

ABSTRAK

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. Sedangkan *scarcity* adalah keadaan ketidakseimbangan antara kebutuhan dan ketersediaan barang yang dibutuhkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengusaha muslim menghadapi *panic buying* dan *scarcity* dimasa pandemi covid-19 dan bagaimana dampak *panic buying* dan *scarcity* dimasa pandemi covid-19 dan relevansinya dengan *ihthikar* dalam pandangan Islam (Studi Pada Pengusaha Muslim di Pasar 16 Ilir Kota Palembang). Adapun metode yang digunakan dalam peneltian ini adalah metode analisis data secara kualitatif. Dengan cara mewawancarai dari 2 sudut pandang yaitu pengusaha muslim dan konsumen pasar 16 ilir kota Palembang dengan pengambilan sampel berjumlah 30 sampel pengusaha muslim dan 30 konsumen pasar.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa masih banyak pengusaha muslim yang mengetahui hukum praktik *ihthikar* dan tetap melakukan praktik penimbunan barang dimasa awal pandemi untuk mendapatkan keuntungan dan masih banyak masyarakat melakukan praktik *panic buying* sebagai tindakan berjaga-jaga dan membuat rasa aman agar tidak kehabisan stok di masa depan. 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 *ihthikar* yang termasuk salah satu transaksi yang dilarang dalam Islam.

Kata Kunci: *Ikhtikar; Panic Buying; Relevansi*