



Perlawanan Terhadap Genosida: Analisis Dampak Fatwa MUI Tentang Boikot Perusahaan Terafiliasi Israel

Amirotul Makrufah¹, Fahrurrozi²

^{1 2} Institut Agama Islam Negeri Madura Jawa Timur, Indonesia

Jl. Raya Panglegur No.Km. 4, Barat, Ceguk, Kec. Tlanakan, Kabupaten Pamekasan, Jawa Timur 69371

Article history:

Submission: 20-11-2024

Accepted : 21-11-2024

Published : 31-12-2024

Author's email:

irapmksn21@gmail.com

fahrurrozi@iainmadura.ac.id

Abstract

The Palestinian-Israeli conflict has been raging for decades, triggering a global response including a boycott of products affiliated with Israel. The issuance of MUI fatwa number 83 of 2023 encouraged the Muslim community to support the Palestinian cause through boycott actions to suppress the economic power of pro-Israel companies. This study aims to analyze the impact of the MUI fatwa on the revenue of companies affiliated with Israel and understand the motivation and impact of changes in consumer consumption behavior that follow the boycott. The analysis was conducted by combining interview results and financial statement data to provide a comprehensive picture. The results show that religious, moral and social factors make consumers participate in boycotting products affiliated with Israel. This change in consumer consumption behavior is reflected in the financial statement data of PT Mitra Adiperkasa Tbk, which experienced a decrease in revenue from Rp 1.489 trillion to Rp 413.991 billion after the MUI fatwa number 83 of 2023. This shows that MUI's fatwa is able to become a moral guideline for consumers to support Palestine by suppressing the economic power of companies affiliated with Israel. This research provides insight into the influence of sharia fatwa on consumer behavior and its impact on company revenue.

Keywords: MUI Fatwa; Boycott; Revenue

Pendahuluan

Warga Palestina telah bertahan selama puluhan tahun dari pendudukan, 16 tahun blokade dan lima perang di Gaza. Problematika yang tengah dialami oleh negara khususnya negara muslim adalah konflik di timur tengah, yakni konflik antara Israel-Palestina. Konflik tersebut didominasi oleh militer Israel yang tengah disokong oleh elit global yakni Amerika Serikat yang juga ikut mendukung pendirian negara Israel. Dari abad ke 19 sampai pada saat artikel ini ditulis konflik tersebut masih tengah berlangsung. Para pakar militer, akademisi dan media barat menggambarkan konflik Israel terhadap Palestina ini sebagai agresi yang sulit untuk diselesaikan. Semua infrastruktur termasuk tempat pendidikan, masjid, bahkan rumah sakit diledakkan, merebut tanah suci umat

Islam dan menghancurkan tempat tinggal (Laili et al., 2021). Juga semua bantuan dari luar di blokade oleh militer Israel. Akses internet, komunikasi, listrik bahkan air sempat diputus total. Akhir-akhir ini konflik Israel-Palestina kembali memanas dengan aksi genosida yang dilakukan Israel terhadap Palestina, terhitung 37.900 jiwa warga Gaza menjadi martir. Jumlah korban jiwa sebagian besar anak-anak dan perempuan. Karena hal ini menteri pendidikan di Gaza terpaksa menutup sekolah dan mengakhiri tahun ajaran karena sebagian besar siswanya telah syahid akibat gempuran Israel di Gaza. PBB sempat mengadakan pertemuan untuk mengadopsi gencatan senjata untuk mengakhiri pembantaian di Gaza. Tetapi hal ini langsung diveto oleh Amerika Serikat selaku penyokong kuat Israel.

Sebagai negara muslim terbesar, tentunya Indonesia mempunyai rasa kemanusiaan yang besar terhadap geopolitik yang terjadi di Palestina. Salah satunya dengan cara memboikot produk yang berasal dari Israel ataupun Amerika Serikat. Keluarnya fatwa MUI nomor 83 tahun 2023 tentang boikot produk Israel ini akan memberikan dampak terhadap citra dan operasional perusahaan terkait (Yearsiana et al., 2024). Penelitian oleh Retnowati Jasa mengungkap bahwa adanya perbedaan harga saham Starbucks Indonesia, KFC, unilever akibat adanya boikot ini (Jasa, 2024; Pujiastuti, 2023). berpengaruhnya ke harga saham merupakan turunya citra perusahaan di hadapan konsumen. Atas agresi yang tengah dilakukan oleh Israel terhadap Palestina ini memunculkan gerakan untuk memboikot produk Israel dan sekutunya. Boikot ini dapat merugikan perusahaan-perusahaan dan citra perusahaan yang secara langsung atau tidak langsung terlibat dalam genosida ini (Nurdiansyarani, 2023).

