

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Globalisasi telah membuka peluang besar bagi perusahaan untuk memperluas produk mereka ke seluruh dunia. Namun, globalisasi tidak hanya membawa peluang besar, globalisasi juga membawa banyak tantangan dan ancaman pada perusahaan. Perusahaan multinasional harus menyadari bahwa setiap tindakan atau kebijakan mereka dapat berdampak pada reputasi bisnis, kepercayaan, dan penjualan. Saat ini, konsumen lebih memiliki kesadaran dan reaksi terhadap segala tindakan yang dilakukan oleh perusahaan, pemerintah, atau negara asal. Salah satu bentuk respon yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap perusahaan yang telah melakukan tindakan negatif atau ofensif adalah dengan memboikot produk mereka.<sup>1</sup>

Peristiwa yang sedang terjadi dan telah menarik perhatian dunia saat ini adalah seruan boikot produk Pro Israel yang terjadi di berbagai wilayah, baik tingkat nasional maupun internasional. Pemboikotan ini telah menjadi isu yang signifikan, terutama dalam konteks dukungan terhadap warga Palestina yang mengalami konflik dengan Israel. Dalam seruan boikot ini dilatarbelakangi oleh invasi militer Israel ke Gaza, Palestina. Genosida yang terjadi pada Palestina menimbulkan banyak kerugian, serangan yang

---

<sup>1</sup>Asmat Nizam Abdul Thalib, dan Mohd Muttaqin Mohd Adnan, “*Determinants of Consumer’s Willingness to Boycott Surrogate Products*”, *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 8 No. 3 (2017), hlm. 1.

dilakukan oleh Israel telah menghancurkan rumah penduduk, tempat pengungsian, rumah sakit, tempat ibadah dan menelan banyak korban anak-anak juga masyarakat lokal.

Aksi pemboikotan dapat memberikan dampak luar biasa bagi negara yang produknya diboikot. Hal ini pernah terjadi pada produk yang berasal dari Denmark pada tahun 2005. Akibatnya terjadi penolakan terhadap produk-produk dari Denmark, salah satunya produknya yaitu produk dari Arla Foods. Ekspor ke negara-negara Islampun menurun, nilai kerugian ditaksir mencapai US\$ 154,4 juta ditahun 2005.<sup>2</sup>

Di Indonesia, agama memegang peranan yang penting dalam kehidupan bermasyarakat. Islam merupakan agama yang kaffah, mengatur kehidupan manusia baik dalam hubungan dengan Sang Maha Pencipta maupun dengan sesama manusia. Tidak hanya mengatur aspek ibadah tetapi juga mengatur setiap aspek kehidupan lainnya, seperti kehidupan politik dan ekonomi. Dan dalam Islam, kehidupan dunia maupun akhirat haruslah seimbang.

Indonesia, sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam menggabungkan nilai-nilai Islam dalam setiap kehidupannya, termasuk dalam konteks isu-isu boikot yang terkait dengan politik atau agama. Masyarakat diramaikan dengan seruan pemboikotan pada produk-produk

---

<sup>2</sup>[www.cnbcindonesia.com](https://www.cnbcindonesia.com/news/20201027143131-4-197464/heboh-boikot-produk-prancis-negeri-macron-berdarah-darah?page=all), Heboh Boikot Produk Prancis, Negeri Macron 'Berdarah-darah?', 27 Oktober 2020. Diakses melalui situs <https://www.cnbcindonesia.com/news/20201027143131-4-197464/heboh-boikot-produk-prancis-negeri-macron-berdarah-darah?page=all> pada tanggal 12 Desember 2023.

