

DAMPAK AKSI BOIKOT PRODUK BERAFILIASI ISRAEL TERHADAP PERTUMBUHAN PRODUK LOKAL DI ERA KONFLIK ISRAEL-PALESTINA

Dini Riyanti¹, Fauzatul Laily Nisa²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Email : 23011010186@student.upnjatim.ac.id

Abstract

The Zionist-Hamas conflict, which reached a peak at the end of the year, has significantly influenced global economies, including that of Indonesia. This study investigates the impact of the boycott of Zionist-supporting products on local businesses, entrepreneurs, and investors. Utilizing a descriptive qualitative approach and secondary data analysis, the research examines the changes in sales of Zionist products before and after the boycott and identifies alternative products, particularly those produced locally or by non-Zionist entities. The findings highlight a shift in consumer behavior towards local brands as alternatives to major Zionist-supporting brands like McDonald's, Unilever, Louis Vuitton, and Starbucks. For instance, local brands such as Richeese Factory, Ultramilk, and Kopi Kenangan have seen increased sales. The research underscores the potential for local businesses to thrive in the face of international boycotts, suggesting that increased consumer awareness and support for local products can enhance the growth of local economies while reducing reliance on foreign goods associated with controversial political stances.

Keywords: *Boycott, Hamas-Zionist War, Israeli Products*

PENDAHULUAN

Pemboikotan produk-produk dari negara yang pro dan mendukung segala tindakan Israel terhadap Palestina merupakan upaya umat muslim di seluruh dunia untuk menentang dan melawan serangan keji kaum Israel (Ilham & Ishom, 2016). Bukan hanya umat muslim, seluruh manusia yang masih mempunyai rasa kemanusiaan akan mengupayakan segala cara untuk membantu korban dari konflik tersebut. Pemboikotan ini diupayakan agar menekan kondisi ekonomi Israel dan Amerika dengan penurunan kegiatan ekspor. Amerika yang seharusnya menjadi peredam konflik antara zionis dan hamas sesuai dengan apa yang diharapkan oleh seluruh umat muslim di dunia. Namun, keputusan hak vetonya kepada anggota dewan keamanan PBB digunakan untuk mendukung Israel, keputusan ini tentunya di protes keras oleh seluruh umat muslim di dunia. Serangan oleh Zionis sudah terhitung 23 hari dan mengakibatkan 9.521 warga hamas menjadi korban jiwa dalam konflik tersebut (Nadiyah et al., 2023). Di jalur Gaza, konflik terus berlanjut untuk memungkinkan Israel menginvasi wilayah darat mereka. Israel menginvasi wilayahnya dengan merampas dan mengambil kembali tanah yang dianggap suci oleh seluruh muslim di dunia juga penduduk di Palestine, memindahkan penduduk pribumi secara paksa,

¹ Corresponding author : 23011010186@student.upnjatim.ac.id

melakukan pembunuhan, merampas kehormatan, menghancurkan rumah, membakar lahan pertanian, dan menyebabkan kerusakan. Wanita dan anak-anak menjadi korban jiwa terbanyak, dan pendidikan, ekonomi, dan aktivitas lainnya terpaksa ditutup dan dihentikan. Karena keadaan yang sangat krisis dan kondisinya yang mengesankan saat ini bagi Gaza, diadakan suatu pertemuan oleh PBB guna mengatasi dan mengakhiri konflik antara Palestine dan Israel tersebut, dalam pertemuannya dihasilkan pilihan dengan anggota sebanyak 120 menyokongnya, 14 menolak keras dan menentang aksi gencatan senjata yang akan dilakukan Zionis, namun 44 anggota lainnya menolak dengan resolusi Majelis Umum PBB yaitu Resolusi Gencatan Senjata Kemanusiaan untuk Perlindungan Sipil. (Pratiwi et al., 2022)

Marty Natalegawa yang pernah menjabat sebagai Menteri Luar Negeri dari Indonesia 2009-2014 pada masa Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, yang mendorong aksi pemboikotan produk, ia pencetus pertama kali dalam sela-sela pertemuan tersebut. Dia meminta produk kaum Zionis ataupun produk negara lain yang menyokong Zionis harus diboikot (Kennedy Posma, 2023) Orang-orang di Indonesia sering menggunakan dan memakai barang-barang Amerika. Investasi perusahaan asing di Indonesia seperti Coca cola, Unilever, Adidas, MCD, KFC, dan lainnya menunjukkan bahwa ekonomi negara masih bergantung pada produk Israel dan sekutunya. Indonesia, pada tahun 2000an, banyak pihak, termasuk ahli agama, mahasiswa, LSM, aktivis sosial, dan lainnya, telah mendorong boikot barang Israel (Risqi et al., 2023). Para kelompok serta masyarakat berusaha memberi tahu orang Indonesia untuk berhenti membeli dan konsumsi barang Israel, termasuk makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, dan wisata. Sangat menarik bahwa boikot produk Israel ini tampaknya membantu kemajuan produk lokal di Indonesia. Ini karena boikot produk Israel secara otomatis menciptakan peluang pasar untuk produk domestic yang sebanding. Produsen lokal memanfaatkan peluang ini untuk membuat produk baru (Sumertha Gede et al., 2017)

