

Kuesioner Survei: Sikap dan Perilaku Masyarakat Terhadap Aksi Boikot Produk Terafiliasi Israel



Kuesioner Survei: Sikap dan Perilaku Masyarakat Terhadap Aksi Boikot Produk Terafiliasi Israel

Aksi agresi-okupansi Israel ke wilayah Palestina telah memantik empati publik Indonesia.

Biro Pusat Statistik Palestina (PCBS) mencatat sejak 7 Oktober 2023 hingga 13 Juli 2024 ada sebanyak 39.017 korban jiwa, 93.781 orang terluka, dan lebih dari 200.000 orang Palestina yang kehilangan tempat tinggal akibat agresi ini.

Ragam dukungan dari berbagai kalangan di Indonesia pun mengalir deras baik di dunia maya maupun yang disalurkan dalam aksi konkret seperti penggalangan dana, demonstrasi, hingga sikap pemboikotan atas produk-produk yang ditengarai terafiliasi Israel.

Melalui kuesioner ini GoodStats bertujuan untuk memahami pandangan, sikap, dan tindakan responden terkait fenomena boikot produk yang ditengarai terafiliasi dengan Israel ini.



Apakah Anda mengetahui tentang gerakan boikot produk yang terafiliasi dengan Israel?

4,7%

Tidak



95,3%

Iya

Gerakan boikot produk Israel yang ramai disuarakan di berbagai platform berhasil menyita perhatian masyarakat dunia. Tidak hanya secara global, aksi boikot produk yang terafiliasi Israel juga marak dilakukan di Indonesia.

Hampir seluruh responden (95,3%) menyadari gerakan boikot produk Israel yang sampai detik ini masih berlangsung di tanah air. Hanya segelintir yang mengaku tidak tahu apa-apa mengenainya.

Bagaimana pendapat Anda tentang gerakan boikot produk yang terafiliasi dengan Israel?



Meski begitu, besarnya kesadaran akan gerakan boikot ini tidak dibarengi dengan dukungan yang sama tingginya. Sebanyak 70,2% responden mengaku mendukung gerakan boikot produk Israel, sedangkan 17% mengaku netral dan 12,8% mengaku tidak mendukung.

Masifnya dukungan terhadap gerakan boikot produk Israel membuat penjualan sejumlah produk terkemuka di tanah air menjadi jeblok. Tidak sedikit yang menyatakan perusahaannya merugi.

Viralnya kampanye 'Eyes on Rafah' beberapa saat lalu turut mendorong jatuhnya brand yang terafiliasi Israel di Indonesia, sebut saja Unilever, McDonald's, dan lain-lain.

Apakah Anda saat ini dalam keseharian juga sedang ikut memboikot (berupaya untuk tidak atau menghindari membeli/mengkonsumsi) produk-produk yang ditengarai terafiliasi dengan Israel?

21,8%

Tidak



77,2%

Iya

Menghindari produk terafiliasi Israel menjadi salah satu bentuk dukungan dan solidaritas masyarakat Indonesia terhadap Palestina.

Sebanyak 77,2% responden mengaku sampai saat ini masih ikut memboikot produk Israel, sementara 21,8% lainnya mengaku tidak melakukan boikot.

Gerakan boikot dipandang mampu membantu melumpuhkan ekonomi Israel dalam jangka panjang, dengan harapan dapat menghentikan pendudukan Israel di Palestina.

Jika Anda ikut memboikot produk tersebut, apa alasan utama Anda?



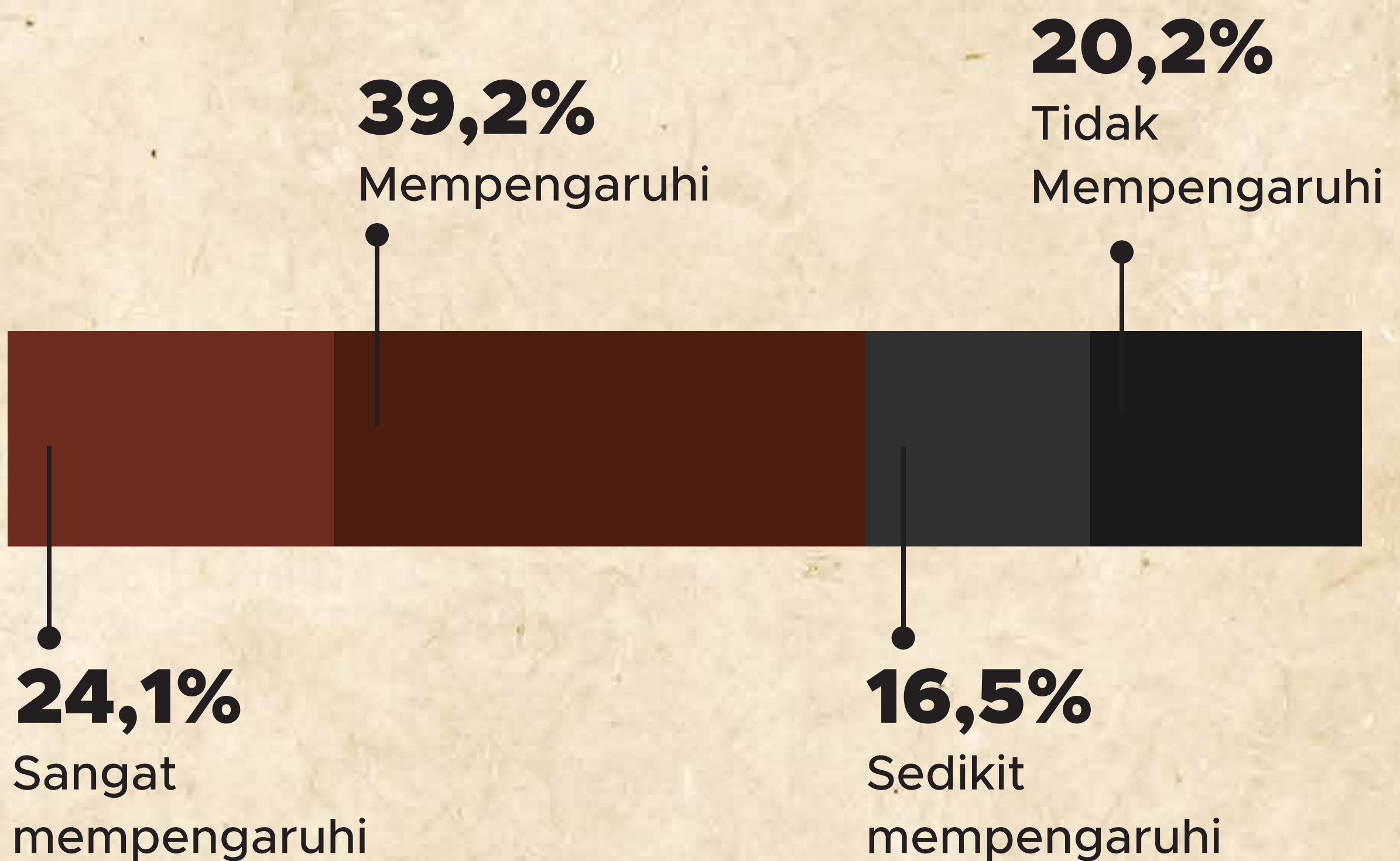
**Multiple Answer*

Solidaritas terhadap Palestina (68,1%) dan ingin memberi tekanan pada Israel (55,3%) menjadi alasan utama masyarakat Indonesia melakukan boikot terhadap produk Israel.

Selain itu, 30% responden mengaku melakukan gerakan boikot dengan alasan agama. Fatwa MUI No.83/2023 memang mengimbau umat Islam untuk sebisa mungkin menghindari transaksi dan penggunaan produk yang terafiliasi Israel.

Terlepas dari agama dan keyakinan masing-masing individu, sikap membela kemanusiaan masih dijunjung tinggi oleh masyarakat Indonesia. Terbukti, solidaritas menjadi faktor terbesar orang Indonesia melakukan gerakan boikot.

Bagaimana seruan boikot produk terafiliasi Israel mempengaruhi pilihan Anda dalam membeli produk sehari-hari?

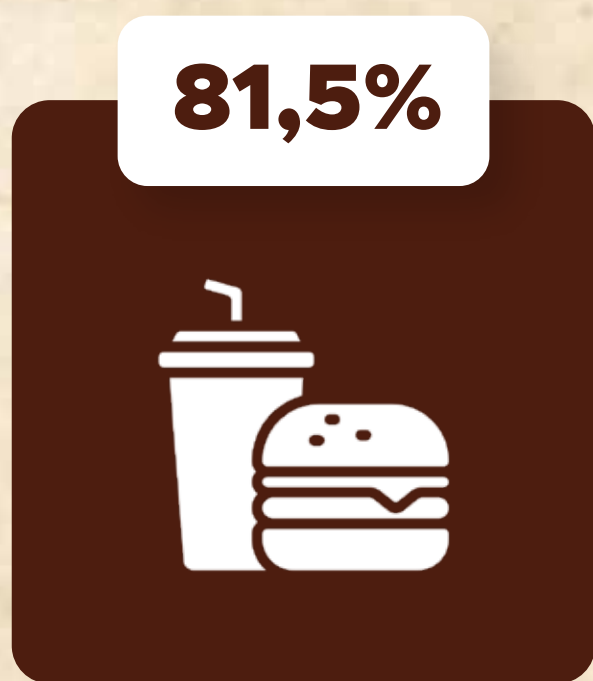


Pengaruh gerakan boikot Israel dapat dirasakan dengan jelas bagi masyarakat Indonesia. Sebanyak 63,3% responden mengaku gerakan boikot ini mempengaruhi pilihan dalam membeli produk sehari-hari.