yang diduga berafiliasi dengan Israel sebagai dukungan terhadap Palestina. Yusuf Wibisono menjelaskan bahwa boikot ekonomi bertujuan untuk menekan suatu entitas agar mengubah kebijakan atau perilakunya. Menurutnya, keputusan untuk membeli dan mengonsumsi barang merupakan cara bagi konsumen untuk mengekspresikan nilai dan keyakinan mereka.<sup>3</sup> Dalam konteks khusus, seruan untuk boikot dapat diarahkan kepada produk-produk yang dianggap melanggar prinsip ekonomi syariah, seperti produk-produk yang berasal dari Israel atau yang terafiliasi dengan Israel. Seruan ini mencerminkan bagaimana isu-isu politik dan agama dapat mempengaruhi perilaku konsumen, terutama di negara dengan mayoritas penduduk muslim seperti Indonesia.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengimbau kepada umat Islam untuk tidak membeli produk-produk yang mempunyai hubungan dengan Israel.<sup>4</sup> Hal ini didukung dengan dikeluarkannya fatwa boikot produk Pro Israel, yaitu fatwa nomor 83 Tahun 2023<sup>5</sup>. Fatwa ini didasari oleh beberapa ayat Al-Quran yang menegaskan larangan berbuat kerusakan (Al Baqarah ayat 11 dan 193, Al A'raf ayat 56), larangan membunuh sesama manusia (Al Isra ayat 33, Al Maidah ayat 32), dan bolehnya melakukan perlawanan terhadap pihak yang

---

<sup>3</sup>Ideas.or.id, *Fatwa MUI Haram Beli Produk Israel, ini Kata Pakar Ekonomi Syariah*, 15 November 2023. Diakses melalui situs: <https://ideas.or.id/2023/11/15/fatwa-mui-haram-beli-produk-israel-ini-kata-pakar-ekonomi-syariah/> pada tanggal 8 Februari 2024.

<sup>4</sup>[www.bbc.com](http://www.bbc.com), *Apakah Fatwa MUI Soal Boikot Produk Pro Israel Akan Diikuti Umat Islam Di Indonesia?*, 15 November 2023. Diakses melalui situs: <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cz52vp85e80o> pada tanggal 12 Desember 2023.

<sup>5</sup>[www.mui.or.id](http://www.mui.or.id), *Fatwa Terbaru MUI Nomor 83 Tahun 2023: Mendukung Agresi Israel ke Palestina Hukumnya Haram*, 10 November 2023, Diakses melalui situs: <https://mui.or.id/baca/berita/fatwa-terbaru-mui-nomor-83-tahun-2023-mendukung-agresi-israel-ke-palestina-hukumnya-haram> pada tanggal 13 Desember 2023.

melakukan penjajahan dan pengusiran (Al Hajj ayat 40). Kemudian, ayat Al Quran mengenai perintah tolong-menolong sebagai solidaritas sesama manusia (Al Maidah ayat 2 dan Al Baqarah ayat 177) dan ayat mengenai bolehnya mendistribusikan zakat kepada korban perang (At Taubah ayat 47). Oleh karena itu, fatwa ini menegaskan larangan mendukung agresi Israel dan sebaliknya mendorong untuk memberikan dukungan moral terhadap Palestina.

Dalam konteks Islam, boikot juga dapat dipandang sebagai jihad yang sah, yaitu sebagai perlawanan terhadap negara yang menindas dan sebagai upaya memperjuangkan masyarakat yang tertindas agar mendapatkan kemerdekaan dan kebebasan. Atas dasar ini banyak orang yang mulai meramaikan media sosial mereka, terutama orang-orang muslim dan orang-orang yang mendukung kemanusiaan.

Beberapa media sosial yang digunakan untuk menyerukan pemboikotan terhadap produk Pro Israel yaitu X (dulu dikenal sebagai Twitter), Tiktok, Instagram, Facebook, dan platform lainnya. Para pengguna media sosial menggunakan tagar dengan menyebut merek-merek yang memiliki hubungan dengan Israel, serta menyuarakan ajakan untuk memboikot produk-produk tersebut. Berikut rincian data beberapa produk yang menjadi target boikot dijelaskan pada tabel 1. 1.

