



OPINI

FORUM SILATURRAHIM STUDI EKONOMI ISLAM
Kantor Pusat Masyarakat Ekonomi Syariah (MES)
Jl. Tebet Dalam IV E No.70, Tebet Barat, Jakarta Selatan - 12810
Telp : 0853 - 4513 - 5157

BENARKAH #STAYATHOME MERUPAKAN PILIHAN YANG INKLUSIF?

Oleh: Khansa Fairuz & Adam Adhe Nugraha

Bapernas dan Presnas FoSSEI 2019/2020

Di tengah maraknya pemberitaan terkait persebaran virus yang kini dinyatakan sebagai pandemi dunia, wabah COVID-19 ini mendorong banyak pihak untuk mengambil peran. Salah satu tagar yang mencuat melalui edukasi masyarakat dari para ahli kesehatan adalah #StayAtHome. Tagar ini menganjurkan kepada masyarakat untuk tetap tinggal di dalam rumah untuk meminimalisasi probabilitas virus ini tertular dari satu orang ke orang yang lain apabila terlibat dalam suatu kerumunan yang sama. Dalam perspektif kesehatan, menghindari interaksi sosial dengan beraktivitas di rumah saja dapat meminimalisasi risiko penularan wabah.

Namun, tentu terdapat banyak biaya oportunitas yang harus dikorbankan, seperti kegiatan pendidikan, ekonomi, dan aktivitas masyarakat lainnya. Hal yang perlu diperhatikan dari *social distancing* ini adalah produktivitas masyarakat yang menjadi biaya oportunitas. Beberapa pekerjaan masyarakat memang masih dapat dikerjakan secara *remote* di rumah masing-masing dengan memanfaatkan berbagai layanan daring. Namun demikian, banyak masyarakat dengan pekerjaan yang bersifat tidak dapat ditekuni secara daring. Lebih jauh, justru pekerjaan tersebut terdiri dari profesi yang berpendapatan menengah ke bawah, seperti tukang sampah, penjual sayur keliling, dan ojek *online*. Upah harian yang didapatkan oleh masyarakat yang bergerak di sektor tersebut tentu akan menjadi biaya oportunitas apabila mereka memilih untuk tetap tinggal di rumah. Di sisi lain, apabila tidak diambil tindakan cepat, justru mereka akan lebih rentan untuk tertular atau menyebarkan virus. Maka, anjuran untuk *social distancing* pada masyarakat kelas bawah tersebut tentu kurang tepat apabila tidak diiringi kompensasi atas biaya oportunitas yang timbul.

Kondisi ini juga semakin diperparah dengan adanya lonjakan harga-harga kebutuhan pokok di pasar. Bahan-bahan yang mengalami kenaikan harga secara drastis meliputi bawang bombai yang semula Rp8.000,00 per kilogram menjadi Rp250.000,00 per kilogram, cabai rawit yang semula Rp25.000,00-Rp30.000,00 per kilogram menjadi Rp50.000,00 per

kilogram, dan telur ayam negeri yang semula Rp25.000,00 per kilogram menjadi Rp28.000,00 per kilogram. (Hamdani, 2020). Secara teori, dengan asumsi pendapatan seseorang tetap, kenaikan harga bahan-bahan makanan ini dapat menyebabkan turunnya pendapatan riil yang menyebabkan menurunnya daya beli masyarakat. Namun, dengan kondisi saat ini yang menurunkan produktivitas masyarakat, tentu pendapatan riil masyarakat juga akan semakin menurun.

Negara-negara di Benua Eropa yang sebelumnya telah melakukan *lockdown*, mengambil kebijakan dari berbagai bidang, termasuk ekonomi. Italia, sebagai negara Eropa yang memiliki pasien positif COVID-19 terbanyak di Eropa, mengucurkan dana sebesar 25 miliar Euro untuk mengatasi konsekuensi ekonomi yang timbul akibat wabah COVID-19 ini. Perancis memutuskan adanya penundaan pembayaran pajak dan biaya sosial bagi perusahaan, serta memberikan stimulus dari penurunan ekonomi yang rusak. Spanyol memutuskan adanya cuti sakit bagi masyarakat yang melakukan *self-isolated* serta memberikan keringanan pajak yang divalusi sebesar 14 miliar Euro injeksi ekonomi (Politico, 2020).

Beberapa alternatif kebijakan ekonomi yang dapat diambil oleh pemerintah antara lain pemberian *cash transfer* kepada masyarakat untuk meningkatkan daya beli masyarakat, khususnya dalam menghadapi kenaikan harga bahan makanan pokok yang melonjak di pasar. Selain itu, pemerintah juga dapat mengirimkan bantuan berupa *in-kind incentives*, yaitu subsidi dalam bentuk barang, seperti bahan makanan pokok, suplemen penguat daya tahan tubuh, dan alat kebersihan, seperti sabun cuci tangan atau *hand sanitizer* yang digunakan sebagai upaya preventif penularan virus COVID-19. Untuk mengantisipasi masyarakat yang masih beraktivitas di luar rumah, penambahan jumlah barang publik yang diperuntukkan menjaga kebersihan, seperti pemberian disinfektan dan infrastruktur yang dapat dimanfaatkan masyarakat untuk mencuci tangan. Kebijakan fiskal ekspansif juga perlu dipertimbangkan, seperti meniadakan pajak UMKM selama beberapa bulan dan menggratiskan atau mensubsidi listrik rumah tangga miskin (450VA dan 900VA).

