

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PERILAKU MAHASISWA
MUSLIM KELURAHAN KAMPUNG JAWA TOMOHON
PADA PRODUK BOIKOT**

Skripsi

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana dalam
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah pada IAIN Manado*



Oleh:

ANUGRAH SAPUTRA

NIM. 20212024

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO
1446 H/ 2025 M**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Anugrah Saputra

NIM : 20212024

Program : Sarjana (S-1)

Institusi : IAIN Manado

dengan sungguh-sungguh menyatakan SKRIPSI ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Manado, 2 Mei 2025

Saya yang menyatakan



Anugrah Saputra

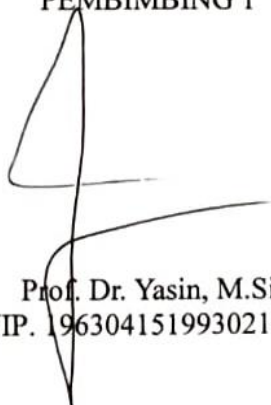


PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perilaku Mahasiswa Muslim Kelurahan Kampung Jawa Tomohon Pada Produk Boikot” Yang ditulis Oleh Anugrah Saputra telah disetujui pada tanggal ~~20~~ Mei 2025

Oleh:

PEMBIMBING 1



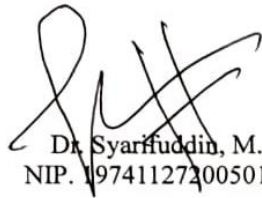
Prof. Dr. Yasin, M.Si
NIP. 196304151993021003

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perilaku Mahasiswa Muslim Kelurahan Kampung Jawa Tomohon Pada Produk Boikot” Yang ditulis Oleh Anugrah Saputra telah disetujui pada tanggal 27 Mei 2025

Oleh:

PEMBIMBING 2



Dr. Syarifuddin, M.Ag
NIP. 197411272005011003

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi berjudul **“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perilaku Mahasiswa Muslim
Kelurahan Kampung Jawa Tomohon Pada Produk Boikot”** yang ditulis oleh Anugrah
Saputra ini telah diuji dalam Ujian Skripsi pada tanggal 03 Juli 2025

Tim Penguji:

- | | | |
|---|----------------------------|-------|
| 1. Prof. Dr. Yasin, M.Si | (Ketua/Pembimbing I) | |
| 2. Dr. Syarifuddin, M.Ag | (Sekertaris/Pembimbing II) | |
| 3. Dr. Hj. Nenden Herawati Suleman, S.H., M.H | (Penguji I) | |
| 4. Dr. Nugraha Hasan, M.E | (Penguji II) | |



Manado, 12 Juli 2025

Dekan Fakultas Syariah



Prof. Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum

NIP. 197803242006042003

TRANSLITERASI

Transliterasi Arab-Latin IAIN Manado adalah sebagai berikut:

a. Konsonan Tunggal

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ا	A	ط	t
ب	B	ظ	z
ت	T	ع	‘
ث	ṡ	غ	G
ج	J	ف	F
ح	ḥ	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Ẓ	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	’
ص	ṣ	ي	Y
ض	ḍ		

b. Kosonan Rangkap

Kosonan rangkap, termasuk tanda *syaddah*, harus ditulis secara lengkap, seperti:

احمدية : ditulis *Aḥmadiyyah*

شمسية : ditulis *Syamsiyyah*

c. Tā’Marbūtah di Akhir Kata

Bila dimatikan ditulis “h”, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia:

جمهورية : ditulis *Jumhūriyyah*

مملكة : ditulis *Mamlakah*

Bila dihidupkan karena berangkat dari kata lain, maka ditulis “t”:

نعمة الله : ditulis *Ni’matullah*

زكاة الفطر : ditulis *Zakāt al-Fiṭr*

d. Vokal Pendek

Tanda fathah ditulis “a”, kasrah ditulis “i”, dan damah ditulis “u”.

e. Vokal Panjang

“a” panjang ditulis “ā”. “i” panjang ditulis “ī” dan “u” panjang ditulis “ū”, masing-masing dengan tanda macron (ˉ) di atasnya.

Tanda fathah + huruf yā’ tanpa dua titik yang dimatikan ditulis “ai”, dan fathah + wawū mati ditulis “au”.

f. Vokal-vokal Pendek Berurutan

Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (’)

الانتم : a’antum

مؤنث : mu’annas

g. Kata Sandang Alif + Lam

1) Bila diikuti huruf *qamariyyah* ditulis al-:

الفرقان : ditulis *al-Furqān*

2) Bila diikuti huruf *Syamsiyyah*, maka al- diganti dengan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya:

السنة : ditulis *as-Sunnah*

h. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD.

i. Kata dalam Rangkaian Frasa Kalimat

1) Ditulis kata per kata atau;

2) Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut:

شيخ الاسلام : Syaikh al-Islām

تاج الشريعة : Tāj asy-Syarī'ah

التصور الاسلامي : At-Tasawwur al-Islāmī

j. Lain-lain

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) seperti kata ijmak, nas, akal, hak, nalar, paham, dsb., ditulis sebagaimana ditulis dalam kamus tersebut.

