



# ANALISIS PERSPSI PEDAGANG RITEL TERHADAP FENOMENA BOIKOT PRODUK PRO ISRAEL

Muh Ilham N<sup>1\*</sup>, Ibrahim Arifin<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Makassar

## ARTICLE INFO

### Article history:

Received May 15, 2024

Revised May 21, 2024

Accepted July 01, 2024

### Kata Kunci:

Persepsi Pedagang; Boikot; Perumahan  
BTP

### Keywords:

Trader's Perception; Boycott; BTP  
Housing



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.  
Copyright © 2024 by Author. Published by PT Citra Media  
Publishing.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pedagang ritel yang ada di perumahan Bumi Tamalanrea Permai mengenai adanya aksi boikot produk Israel. Aksi boikot merupakan bentuk dukungan terhadap Palestina sebagai dampak dari adanya konflik besar yang terjadi antara Palestina dan Israel. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Data diperoleh dengan melakukan wawancara dengan beberapa pedagang ritel yang ada di perumahan Bumi Tamalanrea Permai. Analisis data dalam penelitian ini melibatkan empat tahapan, yaitu pengumpulan data, penyederhanaan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan perspektif dan respon yang diberikan pedagang terhadap adanya aksi atau seruan untuk memboikot produk pro Israel ini. Terdapat pedagang yang mendukung dengan ikut berhenti menyediakan produk yang masuk dalam daftar

boikot dan ada pula pedagang yang tetap menjual produk yang diboikot.

## ABSTRACT

*This research aims to determine the perceptions of retail traders in the Bumi Tamalanrea Permai housing complex regarding the boycott of Israeli products. The boycott action is a form of support for Palestine as a result of the major conflict between Palestine and Israel. The method used is a descriptive qualitative method. Data was obtained by conducting interviews with several retail traders in the Bumi Tamalanrea Permai housing complex. Data analysis in this research involves four stages, namely data collection, data simplification, data presentation, and drawing conclusions. The results of this research show that there are differences in perspectives and responses given by traders to actions or calls to boycott pro-Israel products. There are traders who support this by stopping providing products that are on the boycott list and there are also traders who continue to sell boycotted products.*

## PENDAHULUAN

Konflik antara Israel dan Palestina menimbulkan berbagai macam reaksi masyarakat dunia. Di Indonesia sendiri aksi mendukung Palestina sudah marak dilakukan. Salah satu aksi mendukung Palestina yang belakangan ini ramai diperbincangkan ialah aksi boikot produk yang berhubungan dengan Israel. Aksi boikot ini banyak disuarakan melalui berbagai platform media sosial (Septiazi, 2023) peran penting media sosial dalam mengorganisir opini publik dan menyebarkan informasi menjadi jelas dalam keberhasilan gerakan boikot ini. Media sosial menjadi platform utama untuk mengajukan seruan boikot, menyebarkan informasi tentang konflik Israel-Palestina, dan mendapatkan dukungan massal untuk gerakan ini".

Aksi boikot merupakan seruan kepada seluruh masyarakat muslim Indonesia untuk berhenti menggunakan atau mengonsumsi produk yang memiliki hubungan

\*Corresponding author

E-mail addresses: [ilham800ilo@gmail.com](mailto:ilham800ilo@gmail.com)

dengan Israel. Dalam KBBI "boikot" diartikan bersekongkol menolak untuk bekerja sama (berurusan dagang, berbicara, ikut serta, dan sebagainya). Dalam (Sugandi, 2024) menyikapi serangan militer Israel terhadap warga Palestina, penduduk kota Padang menggelar aksi solidaritas untuk mendukung Palestina. Tindakan solidaritas untuk Palestina ini meliputi seruan dari Gubernur Sumatera Barat, Walikota Padang, serta Majelis Ulama Indonesia (MUI) Sumatera Barat, yang mengajak masyarakat Padang untuk memboikot produk-produk Israel, Amerika Serikat, dan perusahaan yang terkait dengan keduanya.

Hasil dari gerakan boikot ini ialah adanya perbedaan pandangan dalam masyarakat. Sebagian kelompok menganggap gerakan ini sebagai bentuk solidaritas dan dukungan terhadap Palestina. Sebagian lainnya beranggapan gerakan ini dapat mempengaruhi dan membahayakan perekonomian nasional (Wibowo, 2024).

