

Analisis Efektivitas Boikot Produk Pro Israel Melalui Perspektif Konsumen

Muhammad Andre Saputra

S1 Pendidikan Sosiologi

andresaputra1102@gmail.com

Pendidikan Sosiologi, Departemen Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Malang



ABSTRAK

Konflik di Jalur Gaza antara Israel dan Palestina telah menciptakan ketegangan global, menimbulkan perhatian dunia terhadap kebijakan dan tindakan agresif yang terjadi. Amerika Serikat, dengan hubungan dekatnya dengan Israel, turut terlibat dalam mendukung melalui bantuan dana dan senjata. Di tengah konflik, beberapa brand Amerika Serikat, seperti McDonald, memberikan bantuan kepada Tentara Israel, memicu pro dan kontra di berbagai negara, termasuk Indonesia. Reaksi keras dari masyarakat Indonesia tercermin dalam seruan boikot terhadap produk Pro Israel dan Amerika Serikat yang mendukung tindakan militer Israel. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan wawancara untuk mendalami perspektif konsumen yang terlibat dalam gerakan boikot. Meskipun dihadapkan pada ketergantungan pada produk tertentu, konsumen merasakan bahwa boikot adalah hak mereka untuk mengekspresikan solidaritas dengan Palestina dan memprotes tindakan agresif Israel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen melihat boikot sebagai alat efektif untuk mengekspresikan dukungan moral dan mengecam agresi Israel. Namun, terdapat pandangan yang menyatakan perlunya langkah-langkah diplomasi sebelum menerapkan boikot. Beberapa konsumen juga menyoroti pentingnya menjaga keseimbangan agar boikot tidak merugikan diri sendiri dan masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman tentang

dinamika gerakan boikot produk Pro Israel melalui perspektif konsumen, menyoroti kompleksitas faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan tindakan konsumen dalam menghadapi konflik geopolitik.

Kata Kunci : Boikot, Produk, Israel

ABSTRACT

The conflict in the Gaza Strip between Israel and Palestine has created global tensions, drawing world attention to the aggressive policies and actions that are taking place. The United States, with its close ties to Israel, is also involved in supporting it through financial and arms assistance. In the midst of the conflict, several American brands, such as McDonald's, provided assistance to the Israeli Army, triggering pros and cons in various countries, including Indonesia. The strong reaction from Indonesian society was reflected in calls for a boycott of pro-Israel and United States products that supported Israel's military actions. This research uses a qualitative method with an interview approach to explore the perspectives of consumers involved in the boycott movement. Despite being faced with dependence on certain products, consumers feel that boycotting is their right to express solidarity with Palestine and protest Israel's aggressive actions. The research results show that consumers see boycotts as an effective tool to express moral support and condemn Israeli aggression. However, there are views that state the need for diplomatic steps before implementing a boycott. Several consumers also highlighted the importance of maintaining a balance so that boycotts do not harm themselves and society. Thus, this research contributes to the understanding of the dynamics of the Pro Israel product boycott movement through a consumer perspective, highlighting the complexity of factors that influence consumer perceptions and actions in the face of geopolitical conflict.

Keywords : boycott, Israel, Product

PENDAHULUAN

Akhir-akhir ini dunia tengah dihebohkan dengan konflik yang terjadi di jalur Gaza yang melibatkan Israel dengan Palestina. Terjadinya konflik ini sendiri disebabkan oleh perebutan wilayah teritorial dari Kota Yerusalem sebagai situs kepercayaan dari masing-masing wilayah. Konflik ini sendiri menimbulkan kerusakan dan korban jiwa mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Hal ini memicu perhatian dunia, khususnya Amerika Serikat. Amerika Serikat yang mana memiliki hubungan dekat dengan Israel, pada akhirnya membantu pihak Israel melalui sektor dana dan senjata. Propaganda mulai digencarkan melalui media yang mengatakan bahwa Palestina lah yang memulai konflik melalui Hamas yang menyerang wilayah Israel. Tak hanya itu, beberapa brand terkenal asal Amerika Serikat juga memberikan bantuan di sektor logistik dan dana. Misalnya saja McDonald yang membagikan paket makanan mereka secara gratis kepada Tentara Israel. Tindakan McDonald ini menimbulkan Pro Kontra dari berbagai dunia, salah satunya Indonesia. Indonesia sendiri mengecam tindakan Israel yang menyerang Palestina.