Sementara itu, 20,2% responden mengaku tidak terpengaruh dari adanya gerakan boikot ini.

Hal ini dapat disebabkan oleh banyaknya produk substitusi yang mudah ditemukan untuk menggantikan produk yang kena boikot.

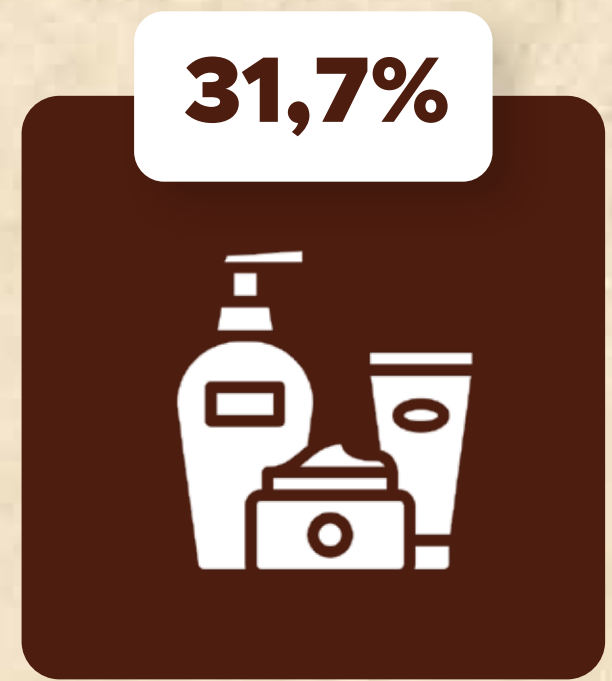
Produk apa saja yang Anda boikot karena ditengarai afiliasinya dengan Israel?



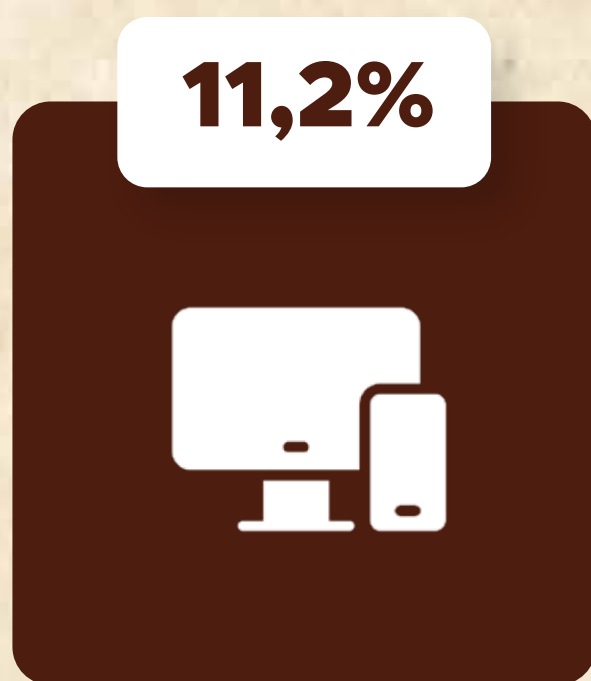
Makanan dan minuman



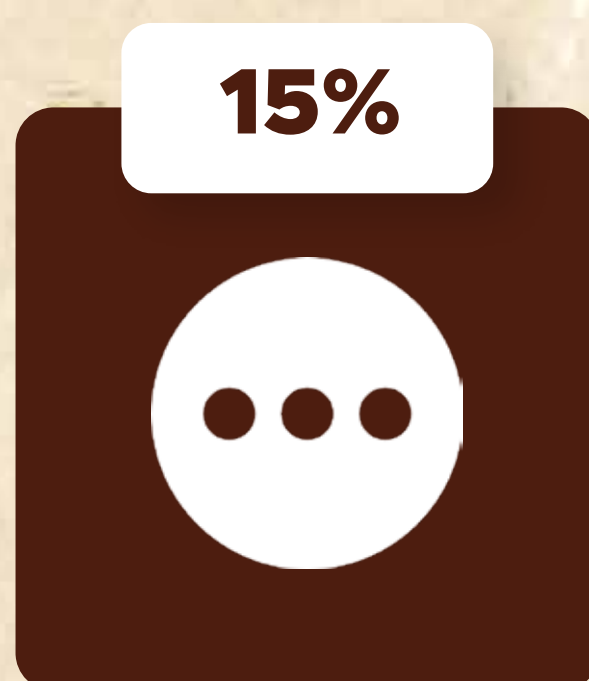
Pakaian dan aksesoris



Produk kecantikan dan kesehatan



Teknologi dan elektronik



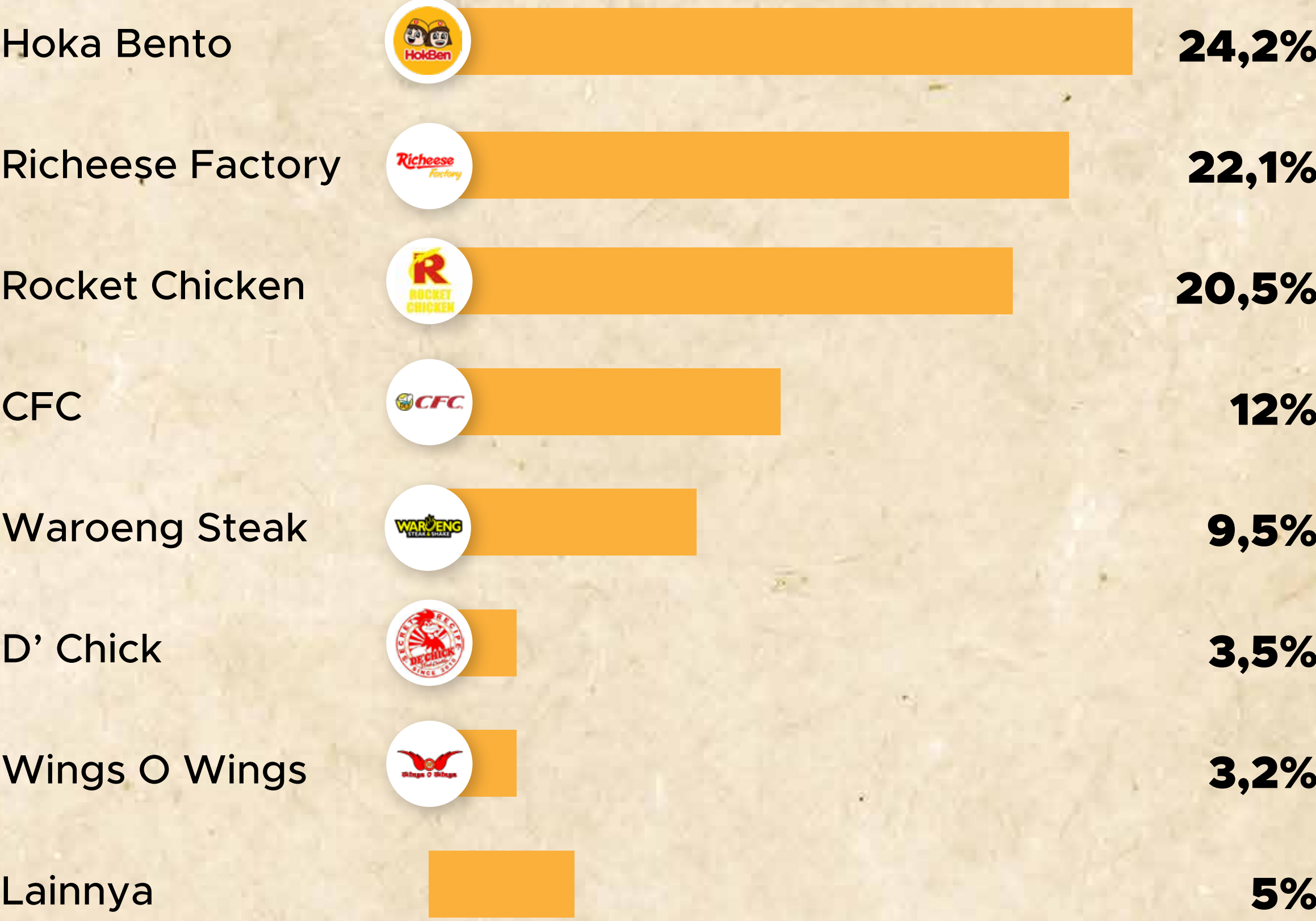
Lainnya

**Multiple Answer*

Produk makanan dan minuman menjadi produk utama yang diboikot masyarakat Indonesia karena afiliasinya dengan Israel. Beberapa brand terkemuka seperti Burger King, Pizza Hut, hingga Coca Cola menjadi sasaran gerakan boikot ini.

Produk pakaian dan aksesoris (33,3%) serta produk kecantikan dan kesehatan (31,7%) juga menjadi produk utama yang diboikot di Indonesia.

Apa produk alternatif yang biasanya Anda beli sebagai pengganti produk yang terafiliasi Israel?

