

## DAMPAK BOIKOT PRODUK AFILIASI PRO ISRAEL BAGI PERTUMBUHAN PEREKONOMIAN DI INDONESIA

Diany Mariza<sup>1\*</sup>, Mifta Hasda<sup>2</sup>, Mohd. Winario<sup>3</sup>, Zubaidah Assyifa<sup>4</sup>, Irmawanti<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, Bangkinang, Kampar-Indonesia

Email Korespondensi: [dianymairiza02@gmail.com](mailto:dianymairiza02@gmail.com)

### ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the impact of the boycott of pro-Israel affiliated products on economic growth in Indonesia. This research method uses a qualitative approach used to understand the perspectives and attitudes of consumers and industry players towards the boycott of pro-Israel affiliated products. Qualitative data were collected through in-depth interviews and focus group discussions with consumers, traders, and economists. These interviews aimed to explore the reasons behind participation in the boycott, perceptions about the effects of the boycott, and views on local product alternatives. Qualitative data analysis was conducted using thematic coding methods to identify key patterns and themes. The results of this study indicate that the boycott of pro-Israel affiliated products in Indonesia reflects how international political and humanitarian issues can influence economic and social behavior at the national level. While this boycott has the potential to affect the Indonesian economy by reducing demand for imported products and increasing support for local products, the challenges in implementation and its impact on larger political goals remain complex questions. Therefore, there needs to be an in-depth study and a wise approach in dealing with this issue, considering the economic, social, and political impacts holistically.

**Keywords:** Impact, Boycott, Products, Affiliates, Israeli, Growth, Economy.

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak boikot produk afiliasi pro israel bagi pertumbuhan perekonomian di indonesia. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami perspektif dan sikap konsumen serta pelaku industri terhadap boikot produk afiliasi pro-Israel. Data kualitatif dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan diskusi kelompok terarah (focus group discussions) dengan konsumen, pedagang, dan ahli ekonomi. Wawancara ini bertujuan untuk menggali alasan di balik partisipasi dalam boikot, persepsi tentang efek boikot, dan pandangan tentang alternatif produk lokal. Analisis data kualitatif dilakukan dengan menggunakan metode coding tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema utama. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa boikot produk afiliasi pro-Israel di Indonesia mencerminkan bagaimana isu-isu politik dan kemanusiaan internasional dapat mempengaruhi perilaku ekonomi dan sosial di tingkat nasional. Sementara boikot ini memiliki potensi untuk mempengaruhi perekonomian Indonesia melalui penurunan permintaan terhadap produk impor dan peningkatan dukungan terhadap produk lokal, tantangan dalam implementasi dan dampaknya terhadap tujuan politik yang lebih besar tetap menjadi pertanyaan yang kompleks. Oleh karena itu, perlu adanya kajian yang mendalam dan pendekatan yang bijaksana dalam menangani isu ini, dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan politik secara holistik.

**Kata kunci:** Dampak, Boikot, Produk, Afiliasi, Israel, Pertumbuhan, Ekonomi

### PENDAHULUAN

Agresi Israel terhadap Palestina yang dimulai sejak tanggal 12 Oktober 2023 memicu kecaman dari seluruh dunia, termasuk dunia Islam. Negara-negara Islam mengeluarkan berbagai aksi, kecaman, dan kritik terhadap Israel. Pada November 2023, negara-negara anggota Organisasi Konferensi Islam (OKI) berkumpul di Riyadh, dimana mereka mengancam Israel dan mendorong negara-negara OKI untuk mengambil tindakan terhadap Israel atas kejahatan perang yang dilakukannya. Indonesia termasuk salah satu negara yang berpartisipasi dalam pertemuan OKI tersebut. Di tingkat global, ada gerakan massa yang menentang Israel, seperti gerakan Boycott, Divestment, Sanction (BDS) yang aktif menggalang kampanye untuk boikot dan memberlakukan sanksi sosial terhadap merek, industri, dan perusahaan yang mendukung penjajahan Israel terhadap Palestina (Utama, n.d.).

Berbagai tindakan untuk mengancam tindakan Israel dilakukan oleh masyarakat di dunia, termasuk salah satunya di Indonesia. Berbagai demonstrasi di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, dan Yogyakarta memenuhi hari-hari pada bulan Oktober dan November 2023 dalam

mengutuk Israel. Beberapa kelompok di Indonesia aktif menyuarakan perlawanan terhadap Israel, bahkan ada yang menyerukan pengiriman tentara ke Palestina. Selain itu, beberapa kelompok juga mempromosikan pentingnya boikot terhadap produk-produk di Indonesia yang diduga terafiliasi dengan Israel dan Zionis. Wacana mengenai boikot terhadap Israel menjadi populer pada periode tersebut.