Dalam CNBC Indonesia (2023), Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) Roy Nicholas Mandey mengatakan "Akibat aksi boikot, ada potensi penurunan penjualan ritel, bisa mencapai 50%. 20 persen produk yang dijual di ritel modern termasuk dalam kategori produk FMCG (fast moving consumer goods/ produk konsumsi) yang menyumbang pendapatan hingga 80%. Adapun 80% lainnya merupakan produk di luar kategori FMCG yang berkontribusi terhadap pendapatan ritel sebesar 20%," katanya dalam konferensi pers di Jakarta, Rabu (15/11/2023).

Selain produk yang berasal dari Israel, aksi boikot juga dilakukan terhadap setiap produk yang diketahui memiliki hubungan dengan negara Israel. Amerika merupakan salah satu negara yang diindikasikan bahwa sebagian dari pendapatan nasional Amerika digunakan untuk mendukung Israel, baik melalui bantuan langsung maupun tidak langsung. Hal tersebut bukan tanpa alasan, Amerika yang diharapkan membantu meredam konflik antara Israel dengan Palestina ternyata hak vetonya mendukung Israel.

Selain potensi dampaknya terhadap ekonomi nasional, boikot juga akan menghadapi berbagai tantangan baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Tantangan eksternal mencakup perjanjian Indonesia dengan komunitas internasional dan tingkat ketergantungan yang tinggi pada produk Amerika. Sementara itu, tantangan internal meliputi posisi tawar pemerintah yang lemah dalam negosiasi dengan Amerika, serta kurang optimalnya pengelolaan sektor riil (Oktavia, 2024). Adapun daftar produk yang masuk dalam aksi boikot ini seperti, Aloiez, Pampers, Ferry, Downy, Ariel, Tide, Head and Shiulder, Pantene, Camay, Zeset, Mack Factor, Carmen, Shower and sower, Nectar, Avon, Revlon, Gardena KFC, Arbys, McDonalds, McBurger, Pizza Hut, Chilies, Hardees, Paridies, Pizza Little Sitzer, Jack in the Box, A&W, Kantez, Baskin Robbins, Wimpy, Dominos Pizza, Texas, Slizer (Oktavia, 2024).

Dalam penelitian (Sugandi, 2024), yang berjudul Gerakan Sosial: Aksi Bela Palestina Boikot Produk Israel Di Kota Padang 2017-2023 menyatakan bahwa boikot tersebut merupakan reaksi atas agresi Israel terhadap Palestina dan pelanggaran HAM. Berbagai komunitas dan organisasi, termasuk Komite Nasional Pemuda Indonesia (KNPI) dan Persatuan Tarbiyah Islam (PERTI), ikut serta dalam aksi boikot tersebut. Boikot tersebut menyebabkan penurunan konsumen merek yang berafiliasi dengan Israel seperti Starbucks di Padang. Di Padang, pejabat pemerintah daerah juga mendukung gerakan boikot terhadap produk Israel.

Dalam penelitian lain yang berjudul menjelaskan bahwa boikot terhadap produk-produk pro-Israel di Indonesia Analisis Dampak Boikot Pro Israel Terhadap Perekonomian Di Indonesia, yang ditulis oleh (Ardhani, 2023) merupakan topik kontroversial yang menimbulkan perbedaan pendapat mengenai dampak ekonominya. Ahmad Heri Firdaus dari INDEF berpendapat bahwa boikot tersebut dapat lebih merugikan perekonomian Indonesia dibandingkan Israel karena banyak perusahaan Israel yang memiliki izin dalam negeri. Potensi dampak negatifnya antara lain hilangnya lapangan kerja, menurunnya pendapatan, dan berkurangnya daya beli konsumen. Boikot harus dilakukan secara proporsional untuk menghindari dampak buruk terhadap perekonomian lokal sambil memberikan tekanan kepada pemerintah Israel.

Dari fenomena tersebut akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli suatu barang. Melihat kondisi ini, peneliti tertarik untuk menganalisis dampak fenomena boikot ini terhadap pedagang. Adapun pedagang yang menjadi narasumber dalam penelitian ini ialah pedagang ritel. Pedagang ritel dianggap sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat, hasil wawancara dengan pedagang ritel akan memberikan gambaran bagaimana respon konsumen ditengah maraknya fenomena boikot ini.

