

Perilaku Konsumen Islam Terhadap Boikot Produk Israel

Anisa Jaelani¹, Yustia Nursyifa²

¹Universitas Djuanda, anisa.jaelani@unida.ac.id (Korespondensi Penulis)

²Universitas Djuanda, nursyifa.yustia3140@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk menganalisis perilaku konsumen mengenai boikot produk israel. Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yaitu memberikan gambaran secara kuantitatif mengenai perilaku konsumen pada boikot produk israel. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer yaitu observasi dan angket. Observasi yang dilakukan antara lain melakukan pengamatan terhadap perilaku konsumen pada gerakan boikot produk israel. Angket menggunakan pertanyaan tertutup. Sedangkan data sekunder yang digunakan adalah media massa, jurnal, dan buku. Teknik sampling menggunakan sampling acak sederhana. Hasil penelitian menunjukkan mayoritas mahasiswa sebanyak 76% Boikot Produk Israel sebagai bentuk prihatin terhadap palestina dan indikator terendah menyatakan mendapat Apresiasi Dari Lingkungan Terhadap Pro Boikot Produk Israel dengan hasil analisa mencapai 26 %. Artinya mahasiswa FISIP Unida melakukan boikot produk israel. Perilaku yang dominan mempunyai persepsi tingkat setuju yang tinggi terhadap fatwa MUI dalam boikot produk israel.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Boikot, Produk Israel

PENDAHULUAN

Invasi Israel terhadap Gaza meningkat dan jumlah korban jiwa warga Palestina terus meningkat. Seruan untuk memboikot produk-produk Israel mulai muncul kembali, salah satunya adalah gerakan Boikot, Divestasi, Sanksi (BDS) atau gerakan Boikot, Divestasi, Sanksi, sebuah gerakan yang dipimpin oleh Palestina yang mengarah pada kebebasan, keadilan, dan kesetaraan.

BDS menyerukan boikot terhadap perusahaan Israel dan internasional yang terlibat dalam pelanggaran hak-hak Palestina

Sejak dimulainya perang antara Israel dan Hamas pada 7 Oktober 2023, banyak seruan untuk memboikot produk-produk terkait Israel. Sementara menurut survei Kurious-Katadata Insight Center (KIC), dari 2.554 masyarakat Indonesia yang disurvei, sekitar 36% aktif melakukan boikot dan 47% mendukung aksi serupa namun belum melakukan. Di antara kelompok responden yang aktif dan mendukung boikot produk-produk pro-Israel, mayoritas melakukannya karena ingin mendukung Palestina (64,7%). Ada pula masyarakat yang termotivasi menentang tindakan Israel (61,8%) dan prihatin dengan situasi konflik Israel-Palestina (58%) (Muhamad, 2023).

Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah menerbitkan Fatwa no. 83 Tentang Hukum Dukungan terhadap Perjuangan Palestina. Dalam fatwa tersebut dinyatakan secara tegas bahwa mendukung kemerdekaan Palestina dari kejinya penjajahan Israel adalah wajib dan mendukung agresi Israel baik langsung mau pun tidak langsung hukumnya haram. (Mahbub, 2023)

Beberapa pihak mendukung gerakan ini sebagai ekspresi solidaritas dengan Palestina. Sementara pihak lain berpandangan sebagai tindakan kontroversial dengan potensi dampak sosial dan ekonomi yang signifikan (Ihsan, 2023)

Kebijakan boikot produk Israel di Indonesia mencerminkan penerapan konsep boikot yang telah dijelaskan sebelumnya (Mahardi, 2021). Aktivitas boikot ini mencakup penolakan untuk menggunakan atau membeli produk yang berasal dari atau terkait dengan entitas Israel sebagai bentuk protes atau penolakan terhadap kebijakan politik, kemanusiaan, atau konflik tertentu yang melibatkan Israel. Adapun Dampak ekonomi dari gerakan ini juga menjalar ke perusahaan-perusahaan internasional yang dianggap pro-Israel, dan nilai sahamnya anjlok (Refendy, 2022). Meski gerakan boikot mendapat dukungan, namun terdapat kekhawatiran masyarakat bahwa tindakan tersebut dapat merugikan perekonomian Indonesia termasuk salah satunya dampak terhadap perilaku konsumen.