Seolah-olah sebagian Umat dunia sedang bungkam atas genosida yang sedang terjadi di Palestina, ada juga dunia yang sedang ramai mengecam tindakan Israel. salah satu bentuk protesnya yaitu dengan cara memboikot produk Amerika dan produk yang berasal dari Israel. Warganet Indonesia menyoroti produk yang berasal dari Amerika seperti Starbucks, KFC, MCD, Netflix dalam list boikot. Mencermati kenyataan di atas, dampak boikot terhadap produk pro Israel akan berpengaruh ke harga saham dari perusahaan tersebut yang juga akan berpengaruh ke penjualan barang dari perusahaan yang menjadi target boikot tersebut. Beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang dampaknya terhadap harga saham, penelitian yang dilakukan oleh Iis Nurasih, Nuniek Permata, Suaryo dan Sigit Auliana (2023), dampak boikot terhadap nilai pasar perusahaan Arum Pujiastuti (2023), dampak boikot terhadap perekonomian di Indonesia Naufal Dian Ardhani, (2023), tetapi sangat jarang sekali yang membahas tentang

pendapatan perusahaan yang terafiliasi dengan Israel yang terkena imbas dari fatwa boikot ini. Indonesia melakukan kegiatan perekonomian setiap hari, dan mayoritas penduduk Indonesia masih bergantung ke produk yang berasal dari Amerika Serikat. Gerakan Boikot, Divestasi dan Sanksi (BDS) diharapkan mampu memberikan tekanan ekonomi terhadap Israel sebagai konsekuensi tindakan kejahannya terhadap Palestina. (Nurasiah et al., 2023) di beberapa penelitian membahas tentang dampak fatwa boikot terhadap citra perusahaan dan saham perusahaan yang menunjukkan adanya perbedaan harga saham sebelum dan setelah aksi boikot dilakukan (Nurasiah et al., 2023; Pujiastuti, 2023). Sedangkan Penelitian oleh Naufal Dian Ardhani (2023) mengatakan bahwa Aksi boikot berdampak signifikan terhadap perekonomian di Indonesia. Dampaknya meliputi penurunan penjualan hingga 40% di sektor ritel dan restoran (Naufal & Ardhani, 2023). penelitian yang dilakukan oleh Afifah Ilmi Alifya dkk dengan judul Analisis dampak Gerakan Boikot Pro Israel Terhadap Penjualan Starbucks dan Kopi Lokal di Indonesia merupakan penelitian terdahulu paling relevan dengan penelitian yang akan diteliti (Alifiya et al., 2024). Penelitian yang terkait dengan judul masih sedikit yang membahas dampaknya terhadap pendapatan perusahaan yang terkena imbas boikot. Warga Indonesia sedang ramai melakukan aksi boikot terhadap perusahaan yang terkena imbas boikot antara lain, Starbucks, Unilever, dan KFC. Hal ini mengakibatkan turunnya citra perusahaan tersebut dan turunnya harga saham perusahaan-perusahaan tersebut.

Studi ini merupakan studi yang menghadirkan perspektif baru sebagai upaya untuk mengisi celah dalam penelitian yang ada. Artikel ini menyertakan wawancara dengan konsumen yang memutuskan untuk menghentikan pembelian produk-produk yang terafiliasi dengan Israel setelah keluarnya fatwa MUI. Tujuan dari wawancara ini adalah mengetahui lebih mendalam motivasi dan dampak dari keputusan tersebut terhadap perilaku konsumsi mereka. Pendapatan perusahaan yang terafiliasi dengan Israel akan menjelaskan efektifnya gerakan boikot ini untuk menekan kekuatan Israel dan sekutunya agar tidak lagi mendanai militer Israel. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pertama, dampak dari Fatwa MUI tentang boikot terhadap pendapatan perusahaan Israel. Kedua, untuk menggali motivasi, persepsi dan dampaknya terhadap keputusan konsumen yang mengikuti aksi boikot. Dengan demikian, dari tujuan penelitian tersebut akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam keefektifan aksi boikot ini terhadap pendapatan perusahaan yang terafiliasi dengan Israel.