## **METODE**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Menurut (Roosnida, 2021), "penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif tentang konteks sosial atau untuk menjelajahi dan menjelaskan suatu fenomena atau peristiwa sosial". Metode penelitian yang diterapkan ialah metode deskriptif melalui pendekatan studi kasus. Dalam (Roosnida, 2021), Studi kasus adalah jenis penelitian yang berfokus secara mendalam pada satu objek atau kasus khusus yang diteliti. Peneliti mengamati dan menganalisis objek atau kasus tersebut secara menyeluruh dan terperinci untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif. Sumber data yakni data primer merupakan hasil wawancara dengan informan. Informan adalah orang yang bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Pada penelitian ini yang menjadi informan ialah pedagang ritel yang berada di Perumahan Bumi Tamalanrea Permai (BTP), Makassar. Proses analisis data akan dilakukan dengan beberapa langkah, pertama peneliti akan mereduksi data. Kemudian data penelitian disajikan dalam bentuk teks. Langkah terakhir ialah peneliti menarik kesimpulan penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Bumi Tamalanrea Permai merupakan salah satu perumahan yang sangat terkenal di Makassar. Perumahan ini terletak di Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Perumahan ini sudah berdiri sejak 1990-an, kemudian berkembang hingga memiliki berbagai fasilitas yang cukup lengkap. Mulai dari sektor kesehatan, pendidikan serta penyedia barang dan jasa. Tidak heran jika saat ini BTP sangat padat penduduk, bahkan banyak yang mengatakan BTP adalah "kota dalam kota". Dengan banyaknya penduduk di Perumahan BTP ini, pedagang ritel merupakan salah satu unsur penting dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat. Dalam (Jatmiko, 2020), "pedagang ritel merupakan penyalur barang-

barang dari produsen kepada konsumen". Oleh karena itu, pedagang ritel dianggap sebagai orang yang berinteraksi langsung dengan masyarakat sebagai konsumen. Dimasa sekarang, kebutuhan sehari-hari masyarakat sangat beragam. Melihat hal tersebut produsen barang merespon dengan mengeluarkan berbagai produk sesuai dengan permintaan masyarakat. Bukan hanya produk lokal, produk-produk dari produsen luar negeri pun sudah banyak tersebar dalam dunia perdagangan ritel.

Dampak dari adanya aksi boikot produk pro Israel memiliki pengaruh terhadap minat konsumen dalam membeli produk tertentu. Untuk menganalisis dampak dari adanya aksi boikot ini dilakukan wawancara dengan beberapa pedagang ritel yang berada di perumahan BTP. Hasil wawancara dengan pedagang ritel merupakan data primer dari penelitian ini. Pedagang ritel dipilih sebagai informan utama karena pedagang ritel memiliki interaksi yang intens dengan konsumen.

Setelah melakukan wawancara dengan beberapa pedagang ritel di perumahan BTP, diketahui bahwa terdapat pandangan berbeda mengenai fenomena boikot produk pro Israel. Ada pedagang yang menerapkan boikot produk pro Israel dalam barang dagangannya dan ada pedagang yang tetap menjual produk yang masuk dalam daftar boikot.

Fatur, salah satu pedagang yang menerapkan boikot terhadap produk pro Israel di barang dagangannya mengatakan bahwa:

*"Untuk boikot produk pro Israel telah dilakukan sejak bulan November 2023 lalu, jadi produk yang masuk daftar boikot sudah berhenti kami stok. Kemudian barang-barang yang masuk daftar boikot yang masih tersisa tetap dijual hingga habis atau telah mencapai batas masa pemakaian".*

Toko Fatur sendiri merupakan toko yang berada di lingkungan Pondok Pesantren. Sehingga masyarakat yang tinggal di lingkungan tersebut mendukung penuh aksi pemboikotan produk pro Israel. Untuk penjualan sendiri, Fatur mengatakan aksi boikot ini tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap usahanya.

*"Kalau penjualan itu bisa dibilang tidak terlalu berdampak, meskipun beberapa produk yang diboikot adalah produk yang sering digunakan terdapat produk lain yang dapat dijadikan alternatif untuk menggantikan produk tersebut. Sehingga kita tetap dapat menyediakan barang-barang diluar daftar boikot untuk memenuhi keperluan sehari-hari masyarakat. Masyarakat sekitar pun mendukung aksi tersebut jadi produk-produk yang kami sediakan pun tidak menjadi permasalahan meskipun sebelumnya tidak memakai produk itu."*

Dari hasil wawancara dengan pedagang yang mendukung aksi boikot, dapat dilihat bahwa aksi ini tidak terlalu berpengaruh terhadap mereka karena terdapat produk-produk lain yang menjadi alternatif baik untuk dijual oleh pedagang maupun digunakan oleh konsumen.