Majelis Ulama Indonesia (MUI), sebagai wadah ulama dari berbagai organisasi massa Islam di Indonesia, merespons krisis Palestina-Israel dengan menerbitkan fatwa pada tanggal 8 November 2023. Fatwa nomor 83 tahun 2023 tersebut mengatur mengenai hukum dukungan terhadap Palestina, termasuk alasan serta cara umat Islam Indonesia mendukung Palestina dan melakukan perlawanan terhadap Israel. Salah satu poin penting dari fatwa MUI tersebut adalah rekomendasi kepada umat Islam untuk menghindari transaksi dan penggunaan produk yang terafiliasi dengan Israel serta mendukung penjajahan dan Zionisme. Fatwa ini, khususnya mengenai larangan penggunaan produk terafiliasi dengan Israel, menimbulkan kontroversi karena dianggap serupa dengan gerakan boikot terhadap produk Israel. Fatwa yang dikeluarkan pada 8 November 2023 dianggap sebagai dasar justifikasi yang memperkuat narasi gerakan boikot terhadap produk yang diduga terafiliasi dengan Zionis Israel (Wibowo et al., 2024).

Boikot terhadap produk afiliasi pro-Israel telah menjadi isu yang signifikan dalam dinamika ekonomi global dan nasional. Di Indonesia, negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, sentimen terhadap isu-isu politik dan kemanusiaan di Timur Tengah, khususnya konflik Israel-Palestina, sering kali mempengaruhi perilaku konsumen dan kebijakan ekonomi. Gerakan boikot ini bertujuan untuk menunjukkan solidaritas terhadap perjuangan Palestina dan sebagai bentuk protes terhadap kebijakan dan tindakan Israel yang dianggap melanggar hak asasi manusia (Karim, n.d.).

Boikot produk yang terafiliasi Israel ini dilakukan dikarenakan adanya indikasi, bahwa sebagian pendapatan dan keuntungan dari produk-produk tersebut digunakan untuk membantu Israel baik secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung, dukungan berupa bantuan dana yang digunakan untuk membangun infrastruktur dan mengembangkan senjata yang menguatkan keberadaan Israel di tanah Palestina. Sedangkan dukungan yang tidak langsung adalah mendukung kebijakan-kebijakan Israel terhadap Palestina. Karena itu, boikot terhadap produk-produk yang terafiliasi dengan Israel dipandang sebagai dukungan moral terhadap perjuangan rakyat Palestina dan juga sebagai protes terhadap tindakan negara dan perusahaan-perusahaan yang mendukung genosida oleh Israel terhadap Palestina. Harapan dari boikot produk Afiliasi Israel ini adalah menurunnya permintaan atas barang dan jasa produk Afiliasi Israel di pasar lokal maupun internasional.

Namun, seiring dengan terus berlangsungnya pembantaian yang dilakukan Israel terhadap warga Palestina, aksi boikot terhadap produk yang dianggap terkait dengan Israel terus berlangsung dan membawa dampak positif bagi UMKM yang ada di Indonesia Menurut Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop), boikot yang dilakukan oleh sebagian masyarakat di Indonesia dinilai memberikan dampak positif bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Namun, ia mengaku belum menghitung lebih rinci peningkatan penjualan UMKM karena adanya aksi boikot. Meski begitu, kata dia, pemboikotan tersebut jelas memengaruhi penjualan UMKM. Terutama UMKM di sektor makanan dan minuman.

Tidak hanya itu pemerintah Indonesia mengambil langkah strategis untuk menanggapi gerakan boikot dengan mendorong konsumen untuk beralih menggunakan produk-produk lokal. Staf Khusus Menteri Bidang Ekonomi Kreatif Kemenkop UKM menyatakan bahwa aksi boikot dapat menjadi kesempatan untuk mengubah pola konsumsi masyarakat agar lebih mengutamakan produk-produk yang diproduksi di dalam negeri. Presiden Jokowi memberikan arahan kepada pemerintah untuk terus mendorong penggunaan produk lokal dan melakukan substitusi impor. Pemerintah juga fokus pada meningkatkan nilai merek (brand value) dari produk-produk lokal melalui kampanye "Bangga Buatan Indonesia". Tujuannya adalah agar

UMKM di Indonesia dapat lebih kompetitif dan mampu bersaing dengan produk-produk asing di masa depan. Dengan demikian, pemerintah berupaya untuk memanfaatkan momentum dari gerakan boikot untuk memperkuat industri dalam negeri, meningkatkan kesadaran akan produk-produk lokal, serta mendukung pertumbuhan dan keberlangsungan UMKM di Indonesia.

Akan tetapi apakah Apakah semua produk dari afiliasi Israel layak untuk diboikot? Apa saja tantangan yang dapat menghambat keberhasilan usaha boikot ini? Bagaimana dampak dari boikot produk afiliasi Israel terhadap ekonomi nasional? Apakah terdapat solusi alternatif untuk mengurangi konsumsi produk afiliasi Israel? Artikel ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang produk-produk yang layak untuk diboikot, menganalisis dampak dari aksi boikot tersebut terhadap ekonomi nasional, menyoroti masalah yang dapat mengurangi efektivitas boikot, dan memberikan beberapa solusi alternatif yang dapat dipertimbangkan. Dengan demikian, pembaca akan mendapatkan informasi yang komprehensif mengenai isu ini untuk mempertimbangkan langkah-langkah selanjutnya.