Namun, aksi pemboikotan ini banyak menghasilkan pro dan kontra di seluruh dunia, begitu juga dengan masyarakat Indonesia terutama kerugian yang dihasilkan dari pemilik saham dan pengusaha yang menggunakan produk yang diboikot sehingga mereka tidak menyetujui keputusan para kelompok yang mengecam pemboikotan produk-produk Amerika (Mursid Fauziah, 2013). Sebaliknya para pengusaha lokal mendapat keuntungan dari aksi pemboikotan karena masyarakat yang mendukung kaum Palestina beralih menggunakan dan mengonsumsi produk Amerika ke produk lokal, sehingga penjualan dari pengusaha produk-produk lokal meningkat pesat. Adanya aksi pemboikotan ini sangat berpengaruh terhadap perekonomian di Indonesia. Produk-produk bermerk Amerika ini banyak digunakan oleh orang Indonesia, termasuk barang-barang yang tidak memiliki pengganti dan sudah menjadi favorit sebagian besar masyarakat Indonesia (Vristiyana Visca, 2019). Beralih ke produk lain tanpa alasan yang menunjukkan bahwa itu akan berdampak negated pada masyarakat akan sulit. Selain itu, aksi pemboikotan tidak akan berjalan jika tidak ada upaya sebelumnya untuk menyediakan produk pengganti yang lebih baik dari segi kualitas dan harga. Disinilah peran pengusaha lokal dibutuhkan, walaupun mungkin terdapat keterbatasan dalam SDM dan bahan baku, pengusaha lokal diharapkan dapat mengembangkan serta menciptakan sesuatu yang dapat membuat konsumen di Indonesia tidak lagi menggunakan dan mengonsumsi produk Amerika, selain

membantu para saudara muslim di Palestina, aksi boikot juga akan mengurangi kegiatan impor dan memberikan kesempatan pada produk lokal untuk meningkatkan penjualannya (Tiara Susilawati et al., 2024).

Turunnya harga saham produk-produk Amerika sudah terlihat menurun drastis akhir-akhir ini. Tentunya penurunan harga saham ini banyak dikhawatirkan oleh para investor-investor Indonesia. Juga aksi pemboikotan ini sangat berdampak pada nasib para pekerja yang bekerja dibawah perusahaan naungan Amerika (Riziq Noval et al., 2023). Namun, Edy Misero, SekJen Asosiasi UMKM mengatakan kepada Kompas.id bahwa boikot akan efektif jika semua produk dan barang yang diimpor dari Zionis ataupun negara penyokongnya. Menurut Edy aksi boikot ini akan berdampak pada UMKM yang mengirimkan produk seperti daging ayam, bubuk kopi, cabai, serta bahan baku lainnya ke restoran yang dianggap memiliki hubungan dengan Israel. Dengan kata lain, pelaku ekonomi lokal juga akan terkena dampak. Edy juga menuturkan bahwa terdapat sisi positif dari aksi boikot yaitu kepada para sektor UMKM di Indonesia walaupun masih butuh waktu untuk UMKM membuat produk inovasi lain yang tidak kalah dengan produk naungan Amerika, contohnya Coffe Shop lokal yang akhir-akhir ini melonjak drastis dalam penjualannya dikarenakan Starbucks yang tentunya berada dalam naungan negara pendukung Israel dan masyarakat sudah mengkampanyekan untuk memboikot Starbucks dan beralih kepada Coffe Shop lokal ataupun Coffe Shop yang tidak mendukung Israel (CNBC Indonesia).

Penelitian terdahulu telah mengkaji berbagai aspek dari gerakan boikot produk-produk yang terkait dengan kepentingan politik dan etika. Dampak ekonomi dari boikot produk Amerika terhadap perekonomian nasional Indonesia, menunjukkan bahwa ketergantungan Indonesia pada produk Amerika sangat tinggi, dan tindakan boikot dapat menurunkan pertumbuhan ekonomi serta meningkatkan pengangguran karena berkurangnya permintaan dan hubungan perdagangan yang sudah terjalin secara internasional (Laili, Fasa, & Ja'far, 2021). Analisis sentimen dan emosi netizen Indonesia terhadap boikot produk pro-Israel, sebelum dan sesudah Fatwa MUI No.83/2023 rilis, menemukan bahwa mayoritas netizen Indonesia mendukung penuh aksi boikot tersebut dan bahwa fatwa tersebut berpengaruh dalam mengurangi sentimen negatif dan netral serta meningkatkan sentimen positif (Munandar et al., 2023). Pengaruh gerakan boikot terhadap persepsi merek dan loyalitas pelanggan di kalangan konsumen Muslim, melalui tinjauan literatur yang ekstensif, dan menemukan adanya pergeseran signifikan dalam citra merek dan loyalitas, menekankan pentingnya pertimbangan politik dan etika dalam pembentukan pilihan konsumen. Penelitian-penelitian ini secara keseluruhan menyoroti bagaimana konteks sosial-politik mempengaruhi perilaku konsumen dan memberikan wawasan strategis bagi bisnis dalam mengelola reputasi merek di tengah tantangan sosial-politik (Pradipta Utama et al., 2023).

