

Pengaruh Boikot Produk Israel Terhadap Peningkatan Penggunaan Produk Lokal : Studi Kasus Mahasiswa INSAN Binjai

Nayla Salsabila Batubara¹, Delima Azzahra², Nia Nurul
Maydina³, Karina Tri Vitaloka⁴, T.Citra Nisa Farza⁵

¹²³⁴⁵ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Syekh Abdul
Halim Hasan Binjai

¹ naylabatubara01@gmail.com, ²

azzahradelima2@gmail.com, ³ maydina666@gmail.com, ⁴
vitalokakarina56@gmail.com, ⁵ t.citranisafarza@insan.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh dari boikot produk Israel terhadap peningkatan penggunaan produk lokal di Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai, khususnya pada mahasiswa stambuk 2022. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan mengaplikasikan data primer yang bersumber langsung dari responden melalui pengisian instrumen kuesioner. Pada penelitian ini terdapat 3 fakultas dan 6 program studi yang menjadi obyek penelitian, kemudian mengambil sampel dengan menggunakan teknik *random sampling*. Adapun metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi sederhana dengan bantuan *software* IBM SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa boikot produk Israel berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai sig 0,000. Hasil uji koefisien determinasi sebesar 61% yang artinya boikot produk Israel berkontribusi terhadap peningkatan penggunaan produk lokal sebesar 61% dan sisanya 39% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : Boikot Produk Israel, Peningkatan Penggunaan Produk Lokal, Fatwa MUI nomor 83, INSAN.

Abstract

This research was carried out with the aim of analyzing the influence of the boycott of Israeli products on increasing the use of local products at the Syekh Abdul Halim Hasan Binjai Institute, especially among 2022 standard students. This research uses a quantitative type of research by applying primary data sourced directly from respondents by filling in a questionnaire instrument. . In this research, there were 3 faculties and 6 study programs that were the research objects and then samples were taken using random sampling techniques. The analytical method used in this research is simple regression analysis with the help of IBM SPSS 26 software. The results of the research show that the boycott of Israeli products has a positive and significant effect with a sig value of 0.000. The coefficient of determination test results were 61%, which means that the boycott of Israeli products contributed to an increase in the use of local products by 61% and the remaining 39% was influenced by other factors.

Keywords : *Boycott of Israeli Products, Increased Use of Local Products, MUI fatwa number 83, INSAN.*

A. PENDAHULUAN

Konflik Palestina dan Israel sudah terjadi sangat lama. Sampai saat ini konflik tersebut belum bisa diselesaikan dengan baik. Konflik Palestina-Israel sampai sekarang tidak kunjung padam. Konflik ini berawal sejak didudukinya wilayah Palestina oleh Israel. Ini memberikan dampak yang luar biasa bagi dunia secara umum terkhususnya wilayah Arab. Tak dapat dipungkiri pertentangan dan pertempuran saling dirasakan oleh kedua pihak. Peperangan yang terjadi antara kalangan pejuang rakyat Palestina di satu sisi dan pasukan militer Israel pada sisi lain yang tidak pernah berhenti melakukan gencatan senjata kepada Palestina sejak awal konflik sampai sekarang (Firdaus et al., 2020).

Palestina merupakan satu-satunya negara di dunia yang belum merdeka pada abad ke 21 ini. Dukungan Indonesia terhadap kemerdekaan Palestina selama ini tidak mampu mengubah nasib Palestina untuk terbebas dari penjajahan Israel. Perjuangan militer Palestina tidak diberi dukungan secara Internasional

karena statusnya yang belum merdeka sementara Israel dapat leluasa melakukan serangan agresi militernya karena dilindungi oleh hukum Internasional PBB. Melihat semakin ganasnya perlakuan agresi militer Israel membombardir Palestina, Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan fatwa No. 83 tahun 2023 tentang hukum dukungan terhadap perjuangan Palestina (Imadah Thoyyibah et al., 2024).