**Tabel 1. 1 Rincian Produk Yang Menjadi Target Boikot**

Target	Nama Produk
Super Jahat	HP, Intel, AXA, Coca Cola, Cisco
Jangan Beli	McDonald's, Pizza Hut, Burger King, Domino's Pizza, Disney

Sumber: Gerakan Boikot Sanksi Divestasi (BDS) Israel di Indonesia, 2024<sup>6</sup>

Adapun produk-produk yang diboikot adalah produk yang terlibat dalam mendukung serangan Israel ke Palestina. Tujuan lainnya adalah agar perusahaan tersebut menarik dukungan mereka dan Israel kehilangan materi lewat boikot ini. Dari beberapa produk yang tercantum dalam tabel yang menjadi sasaran pemboikotan. Salah satu produk terkenalnya yaitu McDonald's yang juga mempunyai cabang di Negara Indonesia.

McDonald's menjadi salah satu produk yang diboikot di seluruh dunia. Di tengah panasnya gejolak perang yang terjadi antara Palestina dan Israel pada Oktober 2023 lalu. McDonald's cabang Israel diketahui memberikan makanan gratis kepada *Israel Defense Forces* (IDF). Sebanyak 4000 makanan telah disumbangkan oleh McDonald's Israel ke rumah sakit dan unit-unit militer. Aksi bantuan yang dilakukan oleh McDonal's cabang Israel ini kemudian dibagikan melalui sosial media mereka yaitu melalui X (Twitter).

---

<sup>6</sup>[www.instagram.com](https://www.instagram.com/p/DDG_GHJz1pp/?igsh=ZzlsYWI3d3ZzYzZi), Gerakan Boikot Sanksi Divestasi (BDS) di Indonesia, 03 Desember 2024, Diakses melalui situs: [https://www.instagram.com/p/DDG\\_GHJz1pp/?igsh=ZzlsYWI3d3ZzYzZi](https://www.instagram.com/p/DDG_GHJz1pp/?igsh=ZzlsYWI3d3ZzYzZi) pada tanggal 03 Desember 2024.



**Gambar 1. 1 Postingan X McDonald's Cabang Israel**

Sumber: Republika.com<sup>7</sup>

Pada gambar 1. 1 menjelaskan postingan yang telah diterjemahkan “kami telah membuka 5 cabang yang hanya menangani bantuan dan sumbangan kepada pasukan kemanan darurat. Setiap hari kami akan menyumbangkan sekitar 4000 makanan”. Buntut dari adanya postingan tersebut, munculah seruan untuk memboikot McDonald's karena perusahaan produk tersebut mendukung dalam konflik yang salah dan menyangkut atas hilangnya nyawa orang yang bersalah. Pelanggan McDonald's yang merupakan Pro Palestina menganggap inisiatif yang dilakukan oleh McDonald's Israel ini sebagai bagian dari dukungan barat terhadap perang yang sedang berlangsung. Karena hal tersebut masyarakat Arab dan muslim di media sosial mengecam dan menyerukan untuk memboikot McDonald's sebagai dukungan kepada warga Palestina di Gaza.

<sup>7</sup>internasional.republika.co.id, *Daftar Gerai McDonalds yang Memilih Mendukung Gaza*, 21 Oktober 2023. Diakses melalui situs: [https://internasional.republika.co.id/berita/s2v4it383/daftar-gerai-mcdonalds-yang-memilih-mendukung-gaza#google\\_vignette](https://internasional.republika.co.id/berita/s2v4it383/daftar-gerai-mcdonalds-yang-memilih-mendukung-gaza#google_vignette) pada tanggal 31 Desember 2023.

