

Fenomena *Panic Buying* dan *Scarcity* di Masa Pandemi Covid 19 Tahun 2020 (Kajian Secara Ekonomi Konvensional dan Syariah)

Wening Purbatin Palupi Soenjoto⁽¹⁾, Agus Mujiyono⁽²⁾

STITNU Al Hikmah Mojokerto⁽¹⁾, BRI 1 Kota Ponorogo⁽²⁾

weningblackberry@gmail.com⁽¹⁾, agusmujiyono79.am@gmail.com⁽²⁾

Abstract

Based on research and scientific literature states that the earth every 100 years to clean themselves with marked natural phenomena and the emergence of a global pandemic in the form of infectious diseases and patterns of the spread of infection that is ongoing. Beginning in Wuhan, the covid 19 pandemic has spread since mid-2019 but at the end of 2019 is a warning to other countries that are also experiencing this pandemic. Until the WHO on March 12, 2020 declared this pandemic was similar to flu but was more deadly and spread so aggressive and invisible. The condition of a pandemic which is a new disease and not yet found a drug that is able to cure, the emergence of panic and anxiety to anticipate and prevent through several ways, such as routine washing hands with soap, wearing masks, doing social distancing to regional and state restrictions that impact on new behavior that is, panic buying triggers both global and global scarcity. Economic paralysis in all sectors, massive layoffs in various industries occur throughout the world. This research was conducted through literature review with descriptive analysis and social research in analyzing more valid and objective

Keywords: *Panic Buying, Scarcity, Pandemic, Covid 19*

A. PENDAHULUAN

Tahun 2020 merupakan momentum besar di seluruh dunia akan hadirnya covid 19 atau virus Corona yang merupakan sebuah keluarga virus mematikan yang hingga saat ini masih belum ditemukan obatnya, namun dapat dilakukan pencegahan awal seperti pemakaian masker, rutinitas membasuh tangan dengan air mengalir serta sabun dan menghindari kerumunan hingga budayakan hidup bersih. Berdasarkan penemuan dan penelitian, covid 19 menjangkiti pada manusia dan hewan dan penyebarannya cepat serta mematikan tanpa diketahui detail walaupun dari pasien yang tidak mengalami gejala dengan keadaan sehat layaknya. Virus covid 19 lebih rentan menjangkiti tubuh manusia, ditandai berbagai penyakit seperti flu, hingga penyakit-penyakit yang lebih fatal maupun penyakit penyerta.

Perubahan perilaku manusia di seluruh dunia mampu menggerakkan keadaan. Banyak perusahaan besar melakukan pemutusan hubungan kerja untuk mengantisipasi penyebaran virus ini, pengangguran menjadi masalah baru yang tak

terelakan dan kerentanan ekonomi global yang tanpa diprediksi sebelumnya. Tingkat ketakutan dan stress setiap manusia menjadi fenomena psikis yang terjadi hamper di sebuah belahan dunia terutama negara yang mengalami kasus korban covid 19. Virus ini menyebar melalui cairan dari semburan mulut dan hidung ketika seseorang sedang batuk atau bersin, karena pola penyebaran virus ini seperti wabah flu dan bila terhisap dan menyebar ke dalam paru-paru melalui hidung. Itu sebabnya WHO menyarankan memakai masker walaupun dalam keadaan sehat dan Indonesia sudah menerapkan wajib memakai masker per tanggal 11 April ini sebagai upaya pencegahan awal virus covid 19 ini.

Keadaan *panic buying* dan *scarcity* muncul bersamaan sebagai bentuk reaksi pasar menghadapi pandemi ini. Bermunculan para pelaku usaha dadakan menghasilkan produk terutama masker dan obat-obatan kimia maupun herbal untuk mencegah virus ini, pasien Virus Corona dapat mengalami gejala-gejala ini 2 dari 2 hari sampai 14 hari setelah terpapar virusnya. Menyebarnya virus corona ke beberapa negara termasuk Indonesia sehingga terjadi *social shocking* menyebar di semua lapisan masyarakat. Kepanikan sosial melanda dunia pada negara-negara yang memiliki kasus corona. Dua jenis gejala sosial yang muncul dan merebak di dunia kala awal masa pandemi adalah *panic buying* yang menimbulkan *scarcity* atau kelangkaan. Barang-barang yang langka berupa masker, *hand sanitizer*, obat-obatan pencegah flu maupun multi vitamin, bahan-bahan kimia untuk pembuatan disinfektan dan beberapa rempah-rempah yang dianggap dapat mencegah virus corona jika mengkonsumsinya, seperti jahe, kencur yang harganya melambung tinggi dan langka dicari.

