



Dampak Ekonomi Gerakan Boikot Produk Pro-Israel pada Negara Berkembang: Studi Kasus Indonesia

Mayvi Aisyah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Pringsewu Alamat: Jln. KH. Ahmad Dahlan No 112 Pringsewu
Lampung *Korespondensi penulis:* mayviaisyah54@gmail.com

Abstract. *Ohne grund. Since the latter half of 2023, a major social and economic trend in Indonesia has been the boycott of goods and services that are purportedly associated with Israel. The purpose of this research is to examine the macro and microeconomic effects of the boycott on Indonesia's economy. Using information culled from reputable sources such as scholarly articles, institutional reports, and books, this study takes a literature review approach to its qualitative descriptive methodology. The findings reveal that the boycott has led to a decline in sales, financial losses for affected companies, and layoffs, particularly in vulnerable sectors. Additionally, the movement triggered a shift in consumer behavior toward local products, disrupted supply chains, and posed potential risks to foreign direct investment (FDI). These results highlight the urgent need for strategic government policies to balance public socio-political solidarity with national economic stability and growth*

Keywords: *Boycott, Local Products, Indonesian Economy*

Abstrak. Sebuah fenomena ekonomi dan sosial dengan dampak yang luas telah muncul di Indonesia pada paruh kedua tahun 2023: kampanye boikot terhadap barang-barang yang diduga terkait dengan Israel. Visi studi ini ialah guna melihat efek atas ekonomi makro serta mikro atas gerakan boikot atas perekonomian Indonesia. Teknik yang dimanfaatkan ialah studi kualitatif deskriptif berlandaskan survei literatur atas artikel ilmiah, laporan institusi, dan sumber terpercaya lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa boikot berdampak pada penurunan penjualan, kerugian perusahaan, dan pemutusan hubungan kerja di sektor terdampak. Selain itu, terjadi pergeseran pola konsumsi ke produk lokal, gangguan rantai pasok, serta potensi penurunan investasi asing langsung (FDI). Temuan ini menegaskan perlunya kebijakan strategis dari pemerintah untuk menyeimbangkan solidaritas sosial-politik masyarakat dengan stabilitas dan pertumbuhan ekonomi nasional.

Kata Kunci: Boikot, Produk Lokal, Ekonomi Indonesia

PENDAHULUAN

Aksi boikot atas barang jadi yang dianggap terhubung atau bekerjasama bersama israel sudah berkembang menjadi fenomena dunia. Tindakan ini tidak hanya mencerminkan perlawanan terhadap kebijakan atau tindakan tertentu, tetapi juga menunjukkan dukungan dari masyarakat internasional terhadap perjuangan rakyat Palestina. Intensitas pergerakan boikot terhadap produk- produk yang diduga terhubung ke israel mengalami peningkatan yang signifikan pada akhir tahun 2023. Boikot ini tidak hanya merupakan bentuk solidaritas terhadap rakyat Palestina, tetapi juga memiliki implikasi ekonomi yang luas bagi negara-negara yang terlibat. Di Indonesia sendiri, salah satu negeri Muslim paling besar di penjuru bumi boikot didorong oleh sentimen agama dan solidaritas kemanusiaan, sebagaimana ditegaskan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang mengeluarkan fatwa untuk memperkuat gerakan boikot demi mendukung Palestina dan menolak pelanggaran hak asasi manusia. Gerakan ini diperkuat oleh Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 83 Tahun 2023 yang menghimbau

umat Islam untuk menghindari produk-produk yang mendukung penjajahan Israel atas Palestina. Selanjutnya, media sosial memainkan peran penting dalam penyebaran informasi dan menggalang dukungan untuk gerakannya, dengan berbagai kampanye yang menyerukan pemboikotan terhadap perusahaan global yang dianggap memberikan dukungan kepada Israel. Akibatnya, sejumlah merek global seperti McDonald's, Unilever, dan Starbucks menjadi target utama boikot karena dianggap mendukung atau memiliki afiliasi dengan entitas pro-Israel

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji topik boikot dari perspektif sosial dan perilaku konsumen. Munandar et al. (2023) menemukan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia menunjukkan dukungan positif terhadap aksi tersebut, terutama setelah rilisnya Fatwa MUI. Selain itu, Penelitian oleh Mairiza et al. (2024) menunjukkan boikot atas barang pro-Israel di Indonesia menunjukkan bagaimana kebiasaan ekonomi serta sosial pada tingkat nasional dapat dipengaruhi oleh masalah politik dan kemanusiaan internasional. Boikot produk ini berpotensi mengakibatkan ekonomi Indonesia dengan mengurangi kebutuhan pada produk impor dan memberikan lebih banyak dukungan untuk produk lokal