Perilaku konsumen mengacu pada tindakan yang terlibat langsung dalam memperoleh, mengonsumsi, dan membuang suatu produk atau layanan, termasuk proses pengambilan keputusan yang terjadi sebelum dan sesudah tindakan tersebut (Amberg & Fogarassy, 2019).

Fandy Tjiptono dalam jurnal penelitian Pratiwi, Suwendra, Yulianthini (2014) mengatakan bahwa “keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen (Arfah, 2022).

METODE PENELITIAN

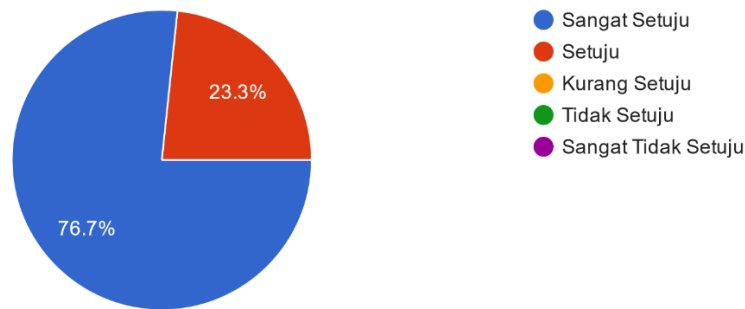
Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Sementara Pendekatan yang digunakan saat ini adalah analisis deskriptif dengan menggunakan informasi mengenai masalah penelitian. Responden penelitian adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan total responden sebanyak 30 orang. Peneliti menggunakan sumber penelitian berdasarkan data primer dengan memberikan angket koesioner kepada mahasiswa FISIP untuk mengetahui survey perilaku konsumen islam terhadap boikot produk israel dengan pengukuran skala likert, kemudian di dukung dengan data sekunder seperti artikel, berita, media sosial, buku dan dokumen lainnya. Setelah mengumpulkan data dari berbagai sumber yang disebutkan di atas, maka dapat diambil kesimpulan dan dikembangkan dalam penelitian ini. Analisis informasi disusun melalui teknik perhitungan statistik berdasarkan hasil data dari tanggapan responden kemudian dilakukan analisa data berdasarkan tinjauan literatur sistematis dengan tujuan memperoleh hasil perilaku konsumen dalam produk boikot.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor budaya mengenai pernyataan Boikot Produk Israel sebagai bentuk prihatin saya terhadap palestina dapat dilihat pada gambar 1.

Boikot Produk Israel sebagai bentuk prihatin saya terhadap palestina

30 responses



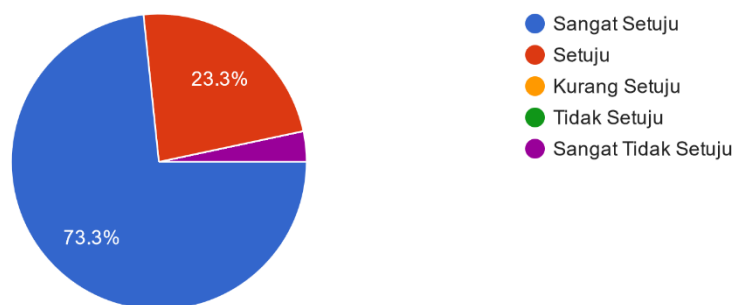
Gambar 1. Bentuk prihatin terhadap palestina

Berdasarkan pada gambar 1 dapat diketahui dari total 30 responden menjawab sangat setuju sebanyak 23 orang, dan menjawab setuju sebanyak 7 orang, sedangkan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju, kurang setuju dan sangat tidak setuju. Dalam artian budaya insan FISIP sebagai konsumen islam menjalankan boikot produk irsael sebagai bentuk prihatin terhadap palestina.

Faktor budaya mengenai pernyataan Hasil penjualan produk pro israel akan menambah keuntungan bagi israel dapat dilihat pada gambar 2.