Berdasarkan analisa diatas, peneliti tertarik untuk mengambil judul *Panic Buying dan Scarctiy di Masa Pandemi Covid 19 Tahun 2020 (Kajian Secara Ekonomi Konvensional dan Ekonomi Syariah)* dapat menjadi kajian berkelanjutan tentang penyakit menular dngan mengkaitkan fenomena ekonomi terdampak serta diperlukan lagi penelitian lebh lanjut agar menambah khasanah keilmuan bersifat multidisipliner.

B. KAJIAN TEORI

1. *Panic Buying*

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.

Proses *panic buying* dianalisa berdasarkan penilaian :

- a. Penilaian primer merupakan evaluasi situasi apakah sebagai situasi yang mengancam, membahayakan, ataukah 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 palliatif yaitu menggunakan pendekatan psikologis melalui meditasi, menilai ulang situasi (Fisher 1984). Dalam hal ini pentingnya edukasi dan sosialisasi tentang virus covid 19 dan bagaimana pencegahannya secara realistis dan tepat.

Terjadinya stress berdampak *panic buying* menurut Fisher (1984) Ada tiga tahap stress yaitu

- a. Tahap reaksi tanda bahaya, resistensi, dan tahap kelelahan. Hal ini terjadi ada mas awal pandemi, sesuatu yang baru, reaksi psikis secara global yang dialami hamper sama oleh manusia di seluruh dunia.
- b. Tahap reaksi tanda bahaya adalah tahap dimana tubuh secara otomatis menerima tandabahaya 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 disini telah muncul peran-peran kognisi. Sehingga perilaku-perilaku abnormal *panic buying* dan dampak yang terjadi adalah *scarcity* di awal masa pandemi covid 19.

2. Scarcity (kelangkaan)

The concepts of constrained choice and scarcity are central to the discipline of economics (Karl E. Case, Ray C. Fair, 2001) menyatakan bahwa scarcity adalah keadaan ketidakseimbangan antara kebutuhan dan ketersediaan barang yang dibutuhkan. Pengaruh harga yang tinggi dan factor produksi yang terbatas dengan factor permintaan yang tinggi menjadi pencetus *scarcity* yang selalu terjadi di saat kejadian tertentu seperti masa awal pandemi virus covid 19 tahun 2020.

Scarcity atau kelangkaan dipengaruhi:

- a. **Masalah pemilihan** (*problem of choices*)
- b. *Opportunity Cost* dan Pilihan Rational (*Rational Choice*)
- c. Nilai (*Value*) dan Harga (*Price*)

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berupa kajian pustaka dengan analisa diskriptif 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

D. HASIL DAN DISKUSI

1. Kajian Secara Ekonomi Konvensional

Panic Buying merupakan bentuk perilaku individu maupun kelompok melakukan penumpukan barang ketika muncul keadaan genting tertentu. Pada awal masa pandemi virus corona, produk-produk kesehatan yang menjadi kebutuhan masyarakat berupa *handsanitizer* maupun masker. Banyak toko-obat maupun apotek yang mengalami *scarcity* produk berupa masker sebagai persediaan untuk dipasarkan kembali. Banyaknya bermunculan para pelaku usaha membuat masker, disinfektan maupun *handsanitizer* didominasi apotek sebagai pelaku usaha yang menjual produk-produk tersebut.

Reaksi pasar yang terjadi memicu harga varian bahkan awal merebaknya covid 19, produk-produk tersebut rata-rata harga di bawah 20.000 rupiah namun dapat naik harganya hingga 3 kali lipat. Situasi ini dimanfaatkan oleh beberapa oknum curang dengan menumpuk produk kesehatan dan meraup laba semaksimal mungkin. Timbullah *scarcity* yang memicu keresahan pasar berdampak *panic buying*, permintaan meningkat namun tidak diimbangi ketersediaan barang di pasar. Dalam teori permintaan dinyatakan bahwa, permintaan dapat dibagi menjadi:

- a. Permintaan absolut: permintaan terhadap barang dan jasa secara umum, dengan dimbangi atau tidak dimbangi dengan kemampuan untuk membayar atau membeli barang yang dibutuhkan. Pada masa pandemi, kebutuhan akan produk-produk kesehatan yang digunakan untuk pencegahan virus covid 19 ini menuntut semua orang, baik yang mampu maupun tidak mampu secara ekonomi, pada akhirnya memenuhi kebutuhan tersebut.
- b. Permintaan efektif: permintaan terhadap barang dan jasa yang disertai dengan adanya kemampuan berbentuk *willingness to pay*. Munculnya varian harga di pasar sebagai reaksi pasar terhadap kebutuhan produk kesehatan pencegah danantisipasi virus covid 19 maka secara alamiah terbentuklah segmen pasar dan pasar target yang dipelajari para produsen. Terpenuhinya permintaan pasar, banyaknya pilihan barang dan harga mempengaruhi turunnya harga barang dan perlahan *scarcity* pun akan hilang. Perilaku *panic buying* pun turut berkurang, jika dalam analisa pasar reaksi konsumen melakukan transaksi dimana adanya ketersediaan barang yang diimbangi varian harga. Karena musim pandemi ini, konsumsi tidak hanya kebutuhan harian rumah tangga namun kebutuhan akan

masker, *handsanitizer* lainnya menjadi pengeluaran wajib. Dan varian harga mempermudah transaksi di pasar.