Namun, dampak boikot tidak selalu positif. Penelitian oleh Santosa (2024) menemukan bahwa meskipun boikot dapat meningkatkan konsumsi dan produksi produk lokal, terutama di industri makanan dan tekstil, hal ini juga dapat menyebabkan peningkatan pengangguran akibat penurunan aktivitas perusahaan yang terdampak. Seperti perusahaan global seperti PT Fast Food Indonesia Tbk yang dikenal sebagai KFC Indonesia. KFC menjadi salah satu korban terbesar dari gelombang boikot ini. Pada akhir 2024, perusahaan secara resmi mengumumkan penutupan 47 gerai dan pemutusan hubungan kerja terhadap 2.274 karyawan di berbagai kota besar. Kerugian yang dicatat oleh PT Fast Food Indonesia Tbk mencapai Rp557 miliar.

Selain itu, studi oleh Andriansyah et al. (2024) menunjukkan bahwa boikot barang yang mendukung Israel berdampak pada kinerja keuangan perusahaan multinasional di Indonesia, dengan penurunan penjualan, harga saham, dan profitabilitas

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji dampak dari sosial serta kebiasaan pelanggan terkait gerakan barang yang afiliasi Israel di Indonesia, kajian yang mendalam mengenai dampak ekonomi makro dari gerakan ini tetap pada batasan. Karenannya, studi ini perlu menyoroti bagaimana boikot tersebut mempengaruhi struktur perekonomian nasional secara lebih komprehensif. Secara khusus, perlu dianalisis dampak jangka panjang terhadap neraca perdagangan Indonesia, mengingat meskipun volume perdagangan dengan Israel relatif kecil, efek tidak langsung terhadap sektor industri dan investasi asing berpotensi signifikan.

Selain itu, dinamika pasar tenaga kerja juga menjadi perhatian penting, mengingat adanya laporan pemutusan hubungan kerja yang cukup besar di perusahaan-perusahaan terdampak boikot seperti PT Fast Food Indonesia Tbk. Pergeseran pola konsumsi masyarakat dari produk impor ke produk lokal juga perlu dikaji untuk memahami peluang dan tantangan yang muncul bagi perekonomian nasional. Terakhir, peran media sosial dan fatwa keagamaan dalam memperkuat gerakan boikot serta implikasinya terhadap stabilitas sosial-ekonomi di Indonesia juga menjadi aspek yang perlu mendapat

perhatian dalam penelitian ini. Karenannya, visi studi ini ialah memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai dampak ekonomi makro dan mikro dari gerakan kampanye boikot produk israel di Indonesia, yang selama ini masih kurang terungkap secara menyeluruh dalam kajian akademik

KAJIAN TEORI

Kajian teoritis mengenai dampak gerakan boikot di Indonesia terhadap barang yang bekerja sama dengan israel menunjukkan bahwa fenomena ini memiliki implikasi ekonomi yang signifikan baik secara makro maupun mikro. Menurut Ardhani (2023), boikot dapat memicu penurunan penjualan produk impor dan menurunkan daya tarik investasi domestik, yang secara tidak langsung memengaruhi neraca perdagangan nasional. Meskipun volume perdagangan Indonesia dengan Israel tergolong kecil, gangguan rantai pasok akibat boikot berpotensi menurunkan produktivitas dan pertumbuhan ekonomi. Dampak ini semakin kompleks ketika ditinjau dari sektor ketenagakerjaan. Santosa (2024) mencontohkan kasus PT Fast Food Indonesia Tbk atau yg dikenal dengan KFC Indonesia yang harus menutup sejumlah gerai dan memberhentikan ribuan karyawan akibat dampak langsung dari aksi boikot, yang menunjukkan adanya konsekuensi sosial berupa meningkatnya pengangguran.

