



## ANALISIS SENTIMEN MAHASISWA MUSLIM TERHADAP GERAKAN BOIKOT PRODUK ISRAEL BERDASARKAN FATWA MAJELIS ULAMA INDONESIA

<sup>1</sup>Naufal Zul Fikri, <sup>2</sup>Diaz Muhammad Romdhon, <sup>3</sup>Achmad Faqihuddin

<sup>1</sup>Universitas Pendidikan Indonesia, FPTI, Universitas Pendidikan Indonesia, Kota Bandung  
[opnzll@upi.edu](mailto:opnzll@upi.edu)

<sup>2</sup>Universitas Pendidikan Indonesia, FPTI, Universitas Pendidikan Indonesia, Kota Bandung  
[diazmuhammadromdhon@upi.edu](mailto:diazmuhammadromdhon@upi.edu)

<sup>3</sup>Universitas Pendidikan Indonesia, FPTI, Universitas Pendidikan Indonesia, Kota Bandung  
[faqih@upi.edu](mailto:faqih@upi.edu)

*Received 25 December 2024; Revised: 2 Januari 2025; Accepted: 2 Januari 2025; Published: Januari 2025; Available online: Januari 2025*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen mahasiswa Muslim terhadap gerakan boikot produk Israel, berdasarkan fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI). Penelitian ini melibatkan 32 mahasiswa dari berbagai universitas di Indonesia, yang dipilih secara purposive untuk memastikan bahwa mereka memiliki pengetahuan terkait fatwa MUI. Data dikumpulkan secara daring menggunakan Google Form, dan dianalisis secara kualitatif serta kuantitatif untuk mengidentifikasi pola utama dalam pandangan mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa mendukung gerakan boikot dengan pemahaman yang baik terhadap fatwa MUI. Responden juga menunjukkan kesadaran yang tinggi akan pentingnya aksi boikot sebagai bentuk solidaritas terhadap Palestina, serta manfaat ekonomi berupa dukungan terhadap produk lokal. Namun, beberapa kendala dalam implementasi boikot diungkapkan, termasuk ketergantungan pada produk multinasional tertentu yang sulit dihindari. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah sampel yang terbatas dan metode daring yang mungkin tidak sepenuhnya representatif. Oleh karena itu, penelitian lanjutan disarankan untuk melibatkan lebih banyak responden dari berbagai wilayah di Indonesia dan menggunakan metode campuran seperti wawancara mendalam. Dengan pendekatan yang lebih luas dan mendalam, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi mahasiswa dalam gerakan boikot produk Israel.

**Key Word:** Boikot, Fatwa MUI, Mahasiswa Muslim, Palestina, Gerakan Sosial, Produk Israel.

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the sentiments of Muslim students towards the movement to boycott Israeli products, based on the fatwa of the Indonesian Ulema Council (MUI). This study involved 32 students from various universities in Indonesia, who were selected intentionally to ensure that they had knowledge regarding the MUI fatwa. Data were collected boldly using Google Form, and analyzed qualitatively and quantitatively to identify key patterns in students' views. The results showed that most students supported the boycott movement with a good understanding of the MUI fatwa. Respondents also showed a high awareness of the importance of the boycott action as a form of solidarity with Palestine, as well as the economic benefits of supporting local products. However, several obstacles in implementing the boycott were expressed, including dependence on certain multinational products that were difficult to avoid. This study has limitations in the limited number of samples and bold methods that may not be fully representative. Therefore, further research is recommended to involve more respondents from various regions in Indonesia and use mixed methods such as in-depth interviews. With a broader and deeper approach, it is hoped that a more comprehensive understanding can be obtained regarding the factors that influence student participation in the movement to boycott Israeli products.*

**Key Word:** : *Boycott, MUI Fatwa, Muslim Students, Palestine, Social Movement, Israeli Products.*

**PENDAHULUAN**

Boikot produk-produk Israel telah mendapat perhatian yang signifikan secara global, khususnya di Indonesia, di mana mayoritas penduduk Muslim secara historis menunjukkan solidaritas dengan Palestina. Gerakan ini sangat terkait dengan dimensi moral, ekonomi, dan politik, terutama bagi komunitas Muslim yang berpedoman pada prinsip-prinsip agama dan fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Fatwa MUI berfungsi sebagai sumber legitimasi dan dorongan penting bagi umat Islam Indonesia untuk terlibat dalam boikot, yang memperkuat komitmen mereka terhadap keadilan sosial dan solidaritas dengan perjuangan Palestina. MUI memiliki peran lama dalam membentuk hukum Islam dan membimbing tindakan umat Islam di Indonesia. Fatwa-fatwanya bukan sekadar opini

keagamaan tetapi telah berkembang menjadi instrumen yang memengaruhi perilaku sosial dan kebijakan publik. Misalnya, fatwa MUI telah berperan penting dalam membangun kerangka hukum yang selaras dengan prinsip-prinsip Islam, yang mencakup praktik ekonomi seperti memboikot produk yang terkait dengan ketidakadilan yang dirasakan terhadap umat Islam (Ansori, 2022; Witro et al., 2021). Otoritas dewan tersebut diakui secara luas, dan fatwa-fatwanya sering dianggap sebagai cerminan keinginan kolektif komunitas Muslim, sehingga akan meningkatkan dampaknya terhadap gerakan sosial seperti boikot produk Israel. Persinggungan antara tuntunan agama dan aktivisme sosial terlihat jelas dalam cara fatwa MUI selaras dengan sentimen masyarakat Indonesia yang lebih luas. Fatwa MUI sering kali mencerminkan

isu-isu kontemporer, mengadaptasi ajaran Islam tradisional ke dalam konteks modern, yang sangat penting untuk memobilisasi dukungan terhadap boikot (Mafaid et al., 2023; Mulyati, 2019). Pengaruh MUI melampaui sekadar tuntunan agama, MUI memainkan peran penting dalam membentuk opini publik dan menumbuhkan identitas kolektif di kalangan umat Islam Indonesia, khususnya dalam dukungan mereka terhadap Palestina (Nugroho & Mustaniruddin, 2022; Witro et al., 2021).