Seruan boikot ini didahului oleh para pelanggan di daerah Arab, seperti cabang-cabang McDonald's di Mesir, Arab Saudi, Lebanon, Kuwait, Oman, Turki dan Paskistan,<sup>8</sup> hingga akhirnya sampai ke Indonesia. Akibat adanya seruan untuk memboikot McDonald's Indonesia, pihak Mcdonald's Indonesia yang dimiliki oleh PT Rekso Nasional Food ikut berkomentar mengenai hal yang sedang ramai ini. PT Rekso memberikan pernyataan melalui Meta Rostiawati yang merupakan Associate Director of Communications McDonald's Indonesia bahwa PT Rekso Nasional Food sangat perihatin melihat eskalasi konflik baru-baru ini di Timur Tengah. Sebagai pemegang waralaba yang memiliki peran dalam mengembangkan jaringan McDonald's di Indonesia, bagi kami komunitas adalah jantung dari bisnis perusahaan. Simpati kami tujukan kepada para korban, keluarga mereka, dan komunitas yang terdampak.

Alih-alih menyebutkan Palestina atau Gaza pihak PT Rekso Nasional Food menggunakan kata Timur Tengah sebagai pernyataan pertempuran yang terjadi di Israel dan Palestina. Sontak hal ini sempat menjadi kontroversial di berbagai media sosial.<sup>9</sup> Dampak lain dari adanya seruan ini banyak saham-saham yang turun. Sejak 27 Oktober 2023 saham McDonald's telah jatuh sampai mencapai rekor terendah yaitu sebesar US\$245,5 per saham. Tidak

---

<sup>8</sup>[www.cnbcindonesia.com](https://www.cnbcindonesia.com), *Ini Cabang McDonald's yang Ketar-Ketir dengan Seruan Boikot*, 16 Oktober 2023. Diakses melalui situs: <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20231016151313-33-480955/ini-cabang-mcdonalds-yang-ketar-ketir-dengan-seruan-boikot> pada tanggal 12 Desember 2023.

<sup>9</sup>[www.inilah.com](https://www.inilah.com), *Enggan Sebut Palestina dan Gaza McDonald's Indonesia Dirujuk Netizen*, 30 Oktober 2023. Diakses melalui situs: <https://www.inilah.com/enggan-sebut-palestina-dan-gaza-mcdonalds-indonesia-dirujuk-netizen> pada tanggal 12 Desember 2023.

menunggu lama saham McDonald's menunjukkan tanda pemulihan dengan ditutup pada US\$261,97 per saham pada hari rabu, 01 November 2023.<sup>10</sup>

Boikot pada McDonald's sudah pernah terjadi di tahun-tahun sebelumnya. Salah satunya tahun 2014, dimana Israel kembali melakukan serangan militer di Gaza, Palestina. Dilaporkan, lebih dari 2000 penduduk Palestina telah menjadi korban. Akibatnya Palestina menanggung kerugian antara US\$4 miliar hingga US\$6 miliar. Karena itu, timbul desakan masyarakat agar bersama-sama melakukan boikot terhadap produk-produk dari Israel ataupun yang mempunyai hubungan dengan Israel. Seruan boikot di tahun ini disasarkan kepada 4 produk terutama McDonald's, Coca-Cola, Nestle dan Loreal. Yang memberikan kontribusi paling besar bagi Israel sampai mendapat anugerah "*Friends of Israel*".<sup>11</sup>

Meski telah beberapa kali menjadi sasaran boikot, McDonald's tetap dapat bertahan hingga saat ini, di tahun 2022 tercatat McDonald's telah memiliki 40.275 gerai yang tersebar di 115 negara.<sup>12</sup> Di Indonesia, PT Rekso Nasional Food atau McDonald's Indonesia telah mengukir prestasi baru di tahun 2023. McDonald's Indonesia memenangkan Top Digital Company

---

<sup>10</sup>[www.cnbcindonesia.com](https://www.cnbcindonesia.com/market/20231102093506-17-485734/disebut-dukung-israel-saham-starbucks-hingga-mcd-berguguran), *Disebut Dukung Israel, Saham Starbucks hingga McD Berguguran*, 2 November 2023. Diakses melalui situs: <https://www.cnbcindonesia.com/market/20231102093506-17-485734/disebut-dukung-israel-saham-starbucks-hingga-mcd-berguguran> pada tanggal 12 Desember 2023.

