

FENOMENA *PANIC BUYING*: KORELASINYA DENGAN PRAKTIK *IKHTIKAR* DAN QS. HUD AYAT 61 MENGENAI PERINTAH MEMAKMURKAN BUMI

M.Zaki Amin

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

E-mail: 220504210017@student.uin-malang.ac.id

ABSTRAK

Perilaku panic buying merupakan suatu perilaku manusia untuk melakukan konsumsi secara impulsif dalam jumlah banyak. Tindakan ini seringkali didasari oleh prinsip berjaga-jaga dalam angka meminimalisir risiko. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui korelasi panic buying dengan praktik ikhtikar atau penimbunan dalam Islam serta kaitannya dengan QS. Hud ayat 61 yang berisi amanah Allah kepada manusia untuk senantiasa memakmurkan bumi. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif yang berbasis studi kepustakaan. Hasil dari penelitian ini yaitu walaupun didasarkan atas prinsip berjaga-jaga, tindakan panic buying ini tetap dilarang karena dapat berpotensi membahayakan perekonomian secara global. Selain itu panic buying juga menimbulkan perilaku ikhtikar atau penimbunan yang sangat ditentang dalam penerapan ekonomi syariah. Adanya tindakan panic buying dan juga ikhtikar juga sangat bertentangan dengan amanah Allah kepada manusia melalui firman-Nya pada QS Hud ayat 61, untuk senantiasa menjaga serta memakmurkan kehidupan di bumi.

Kata Kunci: Panic buying, ikhtikar, QS Hud 61, memakmurkan bumi

ABSTRACT

Panic buying behavior is a human behavior to consume impulsively in large quantities. This action is often based on the precautionary principle in terms of minimizing risk. This study aims to determine the correlation of panic buying with the practice of ikhtikar or hoarding in Islam and its relation to QS. Hud verse 61 which contains God's mandate to humans to always prosper the earth. This research was conducted using a qualitative method based on literature studies. The results of this study are that although it is based on precautionary principles, action panic buying is still prohibited because it can potentially harm the global economy. Besides that panic buying also give rise to ikhtikar or hoarding behavior which is strongly opposed in the implementation of sharia economics. There is action panic buying and also the effort is also very contrary to God's

trust to man through His words in QS Hud: 61, to always maintain and prosper life on earth

Kata Kunci: *Panic buying, Ikhtikar, QS Hud 61, prospering the earth*

PENDAHULUAN

Panic buying atau pembelian barang yang dianggap penting pada waktu tertentu dengan tergesa-gesa dan dalam jumlah banyak pasti akan mempengaruhi lonjakan peningkatan permintaan suatu barang¹. Sebagaimana tertulis dalam hukum permintaan dan penawaran, bahwasanya apabila terjadi kenaikan permintaan, maka jumlah barang beredar akan semakin sedikit. Karena kelangkaan jumlah barang tersebut, sehingga barang akan mengalami lonjakan harga. Hal-hal semacam ini tentu akan berpotensi adanya pemanfaatan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan penimbunan barang, karena dianggap sebagai aji mumpung peluang ekonomi. Inilah yang akan membahayakan keadaan masyarakat, dimana apabila seseorang yang sangat membutuhkan tidak menemukan barang tersebut di pasaran, maka dia akan terpaksa membelinya dengan harga berapapun. Sehingga akan terjadi monopoli harga dan ketidakseimbangan pasar.

Masyarakat selaku konsumen melakukan tindakan *panic buying* disebabkan oleh beberapa faktor menurut Shadiqi² yaitu, disebabkan oleh perilaku konsumen, ketakutan dan kecemasan, stress, ketidakpastian, dan peran paparan media. Seperti yang terjadi di Hungaria pada awal tersebarnya virus covid-19, dimana berdasarkan hasil surveiya, perilaku masyarakat cenderung mengalami perubahan yaitu lebih banyak melakukan pengeluaran pada saat mingguminggu awal pandemi. Hal itu disebabkan, masyarakat membelanjakan uangnya untuk persediaan selama pandemic³. Beberapa tindakan *panic buying* yang pernah terjadi di Indonesia diantaranya terjadi karena adanya ketakutan dan kecemasan, hampir sama seperti yang terjadi di Hungaria, yaitu terjadi pada saat awal mula adanya virus covid-19, masyarakat melakukan *panic buying* dalam pembelian

¹ Siti Khayisatuzahro Nur, "Panic Buying di Masa Pandemi dan Relevansinya dengan Ikhtikar dalam Pandangan Islam" *At-Tasharruf: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah* 1, No. 2 (2019): 5

² Muhammad Abdan Shadiqi, "Panic buying pada pandemi COVID-19: Telaah literatur dari perspektif psikologi," *Jurnal Psikologi Sosial* 19, No.2 (2020): 137.