## LITERATUR REVIEW

Menurut (Garrett, 1987), boikot adalah penolakan kolektif untuk berbisnis dengan individu atau perusahaan tertentu dengan tujuan mendapatkan konsesi atau menyampaikan keluhan terhadap tindakan atau praktik tertentu yang dilakukan oleh individu atau perusahaan tersebut. Menurut Klein et al., (2004), boikot saat ini telah menjadi metode utama bagi konsumen untuk mengungkapkan kemarahan atau ketidaksenangan mereka terhadap tindakan atau situasi yang berkaitan dengan sebuah merek.

Konflik Israel-Palestina telah berlangsung selama beberapa dekade, dan tindakan Israel sering kali dianggap oleh banyak negara, termasuk Indonesia, sebagai bentuk agresi dan penindasan terhadap warga Palestina. Sentimen anti-Israel di Indonesia bukan hanya didorong oleh faktor agama, tetapi juga oleh kesadaran politik dan kemanusiaan. Masyarakat Indonesia sering kali menyuarakan dukungan mereka melalui berbagai bentuk protes, termasuk boikot produk-produk yang memiliki afiliasi atau hubungan bisnis dengan Israel. Boikot ini tidak hanya menasar produk yang diproduksi di Israel tetapi juga produk dari perusahaan multinasional yang menunjukkan dukungan atau memiliki hubungan bisnis signifikan dengan Israel (Fahadayna, 2013).

Salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memboikot suatu produk adalah tingkat religiusitas individu. Religiusitas merupakan kondisi dan keyakinan internal yang mendorong seseorang untuk bertindak, bersikap, berperilaku, dan membuat keputusan sesuai dengan ajaran agama yang dianutnya (Fakriza & Nurdin, 2019).

Boikot produk afiliasi pro-Israel dapat memiliki dampak yang kompleks terhadap perekonomian Indonesia. Di satu sisi, boikot dapat mengurangi permintaan terhadap produk-produk tertentu, yang dapat mempengaruhi penjualan dan pendapatan perusahaan yang terlibat. Sebagai contoh, produk-produk teknologi, farmasi, dan kebutuhan sehari-hari dari perusahaan multinasional yang memiliki hubungan bisnis dengan Israel mungkin mengalami penurunan penjualan di pasar Indonesia. Hal ini dapat berdampak pada investasi asing langsung, ketersediaan barang, dan harga produk di pasar domestic .

Di sisi lain, boikot ini juga dapat memacu pertumbuhan industri lokal. Konsumen yang beralih dari produk impor ke produk lokal dapat meningkatkan permintaan terhadap barang-barang yang diproduksi dalam negeri. Ini dapat menjadi peluang bagi perusahaan lokal untuk memperluas pasar mereka dan meningkatkan kapasitas produksi. Selain itu, gerakan boikot ini dapat memicu peningkatan kesadaran dan patriotisme ekonomi di kalangan konsumen Indonesia, mendorong mereka untuk lebih mendukung produk-produk lokal.

Namun, boikot produk afiliasi pro-Israel juga menghadapi sejumlah tantangan dan kontroversi. Salah satu tantangan utamanya adalah identifikasi dan verifikasi produk yang benar-

benar memiliki afiliasi pro-Israel. Dalam ekonomi global yang kompleks, banyak perusahaan memiliki jaringan bisnis yang luas dan saling terkait, sehingga sulit untuk menentukan afiliasi secara akurat. Selain itu, boikot ini juga dapat menyebabkan perdebatan mengenai efektivitas dan dampaknya terhadap tujuan politik dan kemanusiaan yang lebih besar. Beberapa pihak berpendapat bahwa boikot produk mungkin tidak memberikan dampak signifikan terhadap kebijakan Israel, sementara yang lain percaya bahwa langkah ini dapat menjadi bagian dari tekanan internasional yang lebih luas untuk mencapai perubahan. Berdasarkan permasalahan tersebut di atas maka perlu penelitian lebih lanjut dengan rumusan bagaimana dampak boikot produk afiliasi pro israel bagi pertumbuhan perekonomian di indonesia

## **METODE**

Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami perspektif dan sikap konsumen serta pelaku industri terhadap boikot produk afiliasi pro-Israel. Data kualitatif dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan diskusi kelompok terarah (focus group discussions) dengan konsumen, pedagang, dan ahli ekonomi. Wawancara ini bertujuan untuk menggali alasan di balik partisipasi dalam boikot, persepsi tentang efek boikot, dan pandangan tentang alternatif produk lokal. Analisis data kualitatif dilakukan dengan menggunakan metode coding tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema utama.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan studi literatur sebagai metode pengumpulan data (Sugiyono, 2017). Studi literatur adalah teknik mengumpulkan data dengan mengumpulkan berbagai literatur kemudian ditarik poin pentingnya (Yani et al., 1995).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Secara internasional, diakui bahwa Boikot, Divestasi, Sanksi (BDS) tumbuh Pesat sejak 2005 dan ini telah menginspirasi umat Islam di banyak negara untuk Memboikot merek-merek Israel, dan merek-merek yang dimiliki oleh perusahaan-perusahaan yang dianggap mendukung Israel (BDSmovement, 2015). Hal ini telah Didukung oleh beberapa Muslim di Indonesia dengan menyebarkan kampanye Boikot, Divestasi dan Sanksi (BDS) melalui portal berita, blog, halaman Facebook, Akun Twitter, dan media lainnya. Mereka memboikot, untuk beberapa nama, KFC, McDonalds, A&W, Baskin & Robbins, Marlboro, Avon, dan Revlon (wordpress.com). Salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pemboikotan terhadap suatu produk adalah nilai religiusitas seseorang tersebut. Religius merupakan suatu keadaan dan keyakinan yang ada dalam diri seseorang yang dapat mendorong seseorang itu bertingkah laku, bersikap, berbuat dan bertindak sesuai dengan ajaran agama yang telah dianutnya (Oktavia et al., 2024).