<sup>11</sup>Siti Aisyah Zakaria, Sanep Ahmad, dan Hairunnizam Wahid, "Boikot McDonald: Hukum Pelaksanaannya di Malaysia dan Kesan Terhadap Guna Tenaga", *EProsiding Seminar Fiqh Semasa (SeFis)*, (2015), hlm. 1-2.

<sup>12</sup>[dataindonesia.id](https://dataindonesia.id/varia/detail/8-negara-dengan-restoran-mcdonalds-terbanyak-pada-2022), *8 negara dengan Restoran McDonald's Terbanyak pada 2022*, 26 September 2023. Diakses melalui situs: <https://dataindonesia.id/varia/detail/8-negara-dengan-restoran-mcdonalds-terbanyak-pada-2022> pada tanggal 19 Juli 2024.

Award 2023 *'The Best in Building Digital Transformation'* untuk kategori Fast Food Restaurant yang dianugrahi oleh Majalah Marketing.<sup>13</sup>

Sebanyak 86,93% penduduk di Indonesia adalah umat muslim. Di Jawa Barat sendiri penduduk muslim berjumlah 46,92 juta jiwa atau mencapai 97,31% dari total penduduknya.<sup>14</sup> Dan salah satu daerah di Jawa Barat yang mayoritas penduduknya beragama Islam adalah Tasikmalaya. Di Tasikmalaya sangat terkenal wisata religi di kalangan umat Islam Jawa Barat. Karena wilayah ini kaya akan sejarah keagamaan dengan berbagai pesantren, masjid tua, dan makam ulama besar yang menjadi pusat penyebaran Islam di Jawa Barat. Masyarakat biasanya berlibur sekaligus memperdalam keimanan dan spiritualitas.<sup>15</sup>

Sejak tahun 1980-an Tasikmalaya sudah identik dengan pondok pesantren. Karenanya, Tasikmalaya juga dikenal dengan julukan "Kota Santri". Tidak hanya itu, banyak program atau kegiatan yang dilakukan demi menjaga dan melestarikan nilai-nilai keagamaan. Salah satu contohnya, kegiatan bulanan yang dilakukan oleh siswa sekolah dengan melaksanakan

---

<sup>13</sup>mcdonalds.co.id, *McDonald's Indonesia raih Top Digital Company Award 2023*, 11 April 2023. Diakses melalui situs: <https://www.mcdonalds.co.id/whats-on/mcdonalds-indonesia-raih-top-digital-company-award-2023> pada tanggal 19 Juli 2024.

<sup>14</sup>databoks.katadata.co.id, *10 Provinsi dengan Persentase Muslim Terbesar Tahun 2021*, 14 Februari 2022. Diakses melalui situs: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/14/10-provinsi-dengan-persentase-muslim-terbesar-tahun-2021> pada tanggal 05 September 2024.

<sup>15</sup>detik.com, *8 Wisata Religi di Tasikmalaya, Masjid, hingga Makam Para Ulama*, 18 Juni 2024. Diakses melalui situs: <https://www.detik.com/jabar/wisata/d-7395452/8-wisata-religi-di-tasikmalaya-masjid-hingga-makam-para-ulama#:~:text=Wisata%20religi%20di%20Tasikmalaya%20sangat,dengan%20banyaknya%20pondok%20pesantren%20tua> pada tanggal 05 September 2024.

shalat berjamaah, mendengarkan tausiyah, dan lainnya.<sup>16</sup> Pemerintah Kota Tasikmalaya juga menerima sebuah penghargaan sebagai Kota Wakaf 2024 dari Kemenag RI pada bulan Juli 2024.<sup>17</sup> Hal ini dapat memperlihatkan bahwa Islam telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat.<sup>18</sup>

Meskipun dianggap sebagai salah satu pusat kegiatan agama islam, Tasikmalaya juga merupakan pusat kegiatan ekonomi yang penting. Khususnya di daerah Kota Tasikmalaya, yang mana telah menunjukkan perkembangan di berbagai sektor. Hal ini dikarenakan Kota Tasikmalaya memiliki posisi yang strategis sebagai pusat berbagai kegiatan.<sup>19</sup> Perkembangan yang terjadi di Kota Tasikmalaya semakin terlihat dengan bertambahnya bisnis waralaba besar yang membuka cabangnya. Kehadiran merek besar ini dapat menunjukkan daya tarik baru dan membuka peluang lapangan pekerjaan.