³ Sikos T. Tamas, Papp Vanda dan Kovács Andr.s. "Panic buying in Hungary During Covid-19 Pandemic", *Theory, Methodology, Practice* 17, No.1 (2021): 60.

masker, handsanitizer serta kebutuhan pokok⁴. Selain itu, yang baru saja terjadi di Indonesia, tindakan *panic buying* masyarakat pada pembelian minyak goreng yang disebabkan oleh faktor ketidakpastian atas ketersediaan minyak goreng di pasar dan juga persepsi konsumen bahwa suatu barang tersebut akan mengalami kelangkaan, yang menyebabkan masyarakat berbondongbondong membeli dengan jumlah banyak dengan dalih agar tidak kehabisan persediaan⁵.

Tindakan *panic buying*, apabila terjadi dalam kurun waktu yang panjang, maka akan membahayakan masyarakat. Terlebih lagi, jika tidak ada peranan pemerintah dalam menanggulangi perilaku masyarakat yang sudah di luar batas. Penelitian Kharismaputri dan Faizah mengenai perilaku *panic buying*, menyatakan bahwa, terhambatnya rantai perputaran barang serta tindakan pedagang-pedagang yang berpotensi merusak pola di dalam pasar. Parahnya, tindakan *panic buying* ini akan menyebabkan oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab melakukan penimbunan dan berakhir dengan inflasi⁶.

Tindakan penimbunan terhadap barang-barang tertentu yang dilakukan dengan sengaja, dalam pandangan Islam disebut dengan *ikhtikar*. Dimana penimbunan ini diupayakan untuk mendapatkan keuntungan semata sehingga dapat merugikan dan membahayakan orang lain⁷. Meskipun secara motif, penimbunan tersebut hanya untuk

⁴ Baiq Yusri Rahmi Kharismaputri, Musawar dan Zaenudin Mansyur, "Perilaku Panic Buying dalam Perspektif Konsumsi Islam (Studi Fenomenologi pada Konsumen Retail Jembatan Baru Se-Kota Mataram)", *Schemata: Jurnal Pascasarjana UIN Mataram* 10, No.2 (2021): 140; Khusnul Fikriyah. "Penurunan Daya Beli Vs Panic Buying Di Tengah Pandemi Covid-19. Bagaimana Tinjauan Syariahnya?." *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam* 7, No.1 (2021): 20.

⁵ Arafat, SM Yasir, et al. "Psychological underpinning of panic buying during pandemic (COVID-19)." *Psychiatry research* 289 (2020): 113061; Muhammad Thohir, Aprilia Indah Sari, dan Erhasah Nuril Aini. "Konsumerisme dan E-commerce: Perilaku Konsumen Online Saat Pandemi dalam Tinjauan Pendidikan Ekonomi Islam." *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi* 12 No.2 (2021): 127; Siska Yuli Anita. "Pengaruh Panic Buying Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Impulse Buying Pada Produk Minyak Goreng." *Derivatif: Jurnal Manajemen* 16 No.1 (2022): 75.

⁶ Baiq Yusri Rahmi Kharismaputri, Musawar, dan Zaenudin Mansyur. "Perilaku Panic Buying dalam Perspektif Konsumsi Islam (Studi Fenomenologi pada Konsumen Retail Jembatan Baru Se-Kota Mataram)." *Schemata: Jurnal Pasca Sarjana IAIN Mataram* 10 No.2 (2021): 140; Fita Nurotul Faizah, Ani Nur Khabibah, and Siti Afidah. "Panic Buying In The Era of Covid-19 Pandemic: Consumer Behavior Perspective of Monzer Khaf." *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam* 13 No.1 (2022);

⁷ Afidah Wahyuni. "Penimbunan barang dalam perspektif hukum Islam." *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 2 No.2 (2010): 154.

kebutuhan sehari-hari pribadi tanpa untuk dijual kembali, tentunya hal ini akan berpengaruh pada pasokan barang yang tidak maksimal di pasaran⁸.