Hasil penjualan produk pro israel akan menambah keuntungan bagi israel

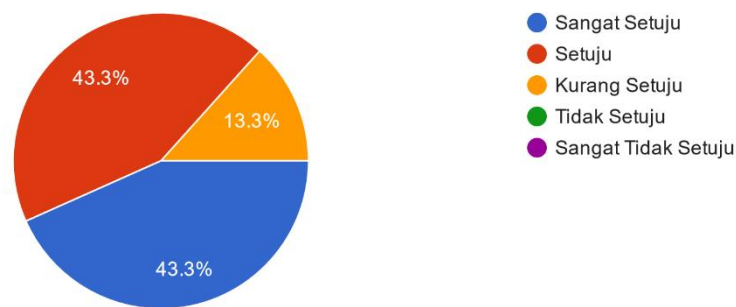
30 responses



Berdasarkan pada gambar 2 dapat diketahui dari total 30 responden menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang, menjawab setuju sebanyak 7 orang dan menjawab sangat tidak setuju 1 orang, sedangkan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju, kurang setuju dan tidak setuju. Dalam artian mayoritas responden beranggapan

bahwa Hasil penjualan produk pro israel akan menambah keuntungan bagi israel sehingga insan unida dapat menjalankan untuk tidak membeli produk-produk yang pro israel. Namun, masih terdapat insan Fisip yang beranggapan bahwa hasil penjualan produk pro israel tidak akan menambah keuntungan bagi israel. Faktor budaya mengenai Tempat tinggal saya pro boikot produk israel. Dapat dilihat digambar 3.

Tempat tinggal saya pro boikot produk israel
30 responses



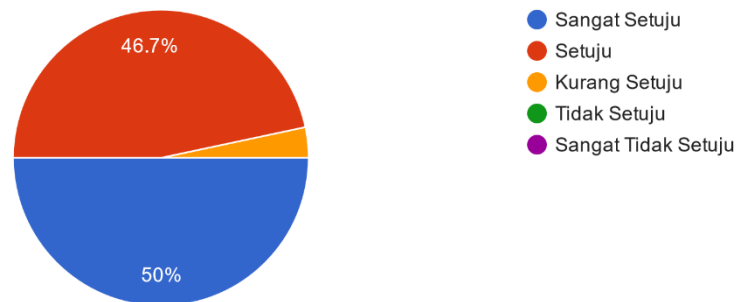
Berdasarkan pada gambar 3 dapat diketahui dari total 30 responden menjawab sangat setuju sebanyak 13 orang, menjawab setuju sebanyak 13 orang dan menjawab kurang setuju 4 orang, sedangkan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, sangat tidak setuju. Dalam artian mayoritas responden beranggapan bahwa tempat tinggalnya pro terhadap boikot produk israel.

Faktor Sosial

Faktor sosial mengenai pernyataan Saya Dan Teman Saya Paham Tentang Gerakan Boikot Produk Israel bisa dilihat dari gambar 4.

Saya Dan Teman Saya Paham Tentang Gerakan Boikot Produk Israel

30 responses

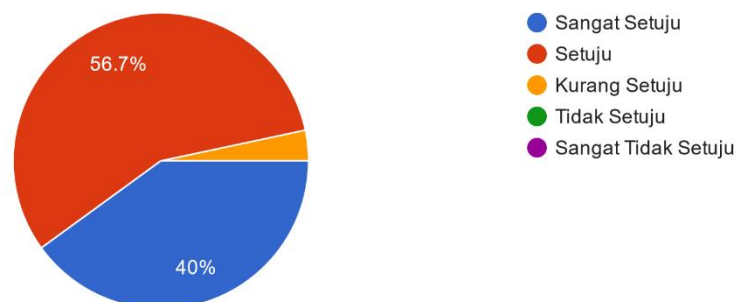


Berdasarkan pada gambar 4 dapat diketahui dari total 30 responden menjawab sangat setuju sebanyak 15 orang, menjawab setuju sebanyak 14 orang dan menjawab kurang setuju 1 orang, sedangkan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, sangat tidak setuju. Dalam artian mayoritas responden faham tentang gerakan boikot produk israel, namun ada responden yang kurang faham mengenai gerakan boikot produk israel.

Faktor sosial mengenai pernyataan Saya Dan Keluarga Paham Tentang Gerakan Boikot Produk Israel bisa dilihat pada gambar 5.