Ketegangan antara cita-cita keagamaan dan praktik konsumsi sehari-hari khususnya terasa di kalangan Muslim Indonesia terkait boikot produk-produk Israel. Meskipun banyak yang menyatakan dukungan moral dan agama untuk perjuangan Palestina dan gerakan boikot, implementasi aktualnya sering kali tidak berjalan sesuai rencana. Kesenjangan ini dapat dikaitkan dengan beberapa faktor, termasuk ketergantungan masyarakat pada produk-produk multinasional, yang banyak di antaranya terkait dengan Israel, sehingga menciptakan kesenjangan yang signifikan antara keyakinan dan perilaku konsumsi. Salah satu faktor utama yang memengaruhi kesenjangan ini adalah ketergantungan pada produk-produk dari perusahaan-perusahaan multinasional. Banyak dari produk-produk ini sangat

melekat dalam kehidupan sehari-hari, sehingga sulit bagi setiap konsumen untuk sepenuhnya memboikot tanpa menghadapi perubahan gaya hidup yang signifikan. Fenomena ini mencerminkan tren yang lebih luas di mana konsumen, terlepas dari keyakinan agama, sering kali mendapati diri mereka menavigasi lanskap konsumsi yang kompleks yang menantang sikap etis mereka (Awaludin et al., 2023; Nguyen et al., 2020). Persinggungan antara religiusitas dan budaya konsumen menunjukkan bahwa meskipun individu mungkin mendukung konsumsi etis secara teori, kendala praktis sering kali menghalangi kemampuan mereka untuk bertindak berdasarkan keyakinan ini (Awaludin et al., 2023). Konsep boikot sebagai bentuk protes politik dan solidaritas internasional memiliki sejarah yang kaya, dengan gerakan Boikot, Divestasi, Sanksi (BDS) terhadap Israel menjadi contoh kontemporer yang menonjol. Diluncurkan pada tahun 2005 oleh aktivis Palestina, gerakan BDS berupaya memanfaatkan tekanan ekonomi untuk mengadvokasi hak-hak Palestina dan telah mengumpulkan dukungan global yang signifikan, termasuk dari komunitas Muslim di Indonesia.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah mengeluarkan fatwa yang mendukung boikot produk-produk Israel, memberikan landasan agama yang kuat bagi

umat Islam untuk terlibat dalam gerakan ini. Fatwa ini tidak hanya melegitimasi boikot tetapi juga sejalan dengan prinsip-prinsip keadilan sosial dan solidaritas dengan negara-negara tertindas, khususnya Palestina. Fatwa MUI memainkan peran penting dalam membentuk sikap dan tindakan mahasiswa Muslim di Indonesia. Sebagai kelompok demografi yang sering kali lebih terlibat dengan isu-isu sosial dan politik, mahasiswa dipengaruhi oleh bimbingan agama dalam pilihan konsumen mereka. Fatwa tersebut memperkuat kewajiban moral mereka untuk mendukung perjuangan Palestina, menumbuhkan rasa solidaritas yang berakar pada keyakinan agama mereka (Agag & Colmekcioglu, 2020; Arli et al., 2021). Akan tetapi, meskipun banyak mahasiswa mungkin menyatakan dukungan terhadap boikot tersebut pada prinsipnya, implementasi boikot yang sebenarnya dapat menjadi rumit dan penuh dengan tantangan. Salah satu faktor signifikan yang memengaruhi kesenjangan antara niat dan tindakan adalah ketergantungan pada produk dari perusahaan multinasional, yang banyak di antaranya terkait dengan Israel. Ketergantungan ini menciptakan dilema bagi mahasiswa yang mungkin ingin memboikot produk-produk ini tetapi merasa sulit untuk melakukannya dalam praktik (Pitten Cate & Glock, 2019; Thijs et al., 2018). Konflik antara keyakinan etika dan perilaku konsumen

mereka menyoroti tantangan yang dihadapi oleh mahasiswa Muslim dalam menyelaraskan dukungan mereka terhadap boikot dengan realitas kehidupan sehari-hari.

Eksplorasi sentimen di kalangan mahasiswa Muslim terkait boikot produk Israel merupakan area yang masih kurang diteliti, khususnya dalam konteks Indonesia. Meskipun ada banyak literatur yang berfokus pada dimensi politik dan ekonomi dari gerakan boikot, persepsi dan sikap kelompok mahasiswa yang mewakili segmen signifikan dari masyarakat Muslim terpelajar belum ditangani secara memadai. Kesenjangan ini khususnya relevan mengingat pengaruh kuat dari bimbingan agama melalui fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), yang dapat membentuk perilaku konsumen dan pertimbangan etika di kalangan Muslim. Fatwa MUI menyediakan kerangka keagamaan yang mendorong umat Islam untuk terlibat dalam inisiatif keadilan sosial, termasuk boikot produk Israel. Namun, dampak sebenarnya dari fatwa ini terhadap sikap dan perilaku mahasiswa Muslim sebagian besar masih belum dieksplorasi. Penelitian menunjukkan bahwa fatwa dapat secara signifikan memengaruhi kepatuhan umat Islam terhadap pedoman agama dalam berbagai konteks, seperti selama pandemi COVID-19, di mana kepatuhan terhadap fatwa MUI diamati di kalangan komunitas Muslim Indonesia (Hanafi et al., 2020,

2023). Hal ini menunjukkan bahwa dinamika serupa dapat terjadi terkait gerakan boikot, namun studi khusus yang berfokus pada sentimen mahasiswa masih kurang. Kebaruan penelitian ini terletak pada eksplorasi mendalam tentang bagaimana fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) memengaruhi sentimen mahasiswa Muslim terhadap boikot produk Israel. Penelitian ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan dalam literatur yang ada dengan mengkaji tidak hanya aspek keagamaan dari dukungan terhadap boikot tetapi juga bagaimana sentimen ini terkait dengan pola dan perilaku konsumsi sehari-hari mahasiswa. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih dalam tentang interaksi antara bimbingan agama, persepsi politik, dan perilaku konsumsi dalam konteks gerakan sosial, khususnya di Indonesia.

