

ANALISIS DAMPAK GERAKAN BOIKOT PRO-ISRAEL TERHADAP PENJUALAN STARBUCKS DAN KOPI LOKAL DI INDONESIA

Afifah Ilimi Alifya¹⁾, Agna Khoerunnisa²⁾, Asri Mariam Syarah³⁾, Deden Zaenal Abidin⁴⁾, Ghaitsa Mutiara Putri⁵⁾, Iis Istiqomah⁶⁾, Mia Lasmi Wardiyah⁷⁾
Akuntansi Syariah, UIN Sunan Gunung Djati

Correspondence		
Email: afifahilmialifya@gmail.com ¹⁾ , agnakhoerunnisa13@gmail.com ²⁾ , asrimariamsyarah11@gmail.com ³⁾ , dedenzaenalabidin30@gmail.com ⁴⁾ , ghaitsamutiara87@gmail.com ⁵⁾ , iisistiqomahh.12@gmail.com ⁶⁾ , mialasmiwardiyah@gmail.com ⁷⁾		No. Telp:
Submitted: 11 Juni 2024	Accepted: 17 Juni 2024	Published: 18 Juni 2024

ABSTRAK

Gerakan boikot terhadap produk pro-Israel telah mempengaruhi secara signifikan pasar kopi di Indonesia, khususnya mengenai penjualan Starbucks sebagai merek yang diduga sebagai pendukung Israel dan kopi lokal seperti Kopi Janji Jiwa yang menjadi alternatif produk yang di boikot. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi literatur untuk menganalisis dampak boikot ini terhadap sektor kopi di Indonesia. Ditemukan bahwa gerakan boikot telah menyebabkan penurunan drastis dalam penjualan dan harga saham Starbucks di Indonesia setelah gerakan boikot dimulai. Di sisi lain, merek kopi lokal seperti Kopi Janji Jiwa mengalami peningkatan penjualan yang signifikan, mencerminkan preferensi konsumen untuk mendukung produk lokal dan menghindari produk yang terkait dengan Israel. Selain itu, ditemukan bahwa industri kopi Indonesia secara keseluruhan mengalami manfaat dari gerakan boikot ini, dengan peningkatan permintaan terhadap kopi lokal dan produk-produk lainnya. Hasil penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana gerakan sosial dapat mempengaruhi perekonomian lokal di negara dengan perekonomian terbuka seperti Indonesia, serta implikasinya terhadap strategi bisnis perusahaan-perusahaan global yang terlibat dalam kontroversi politik internasional.

Kata Kunci: Boikot, Kopi, Indonesia.

ABSTRACT

The boycott movement against pro-Israel products has significantly affected the coffee market in Indonesia, especially regarding the sales of Starbucks as a brand suspected of supporting Israel and local coffee such as Kopi Janji Jiwa which is an alternative to the boycotted products. This research uses a qualitative approach with a literature study to analyze the impact of this boycott on the coffee sector in Indonesia. It was found that the boycott movement has led to a drastic decline in sales and share prices of Starbucks in Indonesia after the boycott movement began. On the other hand, local coffee brands such as Kopi Janji Jiwa saw a significant increase in sales, reflecting consumers' preference to support local products and avoid products associated with Israel. In addition, it was found that the Indonesian coffee industry as a whole experienced benefits from the boycott movement, with increased demand for local coffee and other products. The results of this study provide insight into how social movements can affect local economies in open economies such as Indonesia, as well as the implications for the business strategies of global companies involved in international political controversies.

Keywords: Boycott, Coffee, Indonesia.

PENDAHULUAN

Belakangan ini kembali soal produk Israel yang perlu diwaspadai masyarakat Indonesia. Menurut CNBC Indonesia (CNBC, 2023), perdana menteri Israel mengabaikan resolusi yang disahkan oleh Majelis Umum Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) dan menyatakan bahwa Israel akan tetap menyerang Palestina. Menanggapi konfrontasi Israel-

Hamis, ada curahan solidaritas global, termasuk protes di Kedutaan Besar Amerika Serikat dan Monas di Indonesia. Protes juga dilakukan di Korea Selatan, Brasil, dan Malaysia, selain doa dan shalat berjamaah di London, Inggris. Dengan partisipasi mereka, ratusan ribu orang biasa dapat mengancam kebidaban konflik Israel-Hamas.

Bisnis, investor, pekerja, dan konsumen dapat merasakan dampak dari pemboikotan tersebut baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Saham perusahaan global yang dianggap bersimpati pada Israel juga mengalami penurunan nilai dan menunjukkan posisi fluktuatif perusahaan-perusahaan ini di era pasca perang Israel-Hamas sebagai akibat dari gerakan boikot (Ricky, 2022). Dampak tersebut sangat besar terutama pada merek-merek yang berafiliasi dengan Israel, seperti Starbucks dan Disney dari Amerika.

