


DAMPAK BENCANA ALAM TERHADAP POLA PERMINTAAN BARANG DAN FENOMENA *PANIC BUYING* DI MASYARAKAT

Tukma Putri Tanjung¹, Revi Prastanti², Imam Syuhada³, Rayhan Tambak Bintang⁴,
Reni Ria Armayani Hasibuan⁵,

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
E-mail: ¹tukmatanjung@gmail.com ²r.prst03@gmail.com ³isyuhada212@gmail.com
⁴rayhantambakbin@gmail.com ⁵reniriaarmayani@uinsu.ac.id

<p>Menerima: 20/12/2025</p> <p>Diterima: 21/12/2025</p> <p>Menerbitkan: 22/12/2025</p>  <p>This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License.</p>	<p>Abstrak</p> <p>Indonesia is a country prone to natural disasters such as floods, earthquakes, and landslides, which not only cause physical damage but also affect people's economic behavior. During disasters, communities often experience anxiety about the availability of essential goods, leading to excessive purchasing behavior known as panic buying. This phenomenon was observed in several areas of North Sumatra, where residents rushed to buy large quantities of fuel (BBM) due to fears of shortages, even though the government had assured that distribution remained stable. This study aims to analyze the relationship between natural disasters and changes in demand patterns for goods, as well as to identify the factors that trigger panic buying among the public. The research uses a descriptive qualitative approach, utilizing secondary data from online news, official reports, and previous studies. The results show that natural disasters can disrupt the supply chain and decrease public confidence in the availability of goods. Psychological factors such as fear and uncertainty are the main drivers of panic buying, which can lead to temporary price spikes and market imbalances. Therefore, the government's role in providing accurate information and ensuring the availability of goods is crucial to maintaining public stability during disaster situations.</p> <p>Keywords: Natural Disasters, Demand Patterns, Panic Buying, Consumer Behavior, Community Economy.</p>
--	--

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki tingkat kerentanan bencana alam sangat tinggi karena letak geografisnya di pertemuan tiga lempeng tektonik besar. Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) mencatat lebih dari 3.000 kejadian bencana terjadi sepanjang tahun 2024, didominasi oleh bencana hidrometeorologi seperti banjir dan cuaca ekstrem. Kondisi ini tidak hanya mengakibatkan kerusakan infrastruktur, tetapi juga memicu ketidakstabilan ekonomi di tingkat rumah tangga akibat terganggunya jalur distribusi dan akses terhadap barang kebutuhan pokok. Masalah utama yang muncul saat terjadi bencana adalah perubahan mendadak pada pola permintaan barang. Masyarakat cenderung meningkatkan konsumsi barang pokok secara drastis sebagai bentuk antisipasi terhadap potensi kelangkaan. Ketika kecemasan ini memuncak dan tidak dibarengi dengan informasi yang akurat, muncul fenomena *panic buying*—perilaku pembelian berlebihan yang didorong oleh rasa takut. Fenomena ini nyata terjadi di Sumatera Utara, di mana gangguan distribusi BBM menyebabkan antrean panjang di SPBU meskipun pemerintah telah menjamin stok aman.

Secara teoretis, perilaku ini menunjukkan bahwa permintaan barang saat bencana tidak hanya dipengaruhi oleh rasionalitas harga, tetapi lebih dominan dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti ketakutan, persepsi risiko, dan pengaruh sosial (*herd behavior*). Dampak dari

perilaku ini adalah terciptanya kelangkaan semu (*artificial shortage*) dan lonjakan harga yang justru memperparah beban ekonomi masyarakat pascabencana.

Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis bagaimana bencana alam secara spesifik mengubah struktur permintaan masyarakat dan mengidentifikasi faktor pendorong *panic buying*. Melalui pemahaman yang lebih mendalam, diharapkan pemerintah dapat mengambil langkah mitigasi yang tepat, baik melalui edukasi publik maupun pengelolaan distribusi yang lebih transparan untuk menjaga stabilitas pasar di tengah krisis.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Permintaan Barang

Teori permintaan merupakan konsep dasar dalam ekonomi yang menjelaskan hubungan antara harga suatu barang dengan jumlah barang yang diminta oleh konsumen. Secara umum, ketika harga naik maka permintaan akan menurun, sedangkan ketika harga turun, permintaan meningkat. Namun, dalam kondisi tertentu seperti bencana alam, teori ini dapat berubah arah. Menurut Mankiw (2021), faktor nonharga seperti ekspektasi konsumen terhadap ketersediaan barang, pendapatan, dan rasa aman juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Ketika masyarakat memperkirakan bahwa barang akan langka atau sulit didapat karena gangguan pasokan akibat bencana, maka permintaan terhadap barang tersebut justru meningkat, meskipun harga naik.

Fenomena ini sering terjadi di Indonesia saat terjadi krisis atau bencana. Misalnya, ketika terjadi banjir besar, masyarakat cenderung membeli lebih banyak bahan makanan pokok seperti beras, air mineral, dan kebutuhan rumah tangga lainnya untuk berjaga-jaga. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku ekonomi masyarakat tidak hanya dipengaruhi oleh rasionalitas harga, tetapi juga oleh rasa takut dan ketidakpastian akan masa depan.

Teori Perilaku Konsumen

Teori perilaku konsumen menjelaskan bagaimana individu membuat keputusan dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengonsumsi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Schiffman dan Kanuk (2010) mengemukakan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu faktor internal (emosi, persepsi, dan motivasi) dan faktor eksternal (lingkungan sosial, budaya, serta pengaruh media). Dalam konteks bencana, faktor-faktor ini berperan besar terhadap perilaku pembelian masyarakat.

Kecemasan dan ketakutan menjadi pendorong utama meningkatnya permintaan barang. Ketika seseorang melihat orang lain membeli dalam jumlah banyak, muncul dorongan psikologis untuk ikut melakukan hal yang sama dikenal sebagai fenomena herd behavior atau perilaku ikut-ikutan. Selain itu, media sosial sering memperkuat kepanikan dengan menyebarkan berita tentang kelangkaan stok barang, yang akhirnya mendorong masyarakat untuk bertindak secara emosional dan kurang rasional.

Konsep *Panic Buying*

Panic buying adalah perilaku membeli barang dalam jumlah berlebihan karena adanya rasa takut dan ketidakpastian terhadap ketersediaan barang di masa mendatang. Menurut Sim et al. (2021), perilaku ini sering muncul sebagai reaksi spontan terhadap ancaman yang dirasakan, baik berupa bencana alam, krisis ekonomi, maupun situasi darurat lainnya. Ketika masyarakat

menghadapi ancaman terhadap kebutuhan pokoknya, mereka cenderung menimbun barang sebagai bentuk perlindungan diri.

Lins dan Aquino (2022) menjelaskan bahwa perilaku *panic buying* berkaitan erat dengan tingkat kecemasan individu dan persepsi terhadap risiko. Semakin tinggi tingkat ketakutan seseorang terhadap kemungkinan kekurangan barang, semakin besar pula kecenderungannya untuk membeli secara berlebihan. Selain itu, persepsi sosial bahwa barang tertentu sedang langka juga dapat mempercepat munculnya perilaku ini. Akibatnya, *panic buying* sering kali menciptakan kelangkaan semu (*artificial scarcity*), di mana stok sebenarnya masih cukup, tetapi cepat menghilang karena perilaku konsumsi berlebihan.

