



BOIKOT PRODUK AFILIASI ISRAEL SEBAGAI STRATEGI EKONOMI UMAT : PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH DAN TEORI ASHABIYAH IBNU KHALDUN

Adibah Safina Yusuf

Institut Daarul Qur'an Jakarta

Email: adibahsf@gmail.com

Rizki Dwi Anggraini

Institut Daarul Qur'an Jakarta

Email: rizkidwi@idaqu.ac

Ahmad Misbakh Zainul Musthofa

Institut Daarul Qur'an Jakarta

Email: misbakh8musthofa@idaqu.ac.id

Abstract

The boycott movement of Israel's affiliated products developed as a form of community solidarity as well as an economic strategy of the people. This study aims to analyze the practice of the boycott movement based on the perspective of sharia maqashid and explain its representation in the ashabiyah theory of Ibn Khaldun. The research uses a qualitative method with a library research approach. Data is obtained from books, scientific journals, fatwas, official reports, and other relevant documents, then analyzed in a descriptive-analytical manner. The results of the study show that in the perspective of maqashid sharia, the boycott movement reflects efforts to realize benefits through the protection of religion (hifzh ad-din), soul (hifzh an-nafs), and property (hifzh al-mal). Meanwhile, Ibn Khaldun's ashabiyah theory explains that the success of the boycott movement is influenced by social solidarity strengthened by religious values and common goals. Thus, the boycott movement is not only understood as a form of social protest, but also as an economic strategy of the ummah that leads to the benefit and strengthening of community solidarity.

Keywords: *Boycott, Maqashid Shariah, Ashabiyah, Economic Strategy of the Ummah.*

Abstrak

Gerakan boikot produk afiliasi Israel berkembang sebagai bentuk solidaritas masyarakat sekaligus strategi ekonomi umat. Penelitian ini bertujuan menganalisis praktik gerakan boikot berdasarkan perspektif maqashid syariah serta menjelaskan representasinya dalam teori ashabiyah Ibnu Khaldun. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (library research). Data diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, fatwa, laporan resmi, dan dokumen lain yang relevan, kemudian dianalisis secara deskriptif-analitis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam perspektif maqashid syariah, gerakan boikot mencerminkan upaya mewujudkan kemaslahatan melalui perlindungan agama (hifzh ad-din), jiwa (hifzh an-nafs), dan harta (hifzh al-mal). Sementara itu, teori ashabiyah Ibnu Khaldun

menjelaskan bahwa keberhasilan gerakan boikot dipengaruhi oleh solidaritas sosial yang diperkuat oleh nilai-nilai keagamaan dan tujuan bersama. Dengan demikian, gerakan boikot tidak hanya dipahami sebagai bentuk protes sosial, tetapi juga sebagai strategi ekonomi umat yang mengarah pada kemaslahatan serta penguatan solidaritas masyarakat.

Kata Kunci: Boikot, Maqashid Syariah, Ashabiyah, Strategi Ekonomi Umat

A. Pendahuluan

Konflik antara Palestina dan Israel merupakan salah satu konflik berkepanjangan yang hingga saat ini masih menimbulkan dampak luas. Krisis kemanusiaan yang terus berlangsung telah juga melahirkan berbagai bentuk gerakan solidaritas masyarakat dunia, salah satunya melalui aksi boikot terhadap produk yang dianggap terafiliasi Israel. Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS) pertama kali diserukan pada tahun 2005 oleh masyarakat sipil Palestina kepada masyarakat internasional untuk melakukan pemboikotan, penarikan investasi, serta pemberlakuan sanksi terhadap Israel dan pihak-pihak yang terafiliasi dengannya (Alfarisi, 2024). Aksi kolektif ini kemudian berkembang menjadi gerakan sosial yang melibatkan berbagai lapisan masyarakat melalui media sosial maupun perilaku konsumsi sehari-hari.



Kondisi tersebut kemudian menimbulkan dampak ekonomi yang cukup signifikan terhadap beberapa perusahaan yang menjadi sasaran boikot. KFC, yang dimiliki oleh PT Fastfood Indonesia Tbk (FAST), merupakan salah satu *brand* yang terkena dampak signifikan dari aksi boikot ini.