Di sisi lain, gerakan boikot ini juga mencerminkan dinamika perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh faktor sosial dan agama. Laili et al. (2021) menjelaskan bahwa fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) bertanggung jawab atas banyak hal dalam mengarahkan preferensi konsumen terhadap produk lokal sebagai bentuk solidaritas terhadap isu kemanusiaan di Palestina. Perubahan pola konsumsi ini membuka peluang bagi berkembangnya industri dalam negeri. Peran media sosial dalam menggali dukungan terhadap boikot juga tidak dapat diabaikan. Ardhani (2023) menegaskan bahwa media sosial menjadi sarana efektif dalam menyebarkan informasi dan memperkuat dukungan moral melalui fatwa keagamaan, yang pada akhirnya memperbesar dampak sosial-ekonomi gerakan ini. Secara global, Rahmawati et al. (2020) menambahkan bahwa boikot produk Israel turut mempengaruhi iklim investasi asing langsung (FDI), karena menciptakan ketidakpastian politik dan sosial yang berdampak pada hubungan ekonomi bilateral Indonesia dengan negara-negara mitra dagangnya. Dengan demikian, gerakan boikot terhadap produk pro-Israel di Indonesia merupakan fenomena multidimensional yang tidak hanya dipengaruhi oleh aspek ideologis, tetapi juga menimbulkan konsekuensi nyata terhadap ekonomi nasional, pasar tenaga kerja, perilaku konsumsi, dan hubungan internasional

METODE PENELITIAN

Model yang dimanfaatkan pada riset ini ialah model deskripsi kualitatif beserta metode (library research). Deskripsi kualitatif ialah suatu riset berfokus pada aspek deskriptif atau penjelasan dan lebih menekankan perspektif uraian yang lebih luas dari suatu kasus (Undari & Lubis, 2021). Penelitian ini bersifat eksploratif dan bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai dampak ekonomi atas pergerakan boikot produk di Indonesia dianggap memiliki hubungan dengan israel, baik dari sisi mikro maupun makro. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran berbagai acuan kajian tepat, seperti jurnal ilmiah nasional dan internasional, pelaporan lembaga resmi, artikel berita terpercaya, dokumen fatwa keagamaan, dan data publik lainnya yang berkaitan dengan fenomena boikot dan dampaknya terhadap perekonomian. Dengan

metode ini, penelitian harapannya bisa mengembangkan wawasan yang besar serta komprehensif yang luas dan mendalam tentang fenomena boikot serta dampaknya terhadap struktur ekonomi Indonesia sebagai negara berkembang

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gerakan boikot produk afiliasi Israel yang meluas di Indonesia sejak akhir 2023 telah menimbulkan dampak yang signifikan dan berlapis, baik pada tingkat mikro maupun makroekonomi. Secara mikro, perusahaan-perusahaan yang dituding memiliki afiliasi dengan Israel mengalami penurunan penjualan yang drastis, yang berimbas langsung pada kinerja keuangan dan ketenagakerjaan. PT Fast Food Indonesia Tbk (KFC Indonesia) menjadi contoh paling nyata, dengan kerugian mencapai Rp557 miliar pada kuartal III 2024, penutupan 47 gerai, dan pemutusan hubungan kerja terhadap 2.274 karyawan (Askara, 2025). Penurunan penjualan ini terjadi setelah gelombang aksi massa dan kampanye online yang menuntut boikot terhadap merek-merek global yang dianggap mendukung Israel. Meskipun perusahaan tidak menyatakan secara eksplisit penyebab kerugian, data penjualan dan analisis pasar menunjukkan korelasi kuat dengan gerakan boikot tersebut.

Dampak mikro lainnya terlihat pada sektor pemasok bahan baku lokal dan jaringan distribusi yang terkait dengan perusahaan terdampak boikot. Prof. Dr. Tika Widiastuti dari Universitas Airlangga menegaskan bahwa boikot tidak hanya menekan penjualan produk impor, tetapi juga mengancam kelangsungan usaha pemasok lokal dan menyebabkan perubahan struktural dalam industri terkait. Risiko penutupan perusahaan dan PHK massal menjadi ancaman nyata yang dapat memperburuk kondisi ketenagakerjaan, khususnya di sektor makanan cepat saji dan tekstil yang sangat bergantung pada rantai pasok tersebut. Penurunan penjualan produk yang diduga berafiliasi dengan Israel juga berdampak pada pelaku (UMKM) juga bidang ritel yang mendukung ekonomi lokal. Wakil Ketua Komisi VII DPR RI, Lamhot Sinaga, mengingatkan ekspresi solidaritas melalui boikot harus dilakukan dengan bijak agar tidak menimbulkan efek domino negatif terhadap stabilitas ekonomi dan lapangan kerja nasional. Boikot yang tidak terkelola dengan baik berpotensi menasar pelaku usaha nasional, termasuk UMKM, yang menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia (Sindonews, 2025). Penurunan penjualan hingga 40% pada sejumlah barang yang dibutuhkan setiap hari yang dituding berafiliasi dengan Israel telah dilaporkan oleh Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo), yang berpotensi memicu gelombang PHK (Golkarpedia, 2025).