Saya Dan Keluarga Paham Tentang Gerakan Boikot Produk Israel

30 responses

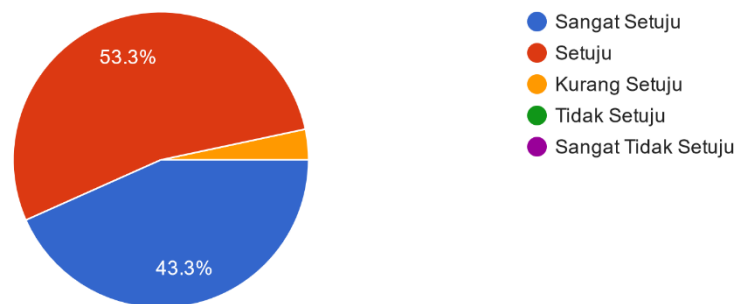


Berdasarkan pada gambar 5 dapat diketahui dari total 30 responden menjawab sangat setuju sebanyak 12 orang, menjawab setuju sebanyak 17 orang dan menjawab kurang setuju 1 orang, sedangkan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, sangat

tidak setuju. Dalam artian setiap keluarga sudah faham tentang gerakan boikot produk israel.

Faktor sosial mengenai pernyataan Saya Suka Apabila Berdiskusi Dengan Teman Tentang Boikot Produk Israel, bisa dilihat pada gambar 6.

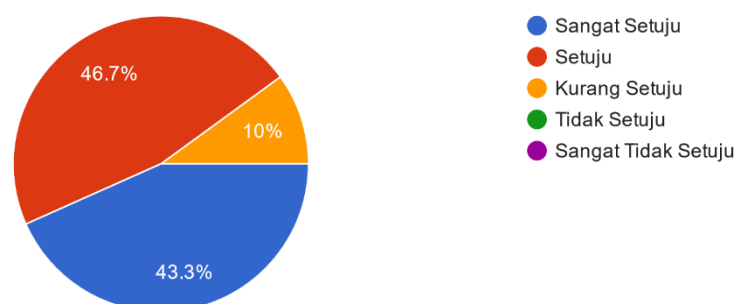
Saya Suka Apabila Berdiskusi Dengan Teman Tentang Boikot Produk Israel
30 responses



Berdasarkan pada gambar 6 dapat diketahui dari total 30 responden menjawab sangat setuju sebanyak 16 orang, menjawab setuju sebanyak 13 orang dan menjawab kurang setuju 1 orang, sedangkan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, sangat tidak setuju. Dalam artian responden menyukai mengenai diskusi boikot produk israel, adapun responden yang kurang tertarik mengenai diskusi mengenai boikot produk israel karena menurutnya terlalu rumit untuk didiskusikan.

Faktor sosial mengenai Saya Suka Apabila Berdiskusi Dengan Keluarga Tentang Boikot Produk Israel bisa dilihat di gambar 7

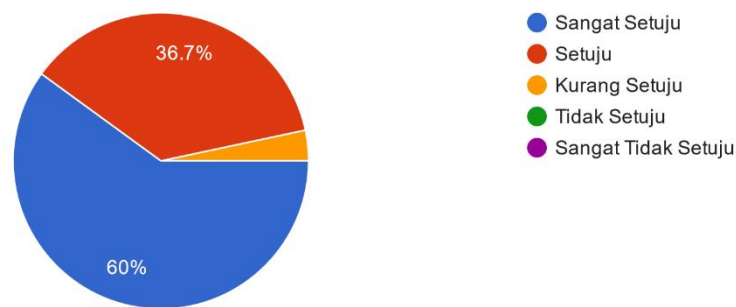
Saya Suka Apabila Berdiskusi Dengan Keluarga Suka Tentang Boikot Produk Israel
30 responses



Berdasarkan pada gambar 7 dapat diketahui dari total 30 responden menjawab sangat setuju sebanyak 13 orang, menjawab setuju sebanyak 14 orang dan menjawab kurang setuju 3 orang, sedangkan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, sangat tidak setuju. Dalam artian setiap responden antusias untuk berdiskusi dengan keluarga mengenai boikot produk israel, namun ada responden yang tidak setuju dengan pernyataan ini dikarenakan mereka tidak tertarik membahas tentang boikot produk israel.