MOTTO

”Innallaha ma’ana”

**”Letakkan akhirat dalam hatimu, niscaya dunia akan bertekuk lutut
dihadapanmu”**

ABSTRAK

Nama : Anugrah Saputra
NIM : 20212024
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perilaku Mahasiswa Muslim Kelurahan Kampung Jawa Tomohon Pada Produk Boikot

Penelitian ini membahas perilaku mahasiswa muslim terhadap produk-produk yang termasuk dalam seruan boikot serta meninjau fenomena tersebut dalam perspektif hukum Islam. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana bentuk perilaku terhadap produk boikot di kalangan mahasiswa muslim? dan (2) Bagaimana pandangan hukum Islam terhadap perilaku tersebut? Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh dari wawancara yang melibatkan tujuh mahasiswa sebagai narasumber. Analisis dilakukan secara tematik dan dikaitkan dengan teori kepercayaan konsumen, teori boikot, serta sumber hukum Islam seperti Al-Qur'an, Hadis, dan pendapat ulama kontemporer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian masyarakat masih mengonsumsi produk boikot karena pengaruh iklan, kebiasaan, dan keterbatasan alternatif. Namun, sebagian lainnya secara sadar telah berhenti mengonsumsinya sebagai bentuk solidaritas terhadap Palestina. Dalam tinjauan hukum Islam, perilaku ini bertentangan dengan prinsip amar ma'ruf nahi munkar dan maqashid syariah, serta diperkuat oleh Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023. Penelitian ini menekankan pentingnya edukasi konsumen Muslim agar konsumsi tidak sekadar didorong oleh keinginan, tetapi juga kesadaran etik dan tanggung jawab moral terhadap isu kemanusiaan.

Kata kunci: Perilaku Konsumtif, Produk Boikot, Hukum Islam,

ABSTRACT

Name : Anugrah Saputra
Student ID Number : 20212024
Faculty : Sharia
Study Program : Islamic Economic Law
Title : An Islamic Legal Review of the Behavior of Muslim Students in Kampung Jawa Subdistrict, Tomohon, Toward Boycott Products

This study examines the behavior of Muslim students towards products included in the boycott call and examines this phenomenon from an Islamic legal perspective. The research questions are: (1) What is the form of behavior towards boycotted products among Muslim students? and (2) What is the Islamic legal perspective on this behavior? This study uses a qualitative approach with a descriptive method. Data were obtained from interviews involving seven students as informants. The analysis was conducted thematically and linked to consumer trust theory, boycott theory, and Islamic legal sources such as the Qur'an, Hadith, and the opinions of contemporary scholars. The results show that some people still consume boycotted products due to the influence of advertising, habits, and limited alternatives. However, others have consciously stopped consuming them as a form of solidarity with Palestine. From an Islamic legal perspective, this behavior is contrary to the principles of amar ma'ruf nahi munkar and maqashid sharia, and is reinforced by the MUI Fatwa No. 83 of 2023. This study emphasizes the importance of educating Muslim consumers so that consumption is not merely driven by desire, but also by ethical awareness and moral responsibility towards humanitarian issues.

Keywords: *Consumerism, Boycotted Products, Islamic Law*

KATA PENGANTAR



Segala puji hanya bagi Allah SWT Dzat yang Maha Mengetahui dan Maha Mengatur segala urusan, karena dengan limpahan rahmat, kasih sayang, dan ridha-Nya, penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam terhadap Perilaku Mahasiswa Muslim Kampung Jawa Tomohon pada Produk Boikot” ini dengan segala keterbatasan dan perjuangan yang panjang.

Skripsi ini lahir bukan sekadar dari tuntutan akademik semata, tetapi juga dari kegelisahan nurani melihat bagaimana realitas konsumsi di tengah masyarakat kerap mengabaikan nilai-nilai etika, empati, dan tanggung jawab sosial. Di tengah derasnya arus globalisasi dan gempuran budaya konsumtif, penulis merasa terpanggil untuk menghadirkan sebuah kajian yang tidak hanya menjelaskan fenomena, tetapi juga menyuarakan nilai-nilai keadilan dan kepedulian, khususnya terhadap isu kemanusiaan di Palestina yang berkaitan dengan gerakan boikot produk.

Perjalanan dalam menyusun karya ini penuh dengan ujian, mulai dari keterbatasan data, waktu yang terus berjalan, hingga pergolakan batin yang membuat langkah terasa berat. Namun, dengan doa yang tak pernah putus dan dukungan dari berbagai pihak, lembar demi lembar ini akhirnya tersusun.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado Bapak Prof. Dr. Ahmad Rajafi, M. HI, Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga Bapak Dr. Edi Gunawan, M.HI, selaku Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Akademik dan Kemahasiswaan Ibu Dr. Salma, M.HI, selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Ibu Dr. Mastang A. Baba, M.Ag, , terima kasih karena telah memberikan kesempatan Penulis menempuh pendidikan di IAIN Manado.