Sebagai penduduk yang mayoritas Muslim penelitian ini merupakan urgensi masyarakat Muslim khususnya Indonesia untuk tetap mematuhi dan mengikuti fatwa MUI. Agresi yang terjadi di Palestina ini merupakan pembantaian secara agresif ke masyarakat Palestina yang tidak mengindahkan rasa kemanusiaan. Banyaknya masyarakat lokal maupun internasional yang menentang agresi ini karena telah banyak memakan korban jiwa, khususnya anak-anak dan balita. Artikel ini akan membantu memberikan pemahaman mendalam tentang pendapatan perusahaan yang terafiliasi dengan Israel itu akan menyalurkan dana atau pendapatannya ke militer Israel guna melancarkan agresinya di Palestina.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui sumber data sekunder dan data primer. Sumber data sekunder mencakup artikel web, artikel jurnal, buku dan laporan keuangan perusahaan yang diakses melalui Google Scholar, Semantic Scholar, serta situs resmi PT Bursa Efek Indonesia (IDX). Sumber data primer dikumpulkan melalui wawancara dengan konsumen yang memutuskan untuk mengikuti aksi boikot terhadap produk yang terafiliasi dengan Israel setelah keluarnya fatwa MUI. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi tentang motivasi, persepsi hingga dampak keputusan tersebut terhadap pola konsumsi mereka. Analisis data menggunakan analisis deskriptif yang menggabungkan hasil wawancara pada data primer dengan data sekunder. Objek penelitian ini adalah pendapatan dari PT Mitra Adiperkasa Tbk, perusahaan yang memiliki izin untuk mengoperasikan Starbucks di Indonesia. Data pendapatan yang digunakan diperoleh dari IDX. Fokus analisis ini adalah membandingkan pendapatan perusahaan pada triwulan 3 tahun 2023 sebelum fatwa MUI dengan triwulan 1 tahun 2024 setelah Fatwa MUI. Dengan analisis ini, penelitian ini memberikan gambaran mengenai dampaknya terhadap pendapatan perusahaan yang terafiliasi dengan Israel dari segi data atau laporan keuangan maupun perilaku konsumen.

Hasil dan Pembahasan

Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 yang membahas tentang hukum dukungan terhadap perjuangan Palestina berbunyi yaitu, setiap dukungan terhadap perjuangan Palestina untuk merdeka dari agresi Israel hukumnya wajib ini termasuk dengan mendistribusikan zakat, infaq dan sedekah untuk kepentingan Palestina. Dan setiap dukungan terhadap agresi militer Israel di Palestina baik secara langsung maupun tidak langsung hukumnya haram (Azharun, 2023).

Hingga hari ini konflik antara palestina dan Israel tidak kunjung mereda. Satu tahun sejak 7 Oktober 2023 hingga sekarang panasnya konflik disana mengundang banyak perhatian. Banyak warga sipil yang menjadi korban perang atas keganasan militer Israel, yang sebagian korbannya yakni anak-anak dan perempuan. Bahkan relawan disana juga ikut menjadi korban. Pemerintah dunia mulai memalingkan wajahnya atas situasi di jalur Gaza, padahal mereka sangat murka ketika Ukraina di invasi Rusia. Konflik di Gaza merupakan konflik terpanjang dan sangat sulit diselesaikan di dunia. Upaya-upaya untuk menyelesaikan konflik palestina-Israel telah ada selama puluhan tahun. Diantaranya Perjanjian Oslo tahun 1993, perjanjian ini melibatkan Israel dengan Organisasi Pembebasan Palestina (PLO), dan Perundingan camp David tahun 2000 yang pada saat itu hampir mencapai kesepakatan namun akhirnya gagal (Respati, 2023).

Sejumlah perusahaan asal Amerika Serikat yang terang-terangan berdonasi ke Israel, membantu mendanai pembantaian yang dilakukan mereka dan memberi makan mereka. Diantaranya, perusahaan film Walt Disney mereka mengumumkan telah berdonasi sebesar 2 Juta US\$ atau setara dengan Rp 31,4 Miliar kepada Israel. Dan perusahaan Skydance yang ikut menyumbangkan sebesar 1 Juta US\$ kepada Megan david Adom yang merupakan bagian dari organisasi yang memberikan bantuan ke Israel (ayuningrum, 2023). Disisi lain, McD telah mendonasikan paket makanan gratis ke militer Israel (Salsabila, 2023). Beberapa perusahaan lain yang terafiliasi dengan Israel yaitu Starbucks karena Howard Shultz yang merupakan pemegang saham terbesar Starbucks telah berinvestasi di bidang ekonomi Israel dan juga berinvestasi di perusahaan rintisan keamanan siber wiz (Levingston, 2021), Carrefour yang telah berencana membuka 50 gerai tahun 2020 di Israel (Carrefour, 2023).

Sebelum fatwa MUI tentang boikot produk pro Israel ini terbit, di dunia internasional sudah ada gerakan boikot yang diinisiasi oleh gerakan boikot, divestasi dan sanksi (BDS) namun masyarakat Indonesia kurang merespon ajakan tersebut. Tetapi setelah MUI mengeluarkan fatwa No 83 Tahun 2023 yang intinya berisi mendukung perjuangan Palestina hukumnya wajib dan mendukung agresi Israel secara langsung ataupun tidak langsung hukumnya haram, semarak boikot diperluas, masyarakat menyambut dengan gempita, bahkan ulama-ulama dan anggota parlemen (Wibowo et al., 2024). Di sosial media sendiri khususnya Twitter atau sekarang lebih dikenal dengan X, sejumlah netizen Indonesia mendorong agar masyarakat melakukan aksi boikot pada produk buatan Israel maupun produk-produk yang diduga terafiliasi dengan Israel (News, 2023).