Adanya penelitian ini guna menganalisis pengaruh aksi boikot produk Israel bagi pertumbuhan bisnis produk lokal masa konflik Hamas-Zionis. Dengan pemaparan latar belakang tersebut, ditemukan suatu permasalahan yang dibahas secara rinci dan mendalam tentang bagaimana pemboikotan produk Israel berdampak pada pertumbuhan produk bisnis, yang merupakan produk lokal selama konflik Hamas-Zionis. Diharapkan bahwa penelitian ini akan bermanfaat dan memberikan pemahaman yang mendalam tentang rumusan masalah tersebut. Tujuan dari penelitian

ini ialah sebagai sumber informasi mengenai bagaimana produk Israel berdampak pada pengusaha produk lokal selama konflik Hamas-Zionis.

TINJAUAN PUSTAKA

Boikot pada dasarnya dilakukan sebagai ungkapan protes atau manifestasi ketidakpuasan dari pihak yang terlibat; namun, KBBI mendefinisikan arti boikot dengan perbuatan bersama-sama menolak untuk bekerja sama dalam hal dagang, percakapan, partisipasi, dan sejenisnya (Refendy Ricky, 2022). Pemboikotan pada dasarnya dilakukan sebagai cara untuk menunjukkan ketidakpuasan atau ketidakpuasan terhadap seseorang yang dianggap melakukan tindakan yang tidak seharusnya. Penolakan adalah cara untuk menunjukkan hal ini (Utami Athika, 2022).

Hamas mengawasi Jalur Gaza, sebuah wilayah dengan luas 365 kilometer persegi yang dihuni oleh 2,3 juta orang, yang kebanyakan merupakan pendukung gerakan ini. Namun, wilayah ini berada dalam blokade ketat oleh Israel. Hamas, singkatan dari *Ḥarakat al-Muqāwamah al-ʿIslāmiyyah* atau Gerakan Perlawanan Islam, dalam bahasa Arab berarti "semangat." Gerakan ini didirikan sebagai respons terhadap apa yang mereka anggap sebagai penindasan dan pendudukan oleh Israel. Di sisi lain, gerakan politik Zionis didirikan oleh Theodor Herzl, seorang wartawan Yahudi, dengan tujuan utama membawa kembali orang-orang Yahudi dari diaspora yang telah berlangsung selama bertahun-tahun ke tanah Palestina. Kedua gerakan ini memiliki visi dan misi yang bertentangan, yang berkontribusi pada konflik yang berkepanjangan di wilayah tersebut (Refendy Ricky, 2022). Kelompok yang disebut zionisme berusaha membangun negara berdasarkan hukum Yahudi. Sebagian besar orang percaya bahwa penyebaran ideologi zionisme berkontribusi pada pembentukan Israel, negara yang sekarang menguasai beberapa wilayah Palestina.

Bermula dari Yerusalem, yang merupakan lokasi penting bagi Israel dan Palestina, konflik teritorial antara kedua negara tersebut dimulai. Akibatnya, sulit bagi Israel dan Palestina untuk melepaskannya hingga resolusi PBB 478 mengakui Israel sebagai wilayah teritorial mereka. Akibat perampasan terus-menerus oleh Israel, lahan Palestina semakin berkurang setiap tahunnya. Saat ini, Palestina hanya memiliki 22% dari tanahnya yang tersisa (Budiman Ahmad, 2021). Israel mengklaim memiliki tepi barat dan jalur Gaza, terbentang dari Sungai Yordan sampai laut Mediterania. Pada 7 Oktober 2023, perang yang terjadi antara Israel dan Hamas semakin memuncak. Palestina enggan masjid Al-Aqsa diinvasi dan diserang oleh Zionis, dan mereka ingin menghentikan kekejaman yang dilakukan warga Palestina, yang menyebabkan konflik ini. Sumber konflik adalah Hamas secara politis menguasai Jalur Gaza, tempat tinggal bagi sekitar 2,3jt orang. Palestina menolak Perjanjian Oslo, yang dibuat antara Zionis dan PLO 1990an. Mereka juga menolak janji mereka untuk membangun negara Palestina di wilayahnya sendiri (CNN Indonesia).

Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS) adalah gerakan yang mendorong konsumen untuk boikot produk Israel oleh perusahaan perdagangan global (Simanjorang Bartolomeus et al., 2023) Gerakan ini terjadi di Indonesia dan beberapa negara lain. BDS bertujuan untuk mendorong Israel untuk memberikan hak setara kepada Palestina, termasuk pemukiman ilegal, eksploitasi sumber daya alam Palestina, dan menggunakan warga Palestina sebagai buruh murahan.

METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan data sekunder serta bahan literatur dan pustaka sebagai metode, ataupun disebut juga metode pendekatan kualitatif dan spesifikasi penelitiannya adalah deskriptif analitis. Data yang diperlukan untuk penulisan jurnal ini dikumpulkan dari studi kepustakaan atau sumber literatur, dan juga menganalisis dari sumber lain seperti artikel, jurnal, penelitian para ahli, dan artikel berita yang berkesinambungan dengan judul penelitian (Creswell, 2007). Upaya mendapatkan pemahaman mengenai penyelesaian masalah dengan lebih baik, data-data tersebut kemudian dipadukan menjadi argumen yang bersifat rasional sehingga dapat diperoleh kejelasan dalam penyelesaian masalah. Selain itu, dalam pendekatan deduktif, kesimpulan ditarik menjadi khusus dari sesuatu yang umum.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa aksi pemboikotan produk-produk Zionis yang dilakukan serentak di seluruh dunia untuk mendukung Hamas yang sedang berjuang melindungi tanah airnya yang ingin dirampas oleh Zionis secara paksa sangat berpengaruh terhadap kondisi perekonomian Indonesia akhir-akhir ini terutama bagi para pengusaha produk lokal. Pengaruh yang terbentuk karena konflik tersebut tidak hanya berupa pengaruh yang positif serta menguntungkan bagi para pebisnis lokal, namun terdapat juga pengaruh negatif yang merugikan beberapa pihak. Walaupun dengan adanya aksi pemboikotan serentak yang berupaya untuk mengecam kondisi perekonomian Zionis dan juga negara-negara yang berada dalam pihak mereka, mungkin tidak menghentikan rencana Zionis untuk tetap melakukan gencatan senjata terhadap Hamas. Namun, upaya ini jika diserentakkan secara efektif mungkin akan mengecam Zionis dan negara yang menyokongnya secara bertahap. Maka dibutuhkan rasa solidaritas dan rasa kemanusiaan bagi para seluruh umat muslim dan umat manusia di dunia untuk lebih peduli atas apa yang terjadi terhadap Hamas. Karena perbuatan Zionis sudah melenceng dari kata kemanusiaan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana produk lokal dapat bersaing dengan produk-produk dari negara yang mendukung Zionis, serta mengevaluasi dampak dari aksi pemboikotan terhadap produk-produk Zionis terhadap pertumbuhan dan perkembangan produk lokal. Fokus utama penelitian ini adalah untuk memahami strategi-strategi yang digunakan oleh produsen lokal dalam meningkatkan kualitas dan daya saing produk mereka di pasar domestik dan internasional. Selain itu, penelitian ini juga mengeksplorasi bagaimana konsumen merespons pemboikotan ini dan sejauh mana kesadaran konsumen terhadap asal-usul produk mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam mengenai efektivitas pemboikotan sebagai alat untuk mendorong perekonomian lokal dan mengurangi ketergantungan pada produk asing, terutama dari negara yang mendukung Zionis. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pemerintah dan pelaku industri dalam mengembangkan kebijakan dan strategi yang mendukung pertumbuhan produk lokal yang berkelanjutan.

Akan diambil beberapa sampel mengenai data produk lokal dan produk yang menyokong Zionis, keduanya akan dibandingkan dari segi penjualan, jenis produk, serta harga saham sebelum dan setelah aksi boikot serentak (Simanjorang Bartolomeus

et al., 2023). Peneliti juga akan melampirkan beberapa produk yang mungkin bisa di konsumsi dan digunakan oleh masyarakat Indonesia sebagai alternatif dari produk dari negara penyokong Zionis, selain sebagai alternatif dengan mengonsumsi dan menggunakan produk lokal akan membantu meningkatkan perekonomian Indonesia serta mendukung produk UMKM dan tentunya untuk membantu para Hamas yang rela mengorbankan jiwa raganya untuk memperjuangkan apa yang seharusnya menjadi milik mereka dan keadilan yang seharusnya mereka dapatkan (Indah Mentari et al., 2023).

Table 1. Penjualan dan Harga Saham Produk Zionis Sebelum-Sesudah Konflik

No	Brand Produk	Jenis Produk	Penjualan	Harga Saham Sebelum BDS	Harga Saham Setelah BDS
1.	Mcdonald's	Makanan & Junk Food.	Pendapatan McDonald's melonjak 14% menjadi USD6,69 miliar pada kuartal III-2023, lebih tinggi dari perkiraan Wall Street sebesar USD6,56 miliar. Penjualan global melonjak 8,8% dari Juli hingga September, lebih tinggi dari perkiraan Wall Street sebesar 8%. Sebelum pemboikotan, McDonald's telah mencatatkan pendapatan yang fantastis, termasuk di Indonesia, di mana ia menjadi jaringan restoran paling laris kedua setelah KFC, tetapi karena boikot anti-Israel, penjualan menurun drastis di beberapa negara	Harga saham McDonald's naik 1,72% pada pertengahan Oktober 2023 menjadi US\$260,15. Dari kuartal III hingga 2023, pemasokan McDonald's meningkat 14% menjadi \$6,69 miliar, melampaui perkiraan Wall Street sebesar \$6,56 miliar.	Harga saham McDonald's mulai pulih setelah pemboikotan. Pendapatan McDonald's naik 21% dari tahun sebelumnya menjadi 6 miliar dolar pada kuartal keempat tahun 2021, tetapi harga sahamnya turun 2,22% dari 91,13 dolar pada bulan sebelumnya.