2. Dekan Fakultas Syariah (IAIN) Manado Ibu Prof. Dr. Rosdalina Bukido, S.Ag. M, Hum , Wakil Dekan I Bidang Akademik Bapak Dr. Muliadi Nur, M.H , Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, dan Keuangan ibu Dr. Nenden Herawati Suleman, M.H, Dan Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama Bapak Dr. Frangky Suleman, M.HI.
3. Nurlaila Isima, M.H selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah.
4. Prof. Dr. Yasin, M.Si dan Dr. Syarifuddin, M.Ag sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing dan mengarahkan penulis dengan penuh kesabaran dan ketelitian.
5. Dr. Hj. Nenden H. Suleman, M.H dan Dr. Nugraha Hasan M.E selaku dosen penguji skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dalam penulisan skripsi ini serta untuk menguji Skripsi penulis.
6. Seluruh dosen dan staf pengajar di Fakultas Syariah IAIN Manado, yang telah mendidik penulis dengan ilmu, nilai, dan keteladanan.
7. Kedua orang tua tercinta, Nurni Abusalam S.Pd., M.M dan Mohammad Solihin S.Pd yang doanya menjadi cahaya dalam gelap, yang sabarnya menjadi penopang dalam lelah. Hanya dengan restu dan cinta mereka, langkah ini terus berjalan.
8. Para narasumber, yang telah bersedia berbagi pandangan, dan pengalaman nyata yang menjadi denyut nadi dalam skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan di kelas HES A yang menjadi teman diskusi dan lawan berfikir di dalam kelas dari semester 1 hingga semester 6.
10. Teman-teman RPMNI dan TPN yang hadir dikala rangkaian kata dan rintihan semangat tak bisa lagi diungkapkan.
11. Teman-teman Nongkilife yang atap rumahnya menjadi tempat saya berteduh, yang sesuap nasinya pernah menjadi energi saya dalam berkuliah dan ribuan cerita serta pengalaman yang membuat malam menjadi panjang.
12. Bank Indonesia yang memberikan kesempatan kepada saya untuk dapat bergabung dan menerima beasiswa GenBI yang sangat membantu, mulai

dari bantuan dana beasiswa, serifikasi serta fasilitas lainnya yang dapat saya rasakan selama berada di GenBI.

13. Keluarga GenBI IAIN Manado yang selalu hadir dengan canda tawa, dan kalimat sederhana yang menjadikan komunitas GenBI ruang yang nyaman, ruang berbagi serta ruang yang akan dihargai oleh setiap penghuninya.
14. Terakhir, kepada diri penulis sendiri. Terima kasih telah bertahan, meski dunia kadang terasa sunyi dan berat. Terima kasih telah percaya, bahwa meski tertunda, tidak ada usaha yang sia-sia. Semoga langkah ini menjadi pijakan awal menuju pengabdian ilmu yang lebih luas dan berarti.

Skripsi ini memang bukan karya yang sempurna, tapi ia lahir dari ketulusan, dari kepedulian, dan dari harapan bahwa ilmu tidak hanya berhenti di bangku kuliah, tetapi juga menjadi lentera bagi kemanusiaan.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat menjadi sumbangsih kecil dalam khasanah keilmuan Islam, serta menjadi bahan renungan dan inspirasi bagi siapa pun yang membacanya. Dan semoga Allah membalas semua kebaikan mereka yang telah membantu dalam penyusunan karya ini dengan sebaik-baik balasan. Aamiin Ya Rabbal ‘Alamiin.

Manado, 2 Mei 2025

Penulis

Anugrah Saputra

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
TRANSLITERASI.....	v
MOTTO.....	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xiv
BAB I.....	16
PENDAHULUAN.....	16
A. Latar Belakang	16
B. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	24
C. Rumusan Masalah	25
D. Tujuan.....	25
E. Manfaat	25
F. Definisi Operasional.....	25
G. Kajian Pustaka (Penelitian Terdahulu)	27
BAB II.....	30
TINJAUAN PUSTAKA.....	30
A. KAJIAN TEORI.....	30
1. Prilaku Konsumen.....	30
2. Perilaku Konsumtif	32
3. Hukum Islam.....	34
BAB III.....	37
METODE PENELITIAN.....	37
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Pendekatan Penelitian	37
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
D. Sumber Data.....	38
E. Metode Pengumpulan Data	38