Reaksi yang didapat dari Masyarakat Indonesia sendiri dengan adanya seruan boikot. Gerakan boikot ini dilakukan dengan mengurangi penggunaan dan pembelian setiap produk asal Israel dan Amerika Serikat yang mendukung genosida oleh Israel. Tujuan diadakannya gerakan ini sebagai bentuk kontra dari masyarakat luar yang menentang tindakan Israel, terlebih kepada beberapa produk yang menyumbangkan dana dalam konflik ini. Tak hanya di Indonesia, gerakan boikot terhadap produk Pro Israel juga menjadi sorotan dalam arena global, menciptakan dinamika kompleks dalam ranah politik dan sosial. Dalam konteks ini, penelitian ini berupaya untuk mendalami efektivitas boikot tersebut melalui penelitian yang ada, dengan memfokuskan pada perspektif konsumen yang terlibat dalam gerakan ini. Boikot sendiri, sebagai bentuk protes terhadap kebijakan Israel di wilayah tertentu, telah menciptakan gelombang solidaritas dan kontroversi di seluruh dunia. Pelaksanaan boikot sendiri tentunya tidak mudah karena masyarakat sendiri masih ketergantungan beberapa produk dalam kesehariannya. Pengalaman dari individu terlebih sebagai konsumen akan menjadi hal yang krusial pada penelitian kali ini demi memahami dinamika yang ada. Setelahnya, dapat dilakukan pinjauan ulang terkait seberapa efektif gerakain boikot produk pro Israel ini dalam mencapai tujuannya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan wawancara. Diadakannya penelitian ini demi mendalami pemahaman tentang efektivitas boikot produk Pro Israel dari perspektif konsumen, dengan fokus pada pandangan, sikap, dan perilaku konsumen yang terlibat dalam boikot tersebut. Wawancara dipilih sebagai metode utama karena memungkinkan peneliti untuk memperoleh wawasan mendalam dan kontekstual tentang pengalaman serta persepsi individu terkait boikot produk Pro Israel. Penelitian ini akan melibatkan partisipan yang aktif terlibat dalam gerakan boikot dan konsumen yang memiliki pemahaman mendalam tentang isu-isu terkait. Selain itu, peneliti juga melakukan survei melalui berbagi berita yang tersebar di berbagai media yang mana berita yang ada menggambarkan kondisi yang ada setelah gerakan boikot ini muncul.

Teori yang dikaitkan dengan penelitian ini sendiri yakni teori Tindakan sosial. Hubungan teori ini dengan tindakan konsumen ialah konsumen berhak melakukan boikot ataupun tidak terhadap produk pro israel. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif ini, diharapkan artikel ini dapat memberikan kontribusi berharga terhadap pemahaman tentang efektivitas boikot produk Pro Israel melalui sudut pandang konsumen, memberikan wawasan yang lebih dalam dan kontekstual terhadap dinamika gerakan boikot serta menggambarkan kompleksitas faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan tindakan konsumen dalam konteks ini.

RESEARCH GAP

Sebelum melakukan penelitian yang ada, peneliti terlebih dahulu melakukan kajian dengan membandingkan dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan.

Penelitian pertama berjudul *DAMPAK POSITIF BOIKOT PRODUK ASING BAGI PERTUMBUHAN PRODUK LOKAL (INDONESIA)* (Mentari et al., 2023) yang berfokus menganalisis manfaat positif boikot produk Israel bagi pertumbuhan dan perkembangan industri produk lokal Indonesia, baik produk baru maupun yang sudah ada sebelumnya

Penelitian kedua berjudul *ANALISIS HUKUM EKONOMI SYARI'AH TERHADAP PEMBOIKOTAN PRODUK ISRAEL* (Laili et al., 2021) yang mana penelitian ini berfokus kepada hukum yang mendasari kampanye Produk Israel

Penelitian ketiga berjudul *ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN BOIKOT PRODUK ISRAEL PADA KANTOR BERITA ISLAM MI'RAJ NEWS AGENCY* (Yullah, n.d.) yang mana penelitian ini berfokus bagaimana media menyampaikan berita mengenai serangan Israel kepada Palestina

Dibandingkan dengan penelitian diatas, penelitian ini berfokus kepada sudut pandang konsumen melalui aksi boikot terhadap produk pro Israel dengan sudut pandang masing-masing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Seperti yang diungkapkan oleh konsumen yang terlibat, dianggap sebagai hak yang sah untuk mengekspresikan ketidaksetujuan terhadap kebijakan Israel terkait konflik di Jalur Gaza. Beberapa konsumen menyatakan bahwa boikot adalah alat yang efektif untuk menyuarakan dukungan moral dan mengecam Tindakan agresif Israel.