2.	Unilever	Makanan, Minuman, Pembersih, dan Perawatan badan.	Karena boikot produk di Indonesia, penjualan Unilever di Indonesia menurun. Namun, di kuartal ketiga tahun 2023, net profit Unilever meningkat 21% dan gross profit margin meningkat menjadi sekitar 50,5% dari periode sebelumnya 45,7%.	Harga saham Unilever Indonesia (UNVR) meningkat 1,41% ke posisi Rp 3.600 per saham pada 6 November 2023, tetapi harganya telah turun lebih dari 25 persen sejak awal tahun.	Setelah pemboikotan, harga saham Unilever Indonesia (UNVR) naik 1,41%. Itu naik ke posisi Rp 3.600 per saham pada tanggal 6 November 2023, dari level tertinggi Rp 3.820 dan terendah Rp 3.520. Saham UNVR juga naik 2,49% pada pekan sebelumnya. Tapi harga saham UNVR turun lebih dari 25 persen sejak awal tahun.
3.	Louis Vuitton (LVMH)	Fashion.	Pemboikotan Louis Vuitton (LVMH) menyebabkan penurunan penjualan produk perusahaan. Produk asal, seperti produk kecantikan L'Oreal dan Garnier, mengalami penurunan pasar sebagai akibat dari seruan pemboikotan. Selain itu, seruan pertama untuk boikot LVMH pada Senin, 26 Oktober 2020, menyebabkan harga	Pada saat itu, harga saham LVMH diperkirakan sekitar €423.	Sejak penyeruan boikot produk Prancis terutama LVMH pada 23 Oktober, indeks CAC 40, yang merupakan acuan bursa Prancis, telah turun 6,42%. Ini merugikan investor

			saham LVMH turun 6%. Namun, untuk penjualan di Indonesia tidak ditemukan informasi spesifik mengenai produk ini.		hingga 71 miliar euro atau 1,2 triliun rupiah (kurs 17.075/euro).
4.	Starbucks	Drinks & Foods.	Banyak kedai Starbucks ditutup sebagai akibat dari gerakan boikot. Beberapa boot di Sumatra Utara dan Medan dilaporkan tidak memiliki pelanggan dalam beberapa minggu terakhir.	Sebelum boikot, harga saham Starbucks meningkat sebesar 1,6% pada Senin, 4 Desember 2023, menandai kerugian dan penurunan kapitalisasi pasar sebesar hampir US\$12 miliar (sekitar Rp186 triliun)[5]. Harga saham saat itu diperkirakan sekitar \$1,21 per saham.	Setelah boikot, harga saham Starbucks turun drastis. Pada awal perdagangan, harganya turun sekitar 6% menjadi \$96,90 per saham. Selain itu, kapitalisasi pasar Starbucks turun hampir US\$12 miliar, atau Rp 186 triliun, dalam sebulan terakhir. Akibatnya, boikot telah berdampak pada harga saham dan kapitalisasi pasar perusahaan.
5.	Vuitton Christian Dior	Fashion & Make up.	Penjualan Dior menurun terutama di Indonesia, dikarenakan dukungannya terhadap Zionis	Harga saham Vuitton Christian Dior sebelum perang Zionis-	Harga saham Vuitton Christian Dior setelah perang Zionis-

			secara terang-terangan. Dior menggantikan modelnya menjadi model asal Israel hal ini yang membuat para konsumen Indonesia yang mendukung Hamas tidak membeli produk Dior.	Hamas sekitar 750, 35.	Hamas sekitar 651, 65.
--	--	--	---	------------------------	------------------------

Sumber: CNBC Indonesia yang diolah oleh penulis.