F. Pengolahan data	39
G. Analisis Data	39
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
HASIL PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. Gambaran Lokasi Peneltian	Error! Bookmark not defined.
B. Perilaku Mahasiswa Muslim Terhadap produk Boikot ...	Error! Bookmark not defined.
C. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Prilaku Konsumtif Produk Boikot	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
B. Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hukum Islam adalah hukum yang lengkap dan sempurna yang mengatur hubungan antara manusia dan yang disebut muamalah. Orang berhajat satu sama lain dalam berbagai hubungan, seperti ekonomi, sosial, politik, dan sebagainya. Muamalah adalah disiplin ilmu yang didasarkan pada hukum syari'ah yang mengatur hubungan antara manusia dengan tujuan harta benda atau mal.¹ Hal ini sangat luas karena mencakup hubungan antara sesama muslim dan non-muslim. Selama tidak ada bukti yang menunjukkan bahwa muamalah dilarang, muamalah boleh dilakukan.² Didalamnya memuat argumen yang secara rasional dapat melarang muamalah karena adanya indikasi bahaya atau kerusakan yang lebih besar. Prinsip muamalah mengatakan bahwa setiap transaksi dan hubungan perdata dalam Islam tidak boleh merugikan diri sendiri atau orang lain,³ hal ini didasarkan kepada hadist Nabi Sallallahu alaihi Wasallam yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah, Ad-Dauquthni dan lain dari Abi Al-Khudri bahwa Rasulullah bersabda : “artinya janganlah merugikan diri sendiri dan janganlah merugikan orang lain.”

Di sisi lain, perputaran ekonomi merupakan fenomena kehidupan setiap manusia, bahkan di era globalisasi saat ini tiap individu semakin memiliki banyak kebutuhan. Karakteristik kebutuhan manusia dalam analisis teori ekonomi adalah bahwa kebutuhan manusia cenderung tidak terbatas dan setiap manusia mempunyai kecenderungan pula memenuhi kebutuhannya itu.⁴ Pada dasarnya manusia akan selalu dihadapkan pada kebutuhan primer, sekunder maupun tersier. Kebutuhan primer yang meliputi sandang, pangan, papan selalu menjadi yang paling utama dalam pemenuhan kehidupan manusia. Pada saat ini usaha manusia dalam memenuhi kebutuhannya dikenal dengan istilah perilaku konsumen.⁵

Perilaku konsumen dapat dipahami sebagai studi tentang individu individu, kelompok maupun organisasi mengenai segala kegiatan yang berkaitan dengan pembelian, penggunaan

¹ Rusdan, “Prinsip-Prinsip Dasar Fiqh Muamalah Dan Penerapannya Pada Kegiatan Perekonomian,” *Jurnal El-Hikam* 15, no. 2 (2022): hlm. 232-233.

² Rahmat Hidayat, *Fiqh Muamalah Teori Dan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah* (Medan: CV. Tunggal Esti, 2022). Hal 20

³ Prilia Kurnia Ningsih, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2021). Hal. 15

⁴ W Islamiati and Rijal S, “Memahami Konflik Palestina-Israel Dalam Bingkai Berita NU Online,” *Jurnal Studi Jurnalistik* 4 (2022): 1–18.

⁵ Abdul Kholid, “Perilaku Konsumen Ruang Lingkup Dan Konsep Dasar”, *Widina Bhakti Persada Bandung*, vol. 1 (Bandung, 2020).

atau pun pembuangan barang atau jasa.⁶ Perilaku konsumen ini akan menghasilkan kepuasan konsumen ketika mereka mendapatkan barang atau jasa yang sesuai dengan harapannya. Perilaku ini dapat berupa respons emosional, mental, atau pun segala hal yang menjadi bagian penting dari tindakan konsumtif. Ruang lingkup konsumen secara umum terdiri dari produk-produk yang umumnya banyak dibeli oleh masyarakat, dan beberapa faktor yang membuatnya memilih produk tersebut. Selain itu ruang lingkup ini juga memperhatikan ruang dan waktu yang dipertimbangkan oleh konsumen agar bisa mendapatkan produk yang tepat.

Produk-produk yang saat ini populer dan dibutuhkan oleh konsumen dalam hal ini masyarakat itu sendiri, berbenturan dengan adanya konflik timur tengah antara Israel dan Palestina. Konflik Israel-Palestina hingga kini masih tersorot oleh dunia internasional. Kejahatan humaniter tingkat berat dan berskala internasional ini menjadi isu yang dianalisis dan dicari titik penyelesaiannya oleh berbagai lembaga, organisasi, serta institusi yang menangani dan berfokus dalam isu tersebut.⁷ Tidak terkecuali juga Organisasi Kerjasama Islam yang beranggotakan 57 negara anggota yang didirikan atas latar belakang negara-negara Islam yang prihatin atas berbagai masalah yang dihadapi umat Islam itu sendiri.