Di Indonesia sendiri, MUI telah mengeluarkan Fatwa Terbaru Nomor 83 Tahun 2023 tentang Penerapan Hukum Tanah di Wilayah Palestina. Fatwa tersebut di atas sangat menyarankan umat Islam untuk menghindari penggunaan produk yang ada hubungannya dengan Israel. Melalui fatwa ini, MUI juga mendorong pemerintah untuk mengambil pendekatan fleksibel dalam mendukung hak-hak Palestina (Mardeson & Mardesci, 2022). Beberapa produk yang dihasilkan antara lain sampo, sabun mandi, makanan rasa susu, serta minuman dan makanan siap-saji. Berikut beberapa daftar produk Israel di Indonesia yang wajib dihindari menurut fatwa MUI (Trisnawati, 2024) :

- 1) Sabun Mandi ; Lifebuoy, Lux, Dove
- 2) Shampoo : clear, sunsilk, tresemme, head & shoulders, pentene, rejoice
- 3) Personal Care : Pepsodent, closeup, Rexona, molto, rinso, axe, downy, Vaseline, sunlight, vanish
- 4) Susu : Sgm, Milo, Ovaltine, Bear Brand Dancow
- 5) Produk Minuman: Buavita, Sari Wangi, Lipton, Nescafe, coca-cola, sprite, fanta, nutriboost, minute maid, mizone, pepsi
- 6) Kategori Snack: Kit kat, Cadburry, Pringles, OREO, Walls, Lays, Koko Crunch, Belvita, Biskuat, Ritz, Kraft, Doritos
- 7) Kategori Makanan Siap Saji: Macdonalds, KFC, Burger King, Popeyes, Pizza Hut, Pizza Papa John's, Starbucks, Dunkin Donuts

Untuk mengekspresikan ketidaksetujuan atau memberikan tekanan, beberapa orang memilih untuk tidak berbisnis dengan perusahaan, individu, atau negara tertentu. Praktik ini dikenal sebagai boikot. Sebuah metode protes yang umum dilakukan untuk menentang kebijakan atau konflik pemerintah Israel adalah dengan menolak membeli produk-produk dari Israel atau yang terkait dengan entitas Israel. Sebagai tanggapan terhadap imperialisme dan agresi, umat Islam berdiri dalam solidaritas dengan mereka yang menderita dan melawan ketidakadilan terhadap umat Islam melalui boikot ini.

Gerakan boikot produk pendukung Israel telah menyebabkan terjadinya pergeseran sosial yang nyata dari barang-barang impor ke barang-barang lokal di Indonesia, khususnya di kalangan konsumen Muslim. Perekonomian Indonesia diuntungkan dengan semakin banyaknya orang yang membeli produk-produk dalam negeri. Hasil ini menunjukkan bahwa gerakan boikot di Indonesia dapat mengarah pada otonomi ekonomi yang lebih besar dan promosi produk dalam negeri. Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mengalami pertumbuhan karena meningkatnya permintaan akan produk lokal. Lapangan kerja baru tercipta dan pendapatan masyarakat meningkat. Namun, untuk memanfaatkan peluang ini sebaik-baiknya, masyarakat, industri, dan pemerintah harus bekerja sama untuk meningkatkan standar produk lokal dan memperluas jangkauannya kepada konsumen. Oleh karena itu, gerakan boikot di Indonesia dapat menjadi batu loncatan untuk ekonomi yang lebih kuat dan mandiri. Industri kopi Indonesia adalah salah satu yang telah menuai manfaat dari kampanye boikot.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi literatur sebagai metode pengumpulan data. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang diamati, atau perilaku yang diamati, atau dokumen-dokumen yang dipelajari (Neuman, 2016). Studi literatur adalah teknik mengumpulkan data dengan mengumpulkan berbagai literatur kemudian ditarik poin pentingnya untuk kemudian dipahami kaitannya dengan aspek lain (Burhanuddin, 2018). Objek yang menjadi fokus penelitian ini adalah Studi kasus dari penjualan sektor kopi yang terkena dampak gerakan boikot produk pro-israel di Indonesia. Pengumpulan data melibatkan dari berbagai sumber informasi sekunder, seperti sumber berita, artikel, data dari platform media sosial dan studi pustaka lain untuk mengumpulkan informasi tentang dampak boikot produk pro Israel terhadap perekonomian di Indonesia. Penelitian ini juga akan menggunakan analisis deskriptif untuk menggambarkan dan memberikan pemahaman tentang pengaruh dan dampaknya terhadap industri kopi di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Diambil dari laman Wikipedia, Boikot istilah yang berasal dari bahasa Inggris, telah digunakan sejak masa “War Land” di Irlandia pada tahun 1880-an. Istilah “agen real estat” mengacu pada Kapten Charles Boikot, yang merupakan seorang agen real estat Irlandia yang menangani beberapa akuisisi perkebunan Earl Erne. Dari sini dapat disimpulkan bahwa bentuk umum pemboikotan, yaitu digunakan sebagai panduan untuk tidak membeli, menggunakan, berurusan dengan seseorang atau suatu organisasi sebagai wujud protes atau sebagai suatu bentuk pemaksaan. Pemboikotan juga dapat digambarkan sebagai sarana untuk mengungkapkan kurangnya pemahaman secara kooperatif, atau sebagai sarana untuk membentuk aliansi dengan suatu bisnis atau seseorang. Menurut Model Laws of the United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), pemboikotan mengacu pada kesepakatan bersama untuk tujuan pembelian atau penjualan, termasuk alat transportasi. Metode yang paling umum digunakan untuk mencegah organisasi tertentu menjadi peserta aktif dalam proyek yang telah diputuskan untuk dilaksanakan oleh kelompok tersebut (Anisah, 2015).