Di penghujung tahun 2022, McDonald's kembali membuka gerai keduanya di Jalan Siliwangi Kota Tasikmalaya. Karena melihat potensi dan

---

<sup>16</sup>jabar.kemenag.go.id, *MAN 1 Kota Tasikmalaya Gelar Kegiatan Budaya Santri, Kenang Sejarah dan Bangkitkan Semangat Nasionalisme*, 22 Agustus 2024. Diakses melalui situs: [https://jabar.kemenag.go.id/portal/isi\\_berita/man-1-kota-tasikmalaya-gelar-kegiatan-budaya-santri-kenang-sejarah-dan-bangkitkan-semangat-nasionalisme-okB3Ms](https://jabar.kemenag.go.id/portal/isi_berita/man-1-kota-tasikmalaya-gelar-kegiatan-budaya-santri-kenang-sejarah-dan-bangkitkan-semangat-nasionalisme-okB3Ms) pada 05 September 2024.

<sup>17</sup>tasikmalaya.inews.id, *Pemkot Tasikmalaya Terima Penghargaan Kota Wakaf 2024 dari Kemenag RI*, 16 Juli 2024.. Diakses melalui situs: <https://tasikmalaya.inews.id/read/468658/pemkot-tasikmalaya-terima-penghargaan-kota-wakaf-2024-dari-kemenag-ri> pada tanggal 09 September 2024.

<sup>18</sup>daaruttarmizi.id, *10 Daerah dengan Julukan Kota Santri,, Mana Saja?*, 11 Oktober 2023. Diakses melalui situs: [https://www.daaruttarmizi.id/welcome/artikel\\_detail/10-Daerah-dengan-Julukan-Kota-Santri-Mana-Saja-25#:~:text=Tasikmalaya,sudah%20identik%20dengan%20pondok%20pesantren](https://www.daaruttarmizi.id/welcome/artikel_detail/10-Daerah-dengan-Julukan-Kota-Santri-Mana-Saja-25#:~:text=Tasikmalaya,sudah%20identik%20dengan%20pondok%20pesantren) pada tanggal 05 September 2024.

<sup>19</sup>antaranews.com, *Cheka Sebut Kota Tasikmalaya Sudah Jadi Magnet Investasi yang Kuat*, 23 Agustus 2023. Diakses melalui situs: <https://www.antaranews.com/berita/3693726/cheka-sebut-kota-tasikmalaya-sudah-jadi-magnet-investasi-yang-kuat> pada tanggal 05 September 2024.

sudah banyak pelanggan McDonald's di Tasikmalaya, hal ini juga tidak lepas dari permintaan pelanggan untuk menambah gerainya di Kota Tasikmalaya itu.<sup>20</sup> Popularitas McDonald's tidak perlu diragukan, McDonald's terkenal di berbagai kalangan umur. Lokasi yang strategis, kualitas makanan yang konsisten dan berbagai inovasi menu yang membuat McDonald's menjadi favorit bagi banyak kalangan masyarakat.