Negara yang tergabung dalam Organisasi Kerjasama Islam seperti Indonesia, Malaysia, Bangladesh, Saudi Arabia, dan yang lainnya tentunya tidak tinggal diam dalam menyikapi konflik tersebut. Indonesia sebagai anggota Organisasi Kerjasama Islam telah melakukan berbagai bentuk uluran tangan dalam ikut andil menyelesaikan konflik Israel-Palestina.⁸ Indonesia hingga kini selalu menyatakan sikap yang senantiasa konsisten dan juga selalu lantang dalam menyuarakan kepada masyarakat internasional terutama PBB untuk menghentikan berbagai bentuk kekerasan dan serangan Israel.⁹

Banyak upaya yang dilakukan oleh negara Indonesia dalam mendukung perjuangan palestina.¹⁰ Misalnya saja, dengan adanya relawan yang turun langsung ke Palestina, memberikan bantuan kemanusiaan, dan juga salah satunya yaitu aksi boikot terhadap produk-produk yang berasal dari perusahaan pendukung israel.¹¹ 76% perilaku mayoritas responden

⁶ Nurul Wahida Aprilia, Parakkasi Idris, and Sudirman, "Perilaku Konsumen Dalam Ekonomi Islam," *Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2024): 152.

⁷ Sutrisno and Dkk, "Perilaku Konsumen Islam Terhadap Boikot Produk Israel," *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam* 5 (2024): 4129.

⁸ Fathima Aulia Vasya Susanto, "Analisis Isu Konflik Israel-Palestina," no. November (2021): 3, https://www.researchgate.net/publication/356262932_Analisis_Isu_Konflik_Israel_-_Palestina.

⁹ Universitas Indonesia, *Konflik Palestina-Israel: Indonesia Terus Mendorong Negosiasi Perdamaian Multilateral* (Depok: FISIP, 2021).

¹⁰ Rafi ardan Firdaus and Muhammad Yaasin Yaasin, "Analisis Sentimen Netizen Indonesia Mengenai Boikot Produk," *Tauhidinomics: Journal of Islamic Banking and Economics* 3 (2023): 24.

¹¹ Sutrisno and Dkk, "Perilaku Konsumen Islam Terhadap Boikot Produk Israel."

menyatakan sangat setuju terhadap boikot produk Israel sebagai bentuk kepedulian terhadap Palestina dan pro boikot terhadap Israel sebagai bentuk ungkapan solidaritas terhadap kondisi Palestina.¹² Aksi boikot itu sendiri dapat diartikan dengan aksi yang menghentikan untuk membeli produk atau pelayanan atau jasa dari sebuah perusahaan ketika seseorang tidak setuju dengan tindakan atau aturan tertentu, atau bahkan dengan seluruh rangkaian tindakan aturan yang diambil oleh perusahaan.¹³ Boikot merupakan tindakan yang diikuti oleh satu atau banyak pihak untuk tujuan tertentu yaitu dengan mendesak mereka untuk tidak membeli barang atau tidak menggunakan layanan atau jasa tersebut.

Aksi boikot terhadap produk-produk yang diproduksi oleh perusahaan pendukung Israel. Ayat alquran yang memperbolehkan melakukan perlawanan terhadap pihak yang melakukan pengusiran dan penjajahan dalam Qur'an surah Al-Hajj yang berbunyi:

الَّذِينَ أُخْرِجُوا مِنْ دِيَارِهِمْ بِغَيْرِ حَقٍّ إِلَّا أَنْ يَقُولُوا رَبُّنَا اللَّهُ وَلَوْلَا دَفْعُ اللَّهِ النَّاسَ بَعْضَهُمْ بِبَعْضٍ لَفَدِمَتْ صَوَامِعُ وَبِيَعٌ
وَصَلَوَاتٌ وَمَسَاجِدُ يُذْكَرُ فِيهَا اسْمُ اللَّهِ كَثِيرًا وَلَيَنْصُرَنَّ اللَّهُ مَنْ يَنْصُرُهُ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَقَوِيٌّ عَزِيزٌ ﴿٤٠﴾

Terjemahannya: “(Yaitu) orang-orang yang diusir dari kampung halamannya, tanpa alasan yang benar hanya karena mereka berkata, “Tuhan kami adalah Allah.” Seandainya Allah tidak menolak (keganasan) sebagian manusia dengan sebagian yang lain, tentu telah dirobohkan biara-biara, gereja-gereja, sinagoge-sinagoge, dan masjid-masjid yang di dalamnya banyak disebut nama Allah. Sungguh, Allah pasti menolong orang yang menolong (agama)-Nya. Sesungguhnya Allah benar-benar Mahakuat lagi Mahaperkasa.”(Q.S. Al Hajj [22] : 40) Dalam konsep *maslahah* membentuk kerangka penting dalam memahami pemboikotan produk dari perspektif maqasid al-syari'ah.¹⁴ Setiap aksi pemboikotan perlu dipertimbangkan untuk mendatangkan manfaat atau menolak mudarat.

Lebih lanjut, dengan menggunakan prinsip maslahat sebagai panduan, umat Islam dapat menilai bahwa suatu pemboikotan sejalan dengan tujuan syariat. Hal ini memastikan bahwa tindakan pemboikotan tidak hanya didasarkan pada emosi atau kepentingan sesaat, tetapi juga mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap kelima aspek penting dalam maqasid al-syari'ah. Dengan demikian, konsep maslahat menjadi pertimbangan spiritual yang krusial

¹² A Jaelani and Nursyifa Y, “Perilaku Konsumen Islam Terhadap Boikot Produk Israel,” *Karimah Tauhid* 3 (2024): 2312–17.