Dari tabel tersebut bisa dilihat perbandingan harga saham produk Zionis sebelum dan sesudah perang Hamas-Zionis. Dalam tabel tersebut terdapat 5 produk yang biasanya sering dan ramai digunakan dan dikonsumsi sebelum perang Hamas-Zionis. Dengan adanya pengusaha lokal maka diharapkan para konsumen untuk menggunakan dan mengonsumsi serta menyokong produk lokal agar menjadi alternatif dari produk-produk yang diboikot. Berikut merupakan produk-produk lokal yang mungkin bisa menjadi alternatif ataupun pengganti dari produk-produk yang diboikot karena menyokong Zionis. Sebagai pendukung bisnis lokal dan bentuk solidaritas terhadap Hamas (Laili, Fasa, Khumaidi, et al., 2021)

Berdasarkan tabel di atas, produk McDonalds yang resmi diboikot karena menyokong Zionis. McDonalds merupakan tempat makan cepat saji yang sudah tersebar diseluruh dunia, McDonalds menyediakan banyak sekali macam junkfood seperti *fried chicken*, *french fries*, hamburger dan lainnya. Alternatif bagi para pelanggan yang sering mengonsumsi McDonalds mungkin bisa beralih pada produk lokal seperti Richeese Factory. Richeese merupakan restoran asal Indonesia yang memiliki ciri khas ayam goreng dan keju. Restoran ini tidak termasuk dalam produk yang diboikot karena tidak mendukung Zionis. Semenjak aksi pemboikotan penjualan richeese meningkat di beberapa daerah di Indonesia.

Pada tabel kolom kedua terdapat brand yang sangat familiar karena sering dikonsumsi dan digunakan dalam kehidupan setiap hari. Unilever merupakan perusahaan yang memproduksi beberapa jenis produk seperti makanan, minuman, pembersih, dan perawatan tubuh. Alternatif dari produk Unilever sangat beragam untuk produk minuman konsumen bisa beralih pada Susu Ultramilk, Kopi ABC, Teh Tong Tji, dan Energen. Produk makanan ringan yang menjadi alternatif yaitu Nabati, Dua Kelinci, Cheetos, dan Nextar. Produk air mineral terdapat Club, Cleo, dan Le Minerale. Untuk Produk bumbu dapur terdapat merk lokal yang mungkin bisa digunakan yaitu Indofoof, Sajiku, Sasa, dan Mamasuka. Sabun mandi dan cuci serta sampo yang merupakan produk lokal yaitu GIV, Nuvo, Biore, Mama Lemon, So Klin, Daia dan lain-lainnya. Dengan menggunakan produk-produk tersebut sama saja dengan mendukung pertumbuhan bisnis dan usaha produk lokal dan membuat produk Unilever tidak lagi diminati oleh konsumen. Serta diharapkan produk lokal tersebut bisa menyaingi kualitas dari produk Unilever.

Tabel ketiga terdapat produk merk Louis Vuitton yang resmi diboikot dan telah mengalami penurunan penjualan dan juga penurunan pada harga saham. LV

merupakan produk mewah yang menjual beberapa fashion lifestyle seperti tas, pakaian, dan lain-lain. Alternatif yang tepat untuk menggantikan LV mungkin tidak banyak yang serupa karena LV sendiri merupakan produk yang memiliki kualitas tinggi, sehingga sedikit sulit karena saat ini masih belum ada produk lokal yang mempunyai kualitas seperti LV. Namun, saham LV tetap saja turun walaupun produknya memiliki kualitas yang mewah dan baik dalam segi apapun. Namun, diharapkan dengan adanya kondisi seperti ini pengusaha lokal dapat berinovasi membuat suatu produk yang kualitasnya tidak kalah mewah dari LV

Tabel keempat terdapat produk yang sangat diminati di seluruh dunia oleh berbagai kalangan terutama di Indonesia. Saat diumumkan bahwa produk ini diboikot karena produk ini sangat menyokong Zionis banyak sekali pelanggan setia yang merasa kecewa dengan tindakan produk ini. Starbucks merupakan Caffe yang tersebar diseluruh dunia menyediakan kopi, kue, biscuit, dan lain-lainnya sebagai pendamping dikala bercengkrama dengan keluarga, kerabat, kekasih, maupun teman, caffe ini juga sangat cocok sebagai tempat belajar bagi para remaja karena tempatnya yang nyaman dan hening. Namun, karena perang Hamas-Zionis Starbucks harus menanggung kerugian akibat aksi tersebut. Banyak konsumen Starbucks yang beralih kepada Caffe lokal dan Caffe yang tidak mendukung Zionis seperti JCO, Janji Jiwa, Kopi Kenangan, Point, dan lain-lain.

Tabel terakhir terdapat produk yang menjual barang mewah sama halnya dengan LV produk ini menyediakan fashion lifestyle seperti pakaian, make up, alat kecantikan, dan lain-lainnya. Produk ini dikenal dengan memiliki kualitas yang tinggi dengan harganya yang cukup tinggi. Walaupun sempat menurunkan setengah dari harga biasanya, manusia yang masih mempunyai rasa kemanusiaan tetap sadar dan tidak membeli produk tersebut terutama warga Indonesia dan umat muslim di seluruh dunia, mereka lebih memilih menggunakan produk lokal untuk tetap mendukung Hamas sekaligus meningkatkan penjualan para pengusaha lokal.