Setelah Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan fatwa tersebut memberikan dampak besar dalam kerugian bagi seluruh perusahaan atau produk yang terafiliasi oleh Israel, baik dalam segi kendali pasar maupun dalam segi keuangan. Sebagai contoh, jika sebuah perusahaan memproduksi bahan bakar dan mengalami boikot karena kenaikan harga, maka perusahaan akan mengalami kerugian akibat pengurangan permintaan dan penurunan harga. Dalam kasus boikot ini, dampak negatif dapat mencakup berupa :

1. Kerugian finansial: Boikot dapat mengakibatkan penurunan penjualan dan kenaikan biaya operasional, yang mengakibatkan kerugian finansial.
2. Kerugian reputasi: Boikot dapat mengakibatkan pemasaran buruk, yang mengakibatkan reputasi perusahaan tersebut tercemar.
3. Kerugian Produktivitas: Boikot juga dapat mengakibatkan pengurangan produktivitas, karena pengurangan sumber daya manusia atau peralatan yang ada.
4. Kerugian lingkungan: Boikot dapat mengakibatkan pengurangan pengelolaan lingkungan, karena pengurangan investasi atau pengurangan kegiatan yang memiliki dampak positif terhadap lingkungan (Ardhani, 2023).

Karena terjadinya boikot, maka masyarakat tentu akan mencari barang alternatif untuk menggantikan posisi produk yang di boikot tersebut, untuk itu sebagai gantinya masyarakat akan menggunakan produk lokal. Dengan begitu kabar baiknya adalah dengan adanya boikot tersebut maka produk lokal akan mengalami peningkatan penjualan maupun pembeliannya. Peningkatan produk lokal ini merupakan hal yang sangat penting dalam upaya memajukan perekonomian suatu negara. Dengan meningkatkan kualitas dan daya saing produk lokal, dapat memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi,

peningkatan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Namun, upaya untuk meningkatkan produk lokal tidaklah mudah dan memerlukan kerjasama antara pemerintah, pelaku industri, serta masyarakat (Riyanti & Laily Nisa, 2023).

Boikot produk yang terafiliasi Israel adalah sebuah upaya kaum muslimin yang difatwakan oleh para ulama dunia untuk melawan kedzaliman orang-orang yang memerangi kaum muslimin dimana dalam hal ini ada keterkaitan kaum muslimin dalam membeli produk-produk Israel dengan penderitaan kaum muslimin di negeri-negeri lain pada saat ini mengalami *imperialisme*. Diantara problematika yang dialami oleh Negara Palestina saat ini adalah terjadinya insiden penyerangan terhadap Negara muslimin dengan merampas tanah suci umat Islam, mengusir penduduknya, mengalirkan darah, merampas kehormatan, menghancurkan tempat tinggal, membakar lahan pertanian mereka, serta membuat kerusakan yang paling buruk di dunia (Darma Pratiwi et al., 2024).

Sereruan aksi boikot produk Israel marak terjadi di berbagai Negara terkhususnya di Indonesia, bahkan sampai ke kota-kota kecil. Seperti halnya di kota Binjai, aksi ini cukup ramai dilaksanakan masyarakat sekitar selaku konsumen untuk memboikot produk tertentu yang terafiliasi Israel serta berpindah menggunakan produk lokal ataupun produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan, hampir rata-rata Mahasiswa/Mahasiswi yang berasal dari kota Binjai, yaitu Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai juga turut serta dalam memboikot produk yang terafiliasi Israel.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas seruan aksi boikot produk terafiliasi Israel dalam konteks keputusan pembelian produk lokal dan dampaknya terhadap produk lokal. Fokus utama adalah menganalisis apakah seruan boikot tersebut memberikan dampak yang signifikan pada perilaku pembelian konsumen dan bagaimana hal itu mempengaruhi produk lokal di pasar tertentu.

