PANIC BUYING: BENTUK WASPADA ATAU ANCAMAN MALAADMINISTRASI?

Rabu, 22 April 2026 - kepbabel

INDONESIA saat ini dihadapi dengan ragam berita mengenai krisis energi. Seperti yang terlansir pada media online baru-baru ini di Kabupaten Tuban, Jawa Timur, antrean mengular terpantau sudah berlangsung selama beberapa hari hanya untuk mendapatkan LPG 3 kg yang dirasa langka keberadaannya. Hal yang sama dirasakan sebelumnya di Bangka Belitung, terutama di Kabupaten Belitung Timur, antrean panjang kerap terjadi di berbagai pangkalan gas Februari silam.

Selain gas, bahan bakar minyak (BBM) juga merupakan salah satu barang publik yang menjadi objek isu kelangkaan selanjutnya. Tak berhenti di situ, akibat konflik Timur Tengah yang berujung pada pernyataan terkait cadangan bahan bakar negara yang menipis dan rumor kenaikan harga bahan bakar juga menyebabkan antrean warga membeludak di sejumlah stasiun pengisian bahan bakar umum (SPBU) di berbagai provinsi seperti Aceh, Medan, Bangka Belitung, dan lain-lain.

Walaupun Pemerintah Republik Indonesia dan Pertamina telah menyatakan bahwa pasokan gas dan bahan bakar masih aman terkendali dan tidak akan ada kenaikan harga pada bahan bakar minyak, tetap saja kepanikan dan kecemasan tetap terasa. Rasa takut, keterbatasan akses dan pengaruh sosial mengantarkan warga pada sikap waspada demi tercapainya rasa aman. Warga berbondong-bondong datang untuk membeli gas ataupun BBM secara berlebihan dalam waktu singkat karena kekhawatiran akan kehilangan kesempatan pembelian di masa depan. Selanjutnya bagaimana? Apa yang harus dilakukan?

Panic buying dalam pelayanan publik

Istilah yang pas untuk menggambarkan kondisi ini adalah panic buying. Panic buying adalah suatu kondisi di mana masyarakat membeli kebutuhan pokok secara berlebihan atas dasar rasa kepanikan karena adanya krisis atau kelangkaan. Baik sangat atau belum membutuhkan suatu barang tersebut, masyarakat yang mengalami panic buying akan rela untuk "memborong" suatu barang agar dapat bertahan di masa depan tanpa mengalami kesusahan akses kebutuhan. Masyarakat cenderung melakukan pola pembelian yang tidak biasa di mana pembelian akan dilakukan terus-menerus dalam waktu singkat, tidak terkendali, serta penuh akan rasa khawatir dan gelisah.

Lalu apa yang sebenarnya menyebabkan panic buying pada masyarakat? Rasa panik yang muncul di benak masyarakat muncul dengan proses yang terbilang cepat. Masyarakat yang kerap melakukan panic buying sering kali dimotivasi oleh herd behavior (perilaku ikut-ikutan) akibat informasi viral yang menimbulkan efek domino terhadap kepanikan masal sehingga masyarakat kemudian berbondong-bondong membeli suatu kebutuhan.

Secara internal, pola perilaku panic buying ini dapat dijelaskan secara psikologis. Konsep Loss Aversion menjelaskan bahwa manusia dapat lebih takut merasa kehilangan dibandingkan merasa senang saat mendapatkan sesuatu. Dalam kata lain, manusia akan rela antre panjang demi mendapatkan sesuatu demi menghindari rasa rugi.

Hal itu cukup dapat tergambarkan pada realitas beberapa waktu silam di salah satu kota di Bangka Belitung di mana masyarakat rela antre panjang sebelum pergantian bulan dikarenakan tersebar rumor di media sosial bahwa harga bahan bakar minyak akan naik saat pergantian bulan. Namun kemudian, Pemerintah Republik Indonesia menyatakan bahwa tidak ada kenaikan bahan bakar minyak. Situasi ini tentu juga menjelaskan sebuah konsep Anxiety and Fear Response (Respon Kecemasan) masyarakat di mana panic buying yang dilakukan didasari oleh rasa takut dan cemas karena masyarakat berorientasi pada perlindungan diri (survival) bukan lagi rasionalitas.

Secara eksternal, masyarakat tentu dipengaruhi oleh lingkungan sosial yang mencerna informasi pada media secara mentah. Perilaku ikut-ikutan muncul akibat ada tekanan sosial dan ketidakpastian sehingga keputusan diambil berdasarkan tindakan mayoritas, bukan analisis pribadi. Di era teknologi saat ini di mana kecerdasan artifisial (artificial intelligence) makin berkembang, informasi dapat diolah kembali oleh pihak yang tidak bertanggung jawab dengan penafsiran yang kurang valid sehingga banyak disinformasi atau hoaks tersebar luas di berbagai kanal media.

Berdasarkan teori Kognitif Sosial Albert Bandura, manusia cenderung memperoleh informasi atau mempelajari suatu hal melalui pengamatan lalu kemudian ditiru. Pada konteks ini, masyarakat yang menerima informasi suatu isu kelangkaan akan cenderung mengamati informasi tersebut lalu kemudian akan bergerak untuk meniru perilaku masyarakat lain yang melakukan panic buying.