Dari sisi perilaku konsumen, riset oleh Mairiza et al. (2024) dan riset BRIN bersama Indonesia Halal Watch (2025) menunjukkan bahwa gerakan boikot ini memicu pergeseran pola konsumsi masyarakat Indonesia dari produk impor ke produk lokal. Pergeseran ini didorong oleh faktor sosial-politik, dukungan fatwa (MUI) No 83 Tahun 2023, serta kampanye media sosial yang massif. Fatwa MUI memberikan legitimasi moral bagi konsumen untuk memilih produk dalam negeri sebagai bentuk solidaritas kemanusiaan terhadap Palestina (Munandar et al., 2023; BRIN, 2025). Pemerintah Indonesia juga memanfaatkan momentum ini dengan mendorong kampanye “Bangga Buatan Indonesia” untuk memperkuat brand produk lokal dan mengurangi ketergantungan impor (UNAIR News, 2023). Namun, tantangan tetap ada terkait kualitas produk lokal dan daya saingnya di pasar dalam negeri.

Secara makroekonomi, dampak boikot terhadap struktur perekonomian Indonesia bersifat kompleks dan multidimensi. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan analisis pasar menunjukkan bahwa meskipun volume perdagangan Indonesia dengan Israel relatif kecil, boikot dapat menimbulkan efek tidak langsung yang cukup signifikan. Gangguan pada rantai distribusi dan penurunan aktivitas perusahaan multinasional yang terafiliasi dengan Israel berpotensi menekan pertumbuhan sektor industri dan investasi asing langsung (FDI) di Indonesia (Sindonews, 2025). Ekonom dari Institute for Development of Economics and Finance (INDEF), Rizal Tufikkurahman, mengungkapkan bahwa sentimen negatif masyarakat terhadap produk pro-israel menekankan produksi dan produktivitas industri terdampak, yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi jangka pendek (Tempo, 2023)

Dari perspektif hubungan ekonomi internasional, boikot produk afiliasi Israel dapat mempengaruhi iklim investasi asing dan hubungan dagang Indonesia dengan negara-negara yang memiliki keterkaitan bisnis dengan Israel. Penelitian Rahmawati et al. (2020) mengungkapkan bahwa ketidakpastian politik dan sosial akibat boikot dapat menurunkan minat investor asing dan memperlambat aliran investasi langsung ke Indonesia, yang pada akhirnya berdampak pada pertumbuhan ekonomi jangka panjang. Akibatnya, pemerintah harus mengambil tindakan dan langkah strategis untuk menjaga iklim investasi dan memperkuat posisi Indonesia dalam perdagangan global tanpa mengabaikan aspirasi sosial-politik masyarakat.

Peran media sosial dan fatwa keagamaan dalam memperkuat gerakan boikot juga memiliki implikasi sosial-ekonomi yang signifikan. Munandar et al. (2023) menegaskan bahwa media sosial berfungsi sebagai platform utama penyebaran informasi dan kampanye boikot, yang mempercepat perubahan perilaku konsumen dan memperluas jangkauan gerakan solidaritas. Fatwa MUI berperan sebagai legitimasi moral yang memperkuat dukungan publik, sehingga memperbesar dampak sosial dan ekonomi dari boikot tersebut. Namun, mobilisasi ini juga menuntut pengelolaan komunikasi yang baik agar tidak menimbulkan konflik sosial atau ketegangan ekonomi di dalam negeri. Survei terbaru oleh PKAEN dan PS2PM (2025) mengungkapkan bahwa 35,4% dari orang menjawab menyatakan mendukung tindakan boikot produk yang berafiliasi dengan israel sedangkan 43% menyatakan bahwa alasan boikot adalah alasan kemanusiaan. Namun, survei ini juga menyoroti kekhawatiran terhadap dampak boikot pada pekerja dan perusahaan, di mana 80% responden mengakui adanya dampak pada tenaga kerja dan 72% pada perusahaan. Pada kisaran 85,2% partisipan menekankan urgensinya memverifikasi data sebelum melaksanakan aksi boikot, menunjukkan kebutuhan akan edukasi publik yang lebih baik agar aksi boikot berjalan efektif tanpa menimbulkan kerugian yang tidak perlu