1. Hak untuk Mengekspresikan Solidaritas dan Kecaman : Konsumen yang terlibat dalam boikot merasakan bahwa ini adalah hak mereka untuk mengekspresikan solidaritas dengan rakyat Palestina yang terkena dampak konflik. Boikot dianggap sebagai bentuk tindakan konkret untuk menunjukkan ketidaksetujuan terhadap Tindakan agresif yang mengakibatkan kerusakan dan penderitaan.
2. Alat Efektif untuk Memprotes Kebijakan Israel : Dalam pandangan konsumen, boikot dianggap sebagai alat efektif untuk menekan Israel secara ekonomi dan menarik perhatian dunia internasional terhadap isu ini. Mereka percaya bahwa menahan dukungan finansial terhadap produk Israel dapat memberikan tekanan signifikan pada pemerintah Israel untuk merefleksikan kebijakan mereka.

Namun, ada beberapa pandangan yang menyatakan bahwa boikot seharusnya tidak dianggap sebagai satu-satunya Tindakan yang perlu diambil:

1. Pendapat bahwa Boikot Seharusnya Tidak Terlebih Dahulu : Sebagian konsumen berpendapat bahwa sebelum mengambil Tindakan boikot, melakukan diplomasi dan dialog antara pihak terlibat seharusnya ditempuh terlebih dahulu. Mereka menekankan perlunya mencari tindakan damai dan memberikan kesempatan untuk dialog sebelum menerapkan Tindakan boikot.
2. Efektivitas dan Dampak Terhadap Konsumen Sendiri : Beberapa konsumen menyatakan bahwa boikot itu seperlunya saja tanpa harus merugikan diri sendiri dan bangsa sendiri pula.

PEMBAHASAN

Dari hasil di atas penelitian ini dapat dikaitkan dengan salah satu teori, yakni teori Tindakan sosial oleh Max Weber. Teori tindakan sosial yang dikembangkan oleh Max Weber memahami bagaimana Tindakan yang dilakukan oleh manusia secara nyata. Pada kasus boikot produk Israel, teori ini dapat diterapkan dengan nilai-nilai yang mendasari manusia dalam melakukan Tindakan boikot pada produk pro israel. Misalnya, individu yang terlibat dalam boikot mungkin melakukannya karena melihatnya sebagai tindakan rasional yang sesuai dengan nilai-nilai moral karena dengan tidak membeli produk mereka berarti tidak menyumbangkan dana kepada produk tersebut yang nantinya dana tersebut digunakan dalam menyumbang ke Israel. Pada aspek politik misalnya yang melibatkan seperti agama, aktivis hak asasi manusia, atau pemimpin negara, yang memiliki peran penting dalam mengarahkan masyarakat untuk melakukan Tindakan boikot. Hal ini tentunya didasari oleh kekuasaan yang dimiliki oleh kalangan elit dalam menjalankan kebijakan tersebut dan pastinya mendapatkan pertentangan berbagai pihak yang dapat memengaruhi partisipasi dalam boikot dimana beberapa kelompok masyarakat menimbulkan pro dan kontra terhadap gerakan tersebut sesuai dengan kepentingan dan pandangan mereka. Dengan demikian, teori tindakan sosial membantu menjelaskan bagaimana individu atau kelompok memberikan makna kepada Gerakan ini dan segala pihak yang terlibat dalam kegiatan boikot produk Israel melalui sudut pandang morali dan kepentingan yang mereka miliki.