Penelitian terdahulu mengenai *panic buying* serta kaitannya dengan tindakan *ikhtikar* telah dilakukan sebelumnya. Diantaranya yaitu penelitian Nur dan Kurniawan, yang menyatakan bahwa tindakan *panic buying* dan penimbunan barang merupakan tindakan yang dilarang dalam Islam, selain karena menimbulkan ketidakseimbangan pasar dan perekonomian secara global, tindakan tersebut juga dianggap sebagai tindakan yang menyalahi etika bisnis Islam beserta prinsip-prinsip yang ada di dalamnya⁹. Namun, dalam penelitian-penelitian terdahulu tersebut belum terdapat penguatan larangan terkait perilaku *panic buying* dan juga *ikhtikar*.

Dengan mempertimbangkan pentingnya untuk menghindari tindakan *panic buying* dan penimbunan tersebut, peneliti di sini akan memosisikan sebagai penguat dan mempertegas atas pendapat yang telah ada. Peneliti tertarik untuk mengaitkan dan menguatkan larangan atas tindakan-tindakan tersebut dengan firman Allah dalam QS Hud ayat 61. Di mana isi ayat tersebut menjelaskan mengenai amanah dari Allah kepada manusia sebagai pemakmur bumi¹⁰.

Sejalan dengan paparan tersebut, penelitian ini bermaksud untuk menguatkan pendapat-pendapat terdahulu mengenai tindakan dalam bidang ekonomi yang dilarang menurut ekonomi syariah, yaitu tindakan *panic buying* dan *ikhtikar* serta kaitannya dengan perintah Allah kepada manusia untuk memakmurkan bumi dalam QS. Hud ayat 61. Sesuai dengan tujuan yang ingin disampaikan penulis dalam penelitian ini, maka digunakanlah jenis kualitatif berbasis studi kepustakaan dalam penelitian ini. Dalam penelitian berbasis kepustakaan, data-data yang digunakan yaitu berupa buku-buku, penelitian terdahulu, serta literatur-literatur ilmiah lainnya sebagai pendukung¹¹.

⁸ Puguh Kurniawan. "Etika Bisnis Islam Terhadap Penimbun Barang Akibat Covid-19." *Journal. Stiemb. Ac. Id 4 No.3* (2020): 278.

⁹ Siti Khayisatuzahro Nur. "Panic buying Di Masa Pandemi Dan Relevansinya Dengan Ikhtikar Dalam Padangan Islam." *Universitas Muhammadiyah Jember* (2019); Puguh Kurniawan. "Etika Bisnis Islam Terhadap Penimbun Barang Akibat Covid-19." *Journal. Stiemb. Ac. Id 4 No.3* (2020): 280. Muhammad Machfudz, Ahmad Sani, and Muhammad Buchori. *Ekonomi Syariah*. (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022), 160.

¹¹ Puguh Kurniawan. "Etika Bisnis Islam Terhadap Penimbun Barang Akibat Covid-19." *Journal. Stiemb. Ac. Id 4 No.3* (2020): 280.

PEMBAHASAN

Panic buying dalam ilmu sosial diartikan sebagai suatu tindakan yang muncul dengan spontan, yang mana tindakan tersebut dilakukan sebagai tindakan yang berada di luar kebiasaan seseorang sebagai tindakan cepat tanggap berkenaan dengan suatu kejadian¹². Faktor pemicu timbulnya perilaku *panic buying* adalah karena perilaku manusia, bisa berupa kecemasan, ketakutan, stress karena ketidakpastian dari suatu keadaan serta adanya informasi simpang siur dari berbagai media¹³. Menurut Nur, keadaan yang dapat memunculkan terjadinya faktor-faktor tersebut adalah keadaan berupa tidak stabilnya keadaan sosial, seperti terjadi peperangan, bencana alam, dan adanya wabah penyakit atau pandemi¹⁴.

Pengertian *panic buying* yaitu perilaku manusia yang melakukan kecenderungan berupa pembelian dan juga penimbunan barang dengan motivasi untuk memenuhi stock kebutuhannya selama kurun waktu tertentu. Perilaku ini muncul karena adanya asumsi dari masyarakat terkait ketersediaan kebutuhan, sehingga karena adanya sumsi tersebut, masyarakat akan bertindak untuk membeli dalam jumlah banyak sebagai bentuk persediaan dengan harapan tidak akan kekurangan suatu barang jika apa yang diasumsikan tersebut benar-benar terjadi. Pembelian dalam jumlah banyak tersebut yang akan menimbulkan harga barang semakin mahal karena ketersediaan habis. Enny Sri Hartati ekonom senior INDEF dalam Harian Terbit, mengungkapkan bahwasanya *panic buying* disebabkan oleh faktor psikologis, yaitu karena ketidakpastian dan kurangnya informasi yang didapatkan masyarakat yang kemudian memicu kekhawatiran yang mendorong perilaku pembelian secara masif oleh masyarakat¹⁵.