Fenomena *panic buying* tidak hanya berdampak pada kestabilan harga dan distribusi barang, tetapi juga menimbulkan ketimpangan sosial karena tidak semua lapisan masyarakat memiliki kemampuan ekonomi untuk membeli dalam jumlah besar. Oleh karena itu, diperlukan peran aktif pemerintah dan lembaga terkait dalam memberikan edukasi publik, memastikan transparansi stok, serta menjaga arus distribusi agar tidak terjadi kepanikan massal yang dapat memperburuk situasi krisis.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah **deskriptif kualitatif**. Pendekatan ini dipilih untuk memberikan gambaran secara mendalam mengenai fenomena *panic buying* dan perubahan pola permintaan barang yang dipicu oleh peristiwa bencana alam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak Bencana Alam Terhadap Pola Permintaan Barang

Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), bencana diartikan dengan sesuatu yang menimbulkan kesusahan, kerugian, atau penderitaan, kecelakaan, dan bahaya. Menurut UU nomor 24 tahun 2007, Bencana adalah peristiwa atau rangkaian peristiwa yang mengancam dan mengganggu kehidupan dan penghidupan masyarakat yang disebabkan, baik oleh faktor alam, faktor nonalam maupun faktor manusia sehingga mengakibatkan timbulnya korban jiwa manusia, kerusakan lingkungan, kerugian harta benda, dan dampak psikologis.

Bencana alam tidak dapat sepenuhnya dikendalikan oleh manusia, namun manusia tetap dapat melakukan berbagai upaya untuk bertahan hidup dalam situasi tersebut. Seperti halnya bencana alam yang melanda Sumatera utara. Bencana alam, terutama banjir dan tanah longsor yang terjadi di Sumatera Utara dalam beberapa tahun terakhir, telah memengaruhi struktur konsumsi dan permintaan barang di wilayah tersebut. Fenomena banjir yang intens di Medan dan daerah sekitarnya menunjukkan gangguan tajam pada kegiatan ekonomi masyarakat, termasuk penurunan aktivitas perdagangan dan distribusi barang konsumsi akibat infrastruktur yang rusak serta terputusnya jalur logistik, sehingga permintaan terhadap beberapa komoditas mengalami fluktuasi drastis sejalan dengan akses pasar yang terganggu (Yelsa & Bengkel : 2024)

Selain itu, studi kasus banjir di Jalan Abdul Hakim, Medan, menunjukkan bahwa banjir secara langsung menghambat aktivitas ekonomi harian warga dan menurunkan kualitas hidup, yang berimplikasi pada berkurangnya pembelian barang non-esensial karena pendapatan rumah tangga terganggu (Alexander Nadeak,dkk : 2024)

Dalam konteks permintaan barang pokok, masyarakat terdampak cenderung meningkatkan konsumsi terhadap kebutuhan dasar seperti makanan dan air bersih selama fase darurat, sementara permintaan barang discretionary turun seiring dengan menurunnya daya

beli. Menurut Nailul dan Bima (2025) Secara regional, bencana banjir bandang di Sumatera Utara diperkirakan menyebabkan kerugian ekonomi besar dan gangguan distribusi barang, yang pada akhirnya menekan permintaan barang industri dan konsumsi umum di pasar lokal (Estimasi kerugian ekonomi akibat banjir *Sumatra dan Aceh*, termasuk dampaknya pada sektor logistik).

Bencana alam seperti banjir, angin kencang, dan longsor yang dilaporkan BNPB sering kali merusak jalan, infrastruktur, dan fasilitas umum, sehingga rantai pasokan barang menjadi terganggu. Ini dapat menyebabkan beberapa barang pokok menjadi langka atau harganya naik, sementara pasokan barang lain sulit masuk ke wilayah terdampak sehingga memengaruhi pola permintaan dan harga di pasar lokal. (Abdul Muhari:2025)

Saat banjir dan longsor besar melanda Sumatera Utara, permintaan barang kebutuhan pokok seperti beras, air bersih, dan obat-obatan meningkat secara signifikan karena masyarakat terdampak membutuhkan bantuan agar tetap bertahan hidup. Contohnya, pemerintah melalui Bulog menyalurkan 2.269 ton beras untuk warga terdampak di berbagai kabupaten/kota sebagai cadangan pangan darurat. Selain itu, kebutuhan akan peralatan darurat seperti tenda dan pakaian juga meningkat di tengah ribuan pengungsi yang belum kembali ke rumahnya. Sebaliknya, permintaan terhadap barang sekunder dan tersier cenderung menurun karena masyarakat menunda pembelian barang yang tidak mendesak dan mengalihkan prioritas belanja ke kebutuhan dasar pascabencana. Kondisi ini menunjukkan bagaimana bencana alam mengubah struktur permintaan barang di pasar lokal dan memaksa konsumen menyesuaikan perilaku ekonominya.