B. KAJIAN TEORI

1. Pengertian Produk Lokal

Produk lokal adalah produk barang/jasa yang dihasilkan oleh usaha mikro dan kecil di daerah, baik secara perorangan maupun badan usaha. Keberadaan usaha kecil ini dapat memberikan peluang berusaha yang luas dengan pembiayaan yang relatif murah. Usaha kecil turut mengambil peranan dalam peningkatan dan mobilitas tabungan domestik. Usaha kecil juga mempunyai

kedudukan komplementer terhadap usaha besar dan sedang, karena usaha kecil menghasilkan produk yang relatif murah dan sederhana yang biasanya tidak disediakan usaha besar dan sedang (Fitri Pasaribu & Kurniawan, 2023).

2. Faktor-faktor Penggunaan Produk Lokal

Pada umumnya konsumen memiliki beberapa faktor pertimbangan dalam hal pembelian, hal yang menjadi penentu utama yaitu pada segi kualitas. Seringkali konsumen royal dalam mengeluarkan sejumlah uang untuk barang dengan kualitas yang bagus dan dapat memberikan pengaruh saat penggunaan serta kualitas yang tahan lama. Selain itu, harga juga menjadi salah satu faktor konsumen dalam membeli suatu produk. Kemudian, brand atau merek juga menjadi faktor penting di era sekarang, karena kebanyakan konsumen lebih mementingkan gaya hidup sehingga membeli atau menggunakan produk bermerk jauh lebih penting sekalipun produk tersebut memiliki harga yang tergolong fantastis. Meskipun demikian, sekarang ini produk lokal sudah mulai mengimbangi kualitas dan mampu bersaing dengan produk impor. Sehingga meskipun produk impor lebih baik daripada produk lokal, konsumen tetap memilih menggunakan produk lokal itu sendiri, karena selain kualitas yang hampir mengimbangi, harga produk lokal juga termasuk cukup terjangkau dibandingkan dengan produk impor, serta mendukung produk lokal dengan membeli dan menggunakannya maka hal itu juga dapat membantu para pelaku usaha di dalamnya dan meningkatkan penghasilan Negeri (Fitri Pasaribu & Kurniawan, 2023).

3. Fatwa MUI Nomor 83

Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah mengeluarkan Fatwa Nomor 83 Tahun 2023 mengenai Hukum Dukungan untuk Pejuang Palestina. Fatwa ini menyatakan bahwa menyokong perjuangan kemerdekaan Palestina melawan serangan Israel adalah suatu kewajiban, sedangkan mendukung tindakan agresi Israel terhadap Palestina adalah haram. Mengingat umat Islam di Indonesia telah sepakat untuk tidak membeli produk-produk dari Yahudi, Israel, atau Amerika, baik secara individu maupun melalui pemerintah, maka secara otomatis orang-orang Yahudi akan kehilangan pemasukan dan pada gilirannya menjadi lebih lemah. Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 mengenai Dukungan untuk Pejuang Palestina tidak secara jelas menyebutkan jenis produk yang harus diboikot. Namun, masyarakat sudah cukup paham mengenai produk-produk mana yang berasal dari Israel, sehingga banyak yang menolak atau melakukan boikot terhadap barang-barang tersebut. Di sisi lain, perekonomian Indonesia masih sangat bergantung pada produk-produk

dari Israel dan negara sekutunya, terbukti dari banyaknya perusahaan asing yang berinvestasi di Indonesia, seperti Unilever, Coca-Cola Company, Procter & Gamble, Johnson, dan lainnya (Khotimatul Husna et al., 2023).

4. Pengertian Boikot

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, boikot merupakan suatu aksi dalam mencegah kerja sama dalam bidang komersial, politik, bahkan patau sosial, yang dilaksanakan sebagai bentuk dari perlawanan/penolakan terhadap sesuatu yang tidak sesuai dengan keadaan normal yang seharusnya (Laila et al., 2024).