Setelah berlangsungnya pemboikotan secara global, sejumlah perusahaan di Israel mengalami penurunan pendapatan akibat dari boikot produk-produk buatan Israel di beberapa Negara, khususnya di Negara-negara muslim. Sebesar 10% pendapatan perusahaan-perusahaan Israel mengalami penurunan, akibat dari pemboikotan ini berdampak pada produksi, lapangan kerja dan perekonomian Israel secara keseluruhan (Trisnawati, 2024).

Starbuck menjadi salah satu brand yang masuk kedalam list gerakan Boikot, Divestasi dan Sanksi (BDS). Aksi boikot ini jelas berdampak pada harga saham PT Mitra Adiperkasa (MAPI) selaku induk dari PT Map Boga Adiperkasa yang menaungi Starbucks di Indonesia mengalami penurunan. Starbucks di boikot karena dituding mendukung Israel lantaran starbucks terlibat dalam penindasan pekerjanya yang mendukung Palestina (Puspaningtyas & Risalah, 2023).

Boikot yang menargetkan perusahaan yang terafiliasi dengan Israel khususnya Starbucks Indonesia ini dapat menyebabkan penurunan penjualan, penurunan harga saham dan loyalitas pelanggan (Alifiya et al., 2024). Penurunan pendapatan perusahaan yang diduga terafiliasi dengan Israel ini menggambarkan bahwa efektifnya gerakan ini untuk menekan kekuatan penjajah.

Starbucks merupakan perusahaan kopi asal Amerika Serikat, yang berpusat di Seattle, Washington, Amerika Serikat. Starbucks di Indonesia membuka gerai pertamanya pada 17 Mei 2002. Starbuck diboikot setelah menejemennya melakukan gugatan terhadap serikat pekerja tepat 2 hari setelah Hamas melakukan serangan ke Israel tepatnya Oktober 2023. Hal ini terjadi karena Starbucks Workers United menunjukkan solidaritas terhadap perjuangan Palestina dengan memposting “Solidarity with Palestine” unggahan tersebut diunggah ke platform X namun setelah itu dihapus (Rayyana, 2024).

Berdasarkan data laporan keuangan dan jurnal-jurnal yang telah peneliti peroleh didapatkan data table 1.

Mitra Adiperkasa (MAPI) adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang ritel, perdagangan umum dan restoran. Kantor pusat di Jakarta, PT Mitra Adiperkasa ini mempunyai 3.701 titik penjualan yang tersebar di Indonesia, Vietnam, Thailand dan Filipina. Adapun beberapa merk dagang terkenal di Indonesia dibawah naungan PT Mitra Adiperkasa ini yakni Starbucks, Spice Garden, Burger King Cold Stone, Creamery, Domino's Pizza, Chatterbox Café, Courtyard, Pizza Marzano (Saham, 2023).

Tabel 1 : Laporan laba bersih PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI)

Sebelum Fatwa (Triwulan 3) tahun 2023	Sesudah fatwa (Triwulan 1) tahun 2024
1.489.110 .000.000	413.991.000.000

Sumber : idx.co.id

Analisis Dampak Fatwa MUI Pada Pendapatan Starbucks Indonesia

Hasil wawancara dengan konsumen yang mengikuti aksi boikot ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mereka dipengaruhi oleh faktor sosial, agama dan moral dimana konsumen ini merasa harus ikut berpartisipasi dalam upaya untuk membantu Palestina.

Salah satu responden mengungkapkan, *“sebagai bentuk rasa kemanusiaan, karena Israel sudah tidak pandang bulu baik ras maupun agama, wartawan bahkan anak kecil ikut menjadi korban.”*

Responden lain juga mengungkapkan, *“Alasan utama saya dalam boikot ini adalah sebagai bentuk solidaritas terhadap palestina, penolakan terhadap pendanaan yang mendukung penjajahan, dan dorongan untuk mengalihkan dukungan ekonomi ke pihak yang lebih netral atau produk lokal.”* Pernyataan ini mencerminkan bahwa rasa empati dan kepedulian terhadap konflik di Palestina ini mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Responden lainnya menambahkan aspek moral yang menjadi alasan untuk ikut memboikot produk yang terafiliasi dengan Israel. *“agar zionis Israel merasakan langsung bagaimana perekonomiannya lemah dengan boikot tersebut, karena apapun yang dilakukan Israel terhadap palestina ini sebuah kekejaman.”*

Selain itu salah satu responden juga mengatakan bahwa dengan mengikuti Fatwa MUI ini bisa menjadi pedoman moral yang cukup signifikan dan pada penerapannya dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Namun wawancara mengungkap bahwa salah satu responden yang mengikuti aksi boikot menghadapi tantangan berupa tidak bisa beralih ke skincare lokal dikarenakan sangat sulit mencari skincare yang cocok untuk jenis kulitnya. Salah satu responden mengatakan, *“untuk skincare belum karena sangat sulit mencari skincare yang cocok untuk kulit saya, tapi kalau makanan dan minuman iya.”*

