

PANIC BUYING DI MASA PANDEMI DAN RELEVANSINYA DENGAN IKHTIKAR DALAM PADANGAN ISLAM

Siti Khayisatuzahro Nur

Dosen Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Jember
Email: sitikhayisatuzahro.nur@unmuhjember.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tindakan *Panic Buying* dan relevansinya dengan *Ikhtikar* 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* 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 peredaran barang di pasaran. Selebihnya, 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.

Kata Kunci: *Ikhtikar; Panic Buying; Relevansi*

PENDAHULUAN

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.

Ira sebagai salah satu Peneliti *Center For Indonesian Policy Studies (CIPS)* yang menyebutkan bahwa masyarakat selaku konsumen melakukan tindakan *Panic Buying* sebagai respon masyarakat menghadapi peraturan *Social Distancing*, karantina wilayah dan ketidakpastian ketersediaan barang di pasaran. Berdasarkan riset Nielsen, ada beberapa fase fenomena *Panic*

Buying COVID-19. Fase 1 dan Fase 2 merupakan kondisi kepanikan untuk membeli produk perlindungan diri, seperti suplemen kesehatan, masker, dan hand sanitizer yang mana harga barang-barang tersebut melonjak 10 kali lipat di beberapa kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Denpasar dan sejumlah kota lainnya. (Harian Terbit, 2020)

Fase berikutnya, yaitu fase 3 dimana sebagian besar konsumen menysasar produk makanan dan produk kesehatan. Pendapat tersebut diperkuat dengan ketetapan yang diberikan oleh Agus Eko Selaku Kepala Pusat Penelitian Ekonomi (LIPI). Beliau menyatakan bahwa Inflasi merupakan dampak tak langsung dari Pandemi Virus Corona yang diperkirakan akan muncul pada Maret 2020. Hal ini juga dipertegas dengan data dari BPS (Berita Online, laju Inflasi sepanjang Januari hingga Juni 2020) mencatat bahwa Inflasi pada bulan maret 2020 sebesar 0,10%. Tingkat Inflasi tahun kalender (Januari-Maret) 2020 sebesar 0,76% dan tingkat Inflasi tahun ke tahun (Maret 2020 dan Maret 2019) sebesar 2,96%.

Bahan-bahan pokok penyumbang inflasi tertinggi diantaranya adalah kenaikan harga emas, perhiasan, telur ayam ras, dan gula pasir, makanan instan serta produk kebersihan. Hingga saat ini laju inflasi menurut kalender hingga bulan juni 2020 sebesar 1,09%. Angka ini meningkat dari Mei 2020 yang sebesar 0,9 % yang lebih tinggi dari tahun sebelumnya pada juni 2019 sebesar 2%. Kelompok pengeluaran yang mengalami inflasi tertinggi adalah kecukupan bahan pokok dan perawatan diri serta jasa lainnya yang menyumbang angka sebesar 3,13%. Namun disisi lain, beberapa sektor mengalami Deflasi diantaranya adalah transportasi 0,83%, informasi, komunikasi, dan jasa keuangan 0,38% dan pendidikan 0,11%. Jika kondisi tidak kunjung membaik, maka dampak *Panic Buying* terhadap perekonomian akan lebih besar.

Salah satu opini yang dikemukakan oleh Dody Ansari Harahap (Radar Bandung: 6 April 2020) jika kepanikan terus berlanjut, maka masyarakat akan terus melakukan tindakan *Panic Buying* dan terjebak pada informasi yang menyesatkan. Terlebih lagi, jika tidak ada peranan pemerintah dalam menanggulangi dan menghambat perilaku masyarakat di luar batas. Maka bencana Pandemi tidak saja bukan hanya menjadi ancaman pada kesehatan, juga menjadi bencana dalam kesejahteraan masyarakat.

Tindakan penimbunan terhadap barang-barang tertentu yang dilakukan dengan sengaja meskipun digunakan demi penyelamatan dan keuntungan diri sendiri dalam pandangan islam disebut dengan *ikhtikar*. 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 masimal 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.