Penyebab Fenomena *Panic Buying*

Fenomena *panic buying* sering muncul pada saat terjadinya bencana alam karena meningkatnya rasa takut dan ketidakpastian di tengah masyarakat. Ketika bencana mengganggu aktivitas ekonomi dan distribusi barang, masyarakat khawatir akan terjadinya kelangkaan kebutuhan pokok, sehingga mendorong mereka membeli barang dalam jumlah berlebihan. Kondisi ini diperparah oleh penyebaran informasi yang tidak lengkap atau berlebihan melalui media massa dan media sosial, serta perilaku ikut-ikutan yang muncul ketika melihat orang lain melakukan pembelian besar-besaran. Akibatnya, permintaan terhadap barang kebutuhan pokok seperti pangan, air bersih, dan obat-obatan meningkat secara tiba-tiba, sementara pasokan belum tentu mampu mengimbangi lonjakan tersebut. Dengan demikian, *panic buying* tidak hanya mencerminkan respons psikologis masyarakat terhadap krisis, tetapi juga menyebabkan distorsi dalam pola permintaan barang yang dapat memicu kelangkaan dan kenaikan harga di pasar.

Contohnya kelangkaan bensin yang terjadi di salah satu wilayah Provinsi Sumatera Utara yaitu Medan. Hal ini disebabkan oleh terhambatnya distribusi bensin oleh pihak PERTAMINA. Kondisi ini bukan disebabkan oleh tidak tersedianya bensin dari pusat, melainkan karena gangguan pendistribusian yang menyebabkan sejumlah stasiun pengisian bahan bakar umum (SPBU) kehabisan stok. Situasi tersebut kemudian diperparah oleh beredarnya isu-isu mengenai potensi kelangkaan bensin di masyarakat. Akibatnya, masyarakat terdorong untuk membeli bensin dalam jumlah berlebihan secara bersamaan, yang dikenal sebagai fenomena *panic buying*.

Dampak ekonomi dari *panic buying*

Panic buying menimbulkan berbagai dampak ekonomi yang signifikan, terutama terhadap stabilitas pasar dan kesejahteraan masyarakat. Dampak ekonomi dari *panic buying* yaitu terjadinya kelangkaan barang dipasar, kenaikan harga (inflasi jangka pendek), distribusi barang menjadi tidak merata, gangguan stabilitas pasar, meningkatnya biaya ekonomi rumah tangga, potensi spekulasi dan penimbunan, dan menurunnya kepercayaan terhadap system distribusi.

Panic buying yang terjadi pascabencana banjir di Sumatera Utara menimbulkan dampak ekonomi yang cukup signifikan bagi masyarakat dan pasar lokal. Banjir yang melanda sejumlah wilayah menyebabkan terganggunya akses transportasi dan distribusi barang, sehingga menimbulkan kekhawatiran akan kelangkaan kebutuhan pokok seperti bahan pangan, air bersih, bahan bakar, dan obat-obatan. Kekhawatiran tersebut mendorong masyarakat melakukan pembelian dalam jumlah berlebihan, yang mengakibatkan lonjakan permintaan secara tiba-tiba. Dampaknya, terjadi kelangkaan barang di tingkat pengecer dan kenaikan harga dalam jangka pendek, meskipun ketersediaan barang di tingkat pusat masih relatif mencukupi. Kondisi ini memperberat beban ekonomi masyarakat, terutama kelompok berpendapatan rendah, serta mengganggu stabilitas pasar. Dengan demikian, *panic buying* akibat banjir di Sumatera Utara tidak hanya mencerminkan respons psikologis masyarakat terhadap krisis, tetapi juga memperparah dampak ekonomi bencana melalui distorsi permintaan dan distribusi barang.