Meskipun pemerintah Indonesia belum secara resmi menerbitkan daftar produk yang terkait dengan Israel yang diharuskan untuk dihindari atau diboikot, Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah mengeluarkan fatwa yang melarang bantuan kepada Israel dan mengimbau umat Islam untuk menghindari menggunakan produk yang berhubungan dengan Israel. Dengan demikian, MUI telah memberikan arahan kepada umat Islam terkait sikap yang sebaiknya diambil terhadap produk-produk yang berasal dari atau berhubungan dengan Israel.

Aksi boikot terhadap produk-produk yang terafiliasi ini memiliki dampak bagi pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Boikot terhadap produk-produk yang terkait dengan Israel dapat memiliki dampak ekonomi yang lebih besar jika dilaksanakan dalam jangka waktu yang lebih lama. Jika boikot hanya berlangsung singkat, dampaknya cenderung sedikit dan tidak berdampak langsung pada ekonomi secara keseluruhan. Namun, jika boikot berlanjut dalam jangka waktu yang lebih panjang, seperti satu kuartal atau lebih, dampaknya terhadap ekonomi akan menjadi lebih signifikan (dian ardhani Ardhani, 2023).

Sebelum melakukan aksi boikot ini baiknya ada beberapa hal yang mesti dipertimbangkan terlebih dahulu, yakni; (1) Secara ekonomi, di mana Indonesia masih merupakan negara yang berkembang sehingga dampak negatifnya lebih banyak didapatkan bagi perekonomian Indonesia, namun boikot tidak akan membuat perekonomian Israel bangkrut. (2) Jika boikot terus dilakukan, bisa terjadi pengurangan karyawan atau PHK di perusahaan-perusahaan yang terpengaruh, (3) Peran pemerintah diperlukan untuk memberikan arahan yang jelas mengenai boikot agar tidak mengganggu iklim bisnis di masa depan. Tanpa arahan yang jelas, berpotensi memicu persaingan usaha yang tidak sehat, (4) Aksi boikot pada dasarnya tidak akan mengubah kondisi Israel karena produk yang diboikot tidak langsung diproduksi oleh Israel (dian ardhani Ardhani, 2023).

Boikot terhadap produk-produk afiliasi Israel bukanlah keputusan yang spontan semata untuk melakukan protes terhadap Israel. Boikot semacam ini tidak akan mencapai tujuan secara signifikan karena tidak akan secara nyata mengurangi konsumsi terhadap produk Afiliasi Israel oleh masyarakat Indonesia.

Tindakan boikot terhadap produk Israel perlu mempertimbangkan risiko terhadap perekonomian. Produk-produk afiliasi Israel telah berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di dalam negeri Indonesia karena pengelolaan sumber daya manusia dan alamnya. Indonesia masih bergantung pada produksi ini, sehingga tindakan boikot dapat menurunkan pertumbuhan ekonomi dengan mengurangi permintaan dan meningkatkan jumlah pengangguran. Di sisi lain, tindakan boikot menjadi kurang efektif karena hubungan ekonomi antara Indonesia dan Israel didukung oleh perdagangan regional dan internasional. Ketergantungan Indonesia terhadap produk afiliasi Israel juga cukup tinggi, terbukti dari nilai impor dan ekspor non-migas yang signifikan antara kedua negara. Kebijakan ekonomi pemerintah ditentukan oleh kerja sama dengan negara lain, sehingga boikot tidak akan secara signifikan mengurangi konsumsi produk Israel. Oleh karena itu, boikot akan lebih efektif jika fokus pada agenda untuk mengurangi ketergantungan terhadap produk-produk Afiliasi Israel. Realisasi dari agenda ini membutuhkan perencanaan yang matang dan tidak dapat dilakukan dalam waktu yang singkat.