Berdasarkan laporan tahunan perusahaan, pendapatan pada tahun 2024 mengalami penurunan menjadi 4,87 Triliun atau turun sekitar 17,85 persen dibandingkan dengan tahun sebelumnya (PT Fast Food Indonesia Tbk, 2024). Adapun terkait dinamika operasional, jumlah gerai juga berkurang dari 762 menjadi 715 unit, disertai penurunan jumlah tenaga kerja hingga lebih dari dua ribu orang.(Daffa Shiddiq Al-Fajri, 2024)

Data tersebut menunjukkan bahwa aksi boikot turut memengaruhi kondisi bisnis perusahaan yang menjadi sasaran, baik dari segi pendapatan maupun operasional perusahaan. Fenomena boikot produk afiliasi Israel menarik untuk diteliti karena tidak hanya berkaitan dengan perilaku konsumsi masyarakat , tetapi juga menyangkut prinsip-prinsip kemaslahatan yang menjadi tujuan utama syariat Islam (maqashid syariah) (Janah dkk., 2025). Pada penelitian ini, perspektif maqashid syariah, digunakan untuk menganalisis sejauh mana gerakan boikot mampu mewujudkan kemaslahatan dan mencegah kemudharatan, khususnya dalam aspek menjaga agama (hifzh ad-din) jiwa (hifzh an-nafs), dan harta (hifzh al-mal). Kemudian, keberhasilan gerakan boikot sebagai aksi kolektif juga dapat dianalisis melalui teori ashabiyah Ibnu Khaldun yang menjelaskan pentingnya solidaritas sosial dalam membangun kekuatan suatu kelompok untuk mencapai tujuan bersama (Thaha, 2019).

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas fenomena boikot produk afiliasi Israel dari berbagai sudut pandang. Penelitian Azmi Alfarisi. Membahas tentang gerakan sosial modern: seruan boikot produk afiliasi Israel melalui media sosial (Alfarisi, 2024). Penelitian Sabrina Nufikho Hidayah dan Malta Ananyasari meneliti tentang persepsi masyarakat muslim terhadap gerakan boikot produk pro-Israel sebagai bentuk jihad ekonomi (Sabrina Nufikho Hidayah & Malta Ananyasari, 2025). Sementara itu penelitian lain lebih banyak membahas dampak boikot terhadap citra merek, keputusan pembelian konsumen, maupun kinerja perusahaan. Akan tetapi, penelitian-penelitian tersebut masih berfokus pada aspek perilaku konsumen, dan media sosial. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan (novelty) dengan mengkaji gerakan boikot sebagai strategi ekonomi umat dalam perspektif maqashid syariah sekaligus

menghubungkannya dengan konsep solidaritas sosial melalui teori ashabiyah Ibnu Khaldun.

Atas dasar kebaruan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik gerakan boikot produk afiliasi Israel dalam perspektif maqashid syariah serta menjelaskan bagaimana gerakan tersebut merepresentasikan konsep ashabiyah menurut Ibnu Khaldun, dengan demikian penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi akademis terhadap pengembangan kajian ekonomi Islam sekaligus menjadi bahan refleksi bagi masyarakat dalam membangun kesadaran ekonomi yang lebih kritis, dan fokus pada kemaslahatan umat.

B. Pembahasan

1. Praktik Gerakan Boikot Terhadap Produk Terafiliasi Israel Ditinjau Berdasarkan Prinsip Maqashid Syariah

a. Hifzh Ad-din

Pada kerangka *al-daruriyat al-khams* (lima kebutuhan primer) hifzh ad-din tidak hanya dipahami sebagai penjagaan aspek ritual keagamaan, tetapi juga mencakup perlindungan terhadap eksistensi, nilai, dan keberlanjutan praktik keagamaan dalam kehidupan sosial. Al-syatibi menjelaskan bahwa penjagaan agama mencakup (min nahiyat al-‘adam) berfungsi untuk mencegah segala bentuk hal yang dapat melemahkan fondasi keberagamaan umat, baik secara langsung maupun tidak langsung (Rokhim & Supardi, 2021).

Pada perspektif tersebut, aksi boikot produk terafiliasi Israel, dinilai sebagai salah satu bentuk upaya sosial-ekonomi (Hidayaturrahman dkk., 2024) yang memiliki keterkaitan dengan tujuan hifzh ad-din. Keterkaitan ini muncul karena boikot dipandang sebagai respond terhadap berbagai bentuk ketidakadilan dan penindasan yang dinilai tidak sejalan dengan nilai-nilai moral.