Untuk itulah, jika dikaji dalam islam, maka fenomena *Panic Buying* menjadi masalah *Urgen* yang perlu dikaji secara mendalam berkaitan dengan beberapa transaksi yang dilarang dalam islam. Sisi Maslahah untuk kepentingan masyarakat perlu diutamakan untuk menghindari sifat dhalim dan mementingkan diri sendiri. Untuk itu, maka penelitian ini bertujuan untuk mengkaji fenomena tindakan *Panic Buying* yang berrelevansi pada tindakan *Ikhtikar* dalam pandangan islam.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif yang bersifat Studi Pustaka (*Library Research*). Sumber data yang digunakan adalah buku-buku dan literature-literatur lainnya serta dilengkapi dengan teori-teori yang relevan dengan penelitian ini. Setelah itu baru dilakukan Analisis Deskriptif yakni memberikan gambaran atau keterangan yang secara jelas, objektif, sistematis, analistis dan kritis mengenai objek penelitian terkait. Diharapkan dengan penelitian ini mampu memberikan gambaran bagi masyarakat tentang tindakan

Panic Buying di tengah pandemi, serta relevansi tindakan *Panic Buying* dengan *Ikhtikar* dalam pandangan Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Fenomena *Panic Buying* di Tengah Pandemi

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 (Bahri, 2014). 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.

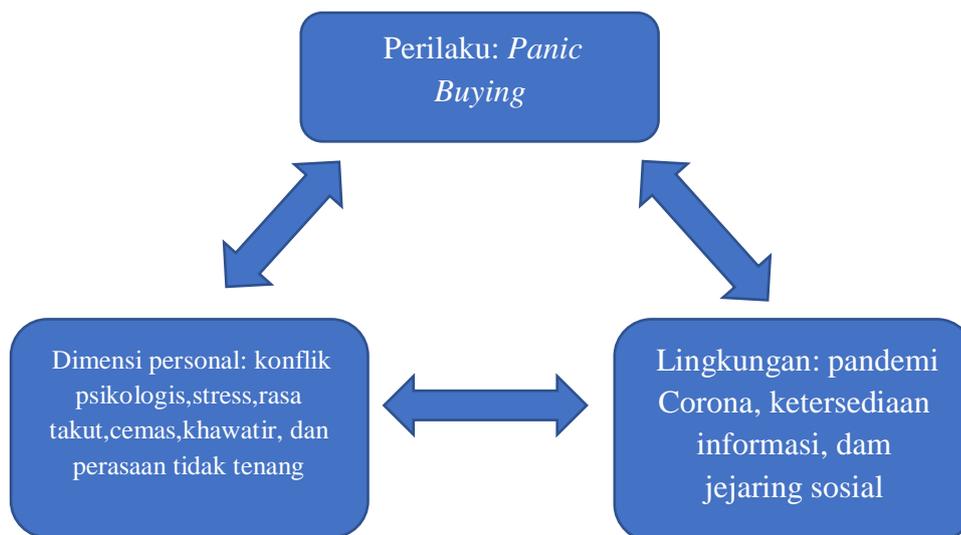
Panic Buying adalah perilaku Penimbunan barang yang dilakukan oleh konsumen atau masyarakat ketika situasi dipandang gawat atau darurat sebagai upaya menjaga stok kebutuhan pokok. Perilaku ini kerap muncul sebagai bentuk persiapan menghadapi bencana atau wabah, sehingga masyarakat berasumsi bahwa adanya kekhawatiran jika tidak membeli dalam jumlah banyak, maka stok barang tersebut akan habis, atau harga barang akan semakin mahal. Enny Sri Hartati (INDEF) menjelaskan bahwa 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. (Harian Terbit, 2020)

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. (Bahri: 2014).