5. Macam-macam Boikot

Setiap jenis boikot memiliki tujuan dan konteks yang berbeda, tetapi umumnya bertujuan untuk memberikan tekanan pada pihak yang diboikot agar mengubah kebijakan atau perilaku mereka. Adapun terdapat macam-macam boikot, diantaranya yaitu :

a. *Consumer Boycott*

Adalah bentuk boikot yang dilakukan oleh pihak konsumen untuk mengekspresikan ketidaksukaan terhadap pabrikan (*manufacturer*), pedagang atau distributor, serta jasa-jasa yang diproduksi atau diperdagangkan. Aksi boikot yang dilakukan oleh konsumen merupakan tindakan protes terhadap sikap tidakadilan atau tidak etis yang dilakukan oleh aktor tersebut.

b. Boikot *Business to Business*

Adalah bentuk boikot yang dilakukan sebagai upaya perlindungan suatu bisnis terhadap bisnis lain. Boikot *business to business* memiliki karakteristik yang dapat merusak secara material, sehingga aksi ini sering disebut dengan tindakan balas dendam.

c. Boikot *Employee Walkout*

Adalah boikot yang lebih dikenal sebagai aksi mogok buruh, dimana karyawan berhenti melakukan aktivitas kerja sebagai bentuk protes terhadap perusahaan mereka. Tujuan dari aksi ini adalah untuk memprotes atas praktek tidakadilan yang dilakukan oleh perusahaan terhadap pekerjanya (Jaelani & Nursyifa, 2024).

6. Teori Boikot

Teori boikot merujuk pada konsep abstensi kolektif yang dilakukan secara sukarela oleh individu atau kelompok sebagai bentuk protes terhadap produk, perusahaan, organisasi, atau Negara tertentu. Boikot umumnya dilakukan atas dasar alasan moral, sosial, politik, atau lingkungan, dengan tujuan untuk memberikan kebijakan atau perilakunya. Spence (1974) menjelaskan bahwa

sinyal adalah suatu aktivitas atau karakteristik yang, baik dengan cara sengaja maupun tidak, mempengaruhi pandangan atau menyampaikan informasi kepada orang lain. Sinyal berfungsi sebagai metode komunikasi yang dapat diandalkan yang mentransfer informasi dari penjual ke pembeli. Agar sinyal dapat berfungsi dengan baik, ada dua syarat yang saling berhubungan: pertama, sinyal perlu memiliki biaya yang cukup tinggi untuk membedakan perusahaan-perusahaan penjual satu sama lain; dan kedua, pihak luar seperti pembeli harus meyakini adanya hubungan positif antara sinyal dan kualitas sebenarnya dari sumbernya. Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS). McMahon (2014) mengekspresikan kampanye BDS (Boikot, Divestasi, Sanksi) sebagai sarana untuk menyampaikan strategi yang diambil guna menentang proyek Zionis, yaitu melalui boikot di bidang akademis, budaya, konsumen, serta olahraga, divestasi, dan sanksi. Kampanye ini juga memiliki tujuan yang jelas terkait dengan strategi-strategi tersebut: boikot bertujuan untuk mengisolasi Israel dari perspektif akademis dan budaya, dengan fokus pada merusak kontribusi institusi akademis Israel terhadap proyek pemukiman kolonial Zionis; divestasi ditujukan untuk mengurangi profit dari ekonomi perang dan praktik apartheid yang diterapkan Israel; sementara sanksi bertujuan untuk meningkatkan kesadaran mengenai pelanggaran Israel terhadap hukum internasional dan berupaya mengakhiri keterlibatan institusi internasional serta negara-negara lain dalam pelanggaran tersebut (Arum Pujiastuti, 2024).