Faktor sosial mengenai Saya dan Keluarga Pro Boikot Pembelian Produk Israel bisa dilihat digambar 8

Saya dan Keluarga Pro Boikot Pembelian Produk Israel
30 responses



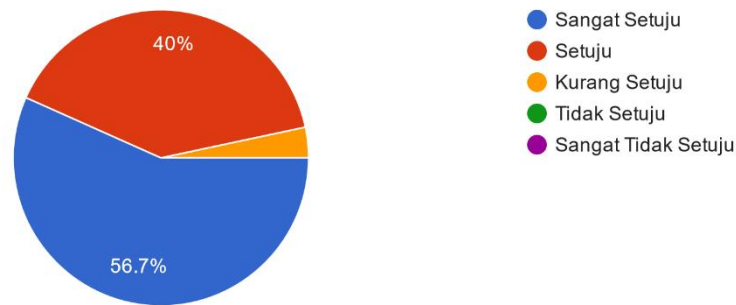
Berdasarkan pada gambar 8 dapat diketahui dari total 30 responden menjawab sangat setuju sebanyak 18 orang, menjawab setuju sebanyak 11 orang dan menjawab kurang setuju 1 orang, sedangkan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, sangat tidak setuju. Dalam artian setiap responden setuju tentang pemboikotan pembelian produk israel. Namun ada responden yang kurang setuju mengenai pembelian produk israel karena menurut hasil wawancara responden tersebut sudah nyaman dengan produk-produk israel.

Faktor Psikologis

Faktor Psikologis mengenai pernyataan Pro Boikot Produk Israel Membuat Saya Beralih Pada Pembelian Produk Lokal bisa dilihat dari gambar 9.

Pro Boikot Produk Israel Membuat Saya Beralih Pada Pembelian Produk Lokal

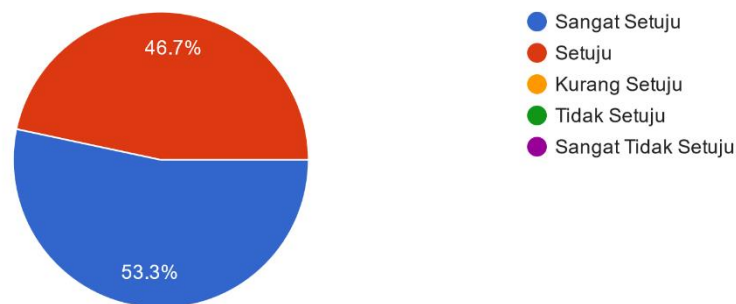
30 responses



Berdasarkan pada gambar 9 dapat diketahui dari total 30 responden menjawab sangat setuju sebanyak 17 orang, menjawab setuju sebanyak 12 orang dan menjawab kurang setuju 1 orang, sedangkan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, sangat tidak setuju. Dalam artian responden sudah mulai beralih pada pembelian produk lokal, namun ada responden yang kurang setuju untuk beralih produk lokal, menurut hasil wawancara responden tersebut sudah merasa cocok dengan produk israel. Faktor Psikologis mengenai pernyataan Adanya Boikot Produk Israel Menjadikan Saya Menjadi Lebih Cinta Terhadap Produk Lokal dilihat pada gambar 10

Adanya Boikot Produk Israel Menjadikan Saya Menjadi Lebih Cinta Terhadap Produk Lokal

30 responses

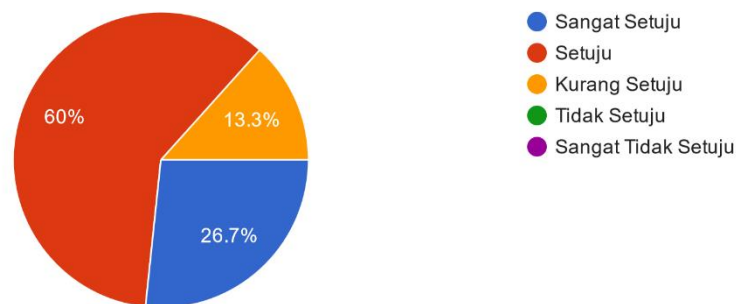


Berdasarkan pada gambar 10 dapat diketahui dari total 30 responden menjawab sangat setuju sebanyak 16 orang, menjawab setuju sebanyak 14 orang, sedangkan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju.