Alternatif yang dapat dilakukan sebagai pengganti aksi boikot terhadap produk yang mendukung Israel adalah: (1) Menggunakan produk lokal sebagai pengganti produk yang dianggap mendukung Israel. Hal ini dianggap sebagai bentuk dukungan dalam bidang pendidikan, advokasi untuk dialog, serta bantuan kemanusiaan, sebagai upaya konkret untuk mendukung korban kekejaman yang terjadi akibat konflik antara Israel dan Palestina. (2) Melakukan embargo dengan negara-negara yang menentang agresi Israel. Tindakan ini dianggap sebagai cara efektif untuk memberikan tekanan kepada Israel agar menghentikan tindakan agresifnya. (3) Menghindari transaksi dan penggunaan produk-produk Israel sebagai bentuk protes terhadap serangan yang dianggap brutal yang dilakukan oleh Israel terhadap Palestina. Ini merupakan ekspresi langsung dari penolakan terhadap tindakan kekerasan yang terjadi dalam konflik tersebut. Pemerintah juga dapat mengambil langkah-langkah berikut untuk mendukung gerakan boikot terhadap produk afiliasi Israel: Mengungkapkan peraturan impor dan ekspor yang mengatur penggunaan produk lokal dan alternatif. Memperkuat promosi dan memberikan dukungan kepada usaha-usaha lokal. Meningkatkan kualitas produk dan kapasitas produksi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (dian ardhani Ardhani, 2023).

Langkah strategis yang diambil oleh pemerintah Indonesia untuk mengurangi ketergantungan terhadap produk Israel adalah dengan merevitalisasi industri substitusi impor. Ini berarti mendorong pengembangan dan produksi lokal sebagai pengganti produk yang saat ini diimpor dari Israel. Langkah ini mencakup meniru atau mengadaptasi produk-produk yang saat ini diimpor dari Israel, serta melakukan inovasi untuk menciptakan alternatif lokal yang memenuhi kebutuhan pasar domestik. Memperkuat industri kreatif: Pemerintah juga fokus pada pengembangan industri kreatif sebagai bagian dari strategi pengurangan ketergantungan

terhadap produk impor. Hal ini dilakukan dengan mendukung pendidikan tinggi untuk menyediakan sumber daya manusia yang berkualitas dan siap mengembangkan industri kreatif. Penyesuaian kurikulum pendidikan tinggi diarahkan untuk mengeluarkan potensi kreatif dan inovatif dalam negeri, sehingga mampu menggantikan produk-produk yang sebelumnya diimpor. Dengan demikian, pemerintah berharap bahwa dengan merevitalisasi industri substitusi impor dan memperkuat industri kreatif melalui pendidikan tinggi, Indonesia dapat mengurangi ketergantungan terhadap produk-produk impor dari Israel dan menciptakan sumber daya ekonomi yang lebih mandiri dan berkelanjutan (dian ardhani Ardhani, 2023).

Strategi Industri Substitusi Impor (**ISI**) konteks perdagangan internasional, negara-negara berkembang umumnya menerapkan dua strategi utama, yaitu strategi industri substitusi impor dan strategi industri berorientasi ekspor. Industri Substitusi Impor (ISI) merupakan strategi pembangunan industri yang sering digunakan oleh negara-negara berkembang, termasuk Indonesia. ISI bertujuan untuk mengurangi ketergantungan terhadap impor barang-barang konsumsi dan modal, serta untuk menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan nilai tambah dalam negeri. ISI akan memanfaatkan potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia Indonesia untuk memproduksi barang yang sebelumnya diimpor.

Strategi industri substitusi impor memberikan beberapa keuntungan seperti menghemat devisa impor, menciptakan lapangan kerja yang luas, transfer teknologi, menstabilkan harga jual, memperluas pasar, membuka pasar-pasar kecil, mendorong perkembangan dunia perbankan, dan meningkatkan sektor transportasi (Silaban & Yasin, 2023).

Dibalik adanya keuntungan yang didapat dari industri substitusi impor ada syarat yang harus dipenuhi agar industri substitusi impor ini bisa berhasil dan bertahan, yakni hasil produksinya harus setara dengan barang impor dalam hal harga dan mutu. Setelah industri substitusi impor berkembang di dalam negeri, langkah selanjutnya adalah mencari pasar di luar negeri karena pasar domestik mungkin sudah penuh. Industri substitusi impor bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dengan membangun industri dalam negeri yang kuat. Keberhasilan industri substitusi impor sangat tergantung pada kondisi pasar dalam negeri dan efektivitas proteksi terhadap barang impor seperti tarif, kuota, dan kontrol administratif.

Strategi ini pernah diterapkan sebelumnya pada masa pemerintahan orde baru, namun menghadapi tantangan saat masa liberalisasi ekonomi. Tidak hanya itu beberapa tantangan yang dihadapi oleh industri substitusi impor sebagai kebijakan perdagangan adalah sebagai berikut. Pertama, strategi substitusi impor saat ini bisa menjadi bumerang di masa mendatang jika industri yang dilindungi tidak dapat mempertahankan keunggulan komparatifnya. Kedua, proteksi terhadap manufaktur baru akan berhasil jika dapat meningkatkan daya saing industri tersebut. Ketiga, campur tangan negara dalam perdagangan cenderung tidak efektif jika pasar tetap beroperasi secara efisien tanpa gangguan (Silaban & Yasin, 2023).

Meskipun demikian, ISI masih relevan untuk diperhatikan guna mengurangi ketergantungan terhadap produk luar negeri, baik dari aspek ekonomi maupun politik perdagangan. Pengembangan ISI dapat menciptakan lapangan kerja baru secara ekonomi, sementara secara politis dapat meningkatkan posisi tawar Indonesia di kancah internasional dengan mengurangi ketergantungan terhadap impor. Pengembangan industri kreatif sebagai bagian dari ISI akan membutuhkan pemberdayaan sumber daya manusia, investasi dalam infrastruktur dan regulasi pemerintah yang mendukung.