KESIMPULAN

Bencana alam memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perubahan pola permintaan barang dan perilaku ekonomi masyarakat. Bencana seperti banjir yang terjadi di Sumatera Utara tidak hanya menyebabkan kerusakan fisik dan terganggunya aktivitas ekonomi, tetapi juga memicu perubahan perilaku konsumsi masyarakat, terutama peningkatan permintaan terhadap barang-barang kebutuhan pokok. Gangguan distribusi akibat rusaknya infrastruktur dan terputusnya jalur logistik menimbulkan kekhawatiran akan kelangkaan barang, sehingga mendorong masyarakat melakukan pembelian secara berlebihan atau *panic buying*.

Fenomena *panic buying* lebih banyak dipicu oleh faktor psikologis, seperti rasa takut, ketidakpastian, serta persepsi kelangkaan yang diperkuat oleh informasi yang beredar di masyarakat, bukan semata-mata karena ketersediaan barang yang benar-benar habis di tingkat pusat. Perilaku ini berdampak pada terjadinya kelangkaan barang di tingkat lokal, kenaikan harga dalam jangka pendek, serta ketidakseimbangan distribusi yang pada akhirnya memperburuk kondisi ekonomi masyarakat, khususnya kelompok berpendapatan rendah di wilayah terdampak bencana.

Oleh karena itu, diperlukan peran aktif pemerintah dan pihak terkait dalam menjaga kelancaran distribusi barang, memberikan informasi yang akurat dan transparan, serta melakukan pengawasan pasar agar *panic buying* dapat diminimalkan. Upaya tersebut penting untuk menjaga stabilitas pasar dan melindungi kesejahteraan masyarakat dalam menghadapi situasi darurat akibat bencana alam.

REFERENSI

- Yuen, K. F., Wang, X., Ma, F., & Li, K. X. (2020). The psychological causes of *panic buying* following a health crisis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(10), 3513.
- Waspada.id. (2024). Rudi Alfahri Rangkuti imbau warga tidak panik, stok BBM aman distribusi mulai lancar. Diakses dari <https://www.waspada.id/medan/rudi-alfahri-rangkuti-imbau-warga-tidak-panik-stok-bbm-aman-distribusi-mulai-lancar>
- Sim, K., Chua, Y. X., Vieta, E., & Fernandez, G. (2021). The psychology of *panic buying*: A systematic review and recommendations. *Frontiers in Public Health*, 9, 639339.
- Lins, S., & Aquino, S. (2022). Development and initial psychometric properties of a *panic buying* scale during COVID-19 pandemic. *Heliyon*, 6(9).
- BNPB. (2024). Data dan Informasi Bencana Indonesia Tahun 2024. Badan Nasional Penanggulangan Bencana Republik Indonesia. Diakses dari <https://bnpb.go.id>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior (10th ed.)*. Pearson Education.
- Mankiw, N. G. (2021). *Principles of Economics (9th ed.)*. Cengage Learning.
- Iqbal, M., Rahiem, F.A., Fitrananda, C.A., & Yusuf, Y.M. (2021). KOMUNIKASI MITIGASI BENCANA (Studi Kasus Mitigasi Bencana Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Jabar dalam Menghadapi Bencana Alam Gempa Bumi Akibat Sesar Lembang). *LINIMASA : jurnal ilmu komunikasi*, 4(2).
- Nadeak,A., Nugraha, A.P., Marbun, J., Siregar, H., & Belianti. (2024). Analisis Penyebab dan Dampak Banjir (Studi Kasus : Jalan Abdul Hakim, Kelurahan Tanjung Sari, Kota Medan). *TRIWIKRAMA: Jurnal Ilmu Sosial*. 5(7).