Menurut Bahri, penyebab tindakan *panic buying* dalam masyarakat yaitu: (1) Dipengaruhi oleh tindakan orang lain yang terlebih dahulu telah melakukan pembelian-

¹² Andi Bahri, S. "Etika konsumsi dalam perspektif ekonomi islam." *Hunafa: Jurnal Studia Islamika* 11 No.2 (2014): 349.

¹³ Muhammad Abdan Shadiqi, "Panic buying pada pandemi COVID-19: Telaah literatur dari perspektif psikologi," *Jurnal Psikologi Sosial* 19, No.2 (2020): 138; Wening Purbatin Palupi Soenjoto, and Agus Mujiyono. "Fenomena Panic Buying dan Scarcity di Masa Pandemi Covid 19 Tahun 2020 (Kajian Secara Ekonomi Konvensional dan Syariah)." *Jurnal Istiqro* 6 No.2 (2020): 130.

¹⁴ Siti Khayisatuzahro Nur. "Panic buying Di Masa Pandemi Dan Relevansinya Dengan Iktikar Dalam Padangan Islam." *Universitas Muhammadiyah Jember* 2 No.1 (2019): 132.

¹⁵ Wening Purbatin Palupi Soenjoto, and Agus Mujiyono. "Fenomena Panic Buying dan Scarcity di Masa Pandemi Covid 19 Tahun 2020 (Kajian Secara Ekonomi Konvensional dan Syariah)." *Jurnal Istiqro* 6 No.2 (2020): 130.

pembelian dalam frekuensi yang besar. Tindakan tersebut akan menimbulkan gejala pada masyarakat lain yang mengamati, sehingga mereka merasa harus mengikuti apa yang telah dilakukan orang-orang lain. Perilaku ini disebut dengan kecenderungan untuk melihat dan meniru tindakan orang lain yang dianggap benar. (2) Masyarakat melakukan *panic buying* umumnya untuk menghindari risiko yang timbul karena di masa depan terjadi ketiadaan ketersediaan, keamanan atau keterbatasan finansial. Karena masyarakat beranggapan bahwa jika suatu barang atau kebutuhan sudah dimiliki, maka risiko yang akan dihadapi juga akan menurun. (3) Adanya ketidakpastian keadaan juga menjadi pemicu adanya tindakan *panic buying*¹⁶.

Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwasanya tindakan *panic buying* pada dasarnya merupakan sebuah tindakan kewaspadaan masyarakat akan suatu keadaan yang tidak menentu di masa depan. Hal itu dipicu oleh faktor psikologis yang merasa takut, cemas, khawatir dan stres. Yang mana ini terjadi pada saat kondisi-kondisi tertentu saja di mana kondisi tersebut di luar dari keadaan yang semestinya terjadi, seperti keadaan sewaktu perang atau pada saat adanya wabah yang menjadikan ancaman bagi masyarakat¹⁷. Kegiatan *panic buying* yang terus menerus dapat menimbulkan adanya penimbunan barang yang mana akan membahayakan keadaan perekonomian secara luas.

Dalam istilah ekonomi syariah, penimbunan disebut juga dengan istilah *ikhtikar*. Sedangkan di dalam Al-Qur'an disebutkan dengan istilah *yaknizum* yang artinya harta yang kamu simpan. Islam dalam Al-Qur'an telah menegaskan secara sungguh-sungguh mengenai larangan menimbun suatu barang. Hal ini tercermin dalam firman Allah pada QS. At-Taubah ayat 34 yang artinya: "*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.*" .

Berdasarkan tafsir Al-Wajiz oleh Prof. Dr. Wahbah az-Zuhaili, ayat tersebut berisi tentang larangan Allah mengenai tindakan pembelian secara impulsif yang mengakibatkan suatu barang mengalami penimbunan di satu atau beberapa pihak saja,

¹⁶ Andi Bahri, S. "Etika konsumsi dalam perspektif ekonomi islam." *Hunafa: Jurnal Studia Islamika* 11 No.2 (2014): 350.