7. Hubungan Boikot dengan Produk Lokal

Boikot terhadap produk asing dapat mempengaruhi produk lokal dalam beberapa cara. Pertama, boikot sering mendorong konsumen untuk memilih produk lokal sebagai alternatif yang dapat meningkatkan penjualan dan mendukung pertumbuhan usaha dalam Negeri. Hal ini biasanya terjadi dalam konteks nasionalisme ekonomi atau etnosentrisme konsumen, dimana mereka lebih memilih produk lokal untuk menunjukkan solidaritas atau sebagai bentuk protes terhadap kebijakan Negara lain.

Namun, boikot juga memiliki tantangan. Jika produk lokal tidak dapat memenuhi permintaan atau memiliki kualitas di bawah standar produk impor, efek positif boikot bisa berkurang. Hal ini dapat memperburuk pendapat konsumen tentang daya saing produk lokal dalam jangka panjang, meskipun awalnya mendapatkan peningkatan permintaan. Secara lebih luas, boikot juga bisa menjadi peluang bagi bisnis lokal untuk memperbaiki kualitas dan inovasi agar mampu

bersaing. Studi menunjukkan bahwa boikot mendorong perusahaan domestik untuk mengambil peran lebih aktif dalam memenuhi kebutuhan pasar yang ditinggalkan oleh produk asing yang diboikot (Haque et al., 2024).

C. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, terdiri atas Variabel Independen (X) yaitu “Boikot Produk Israel” dan Variabel Dependen (Y) yaitu “Peningkatan Penggunaan Produk Lokal”. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian langsung menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan suatu pendekatan sistematis dalam penelitian dengan menggunakan data *numeric* untuk mengkaji suatu masalah atau fenomena. Tujuannya adalah untuk menguji hipotesis, mencari hubungan pengaruh timbal balik, dan membuat kesimpulan secara umum.

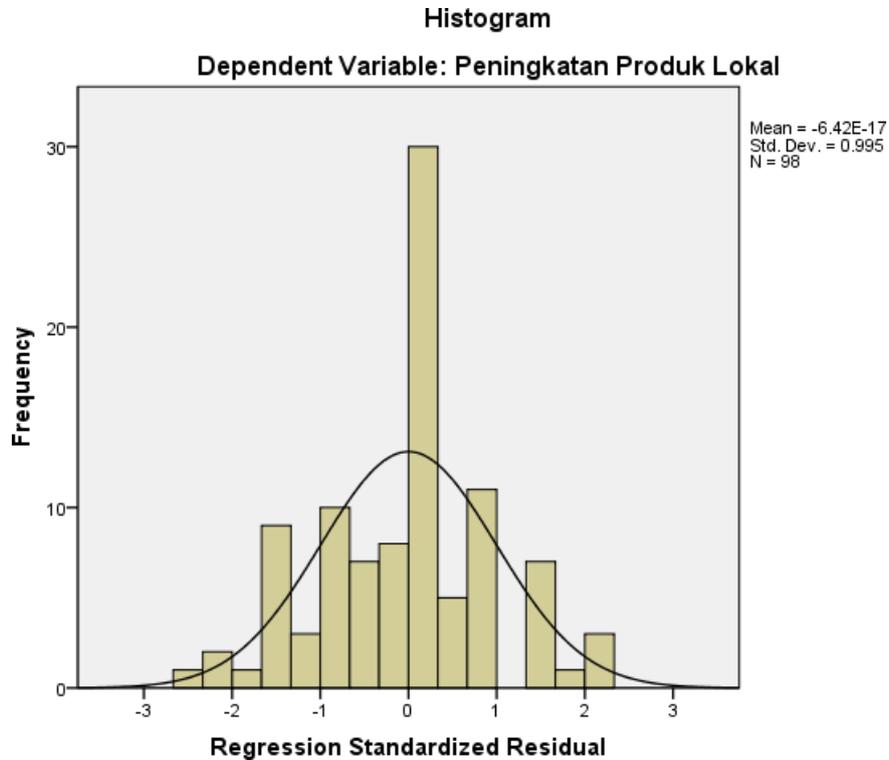
Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/mahasiswi Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai yang terdaftar aktif pada stambuk 2022, dengan teknik pengambilan sampel *random sampling* untuk memastikan bahwa sampel mencakup berbagai fakultas dan program studi yang ada di Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai. Jumlah sampel yang diambil akan dihitung menggunakan rumus *slovin*. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer, yakni jenis data yang diambil secara langsung dari sumber utama. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilaksanakan dengan menyebarkan angket kuesioner *google form* yang dibagikan kepada responden. Kemudian data yang diperoleh akan di analisis menggunakan *software IBM SPSS Statistic 26*.