Adapun beberapa penyebab masyarakat melakukan tindakan *Panic Buying* ditengah Pandemi Corona, antara lain:

1. Tindakan *Panic Buying* bisa dipengaruhi orang lain karena adanya transfer dan 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.

Secara implisit, tindakan *Panic Buying* dapat direflesikan 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 (Abdan, 2020). 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*

Pada proses tersebut, perlu digarisbawahi 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*.

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 kebermanfaatannya (Aisa, 2015)

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 itu semakin naik. (Bahri, 2014)

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 ialah:

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)
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 selalau mementingkan kepentingan bersama demi terciptanya rasa aman dan nyaman di lingkungan keluarga, sosial dan masyarakat.

2. Hubungan *Panic Buying* dengan Ikhtikar dalam Pandangan Islam

Ikhtikar atau penimbunan dalam Al Qur'an disebut dengan kata *Yaknizum* secara bahasa berarti harta yang kamu simpan. Al Qur'an secara tegas menyatakan bahwa penimbunan diancam dengan siksa yang pedih sebagaimana tersebut pada firman Allah dalam Surat At-Taubah 34:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْأَحْيَارِ وَالرُّهْبَانِ لَيَأْكُلُونَ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَيَصُدُّونَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ ۗ وَالَّذِينَ يَكْتُمُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يُنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ

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 menafkahkannya pada jalan Allah, Maka beritahukanlah kepada mereka, (bahwa mereka akan mendapat) siksa yang pedih” (QS. At Taubah: 53)

Pada ayat ini menjelaskan bahwa tindakan penimbunan secara impulsif yang digambarkan seperti menimbun emas dan perak dilarang dalam islam. Muhamimin (2007:70) menjelaskan bahwa pelarangan ini juga dapat dianalogikan dengan standar pelarangan penimbunan harta-harta lainnya, termasuk bahan kebutuhan pokok sehari-hari.

Secara hukum, tindakan *Ikhtikar* dilarang dan dicegah untuk dipraktekkan. Karena tindakan ini mencerminkan ketamakan dan bukti keburukan moral serta mendzhalimi manusia lainnya di sisi ekonomi. Dasar pengambilan hukum mengenai ikhtikar adalah sabda Rasulullah SAW;

عن ابن عمر رضي الله عنه قال رسول الله صلى الله عليه وسلم من احتكر الطعام أربعين يوماً فقد برئ من الله وبرئ الله منه. (رواه أحمد والحاكم بسند جيد)

Artinya: dari Ibnu Umar RA berkata; Rasulullah SAW bersabda:” barang siapa yang menimbun makanan selama empat puluh hari maka dia telah lepas dari Allah dan Allah lepas atasnya” (HR. Ahmad dan Hakim)

Dalam melaksanakan tindakan *Panic Buying*, disamping untuk berjaga-jaga, para konsumen masih terbelenggu oleh hasrat material, yaitu kesenangan dan ketenangan atas nilai guna barang yang diperoleh. Semakin banyak barang tersebut semakin membuat konsumen merasa aman karena sudah memiliki stok barang di atas kebutuhan mereka sendiri. Di dalam firman Allah dijelaskan pada Surat Yusuf 53:

وَمَا أُبْرِئُ نَفْسِي ۚ إِنَّ النَّفْسَ لَأَمَّارَةٌ بِالسُّوءِ ۗ إِلَّا مَا رَحِمَ رَبِّي ۚ إِنَّ رَبِّي غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: “ Dan aku tidak membebaskan diriku (dari kesalahan), karena sesungguhnya nafsu itu selalu menyuruh kepada kejahatan, kecuali nafsu yang diberi rahmat oleh Tuhanku. Sesungguhnya Tuhanku Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”.

Ayat ini menjelaskan bahwa nafsu manusia yang bersifat kebendaan hanya sebatas pada hasrat jasmani yang dapat dipuaskan dengan barang atau metri yang dianggap urgen. Dalam sisi ekonomi, ayat ini menjelaskan pada praktek kapitalisme, yang mementingkan diri sendiri (Selfishness), keserakahan, dan kepuasan tanpa batas.