Landasan normatif mengenai hal tersebut diperkuat melalui Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 yang menyatakan bahwa mendukung perjuangan kemerdekaan Palestina hukumnya wajib, sedangkan memberikan dukungan terhadap agresi Israel, baik secara langsung maupun tidak langsung, hukumnya haram (FATWA MAJELIS ULAMA INDONESIA Nomor : 83 Tahun 2023). Kehadiran fatwa ini

menegaskan bahwa seorang muslim dituntut untuk berhati-hati dalam setiap aktivitas ekonomi yang berpotensi memberikan manfaat kepada pihak yang melakukan kezaliman. Dengan demikian, gerakan boikot dapat dipahami sebagai salah satu bentuk penerapan *hifzh ad-din* dalam bidang ekonomi.

Implementasi gerakan boikot khususnya di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan. Hasil survey GoodStats menunjukkan bahwa sebanyak 68,1% responden melakukan boikot atas dasar solidaritas terhadap masyarakat Palestina, sedangkan sekitar 30% responden menjadikan agama sebagai alasan utama berpartisipasi dalam gerakan boikot (B. Lubis, 2024). Data ini menunjukkan bahwa solidaritas kemanusiaan masih menjadi motivasi utama, meskipun motivasi keagamaan juga memiliki pengaruh yang cukup besar dalam mendorong partisipasi masyarakat.

Abosag & Farah (2014) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa boikot yang didorong oleh agama cenderung lebih kuat dan memberikan dampak yang lebih besar terhadap suatu produk. Karena itu, penguatan pemahaman Karena itu, penguatan pemahaman maqashid syariah—khususnya pada aspek *hifzh ad-din*, penting agar aksi ini berubah dari sekedar tren kemanusiaan menjadi kesadaran beragama yang kokoh (Efendi dkk., 2025).

Dalam pandangan penulis, kesadaran tersebut perlu dibangun melalui pemahaman bahwa aktivitas konsumsi merupakan bagian dari ibadah yang akan dimintai pertanggung jawaban. Rasulullah SAW bersabda :

...لَا تَزُولُ قَدَمَا عَبْدٍ يَوْمَ الْقِيَامَةِ حَتَّى يُسْأَلَ عَنْ عُمْرِهِ فَيَمَّا أَفْنَاهُ... وَعَنْ مَالِهِ مِنْ أَيْنَ اكْتَسَبَهُ وَفِيمَا أَنْفَقَهُ

Termahnya : “tidak akan bergeser kedua kaki seorang hamba pada hari kiamat sampai ditanya tentang umurnya untuk apa dihabiskan, tentang ilmunya untuk apa digunakan, tentang hartanya darimana diperoleh dan untuk apa dibelanjakan, dan tentang tubuhnya untuk apa ia menghabiskannya.” (HR. Tirmidzi, No. 2417, Hasan Shahih).

Memilih produk alternatif yang tidak terafiliasi dengan Israel merupakan salah satu bentuk penerapan *hifzh ad-din*, yaitu menjaga komitmen keagamaan agar harta yang digunakan tidak ikut mendanai tindakan yang mengakibatkan korban jiwa. Tantangan terbesar dalam aksi boikot adalah menurunnya partisipasi

masyarakat ketika perhatian publik terhadap konflik Palestina mulai berkurang. Oleh karena itu, penting menjadikan Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 bukan hanya respons terhadap situasi yang bersifat sementara, tetapi sebagai pedoman yang dapat diterapkan secara berkelanjutan. Dengan demikian, keputusan untuk melakukan boikot tidak lagi bergantung pada tren media sosial, tetapi tercipta dari kesadaran untuk menaati ajaran agama.

Penulis berpendapat bahwa kunci utama agar gerakan boikot ini bertahan lama adalah melalui edukasi agama yang menyentuh hati dan logika masyarakat. Boikot akan menjadi wujud perlindungan agama (*hifzh ad-din*) yang kuat jika masyarakat memandangnya sebagai sebuah tameng untuk menjaga kesucian iman dan harta mereka sendiri dari dosa tidak langsung mendukung kezaliman.

b. *Hifzh An-Nafs*

Selain berkaitan dengan pemeliharaan agama (*hifzh ad-din*), gerakan boikot terhadap produk yang terafiliasi Israel juga memiliki hubungan dengan prinsip *hifzh an-nafs* (memelihara jiwa). Dalam tingkatan *al-daruriyat al-khams*, *hifzh an-nafs* menempati posisi yang sangat penting karena bertujuan melindungi kehidupan manusia dari segala bentuk ancaman yang dapat menghilangkan atau merusak jiwa tanpa alasan yang dibenarkan oleh syariat. Allah berfirman dalam QS. Al-Isra ayat 33 :

وَلَا تَقْتُلُوا النَّفْسَ الَّتِي حَرَّمَ اللَّهُ إِلَّا بِالْحَقِّ

Terjemahnya: “Dan janganlah kamu membunuh jiwa yang diharamkan Allah (membunuhnya), kecuali dengan suatu alasan yang benar.”