Oleh karena itu, pemerintah memiliki peran penting dalam mengeluarkan kebijakan yang mendukung seluruh kegiatan ekonomi masyarakat, termasuk melalui pendidikan dan pelatihan, pemberian modal, fasilitas, dan regulasi. Kebijakan-kebijakan ini bertujuan untuk mencapai kemandirian ekonomi dengan mengoptimalkan potensi sumber daya alam dan manusia yang tidak bisa dipisahkan dari budaya ekonomi masyarakat. Meskipun demikian, pengembangan industri kreatif di Indonesia masih menghadapi beberapa masalah, seperti belum diakui sepenuhnya sebagai penggerak pembangunan, kurangnya data nilai ekonomi dan

perkembangan industri kreatif, serta kebutuhan akan kebijakan yang mendukung iklim kreatif, termasuk perijinan, investasi, dan perlindungan hak cipta. Selain itu, kegiatan kreatif juga masih terfragmentasi dan belum ada kajian yang lengkap mengenai rantai nilai dari proses kreasi, produksi, hingga distribusi. Dengan demikian, pengembangan ISI melalui industri kreatif diharapkan dapat mengoptimalkan potensi-potensi manusia melalui pengembangan potensi ekonomi daerah.

Imitasi produk Afiliasi Israel. Imitasi produk impor adalah praktik menghasilkan barang yang meniru atau menjiplak produk yang sebelumnya diimpor dari luar negeri dalam hal ini adalah produk-produk yang terafiliasi dengan Israel. Proses ini melibatkan reproduksi atau produksi ulang barang dengan karakteristik yang serupa atau mirip dengan produk asli yang diimpor. Tujuannya adalah untuk memenuhi permintaan pasar domestik dengan produk lokal yang memiliki kesamaan dalam hal kualitas, desain, atau fungsi dengan produk asing yang lebih mahal atau sulit diakses. Di berbagai daerah, muncul produk-produk lokal yang meniru karakteristik produk Afiliasi Israel, seperti nama, bentuk, kemasan, rasa, dan pelayanan. Produk tiruan ini tidak melanggar hak paten karena ada perbedaan signifikan dalam nama, kemasan, harga, dan kualitas dengan produk Afiliasi Israel asli.

Strategi imitasi ini diarahkan untuk mengurangi ketergantungan pada produk-produk luar negeri, seperti makanan, obat-obatan, dan elektronik, menurunkan biaya produksi serta meningkatkan produksi nasional. Dengan mengadopsi strategi ini, diharapkan dapat mendorong inovasi lokal yang lebih sesuai dengan kebutuhan dalam negeri. Pemenuhan target jangka panjang dari strategi ini diharapkan dapat mengurangi konsumsi produk luar negeri dan meningkatkan konsumsi produk dalam negeri. Konsumsi masyarakat terhadap produk Afiliasi Israel dalam negeri dapat digantikan dengan produk imitasi, ini akan meningkatkan pendapatan masyarakat yang bekerja di sektor ritel yang menggunakan produk tersebut. Indonesia juga memiliki potensi untuk mengembangkan produk imitasi ini dengan memanfaatkan bahan-bahan lokal, sehingga sesuai dengan kebutuhan dan selera lokal. Strategi ini juga dapat memasukkan kearifan lokal, di mana produk bisa diinovasi dengan citarasa khas Indonesia. Sehingga dengan adanya strategi imitasi produk impor ini bisa meningkatkan pendapatan dari usaha usaha UMKM yang ada di Indonesia.

Konsep imitasi produk Afiliasi Israel ini bertujuan untuk mencapai tingkat kandungan lokal yang tinggi di masa depan. Oleh karena itu, implementasi penggunaan produk lokal melalui imitasi produk perlu direncanakan dengan baik. Perencanaan produk ini harus mempertimbangkan aspek jangka pendek, menengah, dan panjang. Pada jangka pendek, tujuannya adalah mempelajari produk Afiliasi Israel atau produk dari negara lain. Jangka menengah bertujuan untuk menghasilkan produk dengan kualitas yang setara dengan produk luar negeri. Sedangkan jangka panjang bertujuan untuk meningkatkan produksi dalam negeri yang akan mempercepat peningkatan pendapatan nasional.

Meskipun begitu Pemasaran imitasi atau kampanye dengan tujuan menyerupai merupakan salah satu strategi yang digunakan secara luas oleh pemasar di seluruh dunia. Strategi ini beroperasi di dalam area yang tidak jelas secara hukum, karena belum ada pelaku pemasaran imitasi yang secara resmi dianggap melanggar hukum. Yang dapat diatur dalam konteks ini adalah standar etika yang diikuti oleh pemasar dalam memilih strategi pemasaran mereka.