Potensi malaadministrasi di balik panic buying

Panic buying yang terjadi menimbulkan dampak yang tidak sederhana. Dari aspek sosial, kelompok rentan adalah kelompok yang paling dirugikan dalam mengakses barang publik

seperti tabung gas dan bahan bakar. Tidak menutup kemungkinan ketimpangan akan meningkat atau bahkan memicu konflik di tengah masyarakat. Lonjakan pembelian masif terhadap LPG 3 kg dan BBM yang sejatinya merupakan barang publik dalam pelayanan publik ini tentu memicu ritme operasional pelayanan yang tidak biasa.

Pelayanan publik pada dasarnya dirancang untuk berjalan normal dan terukur. Ketika terjadi kenaikan permintaan secara tiba-tiba, kapasitas sistem menjadi tidak seimbang. Antrean memanjang, waktu tunggu membengkak, dan kualitas layanan menurun. Pola distribusi yang tidak efisien, informasi hoaks yang makin liar tersebar dan pengawasan yang minim menghantarkan kondisi ini pada gerbang malaadministrasi.

Terutama pada kasus panic buying terhadap barang publik. Dengan beredarnya informasi isu kelangkaan barang publik, potensi oknum yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan penimbunan barang makin tinggi. Selain itu, banyak dari berbagai kalangan yang akan memanfaatkan kesempatan untuk melakukan permainan harga di mana harga barang akan dijual melebihi harga eceran tertinggi (HET) yang sudah ditetapkan. Ditambah lagi dengan kemungkinan distribusi yang tidak merata dan tidak tepat sasaran. Praktik-praktik tersebut merupakan bentuk nyata dari maladministrasi yang besar probabilitasnya untuk terjadi.

Berangkat dari potensi malaadministrasi tersebut, peran penyelenggara pelayanan publik diharapkan dapat menjadi pendorong atau enabler dalam menyeimbangkan perilaku panic

buying yang terjadi. Negara dalam menjalankan tanggung jawabnya untuk menjamin ketersediaan dan distribusi barang publik seharusnya dapat dilakukan secara lebih transparan, akuntabel, dan responsif.

Setiap penyelenggara pelayanan publik, baik pemerintah ataupun penyedia barang publik, diantisipasi untuk memiliki komunikasi publik yang baik. Kegagalan dalam komunikasi publik justru menjadi pemicu yang krusial dalam fenomena panic buying. Informasi yang tidak jelas akan menciptakan spekulasi di kalangan masyarakat sehingga kepanikan massal tidak terhindarkan.

Lantas apakah panic buying akan selalu terjadi di masa depan? Semua kembali pada peran dari masing-masing pihak yang ada. Panic buying tidak bisa semata-mata disalahkan sebagai bentuk lemahnya kontrol diri suatu individu. Perbaikan tata kelola pelayanan publik perlu dioptimalkan guna menekan kemungkinan pola perilaku panic buying berkelanjutan ke depannya. Pemerintah memiliki peran yang signifikan dalam hal ini.

Pembangunan komunikasi publik yang positif dan responsif dapat menjadi awal langkah antisipatif dalam mencegah panic buying. Transparansi informasi mengenai suplai dan distribusi secara real-time juga dapat menjadi bahan dalam proses komunikasi kepada publik. Apabila masyarakat menerima informasi yang jelas dan valid, disinformasi atau hoaks dapat ditekan pertumbuhannya.

Pengawasan oleh unit internal maupun eksternal juga dirasa penting dalam mengawasi praktik-praktik penyimpangan yang berpotensi terjadi. Pada konteks sumber daya energi seperti gas atau bahan bakar minyak, pemerintah pusat dan pemerintah daerah yang berwenang dalam hal ini dapat berintegrasi dengan perusahaan penyedia barang publik dalam melakukan pengawasan dan pengendalian agar distribusi dapat dilakukan secara merata dan tepat sasaran.

Pemerintah sebagai pembuat kebijakan juga diharapkan dapat memperkuat regulasi yang mengatur terkait penimbunan barang publik. Melihat maraknya kasus penimbunan, pengoplosan gas, dan praktik kecurangan lainnya, mendorong panic buying menjadi agenda rutin yang akan terus berulang. Oleh karena itu, perlu penegakan hukum oleh pemerintah dan aparat penegak hukum lain terhadap perbuatan yang melanggar hukum perlu dilakukan dengan lebih tegas.

Lemahnya pengawasan dapat menuntun kepada krisisnya kepercayaan masyarakat terhadap negara. Ombudsman sebagai lembaga pengawas eksternal akan turut serta dalam menjalankan fungsinya sesuai dengan kewenangan. Bersama dengan pemangku kepentingan lain, Ombudsman dapat berkolaborasi dalam memberikan edukasi kepada masyarakat untuk

tidak melakukan panic buying serta turut mengawasi apabila mendapati oknum yang menjadi pelaku malaadministrasi. Pengawasan yang lahir dalam ruang kolaborasi antarsektor yang baik merupakan salah satu bukti tata kelola pelayanan publik yang baik pula.

Selama akar permasalahan ini tidak dibenahi, siklus kepanikan dan malaadministrasi akan terus berulang. Maka, memperkuat pelayanan publik bukan hanya soal efisiensi semata, tetapi juga tentang membangun kembali kepercayaan masyarakat terhadap negara. (*)