

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sejak awal tahun 2020 hingga saat ini Indonesia dan hampir seluruh negara di belahan dunia, sedang diterpa oleh wabah yang sangat mengkhawatirkan dan mengancam kehidupan manusia. Adanya kemunculan virus *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2* (SARS-CoV-2), *World Health Organization* (WHO) yang merupakan Organisasi Kesehatan Dunia pada 30 Januari 2020 menyatakan bahwa wabah Covid-19 ini menjadi perhatian Internasional. 80.000 jiwa terkonfirmasi positif Covid-19 di seluruh dunia pada 28 Februari 2020, yang menjadikan ini sebagai darurat kesehatan bagi masyarakat dunia. Para peneliti menegaskan bahwa penularan virus Covid-19 ini dapat melalui pernafasan. Seseorang yang terjangkit virus ini cenderung mengalami berbagai gejala diantaranya demam; kelelahan; batuk kering; dan limfopenia (Cucinotta & Vanelli, 2020).

Pandemi covid-19 memiliki dampak yang cukup besar terhadap kesehatan masyarakat, namun turut berdampak cukup memprihatinkan pada kondisi sektor industri; sektor pariwisata; sektor investasi; perdagangan; UMKM; dan berdampak secara menyeluruh terhadap perekonomian global. Sebagaimana manusia tidak bisa terlepas dari peran ekonomi di dalam kehidupannya, dimana ekonomi mampu memberikan peluang bagi kebutuhan manusia baik dari kebutuhan pokok sampai dengan kebutuhan pelengkap (Hanoatubun, 2020).

Badan Pusat Statistik menyatakan bahwa perekonomian Indonesia pada Triwulan II-2020 berada pada tingkat -5,32%. Menurunnya tingkat pendapatan pedagang ritel serta para pengusaha terjadi setelah dilakukan penutupan gerai penjualan, serta diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) berdampak terhadap sektor perdagangan. Selain itu, pola konsumsi memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perkembangan pertumbuhan ekonomi dimana sebagian besar masyarakat mengalami penurunan tingkat konsumsi yang cukup signifikan (BPS, 2020).

Namun setelah adanya pengumuman yang dikeluarkan oleh pemerintah Indonesia mengenai kasus positif Covid-19. Ketua Umum Asosiasi Peritel Indonesia (Aprindo) Roy Mandey, menyatakan bahwa jumlah belanja harian yang semula 10% mengalami kenaikan sebanyak 5% yaitu mencapai 15% dibandingkan hari biasanya (Anggraeni, 2020).

Masyarakat cenderung lebih sering memasak sendiri dirumah merupakan bentuk kepatuhan terhadap himbauan pemerintah untuk tetap tinggal dirumah, hal ini dilakukan masyarakat sebagai bentuk upaya untuk menekan penularan virus Covid-19. Pertumbuhan penjualan bumbu masak meningkat sebesar 44%, serta pertumbuhan penjualan bahan pokok pun mengalami kenaikan diantaranya telur mengalami kenaikan 26%, permintaan daging unggas naik 25%, penjualan daging meningkat 19%, serta buah dan sayur meningkat sebesar 8%. Tidak hanya kebutuhan bahan pokok saja, produk alat farmasi pun mengalami peningkatan yang sangat tinggi dibandingkan dengan produk lainnya yaitu sebesar 48% (Suryahadi & Rahmawati, 2020).

Pandemi Covid-19 memiliki dampak yang cukup mendalam bagi perekonomian masyarakat, terutama pada perilaku konsumsi masyarakat. Adanya ketidakpastian serta isu-isu yang beredar mengenai ketersediaan bahan baku, serta kelangkaan yang akan terjadi ini menyebabkan perubahan aktivitas konsumen menjadi tidak rasional dan melampaui batas kebutuhan maksimal. Pada saat-saat seperti ini perubahan perilaku konsumen terjadi karena konsumen memiliki keinginan yang besar untuk mengutamakan pemenuhan kebutuhan dasar (Loxton, 2020).

Paparan sosial media terkait Covid-19 menjadi salah satu pemicu *panic buying* di masyarakat. Studi Nielsen mengungkapkan bahwa 80% sebagian besar konsumen di Indonesia menggunakan media sosial untuk mengetahui perkembangan Covid-19, yaitu 77% melalui berita televisi dan 56% pada mesin pencari online (Suryahadi & Rahmawati, 2020).