KESIMPULAN

Tergambar bahwa konsumen melihat boikot sebagai hak yang sah untuk mengekspresikan ketidaksetujuan terhadap kebijakan Israel terkait konflik di Jalur Gaza. Konsumen yang terlibat menganggap boikot sebagai bentuk konkret untuk mengekspresikan solidaritas dengan rakyat Palestina yang menderita akibat konflik. Ini diartikan sebagai hak mereka untuk mengutuk tindakan agresif yang menyebabkan kerusakan dan penderitaan. Dalam pandangan konsumen, boikot dipandang sebagai alat efektif untuk menekan Israel secara ekonomi dan memperoleh perhatian dunia internasional terhadap isu konflik tersebut. Keyakinan ini terkait dengan harapan bahwa menahan dukungan finansial terhadap produk Israel dapat memberikan tekanan pada pemerintah Israel untuk merefleksikan kebijakan mereka. Meskipun demikian, terdapat pandangan yang menyuarakan Beberapa konsumen menyampaikan kekhawatiran terkait efektivitas boikot dan potensi dampak merugikan pada diri sendiri dan negara. Pandangan ini mencerminkan keseimbangan antara tindakan proaktif dan meminimalkan kerugian bagi

konsumen dan masyarakat pada umumnya. Dalam keseluruhan, hasil ini menggambarkan kompleksitas pandangan konsumen terhadap boikot produk Israel, memunculkan perdebatan seputar efektivitas, dan menyoroti kompleksitas dalam menghadapi konflik geopolitik melalui tindakan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Laili, A., Fasa, M. I., & Ja, A. K. (2021). *ANALISIS HUKUM EKONOMI SYARI'AH*

TERHADAP PEMBOIKOTAN PRODUK ISRAEL. 2.

Mentari, C. I., Wahyuni, F., Rahmadani, P., & Rindiani, W. A. (2023). *DAMPAK POSITIF*

BOIKOT PRODUK ASING BAGI PERTUMBUHAN PRODUK LOKAL (INDONESIA).

2(1).

Noval, M. R., Hanipah, R., & Handayani, M. F. (n.d.). *Pengaruh Dampak Boikot Produk*

Amerika Terhadap Perekonomian Indonesia.

Yullah, A. (n.d.). *ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN BOIKOT PRODUK ISRAEL PADA*

KANTOR BERITA ISLAM MI'RAJ NEWS AGENCY. 4.

Munandar, A., Yaasin, M. S., & Firdaus, R. A. (2023). Analisis Sentimen Netizen Indonesia

Mengenai Boikot Produk. *Tauhidinomics: Journal of Islamic Banking and*

Economics, 3(1), 23-40.

dian ardhani Ardhani, N. (2023). *ANALISIS DAMPAK BOIKOT PRO ISRAEL TERHADAP*

PEREKONOMIAN DI INDONESIA. OPORTUNITAS: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen,

Kewirausahaan dan Koperasi, 4(02), 13-16.

Khoiruman, M., & Wariati, A. (2023). Analisa Motivasi Boikot (Boycott Motivation) Terhadap

Produk Mc Donald Di Surakarta Pasca Serangan Israel Ke Palestina. *Journal Of Management,*

Business And Education, 10(2), 247-257.

TRANSKRIP WAWANCARA

1. INFORMAN PERTAMA

Nama Informan (I) : Hadiyan Abid Fawwaz
Tanggal Wawancara : Jum'at, 8 Desember 2023
Dokumentasi Wawancara :



Pertanyaan	Jawaban
1. Bagaimana pandangan Anda tentang boikot produk pro Israel sebagai bentuk protes konsumen?	1. Boikot yang sudah dilakukan di seluruh dunia sepertinya bekerja karena melihat beberapa perusahaan yang pro israel mengalami penurunan saham
2. Apakah Anda berpartisipasi dalam boikot produk Israel, dan apa yang menjadi alasan utama Anda untuk melakukannya?	2. Ya bila ada opsi produk yang tidak pro israel saya akan membelinya. Tapi jika hanya ada itu ya tinggal beli
3. Bagaimana Anda memilih produk yang akan Anda konsumsi, mengingat maraknya kampanye boikot produk pro Israel?	3. Sama seperti di jawaban 2

4. Bagaimana Anda merespons kontroversi yang terkadang muncul seputar boikot produk Israel, terutama terkait dengan dampaknya pada masyarakat dan ekonomi?	4. Saya hanya bertindak sebagai konsumen dan saya hanya bisa memilih produk yang saya beli
5. Bagaimana pandangan Anda terhadap tanggapan pemerintah atau lembaga terhadap gerakan boikot produk Israel dari perspektif hak konsumen?	5. Saya tidak terlalu mengambil pusing namun saya membeli barang yang dikampanyekan tidak mensupport israel dan memilih produk local

2. INFORMAN KEDUA

Nama Informan (I) : Inisial M

Tanggal Wawancara : Jum'at, 8 Desember 2023

Dokumentasi Wawancara :