Ayat tersebut menegaskan bahwa menjaga kehidupan manusia merupakan salah satu tujuan utama syariat. Dalam konteks konflik Palestina-Israel, prinsip *hifzh an-nafs* dapat dikaitkan dengan kondisi empiris yang semakin memprihatinkan. Konflik yang masih berlangsung hingga tahun 2025 telah menyebabkan krisis kemanusiaan yang semakin serius (Munajar dkk., 2025). Berdasarkan laporan *United Nations for the Coordination of Humanitarian Affairs*, mengutip data *Ministry of Health/MoH* hingga pertengahan tahun 2025 jumlah korban meninggal dunia telah mencapai lebih dari 58.000 jiwa, sedangkan lebih

dari 139.000 orang mengalami luka-luka, dengan mayoritas merupakan warga sipil (United Nations, 2025).

Tingginya angka korban jiwa menunjukkan adanya ancaman serius terhadap tujuan utama syariat dalam menjaga dan melindungi kehidupan manusia. Kondisi tersebut kemudian mendorong munculnya berbagai bentuk solidaritas masyarakat internasional, salah satunya melalui gerakan boikot yang dilakukan sebagai bentuk tekanan ekonomi dengan harapan dapat mengurangi dukungan finansial terhadap pihak-pihak yang dinilai berkontribusi terhadap keberlangsungan konflik (Sartika dkk., 2025).

Boikot memang tidak dapat dipahami sebagai upaya yang secara langsung menghentikan konflik bersenjata ataupun menurunkan jumlah korban jiwa dalam waktu singkat. Namun, apabila dilakukan secara kolektif, konsisten, dan meluas, boikot berpotensi menimbulkan tekanan ekonomi dan reputasi terhadap perusahaan maupun pihak-pihak yang memiliki hubungan bisnis dengan Israel. Sebagai contoh nyata dapat dilihat dari respons beberapa perusahaan yang menjadi sasaran boikot. Salah satunya adalah PT Rekso Nasional Food, selaku pemegang waralaba McDonald's Indonesia, yang menyalurkan bantuan kemanusiaan sebesar 1,5 miliar melalui BAZNAS sebagai bentuk kepedulian terhadap masyarakat Palestina (McDonald's, 2023).

Hal ini membuktikan bahwa meskipun langkah tersebut tidak menghentikan konflik secara langsung, kondisi ini menunjukkan bahwa tekanan publik melalui gerakan boikot mampu mendorong perusahaan untuk mengambil kebijakan sebagai bentuk respons terhadap tuntutan masyarakat. Dalam perspektif maqashid syariah, kondisi tersebut sejalan dengan kaidah fiqh *dar'ul mafasid muqaddam 'ala jalbil mashalih* (mencegah kemudharatan lebih didahulukan daripada meraih kemaslahatan) (Syahidah & Fauzi, 2025). Oleh karena itu, gerakan boikot dapat diposisikan sebagai salah satu bentuk usaha masyarakat untuk mengurangi potensi kemudharatan yang lebih besar, meskipun efektivitasnya tetap dipengaruhi oleh tingkat partisipasi masyarakat serta dukungan berbagai pihak.

Berdasarkan hasil analisis, penulis berpendapat bahwa gerakan boikot memiliki keterkaitan dengan prinsip *hifzh an-nafs* karena dilakukan sebagai salah

satu bentuk ikhtiar untuk mengurangi dukungan ekonomi terhadap pihak yang dinilai berkontribusi dalam krisis kemanusiaan di Palestina. Meskipun tidak secara langsung dapat menghentikan konflik, aksi tersebut tetap mencerminkan kepedulian terhadap perlindungan jiwa manusia yang menjadi salah satu tujuan utama syariat.

c. *Hifzh Al-Mal*

Perspektif maqashid syariah, hifzh al-mal merupakan bagian dari *al-dharuriyat al-khams* yang berfokus pada perlindungan harta sebagai penunjang kehidupan manusia. Imam Al-Ghazali memandang harta sebagai salah satu unsur pokok yang harus dijaga karena menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan hidup dan mewujudkan kemaslahatan (Abdussalam & Shodiq, 2022).

