gaji Karyawan Di Masa Pandemi Covid-19	Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian pendekatan kuantitatif. Objek penelitian para pengusaha muslim di kota Banjarmasin. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan penentuan sampel dalam populasi ini menggunakan metode <i>Simple Random Sampling</i> . Analisa dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengolah data lewat SPSS dengan melakukan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi Sederhana dan Uji T.

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber 2021