Dengan menganalisa pemicu hal hal lain yang bersifat ajeg (*ceteris paribus*) maka hukum permintaan yang timbul pada masa pandemic virus covid 19 tahun 2020 yaitu saat harga produk kesehatan pencegah penyebaran virus covid 19 mengalami penurunan, maka jumlah permintaan produk tersebut meningkat, dan sebaliknya yang terjadi di awal masa pandemi maka jumlah permintaan produk tersebut menurun. Dengan menggarisbawahi harga dan permintaan, di masa pandemi ini bisa dianalisa bahwa respon pasar yang begitu reaktif terhadap reaksi pasar terbukti dari munculnya varian harga serta terbentuknya segmentasi pasar sehingga target pasar pun mudah terbentuk. Dianalisa secara *Law of Demands* bahwa *price* mempengaruhi terhadap jumlah produk yang dibutuhkan konsumen. Meskipun demikian, terdapat faktor-faktor lain yang juga berpengaruh yaitu:

a. Harga barang itu sendiri

Berdasarkan analisa *Law of Demands*, harga produk kesehatan masa pandemi berdampak pada total produk yang dibutuhkan. Diawal masa pandemi covid 19, barang-barang seperti masker, *handsanitizer* lainnya begitu mahal dan sulit dicari di pasaran namun pada saat masa pandemi diadaptasi masyarakat dan “dibaca” oleh produsen sebagai peluang usaha maka harga barang-barang tersebut relatif terjangkau dan mudah dicari.

b. Pendapatan masyarakat

Pada masa pandemi ini, pendapatan masyarakat terdampak, hingga situasi ekonomi yang dirasakan masyarakatpun jika ditinjau sesuai tingkatan pendapatan, akan meningkatkan produk kesehatan yang dibutuhkan konsumen.

c. Intensitas kebutuhan

Semakin penting barang dalam memenuhi kebutuhan di masa pandemi ini maka jumlah permintaannya akan semakin meningkat.

d. Jumlah penduduk

Indonesia merupakan negara berpenduduk dengan jumlah yang besar ke 5 di dunia maka semakin besar jumlah penduduk di suatu negara maka semakin besar permintaannya terhadap barang.

e. Selera

Meningkatnya minat pada satu jenis produk pada masa pandemi akan berbanding lurus dengan permintaan terhadap produk kesehatan yang dibutuhkan tersebut dibandingkan dengan jenis produk-produk lainnya. Beragam varian produk-produk kesehatan dan ragam harga memicu selera pasar yang disesuaikan kemampuan membeli.

f. Barang Pengganti

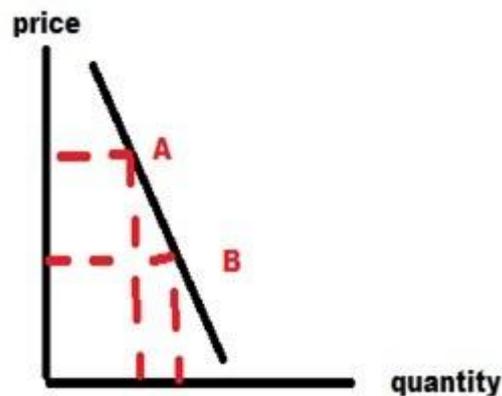
Tersedianya produk pengganti berdampak terhadap jumlah produk yang dibutuhkan. Saat harga masker, *handsanitizer* lainnya naik, para konsumen yang menilai produk-produk tersebut adalah barang substitusi atau barang pengganti

maka bahan pembuat masker *handsanitizer* lainnya, dengan bahan lain yang lebih murah akan mengalihkan pembeliannya pada produk lain dengan jenis barang yang sama dengan harga yang relatif murah akan meningkat.

Dampak yang timbul pada awal masa pandemi dari wabah virus covid 19 ini hingga memicu *panic buying* dan *scarcity* dapat dianalisa melalui kurva permintaan dibawah ini :