Perubahan perilaku konsumsi ini tercermin pada data laporan keuangan yang menunjukkan bahwa adanya penurunan yang signifikan antara sebelum aksi boikot dan Sesudah aksi boikot. Pendapatan awal sebesar Rp. 1.489.110.000.000 sebelum Fatwa MUI atau Triwulan 3 tahun 2023 menjadi Rp. 413.991.000.000 setelah Fatwa MUI atau Triwulan 4 tahun 2024 yang artinya mengalami penurunan pendapatan sebesar

1,075,119 T (dalam rupiah). Penurunan pendapatan perusahaan yang diduga terafiliasi dengan Israel ini menggambarkan bahwa efektifnya gerakan ini untuk menekan kekuatan penjajah. Penurunan ini menunjukkan dampak nyata dengan adanya pengalihan keputusan pembelian konsumen pada kinerja keuangan perusahaan khususnya Starbucks Indonesia.

Terkait hal ini, beberapa responden mengatakan bahwa mereka berhenti membeli Starbucks dengan alasan merek tersebut telah menjadi target boikot. Salah satu responden mengatakan, *“setelah masuk list boikot saya tidak akan membeli sekarang dan di masa mendatang jika masih dalam list boikot.”*

Responden lain juga mengatakan, *“Tidak akan membeli Starbucks karena masih banyak minuman lain selain Starbucks.”* Hal ini menunjukkan perubahan keputusan pembelian karena adanya boikot ini bisa membantu produk-produk lokal agar lebih dikenal dan diminati. Responden lain menambahkan bahwa keputusan ini tidak hanya dipengaruhi oleh fatwa MUI, tetapi juga dipengaruhi oleh harga Starbucks. Salah satu responden mengatakan, *“tidak, karena mahal.”*

Dari semua pernyataan responden tersebut menunjukkan bahwa gerakan boikot yang didorong oleh fatwa MUI nomor 83 tahun 2023 tidak hanya bersifat formalitas tetapi juga memberikan dampak yang nyata bagi perusahaan yang terafiliasi dengan Israel yang dibuktikan dengan adanya penurunan pendapatan perusahaan. Dengan menggabungkan antara hasil wawancara dan laporan keuangan ini menggambarkan bagaimana fatwa MUI mampu mendorong keputusan pembelian konsumen yang dapat berkontribusi menekan kekuatan finansial yang mempengaruhi kondisi ekonomi perusahaan.

Konsep Boikot Berdasarkan Perspektif Islam

Beberapa prinsip umum dalam jual beli sesuai ajaran Islam melibatkan kejujuran, ketelitian dan keadilan dalam bertransaksi. Oleh karena itu, jika jual beli tersebut berhubungan dengan non muslim, maka ulama-ulama cenderung membolehkan. Fatwa ini bisa berganti ke hukum yang lebih spesifik, sebagai contoh bermuamalah dengan non muslim saat terjadi peperangan. Menurut Imam al-nawawi dalam artikel ilmiah oleh Nanang Abdillah menjelaskan bahwa Jual beli dengan non muslim diperbolehkan apabila tidak ada unsur yang diharamkan. Namun tidak boleh jika seorang Muslim menjual mesin atau senjata kepada mereka, juga tidak boleh membantu menegakkan agama mereka dan tidak boleh menjual al-qur'an kepada mereka. Karena hal itu bisa menguatkan mereka dalam berperang dengan kaum muslimin (Abdillah, 2024).

Prilaku boikot ini memang sudah ada sejak zaman Nabi, namun nama boikot ini ada sejak tahun 1880. Pada saat Allah mengutus Nabi dan Rasul kepada suatu kaum untuk memperbaiki segala bentuk kerusakan yang ada di dunia, kaum tersebut selalu melakukan penolakan dengan segala alasan seperti tindakan-tindakan Rasul yang menyimpang dari nenek moyangnya, seperti berdusta dukun dan tindakan-tindakan menyimpang lainnya. Penolakan yang dilakukan terhadap Rasul itu bahkan sampai membunuh. Segala bentuk penolakan terus terjadi hingga sampai pada era sahabat Nabi Muhammad SAW yaitu Utsman bin Affan dan Ali bin Abi Thalib yang menyebabkan mereka berdua terbunuh oleh kaum yang melakukan gerakan penolakan tersebut (Mokobombang et al., 2023), dalam ajaran Islam, boikot sendiri berasal dari kata *Majrur* yang artinya menghentikan dan menolak. Definisi boikot secara umum adalah tindakan penolakan untuk bekerja sama atau berurusan dengan orang, toko atau organisasi (Anisah, 2015).