Pertanyaan	Jawaban
1. Bagaimana pandangan Anda tentang boikot produk pro Israel sebagai bentuk protes konsumen?	1. Sebenarnya tidak apa apa jika produk lokal langsung bisa beradaptasi dan meningkatkan kualitas seperti produk pro Israel
2. Apakah Anda berpartisipasi dalam boikot produk Israel, dan apa yang menjadi alasan utama Anda untuk melakukannya?	2. Tergantung situasi, kalau saya bisa memilih saya tidak memilih produk pro Israel tsbt

3. Bagaimana Anda memilih produk yang akan Anda konsumsi, mengingat maraknya kampanye boikot produk pro Israel?	3. Saya butuh yang promo dan diskon sajadah
4. Bagaimana Anda merespons kontroversi yang terkadang muncul seputar boikot produk Israel, terutama terkait dengan dampaknya pada masyarakat dan ekonomi?	4. Disesuaikan saja jangan anarkis, jangan sampe menyengsarakan bangsa sendiri
5. Bagaimana pandangan Anda terhadap tanggapan pemerintah atau lembaga terhadap gerakan boikot produk Israel dari perspektif hak konsumen?	5. Pemerintah sendiri hanya menghimbau karena pada kenyataannya produk tersebut masih beredar dan seolah tidak ada perubahan, jadi jujur saja saya blm melihat dan merasakan seperti produk pro-Israel tsb di boikot

3. INFORMAN KETIGA

Nama Informan (I) : Sekar Wulan

Tanggal Wawancara : Jum'at, 8 Desember 2023

Dokumentasi Wawancara :



Pertanyaan	Jawaban
1. Bagaimana pandangan Anda tentang boikot produk pro Israel sebagai bentuk protes konsumen?	1. Kalo menurutku hal itu sah-sah saja si dilakukan Dimana..ee kan keberpihakan seseorang itu nggak hanya harus dengan cara dia terjun di suatu permasalahan bisa jadi di aitu mempunyai cara lain untuk mengekspresikan kekesalannya atau mengekspresikan keberpihakannya. Nah salah satu yang dilakukan masyarakat yang pro dengan Palestina untuk mendukung Palestina sepenuhnya untuk Merdeka dengan cara memboikot karena apa karena mungkin kita kan tahu juga kan kalo masyarakat itu hidup dengan sebuah simbol jadi dengan symbol ini masyarakat menyatakan dukungannya.
2. Apakah Anda berpartisipasi dalam boikot produk Israel, dan apa yang menjadi alasan utama Anda untuk melakukannya?	2. Sebenarnya kalua dikatakan ikut langsung nggak terlalu cuman disini aku bersikap netral saja karena aku disini ngga terlalu mengikuti berita ee memboikot produk yang banyak banget juga enggak tapi aku beli yang lain selagi masih ada pilihannya
3. Bagaimana Anda memilih produk yang akan Anda konsumsi, mengingat maraknya kampanye boikot produk pro Israel?	3. Karena aku ngga terlalu konsumtif dalam produk lain mungkin aku hanya aku Cuma memilih sebatas air mineral yang aku pilih kayak semisal produk seperti Unilever atau yang lain itu aku ganti sama produk yang gak pro israel dalam artian semisal minum air putih biasanya kan Aqua itu aku ganti dengan produk lain seperti Le Mineral
4. Bagaimana Anda merespons kontroversi yang terkadang muncul seputar boikot produk Israel, terutama terkait dengan dampaknya pada masyarakat dan ekonomi?	4. Kalo respunku si sebenere apa ya aku ga terlalu merespon si dan terkadang berita di internet itu masih simpang siur banget adanya tapi aku percaya satu hal. Dari simpang siur yang beredar pasti ada permainan dari para oligarki ya tau sendiri lah buzzer kayak gimana dengan kepentingan masing-masing. Kalo untuk dampaknya pada ekonomi saham-saham Perusahaan itu bakal turun semisal produk Aqua yang sahamnya turun.
5. Bagaimana pandangan Anda terhadap tanggapan pemerintah atau lembaga terhadap	5. Kalau dari perspektif hak konsumen sebenarnya boiot ini ee ya merupakan hak konsumen jadi hak konsumen dalam memilih

gerakan boikot produk Israel dari perspektif hak konsumen?

hak konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk itu adalah hak suatu konsumen