Dalam artian responden sudah menyukai produk lokal dibandingkan dengan produk pro israel.

Faktor psikologis mengenai pernyataan Saya Mendapat Apresiasi Dari Lingkungan Terhadap Pro Boikot Produk Israel bisa dilihat digambar 11.

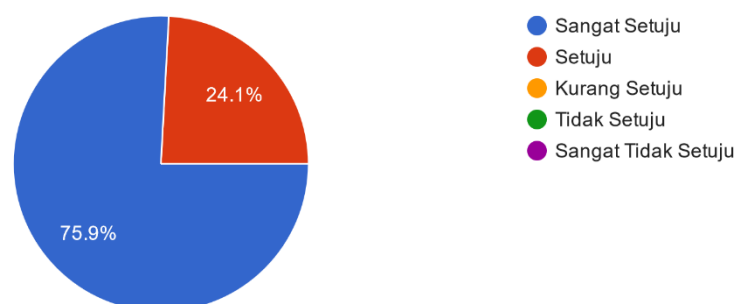
Saya Mendapat Apresiasi Dari Lingkungan Terhadap Pro Boikot Produk Israel
30 responses



Berdasarkan pada gambar 11 dapat diketahui dari total 30 responden menjawab sangat setuju sebanyak 8 orang, menjawab setuju sebanyak 18 orang dan menjawab kurang setuju 4 orang, sedangkan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, sangat tidak setuju. Dalam artian ada sebagian besar responden yang mendapatkan apresiasi dari lingkungan, namun ada juga responden yang tidak mendapatkan apresiasi dari lingkungannya mengenai pro boikot produk israel.

Faktor psikologis mengenai pernyataan Saya Melakukan Pro Boikot Israel Sebagai Ekspresi Solidaritas Tentang Kondisi Palestina bisa dilihat pada gambar 12.

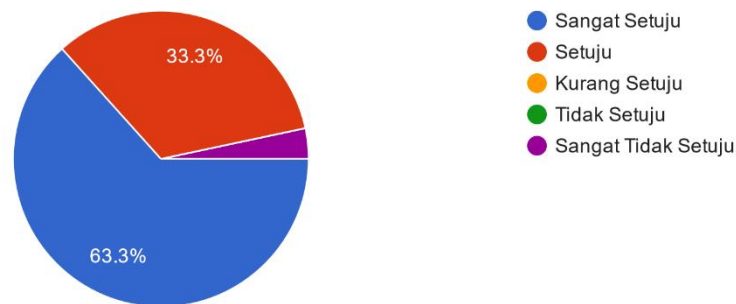
Saya Melakukan Pro Boikot Israel Sebagai Ekspresi Solidaritas Tentang Kondisi Palestina
29 responses



Berdasarkan pada gambar 12 dapat diketahui dari total 30 responden menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang, menjawab setuju sebanyak 8 orang dan menjawab, sedangkan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Dalam artian responden mempunyai jiwa solidaritas yang tinggi terhadap kondisi palestina.

Faktor psikologis mengenai Pro Boikot Produk Israel Dapat Meningkatkan Rasa Kemanusiaan Saya bisa dilihat pada gambar 13.

Pro Boikot Produk Israel Dapat Meningkatkan Rasa Kemanusiaan Saya
30 responses

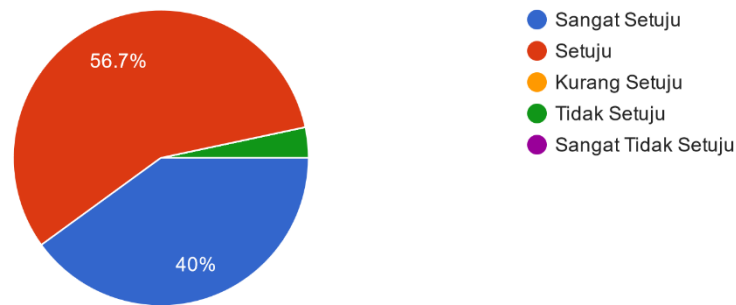


Berdasarkan pada gambar 13 dapat diketahui dari total 30 responden menjawab sangat setuju sebanyak 19 orang, menjawab setuju sebanyak 8 orang dan menjawab sangat tidak setuju 1 orang, sedangkan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, sangat tidak setuju. Dalam artian dengan adanya pro boikot produk israel dapat meningkatkan rasa kemanusiaan yang tinggi pada responden.