Boikot dalam al-Qur'an bisa dijelaskan dalam berbagai perspektif mencakup akidah (Keyakinan), Muamalah (urusan ekonomi dan urusan sosial). Fenomena boikot ini tidak dapat dipisahkan dari dinamika sosial kita, terutama ketika masyarakat sudah bersuara atas suatu permasalahan yang memicu pro dan kontra. Dalam konteks Islam, boikot ini dapat dilakukan sebagai respon atas tindakan yang merugikan suatu kelompok atau umat islam. Sebagai bentuk protes yang sangat efektif, Umat Islam atau konsumen dapat memilih untuk tidak menggunakan, membeli ataupun berurusan dengan kelompok atau pihak yang bisa merugikan kemaslahatan umat dan mengabaikan prinsip-prinsip Islam. Dengan demikian, boikot sangat efektif sebagai salah satu cara untuk digunakan umat Islam untuk melawan ketidakadilan terhadap pelanggaran hak asasi kemanusiaan atau kebijakan yang tidak adil (Salim, 2023). berbagai jenis boikot antara lain yaitu: boikot ekonomi, boikot sosial dan boikot politik.

Boikot ekonomi berarti larangan untuk membeli segala macam bentuk makanan dan minuman karena alasan tertentu. Perilaku boikot ini terjadi biasanya karena sebuah perusahaan menyisihkan dana pendapatannya atau menyumbangkannya atau mensponsori bahkan mendistribusikan makanan dan minuman untuk keberlangsungan usaha atau aksi yang memang bertentangan dengan syariah (Suryokusumo, 2026).

Boikot sosial pelarangan untuk aktifitas atau interaksi setiap sesama dalam lingkungan masyarakat berdasar pada fakta sosial yang ada. Hal ini sebagai bentuk protes atas kebijakan-kebijakan tertentu yang dianggap tidak etis, tidak adil bahkan sampai

merugikan salah satu pihak. Jadi boikot sosial ini maksudnya adalah penolakan terhadap hubungan social (Widya, 2023).

Boikot politik adalah suatu tindakan penolakan untuk tidak memilih atau mendukung suatu kandidat ataupun partai politik dalam pemilihan sebagai bentuk protes dari kebijakan-kebijakan yang dibuat (Rohman, 2022). Secara keseluruhan, boikot dalam perspektif Islam adalah tindakan yang harus dilakukan dengan penuh pertimbangan dan harus mengikuti prinsip-prinsip yang sesuai dengan ajaran agama. Boikot dapat menjadi alat yang efektif untuk menegakkan keadilan dan mendukung prinsip-prinsip Islam, asalkan dilakukan dengan cara yang benar dan tidak merugikan pihak yang tidak bersalah. Boikot sebagai tindakan yang meliputi aspek sosial dan ekonomi, sudah lama menjadi alat yang digunakan masyarakat untuk merespon atas ketidaksetujuan dan menuntut perubahan (Arfaizar, 2024).

Penelitian sebelumnya oleh Afifah Ilmi Alifya dkk bertujuan untuk menilai dampak gerakan boikot terhadap produk-produk pro-Israel terhadap penjualan Starbucks di Indonesia. Penelitian tersebut berfokus pada PT Map Boga Adiperkasa Tbk., yang merupakan anak cabang dari PT Mitra Adiperkasa Tbk., perusahaan yang memiliki izin untuk mengoperasikan Starbucks di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan adanya pergeseran signifikan di mana konsumen cenderung beralih ke produk dalam negeri sebagai respons terhadap konflik Israel-Palestina. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu dalam hal fokus pada Starbucks Indonesia. Namun, terdapat perbedaan penting: penelitian terdahulu meneliti dampak boikot terhadap penjualan produk oleh PT Map Boga Adiperkasa Tbk., sedangkan penelitian ini menganalisis pendapatan dari perusahaan yang terafiliasi dengan Israel, yaitu PT Mitra Adiperkasa Tbk.

Penelitian ini menandakan bahwa fatwa MUI memiliki pengaruh untuk mendorong masyarakat melakukan boikot produk perusahaan yang terafiliasi dengan Israel sesuai dengan isi fatwa MUI nomor 83 tahun 2024 yang berdampak besar kepada pendapatan perusahaan PT Mitra Adiperkasa sebagai perusahaan yang memegang izin untuk mengoperasikan Starbucks di Indonesia. Adanya pengaruh ini menunjukkan bagaimana keputusan dan loyalitas konsumen yang dipicu oleh rasa kemanusiaan dapat memiliki konsekuensi finansial bagi perusahaan.