a. Kurva Permintaan

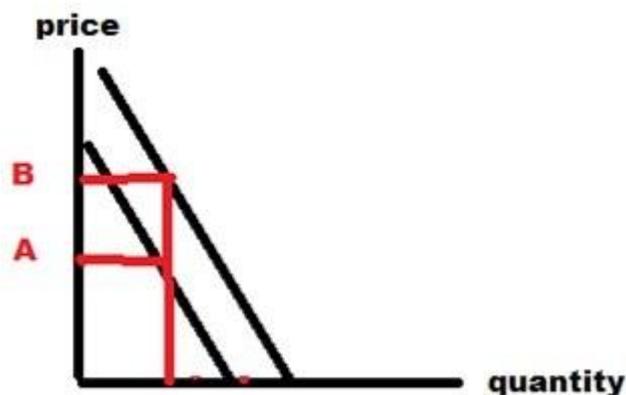
Kurva permintaan pada masa pandemic virus covid 19 menunjukkan keadaan yang mendeskripsikan fungsi antara *price* dan ketersediaan produk-produk kesehatan yang dibutuhkan konsumen. Berdampaknya pada *healthy products prices* tersebut akan menyebabkan berdampak lurus signifikan sepanjang kurva permintaan (gambar A) sehingga hal-hal terdampak lainnya akan akan menggeser kurva (gambar B).



Gambar 1. Kurva permintaan

Keterangan:

Pergerakan dari A ke B disebabkan karena menurunnya harga produk kesehatan yang dibutuhkan masyarakat sehingga jumlah produkpun naik. Sehingga hal ini dapat memicu pergerakan reaksi pasar yang dapat dianalisa dan dilihat pada gambar B.



Gambar 2. Pergeseran Kurva Permintaan

b. Kurva Penawaran

Analisa yang berikut ditinjau berdasarkan teori penawaran dan hukum penawaran. Pengertian penawaran adalah sejumlah produk-produk kesehatan pada masa pandemi tersedia di pasar untuk dijual berdasarkan varian harga dan waktu masa awal dan saat pandemi. Saat terjadi reaksi pasar maka berlakunya hukum permintaan, peningkatan harga produk kesehatan awal masa pandemi akan menyebabkan penawaran produk-produk kesehatan tersebut naik pula dan namun keadaan mulai stabil pada masa pandemic, masyarakat mulai mampu beradaptasi dan timbulnya varian harga produk yang direspon masyarakat maka reaksi pasar relatif sama, dengan asumsi faktor lain dianggap tetap. Selain harga barang itu sendiri, beberapa faktor lain yang memengaruhi penawaran adalah:

1. Biaya Produksi

Tinggi rendahnya biaya produksi berpengaruh terhadap kemampuan produksi dan harga jual barang, sehingga berpengaruh terhadap jumlah penawaran. Semakin banyak produk diproduksi maka semakin banyak peluang untuk menawarkan hingga pada akhirnya menimbulkan segmentasi pasar.

2. Teknologi

Semakin mutakhir teknologi yang digunakan maka produksi semakin efisien sehingga jumlah yang ditawarkan dapat ditingkatkan. Ragam masker dengan varian harga ditentukan berdasarkan factor produksi yang mempengaruhi harga jual

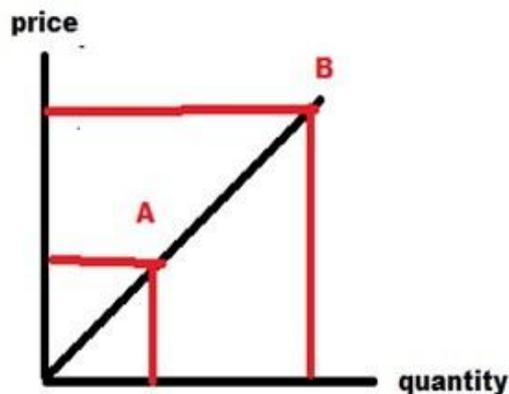
3. Harapan akan Harga Yang Akan Datang

Jika produsen memperkirakan bahwa harga produk kesehatan pada masa pandemi akan naik di masa akan datang, maka penawaran saat ini akan dikurangi dan produk ditumpuk untuk dijual dengan harapan laba yang diperolehpun naik pula. Awal terjadinya pandemi, terjadi penimbunan yang berdampak kelangkaan.

Dibawah ini, analisa berdasarkan kurva penawaran yaitu bahwa saat pandemi mulai diadaptasi banyak orang dan peluang pasar yang diisi oleh para produsen, mulai berkurangnya penimbunan barang maka para produsen memilih untuk membuat produk: berdasarkan biaya produksi yang disesuaikan dengan kemampuan secara biaya produksi, semakin rendah biaya produksi maka harga jualpun akan diseimbangkan dengan kemampuan daya beli konsumen. Di awal masa pandemi, produk-produk kesehatan pencegahan virus corona di pasaran yang mengalami *scarcity* dan meningkatnya harga.