Fatwa MUI berfungsi sebagai otoritas keagamaan yang signifikan yang dapat membentuk sikap dan tindakan umat Islam Indonesia, khususnya mahasiswa yang sering kali lebih terlibat dengan isu-isu sosial kontemporer. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa fatwa MUI dapat secara efektif memobilisasi dukungan masyarakat untuk berbagai tujuan, termasuk inisiatif kesehatan masyarakat selama pandemi COVID-19 (Hakim et al.,

2023; Hanafi et al., 2020). Hal ini menunjukkan bahwa mekanisme serupa dapat berperan terkait boikot produk Israel, di mana fatwa tersebut tidak hanya melegitimasi boikot tetapi juga mendorong partisipasi aktif di kalangan mahasiswa Muslim. Lebih jauh, peran fatwa agama dalam memengaruhi perilaku konsumsi sangat penting untuk memahami bagaimana mahasiswa menavigasi keyakinan etis mereka dalam masyarakat yang digerakkan oleh konsumen. Penelitian menunjukkan bahwa sementara banyak Muslim mungkin menyatakan dukungan untuk konsumsi etis yang selaras dengan keyakinan agama mereka, penerapan sebenarnya dari prinsip-prinsip ini dapat menjadi rumit oleh tekanan masyarakat dan ketersediaan produk (Sudarsono et al., 2024). Kompleksitas ini khususnya relevan dalam konteks gerakan BDS, dimana mahasiswa mungkin menghadapi dilema dalam menyelaraskan dukungan mereka untuk Palestina dengan pilihan konsumsi sehari-hari. Selain itu, persinggungan antara keyakinan agama dan aktivisme politik di kalangan pemuda Muslim di Indonesia merupakan area yang siap untuk dieksplorasi. Fatwa MUI sering kali mencerminkan konteks sosial-politik yang lebih luas, yang memengaruhi bagaimana mahasiswa memandang peran mereka dalam

isu-isu internasional seperti perjuangan Palestina (Muhaimin & Muslimin, 2023; Rohman, 2023). Memahami dinamika ini dapat memberikan wawasan berharga tentang bagaimana generasi muda Muslim di Indonesia menanggapi tantangan global melalui sudut pandang identitas agama dan politik mereka.

## METODE

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang sentimen mahasiswa Muslim terhadap pemboikotan produk Israel, khususnya terkait fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Pendekatan kualitatif sangat cocok untuk penelitian ini karena berfokus pada eksplorasi persepsi, pandangan, dan sikap subjektif yang muncul dari individu, khususnya mahasiswa Muslim. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menangkap nuansa emosional dan alasan yang mendasari di balik dukungan atau kurangnya dukungan terhadap gerakan pemboikotan, yang mungkin tidak dapat diungkapkan secara komprehensif oleh metode kuantitatif. Desain kualitatif efektif untuk memahami fenomena sosial yang kompleks, karena memberikan gambaran kontekstual yang kaya tentang pengalaman dan sentimen partisipan. Misalnya, (Muhamad et al., 2019) membahas peran

motivasi agama dalam pemboikotan konsumen, dengan mempertimbangkan bagaimana norma subjektif memengaruhi partisipasi dalam pemboikotan berbasis agama (Muhamad et al., 2019). Hal ini sejalan dengan fokus penelitian saat ini tentang bagaimana fatwa MUI memengaruhi sentimen dan perilaku mahasiswa Muslim terkait pemboikotan produk Israel.

Subjek penelitian ini adalah 32 mahasiswa muslim dari berbagai universitas di Indonesia, yang dipilih secara purposive berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria tersebut mencakup mahasiswa yang mengidentifikasi diri mereka sebagai muslim dan memiliki pengetahuan tentang fatwa MUI mengenai boikot produk Israel. Responden yang berasal dari beragam latar belakang studi turut memperkaya penelitian ini dengan perspektif multidisiplin, yang mencerminkan pemahaman yang lebih luas dan tidak terbatas pada satu bidang keilmuan. Metode pengambilan sampel purposive ini memastikan bahwa responden yang dipilih memiliki wawasan yang relevan tentang topik yang diteliti. Keragaman latar belakang studi di antara responden juga berkontribusi pada perspektif yang lebih luas, yang memperkaya temuan penelitian. Penelitian ini dilakukan secara daring, yang sangat menguntungkan mengingat fleksibilitas yang ditawarkannya dalam menjangkau subjek dari berbagai daerah tanpa

perlu interaksi tatap muka. Pendekatan ini sejalan dengan metodologi penelitian kontemporer yang memanfaatkan platform digital untuk memfasilitasi pengumpulan data, terutama dalam konteks di mana hambatan geografis dapat menimbulkan tantangan. Fleksibilitas pendekatan ini juga memberikan kesempatan untuk mengkaji dampak gerakan boikot di kalangan mahasiswa dengan beragam wawasan dan pengetahuan. Pengumpulan data dilakukan secara daring, suatu metode yang dipilih karena efisiensinya dalam menjangkau subjek dari berbagai daerah di Indonesia, serta kemampuannya untuk mengatasi keterbatasan geografis yang kerap menjadi kendala dalam penelitian tradisional. Dengan memanfaatkan teknologi digital, penelitian ini sejalan dengan tren metodologi kontemporer yang memaksimalkan platform daring untuk memperoleh data yang lebih representatif dan terukur secara praktis.