Boikot memberikan berbagai dampak positif di tengah kericuhan yang tengah menimpa Palestina. Diantaranya yakni, merubah haluan konsumen ke produk lokal yang bisa membantu UMKM maupun usaha-usaha yang sudah terkenal serta menciptakan

rasa kemanusiaan yang tinggi sebagai muslim yang baik. Disisi lain boikot ini sangat efektif karena dilakukan secara kolektif untuk terus meredam kekuatan-kekuatan pendukung zionis Israel. Dengancara ini diharapkan mampu mengakhiri agresi yang sampai saat ini tengah berlangsung di Palestina.

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan adanya penurunan pendapatan yang signifikan atas perusahaan Starbucks Indonesia yakni PT Mitra Adiperkasa Tbk, efektifitas gerakan boikot ini dapat dianalisis menggunakan teori perilaku konsumen dan teori ekonomi Islam. Pada teori perilaku konsumen menjelaskan bahwa keputusan konsumen dalam membeli atau menolak membeli suatu produk dipengaruhi oleh moral, agama dan sosial. Dalam konteks ini, fatwa MUI berkedudukan sebagai faktor sosial dalam mempengaruhi keputusan konsumsi konsumen. Pada teori ekonomi Islam menjelaskan bahwa dalam kegiatan bermuamalah harus didasarkan pada keadilan dan kemaslahatan. Fatwa MUI yang menyerukan boikot produk Israel ini sejalan dengan prinsip ini karena bertujuan untuk menghentikan aliran dana yang dapat digunakan untuk mensukseskan agresi Israel di Palestina.

Kesimpulan

Fatwa MUI nomor 83 tahun 2023 berhasil mendorong masyarakat untuk mengubah perilaku konsumsi mereka. Konsumen merasa bahwa dengan berpartisipasi dalam aksi boikot ini merupakan bentuk rasa solidaritas terhadap Palestina, melakukan penolakan terhadap pendanaan penjajahan dan mendorong untuk beralih ke produk lokal atau yang netral. Selain itu, faktor sosial, agama dan moral juga mempengaruhi perilaku konsumsi mereka yang ikut kegiatan boikot. Salah satu responden juga mengatakan bahwa dengan adanya fatwa MUI ini mampu menjadi pedoman moral yang cukup signifikan yang pada penerapannya mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Temuan ini menggarisbawahi bahwa produk-produk yang terafiliasi dengan Israel dapat mengalami penurunan pendapatan sebagai dampak nyata dari boikot yang bertujuan untuk mendukung perjuangan Palestina. Dalam konteks Islam, boikot dianggap sebagai respons masyarakat terhadap tindakan yang dianggap merugikan suatu kelompok atau kaum. Boikot berfungsi sebagai bentuk protes yang efektif, di mana konsumen berhenti menggunakan, membeli, atau berurusan dengan produk atau perusahaan yang menjadi target boikot. berbagai jenis boikot antara lain yaitu: boikot ekonomi, boikot ekonomi dan boikot sosial.

Referensi

- Abdillah, N. (2024). *Syadd Al-Zarāi'dan Qiyāsebagai Metode Ijtibaddalam Fatwa Boikot Produk Yabudi*. 3(1), 1–15. <https://doi.org/10.58518/al-faruq.v3i1.2610>
- Alifiya, A. I., Khoerunnisa, A., Mariam Syarah, A., Zaenal Abidin, D., Mutiara Putri, G., Istiqomah, I., & Lasmi Wardiyah, M. (2024). Analisis Dampak Gerakan Boikot Produk Pro-Israel Terhadap Penjualan Starbucks Dan Kopi Lokal Di Indonesia. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akutansi*, 2(6), 633–642. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca>
- Anisah, S. (2015). Pengaturan Dan Penegakan Hukum Pemboikotan Dalam Antitrust Law Amerika Serikat. *Jurnal Media Hukum*, 22(2). <https://doi.org/10.18196/jmh.2015.0054.173-189>
- Arfaizar, J. (2024). *Fenomena Boikot: Antara Faedah dan Fitnah*. Kumparan. <https://kumparan.com/januariansyah-arfaizar/fenomena-boikot-antara-faedah-dan-fitnah-2378nv2FYir>
- ayuningrum, R. (2023). *Skydance hingga Walt disney Kasih Sumbangan Ke israel*. detik finance. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6983701/skydance-hingga-walt-disney-kasih-sumbangan-ke-israel/amp>
- Azharun. (2023). *Fatwa Terbaru MUI Nomor 83 Tahun 2023: Mendukung Agresi Israel ke Palestina Hukumnya Haram*. MUI Digital. <https://mui.or.id/baca/berita/fatwa-terbaru-mui-nomor-83-tahun-2023-mendukung-agresi-israel-ke-palestina-hukumnya-haram>
- Carrefour. (2023). *carrefour comes to israel*.
- Jasa, R. (2024). Dampak Aksi Boikot Terhadap Harga Saham Perusahaan Yang Berafiliasi Dengan Israel: Studi Kasus Pasca Agresi Genosida Di Palestina. *IJEM: Indonesian Journal Ekonomi and Management*, 1(2), 75–80.
- Laili, A., Fasa, M. I., & Ja'far, A. K. (2021). ANALISIS HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PEMBOIKOTAN PRODUK ISRAEL. *ekonomi syariah*, 2. <https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/eksya/article/view/614/492>
- Levingston, I. (2021). *Schultz Berinvestasi di Startup Keamanan siber Semilai \$1,7 Miliar* WiZ. Fortune. <https://fortune.com/2021/04/07/wiz-howard-schultz-investment-fundraising-cybersecurity-startups-starbucks-ceo/>
- Mokobombang, M. A. R., Niu, F. A. L., & Hasan, J. (2023). Perilaku Boikot dalam