Menurut Husna (Husna & Hafidzi, 2023) menyatakan bahwa pemboikotan merupakan strategi yang digunakan sebagai bagian dari upaya untuk berhubungan dengan otoritas Palestina. Tantangan yang dihadapi oleh Palestina mencakup serangkaian pelanggaran hak asasi manusia, termasuk perampasan tempat-tempat suci umat beragama, pengusiran paksa penduduk, kekerasan yang menyebabkan banyak pertumpahan darah, kerusakan pada infrastruktur dan pemukiman, serta pembakaran lahan, tindakan-tindakan yang dimostrasikan oleh pihak Israel yang berasal dari komunitas Zionis.

1. Dampak Boikot terhadap Penjualan Starbucks sebagai Produk Kopi Pro-Israel di Indonesia

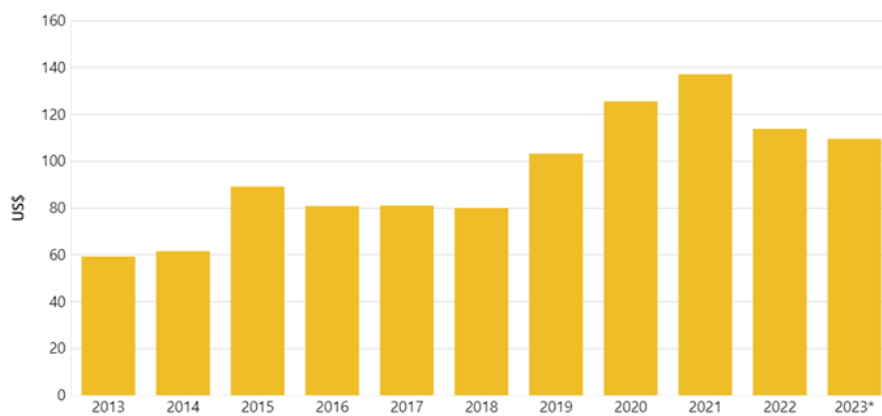
Starbucks merupakan perusahaan kopi asal Amerika Serikat yang berkantor pusat di Seattle, Washington dengan total 20.336 lokasi di 61 negara, menjadikannya sebagai salah satu perusahaan kopi terbesar di dunia. Gerai Starbucks di Indonesia pertama kali berdiri pada 17 Mei 2002 tepatnya di Plaza Indonesia. Kini sebanyak 500 cabang lainnya di Indonesia dikelola oleh anak perusahaan dari PT MAP Boga Adiperkasa Tbk, yakni PT Sari Coffee Indonesia. Perusahaan induk ini juga menaungi merek-merek terkenal lainnya seperti Pizza Marzano, Cold Stone Creamery, Godiva, dan lain-lain.

Gerakan boikot dimulai pada pertengahan Oktober 2023 sebagai respon global terhadap genosida yang dilakukan Israel terhadap Palestina. Sejak saat itu, banyak produk dan

perusahaan terkemuka yang terkait dengan Israel mengalami kerugian besar, termasuk penurunan harga saham, publisitas negatif, dan penjualan. Fakta bahwa Starbucks menggugat serikat buruhnya karena menunjukkan dukungan kepada Palestina menimbulkan tuduhan bahwa jaringan kedai kopi tersebut terkait atau mendukung Israel. Para aktivis kemanusiaan mulai memboikot Starbucks sebagai tanggapan atas klaim perusahaan bahwa hal tersebut telah merusak merek dan merugikan, namun CEO Starbucks, Laxman Narasimhan, membantah rumor tersebut dan mengatakan bahwa hal tersebut dilakukan dengan itikad baik. Baik Howard Schultz, pencipta Starbucks, maupun Starbucks Indonesia secara terbuka mengatakan bahwa perusahaan tidak mendukung secara finansial agresi Israel ke Jalur Gaza, Palestina.

Meskipun demikian, gerakan boikot terus berlanjut per 8 Desember 2023, menurut data, kerugian kapitalisasi pasar terbesar adalah lebih dari \$12 miliar, atau Rp186,50 triliun (dengan asumsi kurs Rp15.542 per dolar AS), yang dibukukan oleh perusahaan jaringan kedai kopi di seluruh dunia, Starbucks Corporation, pada hari yang sama, saham Starbucks turun 1,6%, melanjutkan tren penurunan yang telah berlangsung selama 11 hari perdagangan.