*Panic Buying* merupakan istilah lain dari kegiatan penimbunan barang yang banyak dilakukan oleh sebagian besar manusia yang ada di dunia pada masa pandemi Covid-19 seperti saat ini. Hal ini dilakukan oleh sebagian manusia sebagai bentuk pertahanan diri secara psikologis, dan merupakan sikap alami yang

**Riska Tri Febriyani, 2021**

**ANALISIS DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP HARGA DAN ETIKA KONSUMEN MUSLIM**

*(Studi Kasus Pasar Bintaro Jaya)*

UPN Veteran Jakarta, Ekonomi dan Bisnis, Ekonomi Syariah S1

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

terdapat di diri manusia dalam merespon keadaan darurat agar mampu untuk bertahan hidup. Hal ini memicu adanya kekhawatiran manusia akan kelangkaan suatu produk. Kemudian akan berdampak pada kenaikan harga barang akibat dari pembelian kebutuhan, yang melampaui batas kebutuhan manusia dengan berdalih untuk menyelamatkan diri (Soenjoto & Mujiyono, 2020).

Berdasarkan hukum ekonomi, dalam teori permintaan menyatakan bahwa ketika terjadi lonjakan permintaan dari konsumen terhadap suatu barang maka akan mengakibatkan kenaikan pada harga barang tersebut. Terjadinya ketimpangan antara permintaan dan penawaran yang saat ini sedang terjadi, tentunya akan berdampak pada kelangkaan suatu barang dan memicu adanya kenaikan harga (Fatimah, 2018).

Dalam istilah fikih Islam kegiatan penimbunan barang disebut dengan *ihthikar*. *Ihthikar* merupakan rekayasa ketersediaan barang di pasar yang dilakukan oleh para penjual, dimana ketika para pelaku usaha melakukan rekayasa ketersediaan barang seolah-olah persediaan barang menjadi sedikit namun seiring dengan permintaan konsumen yang terus meningkat menyebabkan harga suatu barang mengalami kenaikan, sehingga dalam hal ini penjual akan mendapatkan keuntungan yang berlipat ganda. Praktek *ihthikar* ini juga dapat mendatangkan kemudharatan bagi salah satu pihak dimana konsumen yang harus membayar dalam harga lebih. Dalam hal ini *ihthikar* dianggap mampu untuk menghambat mekanisme pasar serta mengganggu kelancaran dalam transaksi jual beli (Putra et al., 2019).

Di masa pandemi Covid-19 saat ini tidak sedikit ditemukan bahwa adanya praktik *panic buying* yang dilakukan oleh para konsumen, dimana konsumen melakukan belanja secara masif demi pemuasan keinginan yang melampaui batas kebutuhan manusia. Islam memandang hal ini merupakan sesuatu yang diharamkan oleh agama serta tidak sesuai dengan ajaran syariat dan merupakan salah satu praktik terlarang dalam jual beli. Pada kondisi pandemi Covid-19 saat ini adanya praktik *panic buying* dan *ihthikar* sangat tidak mencerminkan tujuan syariat islam dimana yang bertujuan untuk kemaslahatan umat dengan menghapuskan kesengsaraan dan memberikan manfaat sebanyak-banyaknya. Melainkan semata-mata hanya untuk kepentingan dan kebutuhan pribadi tanpa

**Riska Tri Febriyani, 2021**

**ANALISIS DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP HARGA DAN ETIKA KONSUMEN MUSLIM**

*(Studi Kasus Pasar Bintaro Jaya)*

UPN Veteran Jakarta, Ekonomi dan Bisnis, Ekonomi Syariah S1

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

memperdulikan kemaslahatan orang lain seperti kenaikan harga barang dan kelangkaan bagi orang lain (Sappeami, 2020).

Ulama fiqih menegaskan untuk tidak membolehkan adanya tindakan *ihthikar*, sebagaimana dasar hukum yang tertuang didalam al-Qur'an dan Hadis terdapat pelarangan *ihthikar* menyatakan bahwa perbuatan aniaya yang dilakukan oleh manusia termasuk adalah kegiatan *ihthikar*. Maka itu merupakan sesuatu yang diharamkan (Syarqawie, 2015).

Islam mengatur seluruh aspek yang berkaitan dengan manusia termasuk dalam kegiatan perekonomian, seperti etika bisnis yang harus dijalani manusia sesuai dengan pedoman al-Qur'an dan Hadits. Abdul Mannan menyatakan bahwa terdapat 5 prinsip berdasarkan syariat islam mengenai konsumsi, yaitu: Prinsip keadilan; Prinsip kebersihan; Prinsip kesederhanaan; Prinsip kemurahan hati; dan Prinsip moralitas (Zulkarnain, 2019).

Etika konsumsi Islam berlandaskan kepada tujuan untuk menjaga hubungan baik dengan Allah swt., serta menerapkan keadilan yang akan mendatangkan kesejahteraan, bertanggung jawab dengan apa yang dilakukan, dan kehalalan dalam penggunaan barang dalam konsumsi serta memiliki sikap sederhana dalam menjalankan konsumsi untuk tidak boros dan kikir.

Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai nilai serta aturan etika bisnis termasuk etika konsumsi, serta minimnya pengetahuan mengenai dampak negatif dari penimbunan barang yang dilakukan pada kondisi pandemi Covid-19. Saat ini yang menjadi salah satu penyebab masyarakat berbondong-bondong untuk memborong kebutuhan hidup, sehingga seolah-olah menjadi konsumen yang egois karena hanya memikirkan kebutuhannya sendiri tanpa memperdulikan keadaan dan kebutuhan antar sesama konsumen (Kurniawan, 2020).

Dalam penelitian ini terdapat batasan penelitian yang telah ditentukan oleh peneliti, yaitu untuk menjelaskan variabel harga maka yang akan diteliti berdasarkan tipologi kebutuhan primer manusia (sandang, pangan, dan papan) dan menjelaskan terbentuknya harga pasar berdasarkan mekanisme yang terjadi di Pasar Bintaro Jaya. Sampel yang akan dijadikan objek penelitian adalah kepala pengelola Pasar Bintaro Jaya, pedagang di Pasar Bintaro Jaya sekurang-kurangnya 2 narasumber per jenis barang baik laki-laki maupun perempuan, dan 9 orang

**Riska Tri Febriyani, 2021**

**ANALISIS DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP HARGA DAN ETIKA KONSUMEN MUSLIM**

**(Studi Kasus Pasar Bintaro Jaya)**

UPN Veteran Jakarta, Ekonomi dan Bisnis, Ekonomi Syariah S1

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

konsumen muslim di Pasar Bintaro Jaya yang diutamakan adalah para ibu rumah tangga.

Berdasarkan adanya latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian secara lebih lanjut tentang *panic buying* pada masa pandemi covid-19 di Pasar Bintaro Jaya. Yang menjadi perbedaan pembahasan topik penelitian ini dengan penelitian yang sudah ada. Pada penelitian kali ini peneliti menitik beratkan topik pembahasan mengenai terbentuknya harga kebutuhan primer masyarakat berdasarkan mekanisme pasar yang terjadi di Pasar Bintaro Jaya serta faktor yang mempengaruhi adanya perubahan harga di Pasar Bintaro Jaya saat Pandemi Covid-19 dan bagaimana etika konsumsi yang dilakukan oleh konsumen muslim di Pasar Bintaro Jaya pada masa pandemi Covid-19 berdasarkan yang saat ini terjadi di lapangan.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Pada penelitian ini berfokus terhadap harga dan etika konsumsen muslim tipologi kebutuhan primer manusia (sandang, pangan, dan papan) sebagai dampak dari pandemi Covid-19 yang terjadi pada Pasar Bintaro Jaya, dengan menjadikan kepala pengelola pasar, pedagang, dan konsumen di Pasar Bintaro Jaya sebagai subjek penelitian.

## **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka terdapat beberapa pertanyaan yang dapat dibentuk dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah kondisi harga barang kebutuhan di Pasar Bintaro Jaya pada masa pandemi Covid-19?
2. Apakah faktor yang mempengaruhi harga di Pasar Bintaro Jaya pada masa pandemi Covid-19?
3. Bagaimanakah etika konsumen muslim di Pasar Bintaro Jaya pada masa pandemi Covid-19?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka terdapat tujuan dari penelitian ini diantaranya:

1. Untuk mendeskripsikan kondisi harga barang kebutuhan di Pasar Bintaro Jaya pada masa pandemi Covid-19.
2. Untuk mendeskripsikan faktor yang mempengaruhi harga di Pasar Bintaro Jaya pada masa pandemi Covid-19.
3. Untuk mendeskripsikan mengenai etika konsumen muslim di Pasar Bintaro Jaya pada masa pandemi Covid-19.

#### **1.5 Manfaat Hasil Penelitian**

Dengan adanya tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini, maka sangat diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

##### **1. Manfaat teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam bidang keilmuan, sehingga mampu dijadikan sebagai sumber referensi akademik bagi peneliti lainnya dalam mengembangkan penelitiannya pada masa yang akan datang. Khususnya mengenai harga dan etika konsumen muslim tentang fakta-fakta dan kejadian yang terjadi ditengah-tengah masyarakat, pada masa pandemi covid-19 yang belum banyak dilakukan oleh para peneliti lainnya.

##### **2. Manfaat praktis**

- a. Bagi kalangan industri, penelitian ini diharapkan dapat mampu memberikan sumbang saran dan masukan bagi para kalangan atau pelaku industri mengenai harga dan etika konsumen muslim dimasa pandemi Covid-19 yang terjadi di Pasar Bintaro Jaya.
- b. Bagi konsumen, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi baru bagi para konsumen dalam menghadapi adanya dampak dari pandemi Covid-19 terhadap harga dan etika konsumen muslim.
- c. Penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat bagi pemerintah untuk dijadikan pertimbangan dalam membuat keputusan dalam menentukan kebijakan atau regulasi yang akan dikeluarkan mengenai adanya

kemungkinan kondisi perubahan harga dan pengendalian etika konsumen muslim pada masa pandemi Covid-19 yang ada di Pasar Bintaro Jaya.