Etika penelitian dijaga ketat untuk memastikan anonimitas dan kerahasiaan data responden selama penelitian ini. Sebelum pengumpulan data, setiap partisipan diminta untuk memberikan persetujuan yang diinformasikan, yang mencakup penjelasan tentang tujuan penelitian, hak partisipan, dan jaminan kerahasiaan. Proses ini

sangat penting dalam penelitian kualitatif, karena menumbuhkan kepercayaan dan memastikan bahwa partisipan sepenuhnya menyadari keterlibatan mereka dalam penelitian (Swedan et al., 2020). Pengumpulan data dilakukan melalui survei daring menggunakan platform Google Forms. Metode ini tidak hanya memfasilitasi distribusi survei tetapi juga memungkinkan partisipan memiliki fleksibilitas untuk menanggapi sesuai keinginan mereka, yang sangat bermanfaat dalam menjangkau beragam kelompok responden dari berbagai wilayah (VandeVusse et al., 2022). Survei tersebut mencakup serangkaian pertanyaan terbuka yang dirancang untuk mengeksplorasi pandangan partisipan tentang gerakan boikot, pengaruh fatwa MUI, dan bagaimana faktor-faktor ini memengaruhi perilaku konsumsi mereka. Penggunaan pertanyaan terbuka efektif dalam penelitian kualitatif karena mendorong partisipan untuk mengungkapkan pikiran dan perasaan mereka dengan kata-kata mereka sendiri, sehingga menyediakan data yang lebih kaya untuk dianalisis. Format survei daring juga selaras dengan praktik penelitian kontemporer, yang semakin memanfaatkan perangkat digital untuk meningkatkan aksesibilitas dan partisipasi. Pendekatan ini khususnya relevan dalam konteks pandemi COVID-

19, di mana metode pengumpulan data tatap muka tradisional dapat menimbulkan risiko (E et al., 2020). Lebih jauh, memastikan kerahasiaan dan anonimitas adalah yang terpenting dalam penelitian kualitatif, karena melindungi partisipan dari potensi dampak yang terkait dengan pandangan dan pengalaman mereka, khususnya pada topik sensitif seperti aktivisme politik dan keyakinan agama (Mozerky et al., 2020).

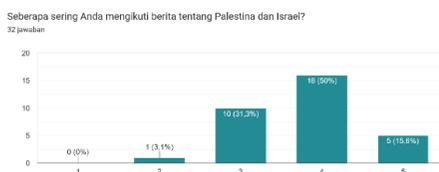
Langkah penelitian dalam penelitian ini diawali dengan merancang instrumen penelitian yang sesuai dengan tujuan dan pertanyaan penelitian. Setelah instrumen survei disiapkan, instrumen tersebut didistribusikan secara daring kepada responden terpilih, khususnya 32 mahasiswa muslim dari berbagai perguruan tinggi di Indonesia. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, di mana peneliti mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari jawaban responden. Setiap jawaban dianalisis secara mendalam untuk mengungkap pola, tren, dan variasi sentimen mahasiswa muslim terkait boikot produk Israel. Temuan yang diperoleh dari analisis ini kemudian disusun dalam bentuk naratif, yang memberikan penjelasan terperinci tentang sentimen, alasan, dan faktor yang memengaruhi pandangan mahasiswa terhadap gerakan tersebut. Pemanfaatan analisis tematik sangat didukung

dalam penelitian kualitatif, karena memungkinkan identifikasi tema dan pola utama dalam data kualitatif, sehingga memudahkan pemahaman yang lebih mendalam tentang perspektif partisipan (Hakim et al., 2023; Yusmad & Siliwadi, 2022). Metode ini sangat efektif dalam mengeksplorasi fenomena sosial yang kompleks, seperti sentimen seputar gerakan boikot, karena memungkinkan peneliti untuk menangkap nuansa pengalaman dan sikap partisipan (Hanafi et al., 2020). Selain itu, distribusi survei secara daring melalui platform seperti Google Forms meningkatkan aksesibilitas dan fleksibilitas bagi partisipan, sehingga mereka dapat merespons sesuai keinginan mereka (Marpaung, 2020). Pendekatan ini semakin umum dalam penelitian kualitatif, terutama dalam konteks di mana interaksi tatap muka mungkin sulit dilakukan (Hardiyanto et al., 2024).

## PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian ini memaparkan temuan dari data yang dikumpulkan secara online. Penelitian ini menargetkan mahasiswa Muslim yang memiliki pengetahuan tentang fatwa MUI terkait boikot produk Israel. Dengan menggunakan GForm, peneliti mampu mengumpulkan data dari 32 mahasiswa yang tersebar di berbagai universitas di Indonesia. Kuesioner yang disebarakan mencakup pertanyaan tertutup dan terbuka untuk memperoleh pandangan yang

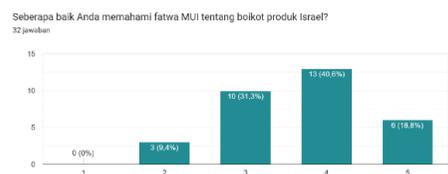
lebih komprehensif mengenai sikap mereka terhadap gerakan boikot tersebut. Hasil survei akan dianalisis secara kuantitatif dan kualitatif untuk mengidentifikasi pola-pola utama dalam sikap dan pemahaman mahasiswa terkait isu boikot. Pembahasan akan difokuskan pada interpretasi dari temuan utama, serta relevansi hasil penelitian dengan literatur yang ada.



Gambar 1. Diagram Hasil Penelitian

Dari grafik batang yang disajikan, kita dapat melihat distribusi frekuensi seberapa sering responden mengikuti berita tentang Palestina dan Israel. Mayoritas responden (50%) menyatakan mengikuti berita tentang Palestina dan Israel dengan frekuensi 4 (dalam skala 1-5), yang mengindikasikan bahwa sebagian besar responden cukup sering mengikuti berita mengenai isu ini. Sekitar 31,3% responden menyatakan mengikuti berita dengan frekuensi 3, yang menunjukkan minat yang cukup terhadap isu ini. Hanya sebagian kecil responden (18,7%) yang menyatakan mengikuti berita

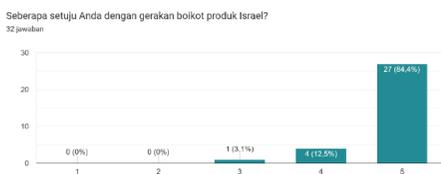
dengan frekuensi 2, 1, atau 5. Ini menunjukkan bahwa ada kelompok kecil yang sangat jarang atau sangat sering mengikuti berita. Untuk mencapai pemahaman yang lebih luas, perlu upaya untuk melibatkan kelompok yang kurang mengikuti berita, serta memberikan informasi yang lebih mendalam.