Pada penelitian ini menggunakan metode analisis regresi sederhana yang bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan pengaruh timbal balik antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y), yaitu Boikot Produk Israel (sebagai variabel X) dan Peningkatan Penggunaan Produk Lokal (sebagai variabel Y). Adapun langkah-langkah dalam analisis regresi sederhana tersebut terdiri atas ; (1) Uji Kausalitas Data, terdiri dari Uji Validitas dan Uji Reliabilitas; (2) Uji Asumsi Klasik, terdiri dari Uji Normalitas dan Uji Heteroskedastisitas; (3) Uji Analisis Regresi Sederhana; dan (4) Uji Hipotesis, yaitu Uji Parsial (Uji t); (5) Uji Koefisien Determinasi

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan gambar diatas, dapat diketahui bahwa grafik histogram menunjukkan pola berdistribusi normal, karena pada kurva memiliki kecenderungan yang berimbang, baik pada sisi kiri maupun kanan dan kurva berbentuk menyerupai lonceng yang hampir sempurna.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan suatu uji asumsi klasik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi. Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi bias atau tidak dalam suatu analisis model regresi. Biasanya jika dalam suatu model analisis regresi terdapat bias atau penyimpangan, estimasi model yang akan dilakukan menjadi sulit dikarenakan varian data yang tidak konsisten. Dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan yaitu melihat dari angka probabilitas dengan ketentuan, ketika nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka, hipotesis diterima karena data tidak mengalami heteroskedastisitas. Begitupula sebaliknya, ketika nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka, hipotesis ditolak karena data tersebut mengalami gejala heteroskedastisitas.

Tabel 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,411	,751		3,210	,002
	BoikotProdukIsrael	-,076	,041	-,184	-1,833	,070

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber : Data Diolah IBM SPSS 26

Berdasarkan hasil uji Heteroskedastisitas di atas, dapat dilihat pada kolom *output coefficients* bahwa nilai signifikansi variabel Boikot Produk Israel yaitu 0,070 > 0,05 yang artinya variabel Boikot Produk Israel tersebut bebas dari Heteroskedastisitas. Maka dapat disimpulkan hipotesis diterima dan data tidak mengalami gejala heteroskedastisitas/terbebas dari heteroskedastisitas.

2. Uji Analisis Regresi Sederhana

Uji analisis Regresi Sederhana digunakan untuk menguji pengaruh dari boikot produk Israel sebagai variabel bebas (*Independen*) terhadap peningkatan penggunaan produk lokal sebagai variabel terikat (*dependen*). Pengambilan keputusan dalam uji analisis regresi sederhana dapat dilihat dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0,05. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, dan jika nilai signifikansi > 0,05 maka variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,626	1,266		2,073	,041

BoikotProdukIsrael	,851	,069	,781	12,249	,000
--------------------	------	------	------	--------	------

a. Dependent Variable: Produk Lokal

Sumber : Data Diolah IBM SPSS 26

Berdasarkan hasil uji analisis regresi sederhana di atas, dapat dilihat pada kolom *output coefficients* bahwa nilai signifikansi variabel Boikot Produk Israel yaitu $0,000 < 0,05$ yang artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Maka dapat disimpulkan bahwa Boikot Produk Israel berpengaruh dalam Peningkatan Penggunaan Produk Lokal. Adapun berdasarkan tabel 2 tersebut juga dapat terlihat hasil dari Uji Parsial (Uji t) antara boikot produk Israel terhadap peningkatan penggunaan produk lokal, yakni hasil tersebut menyatakan nilai t hitung $> t$ tabel, yaitu sebesar $12,249 > 1,98498$ dan nilai sig. $< 0,05$ yaitu sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak (Tidak terdapat pengaruh antara boikot produk Israel terhadap peningkatan penggunaan produk lokal) dan H_a diterima (Ada pengaruh antara boikot produk Israel terhadap peningkatan penggunaan produk lokal).

3. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Warongan et al., 2022).

Table 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,781 ^a	,610	,606	1,32009

a. Predictors: (Constant), BoikotProdukIsrael

Sumber : Data Diolah IBM SPSS 26

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 5, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (*R Square*) yaitu sebesar 0,610 yang berarti pengaruh variabel Boikot Produk Israel terhadap variabel Peningkatan Penggunaan Produk Lokal dapat di persentasekan sebesar 61%. Persentase tersebut membuktikan bahwa ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel

terikat. Dan untuk sisa sebesar 39% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diperoleh bahwa boikot produk Israel berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penggunaan produk lokal. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian (Mariza et al., 2023) yang menyatakan bahwa boikot dapat mendorong tingkat pertumbuhan produk lokal. Konsumen yang pada awalnya menggunakan produk impor beralih menggunakan produk lokal, sehingga dapat meningkatkan permintaan terhadap barang-barang yang diproduksi di dalam negeri. Hal itu dapat memberi peluang bagi pengusaha lokal untuk meluaskan pasar mereka serta meningkatkan jumlah produksinya. Tindakan boikot ini juga dapat membangkitkan kesadaran ekonomi pada masyarakat untuk lebih mengutamakan produk-produk lokal.

Temuan ini juga sesuai dengan pendapat (Indah Mentari et al., 2023) yang menyatakan bahwa boikot produk Israel memberikan dampak positif bagi pertumbuhan dan penggunaan produk-produk lokal di Indonesia. Boikot ini memberikan peluang besar dalam mendorong peningkatan produksi, inovasi, serta pemasaran produk lokal sebagai alternatif pengganti produk impor yang diboikot. Pertumbuhan produk lokal akan meningkatkan pendapatan masyarakat serta devisa negara. Boikot ini juga memberi dampak positif terhadap produsen, masyarakat, serta negara secara bersamaan.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis uji data yang telah dilakukan oleh peneliti menggunakan IBM SPSS 26 tentang pengaruh boikot produk Israel terhadap peningkatan penggunaan produk lokal dapat ditarik kesimpulan bahwa berdasarkan hasil Uji Parsial (Uji t), boikot produk Israel berpengaruh terhadap peningkatan penggunaan produk lokal sebagaimana hasil Uji t yang diperoleh adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu sebesar $12,249 > 1,98498$ dan nilai $sig. < 0,05$ yaitu sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak (Tidak terdapat pengaruh antara boikot produk Israel terhadap peningkatan penggunaan produk lokal) dan H_a diterima (Ada pengaruh antara boikot produk Israel terhadap peningkatan penggunaan produk lokal). Adapun hasil dari uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R^2 /koefisien determinasi yaitu 0,610 yang berarti pengaruh variabel Boikot Produk Israel terhadap variabel Peningkatan

Penggunaan Produk Lokal dapat di persentasekan sebesar 61%. Persentase tersebut membuktikan bahwa ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dan untuk sisa sebesar 39% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