Faktor psikologis mengenai pernyataan Saya Selalu Mencari Informasi Terbaru Tentang Boikot Produk Israel bisa dilihat pada gambar 14

Saya Selalu Mencari Informasi Terbaru Tentang Boikot Produk Israel

30 responses

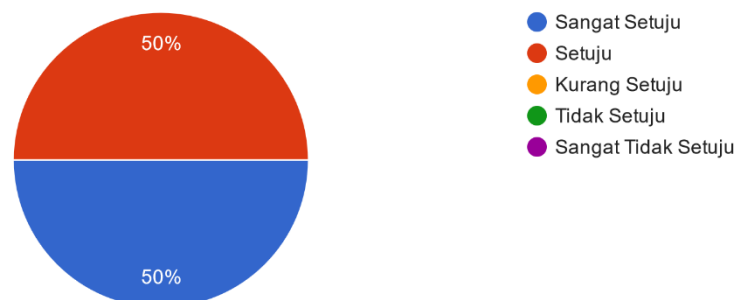


Berdasarkan pada gambar 14 dapat diketahui dari total 30 responden menjawab sangat setuju sebanyak 19 orang, menjawab setuju sebanyak 10 orang dan menjawab tidak setuju 1 orang, sedangkan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju dan sangat tidak setuju. Dalam artian sebagian besar responden tertarik mencari informasi terbaru mengenai pemboikotan produk israel.

Faktor psikologis mengenai pernyataan Pengetahuan Yang Saya Miliki Tentang Palestina Membuat Saya Mendukung Boikot Produk Pro Israel bisa dilihat pada gambar 15

Pengetahuan Yang Saya Miliki Tentang Palestina Membuat Saya Mendukung Boikot Produk Pro Israel

30 responses

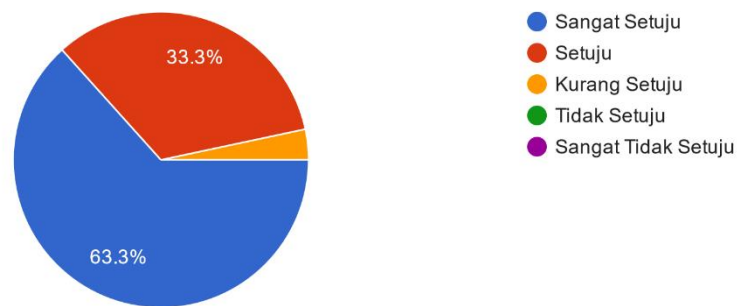


Berdasarkan pada gambar 15 dapat diketahui dari total 30 responden menjawab sangat setuju sebanyak 15 orang, menjawab setuju sebanyak 15 orang dan menjawab sedangkan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju, tidak setuju dan

sangat tidak setuju. Dalam artian pengetahuan responden terhadap palestina menjadi alasan untuk mendukung boikot produk israel.

Faktor psikologis dalam pernyataan Saya Meyakini Dampak Yang Positif Dengan Adanya Boikot Produk Pro Israel bisa dilihat pada gambar 16.

Saya Meyakini Dampak Yang Positif Dengan Adanya Boikot Produk Pro Israel
30 responses



Berdasarkan pada gambar 16 dapat diketahui dari total 30 responden menjawab sangat setuju sebanyak 19 orang, menjawab setuju sebanyak 9 orang dan menjawab kurang setuju sebanyak 1 orang. sedangkan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dalam artian responden mengetahui akan dampak positif dengan adanya boikot produk israel.