Pemahaman tersebut kemudian dikembangkan oleh Imam Asy-Syatibi yang menilai perlindungan harta tidak hanya menyangkut hak kepemilikan individu, tetapi juga mencakup keberlangsungan aktivitas ekonomi yang memberikan manfaat bagi masyarakat (Pertiwi & Herianingrum, 2024). Dengan demikian, hifzh al-mal dalam maqashid syariah tidak hanya terbatas pada menjaga harta yang telah dimiliki, tetapi juga mencakup upaya memperoleh harta secara halal (Fadilah, 2025). Prinsip tersebut selaras dengan firman Allah QS. An-Nisā' [4]: 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahnya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Pada konteks pemboikotan, ayat ini dapat diartikan sebagai larangan untuk menggunakan harta dalam transaksi yang mendukung kezaliman atau ketidakadilan (Nur dkk., 2024). Kampanye boikot mendorong sebagian masyarakat mengalihkan konsumsi dari produk yang dianggap memiliki afiliasi dengan Israel kepada produk alternatif. Fenomena ini secara nyata memberikan tekanan finansial serta

memengaruhi performa dan stabilitas keuangan perusahaan yang menjadi sasaran boikot.

Perspektif maqashid syariah, penurunan kinerja keuangan pada perusahaan terdampak dipandang sebagai bentuk implementasi hifzh al-mal dari aspek min nahiyat al-'adam (Rokhim & Supardi, 2021) yaitu menjaga harta dengan cara mencegah timbulnya mafsadah. Pengalihan konsumsi ini dinilai sebagai upaya mengurangi aliran manfaat ekonomi kepada pihak yang dianggap memperoleh keuntungan dari konflik kemanusiaan.

Dinamika di lapangan juga memperlihatkan konsekuensi lain yang tidak dapat diabaikan. Dampak boikot pada akhirnya turut dirasakan oleh para pekerja khususnya dalam negeri yang mengalami pengurangan tenaga kerja atau kehilangan mata pencaharian. Hilangnya pendapatan ini berpotensi mengurangi kemampuan para pekerja dalam memenuhi kebutuhan hidup diri sendiri dan keluarganya.

Persoalan tersebut menunjukkan bahwa gerakan boikot menghadirkan dua kepentingan yang sama-sama mengandung unsur kemaslahatan. Di satu sisi, boikot dipandang sebagai usaha untuk mengurangi dukungan ekonomi terhadap pihak yang dianggap berkontribusi terhadap kemudharatan kemanusiaan. Di sisi lain, dampaknya menimbulkan tekanan ekonomi bagi tenaga kerja yang menggantungkan penghasilannya pada perusahaan yang menjadi sasaran.

Pada kerangka maqashid syariah, kaidah *dar'ul mafasid muqaddam 'ala jalbil mashalih* memberikan dasar bahwa pencegahan kemudharatan harus diprioritaskan (Syahidah & Fauzi, 2025), namun penerapannya tetap memperhatikan kaidah *adh-dhararu la yuzalu bi adh-dharar*. Kaidah ini menjelaskan bahwa apabila suatu perkara terdapat kemudharatan dan keduanya saling bertentangan, maka kaidah ini memerintahkan untuk menghilangkan suatu kemudharatan agar tidak melahirkan kemudharatan baru yang lebih besar (Nur dkk., 2024).

Berdasarkan hasil analisis, peneliti berpendapat bahwa efektivitas gerakan boikot dalam perspektif *hifzh al-mal* tidak dapat diukur hanya dari besarnya kerugian ekonomi yang dialami perusahaan terdampak. Tolak ukur utamanya adalah sejauh mana gerakan tersebut mampu mengurangi aliran manfaat ekonomi kepada pihak yang dipandang berkontribusi terhadap kemudharatan, tanpa mengabaikan perlindungan terhadap harta masyarakat yang terdampak (khususnya para pekerja dari perusahaan yang terafiliasi). Oleh karena itu boikot harus dipahami sebagai strategi ekonomi yang tidak berhenti pada penghentian konsumsi, tetapi juga diikuti dengan pemberdayaan UMKM, dan penciptaan peluang kerja baru.