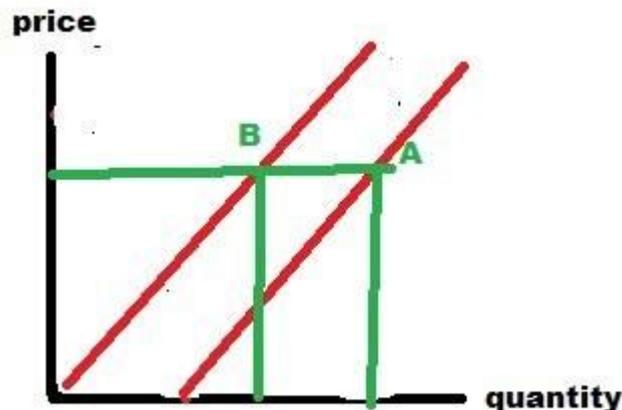
Panic buying dan *scarcity* yang terjadi di Indonesia sebagai dampak reaksi dan adaptasi masyarakat di awal masa pandemi, produk-produk kesehatan olahan kimiawi dan herbal menimbulkan kelangkaan. Dalam teori penawaran, harga menjadi pemicu Bergeraknya produk, semakin murah harga sebuah produk maka semakin banyak permintaan. Hal inilah yang membantu mengurangi terjadinya kelangkaan.

Kurva penawaran adalah kurva yang menggambarkan fungsi antara harga dengan jumlah barang yang ditawarkan. Perubahan harga barang itu sendiri akan berpengaruh terhadap pergerakan sepanjang kurva penawaran (Gambar 3) sementara perubahan pada faktor lain akan berpengaruh terhadap pergeseran kurva permintaan (Gambar 4).



Gambar 3. Kurva Penawaran

Keterangan: peningkatan harga menyebabkan penawaran meningkat dari A ke B



Gambar 4. Pergeseran Kurva Penawaran

Keterangan : Perkiraan peningkatan harga di masa mendatang mengurangi jumlah yang ditawarkan saat ini (dari A ke B)

Panic buying didorong oleh keadaan psikis berupa beratahan dengan gerakan membeli barang-barang yang dianggap mampu meredam rasa ketakutan agar bias bertahan hidup. Ketakutan, diredam dengan membeli jauh lebih banyak dari yang Anda butuhkan. *Panic buying* menolong orang-orang merasa dapat mengontrol situasi. Dalam keadaan seperti ini, merupakan pola mekanisme pertahanan diri secara psikologis dimana orang-orang merasa perlu melakukan sesuatu yang sebanding dengan apa yang dianggap sebagai tingkat krisis. *Panic buying* pun dinilai sebagai mekanisme alami yang dilakukan oleh manusia untuk merespon keadaan darurat disekitarnya. Saat manusia merasa tidak memiliki kontrol atas apa yang terjadi di sekelilingnya, mereka akan berupaya untuk memiliki kendali.

Hal ini sejalan dengan apa yang tengah terjadi di awal masa pandemi. Mewabahnya virus corona di anggap pemicu banyak orang tidak memiliki kendali untuk menghentikan infeksi virus maka perilaku yang timbul inilah menyebabkan kelangkaan barang dan diimbangi naiknya barang-barang. Hal ini kemudian menjelaskan kenapa jumlah permintaan dua barang tersebut begitu melonjak dan mengalami kelangkaan produk dan meningkatnya harga.

Sumber daya apa pun yang dikonsumsi dengan menggunakan biaya bukan nol adalah langka sampai taraf tertentu. Kelangkaan adalah kondisi di mana alat pemenuh kebutuhan tidak sebanding dengan cara memperolehnya atau membutuhkan pengorbanan yang lebih besar. Bahkan sumber daya alam gratis dapat menjadi langka jika biaya timbul dalam memperoleh atau mengonsumsinya.

Jika permintaan konsumen untuk sumber daya yang sebelumnya tidak diinginkan meningkat karena perubahan preferensi atau penggunaan yang baru ditemukan. Dengan demikian, ciri-ciri kelangkaan ekonomi adalah: Tidak adanya sumber daya yang cukup atau barang dan jasa terbatas. Keinginan atau kebutuhan manusia tidak terbatas. Oleh karena itu ekonomi juga memperhatikan redistribusi pendapatan untuk membantu semua orang agar mampu memenuhi kebutuhan. Potensi kegagalan pasar bisa juga karena kelangkaan sumber daya lingkungan. Penggunaan sumber daya alam saat ini berdampak pada ketersediaan sumber daya di masa depan untuk generasi mendatang. Masalahnya, pasar bebas seringkali tidak mempertimbangkan dampak kelestarian sumber daya alam di masa depan sehingga memperburuk terjadinya kelangkaan di masa depan. (Stephen Ison 2007)

2. Kajian Secara Ekonomi Syariah

Dalam menganalisa keadaan pandemi covid 19 pada tahun 2020, secara kajian ekonomi syariah dipahami penjawantahan bukti firman Allah SWT dalam Al Quran tentang wabah penyakit yang akan muncul dalam kehidupan manusia. Sebagaimana terdapat pada surat Al Baqarah ayat 243

أَلَمْ تَرَ إِلَى الَّذِينَ خَرَجُوا مِنْ دِيَارِهِمْ وَهُمْ أُلُوفٌ حَذَرَ الْمَوْتِ فَقَالَ لَهُمُ اللَّهُ مُوتُوا ثُمَّ أَحْيَاهُمْ إِنَّ اللَّهَ لَنُؤْفِكُ عَلَى النَّاسِ وَلَٰكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَشْكُرُونَ

Artinya “ *tidakkah kamu memperhatikan orang-orang yang keluar dari kampung halamannya, sedang jumlahnya ribuan karena takut mati? Lalu Allah Swt berfirman kepada mereka, 'Matilah kamu!' Kemudian Allah menghidupkan mereka. Sesungguhnya Allah memberikan karunia kepada manusia, tetapi kebanyakan manusia tidak bersyukur.*” (QS Al Baqarah 243).