- Perspektif Islam Serta Implementasinya di Era Kontemporer. *Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics*, 3(1), 88–95.
- Naufal, & Ardhani, D. (2023). Analisis Dampak Boikot Pro Israel Terhadap Perekonomian di Indonesia. *Jurnal Oportunitas Unirow Tuban*, 04(02), 13–16.
- News, B. (2023). *Seruan boikot Israel di media sosial, apakah akan berdampak terhadap Israel?* bbc news. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/c3gldnyzy7ro>
- Nurasiah, I., Permata, N., Auliana, S., & Kunci, K. (2023). JEKKP (Jurnal Ekonomi Keuangan dan Kebijakan Publik) Koreksi Harga Saham Produk Terafiliasi Dengan Israel Sebagai Akibat Dari Gerakan Boikot, Divestasi dan Sanksi (BDS) Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2023. *Jurnal Ekonomi Keuangan dan Kebijakan Publik*, 5(2), 58. <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/JEKKP>
- Pujiastuti, A. (2023). Mengungkap Dampak Boikot Terhadap Nilai Pasar Perusahaan. *Jurnal Ekonomika* 45, 11(1), 675–687.
- Puspaningtyas, L., & Risalah, dian fath. (2023). *Alasan Starbucks Disebut Pro-Israel dan Ikut Diboikot*. Republika. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/s3wp6e502/alasan-starbucks-disebut-proisrael-dan-ikut-diboikot>
- Rayyana, L. N. (2024). Analisis Sentimen Negatif Terhadap Brand Starbucks Akibat Pemboikotan Melalui Media Sosial X (Periode 14 Februari – 15 Maret 2024). *Innovative*, 4(3), 1492–1503.
- Respati, R. (2023). *Konflik Palestina-Israel: Sejarah, Akar Masalah, dan Upaya Penyelesaian*. humas UM Sumatera barat. <https://umsb.ac.id/berita/index/1295-konflik-palestina-israel-sejarah-akar-masalah-dan-upaya-penyelesaian>
- Rohman, afik fathur. (2022). *KONTRIBUSI MUSLIM MINORITAS DALAM MENGGULINGKAN REZIM APARTHEID DI AFRIKA SELATAN (1948-1994)*.
- Saham, S. (2023). *PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI) Profil dan Sejarahnya*. saham syariah. <https://syariahsaham.id/pt-mitra-adiperkasa-tbk-mapi/>
- Salim, M. P. (2023). *Arti Boikot dalam Islam, Simak Kisah Boikot yang Pernah Dialami Nabi Muhammad SAW*. Liputan6. <https://www.liputan6.com/hot/read/5439780/arti-boikot-dalam-islam-simak-kisah-boikot-yang-pernah-dialami-nabi-muhammad-saw?page=6>
- Salsabila, rindi. (2023). *Donasi Makanan ke Tentara Israel Bikin Franchise McD terbelah*. CNBC Indonesia.

- <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20231107101602-33-486952/donasi-makanan-ke-tentara-israel-bikin-franchise-mcd-terbelah>
- Suryokusumo, S. (2026). *konsep sistem pertahanan non militer* (cetakan pe). Yayasan Pustaka Obor Indoensia.
- Trisnawati, R. (2024). Boikot Dan Aktivisme: Perilaku Konsumen Dalam Isu Konflik Israel-Palestina. *Journal of Economics Business Ethic and Science of History*, 2(3), 22.
- Wibowo, P., Hapsari, R. D., & Ascha, M. C. (2024). Respon Publik Terhadap Fatwa Boikot Produk Israel Oleh Majelis Ulama Indonesia. *Journal Publicubo*, 7(1), 382–395. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i1.371>
- Widya, A. (2023). *Apa Itu Boikot? Konsep Penolakan dalam Aspek Sosial, Politik, dan Ekonomi*. Parapuan.
- Yearsiana, T., Pangestu, B., & Mujab, S. (2024). Manajemen Isu Dan Komunikasi Krisis Oleh Pt Danone Akibat Berita Boikot Fatwa Mui. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 2985(1), 93–100. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/kultura>