Meningkatkan peran sektor keuangan dan koperasi pemberdayaan sektor riil, terutama usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dalam upaya untuk mengurangi ketergantungan terhadap produk luar negeri tidak akan optimal jika tidak didukung oleh lembaga keuangan seperti bank, BPR, dan KSP. Peran lembaga keuangan ini sangat penting karena mereka membantu menjaga kelangsungan usaha dengan menyediakan dana yang dibutuhkan, proses administrasi yang mudah, dan pelayanan yang cepat. Masalah utama yang dihadapi oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah kurangnya jaminan yang memadai untuk

mendapatkan dana yang optimal dalam mengelola usahanya. Tingkat bunga yang tinggi juga sering menjadi masalah keuangan bagi UMKM. Selain itu, UMKM juga menghadapi masalah lain seperti pajak usaha yang tidak sesuai dengan nilai usaha mereka, kurangnya fasilitas publik yang disediakan pemerintah untuk mendukung usaha, serta harus bersaing di pasar bebas tanpa perlindungan langsung dari bank atau pemerintah. Hal ini menunjukkan bahwa dukungan dari lembaga keuangan sangat diperlukan agar sektor riil bisa tumbuh dan berkembang dengan baik serta dapat mengurangi ketergantungan pada produk luar negeri.

Dalam mengatasi permasalahan ini, koperasi dianggap memiliki peran penting dalam perekonomian karena mereka berfungsi sebagai penopang utama yang membantu membangun sektor riil. Tanpa adanya sistem yang dapat mendukung seperti ketersediaan bahan baku, proses pengolahan, dan distribusi hasil produksi, sektor riil akan kesulitan untuk berkembang. Koperasi berperan sebagai koordinator dalam mengelola sektor riil, membantu mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam mendapatkan sumber daya dan dukungan yang diperlukan untuk pertumbuhan dan kelangsungan usaha mereka.

Kompetensi institusi pendidikan perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam mengurangi ketergantungan terhadap produk impor di dalam negeri. Namun, saat ini perguruan tinggi cenderung lebih mempersiapkan mahasiswanya untuk bekerja sebagai pekerja di perusahaan swasta atau negeri daripada sebagai entrepreneur yang dapat mengelola dan mengembangkan sektor ekonomi. Hal ini tercermin dari kurikulum yang lebih fokus pada persiapan menjadi pekerja dibandingkan dengan pengembangan keterampilan untuk mengelola bisnis. Untuk mengatasi hal ini, perubahan dalam kurikulum perguruan tinggi yang menyesuaikan dengan kebutuhan kompetensi dapat membantu mahasiswa menjadi individu yang terampil dan siap untuk mengelola industri kreatif serta mengurangi ketergantungan pada produk impor.

Pendidikan dan kesadaran konsumen juga memainkan peran penting dalam perlindungan konsumen. Pemahaman yang lebih baik tentang produk dan layanan yang mereka gunakan membantu konsumen membuat keputusan finansial yang lebih cerdas dan terinformasi, sambil juga meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap industri perbankan syariah secara keseluruhan (Faris & Winario, 2024).

Perguruan tinggi bukan hanya sebuah lembaga bisnis, tetapi juga sebuah lembaga sosial yang memiliki tanggung jawab untuk mengakomodasi kepentingan sosial dalam masyarakat. Kurikulum perguruan tinggi harus mampu menanggapi persoalan-persoalan nyata yang ada dalam masyarakat. Oleh karena itu, hubungan yang erat antara dunia pendidikan (perguruan tinggi) dan dunia industri sangat penting, karena jika tidak terjalin dengan baik, perguruan tinggi dapat terputus dari realitas kehidupan sehari-hari masyarakat. Peran perguruan tinggi (PT) dalam pengembangan industri kreatif dapat difokuskan dengan menyusun kurikulum yang berbasis pada pengembangan industri kreatif itu sendiri. Ini dapat terwujud apabila kurikulum perguruan tinggi mampu memenuhi muatan dalam bidang agama/norma, teknologi, bahasa asing, dan muatan lokal. Kurikulum perguruan tinggi harus mencerminkan kebutuhan dari industri kreatif yang memiliki keunggulan dalam kreativitas yang didukung oleh keunggulan kompetitif daerah atau lokal.

Gerakan boikot terhadap produk-produk yang terafiliasi dengan Israel telah tumbuh pesat di banyak negara, termasuk salah satunya adalah Indonesia. Factor utama yang mempengaruhi gerakan ini adalah nilai religiusitas dan dukungan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Namun dibalik aksi boikot yang merupakan dukungan terhadap rakyat Palestina, Tindakan ini memiliki dampak negatif terhadap perekonomian di Indonesia. Produk-produk afiliasi Israel memiliki kontribusi penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia karena masih ada ketergantungan pada pengelolaan sumber daya manusia dan alam dari produk-produk tersebut. Aksi boikot terhadap produk afiliasi Israel dapat berpotensi menyebabkan penurunan pertumbuhan ekonomi dengan berkurangnya permintaan dan dapat meningkatkan tingkat

pengangguran. Boikot terhadap produk Israel memiliki potensi dampak ekonomi yang signifikan jika dilakukan dalam jangka waktu yang panjang. Namun, dalam jangka pendek, dampaknya cenderung terbatas.