Dengan menganalisa arti ayat di atas maka secara fitrah alamiah manusia tidak akan berubah kecuali adanya pengaruh yang tidak berpijak pada agama hingga timbulnya keserakahan. Memiliki kecenderungan serakah salah satunya reaksi ketakutan dan ketegangan menghadapi situasi pandemi dampak terjadinya *panic buying* adalah

penggunaan barang yang tidak tepat sasaran. Banyak konsumen yang sengaja membeli masker, obat-obatan dan barang lainnya dalam jumlah banyak padahal memiliki kondisi tubuh yang sehat. Hal ini kemudian merugikan bagi yang memerlukan terutama orang yang sakit namun situasi yang terjadi dimana banyak orang lebih membutuhkan masker saat stok kosong. Melakukan pembatasan pembelian setidaknya dapat mengurangi dampak buruk *panic buying* ini.

Dalam kaidah-kaidah agama Islam yang lebih menitikberatkan pada kemanusiaan, tanggung jawab sosial dan kemaslahatan umat. Namun dalam realitanya, hal-hal yang berdampak pada ekonomi akan mudah diamati bagaimana manusia menghadapi situasi abnormal pada masa pandemi virus covid 19 ini, dimana situasi baru ini benar-benar memberi reaksi besar manusia besar di seluruh dunia. Bagaimana reaksi manusia yang beragam di era modern seperti ini menjadi penelitian baru yang berdampak pengembangan ilmu pengetahuan terutama dalam bidang kesehatan dan kedokteran yang mengkaji respon bagaimana manusia harus mengadaptasi dan mengambil keputusan sesuai kebutuhan pada masa pandemi. Pada realita pasar pada saat pandemi ini maka para konsumen akan memenuhi kebutuhan sehari-hari ditambah produk-produk kesehatan seperti masker, vitamin, obat-obatan dan *handsanitizer*. Keputusan itu memang harus dilakukan dikarenakan adanya *limited resources*, dimana keinginan manusia tanpa batas namun alat pemuas keinginan memiliki keterbatasan .

Ditilik dari sifat manusia yang cenderung rakus dan serakah walaupun pada hakekatnya akal manusia lebih tinggi dari makhluk lainnya namun manusia akan terus melampiaskan kepuasannya dengan kemampuan untuk memenuhi keinginannya secara eksploratif. Dan saat terjadi merebaknya wabah covid 19 ini, fenomena *panic buying* dan *scarcity* sudah jelas akan terjadi dengan alasan keadaan psikis yang rentan kecemasan dan adaptasi dalam keadaan ketakutan.

Dalam ekonomi syariah, tindakan menimbun sangat dilarang dan hukumnya haram jika dampaknya merugikan banyak orang. Untuk menghindari penimbunan, pembatasan pembelian produk harus adil, sesuai akad dan konsumen diedukasi agar memahami tentang pembaasan pembelian produk dapat menjadi metode yang baik. Selain masker, tetapi juga untuk bahan-bahan pokok maupun kebutuhan lain seperti obat-obatan yang diproduksi secara kimiawi maupun herbal. Pembatasan jumlah beli lebih merata dan adil serta lebih banyak konsumen yang dapat membeli produk tersebut.

Akibatnya, muncul problem ekonomi yang sesungguhnya adalah manifestasi problem sosial kemanusiaan, akhirnya harus diselesaikan dengan pendekatan ekonomis dan minim dari dimensi sosial kemanusiaan. Pada ekonomi syariah menerapkan budaya adil dan merata sehingga fenomena ekonomi berupa *panic buying* dan *scarcity* bukan hanya persoalan hitungan uang, produksi barang atau kenaikan pendapatan, lebih dari itu fenomena ekonomi akan melibatkan banyak dimensi, mulai dari persoalan uang, produksi barang, pekerjaan, hubungan sosial,

hubungan kemanusiaan sehingga pada dimensi spiritual yang terjewantahkan dalam politik ekonomi di Indonesia. Kondisi tersebut terjadi karena bidang ekonomi disandarkan kepada *world view* ekonomi konvensional yang hanya fokus pada aspek material dari sisi kehidupan manusia.