Pemenuhan kebutuhan sehari-hari dilakukan dengan memaksimalkan nilai guna dalam memanfaatkan barang dan jasa. Ikhawan (2013:51) menjelaskan bahwa 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.

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.

Bisnis penimbunan untuk mengejar keuntungan pribadi pun tidak dapat dibenarkan dan bertolak belakang dengan spirit etika bisnis dan nilai-nilai ekonomi Islam. Karena tindakan tersebut dapat mengancam dan merugikan sesama manusia. Dalam ekonomi Islam juga mempertegas bahwa tindakan *Ikhtikar* juga merupakan salah satu transaksi yang dilarang dalam Islam seperti halnya *Riba*, *Maysir*, dan *Gharar*.

Ikhtikar dilarang dalam agama, pasti mempunyai dampak yang besar terhadap perekonomian masyarakat. Karena selain bisa dikonsumsi sendiri, para pelaku penimbun dapat menjual barangnya dengan harga yang lebih tinggi dari harga normal. Pelaku akan mendapatkan keuntungan maksimal, sementara masyarakat menderita kerugian. Keran tidak dapat dipungkiri jika, segelintir orang melakukan kegiatan penimbunan, maka tidak hanya akan merusak mekanisme pasar, tapi juga mampu menghentikan keuntungan yang diperoleh oleh pihak lain. Sehingga hal ini akan berimbas pada menghambatnya distribusi barang dan jasa yang seharusnya dapat dinikmati oleh masyarakat lainnya.

Jika aktivitas ekonomi dapat disandarkan pada nilai-nilai Al Qur'an, maka bisnis yang beretika akan berpedoman pada nilai moralitas dan spiritual. Yang mana aktivitas ekonomi ini mampu memandang manusia sebagai kawan sesama yang saling bergantung satu sama lain. Maka selayaknya bisnis bertumpu pada enam prinsip, terdiri dari kebenaran, kepercayaan,

ketulusan, persaudaraan, pengetahuan, dan keadilan. Maka praktik-praktik bisnis yang berwatak jahat serta tidak memanusiakan manusia secara jelas harus ditinggalkan.

Dalam menanggulangi fenomena *Panic Buying* yang dirasa sudah meresahkan masyarakat, 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 direalisasikan secara maksimal. Hal ini bertujuan untuk menjamin stok barang di pasaran dan menghindari terjadinya kelangkaan dan naiknya harga di atas 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 (Telaumbanua,2020:15).
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 Altruistik 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

Sifat Materialistik dan individualis yang melekat pada masyarakat dapat melahirkan perilaku konsumtif yang boros dan jauh dari *Maslahah*. Manfaat konsumsi yang layak dalam ekonomi Islam merupakan cerminan dari kemaslahatan yang hakiki dan memiliki nilai guna maksimal yang di kemudian hari tidak berpotensi mendatangkan dampak negatif (Jenita,2017:51). Tindakan *Panic Buying* yang merefleksikan pada perilaku *Israf* dan *Tabdzir* perlu dihindari dalam pandangan Islam. Sebagai rambu-rambu konsumsi yang *Halal* dan *Thayib*. Konsumsi juga harus didasarkan pada kebutuhan bukan pada keinginan

Seiring waktu, maka informasi yang tepat dan transparan sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam mengakses informasi terkait perkembangan Pandemi. Terlebih dalam Islam pun masyarakat selalu dituntut untuk bersyukur akan segala situasi yang dihadapi. Semakin masyarakat mampu bersyukur maka keinginan untuk mengkonsumsi semakin rendah. Dalam pandangan Islam pun perilaku konsumsi memiliki tujuan untuk mencapai aspek materi dan aspek spiritual dalam konsumsi. Ketercapaian kedua aspek ini menyeimbangkan antara kepentingan bersama di setiap barang konsumsi, akan menjadikan kehidupan dalam diri menjadi lebih dan semakin optimis.