F. REKOMENDASI

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis menyarankan agar mahasiswa/mahasiswi INSAN Binjai untuk lebih berani menyuarakan aksi boikot kepada masyarakat sebagai bentuk dukungan terhadap Negara Palestina yang belum kunjung merdeka hingga saat ini, selain itu aksi boikot tersebut juga dapat berdampak pada peningkatan produk lokal di Indonesia. Untuk peneliti selanjutnya penulis harapan bisa meneliti mengenai faktor-faktor lainnya yang juga memiliki kaitan dengan aksi boikot.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Ardhani, N. D. (2023). *Analisis dampak boikot pro israel terhadap perekonomian di indonesia*. 04(02), 13–16.
- Arum Pujiastuti. (2024). Mengungkap Dampak Boikot Terhadap Nilai Pasar Perusahaan. *EKONOMIKA45 : Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 11(1), 675–687.
<https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v11i1.2062>
- Darma Pratiwi, A. N. M. A., Lestari, A. A. A., & Sukardi, N. M. R. (2024). Boikot Produk Israel Di Indonesia Berdasarkan Perjanjian Yang Dilarang Dalam Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Jurnal Ilmiah Raad Kertha*, 7(2), 9–16.
<https://doi.org/10.47532/jirk.v7i2.1164>
- Firdaus, F., Septian Putra, J., Saaulia, R., & Adnis, S. (2020). Yasser Arafat dan Konflik Palestina-Israel (Tinjauan Sejarah). *Khazanah: Jurnal Sejarah Dan Kebudayaan Islam*, 10(1), 1–12.
<https://doi.org/10.15548/khazanah.v10i1.265>
- Fitri Pasaribu, A., & Kurniawan, A. (2023). Pengaruh Ketertarikan Produk Merk Global dan Merk Lokal terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa UINSU). *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 3(1), 32–42.
- Haque, M. G., Puspita, P., & Zulfison, Z. (2024). Antisipasi Pemasaran Saat

Boikot Produk Di Lingkungan Konsumen Muslim Dunia Dan Indonesia Terjadi: Studi Literatur. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 189–212.

<https://doi.org/10.56145/jumalekonomidanbisnis.v4i1.176>

Imadah Thoyyibah, Dwiputri Maharani, S., Alamsyah, R., & Rosmala, R. (2024). Landasan Etik Nilai Keberpihakan Fatwa MUI No.83 Tahun 2023 Tentang Dukungan Terhadap Perjuangan Palestina. *Jurnal Pendidikan, Sains Sosial, Dan Agama*, 9(2), 41–54. <https://doi.org/10.53565/pssa.v9i2.1013>

Indah Mentari, C., Wahyuni, F., Rahmadani, P., & Rindiani, W. A. (2023). Dampak Positif Boikot Produk Asing Bagi Pertumbuhan Produk Lokal (Indonesia). *Musyteri : Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 2(1), 131–140.

Jaelani, A., & Nursyifa, Y. (2024). Perilaku Konsumen Terhadap Boikot Produk Israel. *Karimah Tauhid*, 3(2), 2312–2327.

<https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i2.12162>

Khotimatul Husna, Anwar Hafidzi, & Hanafiah. (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(4), 868–876.

<https://doi.org/10.62976/ijjel.v1i4.229>

Laila, I., Mariani, M., & Fakhriani, R. (2024). *Analisis Dampak Sosial Boikot Produk Pro-Israel*. 1.

Mariza, D., Hasda, M., Winario, M., Assyifa, Z., & Pahlawan Tuanku Tambusai, U. (2023). Dampak Boikot Produk Afiliasi Pro Israel Bagi Pertumbuhan Perekonomian Di Indonesia. *Management, Business, Accounting Sustainability (JOEMBAS)Joembas JOEMBAS*, 1(3), 2024.

Riyanti, D., & Laily Nisa, F. (2023). Dampak Aksi Boikot Produk Berafiliasi Israel Terhadap Pertumbuhan Produk Lokal Di Era Konflik Israel-Palestina. *Djieb*, 3(2), 68–80. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/djieb/index>

Warongan, B. U. ., Dotulong, L. O. ., & Lumintang, G. G. (2022). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Stres Kerja terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Jordan Bakery Tomohon. *Jurnal EMBA*, 10(1), 963–972.