Adapun wawancara dengan Hikma, pedagang yang tidak ikut dalam melakukan aksi boikot sehingga tetap menjual produk-produk yang masuk dalam daftar boikot mengatakan bahwa ia tidak begitu mengikuti berita mengenai aksi boikot ini. Jadi sebelum melanjutkan wawancara, kami menjelaskan mengenai fenomena boikot ini ke pedagang tersebut.

*"Soal boikot ini sebetulnya kurang mengikuti, jadi kurang tahu juga mengenai produk-produk apa saja yang diboikot. Untuk saya sendiri menganggap itu hal yang boleh saja*

*dilakukan tetapi kembali lagi itukan pilihan masing-masing. Di toko ini tetap menjual barang-barang yang dikatakan masuk dalam daftar boikot."*

Meskipun ada perbedaan dalam merespon fenomena boikot dari pedagang sebelumnya, dalam hal penjualan Hikma juga mengatakan bahwa aksi boikot tersebut tidak begitu berpengaruh terhadap pembelian konsumen.

*"Meskipun ada berita atau aksi boikot ini, penjualan masih tetap berjalan seperti sebelumnya. Jadi pembeli juga masih tetap membeli produk-produk yang tadi disebutkan kalau sekarang sedang diboikot. Untuk produk-produk itu juga kami masih melakukan re-stok."*

Dari hasil wawancara dengan Hikma diketahui bahwa aksi boikot yang disuarakan untuk mendukung Palestina dalam konflik dengan Israel tidak banyak mempengaruhi kegiatan penjualannya. Beberapa masyarakat pun masih membeli produk-produk yang masuk dalam daftar boikot.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara kepada beberapa pedagang ritel yang ada di perumahan BTP diketahui bahwa pedagang-pedagang tidak mempermasalahkan adanya aksi boikot tersebut. Bahkan beberapa pedagang mendukung dengan berhenti menyediakan produk yang masuk dalam daftar boikot. Meskipun pedagang lainnya tetap menjual produk-produk dalam daftar boikot, ia tetap memberikan respon positif mengenai aksi boikot ini. Bisa dilihat bahwa pedagang dan konsumen menganggap aksi ini sebagai pilihan masing-masing individu, dan tidak begitu mempermasalahkan apa pun keputusan yang dilakukan.

## **Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan melakukan wawancara kepada beberapa pedagang ritel di perumahan BTP, Makassar dapat diketahui beberapa poin, seperti persepsi pedagang ritel, dampak terhadap penjualan, dan persepsi dari masyarakat. Terdapat perbedaan respon dari pedagang ritel terhadap aksi boikot produk pro-Israel. Sebagian pedagang mendukung aksi boikot dengan berhenti menyediakan produk-produk yang masuk dalam daftar boikot, sedangkan sebagian lainnya masih tetap menjual produk-produk tersebut. Pedagang yang mendukung aksi boikot menganggap hal tersebut sebagai pilihan yang wajar untuk dilakukan sebagai bentuk solidaritas terhadap Palestina dalam konflik dengan Israel. Pedagang yang tidak mendukung aksi boikot menganggap bahwa hal tersebut merupakan pilihan masing-masing individu dan tidak terlalu mempermasalahkannya

Adapun dampak terhadap penjualan baik pedagang yang mendukung maupun yang tidak mendukung aksi boikot menyatakan bahwa aksi tersebut tidak terlalu berdampak signifikan terhadap penjualan mereka. Untuk produk-produk yang diboikot, pedagang yang mendukung aksi boikot tetap menjual sisa stok yang ada hingga habis atau mencapai batas masa pemakaian. Pedagang dan konsumen menganggap bahwa terdapat produk-produk alternatif yang dapat menggantikan produk-produk yang diboikot, sehingga tidak terlalu mempengaruhi pemenuhan kebutuhan sehari-hari masyarakat. Masyarakat di lingkungan perumahan BTP memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap aksi boikot ini. Sebagian mendukung aksi boikot, sedangkan sebagian lainnya masih tetap membeli produk-produk yang diboikot. Masyarakat di lingkungan yang mendukung aksi boikot, seperti di sekitar pondok pesantren, lebih cenderung mendukung aksi boikot dan tidak mempermasalahkan produk-produk yang dijual oleh pedagang ritel setempat. Secara

umum, penelitian ini menunjukkan bahwa aksi boikot produk pro-Israel tidak terlalu berdampak signifikan terhadap kegiatan perdagangan ritel di perumahan BTP. Pedagang dan konsumen memiliki persepsi yang berbeda-beda, namun keputusan untuk mendukung atau tidak mendukung aksi boikot dianggap sebagai pilihan masing-masing individu yang harus dihormati.

## SIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa aksi boikot terhadap produk tertentu tidak memiliki dampak signifikan terhadap penjualan pedagang ritel di perumahan BTP. Pedagang yang mendukung aksi boikot dapat dengan mudah menggantikan produk yang diboikot dengan alternatif lain tanpa mengalami penurunan penjualan yang berarti, sementara pedagang yang tidak ikut dalam aksi boikot tetap menjual produk-produk tersebut tanpa melihat perubahan signifikan dalam perilaku pembelian konsumen. Masyarakat umumnya mendukung aksi boikot, namun tetap memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka dengan produk yang tersedia. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa baik pedagang maupun konsumen melihat aksi boikot sebagai pilihan individu yang sah dan tidak mempengaruhi dinamika penjualan secara keseluruhan. Beberapa pedagang yang kurang mengikuti berita mengenai boikot tetap memberikan respon positif terhadap aksi ini, menunjukkan bahwa perbedaan dalam merespons fenomena boikot tidak menimbulkan masalah dalam aktivitas jual beli. Kesimpulannya, pasar tetap fleksibel dan dinamis, dengan kebebasan bagi konsumen dan pedagang untuk membuat keputusan masing-masing. Dalam penelitian ini masih terdapat beberapa kelemahan seperti cakupan sampel yang terbatas penelitian ini hanya melibatkan informan pedagang ritel dari satu perumahan saja, yaitu Perumahan Bumi Tamalanrea Permai (BTP) di Makassar. Selain itu penelitian ini hanya mengeksplorasi perspektif dari pihak pedagang ritel, namun tidak melibatkan perspektif dari konsumen secara langsung. Adapun saran yang dapat diberikan untuk pedagang ritel dan pelaku usaha lainnya perlu beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen dan bersiap untuk menghadapi tantangan yang mungkin muncul akibat aksi boikot. Strategi pemasaran dan penyediaan barang perlu disesuaikan untuk memenuhi permintaan konsumen yang berubah. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk menganalisis dampak ekonomi yang lebih luas dari aksi boikot, termasuk dampak terhadap lapangan kerja, rantai pasokan, dan perekonomian nasional secara keseluruhan. Hal ini akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan membantu dalam pengambilan keputusan yang tepat.

## DAFTAR PUSTAKA

- CNBC Indonesia. (2023, November 16). Marak Boikot Produk Israel, Penjualan Ritel Bisa Ambrol 50%. Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/news/20231116121829-4-489556/marak-boikot-produk-israel-penjualan-ritel-bisa-ambrol-50>
- Jatmiko Budi. (2020). Strategi Distribusi Produk Teh Botol Sosro Oleh Pt. Sinar Sosro Cabang Kendari. *Jurnal Komastie*, 1(1), 15–27.
- Risqi, M., Septiazi, F., & Yuliana, N. (2023). *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Gerakan Boikot Produk Israel Di Indonesia*. 2(4), 2023–2054.

- Riziq Noval, M., Hanipah, R., Fitriya Handayani, M., Pamulang, U., Tangerang Selatan, K., Banten, P., & penulis, K. (2024). Pengaruh Dampak Boikot Produk Amerika Terhadap Perokonomian Indonesia. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMIA)*, 2(1), 318–323. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i1.2377>
- Sugandi Rafid, A. R. (2024). Gerakan Sosial: Aksi Bela Palestina Boikot Produk Israel Di Kota Padang 2017-2023. *CENDEKIA : Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa Dan Pendidikan*, 4(2), 01–17.
- Wafirotin Khusnatul Zulfa, M. D. (2015). Persepsi Keuntungan Menurut Pedagang Kakilima Di Jalan Baru Ponorogo. *Jurnal Ekulilibrium*, 13(2).
- Wibowo, P., Hapsari, R. D., & Ascha, M. C. (2024). Respon Publik Terhadap Fatwa Boikot Produk Israel Oleh Majelis Ulama Indonesia. *Journal Publicuho*, 7(1), 382–395. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i1.371>
- Widiyani, F., Ninik, R., Lestari, S., Gde, A. A., Utama, S., Umi, H., Albert, A., Sentosa, L., Siti, S., Dini, H., Kadek, I., Nurul, A. A., Muhammad, H., & Fasa, I. (2021). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*.