Bagi pengusaha, mengedepankan *ethics business* adalah pilihan paling bijak. Bagi perusahaan yang tidak dapat melakukan *work from home* dapat membuat *standard operational procedure* (SOP) pencegahan COVID-19 dan *social distancing* di lingkungan kerja. Kemudian, untuk perusahaan yang dapat melakukan *work from home*, kondisi ini menjadi waktu yang paling tepat untuk melakukan inovasi budaya kerja. Menurut DeMers (2020), *work from home* terbukti dapat menekan stress 82 persen lebih rendah dan

meningkatkan 24 persen probabilitas kebahagiaan dalam bekeja. Lebih jauh, kebahagiaan pekerja ini dapat meningkatkan produktivitas pekerja sebesar 77 persen.

Untuk pengusaha bidang farmasi dan kebutuhan pokok lainnya, hendaknya menjual dengan harga wajar karena dengan seperti itu oknum-oknum yang melakukan *overpricing* dapat dibuat jera. Hal ini sangat bertolak belakang dengan pemilik Ali Baba sekaligus salah satu orang terkaya di China yaitu Jack Ma turut ikut andil memerangi COVID-19, salah satunya di Indonesia. Perusahaan besar sejatinya dapat mengambil peran dengan mengubah pendekatan *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukannya menjadi *proactive approach*, yaitu dengan menggelontorkan CSR secara masal kepada orang miskin dan rentan untuk membantu pada *demand side*.

Selain itu, praktik gotong royong di tengah masyarakat menjadi kunci untuk meredam dampak COVID-19. Selain kesadaran diri untuk menerapkan pola hidup sehat sampai melaksanakan protap terkait pencegahan dan pengobatan COVID-19. Mengoptimalkan potensi kepedulian orang Indonesia menjadi poin penting untuk saat ini mengingat Indonesia merupakan negara dengan *world giving index* tertinggi di dunia menurut Charities Aid Foundation (2018) dengan 59 persen skor total, khususnya 78 persen dalam skor pemberian donasi uang. Potensi juga dapat dilihat dari 171,17 juta dari 264 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen yang sudah terhubung ke internet. Hal ini berarti bahwa *social media* dan para *influencer* di dalamnya potensial untuk dikerahkan dalam penggalangan donasi dan edukasi masyarakat secara umum terkait COVID-19. Ditinjau dari lini masa, bulan Ramadan yang semakin dekat dapat dimaknai sebagai adanya peningkatan potensi zakat, infak, dan wakaf yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan masyarakat. Oleh karena itu, bukan tidak mungkin gerakan akar rumput ini dapat menjadi alternatif untuk menurunkan beban masyarakat dan pemerintah.

Dengan demikian, kasus wabah COVID-19 ini bukan merupakan isu kesehatan saja. Banyak lini kehidupan yang terdampak, termasuk ekonomi. Maka, diperlukan upaya yang serius dari berbagai elemen untuk mempertahankan ekonomi masyarakat di tengah vulnerabilitas yang ada. Kesadaran bersama akan wabah ini menjadi kunci agar bangsa ini bisa tetap bertahan. Potensi krisis ekonomi dan konflik horizontal mungkin akan membayangi. Akan tetapi, dengan adanya pemerintah yang mulai memprioritaskan kepentingan kesehatan, pengusaha yang mulai mengambil peranan, dan masyarakat yang tersadarkan. Tentu, Indonesia mampu bertahan dan melewati masa masa sulit ini.

Referensi

- Charities Aid Foundation. (2018). *CAF World Giving Index 2018*. Kings Hill: Charities Aid Foundation.
- DeMers, J. (2020, Januari). *15 Working From Home Productivity Statistics*. Diambil kembali dari Email Analytics: <https://emailanalytics.com/15-working-from-home-productivity-statistics/>
- Harga Pangan Naik Gila-gilaan*. (2020, Maret 22). Diambil kembali dari Detik Finance: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4948653/harga-pangan-naik-gila-gilaan>
- Politico. (2020, Maret 13). *How Europe is Responding to The Coronavirus Pandemic*. Diambil kembali dari Politico: <https://www.politico.eu/article/how-europe-is-responding-to-the-coronavirus-pandemic/>
- Pratomo, Y. (2019, Mei 16). *APJII: Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa*. Diambil kembali dari Kompas: <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>