Gambar 1 : Rerata tahunan nilai kapitalisasi pasar Starbucks 2013-2023



Sumber:
Companies Market Cap

Informasi Lain:
) data per 8 Desember 2023

Sumber: databoks.katadata.co.id

Sejak saham Starbucks pertama kali rilis di Bursa Amerika Serikat (AS) pada tahun 1992, ini merupakan penurunan terpanjang yang pernah dialami perusahaan ini. Penurunan ini secara keseluruhan telah mengurangi nilai pasar Starbucks sebesar 9,4%, atau sekitar \$12 miliar USD. Adanya boikot di seluruh dunia terhadap merek-merek yang dianggap mendukung agresi Israel ke Palestina, diyakini sebagai penyebab turunnya saham dan nilai pasar emiten berkode SBUX ini. Fakta bahwa penjualan di Starbucks telah menurun selama beberapa waktu belakangan ini juga menjadi sumber kekhawatiran. Menurut data yang dikumpulkan oleh Companies MarketCap, nilai pasar SBUX sebenarnya telah turun beberapa kali selama satu dekade terakhir. Pada tahun 2023, terjadi penurunan terbesar ketiga dalam sepuluh tahun terakhir. Kapitalisasi pasar rata-rata adalah US\$ 109,62 miliar pada Jumat, 8/12/2023, pukul 19.00 WIB, mencerminkan penurunan 3,72% dari tahun 2022.

Tak hanya itu, yang lebih memprihatinkan adalah fakta bahwa PT Sari Coffee Indonesia, pemegang waralaba Starbucks di Indonesia, memprediksi penurunan total penjualan sebesar 30-35%. Gerai-gerai di beberapa daerah sepi pengunjung, dan meskipun ada beberapa promosi termasuk minuman gratis-bisnis melambat selama bulan Ramadan. Bahkan di Timur Tengah,

Starbucks harus memberhentikan hampir 2.000 karyawannya akibat dampak psikologis dari vandalisme yang menimpa perusahaan tersebut.

Jaringan ritel PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI), yang mencakup PT Sari Coffee Indonesia, juga menangani merek Starbucks yang populer di Indonesia melalui anak perusahaannya, PT MAP Boga Adiperkasa Tbk (MAPB). Harga saham MAPI dilaporkan telah jatuh dalam sebulan terakhir. Dalam 30 hari terakhir, setidaknya saham MAPI telah turun 11,87%. Diketahui saham MAPI berakhir di level 1.590 atau turun 1,24% pada 14 November 2023. Bahkan pada hari perdagangan tersebut, investor asing melakukan aksi jual saham MAPI lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan lainnya, yaitu sebesar 56,8 miliar Rupiah. Di saat yang sama, perusahaan induk Starbuck, MAPB, mengalami kenaikan nilai sebesar 1,79% selama 30 hari terakhir.

Berikut adalah tabel yang menampilkan hasil uji Statistik Deskriptif :

Tabel 1 : Uji Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
PT. Map Boga Adiperkasa, Tbk (30 Hari Sebelum Aksi boycott)	30	1965	2150	2073.83	51.052
PT. Map Boga Adiperkasa, Tbk (30 Hari Setelah Aksi boycott)	30	1800	2090	1951.83	52.841
Valid N (listwise)	30				

Nilai rata-rata atau mean harga saham PT MAP Boga Adiperkasa, Tbk (Starbucks Indonesia) turun dari 2.150 pada 30 hari sebelum aksi boikot akibat agresi dan genosida di Palestina menjadi 2.090 pada 30 hari sesudahnya. Angka standar deviasi adalah 51,052 30 hari sebelum aksi boikot, dan meningkat menjadi 52,841 30 hari setelahnya. Karena nilai rata-rata harga saham PT. MAP Boga Adiperkasa, Tbk 30 hari sebelum aksi boikot > nilai rata-rata harga saham 30 hari setelah aksi boikot, berarti secara deskriptif terjadi perbedaan dan penurunan harga saham PT. MAP Boga Adiperkasa 30 hari sebelum aksi boikot dengan nilai mean harga saham 30 hari setelah aksi boikot.

Dugaan adanya pengaruh boikot terhadap penurunan penjualan Starbucks di Indonesia ini semakin diperkuat dengan konferensi pendapatan kuartal kedua 2024, Starbucks melaporkan penurunan kinerja yang jauh dari ekspektasi, menurut laporan Hops.ID dari postingan Instagram @bigalphaid pada Jumat, 3 Mei 2024:

- 1) Penjualan di toko yang sama turun 4% di seluruh dunia;
- 2) Penjualan di toko yang sama di China turun 11%;
- 3) Penjualan di seluruh dunia (di luar Amerika Serikat) turun 6%;
- 4) Manajemen Starbucks mengurangi ekspektasi pertumbuhan tahunan dari 7% hingga 10% menjadi hanya satu digit; dan
- 5) Kunjungan ke gerai Starbucks turun 6% di seluruh dunia.