**Alternatif Strategis:** Sebagai alternatif, Indonesia dapat mengembangkan strategi substitusi impor dengan fokus pada pengembangan industri kreatif dan penggunaan produk lokal. Hal ini dapat dilakukan dengan menyusun kurikulum pendidikan yang mendukung pengembangan industri kreatif dan mengoptimalkan sumber daya lokal. **Peran Sektor Keuangan dan Koperasi:** Pemberdayaan sektor riil, terutama UMKM, memerlukan dukungan dari lembaga keuangan dan koperasi untuk menyediakan dana dan mendukung proses administrasi serta distribusi produk-produk lokal. **Peran Perguruan Tinggi:** Perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam mengembangkan industri kreatif dengan menyusun kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan industri dan mempersiapkan lulusannya untuk menjadi penggerak ekonomi, bukan hanya sebagai pekerja.

## SIMPULAN

Dari penjelasan tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa boikot produk afiliasi pro-Israel di Indonesia mencerminkan bagaimana isu-isu politik dan kemanusiaan internasional dapat mempengaruhi perilaku ekonomi dan sosial di tingkat nasional. Sementara boikot ini memiliki potensi untuk mempengaruhi perekonomian Indonesia melalui penurunan permintaan terhadap produk impor dan peningkatan dukungan terhadap produk lokal, tantangan dalam implementasi dan dampaknya terhadap tujuan politik yang lebih besar tetap menjadi pertanyaan yang kompleks. Oleh karena itu, perlu adanya kajian yang mendalam dan pendekatan yang bijaksana dalam menangani isu ini, dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan politik secara holistik.

**Penguatan Strategi Substitusi Impor:** Pemerintah perlu merevitalisasi strategi Industri Substitusi Impor (ISI) dengan mengembangkan industri kreatif yang menggunakan potensi lokal sebagai sumber daya. Ini dapat dilakukan melalui investasi dalam pendidikan, infrastruktur, dan regulasi yang mendukung. **Dukungan Pada Gerakan Boikot:** Pemerintah dapat memberikan arahan yang jelas terkait gerakan boikot terhadap produk-produk yang terkait dengan Israel, agar tidak mengganggu iklim bisnis di masa depan. Dukungan ini dapat berupa regulasi impor-ekspor yang menguntungkan produk lokal. **Penguatan Koperasi:** Koperasi perlu diperkuat sebagai pendukung utama dalam pengembangan sektor riil, terutama dalam hal pengelolaan sumber daya dan distribusi hasil produksi. **Optimalisasi Kurikulum Pendidikan:** Perguruan tinggi perlu mengoptimalkan kurikulum mereka dengan memasukkan muatan lokal dan kebutuhan industri kreatif. Hal ini akan membantu menciptakan lulusan yang siap bersaing dalam industri kreatif. **Edukasi dan Advokasi:** Perlunya edukasi masyarakat tentang pentingnya boikot sebagai bentuk protes, serta advokasi untuk menggalang dukungan internasional dalam menekan kebijakan agresif Israel terhadap Palestina.

Dengan mengambil langkah-langkah tersebut, diharapkan Indonesia dapat mengurangi ketergantungan terhadap produk luar negeri, memperkuat ekonomi lokal, dan mendukung gerakan internasional untuk mendukung kemanusiaan di Palestina.

## REFERENSI

- 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.
- Fahadayna, A. C. (2013). Pengaruh Ikhwanul Muslimin Terhadap Politik Luar Negeri Mesir Dalam Konflik Israel Palestina. *Skripsi S1 Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga*.
- Fakriza, R., & Nurdin, R. (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Boikot Dengan Loyalitas Merek Sebagai Variabel Moderasi Pada KFC Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1), 16–26.

- Faris, N., & Winario, M. (2024). Perlindungan Konsumen Dalam Perbankan Syariah: Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Multidisciplinary Journal Of Religion And Social Sciences*, 1(1), 29–39.
- Garrett, D. E. (1987). The Effectiveness Of Marketing Policy Boycotts: Environmental Opposition To Marketing. *Journal Of Marketing*, 51(2), 46–57.
- Karim, M. F. (N.D.). *Pengantar Sejarah Hubungan Internasional*. Penerbit Kepik.
- Klein, J. G., Smith, N. C., & John, A. (2004). Why We Boycott: Consumer Motivations For Boycott Participation. *Journal Of Marketing*, 68(3), 92–109.
- Oktavia, O., Noval, M. R., Hanipah, R., & Handayani, M. F. (2024). Pengaruh Dampak Boikot Produk Amerika Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(1), 318–323.
- Silaban, T. R., & Yasin, M. (2023). Strategi Persaingan Industri Dan Substitusi Industri Impor Terhadap Kemajuan Teknologi. *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*, 1(4), 99–115.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Utama, M. R. (N.D.). Politik Dalam Negeri Israel-Netanyahu-Dan Perang Israel-Gaza 2023. *Genosida Gaza 2023*, 28.
- 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.
- Yani, J. A., Mangkunegara, A., & Aditama, R. (1995). Sugiyono. 2017, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta. *Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research And Treatment*. New York: Plenum Press, Yudistira P, Chandra, Diktat Ku.