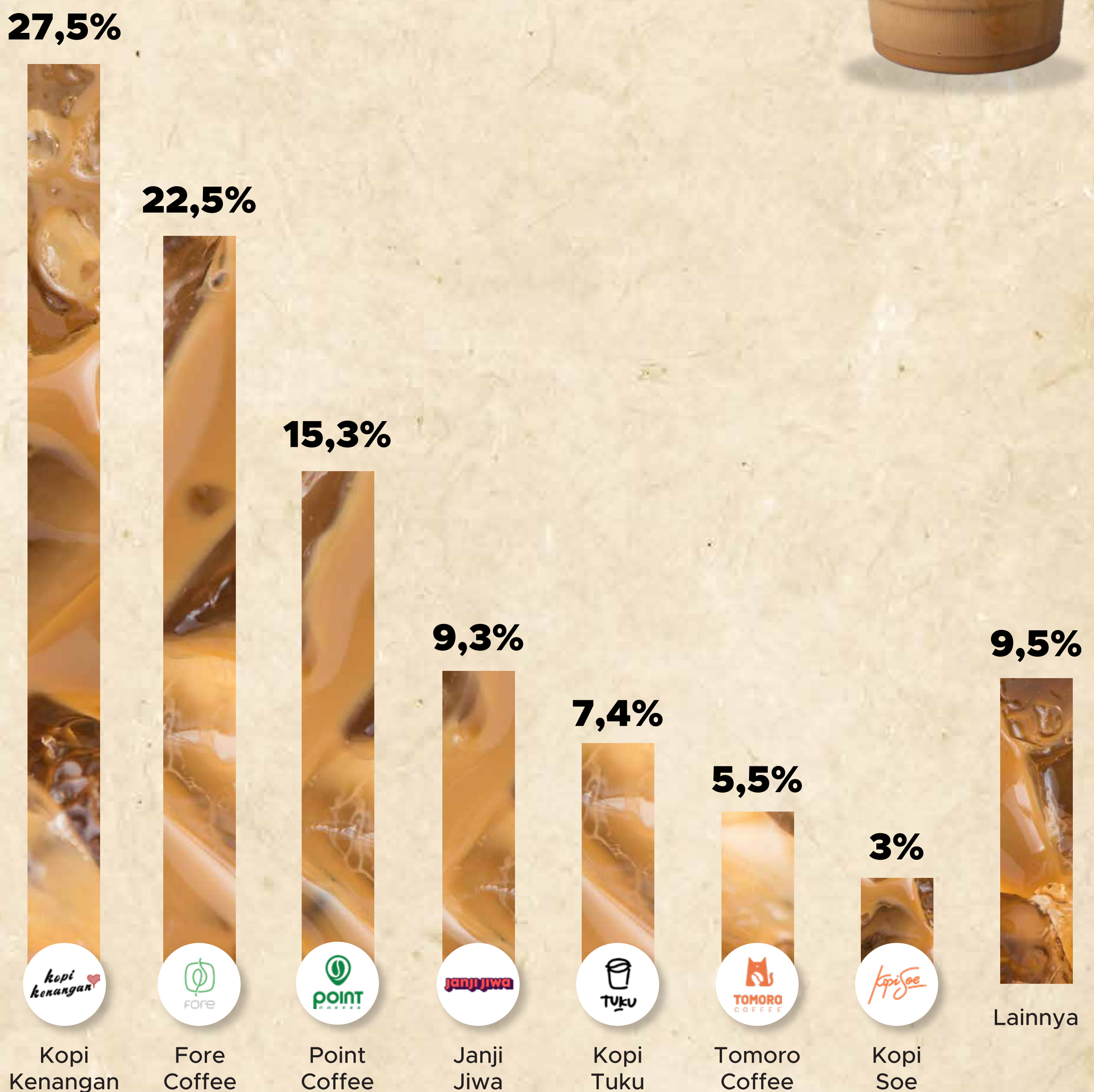


Gerakan boikot produk Israel menjadi kesempatan bagi sejumlah produk lokal untuk unjuk gigi. Beberapa merek fast food lokal seperti Hoka Bento, Richeese Factory, hingga Rocket Chicken menjadi alternatif masyarakat untuk menggantikan produk Israel.

Bahkan, produk lokal seperti Waroeng Steak juga tercatat mengalami peningkatan penjualan sejak gerakan boikot ini disuarakan.

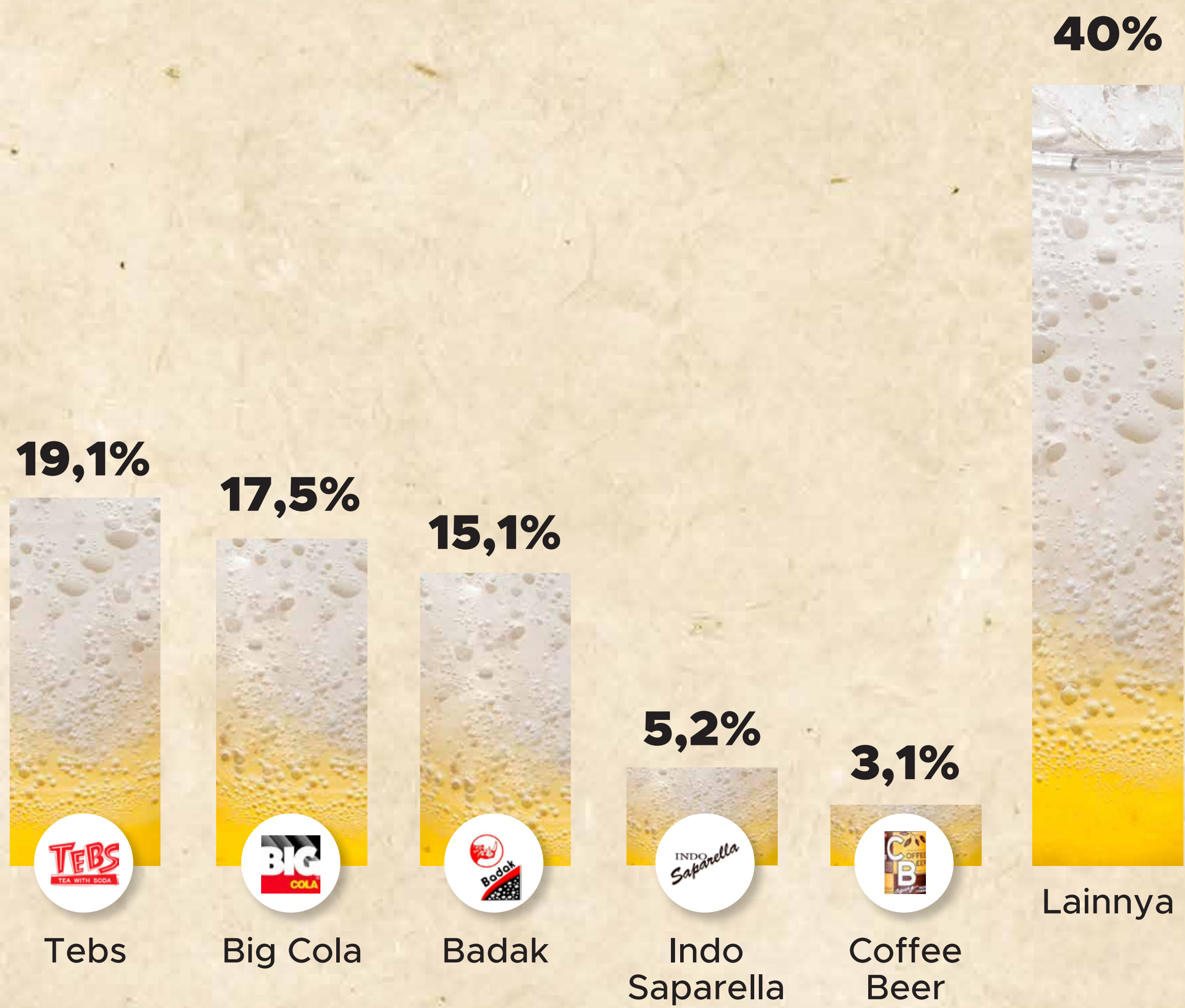


Apa produk alternatif yang biasanya Anda beli sebagai pengganti produk yang terafiliasi Israel?



Tidak hanya di kategori fast food, merek lokal kedai kopi Indonesia juga makin banyak dibicarakan. Kopi Kenangan (27,5%) terpilih sebagai kedai kopi alternatif pengganti produk boikot, disusul Fore Coffee (22,5%) dan Point Coffee (15,3%).