TABEL 1
REKAPITULASI
TOTAL RESPONDEN 30

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
	Faktor Budaya					
1	Boikot Produk Israel sebagai bentuk prihatin saya terhadap palestina	23	7			
2	Hasil penjualan produk pro israel akan menambah keuntungan bagi israel	22	7			1

3	Tempat tinggal saya pro boikot produk israel	22	7			1
	Faktor Sosial					
4	Saya Dan Teman Saya Paham Tentang Gerakan Boikot Produk Israel	15	14	1		
5	Saya Dan Keluarga Paham Tentang Gerakan Boikot Produk Israel	12	17	1		
6	Saya Suka Apabila Berdiskusi Dengan Teman Tentang Boikot Produk Israel	13	16	1		
7	Saya Suka Apabila Berdiskusi Dengan Keluarga Suka Tentang Boikot Produk Israel	13	14	3		
8	Saya dan Keluarga Pro Boikot Pembelian Produk Israel	18	11	1		
	Faktor Psikologis					
9	Pro Boikot Produk Israel Membuat Saya Beralih Pada Pembelian Produk Lokal	17	12	1		
10	Adanya Boikot Produk Israel Menjadikan Saya Menjadi Lebih Cinta Terhadap Produk Lokal	16	14			
11	Saya Mendapat Apresiasi Dari Lingkungan Terhadap Pro Boikot Produk Israel	8	18	4		
12	Saya Melakukan Pro Boikot Israel Sebagai Ekspresi Solidaritas Tentang Kondisi Palestina	23	7			
13	Pro Boikot Produk Israel Dapat Meningkatkan Rasa Kemanusiaan Saya	19	10			1
14	Saya Selalu Mencari Informasi Terbaru Tentang Boikot Produk Israel	12	17		1	
15	Pengetahuan Yang Saya Miliki Tentang Palestina Membuat Saya Mendukung Boikot Produk Pro Israel	15	15			
16	Saya Meyakini Dampak Yang Positif Dengan Adanya Boikot Produk Pro Israel	19	10	1		
	Jumlah	267	196	13	1	3

Rata-Rata	55.60%	40.80%	2.80%	0.20%	0.60%
-----------	--------	--------	-------	-------	-------

Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas responden mengatakan sebanyak 76% sangat setuju pada boikot produk Israel sebagai bentuk prihatin terhadap Palestina dan pro boikot israel sebagai ekspresi solidaritas tentang kondisi Palestina. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat mayoritas mendukung bentuk gerakan tidak menggunakan atau membeli produk yang berasal dari Israel atau terkaitnya. Dapat dikatakan, boikot merupakan bentuk protes pada kebijakan yang dapat mengakibatkan konflik antar negara, khususnya antara Israel dengan Palestina. Sejalan dengan pernyataan Ihsan (2023), beberapa pihak mendukung gerakan ini sebagai ekspresi solidaritas dengan Palestina.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang perilaku konsumen terhadap boikot produk israel dapat diketahui berdasarkan pengukuran indikator faktor budaya, faktor sosial dan faktor psikologis. Pada faktor budaya mayoritas responden menjawab sangat setuju hingga mencapai 69,4%, menjawab setuju 23,3% dan menjawab sangat tidak setuju sebanyak 7,3% sedangkan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan kurang setuju. Pada faktor sosial mayoritas responden menjawab sangat setuju dan setuju mencapai 95,3%, sedangkan minoritas responden menjawab kurang setuju 4,7%. Pada faktor psikologis mayoritas responden menjawab setuju dan sangat setuju mencapai 96,6 %, dan menjawab kurang setuju menjawab mencapai 2,5 % dan minoritas responden menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju mencapai 0,9%. Hasil analisa menunjukkan bahwa mahasiswa Fisip memiliki kecenderungan yang sangat tinggi dalam mendukung Fatwa MUI terhadap boikot produk israel. Namun masih terdapat beberapa mahasiswa Fisip yang belum memahami fatwa MUI tentang boikot pruduk israel, sehingga beberapa mahasiswa Fisip masih beranggapan bahwa keuntungan dari produk pro israel itu tidak dapat menguntungkan israel.

REFERENSI

Putri, O. M. P. (2023). Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 1204-1212.

Trisnawati, R. (2024). BOIKOT DAN AKTIVISME: PERILAKU KONSUMEN DALAM ISU ISRAEL–PALESTINA. *JEBESH: JOURNAL OF ECONOMICS BUSINESS ETHIC AND SCIENCE HISTORIES*, 2(3), 20-25.

Septiazi, M. R. F., & Yuliana, N. (2023). ANALISIS PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP GERAKAN BOIKOT PRODUK ISRAEL DI INDONESIA. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 2(4), 134-144.