Namun, popularitas yang dimiliki McDonald's mulai mendapat tantangan setelah terjadinya seruan boikot. Kebijakan yang dilakukan McDonald's di cabang Israel dianggap bertentangan dengan nilai-nilai masyarakat Indonesia, terutama di daerah Kota Tasikmalaya. Sebagai suatu ekspresi dari kepedulian sosial dan keagamaan yang kuat dari kalangan masyarakat muslim di Kota Tasikmalaya, gabungan masyarakat dan mahasiswa melakukan aksi seruan boikot produk yang berafiliasi dan Pro Israel. Aksi tersebut dilakukan pada tanggal 30 November 2023 dimulai pada pukul 10.00 dengan mendatangi depo bahan bangunan Mitra 10 sampai berakhir di DPRD Kota Tasikmalaya. Aksi ini dilakukan sebagai bagian dari ikhtiar untuk kemerdekaan Palestina.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup>kilangbara.com, *Ada Promo, McDonald's Buka Gerai Kedua di Kota Tasik Diserbu Pengunjung*, 01 Desember 2022. Diakses melalui situs: <https://kilangbara.com/2022/12/01/ada-promo-mcdonalds-buka-gerai-kedua-di-kota-tasik-diserbu-pengunjung/> pada tanggal 09 September 2024.

<sup>21</sup>kabartasikmalaya.pikiran-rakyat.com, *Bela Palestina, Mahasiswa dan Warga di Kota Tasik Serukan Boikot Produk Terafiliasi Israel*, 30 November 2023. Diakses melalui situs: <https://kabartasikmalaya.pikiran-rakyat.com/kabar-tasikmalaya/pr-3257420342/bela-palestina-mahasiswa-dan-warga-di-kota-tasik-serukan-boikot-produk-terafiliasi-israel> pada tanggal 8 Februari 2024.

Aksi bela Palestina oleh masyarakat Kota Tasikmalaya sudah pernah terjadi di tahun sebelum-sebelumnya. Di tahun 2009, ratusan santri dan mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di Kota Tasikmalaya mendatangi restoran McDonald's di jalan HZ Mustofa Kota Tasikmalaya. Massa datang sebagai bagian dari aksi memboikot produk Amerika, ini merupakan ungkapan atas kekecewaan atas terjadinya penyerangan oleh Israel terhadap Palestina.<sup>22</sup> Aksi juga pernah terjadi pada 21 November 2012, ribuan santri dari Pondok Pesantren Miftahul Huda mengecam agresi militer Israel ke Palestina. Dalam aksinya, para santri mendatangi dan meminta restoran makan siap saji asal Amerika itu ditutup. Unjuk rasa dilakukan pada McDonald's dan KFC di Jalan HZ Mustofa Kota Tasikmalaya.<sup>23</sup>

Dalam aksi seruan boikot yang dilakukan di Kota Tasikmalaya ini, keagamaan dapat menjadi isu yang sensitif. Terutama jika boikot yang dilakukan sebagai bentuk protes terhadap produk atau perusahaan yang dianggap melanggar prinsip-prinsip Islam yang diyakini oleh masyarakat muslim. Menurut Bela Pratiwi, Khoirunnisa Miftahul Jannah, dkk ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi niat untuk memboikot, salah satunya adalah *religious motivation*.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup>edukasi.kompas.com, *Mc Donald Tasikmalaya Didemo*, 01 Januari 2009. Diakses melalui situs: <https://edukasi.kompas.com/read/2009/01/01/18555055/~Regional~Jawa> pada tanggal 09 September 2024.

<sup>23</sup>travel.kompas.com, *Demo Anti-Israel, McD dan KFC Ditutup Paksa*, 21 November 2012. Diakses melalui situs: <https://travel.kompas.com/read/2012/11/21/15403194/~Regional~Jawa> pada tanggal 09 September 2024.

<sup>24</sup>Bela Pratiwi dkk, "Analisis Pengaruh *Intention to Boycott* pada Konsumen Produk Perancis di Indonesia, *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, Vol. 2, No. 1 (2021), hlm. 264.

*Religious motivation* adalah terkaitannya keinginan sosial yang disebabkan oleh orang-orang yang beragama dan termotivasi secara intrinsik terlibat dalam perilaku yang lebih diinginkan secara sosial berdasarkan agama mereka berorientasi.<sup>25</sup> Salah satu dugaan yang dapat mempengaruhi niat untuk memboikot adalah karena adanya motivasi religius (*religious motivation*). Seseorang akan mempunyai dorongan atas kepercayaan yang dimilikinya sebagai bentuk moralitas atau solidaritas dengan saudaranya.