Analisis memperkirakan pendapatan Starbucks sebesar \$9,13 miliar (Rp148 triliun) tetapi hanya menghasilkan \$8,56 miliar (sekitar Rp138 triliun) dari Januari hingga Maret 2024. Saat hasil ini diumumkan, saham Starbucks turun 16%. Hal ini mengakibatkan kerugian nilai pasar sebesar \$35 miliar (Rp568 triliun) dari puncaknya pada tahun 2021. PT Sari Coffee Indonesia, pemegang lisensi waralaba Starbucks di Indonesia, melaporkan bahwa gerakan boikot dapat menghalangi penjualan Starbucks hingga 35%, (Ghifari, 2024) menurut PT Sari Coffee Indonesia, pemegang lisensi waralaba Starbucks di negara tersebut. Sebaliknya, keberadaan merek kopi lokal seperti Fore, Point Coffee, Tuku, dan Starling yang menawarkan kopi dengan harga yang lebih murah meningkatkan tekanan pada posisi Starbucks di pasar.

2. Dampak Boikot terhadap Penjualan Kopi Janji Jiwa sebagai Produk Kopi non Pro-Israel di Indonesia

Sebagai hasil dari gerakan boikot ini, penjualan beberapa perusahaan kopi lokal meroket, termasuk Kopi Janji Jiwa. Belum ada pemboikotan resmi terhadap Kopi Janji Jiwa yang diumumkan. Sebaliknya, ada beberapa produk lain yang telah menjadi target boikot karena alasan-alasan seperti dugaan praktik bisnis yang tidak etis atau dukungan terhadap organisasi politik yang dianggap bertentangan dengan keyakinan tertentu. Di sisi lain, Kopi Janji Jiwa telah menerima penghargaan atas inisiatif sosialnya, dedikasinya terhadap keberlanjutan, dan dukungannya terhadap petani lokal.

Menurut data Euromonitor dan United States Department of Agriculture (USDA) dalam situs Databoks (Databoks, 2023) ; Pada tahun 2022, Kopi Janji Jiwa memiliki 1.100 lokasi, dengan penjualan melebihi \$71,3 juta, atau Rp1,11 triliun. Dengan pendapatan yang meningkat 20% dari \$52,7 juta pada tahun sebelumnya, pencapaian ini menunjukkan kemajuan yang substansial. Angka-angka terbaru dari situs statistik GoodStats (GoodStats, 2023) mendukung hal ini, yang menunjukkan bahwa penjualan janji kopi akan naik 39,5% menjadi US\$99,62 juta pada akhir tahun 2023. Banyak yang mengaitkan kenaikan ini dengan orang-orang yang menghindari kopi Starbucks, yang saat ini menjadi target boikot konsumen. Fakta bahwa Kopi Janji Jiwa adalah minuman lokal yang populer di Indonesia adalah faktor utama yang mendorong perubahan ini. Alasan lain mengapa Kopi Janji Jiwa populer adalah karena harganya yang lebih murah daripada Starbucks.

Gambar 2 : Penjualan Kopi Janji Jiwa 2021-2023



Sumber : GoodStats Data 2023

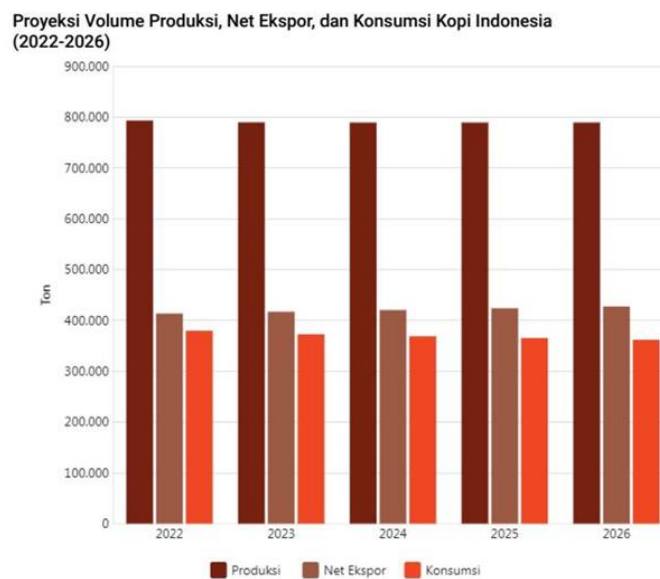
Penjualan Kopi Janji Jiwa meningkat karena beberapa alasan, termasuk kampanye boikot dan beberapa variabel tambahan (Zakawali, 2024), seperti :

- Kopi Janji Jiwa secara agresif mengembangkan perusahaannya dengan membuka lokasi tambahan di berbagai daerah di Indonesia. Pelanggan dapat lebih mudah membeli produknya karena hal ini.
- Menu-menu baru dan menarik sering diperkenalkan di Kopi Janji Jiwa, menampilkan inovasi produk. Hal ini menarik minat pembeli, terutama pasar anak muda.
- Kampanye iklan yang dijalankan dengan baik: Kopi Janji Jiwa memanfaatkan radio, televisi, dan media sosial untuk menyebarkan berita. Konsumen lebih cenderung untuk mencoba produk dan menjadi akrab dengan merek tersebut.