Dari kelima produk tersebut dan juga produk lokal yang menjadi alternatif saat perang Zionis-Hamas, dapat diketahui bahwa produk-produk Zionis saat ini masih tetap berproduksi dan terus diperjual-belikan di seluruh dunia walaupun telah resmi ditetapkan bahwa produk tersebut telah diboikot, masih banyak produk-produk Zionis yang tetap beredar diharapkan konsumen lebih peduli terhadap Hamas yang tengah memperjuangkan keadilannya dengan memilah-memilih produk-produk Zionis dan menggantinya dengan produk lokal ataupun produk yang tidak mendukung tindakan keji Zionis. Selain itu, dengan mengganti produk Zionis ke produk lokal akan membuat peningkatan UMKM serta peningkatan pendapatan terhadap pengusaha lokal. Tentunya perang Hamas-Zionis juga berpengaruh terhadap produk lokal yang bergantung terhadap bahan baku yang berasal dari produk Zionis, para investor yang menanam saham dari produk-produk Zionis, dan para tenaga kerja yang bekerja pada Perusahaan produk Zionis harus siap sedia dengan resiko PHK dan resiko lainnya yang akan didapatkan.

Penelitian terdahulu telah mengkaji berbagai aspek dari gerakan boikot produk-produk yang terkait dengan kepentingan politik dan etika. Laili, Fasa, dan Ja'far, (2021) menunjukkan bahwa boikot terhadap produk Amerika dapat berdampak signifikan terhadap perekonomian nasional Indonesia. Mereka menemukan bahwa ketergantungan Indonesia pada produk Amerika sangat tinggi, dan tindakan boikot

dapat menurunkan pertumbuhan ekonomi serta meningkatkan pengangguran karena berkurangnya permintaan dan hubungan perdagangan yang sudah terjalin secara internasional. Selain itu, Munandar et al., (2023) dalam analisis sentimen dan emosi netizen Indonesia terhadap boikot produk pro-Israel menemukan bahwa mayoritas netizen Indonesia mendukung penuh aksi boikot tersebut dan bahwa Fatwa MUI No.83/2023 berpengaruh dalam mengurangi sentimen negatif dan netral serta meningkatkan sentimen positif. Penelitian ini menunjukkan bahwa konteks sosial-politik memainkan peran penting dalam membentuk perilaku konsumen, dan bahwa dukungan publik terhadap boikot dapat dipengaruhi oleh kebijakan dan fatwa yang dikeluarkan oleh otoritas keagamaan.

Hasil penelitian baru ini memperluas temuan-temuan tersebut dengan fokus pada dampak spesifik dari boikot terhadap berbagai produk yang mendukung Zionis. Dalam studi ini, ditemukan bahwa produk-produk seperti McDonald's, Unilever, Louis Vuitton, dan Starbucks mengalami penurunan penjualan setelah aksi boikot dimulai. Misalnya, konsumen yang biasa mengonsumsi produk McDonald's beralih ke produk lokal seperti Richeese Factory, yang mencatat peningkatan penjualan di beberapa daerah di Indonesia. Demikian pula, alternatif lokal untuk produk-produk Unilever, seperti Ultramilk dan Kopi Kenangan, juga mengalami peningkatan popularitas. Studi ini menyoroti bahwa meskipun produk-produk Zionis tetap beredar di pasar global, kesadaran dan pilihan konsumen yang mendukung produk lokal dapat mendorong pertumbuhan UMKM dan meningkatkan pendapatan pengusaha lokal. Oleh karena itu, penelitian ini menambah bukti bahwa boikot dapat menjadi alat yang efektif dalam mendukung ekonomi lokal, meskipun ketergantungan pada bahan baku dan investasi asing tetap menjadi tantangan yang perlu diatasi.

KESIMPULAN

Dari penelitian tersebut penulis dapat menyimpulkan bahwa pengaruh dari perang Hamas-Zionis terhadap kondisi perekonomian di seluruh dunia sangatlah berdampak kepada semua sektor dalam kehidupan. Perang Hamas-Zionis yang tak kunjung menemukan titik reda konflik sampai saat ini dan juga adanya negara-negara yang menyokong tindakan keji Zionis sehingga Zionis tetap dan semakin memeperkuat rencananya untuk terus menyerang Hamas.

Hamas yang mendapatkan ketidakadilan harus menanggung segala pengorbanan dari hasil kekejian Zionis. Produk Zionis atau produk Amerika yang diboikot dan berdampak pada perusahaannya sendiri yang membuat beberapa produk-produk tersebut mengalami penurunan penjualan serta efektivitas dan penurunan pada harga saham. Bagi produk lokal aksi pemboikotan sangat berpengaruh baik menguntungkan ataupun merugikan. Namun, sebagian besar produk lokal saat konflik Hamas-Zionis sangat menguntungkan dalam penjualannya, karena peralihan konsumen dari produk Zionis ke produk lokal.