2. Gerakan Boikot Produk Terafiliasi Israel sebagai Representasi ‘Ashabiyah Ibnu Khaldun

Keberhasilan gerakan boikot terhadap produk yang terafiliasi dengan Israel tidak semata-mata ditentukan oleh banyaknya individu yang memilih menghentikan konsumsi, tetapi juga oleh kemampuan gerakan tersebut membangun tindakan kolektif secara berkelanjutan. Pilihan untuk tidak membeli suatu produk pada dasarnya merupakan keputusan personal. Namun, Ketika keputusan tersebut dilakukan secara serentak oleh masyarakat dalam jumlah besar dan dengan tujuan yang sama, boikot berkembang menjadi kekuatan sosial yang mampu memberikan tekanan terhadap aktivitas ekonomi perusahaan yang menjadi sasaran. Fenomena tersebut menarik untuk dianalisis menggunakan teori *ashabiyah* Ibnu Khaldun.

Ibnu Khaldun menjelaskan, bahwa manusia secara alami memiliki kecenderungan untuk membela kelompok yang dianggap dekat dengan dirinya, baik karena hubungan keluarga, maupun atas dasar kepentingan bersama. Kecenderungan tersebut melahirkan solidaritas (*ashabiyah*) yang mendorong anggota kelompok untuk saling mendukung ketika menghadapi ancaman maupun memperjuangkan tujuan bersama. Solidaritas inilah yang menurut Ibnu Khaldun menjadi sumber kekuatan utama bagi suatu kelompok sehingga mampu bertahan dan mencapai tujuan yang dikehendaki (Thaha, 2019).

Bentuk nyata dari solidaritas tersebut dapat dilihat melalui berkembangnya gerakan *Boycott, Divestment, and Sanctions* (BDS) yang sejak tahun 2005

mengoordinasikan kampanye boikot terhadap perusahaan-perusahaan yang dinilai terlibat atau memperoleh keuntungan dari pendudukan Israel atas wilayah Palestina. Gerakan ini didukung dari organisasi masyarakat sipil, serikat pekerja, komunitas keagamaan di berbagai negara (BNC, 2024).

Pada era digital, gerakan solidaritas semakin cepat meluas melalui media sosial, berbagai kampanye yang dilakukan sebagai sarana literasi digital mengenai boikot kepada masyarakat. Penelitian (Sopiyah & Akhmad Rifa'i, 2025) menunjukkan bahwa akun Instagram **@gerakanbds** efektif sebagai media kampanye boikot. Terlihat dari tingginya interaksi pengguna media sosial melalui jumlah *likes*, komentar, dan *shares*, menunjukkan bahwa media sosial berperan dalam memperluas jangkauan kampanye serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam aksi boikot.

Pada konteks boikot produk yang terafiliasi dengan Israel, ashabiyah dibangun atas dasar solidaritas kemanusiaan dan identitas keagamaan (Yanti dkk., 2025). Menurut Ibnu Khaldun, agama mampu memperkuat solidaritas melalui kesatuan tujuan. Beliau menyatakan bahwa “sekali orang-orang (yang memiliki satu cap keagamaan) tersebut memiliki perhatian (yang tepat) terhadap urusan mereka, maka tak ada yang bisa menghalangi mereka, sebab pandangan mereka satu dan tujuan mereka pun sama.” (Thaha, 2019) Pernyataan ini menunjukkan bahwa agama tidak hanya berfungsi sebagai identitas spiritual, tetapi juga sebagai faktor utama yang memperkuat ikatan sosial sehingga mendorong individu untuk bertindak secara kompak.

Di Indonesia, realisasi dari teori ini terlihat setelah diterbitkannya Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 tentang Hukum Dukungan terhadap Perjuangan Palestina. Fatwa tersebut tidak hanya memberikan pedoman mengenai kewajiban mendukung perjuangan Palestina, tetapi juga menganjurkan umat Islam untuk menghindari transaksi dan penggunaan produk yang diketahui memberikan dukungan terhadap agresi Israel apabila tersedia alternatif lain. Fatwa tersebut memperkuat kesadaran kolektif masyarakat dalam gerakan boikot.

Keterkaitan antara teori Ibnu Khaldun dengan realita di masyarakat ini dibuktikan oleh Penelitian (Akbar dkk., 2025) yang menunjukkan 64,2 % responden memilih berpartisipasi dalam aksi boikot setelah diterbitkannya Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023. Selain itu, sebanyak 73% responden mengaku terdorong oleh rasa simpati terhadap masyarakat Palestina. Data ini menjadi bukti nyata dari konsep ashabiyah yang digerakkan oleh nilai agama.