**Apa produk alternatif yang biasanya
Anda beli sebagai pengganti produk
yang terafiliasi Israel?**



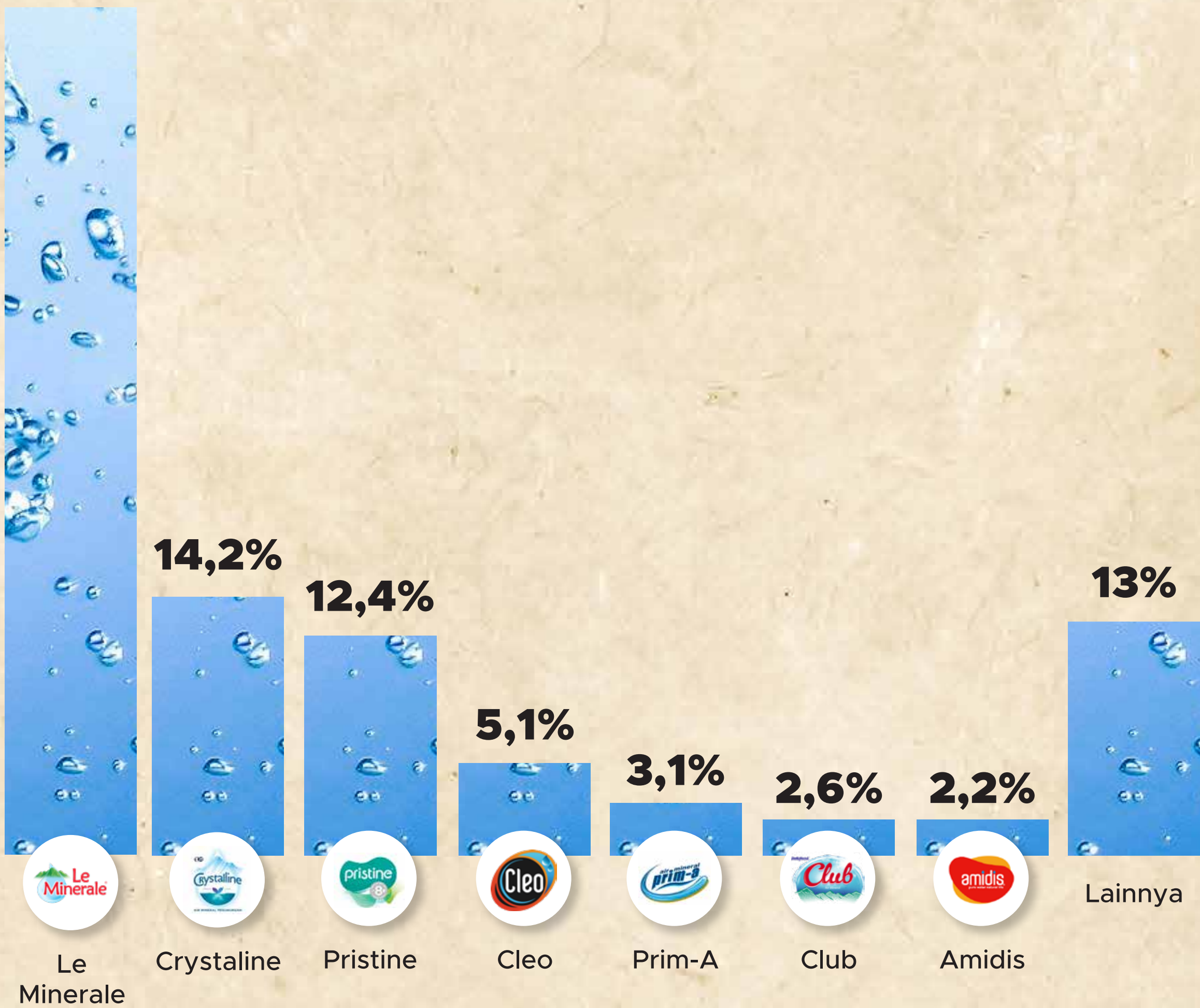
Untuk kategori minuman ringan berkarbonasi, masyarakat juga banyak yang menjatuhkan pilihan alternatifnya ke produk-produk dalam negeri seperti Tebs (19,1%) dan Badak (15,1%), di samping Big Cola (17,5%), merek minuman ringan asal Amerika Latin.

Sementara itu, sebagian besar lainnya (40%) punya preferensi produk lain di luar yang disajikan dalam kuesioner.



Apa produk alternatif yang biasanya Anda beli sebagai pengganti produk yang terafiliasi Israel?

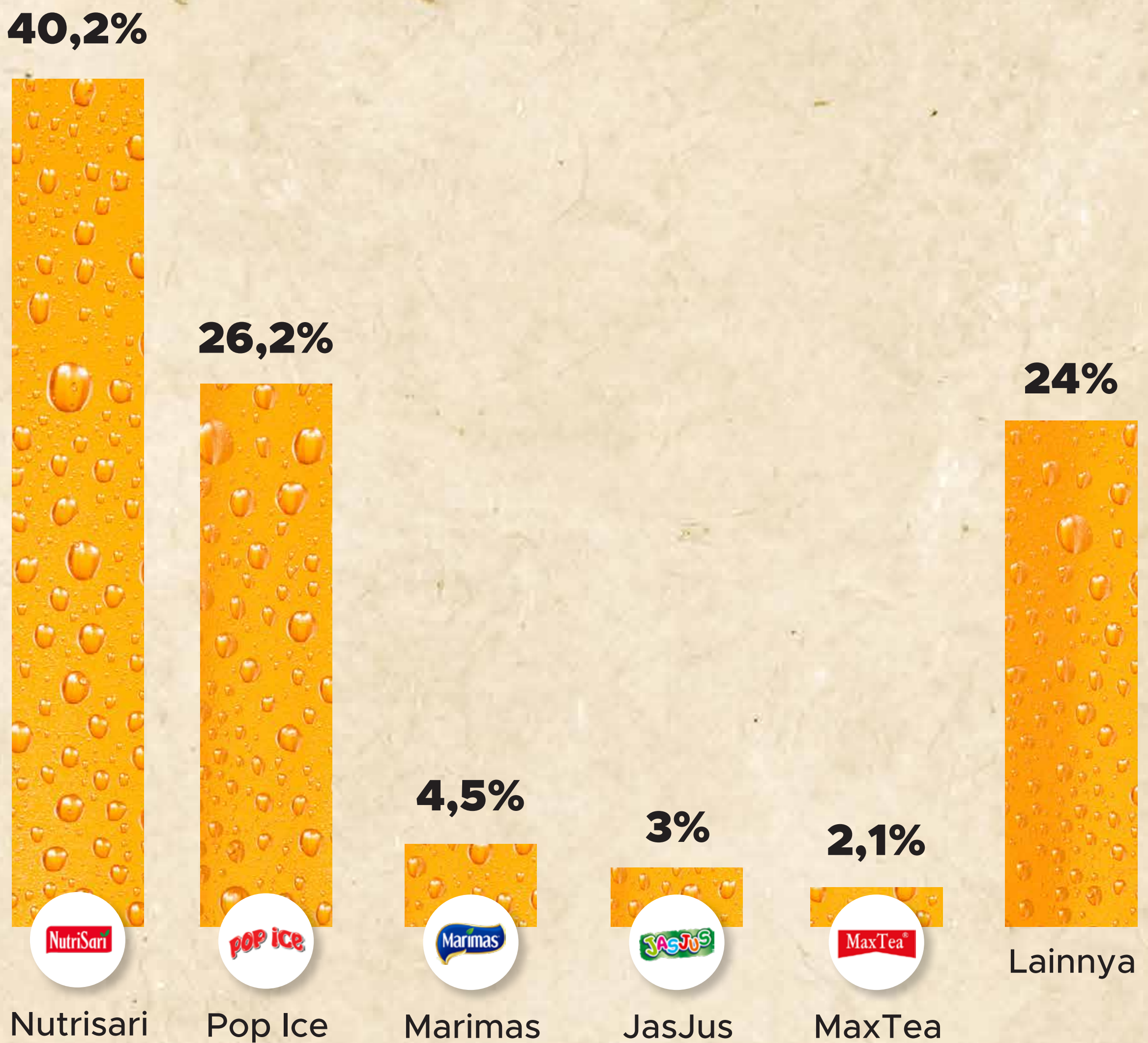
47,4%



Produk air mineral jadi salah satu produk dengan pilihan merek yang paling beragam. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) RI mencatat setidaknya ada 6.092 produk air mineral yang beredar di pasaran per tahun 2020.

Dari sekian banyak opsi itu, Le Minerale (47,4%) saat ini jadi merek yang paling banyak dipilih masyarakat sebagai produk air mineral alternatif, diikuti Crystaline (14,2%) dan Pristine (12,4%).