¹⁷ Muhammad Abdan Shadiqi, "Panic buying pada pandemi COVID-19: Telaah literatur dari perspektif psikologi," *Jurnal Psikologi Sosial* 19, No.2 (2020): 138.

dalam ayat ini diumpamakan seperti menimbun emas dan perak sedikit demi sedikit yang dijadikannya sebagai harta simpanan tanpa mengeluarkan zakatnya dan juga tanpa menafkahnnya di jalan Allah. Maka Allah menyeru untuk mengabarkan kepada mereka bahwasanya azab yang sangat menyakitkan akan datang kepada mereka¹⁸.

Sejalan dengan larangan perilaku *ikhhtikar* atau penimbunan barang dalam Islam, pada Al-Qur'an surah Hud ayat 61 berikut:

وَالِى تَمُودَ أَخَاهُمْ صَالِحًا قَالَ يَقَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ هُوَ أَنْشَأَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا فَاسْتَعْرِزُوا
نَمْ تُؤْبُوا إِلَيْهِ إِنَّ رَبِّي قَرِيبٌ مُجِيبٌ

Artinya: “Dan kepada kaum samud (Kami utus) saudara mereka, Saleh. Dia berkata, “Wahai kaumku! Sembahlah Allah, tidak ada tuhan bagimu selain Dia. Dia telah menciptakanmu dari bumi (tanah) dan menjadikanmu pemakmurnya, karena itu mohonlah ampunan kepada-Nya, kemudian bertobatlah kepada-Nya. Sesungguhnya Tuhanku sangat dekat (rahmat-Nya) dan memperkenankan (doa hamba-Nya).”

Pada QS. Hud ayat 61 tersebut dijelaskan mengenai perintah Allah kepada manusia untuk senantiasa memakmurkan bumi. Perintah memakmurkan bumi dan juga fenomena *panic buying* tentu sangat bertentangan. Telah kita ketahui bahwa *panic buying* dapat menjadikan ketidakseimbangan dalam ekonomi. Selain itu, apabila permintaan konsumen terhadap suatu barang terus meningkat, sedangkan bahan pemenuhan kebutuhan tersebut terbatas, maka akan terjadi kelangkaan bahan pokok. Misalkan tingkat permintaan masker meningkat sedangkan sumber daya alam berupa kapas untuk bahan dasar masker tersebut terbatas, maka akan terjadi kelangkaan kapas, selain harga kapas akan semakin mahal, ekosistem yang ada pada ladang kapas juga akan terganggu.

Sebagaimana dalam penelitian Abdullah, juga diungkapkan bahwasanya yang diartikan sebagai memakmurkan bumi adalah suatu kegiatan mengolah serta mengatur sedemikian rupa segala kekayaan yang ada di muka bumi sehingga seluruh makhluk hidup dapat mengambil manfaatnya dengan sebaik mungkin¹⁹. Oleh karenanya, manusia

¹⁸ Wahbah Al-Zuhaili. “Al-Qur’an dan Paradigma Peradaban”, terj. M. Thohir dkk. (Yogyakarta: Dinamika, 1996), 143.

¹⁹ Dudung Abdullah. "Perspektif Al-Qur'an Tentang Posisi Manusia Dalam Memakmurkan Alam Raya." *Al Daulah: Jurnal Hukum Pidana dan Ketatanegaraan* 5 No.1 (2016): 16.

sebagai pemegang amanah sebagai pemakmur bumi hendaknya tidak bertindak semena-mena dalam memanfaatkan kana lam, apalagi merusaknya²⁰.

KESIMPULAN

Tindakan *panic buying* adalah tindakan membeli barang dalam jumlah banyak sebagai sebuah tindakan kewaspadaan masyarakat akan suatu keadaan yang tidak menentu di masa depan. Walaupun dilakukan atas dasar prinsip berjaga-jaga, tindakan *panic buying* ini tetap dilarang karena dapat berpotensi membahayakan perekonomian secara global. Selain itu *panic buying* juga menimbulkan perilaku *ikhtikar* atau penimbunan yang sangat ditentang dalam penerapan ekonomi syariah. Adanya tindakan *panic buying* dan juga *ikhtikar* juga sangat bertentangan dengan amanah Allah kepada manusia melalui firman-Nya pada QS Hud ayat 61, untuk senantiasa menjaga serta memakmurkan kehidupan di bumi. Sehingga sudah seharusnya sebagai muslim kita menghindari tindakantindakan tersebut. Penelitian ini, selain untuk memperkaya khazanah keilmuan, juga diharapkan dapat menjadi landasan penguat bagi pemerintah untuk menangani fenomena *panic buying*. Selain itu juga diharapkan penelitian ini dapat menjadi sarana pengingat bagi masyarakat akan bahayanya tindakan *panic buying*. Namun demikian, penelitian ini tentu belum sepenuhnya sempurna, hal tersebut disebabkan oleh keterbatasan metode yang digunakan sehingga juga berpengaruh terhadap hasil. Kedepannya, diharapkan penelitian selanjutnya lebih dapat menggunakan metode yang lebih tepat dan analisis yang mendalam sehingga dapat diperoleh hasil pembahasan yang lebih rigid.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdulllah, D. (2016) 'Perspektif Al-Qur'an Tentang Posisi Manusia Dalam Memakmurkan Alam Raya', *Al-Daulah*, 5(1), pp. 13–20.
- Anita, S.Y. (2022) 'PENGARUH *PANIC BUYING* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SECARA *IMPULSE BUYING* PADA PRODUK MINYAK GORENG', *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1), pp. 72– 84.