¹³ S Kristantoro, “Komodifikasi Agama Dalam Holy Land Tour: Sebuah Tinjauan Sosiologi Agama.,” *DUNAMIS: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani* 6 (2021): 16–30.

¹⁴ Sutisna, Neneng Hasanah, and dkk, *Panorama Maqashid Syariah* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021). Hal.21

sebelum melakukan tindakan pemboikotan. Menjaga dan melindungi jiwa manusia merupakan salah satu aspek penting dalam maqasid al-syari'ah.¹⁵

Secara umum, dengan melakukan pemboikotan aliran dana dan dukungan terhadap pihak-pihak yang terlibat dalam tindakan kekerasan atau pelanggaran hak asasi manusia dapat terputus, boikot dapat mengurangi kemampuan mereka untuk melanjutkan operasi yang membahayakan kehidupan rakyat Palestina. Melalui aksi boikot, masyarakat global dapat berperan aktif dalam upaya melindungi nyawa dan meminimalisir penderitaan yang dialami oleh rakyat Palestina. Dengan demikian, pemboikotan tidak hanya menjadi tindakan protes, tetapi juga merupakan langkah konkret dalam mewujudkan tujuan syariat untuk menjaga dan melindungi nyawa manusia.

Sejalan dengan ayat serta maqasid al-syariah di atas, Majelis Ulama Indonesia juga mengeluarkan Fatwa terkait dengan fenomena pemboikotan produk produk tersebut.¹⁶ MUI adalah lembaga independen yang mewadahi para ulama, zu'ama, dan cendekiawan Islam untuk membimbing, membina, dan mengayomi umat Islam di Indonesia.¹⁷ Sesuai dengan tugasnya, MUI membantu pemerintahan Indonesia dalam melakukan hal-hal yang menyangkut kemaslahatan umat Islam, seperti mengeluarkan fatwa dalam kehalalan sebuah makanan, penentuan kebenaran sebuah aliran dalam agama Islam, dan hal-hal yang berkaitan dengan hubungan seorang muslim dengan lingkungannya.¹⁸

Adapun Fatwa yang dikeluarkan oleh MUI adalah Fatwa MUI nomor 83 tahun 2023 yang memuat tentang Hukum dukungan terhadap perjuangan Palestina, berisi Pertama: Ketentuan Hukum. 1) Mendukung perjuangan kemerdekaan Palestina atas agresi Israel hukumnya wajib; 2) Dukungan sebagaimana disebutkan pada point (1) di atas, termasuk dengan mendistribusikan zakat, infaq dan sedekah untuk kepentingan perjuangan rakyat Palestina; 3) Pada dasarnya dana zakat harus didistribusikan kepada mustahik yang berada di sekitar muzakki. Dalam hal keadaan darurat atau kebutuhan yang mendesak dana zakat boleh didistribusikan ke mustahik yang berada di tempat yang lebih jauh, seperti untuk perjuangan Palestina; 4) Mendukung agresi Israel terhadap Palestina atau pihak yang mendukung Israel

¹⁵ Muhammad Harsya Bachtiar, "AL-FIKRAH : " 1, no. 1 (2024): 284–303, <https://doi.org/10.36701/fikrah.v1i1.1702>.

¹⁶ P Wibowo, Hapsari R.D., and Ascha M.C., "Respon Publik Terhadap Fatwa Boikot Produk Israel Oleh Majelis Ulama Indonesia," *Journal Publicuho* 7 (2024): 382–95.

¹⁷ Ahmad Badrut Tamam, "Kedudukan Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Dan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Dalam Sistem Hukum Indonesia," *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics* 04, no. 01 (2021): 1–25, <https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/hakam/article/view/1368/642>.

¹⁸ Mar'ah Mir'atul Ridwan, "Otoritas Fatwa Mui Provinsi Sulawesi Selatan Nomor 1 Tahun 2021 Tentang Eksploitasi Kegiatan Pengemis Di Jalanan Ruang Publik Perspektif Siyasa Syariyyah," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Siyasa Syar'iyyah* 5 (2024): 384.

baik langsung maupun tidak langsung hukumnya haram. Kedua : Rekomendasi. 1) Umat Islam diimbau untuk mendukung perjuangan Palestina, seperti gerakan menggalang dana kemanusiaan dan perjuangan, mendoakan untuk kemenangan, membaca Qunut Nazilah dan melakukan shalat ghaib untuk seluruh umat Islam Palestina yang wafat; 2) Pemerintah diimbau untuk mengambil langkah-langkah tegas membantu perjuangan Palestina, seperti melalui jalur diplomasi di PBB untuk menghentikan perang dan sanksi pada Israel, pengiriman bantuan kemanusiaan, dan konsolidasi negara-negara OKI untuk menekan Israel menghentikan agresi; 3) Umat Islam diimbau untuk memaksimalkan menghindari konsumsi dan penggunaan produk-produk Israel dan pihak-pihak yang mendukung agresi Israel atas Palestina.