Fatwa MUI berfungsi sebagai pengikat yang menyatukan pandangan dan tujuan umat. Dengan demikian, fenomena boikot di Indonesia membuktikan relevansi pemikiran Ibnu Khaldun bahwa ketika masyarakat disatukan oleh tujuan dan nilai keagamaan yang sama, solidaritas (ashabiyah) yang dihasilkan akan menjadi kekuatan kolektif yang mampu menggerakkan aksi nyata dilapangan.

Penulis berpendapat bahwa keberhasilan gerakan boikot terhadap produk yang terafiliasi dengan Israel menunjukkan keterkaitan dengan teori ashabiyah Ibnu Khaldun dalam menjelaskan pentingnya solidaritas sebagai dasar terbentuknya tindakan kolektif. Kesamaan tujuan, nilai kemanusiaan, dan dorongan keagamaan menjadi faktor yang memperkuat solidaritas tersebut sehingga mendorong masyarakat berpartisipasi dalam gerakan boikot.

C. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian, gerakan boikot produk afiliasi Israel sebagai strategi ekonomi umat dapat disimpulkan sebagai berikut

1. Perspektif Maqashid Syariah :

- a. Hifzh ad-din (menjaga agama) : boikot mencerminkan upaya menjaga komitmen keagamaan melalui pilihan konsumsi agar mencegah umat untuk tidak turut serta mendanai tindakan negatif yang mengancam nyawa manusia.
- b. Hifzh an-nafs (menjaga jiwa) : gerakan boikot merupakan bentuk kepedulian terhadap perlindungan jiwa manusia dengan memberikan tekanan ekonomi sebagai respond atas krisis kemanusiaan di Palestina.

- c. Hifzh al-mal (menjaga harta) : Boikot terbukti memberikan dampak finansial nyata pada perusahaan terafiliasi (seperti penurunan pendapatan dan penutupan gerai KFC) namun, agar tidak menimbulkan kemudharatan baru bagi pekerja terdampak PHK, gerakan ini wajib disertai dengan penguatan ekonomi alternatif melalui pemberdayaan UMKM.
2. Teori Ashabiyah Ibnu Khaldun :

Solidaritas merupakan faktor penting yang memperkuat keberlangsungan gerakan boikot sebagai strategi ekonomi umat. Semakin banyak masyarakat yang ikut berpartisipasi, semakin besar juga dampak yang dapat dihasilkan dari gerakan boikot tersebut.

E. Daftar Pustaka

Buku

Thaha, A., *Muqaddimah – An Introduction to the History of the World by Ibnu Khaldun*, Wali Pustaka, Jakarta, 2019.

Jurnal Artikel

Abdussalam, & Shodiq, A., "Maqashid As-Syariah Perspektif Imam Al-Ghazali; Studi Literasi Masalah Mursalah", 2022.

Abosag, I., & Farah, M. F., "The Influence of Religiously Motivated Consumer Boycotts on Brand Image, Loyalty and Product Judgment", *European Journal of Marketing*, Vol. 48, No. 11–12, 2014.
<https://doi.org/10.1108/EJM-12-2013-0737>

Akbar, I., Rahmani Abduh, M., & Ilmi, F., "Aksi Boikot Produk Pro-Israel: Tepat atau Salah Sasaran? (Refleksi Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 Tentang Hukum Dukungan Terhadap Perjuangan Palestina)", 2025.
<https://shariajournal.com/index.php/IJIJEL/>

Alfarisi, A., "Gerakan Sosial Modern: Seruan Boikot Produk Afiliasi Israel melalui Media Sosial", *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 7, No. 4, 2024.

Efendi, I., Halim, A., & Furdaus, A., "Tinjauan Maqashid Syariah terhadap Pemboikotan Produk Terafiliasi Israel (Analisis Fatwa MUI Nomor 83

Tahun 2023 Tentang Hukum Dukungan terhadap Perjuangan Palestina)", 2025.

Fadilah, D., "Peran Kebijakan Pemerintah Indonesia dalam Menjaga Stabilitas Ekonomi: Tinjauan Maqasid Syariah Tentang Hifzh Al-Mal", *Jurnal Global Ilmiah*, Vol. 2, No. 6, 2025.