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi pemahaman yang mendalam bagi pebisnis lokal yang ingin berinovasi untuk mengembangkan bisnisnya dengan memanfaatkan kondisi pemboikotan produk Zionis untuk mengancam kondisi perekonomiannya. Serta diharapkan penelitian ini berguna bagi para peneliti selanjutnya yang ingin menganalisis lebih lanjut mengenai masalah ini. Diharapkan juga bagi para konsumen produk Zionis untuk segera beralih terhadap produk lokal

atau produk alternatif lainnya terutama bagi para umat muslim di seluruh dunia upaya membantu saudara kita yang tengah berjuang di Gaza-Palestine.

REFERENCES

- Budiman Ahmad. (2021). The Polarization of the Hamas Movement in Palestine and Its Influence on Indonesian Defense Issues: A Geopolitical and Military Overview. *Jurnal of Middle East and Islamic Studies*, 8(2). <https://doi.org/10.7454/meis.v8i2.138>
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design* (Third Ed). SAGE Publications, Inc.
- Indah Mentari, C., Wahyuni, F., Rahmadani, P., & Rindiani, W. A. (2023). Dampak Positif Boikot Produk Asing bagi Pertumbuhan Produk Lokal (Indonesia). 2. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Kennedy Posma. (2023). *Dampak perang Rusia-Ukraina terhadap perekonomian global*.
- Laili, A., Fasa, M. I., & Ja'far, A. K. (2021). Analisis hukum ekonomi syari'ah terhadap pemboikotan produk Israel. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2).
- Laili, A., Fasa, M. I., Khumaidi, A., & Far, J. ". (2021). Analisis hukum ekonomi syari'ah terhadap pemboikotan produk Israel.
- Munandar, A., syafaat yaasin, M., Ardian Firdaus, R., Ekonomi dan Bisnis, F., & Syarif Hidayatullah Jakarta, U. (2023). Analisis Sentimen Netizen Indonesia Mengenai Boikot Produk. *Tauhidinomics: Journal of Islamic Banking and Economics*, 3(1), 23–40.
- Mursid Fauziah. (2013). *Analisis wacana teun a van dijk dalam pemberitaan laporan utama majalah gatra tentang seruan boikot israel dari new york*.
- Nadiyah, A., Annisa, R., & Rahmani, N. (2023). Dampak perang israel-hamas terhadap harga saham dan dampak perang Israel-Hamas terhadap harga saham dan minat beli masyarakat produk pendukung Israel minat beli masyarakat produk pendukung Israel. In *AoEJ: Acade AoEJ: Academy of Education my of Education Journal Journal* (Vol. 14, Issue 2).
- Pradipta Utama, A., Christianto Simon, J., Nurlaela, F., Asy, A., & Arsyad, hary J. (2023). The impact of the boycott movement on israeli products on brand perception among muslim consumers: an analysis of brand image and customer loyalty. *Branding: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*. <https://www.journal.uinsgd.ac.id/index.php/branding>
- Pratiwi, F. I., Syarafi, M. A. R., & Nauvarian, D. (2022). Israeli-Palestinian Conflict beyond Resolution: A Critical Assessment. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 26(2), 168–182. <https://doi.org/10.22146/jsp.66935>
- Refendy Ricky. (2022). Analisis hukum islam terhadap pemboikotan produk asing di Indonesia.
- Risqi, M., Septiazi, F., & Yuliana, N. (2023). Analisis pengaruh media sosial terhadap gerakan boikot produk israel di indonesia. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*. 2(4), 2023–2054.
- Riziq Noval, M., Hanipah, R., Fitriya Handayani, M., & Oktavia. (2023). Pengaruh Dampak Boikot Produk Amerika Terhadap Perokonomian Indonesia. *Jurnal*



- Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMIA)*, 2(1), 318–323.
<https://doi.org/10.55606/jumia.v2i1.2377>
- Simanjong Bartolomeus, Syahputra Bayu, Husin, Bangun Iren, Zawani Nadira, Siburian Thereza, Perangin-angin Zoan, & Prayetno. (2023). *Pengaruh Konflik Palestina Dengan Israel Terhadap Gerakan Perlawanan Hamas dan Dampaknya Bagi Indonesia*.
- Sumertha Gede, Ismadi Ahwan, & Wibowo Hilaria. (2017). Keterlibatan Pemerintah Indonesia dalam Proses The Involvement of the Indonesian Government in The Peace Process of Israeli-Palestinian Conflict.
- Tiara Susilawati, A., Tiara Susilawati Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur Nur Anjeni Lestari Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur Puput Alpria Nina Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur Jl Ir Juanda No, A. H., Samarinda Ulu, K., Samarinda, K., & Timur, K. (2024). Analisis Sentimen Publik Pada Twitter Terhadap Boikot Produk Israel Menggunakan Metode Naïve Bayes. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1), 26–35.
<https://doi.org/10.59603/niantanasikka.v2i1.240>
- Utami Athika. (2022). Fenomena cancel culture dalam perspektif konstruksi disonansi kognitif dan keseimbangan warganet di sosial media (vol. 5, issue 1).
- Vristiyana Visca. (2019). Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Penilaian Produk Halal Dan Minat Pembelian Produk Halal.