Melalui fatwa ini Indonesia menggalakkan boikot produk yang berafiliasi dengan Israel sebagai bentuk dukungan terhadap Palestina.¹⁹ Dengan menimbang terhadap tindakan agresi Israel atas Palestina tersebut ada juga pihak yang mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti bantuan persenjataan dan personel kepada Israel, bantuan finansial perusahaan yang berafiliasi pada Israel dan zionisme, pembangunan opini publik yang mendukung zionisme, hingga membeli produk yang secara nyata mendukung agresi Israel dan zionisme.²⁰

Dilansir dari Website Resmi Sekretariat Majelis Permusyawaratan Ulama Aceh,²¹ ada beberapa perusahaan yang terafiliasi dengan Israel disampaikan oleh Yayasan Konsumen Muslim Indonesia (YKMI). Direktur Eksekutif YKMI, Ahmad Himawan menegaskan daftar tersebut diharapkan dapat menjadi rujukan bagi umat muslim dalam upaya memboikot produk yang terafiliasi dengan Israel. Daftar produk yang diboikot sesuai dengan Irsyadat MUI meliputi Starbucks, Danone, Nestle, Zara, Kraft Heinz, Unilver, Coca Cola Group, McDonalds, Mondelez, Burger King.

Daftar produk tersebut ditanggapi oleh Wakil Sekkertaris Jendral MUI Bidang Dakwah dan Ukhuwah, KH. Arif Fahrudin. Beliau mengungkapkan bahwa meski MUI tidak memiliki otoritas untuk mengeluarkan daftar produk terafiliasi Israel namun MUI memperbolehkan masyarakat untuk melakukan riset. Arif pun mempersilahkan masyarakat untuk menggunakan

¹⁹ K Husna and Hafidzi A, "Dampak Pemboikotan Produk Pro Israel Fatwa Dsn Mui Nomor 83 Tahun 2023 Bagi Warung Rumahan Di Kota Banjarmasin," *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory* 1 (2023): 868–76.

²⁰ Pramudya Wissha and Arroyan Na'im, "Boikot Produk Israel Dari Perspektif Hukum Islam," *Yustisi: Jurnal Hukum Dan Hukum Islam* 12, no. 1 (2025): 529–40.

²¹ Admin MPU, "Ada 10 merek Terafiliasi Israel yang diboikot sesuai Irsyadat MUI," <https://mpu.acehprov.go.id/berita/kategori/berita/total-ada-10-merek-terafiliasi-israel-yang-halal-diboikot-sesuai-irsyadat-mui-ini-daftarnya>, 13 Mei 2024 pukul 10.13 WITA

daftar perusahaan dan produk terafiliasi Israel dari YKMI sebagai rujukan dalam menjalankan Irsyadat MUI.

Beberapa perusahaan tersebut memiliki hubungan dengan Israel dengan data sebagai berikut²²:

Tabel 1.1

No	Nama Perusahaan	Jenis – Jenis Produk	Alasan diboikot
1.	Uniliver	Pepsodent, Lux, Lifeboy, Clear, Rexona, Rinso, Sunlight, Vaseline, dll	Uniliver, CEO Unilever, Hein Schumacher menjadi yang Paling disorot sepanjang perang yang dilancarkan Israel kepada Palestina. Sejak Juni 2022 lalu, Unilever mengumumkan telah mendesain bisnis kerja sama baru dengan perusahaan berlisensi Israel, Avi zinger untuk memasarkan Ben And Jerry, produk eskrim unggulan perusahaan tersebut. Bahkan, CEO Unilever sebelumnya pernah menegaskan bahwa Unilever berikomitmen penuh kepada Israel. ²³
2.	Nestle	Dancow, Bear Brand, Milo, Nescafe, Kitkat, Lactogrow, dll	Perusahaan makanan dan minuman asal Swiss ini dianggap memiliki keterkaitan dengan Israel. Pasaunya, Nestle memiliki

²² Sugandi Rafid and Riri Anggraini, “Gerakan Sosial: Aksi Bela Palestina Boikot Produk Israel Di Kota Padang,” *Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa Dan Pendidikan* 4 (2024): 1–17.