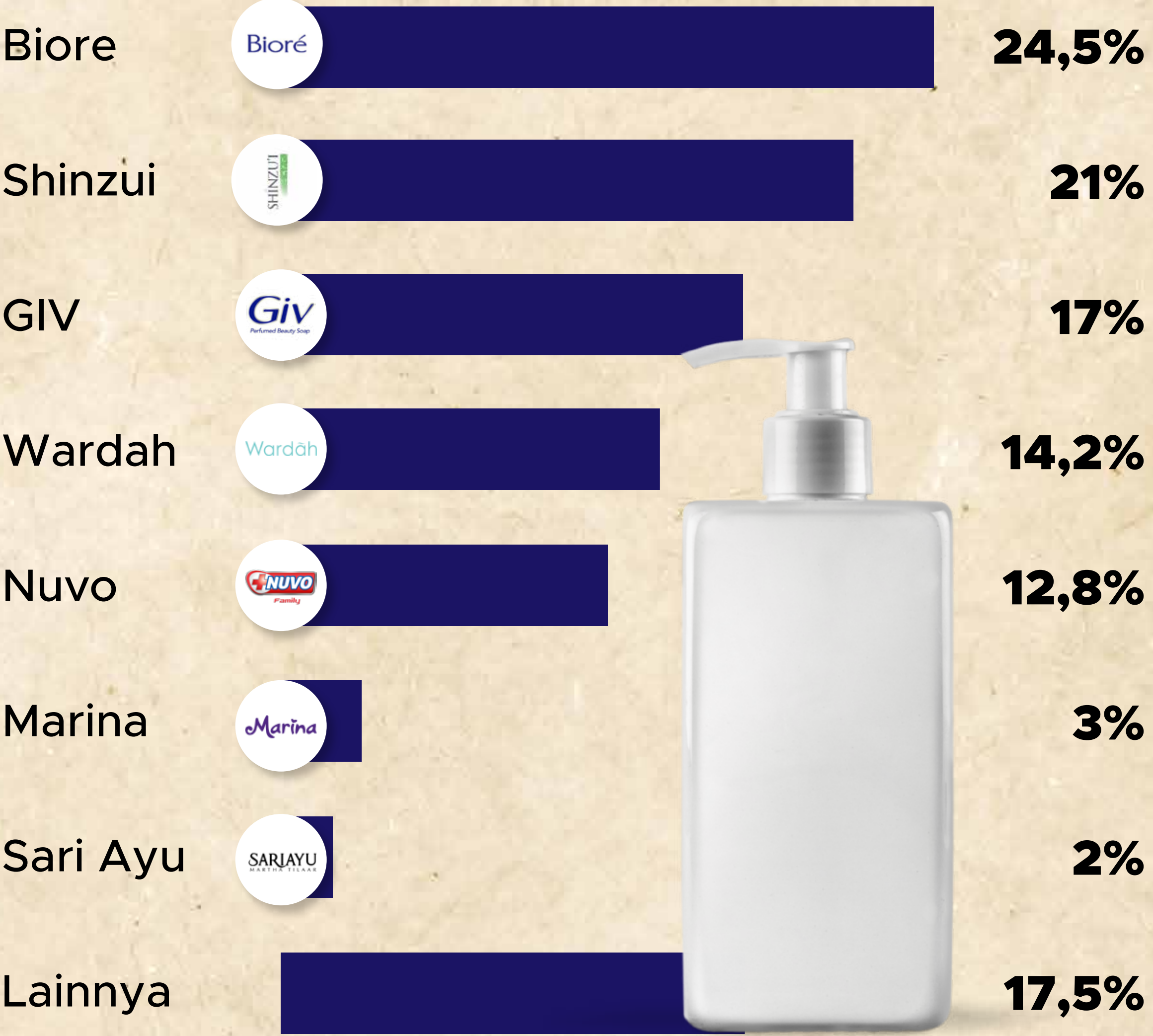
Apa produk alternatif yang biasanya Anda beli sebagai pengganti produk yang terafiliasi Israel?



Di antara merek-merek minuman sachet bubuk, Nutrisari (40,2%) ada di urutan teratas produk pengganti pilihan masyarakat yang melakukan aksi boikot terhadap produk terafiliasi Israel.

Tak ketinggalan, raja minuman sachet dalam negeri lainnya, Pop Ice juga jadi merek alternatif yang banyak dipilih masyarakat (26,2%).

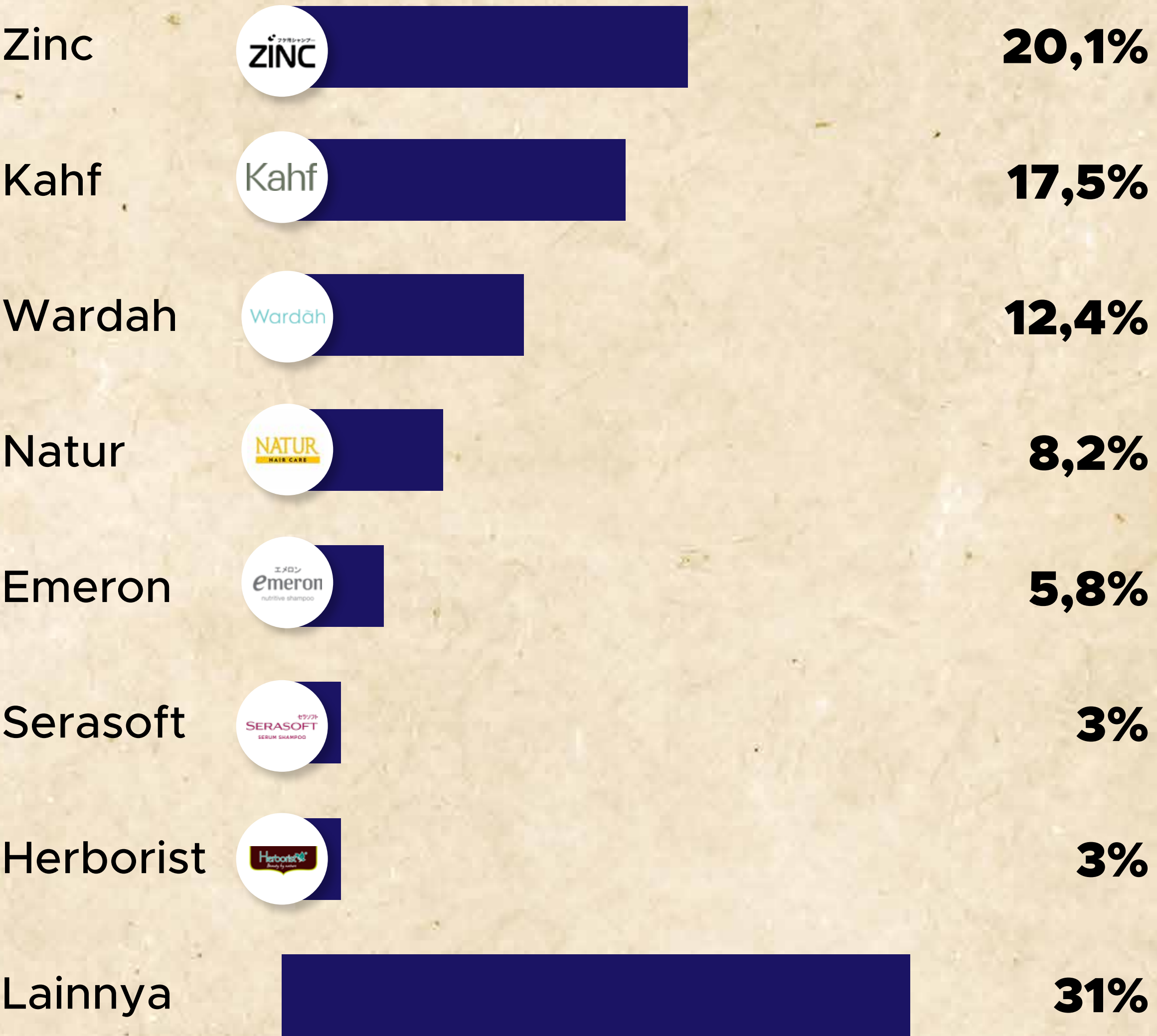
**Apa produk alternatif yang biasanya
Anda beli sebagai pengganti produk
yang terafiliasi Israel?**



Di kategori body care (sabun), produk pilihan masyarakat untuk menggantikan produk yang diboikot terdistribusi cukup merata pada beberapa merek.

Merek Biore berada di urutan pertama pada kategori ini dengan dipilih oleh 24,5% responden, diikuti Shinzui (21%) dan GIV (17%).

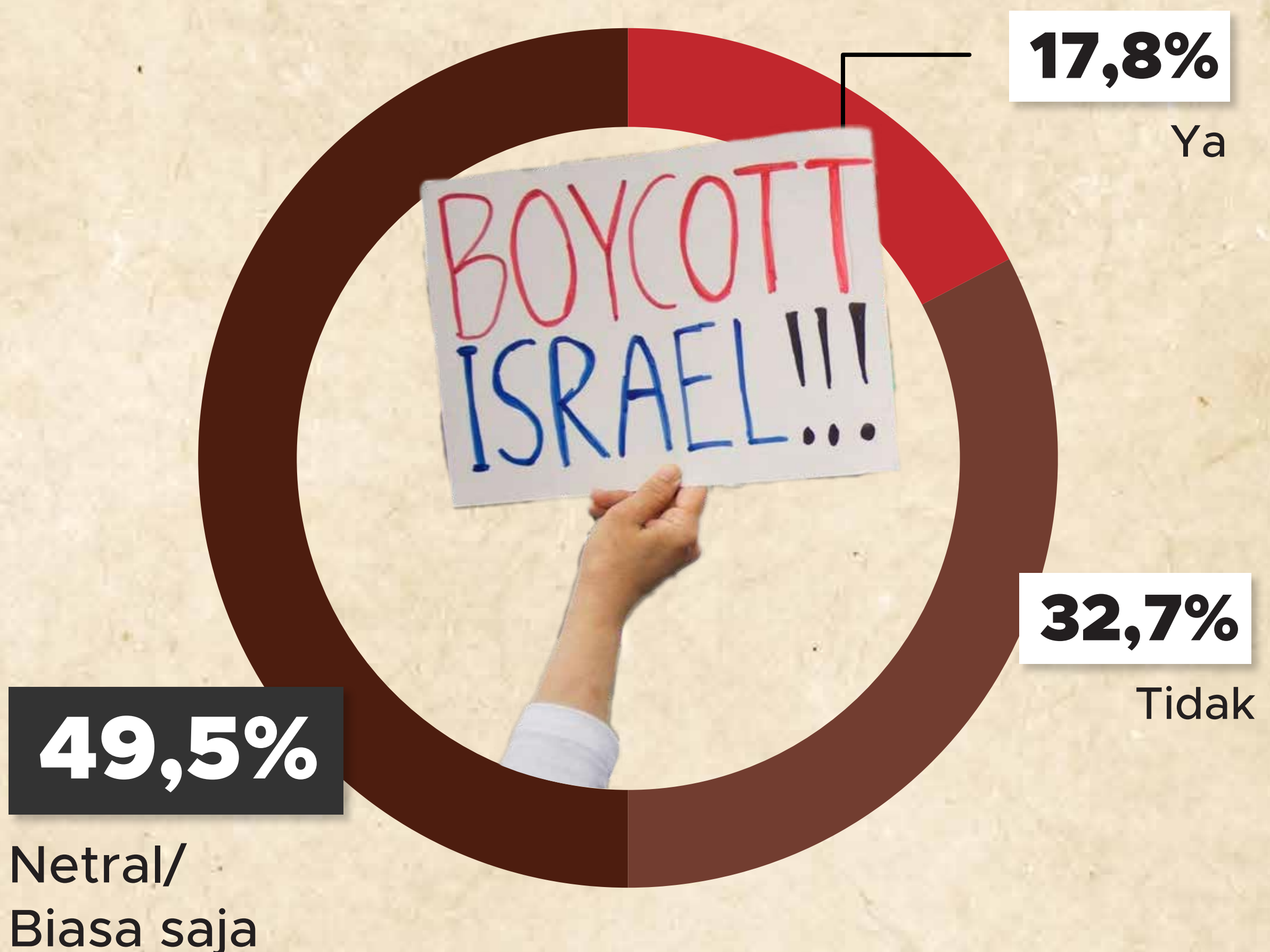
**Apa produk alternatif yang biasanya
Anda beli sebagai pengganti produk
yang terafiliasi Israel?**