3. Analisis Perkembangan Sektor Kopi dan Perekonomian Indonesia Setelah Gerakan Boikot

Industri kopi Indonesia adalah salah satu yang telah menuai manfaat dari kampanye boikot. Semakin banyak orang yang ingin membeli kopi dari perkebunan lokal karena gerakan boikot mendapatkan momentum. Para petani kopi termotivasi untuk meningkatkan produksi mereka sebagai akibatnya. Kamar Dagang dan Industri Indonesia (KADIN) dan Kementerian Pertanian telah merilis data yang menunjukkan bahwa antara tahun 2024 dan 2026, ekspor bersih kopi akan terus meningkat 1,67% menjadi 427 ribu ton, sementara produksi dalam negeri akan tetap stabil di kisaran 789 ribu ton. Sementara itu, proyeksi menunjukkan bahwa konsumsi kopi akan terus turun antara tahun 2024 dan 2026, turun 1,90% menjadi 361 ribu ton. Kelimpahan sumber daya alam di Indonesia menyediakan bahan mentah yang prospektif, dan pasar yang cukup besar di negara ini memastikan bahwa akan ada banyak ruang untuk pertumbuhan dalam bisnis pengolahan kopi.

Gambar 3 : Proyeksi Volume Produksi, Net Ekspor, dan Konsumsi Kopi Indonesia 2022-2026



Sumber : Databoks, 2024

Selain kopi, terjadi peningkatan permintaan terhadap berbagai barang produksi lokal, termasuk tekstil, gula, teh, dan lain-lain. Hal ini membuktikan bahwa boikot terhadap barang-barang pendukung Israel telah berhasil membuat masyarakat Indonesia lebih memilih produk dalam negeri. Meskipun gerakan boikot produk non-Israel telah membawa dampak positif, masih terdapat beberapa tantangan yang perlu dihadapi. Fakta bahwa tidak ada cukup banyak barang yang diproduksi secara lokal untuk memenuhi permintaan konsumen adalah salah satu kendala. Akibatnya, persediaan barang tidak mencukupi dan harga menjadi lebih tinggi. Kendala lainnya adalah kualitas barang dalam negeri yang di bawah standar dibandingkan dengan barang luar negeri. Terlepas dari kesulitan-kesulitan ini, industri lokal memiliki banyak ruang untuk berkembang. Bisnis dan pemerintah harus berkolaborasi untuk meningkatkan standar barang yang diproduksi secara lokal dan memperluas akses mereka ke konsumen.

Dalam jangka panjang, ekonomi dapat merasakan dampak dari boikot produk yang terkait dengan Israel. Akan ada sedikit dampak dan boikot tidak akan dapat mempengaruhi ekonomi makro jika dilakukan dengan cepat. Ini akan berdampak lebih besar terhadap perekonomian jika dilakukan terus menerus dalam waktu yang lebih lama, katakanlah, satu

kuartal. Dalam hal ini pemerintah harus sangat jelas mengenai hal-hal apa saja yang dapat diboikot, mengapa, dan bagaimana pemboikotan itu sendiri dilakukan. Jika kita menyerukan pemboikotan terhadap produk-produk ini, itu adalah sebuah permintaan, bukan mandat; tetap saja, beberapa orang akan terus membelinya. Bisnis berisiko terlibat dalam persaingan tidak sehat jika aksi boikot tidak menyebutkan secara spesifik apakah mereka akan menyertakan produk dari pengusaha pesaing atau tidak (Ricky, 2022).

Perekonomian Indonesia, khususnya bisnis yang berafiliasi dengan Israel, dapat merasakan dampak dari boikot produk pro-Israel. Lebih jauh lagi, ekonomi Israel - terutama tenaga kerjanya - akan merasakan dampak boikot tersebut, yang dapat menyebabkan pemutusan hubungan kerja yang meluas. Meskipun belum ada daftar resmi, Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah mengeluarkan fatwa yang melarang bantuan kepada Israel dan mendesak umat Islam untuk tidak menggunakan produk-produk yang berhubungan dengan Israel. Menurut Seran (Seran, 2012), situs-situs web yang mencantumkan hal-hal yang berhubungan dengan Israel telah menjadi viral, dan fatwa tersebut juga telah dibagikan secara luas di media sosial. Namun, analisis lain berpendapat bahwa boikot terhadap produk-produk Israel mungkin akan berdampak lebih buruk bagi perekonomian Indonesia dibandingkan bagi Israel. Memprotes serangan keras Israel terhadap Palestina, beberapa negara telah menerapkan embargo terhadap barang dan jasa Israel sebagai cara untuk menekan pemerintah Israel. Selain itu, perdagangan dan ketersediaan produk tertentu di pasar Indonesia dapat terpengaruh oleh kemungkinan penurunan impor produk Israel.

Kerugian yang disebabkan oleh kampanye boikot mungkin akan merugikan Israel, namun tidak akan berpengaruh besar terhadap perekonomian Israel. Boikot hanya akan berdampak kecil pada situasi Israel karena produk yang dilarang tidak dibuat di Israel. Karena jumlah pekerja yang signifikan di negara yang sedang berkembang ini, boikot akan berdampak signifikan pada sektor tenaga kerja; akibatnya, individu harus lebih berhati-hati sebelum melakukan boikot untuk memenuhi tujuan dari gerakan tersebut. Di sisi lain, boikot ini berpotensi memperlambat perekonomian Indonesia secara keseluruhan jika masyarakat mengurangi pengeluaran mereka, yang akan berdampak pada perusahaan-perusahaan mulai dari produsen hingga konsumen. Perspektif historis ekonomi menunjukkan bahwa boikot yang proporsional akan menjadi tindakan terbaik di sini, baik untuk melindungi ekonomi lokal maupun untuk mengurangi dampak terhadap tenaga kerja Indonesia.