Selain *religious motivation* (motivasi religius), faktor yang diduga mempengaruhi niat untuk memboikot adalah *animosity*. *Animosity* adalah perasaan negatif yang kuat terhadap produk yang di produksi oleh negara atau kelompok yang dimusuhi.<sup>26</sup> Perasaan negatif yang dimiliki oleh seseorang dapat mendorongnya untuk mengambil tindakan yang ekstrim, seperti menolak produk atau perusahaan yang menjadi sumber *animosity*.

Faktor lainnya yang diduga dapat mempengaruhi keputusan boikot seperti yang disampaikan oleh Rouza Fakriza dan Ridwan Nurdin yaitu Loyalitas Merek. Loyalitas Merek merupakan sebuah komitmen yang mendalam untuk membeli suatu produk atau jasa yang dipilih pada masa yang akan datang, dengan cara membeli merek yang sama secara berulang atau membeli sekelompok merek yang sama secara berulang.<sup>27</sup> Menurut Fawzi Dekhil, Hajer Jridi dan Hana Farhat loyalitas pada sebuah merek

---

<sup>25</sup>*Ibid.*

<sup>26</sup>*Ibid.*

<sup>27</sup>Rouza Fakriza dan Ridwan Nurdin, "Pengaruh Religiusitas terhadap Boikot dengan Loyalitas Merek sebagai Variabel Moderasi pada KFC Banda Aceh", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 4, No. 1 (2019), hlm. 207.

memiliki efek negatif pada keputusan untuk berpartisipasi dalam boikot. Semakin konsumen loyal terhadap suatu merek, semakin kecil kemungkinan untuk melakukan boikot.<sup>28</sup> Oleh karena itu, penulis berasumsi bahwa loyalitas merek dapat memoderasi pengaruh dari variabel *religious motivation* dan *animosity*.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Religious Motivation* dan *Animosity* terhadap Niat untuk Memboikot Produk McDonald’s dengan Loyalitas Merek sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Konsumen Muslim Kota Tasikmalaya)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada permasalahan yang telah disebutkan, penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah *religious motivation* berpengaruh terhadap niat untuk memboikot produk McDonald’s?
2. Apakah *animosity* berpengaruh terhadap niat untuk memboikot produk McDonald’s?
3. Apakah loyalitas merek memoderasi pengaruh *religious motivation* terhadap niat untuk memboikot produk McDonald’s?

---

<sup>28</sup>Fawzi Dekhil, Hajar Jridi, Hana Farhat, “*Effect of Religiosity on the Decision to Participate in a Boycott: the Moderating Effect of Brand Loyalty-the Case of Coca-Cola*”, *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 8, No. 2 (2017), hlm. 10.

4. Apakah loyalitas merek memoderasi pengaruh *animosity* terhadap niat untuk memboikot produk McDonald's?

### C. Tujuan Masalah

Berikut tujuan penelitian penulis berdasarkan rumusan masalah di atas:

1. Untuk mengetahui pengaruh *religious motivation* terhadap niat untuk memboikot produk McDonald's.
2. Untuk mengetahui pengaruh *animosity* terhadap niat untuk memboikot produk McDonald's.
3. Untuk mengetahui peran loyalitas merek dalam memoderasi *religious motivation* terhadap niat untuk memboikot produk McDonald's.
4. Untuk mengetahui peran loyalitas merek dalam memoderasi *animosity* terhadap niat untuk memboikot produk McDonald's.

### D. Kegunaan Penelitian

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai *religious motivation*, *animosity*, niat untuk memboikot dan loyalitas merek, sehingga dapat memperkaya referensi keilmuan dan membantu pengembangan teori yang lebih baik. Hasil penelitian ini dapat digunakan menjadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan dalam menjaga kesetiaan konsumennya dan menjalankan perilaku etis untuk menyelamatkan reputasi perusahaan, sehingga tidak terancam oleh fenomena boikot.