Gambar 2. Diagram Hasil Penelitian

Secara keseluruhan, hasil survei menunjukkan bahwa responden memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai fatwa MUI tentang boikot produk Israel. Sebagian besar responden (40,6%) menyatakan cukup memahami fatwa MUI tentang boikot produk Israel (skala 4) dan Sekitar 31,3% responden menyatakan memahami fatwa tersebut pada tingkat sedang (skala 3). Ini mengindikasikan bahwa banyak yang memiliki pemahaman dasar tentang fatwa ini. Namun, masih ada proporsi yang cukup signifikan yang perlu meningkatkan pemahaman mereka tentang fatwa ini. Sebanyak 18,8% responden

menyatakan memahami fatwa pada tingkat yang rendah (skala 5).



Gambar 3. Diagram Hasil Penelitian

Berdasarkan data yang disajikan, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat mendukung gerakan boikot produk Israel. Sebanyak 84.4% menyatakan sangat setuju dengan gerakan boikot produk Israel (skala 5). Hanya sebagian kecil responden (15.6%) yang menyatakan setuju dengan tingkat yang lebih rendah (skala 3 dan 4). Dukungan yang sangat tinggi ini menunjukkan adanya konsensus yang kuat di kalangan responden terkait isu ini.



Gambar 4. Diagram Hasil Penelitian

Diagram lingkaran di atas menunjukkan hasil survei terhadap 32 responden mengenai kebiasaan memboikot produk Israel. Berdasarkan diagram diatas

sebanyak 34,4% dari responden menyatakan selalu memboikot produk Israel dalam kehidupan sehari-hari. Ini menunjukkan adanya komitmen yang kuat dari mereka untuk menghindari produk-produk dari Israel. Lalu sebanyak 65,6% dari responden menyatakan bahwa mereka terkadang melakukan boikot produk Israel. Hal ini menunjukkan bahwa mereka tidak selalu konsisten dalam memboikot produk Israel atau mungkin hanya memboikot produk tertentu dari Israel. dan sebanyak 0% dari responden menyatakan tidak pernah memboikot produk Israel. Hal ini mengindikasikan bahwa semua responden memiliki kesadaran dan sikap tertentu terkait dengan isu boikot produk Israel.



Gambar 5. Diagram Hasil Penelitian

Mayoritas responden (31,3% untuk skala 5 dan 46,9% untuk skala 4) percaya bahwa gerakan boikot yang dilakukan ini efektif dan akan memberikan dampak signifikan dengan memiliki peluang untuk memberikan pengaruh yang besar dalam memberikan tekanan kepada Israel. Hanya sebagian

kecil responden (15,6% memilih skala 3, 6,3% memilih skala 2) yang memiliki persepsi negatif atau netral terhadap efektivitas gerakan boikot. Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden cenderung melihat gerakan ini secara positif.

Apakah Anda merasa gerakan boikot produk Israel memberikan dampak positif bagi masyarakat?  
32 jawaban

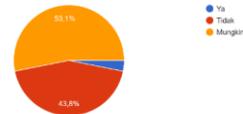


Gambar 6. Diagram Hasil Penelitian

Diagram lingkaran di atas menunjukkan hasil survei terhadap 32 responden mengenai persepsi masyarakat terhadap dampak gerakan boikot produk Israel. Berdasarkan diagram di atas sebanyak 62,5% dari responden berpendapat bahwa gerakan boikot produk Israel memberikan dampak positif bagi masyarakat. Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden percaya bahwa aksi boikot ini membawa manfaat tertentu, baik secara sosial, politik, atau ekonomi. Lalu sebanyak 34,4% dari responden menyatakan tidak setuju bahwa gerakan boikot memberikan dampak positif. Mereka mungkin berpendapat bahwa boikot tidak efektif atau bahkan memiliki dampak negatif dan hanya sebagian kecil responden yaitu 3,1% yang tidak yakin atau memberikan jawaban yang tidak pasti. Ini menunjukkan

bahwa sebagian besar responden memiliki pendapat yang cukup tegas mengenai isu ini.

Apakah Anda merasa gerakan boikot produk Israel memberikan dampak negatif bagi masyarakat?  
32 jawaban



Gambar 7. Diagram Hasil Penelitian

Diagram lingkaran di atas menunjukkan hasil survei terhadap 32 responden mengenai persepsi masyarakat terhadap dampak negatif gerakan boikot produk Israel. Berdasarkan diagram di atas sebanyak 53,1% dari responden berpendapat bahwa gerakan boikot produk Israel memberikan dampak negatif bagi masyarakat. Lalu sebanyak 43,8% dari responden tidak setuju bahwa gerakan boikot memberikan dampak negatif. Mereka mungkin berpendapat bahwa boikot tidak memberikan dampak negatif yang signifikan atau bahkan memiliki dampak positif. dan hanya sebagian kecil responden yaitu 3,1% responden tidak yakin atau memberikan jawaban yang tidak pasti. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pendapat yang cukup tegas mengenai isu ini.

Berdasarkan data, peneliti menemukan bahwa sebagian besar

mahasiswa Muslim memiliki pemahaman yang baik tentang fatwa MUI tentang pemboikotan produk Israel dan dukungan terhadap gerakan pemboikotan. Mayoritas responden melaporkan telah terlibat secara pribadi dalam pemboikotan produk, baik secara penuh maupun sesekali. Mereka menyadari bahwa gerakan ini memiliki dampak positif, khususnya dalam meningkatkan kesadaran sosial terkait konflik Palestina-Israel dan mendukung produk lokal. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa fatwa MUI secara umum mendapat respons positif dari komunitas Muslim, karena banyak individu memandang pedoman agama ini penting untuk membentuk tindakan dan keyakinan mereka (Hakim et al., 2023). Dukungan terhadap gerakan Boikot di kalangan mahasiswa mencerminkan tren keterlibatan yang lebih luas dengan isu keadilan sosial, di mana ajaran agama memainkan peran penting dalam memotivasi tindakan (Hanafi et al., 2023). Selain itu, keterlibatan aktif mahasiswa dalam pemboikotan produk Israel menunjukkan bahwa mereka memandang gerakan ini sebagai sarana untuk mengekspresikan solidaritas dengan Palestina dan berkontribusi pada tujuan yang lebih besar. Sentimen ini juga digaungkan dalam berbagai penelitian yang menyoroti pentingnya fatwa agama dalam memengaruhi perilaku masyarakat dan meningkatkan

kesadaran akan berbagai isu sosial yang kritis (Hanafi et al., 2020). Pengakuan akan dampak positif boikot terhadap produk lokal semakin menegaskan manfaat ganda dari gerakan tersebut, karena gerakan tersebut tidak hanya mengatasi berbagai masalah internasional tetapi juga mendukung perekonomian domestik (Ismail et al., 2020).