Sementara itu di kategori sampo, Zinc (20,1%) jadi produk yang paling banyak dipilih masyarakat sebagai alternatif dari produk yang mereka boikot.

Urutan kedua dan ketiga diisi oleh produk- produk yang berasal dari satu induk perusahaan yang sama, yakni Kahf (17,5%) dan Wardah (12,4%).

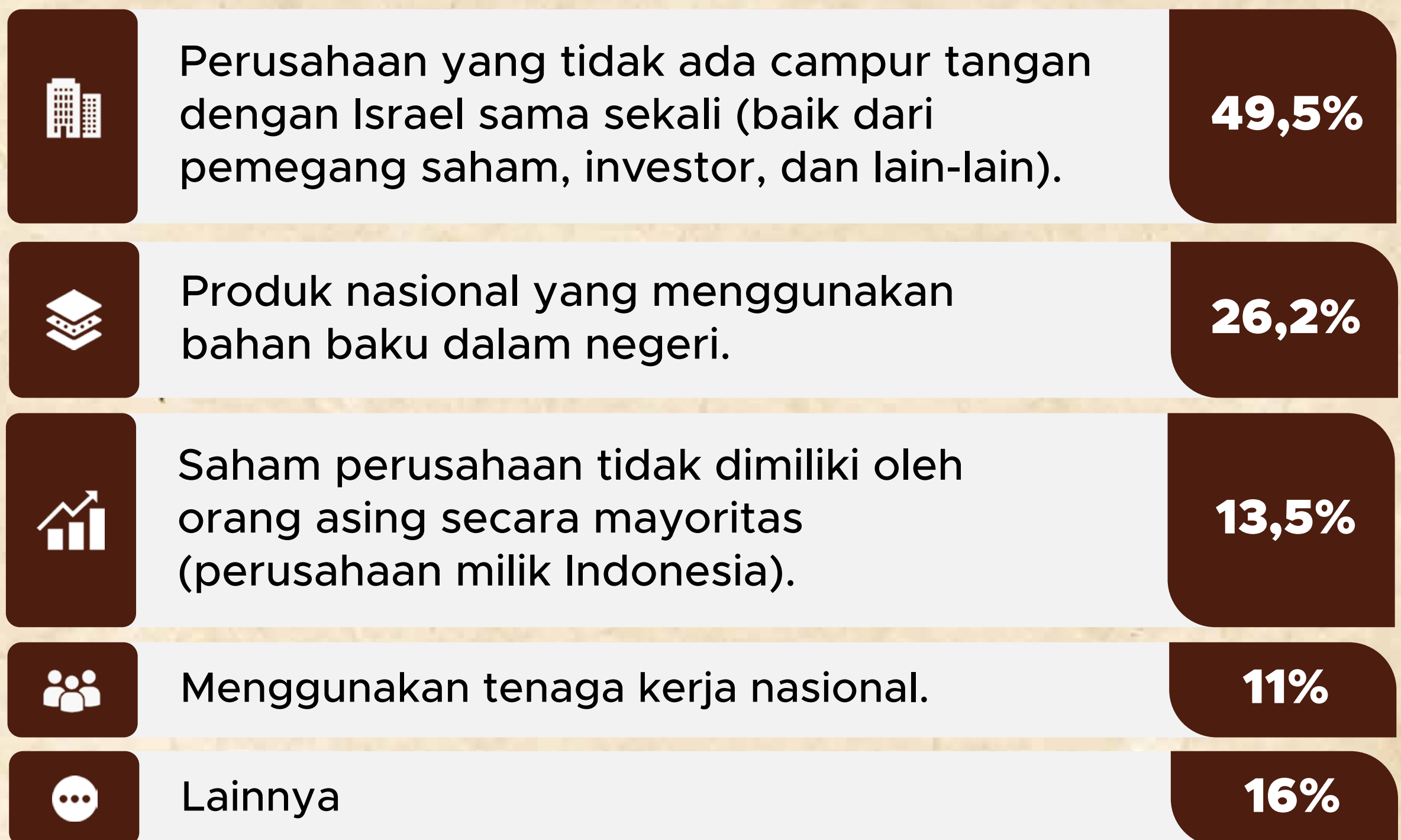
Apakah Anda mengalami kesulitan dalam mencari alternatif produk yang setara ketika memboikot produk terafiliasi Israel?



Dengan banyaknya opsi produk yang tersedia di pasaran, membuat masyarakat yang ambil bagian dalam aksi pemboikotan produk terafiliasi Israel tampaknya tak terlalu kesulitan dalam mencari produk alternatif dengan kualitas yang setara.

Terbukti menurut hasil survei, sebanyak 32,7% responden mengaku tidak kesulitan dalam mencari produk pengganti yang setara, dan 49,5% lainnya mengaku biasa saja.

Menurut Anda, kriteria perusahaan yang tidak terafiliasi Israel dan layak menjadi produk alternatif seperti apa?



Sebagian besar masyarakat (49,5%) mengaku memerhatikan hingga ke struktur kapital perusahaan (pemegang saham, investor, dan lain-lain) dalam menentukan produk-produk mana yang layak mereka konsumsi sebagai pengganti produk terafiliasi Israel.

Berkaitan dengan ini, Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah mengeluarkan fatwa tentang “Prioritas Penggunaan Produk dalam Negeri” yang di dalamnya juga berisi panduan kriteria bagi masyarakat muslim dalam menentukan produk-produk mana yang dikategorikan terafiliasi Israel.

Dalam hal ini MUI menetapkan bahwa suatu produk dikategorikan terafiliasi Israel salah satunya jika saham mayoritas dan pengendali perusahaan dikuasai oleh pihak-pihak yang memiliki afiliasi jelas dengan Israel.

Sebaliknya, menurut fatwa tersebut, suatu produk layak didukung jika dimiliki sepenuhnya oleh perusahaan/individu Indonesia, atau perusahaan publik yang saham mayoritasnya dimiliki perusahaan /individu Indonesia.

Soal kriteria kepemilikan ini, pada intinya, suatu produk dikatakan bebas dari afiliasi Israel dan layak didukung selama dimiliki penuh oleh WNI, atau perusahaan yang dikuasai kepemilikannya (saham >50%) oleh perusahaan/individu Indonesia.

Apakah Anda merasa boikot ini akan efektif untuk mencapai tujuannya (menekan/menghentikan agresi Israel terhadap Palestina)?



Jika merujuk kembali pada latar belakang atas fenomena yang terjadi, meledaknya seruan pemboikotan produk terafiliasi Israel ini merupakan respon masyarakat atas aksi agresi yang dilakukan Israel terhadap Palestina.

Berkaitan dengan ini, sebagian besar masyarakat (55,1%) yakin bahwa aksi boikot yang mereka lakukan akan efektif untuk menekan/menghentikan upaya agresi Israel tersebut.

Sebagian kecil lainnya (30,1%) merasa tak yakin/ragu bahwa aksi boikot yang dilakukan dapat meredamkan agresi Israel terhadap Palestina.

KESIMPULAN

Seruan solidaritas terhadap Palestina salah satunya diwujudkan dalam gerakan boikot produk terafiliasi Israel. Sebanyak 95,3% responden mengaku mengetahui gerakan boikot ini. Tingginya perolehan tersebut menunjukkan gencarnya gerakan boikot disuarakan, terutama di media sosial.

Sejalan dengan itu, 70,2% responden menyatakan dukungannya terhadap gerakan boikot ini, menggambarkan rasa kepedulian yang tinggi dari warga Indonesia.

Sebagai wujud nyata dukungannya, 77,2% responden mengaku menghindari produk terafiliasi Israel hingga saat ini.