Beberapa tindakan dapat dilakukan oleh pemerintah untuk memberikan kepercayaan pada gerakan boikot produk. Tindakan tersebut termasuk mempublikasikan undang-undang impor dan ekspor, mendorong penggunaan produk lokal dan produk alternatif, meningkatkan kapasitas UMKM untuk memproduksi barang berkualitas tinggi, dan mempromosikan serta mendukung perusahaan lokal (Annisa, 2022).

Ada sejumlah risiko ekonomi yang terkait dengan pemboikotan produk Israel. Pertama, pengelolaan sumber daya manusia dan sumber daya alam Indonesia masih sangat bergantung pada produksi. Kedua, penurunan permintaan dan peningkatan angka pengangguran adalah dua dampak negatif dari pemboikotan produk Israel. Ketiga, perdagangan regional dan internasional melegitimasi hubungan ekonomi Indonesia dan Israel, sehingga boikot menjadi kurang efektif. Keempat, Indonesia sangat bergantung pada produk-produk Israel, seperti yang ditunjukkan oleh tingginya nilai impor dan ekspor non-migas. Tidak ada jumlah boikot yang secara signifikan akan mengurangi permintaan untuk barang-barang Israel karena kebijakan ekonomi pemerintah didasarkan pada kolaborasi internasional.

Untuk mengurangi ketergantungan terhadap barang-barang Israel, pemerintah menghidupkan kembali industri substitusi impor dengan memperkuat industri kreatif. Salah satu cara untuk mencapai hal ini adalah dengan secara perlahan-lahan mulai meniru dan memperbaiki produk-produk Israel. Dengan meningkatnya harapan bahwa produksi dalam

negeri suatu hari nanti akan melampaui impor, ada kebutuhan mendesak untuk berinvestasi dalam pendidikan tinggi untuk melatih generasi pekerja kreatif berikutnya dan mengimplementasikan reformasi pada kurikulum yang ada.

Di sini, terlihat fenomena boikot yang ditujukan pada barang-barang Amerika sebagai contoh. Kekhawatiran ekonomi nasional harus dipertimbangkan ketika mengambil tindakan terhadap produk Amerika melalui boikot. Karena ketergantungan yang terus berlanjut pada produksi produk Amerika dalam pengelolaan sumber daya manusia (SDM) dan sumber daya alam (SDA) di Indonesia, produk Amerika telah membantu mendorong pertumbuhan ekonomi dalam negeri. Penurunan permintaan dan peningkatan pengangguran yang disebabkan oleh aksi boikot akan memperlambat pertumbuhan ekonomi.

Kesimpulan

Kesimpulan dari analisis mengenai dampak gerakan boikot terhadap penjualan Starbucks dan kopi lokal di Indonesia menunjukkan adanya pergeseran signifikan dalam preferensi konsumen menuju produk dalam negeri sebagai respons terhadap konflik Israel-Palestina. Boikot terhadap merek-merek yang dianggap mendukung Israel, seperti Starbucks, telah menyebabkan penurunan penjualan dan nilai pasar yang signifikan bagi perusahaan tersebut di Indonesia. Di sisi lain, kopi lokal seperti Kopi Janji Jiwa mengalami peningkatan penjualan dan mendorong pertumbuhan sektor kopi dalam negeri. Meskipun boikot ini memberikan dampak positif terhadap ekonomi dalam negeri dengan meningkatkan permintaan terhadap produk lokal dan menciptakan lapangan kerja baru, tetap diperlukan upaya untuk meningkatkan standar dan kualitas produk dalam negeri agar dapat bersaing secara global. Dengan demikian, gerakan boikot ini menunjukkan potensi untuk mendukung otonomi ekonomi yang lebih besar di Indonesia, namun juga menghadirkan tantangan dalam memenuhi kebutuhan pasar yang semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku & Jurnal