Temuan terpenting dari penelitian ini adalah hampir semua responden memahami fatwa MUI dan secara pribadi melakukan boikot. Selain itu, banyak dari mereka merasakan dampak positif dari gerakan ini, terutama dalam mendukung produk lokal dan meningkatkan kesadaran terhadap isu Palestina. Namun, beberapa responden menyatakan kekhawatiran bahwa gerakan Boikot mungkin memiliki dampak negatif, seperti ketergantungan pada produk tertentu yang sulit dihindari. Beberapa responden juga menyarankan agar sosialisasi dan edukasi dilakukan lebih intensif untuk meningkatkan efektivitas gerakan ini. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa fatwa MUI secara umum mendapat respons positif dari masyarakat Muslim, karena banyak individu memandang pedoman agama ini penting untuk membentuk tindakan dan keyakinan mereka (Hakim et al., 2023). Pengakuan dampak positif boikot terhadap produk lokal mencerminkan meningkatnya kesadaran di

kalangan mahasiswa tentang implikasi ekonomi dari pilihan konsumen mereka, yang didukung oleh literatur yang menyoroti manfaat ganda dari gerakan tersebut (Fatmawati et al., 2018). Kekhawatiran yang dikemukakan oleh beberapa responden mengenai potensi dampak negatif dari boikot, seperti ketergantungan pada produk tertentu, sejalan dengan diskusi yang lebih luas dalam literatur tentang kompleksitas perilaku konsumen dan tantangan dalam menerapkan strategi boikot secara efektif (Hanafi et al., 2020). Hal ini menyoroti perlunya upaya pendidikan dan sosialisasi yang berkelanjutan untuk meningkatkan pemahaman dan partisipasi dalam gerakan boikot, seperti yang disarankan oleh beberapa responden. Seruan untuk sosialisasi dan pendidikan yang lebih intensif digaungkan dalam studi yang menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat dan inisiatif peningkatan kesadaran untuk menumbuhkan pemahaman yang lebih dalam tentang masalah keadilan sosial, khususnya dalam konteks aktivisme keagamaan (Sudarsono et al., 2024). Dengan mengatasi kebutuhan pendidikan ini, efektivitas gerakan boikot dapat ditingkatkan secara signifikan, memungkinkan dampak yang lebih substansial pada ekonomi lokal dan kesadaran

internasional mengenai masalah Palestina.

Temuan penelitian ini sejalan dengan literatur yang menekankan pentingnya boikot sebagai bentuk protes damai, yang secara efektif memberikan tekanan ekonomi dan moral kepada pihak-pihak yang dianggap bertanggung jawab atas konflik, sebagaimana diartikulasikan dalam teori tindakan kolektif. Responden yang memahami fatwa MUI cenderung menjadi peserta yang lebih aktif dalam gerakan boikot, yang konsisten dengan literatur yang ada tentang partisipasi dalam gerakan sosial. Korelasi ini menggarisbawahi peran motivasi agama dan moral dalam mendorong keterlibatan dalam tindakan boikot. Penelitian menunjukkan bahwa boikot sering kali dimotivasi oleh faktor moral dan solidaritas sosial, yang tercermin dalam sentimen yang diungkapkan oleh responden dalam penelitian ini. Misalnya, (Muhamad et al., 2019) menyoroti bahwa motivasi agama intrinsik secara signifikan memengaruhi dukungan individu terhadap boikot, yang menunjukkan bahwa elemen budaya dan agama memainkan peran penting dalam mendorong gerakan sosial. Temuan ini mendukung gagasan bahwa memahami fatwa MUI meningkatkan keterlibatan mahasiswa dalam boikot, karena keyakinan agama mereka selaras dengan keharusan moral gerakan

tersebut (Muhamad et al., 2019). Lebih jauh, (Jami & Peoples, 2022) membahas bagaimana peluang politik, seperti konteks demokrasi, dapat meningkatkan partisipasi dalam boikot, yang menunjukkan bahwa tindakan kolektif sering kali dipengaruhi oleh lingkungan sosial-politik yang lebih luas. Perspektif ini melengkapi temuan studi saat ini, karena kesadaran responden terhadap fatwa MUI menyediakan kerangka kerja untuk memahami tindakan mereka dalam konteks keadilan sosial dan solidaritas dengan Palestina (Jami & Peoples, 2022). Selain itu, literatur menunjukkan bahwa boikot berfungsi sebagai respons kolektif terhadap ketidakadilan yang dirasakan, dengan peserta sering kali merasakan kewajiban moral untuk bertindak melawan entitas yang bertentangan dengan nilai-nilai mereka. (Delistavrou et al., 2020) menunjukkan bahwa keputusan konsumen untuk memboikot produk yang "tidak etis" dipengaruhi oleh tekanan sosial dan pertimbangan moral, sejalan dengan sentimen yang diungkapkan oleh responden yang memandang partisipasi mereka dalam boikot sebagai sarana untuk mendukung produk lokal dan meningkatkan kesadaran akan masalah Palestina (Delistavrou et al., 2020).

Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa gerakan memboikot produk Israel memiliki potensi yang signifikan untuk terus berkembang di kalangan

mahasiswa, terutama jika didukung oleh sosialisasi dan pendidikan yang lebih intensif. Universitas, organisasi masyarakat, dan pemerintah dapat memainkan peran penting dalam memfasilitasi penyebaran informasi yang lebih baik, sehingga gerakan ini menjadi lebih efektif dan berkelanjutan. Penelitian menunjukkan bahwa inisiatif pendidikan dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi dalam gerakan sosial, termasuk boikot. Misalnya, (Jami & Peoples, 2022) menyoroti bahwa peluang politik, seperti penjangkauan pendidikan dan keterlibatan masyarakat, dapat secara signifikan meningkatkan partisipasi dalam tindakan kolektif seperti boikot. Hal ini menunjukkan bahwa universitas dan organisasi harus secara aktif mempromosikan pemahaman tentang fatwa MUI dan implikasinya terhadap gerakan boikot. Selain itu, mengatasi tantangan seperti ketergantungan pada produk tertentu yang sulit diboikot tanpa solusi alternatif yang memadai sangatlah penting. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa perilaku konsumen sering kali dipengaruhi oleh ketersediaan pengganti; ketika alternatif tidak ada, individu mungkin ragu untuk terlibat sepenuhnya dalam tindakan boikot. Hal ini menggarisbawahi pentingnya mengembangkan dan mempromosikan produk lokal sebagai alternatif yang layak bagi produk yang terkait dengan

perusahaan Israel, sehingga memfasilitasi pendekatan yang lebih komprehensif terhadap gerakan boikot. Selain itu, peran modal sosial dalam memfasilitasi boikot yang efektif tidak dapat diabaikan. Penelitian oleh (Zasuwa, 2019) menunjukkan bahwa ikatan dan jaringan komunitas yang kuat dapat meningkatkan efektivitas protes konsumen, termasuk boikot. Dengan menumbuhkan rasa solidaritas dan identitas kolektif di antara mahasiswa, universitas dan organisasi komunitas dapat memperkuat gerakan dan mendorong partisipasi yang lebih aktif.

## **PENUTUP**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis sentimen mahasiswa Muslim di Indonesia terhadap gerakan boikot produk Israel berdasarkan fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI). Dengan melibatkan 32 responden dari berbagai universitas yang dipilih secara purposive, penelitian ini berhasil mengeksplorasi pemahaman mahasiswa mengenai fatwa MUI dan tingkat partisipasi mereka dalam gerakan boikot. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden mendukung gerakan boikot produk Israel, dengan berbagai tingkat pemahaman terhadap fatwa MUI. Sebagian besar mahasiswa secara pribadi terlibat dalam boikot, baik

secara konsisten maupun sesekali. Responden juga mengidentifikasi dampak positif dari boikot, termasuk peningkatan kesadaran sosial tentang isu Palestina-Israel serta dukungan terhadap produk-produk lokal. Meskipun demikian, terdapat beberapa tantangan, seperti keterbatasan dalam mengakses produk alternatif dan ketergantungan pada produk-produk tertentu yang sulit dihindari. Secara umum, temuan ini menunjukkan bahwa gerakan boikot didukung dengan baik di kalangan mahasiswa Muslim, namun masih memerlukan dukungan dan edukasi yang lebih luas untuk meningkatkan efektivitasnya. Meskipun penelitian ini memberikan wawasan yang penting tentang pandangan mahasiswa Muslim terhadap gerakan boikot produk Israel, terdapat beberapa keterbatasan yang harus diperhatikan. Pertama, ukuran sampel yang terbatas, yaitu 32 responden, mungkin tidak sepenuhnya mewakili populasi mahasiswa Muslim di seluruh Indonesia. Selain itu, penelitian ini hanya dilakukan secara daring, yang meskipun efisien, dapat membatasi keterlibatan responden yang mungkin tidak memiliki akses internet atau kenyamanan dalam menggunakan platform online. Kedua, keterbatasan pada kuesioner yang digunakan bisa menyebabkan responden tidak memberikan jawaban yang

mendalam atau reflektif mengenai sikap mereka. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar dilakukan survei dengan sampel yang lebih besar dan lebih beragam dari berbagai wilayah di Indonesia, sehingga hasil penelitian bisa lebih representatif. Selain itu, pendekatan campuran yang memadukan wawancara mendalam dengan survei daring dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan nuansa yang lebih kaya mengenai sentimen mahasiswa. Dengan demikian, penelitian lebih lanjut dapat menggali faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi mahasiswa dalam gerakan boikot dengan lebih komprehensif.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agag, G. and Colmekcioglu, N. (2020). Understanding guests' behavior to visit green hotels: the role of ethical ideology and religiosity. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 102679. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102679>
- Ansori, A. (2022). Position of fatwa in islamic law: the effectiveness of mui, nu, and muhammadiyah fatwas. *Ijtihad Jurnal Wacana Hukum Islam Dan Kemanusiaan*, 22(1), 53-72. <https://doi.org/10.18326/ijti-had.v22i1.53-72>
- Arli, D., Nguyen, T., & Nham, P. (2021). Are atheist consumers less ethical? investigating the role of religiosity and atheism on consumer ethics. *Journal of Consumer Marketing*, 38(5), 525-539. <https://doi.org/10.1108/jcm-04-2020-3755>
- Awaludin, A. (2023). Opinion leaders and product boycott intentions: factors influencing consumer behavior in support of israel boycott. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 5(2), 243-264. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2023.5.2.20166>
- Cate, I. and Glock, S. (2019). Teachers' implicit attitudes toward students from different social groups: a meta-analysis. *Frontiers in Psychology*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02832>
- Charki, F., Hornstra, L., & Thijs, J. (2021). How do i get on with my teacher? affective student-teacher relationships and the religious match between students and teachers in islamic primary schools. *British Journal of Educational Psychology*, 92(2), 465-483. <https://doi.org/10.1111/bjep.12457>
- Delistavrou, A., Krystallis, A., & Tilikidou, I. (2020). Consumers' decision to boycott "unethical" products: the role of materialism/post materialism. *International Journal of Retail & Distribution Management*,