Dengan begitu, kemaslahatan dalam aktivitas ekonomi pada konsumsi akan mendatangkan manfaat dan berkah. Maka perilaku konsumsi sewajarnya harus berorientasi pada pemenuhan kebutuhan semata, tapi juga berorientasi pada kepentingan bersama. Dengan kata lain, setiap aktivitas ekonomi termasuk konsumsi juga berupaya menghadirkan Allah dalam mengawasi aktivitas bisnisnya sehingga terciptanya keselarasan dengan etika dan ketentuan syariah. masalah sebagai tujuan utama tentu dapat tercapai secara maksimal.

KESIMPULAN

Tindakan *Panic Buying* yang sedang merambah di masyarakat akibat adanya pandemic corona tidak dapat dibenarkan dalam islam. Meskipun dalam motif untuk berjaga-jaga dan membuat rasa aman bagi konsumen. Karena secara langsung tindakan *Panic Buying* ini berdampak pada ketidakmerataan distribusi bahan pokok dan bahan kebersihan lainnya. *Panic Buying* juga dapat meningkatkan persaingan yang curang demi keuntungan pribadi dan mengabaikan kebutuhan masyarakat. Dalam konteks islam, tindakan *Panic Buying* dapat digolongkan pada *Ikhtikar* (penimbunan) yang merupakan salah satu kejahatan ekonomi dan melanggar norma hukum dan agama. Dalam mencegah tindakan ini terus berlanjut, perlu adanya kerjasama pihak-pihak terkait seperti Pemerintah dan Masyarakat.

Pemerintah bertugas mengatur dan mengawasi proses distribusi barang secara maksimal agar terhindar dari kelangkaan barang serta masyarakat diberikan edukasi secara bertahap dalam memanfaatkan bahan pokok yang tersedia dengan normal dan wajar. Jika hal ini dapat dicapai, maka situasi kondusif ditengah pandemi ini dapat tercapai secara maksimal. Sikap tolong menolong, empati dan tenggang rasa sangatlah diperlukan baik dari sisi individu maupun bersama dengan masyarakat lainnya sebagai wujud kepedulian sosial dan mendorong ghirah kebersamaan antar sesama umat manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdan, Muhammad Shadiqi, 2020, *Panic Buying Pada Pandemi COVID-19: Telaah Literature Dari Perspektif Psikologi*. Jurnal Psikologi Sosial, Special Edition COVID-19 Vol. 18. No. xx, xx-xx.
- Bahri, Andi, 2014, *Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Studi Islamika, Vol. 11, No. 2, Desember.
- Fatahillah, Ikhawan Aulia, 2013, *Implementasi Konsep Etika dalam Konsumsi Perspektif Islam*. Jurnal Hukum Ekonomi Islam, Vol. III, No.1.
- Jenita dan Rustam, 2017, *Konsep Konsumsi dan Perilaku Konsumsi Islam*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 2, No.1, Januari-Juni.
- Manilet, Aisa. 2015. *Kedudukan Masalah Dan Utility dalam Konsumsi: Masalah Versus Utility*. Jurnal Tahkim, Vol. XI, No.1.
- Muhaimin, 2007, *Perbandingan Praktik Etika Bisnis Etnik Cina Dengan Pebisnis Local*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Telaumbana, Dalimana, 2020, *Urgensi Pembentukan Aturan Terkait Pencegahan Covid-19 Di Indonesia*. QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Agama, Vol. 12, No.1.

http://www.researchgate.net/publication/340453297_Virus_Corona_dan_Panic_Buying_yang_Impulsif diakses pada tanggal 22 mei 2020 pukul 09:00

<https://www.harianterbit.com/nasional/read/120358/peneliti-panic-buying-terus-terjadi> diakses pada tanggal 21 Mei 2020 pukul 09:00

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/01/laju-inflasi-sepanjang-januari-hingga-juni-2020> diakses pada tanggal 15 juni 2020 pukul 13:00