Scarcity memiliki dampak yang begitu besar pada aktivitas perekonomian. Kapitalisme, Sosialisme dan Islam memandang problem *scarcity* secara berbeda. Walaupun dalam kenyataannya antara sistem ekonomi Kapitalis dan Sosialis memandang bahwa *scarcity of resources* adalah penyebab dari kurang maksimalnya pemenuhan kebutuhan dan *unlimited needs and wants* yang terjadi pada kehidupan manusia. Kapitalis dan Sosialis menempatkan *scarcity* sebagai problem utama perekonomian, sedang Islam menempatkannya sebagai problem cabang (furu“) dimana fenomena tersebut tidaklah harus terjadi jika manusia mampu meredam jiwa serakahnya dan dimensi kemanusiaannya mampu ditingkatkan pada masa pandemi. Tidak hanya sekedar manifestasi kecemasan dan ketakutan akan mewabahnya virus covid 19.

Berdasarkan realitas yang telah diuraikan di atas, sebagaimana perspektif yang dibangun ekonomi islam terhadap ketersediaan barang dan jasa sebagai sarana pemenuhan kebutuhan manusia dalam kehidupan berdasarkan petunjuk dalil-dalil syara', dan bagaimana ukuran kesejahteraan dalam politik ekonomi islam, serta mampukah ekonomi islam menjawab persoalan ketimpangan ekonomi Islam sebagai agama yang sempurna dan paripurna memiliki konsep dan solusi terhadap apa yang telah diuraikan di atas berdasarkan dua hal yaitu:

1. Islam sebagai din yang berasal dari Dzat Yang Maha Benar dan Maha Adil dan Bijaksana, Islam telah memberikan tatanan kehidupan yang benar dan adil untuk mengatur seluruh interaksi yang dijalankan manusia. Bahkan, Islam-lah satu-satunya din, baik dalam konteks agama maupun idiologi, yang benar dan sesuai dengan fitrah manusia. Namun pada realita saat ini, banyaknya ketimpangan pola pikir manusia memaknai sebuah kejadian yang mengancam dan dimanfaatkan para produsen *profit oriented* dengan jiwa kemanusiaan yang minim inilah yang berdampak pada terjadinya *scarcity* dan *panic buying* sebagai manifestasi perilaku manusia yang dampak psikis dalam keadaan abnormal.
2. Islam adalah risalah paripurna, syariat Islam meliputi seluruh dimensi kehidupan manusia, baik hubungan manusia dengan penciptanya, hubungan manusia dengan dirinya sendiri, maupun hubungan manusia dengan sesamanya, syariat Islam hadir sebagai problem solving (Solusi) bagi seluruh problematika manusia, termasuk dalam meraih kesejahteraan dan penyelesaian problem kesenjangan di tengah masyarakat. Namun disayangkan, justru bukan dijadikan solusi, lebih banyak untuk dilakukan komparasi dan justifikasi, sehingga apa yang sudah dijelaskan dalam ayat-ayat Al Quran maupun hadist dalam menghadapi masa pandemic hanya sebatas uraian yang tidak ditindaklanjuti pemaknaan yang lebih kaidah-kaidah keislaman.

Dapat ditarik kesimpulan 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 dayadiharapkan 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.

Dalam agama Islam bahwa manusia akan mengalami perubahan,perubahan yang disebabkan karena belajar itu bersifat relatif permanen, artinya bertahan dalam waktu yang relatif lama, di pihak lain perubahan itu tidak akan menetap terus menerus, hingga pada suatu waktu hal tersebut dapat berubah lagi sebagai akibat belajar.Perubahan perilaku ,baik aktual maupun potensial yang merupakan hasil belajar dalam bentuk perubahan dengan melalui latihan atau pengalaman. Perubahan yang disebabkan karena belajar itu bersifat relatif permanen, artinya bertahan dalam waktu yang relatif lama, di pihak lain perubahan itu tidak akan menetap terus menerus,sehingga pada suatu waktu hal tersebut dapat berubah lagi sebagai akibat belajar.Munculnya wabah virus covid 19 ini akan bias menjadi proses belajar manusia di dunia ini.Bahwa Allah SWT memberikan sebuah musibah,tiada lain melainkan untuk manusia belajar,melakukan perubahan yang lebih baik,bukan untuk menimbulkan malapetaka baru yang justru merugikan manusia.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam Islam dijelaskan bahwa manusia akan mengalami ketakutan dan ketengan menghadapi situasi baru terutama terhadap penyakit menular yang berbahaya. Munculnya perilaku-perilaku untuk melindungi secara obsesif sehingga menimbulkan *panic buying* dan *scarcity* adalah respon coping destruktif yang merugikan banyak orang terutama bagi yang membutuhkan. Proses adaptasi secara lingkungan,personal,kelompok hingga pelaku usaha menimbulkan perilaku beragam untuk mengatasi hal tersebut. Munculnya para pelaku usaha yang membaca peluang pasar dengan menawarkan varian produk dengan harga yang beragam pula. Bahkan di awal mewabahnya pandemi terjadi penmbunan berdampaknya harga melonjok di pasaran tetap dicari konsumen sebagai kebutuhan yang harus dipenuhi.