- 48(10), 1121-1138.  
<https://doi.org/10.1108/ijrdm-04-2019-0126>
- Fatmawati, F., Noorhayati, S., & Minangsih, K. (2018). Jihad penista agama jihad nkri: antonio gramsci's hegemony theory analysis of radical da'wah phenomena in online media. *Al-Albab*, 7(2), 199.  
<https://doi.org/10.24260/alalbab.v7i2.1174>
- Hakim, M. (2023). Between exclusivity and inclusivity of institutions: examining the role of the indonesian ulema council and its political fatwa in handling the spread of covid-19. *Khazanah Hukum*, 5(3), 230-244.  
<https://doi.org/10.15575/kh.v5i3.30089>
- Hanafi, Y., Taufiq, A., Saefi, M., Ikhsan, M., Diyana, T., Hadiyanto, A., ... & Hidayatullah, M. (2022). Indonesian ulema council fatwa on religious activities during the covid-19 pandemic: an investigation of muslim attitudes and practices. *Journal of Religion and Health*, 62(1), 627-649.  
<https://doi.org/10.1007/s10943-022-01639-w>
- Hanafi, Y., Taufiq, A., Saefi, M., Ikhsan, M., Diyana, T., Hadiyanto, A., ... & Mawardi, A. (2020). Indonesian ulema council fatwa on religious practices during covid-19 pandemic: an investigation of muslim compliance..  
<https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-33784/v1>
- Hardiyanto, S. (2023). Analysis of the fatwa of the indonesian ulema council supporting halal certification and the progress of indonesian muslims. *Pharos Journal of Theology*, (105(1)).  
<https://doi.org/10.46222/pharosjot.10521>
- Ismail, I., Tahlil, T., Nurussalam, N., & Kesuma, Z. (2020). The application of social marketing to change smoking behavior of students in traditional islamic boarding schools in aceh. *Open Access Macedonian Journal of Medical Sciences*, 8(E), 606-610.  
<https://doi.org/10.3889/oamjms.2020.5117>
- Jami, W. and Peoples, C. (2022). Political opportunity, democracy, and 40 years of protest, 1981-2020: a cross-national analysis. *Social Science Quarterly*, 103(6), 1440-1458.  
<https://doi.org/10.1111/ssqu.13202>
- Mafaid, A. (2023). Dynamics of mui's fatwa on zakat al-fitr paid in qimah: analysis of guidelines for issuing fatwas. *International Journal Ihya*

- Ulum Al-Din, 25(2), 188-197.  
<https://doi.org/10.21580/ihya.25.2.19057>
- Marpaung, W. (2020). The impact of dharar [damage], maslahat [benefits] and religiosity to smoking behaviour. Contagion Scientific Periodical Journal of Public Health and Coastal Health, 2(2), 118.  
<https://doi.org/10.30829/contagion.v2i2.14857>
- Muhaimin, R. (2023). The role of the council of indonesian ulama (mui) to the development of a madani society in the democratic landscape of indonesia. Aspirasi Jurnal Masalah-Masalah Sosial, 14(2).  
<https://doi.org/10.46807/aspirasi.v14i2.3368>
- Muhamad, N., Khamarudin, M., & Fauzi, W. (2018). The role of religious motivation in an international consumer boycott. British Food Journal, 121(1), 199-217.  
<https://doi.org/10.1108/bfj-02-2018-0118>
- Mulyati, M. (2019). Kontribusi mui dalam pengembangan dan penerapan hukum islam di indonesia. Al-Mashlahah Jurnal Hukum Islam Dan Pranata Sosial, 7(01), 83.  
<https://doi.org/10.30868/am.v7i01.547>
- Nguyen, T., Chou, S., Blankson, C., & Wilson, P. (2020). The invisible identity in a visible world: how religiosity mediates consumer culture and the marketplace. Journal of Product & Brand Management, 29(1), 15-30.  
<https://doi.org/10.1108/jpbm-10-2018-2066>
- Nugroho, B. and Mustaniruddin, A. (2022). The argument structures of seven mui fatwas on the pandemic throughout 2020: how they nurture the people masalah..  
<https://doi.org/10.4108/eai.20-10-2021.2316448>
- Parsons, M., Walsh, H., Baldwin, K., McIntosh, T., & DuBois, J. (2020). Research participant views regarding qualitative data sharing. Ethics & Human Research, 42(2), 13-27.  
<https://doi.org/10.1002/eahr.500044>
- Rohman, R. (2023). Negotiating islam: a study on the debus fatwa of the indonesian council of ulama in banten. Islamic Studies Review, 2(1), 96-119.  
<https://doi.org/10.56529/isr.v2i1.119>
- Sударsono, H., Ikawati, R., Kurnia, A., Azizah, S., & Kholid, M. (2023). Effects of religiosity, halal knowledge and halal certification on the intention of muslims to use the halal vaccine during covid-19 pandemic. Journal of Islamic Marketing, 15(1), 79-100.  
<https://doi.org/10.1108/jima-06-2021-0179>

- Swedan, S., Khabour, O., Alzoubi, K., & Aljabali, A. (2020). Graduate students reported practices regarding the issue of informed consent and maintaining of data confidentiality in a developing country. *Heliyon*, 6(9), e04940. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04940>
- Sutter, E., Zaçe, D., Boccia, S., Pietro, M., Geerts, D., Borry, P., ... & Huys, I. (2020). Implementation of electronic informed consent in biomedical research and stakeholders' perspectives: systematic review. *Journal of Medical Internet Research*, 22(10), e19129. <https://doi.org/10.2196/19129>
- VandeVusse, A., Mueller, J., & Karcher, S. (2021). Qualitative data sharing: participant understanding, motivation, and consent.. <https://doi.org/10.31235/osf.io/ghkjz>
- Witro, D., Hakim, A., & Komaruddin, K. (2021). Characteristics and essence of fatwas on islamic economic law in indonesia. *Ahkam Jurnal Hukum Islam*, 9(1), 155-174. <https://doi.org/10.21274/ahkam.2021.9.1.155-174>
- Yusmad, M. and Siliwadi, D. (2022). The position of the fatwa of the indonesian ulema council number 33 of 2018 concerning the measles-rubella vaccine: national law perspective. *Jurnal Ilmiah Al-Syir Ah*, 20(1), 123. <https://doi.org/10.30984/jis.v20i1.1836>
- Zasuwa, G. (2019). The role of individual- and contextual-level social capital in product boycotting: a multilevel analysis. *Sustainability*, 11(4), 949. <https://doi.org/10.3390/su11040949>