Secara keseluruhan, penemuan studi ini menggambarkan gerakan boikot produk afiliasi Israel di Indonesia memiliki efek ekonomi yang drastis dan berlapis, baik pada tingkat mikro maupun makro. Di tingkat mikro, penurunan penjualan, kerugian finansial, dan PHK menjadi konsekuensi nyata bagi perusahaan terdampak dan tenaga kerja. Di tingkat makro, boikot mempengaruhi struktur perekonomian nasional melalui perubahan pola konsumsi, gangguan rantai distribusi, dan potensi penurunan investasi asing. Dampak sosial-politik yang muncul dari peran media sosial dan fatwa keagamaan juga memperkuat dinamika ekonomi yang terjadi.

Penelitian ini merekomendasikan perlunya kebijakan pemerintah yang terintegrasi untuk mengelola dampak negatif boikot, seperti penguatan industri lokal, perlindungan tenaga kerja, dan komunikasi publik yang efektif. Selain itu, dukungan diplomasi dan kerja sama internasional juga penting untuk menjaga stabilitas ekonomi nasional di tengah dinamika geopolitik global.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa Tindakan boikot terhadap barang-barang yang dianggap memiliki hubungan dengan Israel di Indonesia berdampak ekonomi yang signifikan dan beragam. Di tingkat mikro, boikot mengakibatkan penurunan penjualan, kerugian finansial korporasi, serta lonjakan pemutusan korelasi kerja, terutama di sektor yang sangat bergantung pada produk impor dan rantai pasok global. Di sisi lain, di ranah makro, gerakan ini juga berdampak pada susunan ekonomi nasional melalui perubahan pola konsumsi masyarakat ke barang lokal, gangguan dalam distribusi, serta kemungkinan berkurangnya minat investasi asing langsung (FDI). Dinamika ini diperkuat oleh peran media sosial sebagai sarana penyebaran informasi dan pengaruh fatwa agama sebagai legitimasi moral bagi masyarakat untuk mendukung aksi boikot. Walaupun gerakan ini didasari oleh motivasi sosial dan kemanusiaan, pengaruhnya tidak dapat diabaikan dalam aspek kestabilan ekonomi negara. Sebagai akibatnya, diperlukan respons kebijakan yang teliti dan menyeluruh dari pemerintah (Ibtisamah Laila, 2024)h untuk menyeimbangkan antara keinginan solidaritas masyarakat dan perlindungan bagi sektor ekonomi domestik, termasuk pengembangan produk lokal, perlindungan tenaga kerja, serta strategi komunikasi dan diplomasi ekonomi yang fleksibel di tengah tantangan geopolitik global

DAFTAR PUSTAKA

Aldi Munandar, M. S. (2023). Analisis Sentimen Netizen Indonesia Mengenai Boikot Produk.

Tauhidinomics: Journal of Islamic Banking and Economics, 23-40.

Ardhani, N. D. (2023). Analisis Dampak Boikot Pro Israel Terhadap Perekonomian Di Indonesia. *OPORTUNITAS: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen, Kewirausahaan Dan Koperasi*, 13-16.

Askara. (2025, April 20). *Dampak Boikot Produk Pro-Israel di Indonesia: Narasi Terbaru hingga April 2025*. Diambil kembali dari Askara.co: <https://www.askara.co/read/2025/04/20/55302/dampak-boikot-produk-pro-israel-di-indonesia:-narasi-terbaru-hingga-april-2025>

BIRIN. (2025, Mei 19). *birin.go.id*. Diambil kembali dari BIRIN - IHW Rilis Hasil Riset Fatwa Boikot MUI dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Industri Nasional: <https://www.brin.go.id/press-release/123116/brin-ihw-rilis-hasil-ri-set-fatwa-boikot-mui- dan-dampaknya-terhadap-pertumbuhan-industri-nasional>

Burhan, F. A. (2024, November 06). *Imbas Boikot, Pengelola KFC (Fast) Pangkas Jumlah Gerai dan Rugi Membengkak*. Diambil kembali dari Bisnis.com:

<https://market.bisnis.com/read/20241106/192/1813810/imbis-boikot-pengelola-kfc-fast-pangkas-jumlah-gerai-dan-rugi-membengkak>

Diany Mariza, M. H. (2024). Dampak Boikot Produk Afiliasi Pro Israel Bagi Pertumbuhan Perekonomian di Indonesia. *Journal of Economic, Management, Business, Accounting* , 37-46.