Terlepas dari keyakinan masing-masing, masyarakat Indonesia masih menjunjung tinggi kemanusiaan. Terbukti, faktor terbesar orang Indonesia melakukan boikot adalah sebagai solidaritas terhadap Palestina (68,1%).

Lebih dari 60% responden mengaku aksi boikot ini mempengaruhi pilihannya dalam berbelanja. Meski begitu, 20,2% menyatakan tidak terpengaruh, menunjukkan masifnya pilihan alternatif pengganti produk boikot di tanah air.

KESIMPULAN

Mengingat sejumlah merek makanan dan minuman terkemuka kena boikot akibat dukungannya terhadap Israel, makanan dan minuman menjadi produk utama yang paling banyak diboikot di Indonesia (81,5%).

Banyaknya brand makanan dan minuman terkemuka yang kena aksi boikot membuat produk lokal semakin unjuk gigi. Hoka Bento (24,2%), Richeese Factory (22,1%), hingga Rocket Chicken (20,5%) menjadi pilihan favorit masyarakat Indonesia menggantikan merek yang diboikot.

Sementara untuk kedai kopi, warga Indonesia menjatuhkan pilihannya pada Kopi Kenangan (27,5%), Fore Coffee (22,5%), hingga Point Coffee (15,3%). Gerakan boikot ini mendorong produk lokal semakin dikenal masyarakat.

Produk-produk minuman bersoda pun tak luput dari sasaran boikot masyarakat. Sebagai gantinya, Tebs (19,1%) dan Big Cola (17,5%) jadi sederet merek yang paling banyak dipilih masyarakat.

Produk air mineral jadi salah satu produk paling familiar bagi masyarakat dengan pilihan merek yang sangat beragam di pasaran. Dari sekian banyak opsi, Le Minerale (47,4%) saat ini jadi merek yang paling banyak dipilih masyarakat sebagai produk air mineral alternatif, diikuti Crystalline (14,2%) dan Pristine (12,4%).

KESIMPULAN

Sementara untuk produk minuman sachet bubuk, masyarakat banyak yang beralih ke merek-merek yang memang sudah cukup populer seperti Nutrisari (40,2%) dan Pop Ice (26,2%).

Di kategori sabun mandi, produk pengganti pilihan masyarakat terdistribusi cukup merata pada beberapa merek. Biore berada di urutan pertama pada kategori ini dengan dipilih oleh 24,5% responden, diikuti Shinzui (21%) dan GIV (17%).

Sama halnya dengan produk sabun mandi, pola distribusi serupa juga

Tak hanya pada produk sabun mandi, pola distribusi yang serupa juga tampak pada kategori sampo. Zinc (20,1%) jadi produk sampo yang paling banyak dipilih masyarakat sebagai alternatif, disusul produk-produk kenamaan lainnya seperti Kahf (17,5%) dan Wardah (12,4%).

KESIMPULAN

Dengan banyaknya opsi produk yang tersedia di pasaran, nyatanya membuat sebagian besar masyarakat (49,5%) mengaku tak terlalu kesulitan dalam mencari produk pengganti yang setara dengan produk yang mereka boikot. Bahkan, sebagian besar lain (32,7%) mengaku tak mengalami kesulitan sama sekali.

Masyarakat punya kriteria khusus dalam memilih produk-produk mana yang “bersih” dari afiliasi Israel dan layak mereka konsumsi sebagai produk pengganti. Untuk urusan ini, afiliasi kapital perusahaan (49,5%) dan sumber bahan baku produk (26,2%) jadi unsur paling umum yang digunakan sebagai kriteria.

Merujuk kembali pada latar belakang fenomena, aksi agresi yang dilakukan Israel terhadap Palestina merupakan pemicu utama timbulnya aksi pemboikotan terhadap produk terafiliasi Israel. Berkaitan dengan ini, sebagian besar masyarakat (55,1%) yakin bahwa aksi boikot yang mereka lakukan akan efektif untuk bisa menekan/menghentikan aksi agresi Israel tersebut.

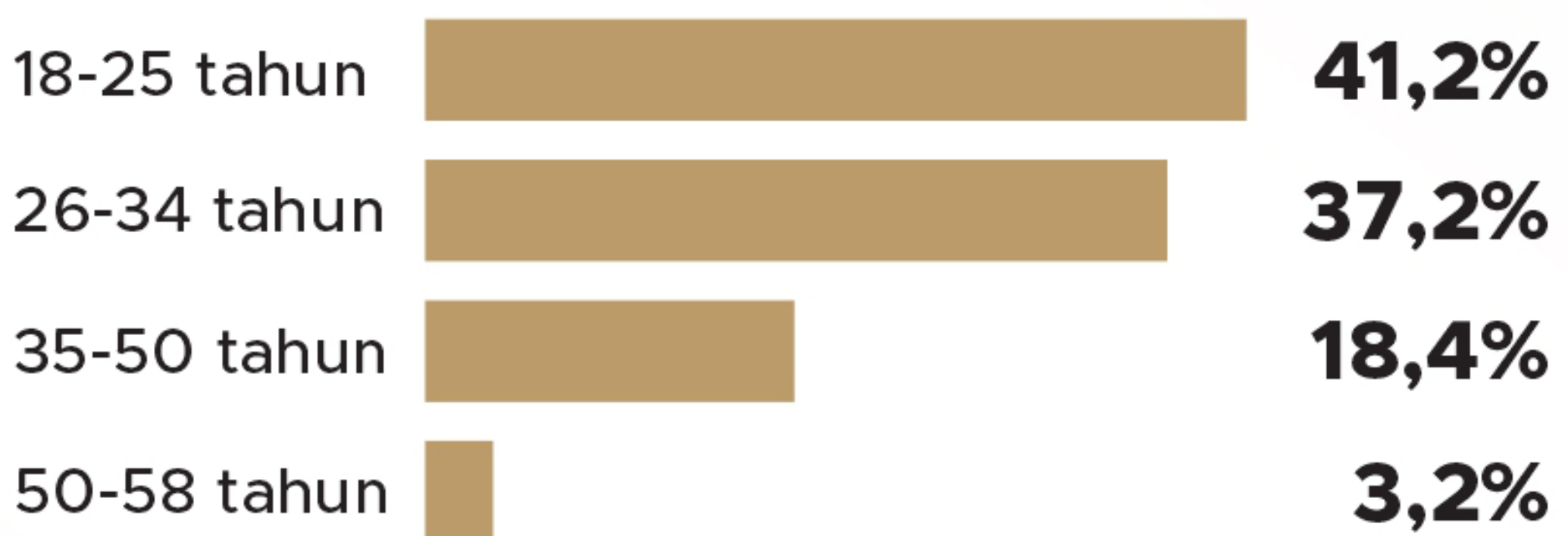
Tentang Survei

Pengumpulan data menggunakan survei online menggunakan panel responden premium GoodStats dengan target sampel 1000 orang yang sudah tersegmentasi profil respondennya.