Perlahan proses adaptasi yang terjadi secara ekonomi mampu mengurangi *scarcity* dan *panic buying*, kemampuan produsen melakukan pola simbiosis mutualisme terhadap kosumen bias meredam *scarcity* sehingga mengurangi ketakutan banyak orang terhadap pandemi ini. Kebijakan pemerintah dan reaksi masyarakat

dalam bentuk kepatuhan protocol kesehatan yang diwajibkan diharapkan mampu mengurangi menyebarnya virus ini. *Scarcity* dan *panic buying* sebagai bentuk aksi dan reaksi, bias dikatakan “wajar” karena seluruh dunia menghadapi masalah ini. Karena manusia adalah makhluk yang memiliki nafsu sehingga munculnya ketakutan dan ketengan direspon negative sebagian orang secara serakah.

Munculnya masalah apapun terutama virus covid 19 ini membawa hikmah yang besar, tidak hanya di bidang kesehatan dengan munculnya ragam pengobatan dan pencegahan, dalam kehidupan sosialpun menimbulkan pembelajaran yang membawa hikmah yang besar pula yang dipelajari semua umat manusia di dunia ini. Sikap hidup berlebih-lebihan atau mubazir tidak saja bertentangan dengan syariah atau Sunnah Rasulullah tetapi juga menunjukkan sikap hidup individualis dan egois. Virus covid 19 mengajarkan kita untuk tidak berlebihan sehingga keinginan yang tadinya limited menjadi unlimited dan sumber daya menjadi tidak terbatas seperti halnya ekonomi islam yang tidak mengenal konsep *scarcity*.

Hikmah dari wabah virus 19 bisa menjadi proses pembelajaran semua manusia di dunia bahwa hal yang tak terduga akan selalu muncul namun secara alamiah manusia akan mengawali secara psikis yang berdampak pada perilaku. Pembentukan perilaku *coping* konstruktif akan lebih baik untuk menghindari *panic buying* dan *scarcity*. Hal ini dibutuhkan peran semua pihak termasuk pemerintah dalam pengambilan kebijakan yang berdampak baik bagi seluruh masyarakat. Walaupun disadari bahwa virus covid 19 ini adalah pandemi yang pertama sehingga dampak psikis dalam perilaku abnormal terjadi pada semua orang di dunia inipun, akan mengalami fase “kaget” dan harus memaksa beradaptasi secara cepat dan tepat.

Peran serta pemerintah, masyarakat dan semua lembaga terkait untuk mampu melakukan edukasi dan sosialisasi tentang pencegahan virus covid 19 sangat berperan penting tumbuhnya kepercayaan, kepatuhan, jiwa kemanusiaan sehingga mampu memaknai pandemi virus 19 tahun 2020 sebagai sebuah hikmah yang berkah, menghasilkan banyak penelitian menghasilkan obat-obatan formula baru untuk pencegahan virus, ilmu-ilmu yang tidak hanya pada bidang kesehatan dan kedokteran, juga di bidang lainnya demi kemaslahatan umat manusia di dunia.

DAFTAR PUSTAKA

- Bayu Taufiq Possumah, Abdul Ghafar Ismail. (2016). *The Scarcity Assumption, Economic Problem and the Definition of Economics: Revisited*, Working Paper in Islamic Economics and Finance No. 1225, Islamic Economics and Finance Research Group, Research Center for Islamic Economics and Finance, Universiti Kebangsaan Malaysia, p. 4.
- Bradley R. Schiller. (2008). *The Micro Economy Today*. New York: McGraw Hill
- Fisher. (1984). *Psychology*. NY Press

- Joseph E. Stiglitz.(1986). *Economics* Fourth Editions, p 29 & 53. New York: New York Press
- Joseph E. Stiglitz, Carl E. Walsh. (2006). *Economics* Fourth Edition. New York: W. W. Norton & Company, Inc., p. 7.
- Karl E. Case, Ray C. Fair.(2001) *Principles of Economics* Sixth Edition. New Jersey: Prentice Hall. p. 27.
- Majid, Shabri Abdul. (2011). *Diktat Ekonomi Islam. Answers to Basic Economic Decisions by Different Economic Systems.*
- Stephen Ison. (2007). *Economics*. Essex: Pearson Education Limited
- Stephen Ison, Stuart Wall, (2007). *Economics* Fourth Edition. Essex: Pearson Education Limited., p. 1.
- S. M. Akhtar, K. K. Dewett, (1946). *Modern Economic Theory*. Lahore: S. Chand & CO., p. 2.