- Anisah, S. (2015). Peraturan dan Penegakan Hukum Pemboikotan dalam Antitrust Law Amerika Serikat.
- Annisa, K. (2022). ANALISIS PENOLAKAN INDONESIA TERHADAP PROPOSAL ABRAHAM ACCORD DALAM MEMBANGUN HUBUNGAN DIPLOMATIK DENGAN ISRAEL TAHUN 2022.
- Ardhani, N. D. (2003). ANALISIS DAMPAK BOIKOT PRO ISRAEL TERHADAP PEREKONOMIAN DI INDONESIA. *Jurnal Oportunitas Unirow Tuban*, 04(02), 13-15.
- Burhanudin, A. (2018). Pengantar studi sastra. Pustaka Jaya.
- Sudarsono, H. (2008). Telaah Dampak Boikot Produk Amerika terhadap Perekonomian Nasional. *UNISIA*, 31(70), 417-428.
- Husna, Khotimatul, Anwar Hafidzi, and others. (2023). Dampak Pemboikotan Produk Pro Israel Fatwa Dsn Mui Nomor 83 Tahun 2023 Bagi Warung Rumahan Di Kota Banjarmasin. *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory* 1, no. 4 : 868–76.
- Mardeson, E & Mardesci, H. (2022). FENOMENA BOIKOT MASSAL (CANCEL CULTURE) DI MEDIA SOSIAL. Vol. 1 No. 3. <https://doi.org/10.61069/juri.v1i3>
- Neuman, W. L. (2016). Social research methods: Qualitative and quantitative approaches. Pearson Education.
- Ricky, R. (2022). ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP PEMBOIKOTAN PRODUK ASING DI INDONESIA : LAMPUNG.

- Retnowati, J. (2024). DAMPAK AKSI BOIKOT TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN YANG BERAFILIASI DENGAN ISRAEL: STUDI KASUS PASCA AGRESI GENOSIDA DI PALESTINA. *IJEM VOL. 1, NO.2*, 75-80
- Seran, S. (2012). DETERMINAN FAKTOR SOSIAL DAN EKONOMI TERHADAP KEMISKINAN PENDUDUK. *Vol. 13, No. 1*.
- Trisnawati, R. (2024). BOIKOT DAN AKTIVISME: PERILAKU KONSUMEN DALAM ISU ISRAEL–PALESTINA. *JEBESH: JOURNAL OF ECONOMICS BUSINESS ETHIC AND SCIENCE HISTORIES*, 2(3), 20-25.

Internet

- Agustiyanti, (2024). Starbucks Indonesia Cerita Efek Besar Boikot: Penjualan Anjlok 35% <https://katadata.co.id/berita/industri/65e1642add3cb/starbucks-indonesia-cerita-efek-besar-boikot-penjualan-anjlok-35>
- Ahdiat, A. (2023). 10 Restoran Terlaris Di Indonesia, Ada Nasi Padang Sederhana. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/03/10-restoran-terlaris-di-indonesia-ada-nasi-padang-sederhana>
- Anam, M. (2023). Imbas Boikot Produk Israel, Saham Starbucks di Indonesia Anjlok. <https://rilis.id/Ekonomi/Berita/Imbas-Boikot-Produk-Israel-Saham-Starbucks-di-Indonesia-Anjlok-7lr8HuQ>
- Azizah, A. (2024). 55 Daftar Produk Pro Israel di Indonesia yang Wajib Dihindari Berdasarkan Fatwa MUI. <https://shopping.tribunnews.com/2024/06/06/55-daftar-produk-pro-israel-di-indonesia-yang-wajib-dihindari-berdasarkan-fatwa-mui>
- CNBC Indonesia .(2023). "PM Israel Tegaskan Tak Ada Perdamaian Sebelum Hamas Hancur" <https://www.cnbcindonesia.com/news/20231227075130-8-500444/pm-israel-tegaskan-tak-ada-perdamaian-sebelum-hamas-hancur>
- GoodStats Data. (2023). Top 3 Kedai Kopi Lokal Terpopuler 2023. <https://data.goodstats.id/statistic/top-3-kedai-kopi-lokal-terpopuler-2023-cSpT3>
- Kompasiana. (2023). Ini Dampaknya Jika Boikot Produk Pro-Israel terhadap Perekonomian Indonesia. Diakses pada 11 Juni 2024, dari <https://www.kompasiana.com/syarifahfadila/655b2dcbfcd68f565c6bee42/ini-dampaknya-jika-boikot-produk-pro-israel-terhadap-perekonomian-indonesia>
- Muhamad, N. (2024). Kalahkan Kopi Kenangan. Janji Jiwa punya Gerai Terbanyak di Indonesia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/12/kalahkan-kopi-kenangan-janji-jiwa-punya-gerai-terbanyak-di-indonesia-pada-2022>
- Novita, M. (2024). Marak Aksi Boikot, Starbucks Indonesia Sebut Toko Lebih Sepi dan Mitra Terdampak. <https://travel.tempo.co/read/1828474/marak-aksi-boikot-starbucks-indonesia-sebut-toko-lebih-sepi-dan-mitra-terdampak>
- Relawan, G. (2024). Krisis penjualan Starbucks: Pendapatan turun di pasar global dan persaingan ketat. <https://www.hops.id/trending/29412575130/krisis-penjualan-starbucks-pendapatan-turun-di-pasar-global-dan-persaingan-ketat>
- Santika, E. (2024). Ini Gambaran Produksi, ekspor, Konsumsi Kopi Indonesia hingga 2026. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/04/16/ini-gambaran-produksi-ekspor-konsumsi-kopi-indonesia-hingga-2026>
- Zakawali, G. (2024). 8 Strategi Pemasaran Kopi Janji Jiwa, Penasaran ? https://beritausaha.com/inspirasi-bisnis/strategi-pemasaran-kopi-janji-jiwa/#google_vignette