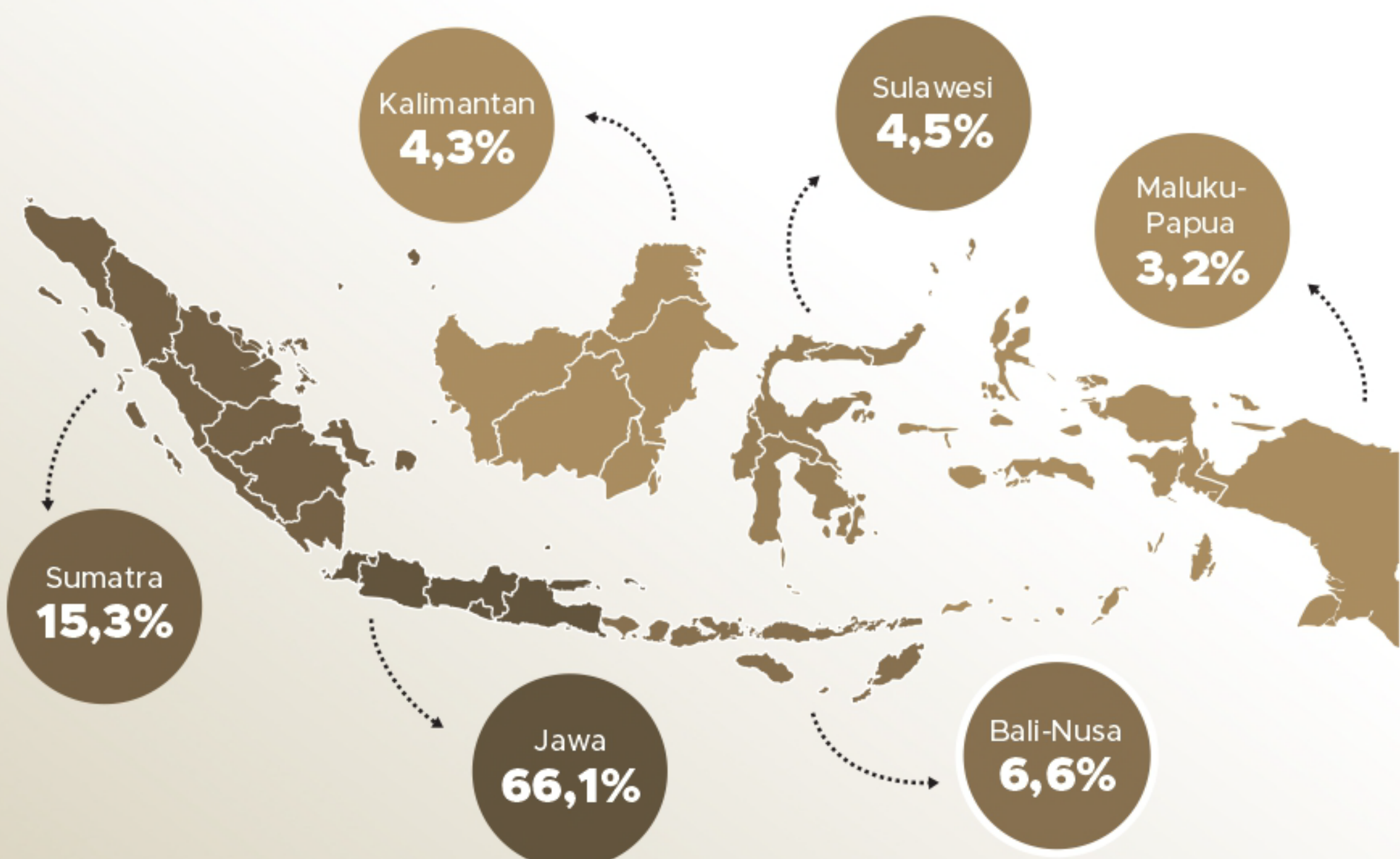
Gender Responden



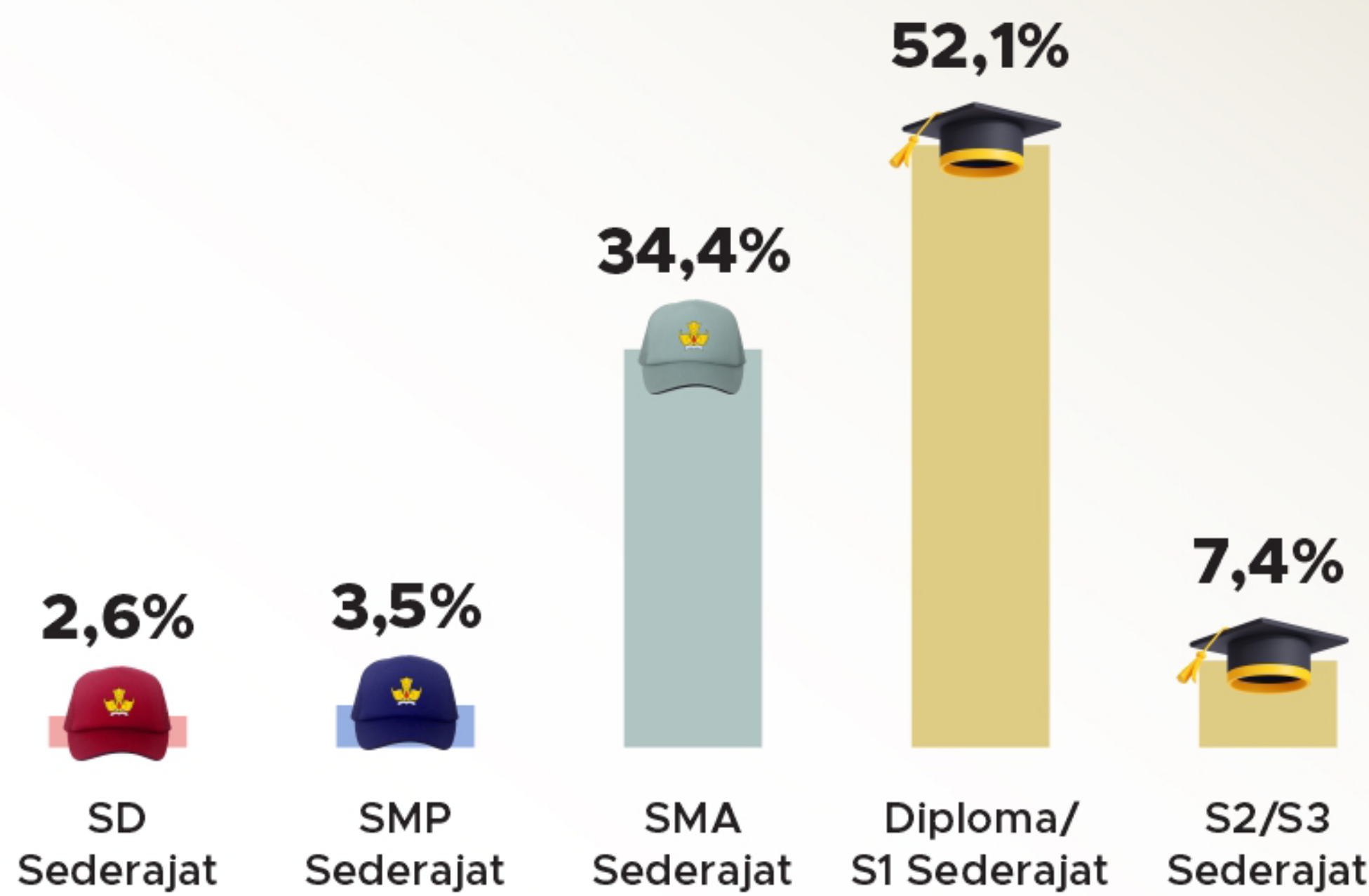
Usia Responden



Asal Responden



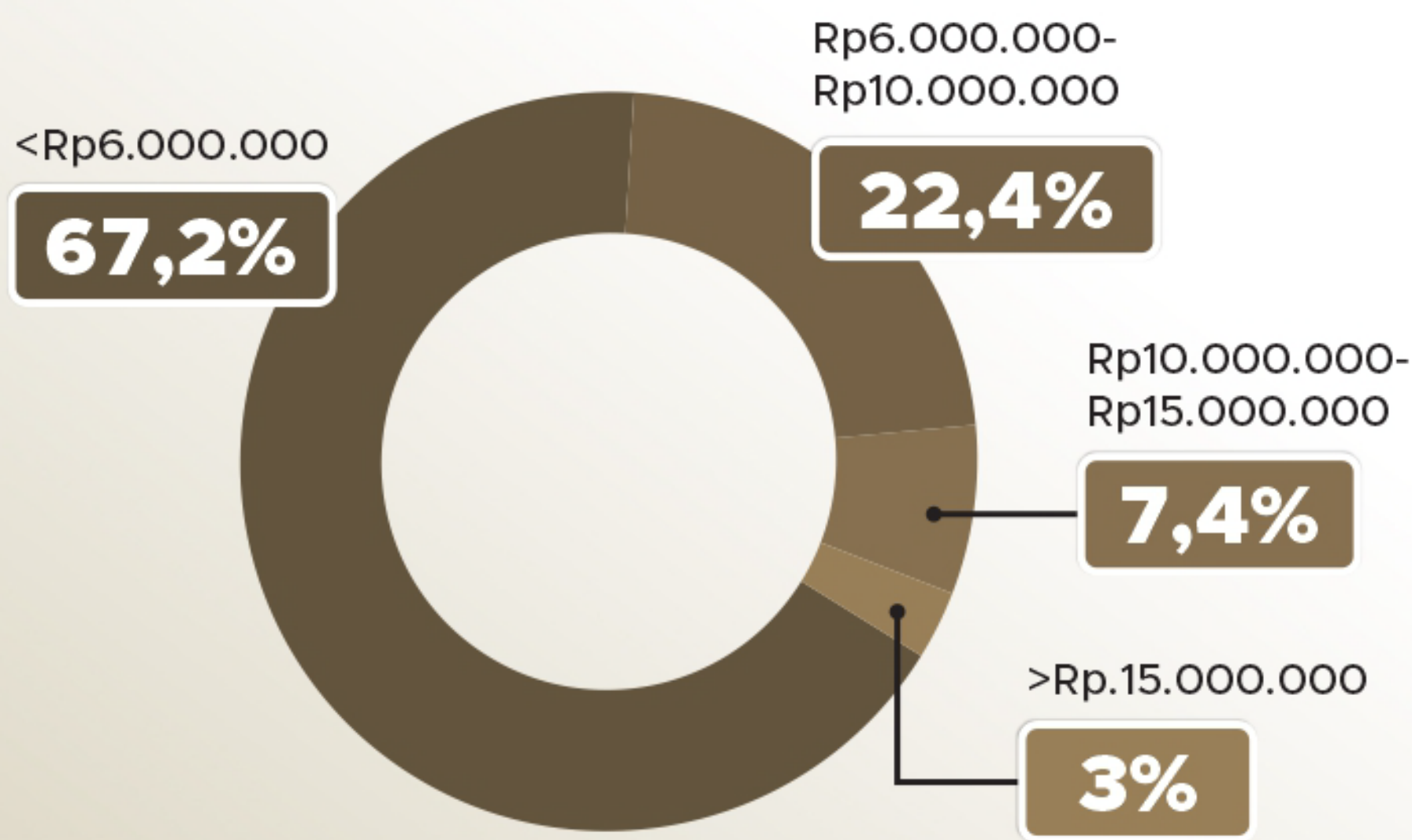
Tingkat Pendidikan Responden



Pekerjaan Responden



Penghasilan Responden



Tim Riset GoodStats



www.goodstats.id



[GoodStats.id](https://www.instagram.com/GoodStats.id)



[GoodStatsid](https://www.tiktok.com/@GoodStatsid)