²⁰ Aibdi Rahmat. "Manusia Sebagai Pemakmur Bumi." *Manhaj: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* 6 No.3 (2017): 56.

- Arafat, S.M.Y. et al. (2020) 'Psychological underpinning of *panic buying* during pandemic (COVID-19)', *Psychiatry Research*, 289(January). Available at: <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2020.113061>.
- Bahri, A. (2014) 'ETIKA KONSUMSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM Andi', *Hunafa: Jurnal Studia Islamika*, 11(2), pp. 347–370.
- Faizah, F.N., Khabibah, A.N. and Afidah, S. (2022) '*PANIC BUYING IN THE ERA OF COVID-19 PANDEMIC: CONSUMER BEHAVIOR PERSPECTIVE OF MONZER KHAF*', *Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), pp. 23–40.
- Kharismaputri, B.Y., Musawar and Mansyur, Z. (2021) 'Perilaku *Panic buying* dalam Perspektif Konsumsi Islam (Studi Fenomenologi pada Konsumen Retail Jembatan Baru Se-Kota Mataram)', *Schemata*, 10(2), pp. 1–100. Available at: <https://doi.org/10.1186/s40248-017-0101-8.2>.
- Khusnul, F. (2021) 'Penurunan Daya Beli Vs *Panic buying* di Tengah Pandemi Covid-19. Bagaimana Tinjauan Syariahnya?', *Jurnal Syarikah*, 7(1), pp. 18–25.
- Kurniawan, P. (2020) 'Etika Bisnis Islam Terhadap Penimbun Barang Akibat Covid-19', *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 4(3), pp. 275– 281. Available at: <http://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/375>.
- Machfudz, M., Sani, A. and Buchori, M. (2022) *Ekonomi Syariah*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Nur, S.K. (2019) '*Panic buying* di Masa Pandemi dan Relevansinya Dengan Ikhtiar Dalam Pandangan Islam', *At-Tasharruf; Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 1(2), pp. 79–87.
- Rahmat, A. (2017) 'Manusia Sebagai Pemakmur Bumi', *Manhaj*, 6(3).
- Shadiqi, M.A. et al. (2020) '*Panic buying* pada pandemi COVID-19: Telaah literatur dari perspektif psikologi', *Jurnal Psikologi Sosial*, 19(2), pp. 131–141. Available at: <https://doi.org/10.7454/jps.2021.15>.
- Sikos T., T., Papp, V. and Kovács, A. (2021) '*Panic buying* in Hungary During Covid-19 Pandemic', *Theory, Methodology, Practice*, 17(1), pp. 56–65. Available at: <https://doi.org/10.18096/tmp.2021.02.06>.

- Soenjoto, W.P.P. and Mujiyono, A. (2020) ‘Fenomena *Panic buying* dan Scarcity di Masa Pandemi Covid 19 Tahun 2020 (Kajian Secara Ekonomi Konvensional dan Syariah)’, *Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), pp. 2599–3348.
- Thohir, M., Sari, A.I. and Aini, E.N. (2021) ‘Konsumerisme dan E-commerce: Perilaku Konsumen Online Saat Pandemi dalam Tinjauan Pendidikan Ekonomi Islam’, *AtTaradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 12(2), p. 121. Available at: <https://doi.org/10.18592/attaradhi.v12i2.5041>.
- Wahyuni, A. (2010) ‘Penimbunan Barang Dalam Perspektif Hukum Islam’, *AlIqtishad: Journal of Islamic Economics*, 2(2). Available at: <https://doi.org/10.15408/aiq.v2i2.2490>.