Hidayaturrahman, M., Inna Alfiyah, N., Baiti Sinaga, A., Hasan Ubaid, A., & Agung Putu Sugiantiningsih, A., "Second-Wave Boycott of Israeli Products as Political Economic Movements", Vol. 9, 2024. <https://doi.org/10.26618/jed.v%0vi%i.14193>

Janah, A. L., Badi'ah, S., & Reza, F. A., "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen untuk Memboikot Produk Israel (Studi Kasus pada Komunitas Julid Fisabilillah di Media Sosial Telegram)", *JISA: Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama*, Vol. 8, No. 2, 2025.

Munajar, A., Eriza, E., dkk., "Krisis Kemanusiaan dalam Konflik Israel Palestina Selama Eskalasi 2025", 2025. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17778954>

Nur, N. R., Dain Yunta, A. H., & Harsya Bachtiar, M., "Pemboikotan Produk Pendukung Kejahatan Perspektif Maqāṣid al-Syarī'ah", Vol. 1, No. 1, 2024. <https://doi.org/10.36701/fikrah.v1i1.1702>

Pertiwi, T. D., & Herianingrum, S., "Menggali Konsep Maqashid Syariah: Perspektif Pemikiran Tokoh Islam", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 10, No. 1, 2024. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12386>

Rokhim, A., & Supardi, I., "Menafsir Ulang Konsep Hifz ad-Dīn dalam Konteks Indonesia", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Raushan Fikr*, Vol. 10, No. 1, 2021. <https://doi.org/10.24090/jimrf.v10i1.4922>

Sabrina Nufikho Hidayah, & Malta Ananyasari, "Persepsi Masyarakat Muslim Terhadap Gerakan Boikot Produk Pro-Israel Sebagai Bentuk Jihad Ekonomi", *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, Vol. 7, No. 6, 2025. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i6.7711>

Sartika, F., Purnomo, B. B., Juniwati, J., & Pebrianti, W., "Pengaruh Political Consumerism, Moral Intensity News Framing, Peer Pressure terhadap Niat Boikot melalui Social Media Response sebagai Mediasi", *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi*, Vol. 4, No. 2, 2025. <https://doi.org/10.59066/jmae.v4i2.1330>

- Sopiyah, & Akhmad Rifa'i, "Efektifitas Instagram @Gerakanbds Kampanye Boikot Produk Terafiliasi Israel", *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 6, No. 1, 2025. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v6i1.1549>
- Syahidah, W., & Fauzi, U., "Etika Konsumsi Muslim: Tanggung Jawab Moral dalam Boikot Produk Pro-Zionisme Berdasarkan Analisis Kaidah Fiqhiyah", 2025.
<https://jurnal.stisdafapublikasi.com/index.php/TAFAPQUH/index>
- Yanti, I., Ramadhani, S., dkk., "Transformasi Keputusan Pembelian Produk Lokal melalui Seruan Aksi Boikot pada Produk Pro Israel", *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (MANKEU)*, Vol. 14, No. 3, 2025.
<https://news.batampos.co.id/gerakan-bds-indonesia-berikan-daftar-target-utama->

Internet

- BNC, "BDS Impacts in Times of Genocide", https://bdsmovement.net/BDS_Impacts-In-Times-Of-Genocide, diakses pada 7 Juli 2026.
- Daffa Shiddiq Al-Fajri, "KFC: 47 Gerai Tutup, 2.000 Lebih Karyawan Kena PHK", <https://goodstats.id/article/kfc-47-gerai-tutup-2000-lebih-karyawan-di-phk-chdNZ>, diakses pada 7 Juli 2026.
- McDonald's, "Dukung Upaya Kemanusiaan di Palestina, PT Rekso Nasional Food Berikan Bantuan Melalui BAZNAS", <https://www.mcdonalds.co.id/newsroom/press-release/dukung-upaya-kemanusiaan-di-palestina-pt-rekso-nasional-food-berikan-bantuan-melalui-baznas>, diakses pada 7 Juli 2026.
- PT Fast Food Indonesia Tbk., *Laporan Tahunan (Annual Report): Resilience and in Adversity*, diakses pada 7 Juli 2026.
- United Nations, "Humanitarian Situation Update #306 | Gaza Strip", <https://www.ochaopt.org/content/humanitarian-situation-update-306-gaza-strip>, diakses pada 7 Juli 2026.

Legislasi

- Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 83 Tahun 2023 tentang Hukum Dukungan terhadap Perjuangan Palestina.