²³ M, Nurhadi. ”Profil pemilik Unilever dan hubungannya dengan Israel.” <https://www.suara.com/bisnis/2023/11/13/153122/profil-pemilik-unilever-dan-hubungannya-dengan-israel>, 13 Mei 2024 pukul 18.34 WITA

			unit bisnis di Israel dengan nama Osem. Lewat proses akuisisi secara bertahap pada 1995, Osem yang memproduksi sejumlah produk seperti kopi, pasta dan sereal itu kini dimiliki 100% oleh Nestle.
3.	Danone	Aqua, Mizone, SGM, Nutrilon Royal, dll.	Perusahaan Danone memiliki keberpihakan kepada Israel lewat strategi bisnisnya. Pasalnya, belum lama ini Danone menanamkan modal di perusahaan Israel bernama Wilk. Dikutip dari The Times of Israel perusahaan itu berinvestasi di Wilk sebesar US\$ 3,5 juta. Investasi strategis ini melibatkan kemitraan potensial kedua perusahaan dalam pengembangan produk pengembangan komponen susu formula.
4.	Coca Cola Company	Coca-Cola, Fanta, Sprite, Nutriboost, dll	Coca-Cola Company yang memasarkan minuman Coca-Cola, Fanta, Sprite, Frestea dan Minute Maid ini perlu dihindari karena ikut melanggar kedaulatan wilayah Palestina. Perusahaan AS ini sendiri

			diketahui memiliki sebuah pabrik yang berlokasi di kawasan pemukiman Atarot. Wilayah itu sebenarnya merupakan bagian dari wilayah Palestina yang diambil paksa. ²⁴
--	--	--	---

Meskipun ada bantahan dari perusahaan-perusahaan tersebut terkait dengan hubungan mereka dengan Israel, misalnya saja McDonalds Indonesia yang menyatakan bahwa mereka adalah entitas yang beroperasi secara independen dan tidak terafiliasi dengan McDonalds di negara lain, termasuk Israel, atau coca cola yang hanya menjelaskan bahwa apapun yang terjadi, semua produk-produk diproduksi oleh orang Indonesia dengan menggunakan produk lokal Indonesia. Namun perlu kita ketahui bersama bahwa setiap perusahaan yang membuka cabang tetap diterapkan Royalti dalam bisnis disebut dengan royalti waralaba. Pada suatu bisnis, maka pemiliknya akan menerima apa yang dinamakan dengan waralaba. Dan karena hal itulah, mereka harus membayar royalti pada pemilik waralaba untuk memiliki hak paten membuka cabang dengan nama perusahaan.

Boikot produk-produk Israel atau perusahaan yang berhubungan dengan Israel mungkin bisa mendorong konsumsi produk lokal dan menciptakan pasar baru bagi produsen Indonesia. Hal ini bisa memberi peluang bagi pekerja lokal di sektor industri yang terkait dengan barang pengganti. Di sisi lain, jika boikot ini mempengaruhi hubungan perdagangan internasional Indonesia dengan negara-negara yang mendukung Israel (misalnya Amerika Serikat atau negara-negara Eropa), hal ini bisa mempengaruhi ekspor Indonesia, yang berpotensi berdampak pada pekerja yang terlibat dalam sektor ekspor, terutama di industri yang sangat bergantung pada perdagangan internasional.²⁵ Di Indonesia, boikot bisa mempengaruhi pola konsumsi masyarakat, yang lebih memilih produk lokal daripada produk asing yang dianggap mendukung negara atau kebijakan tertentu. Hal ini dapat memperkuat rasa nasionalisme dan mendukung pekerja lokal. Namun, Sebagian sektor industri Indonesia yang bergantung pada produk atau teknologi luar negeri, termasuk yang berasal dari perusahaan-perusahaan besar

²⁴ Eric, Iskandarsjah. "Daftar Merek Indonesia yang dianggap pro terhadap Israel." <https://www.marketeers.com/daftar-merek-di-indonesia-yang-dianggap-pro-terhadap-israel/>, 13 Mei 2024 Pukul 18.48 WITA

²⁵ F Gusnandi, Efendy M, and Apriyani N, "Analisis Brand Hate Terhadap Brand Avoidance Pada Merek Starbucks Konteks Issue Israel-Palestina," *Jurnal Cahaya Mandalika* 5 (2024): 265–77.

yang terlibat dalam pendudukan Israel, juga dapat terpengaruh oleh boikot ini. Hal ini bisa menyebabkan gangguan dalam pekerjaan, terutama bagi pekerja di sektor yang terkait dengan teknologi tinggi atau industri tertentu.²⁶

Disamping itu dengan adanya teori kepercayaan konsumen yang didalamnya terdapat atribut yang merupakan karakteristik suatu produk yang mana terdapat unsur atribut ekstrinsik, masyarakat Indonesia tetap gemar mengkonsumsi produk-produk yang telah dihimbau untuk tidak digunakan atau diboikot. Di kelurahan Kampung Jawa Tomohon sendiri terjadi fenomena tersebut yang mana dalam perayaan hari Raya Idul Fitri, banyak rumah masyarakat yang menyediakan minuman yang berasal dari perusahaan yang terafiliasi dengan Israel. Dalam perspektif Islam, pola konsumsi seperti ini tidak dapat dilepaskan dari dua konsep penting, yaitu tabdzir dan israf. Tabdzir berarti menyia-nyiakan atau menggunakan harta untuk sesuatu yang tidak memberi manfaat, sedangkan israf merujuk pada sikap berlebih-lebihan dalam menggunakan sesuatu, meskipun barang tersebut halal.

Yusuf Qardhawi dalam beberapa pandangannya menyatakan bahwa konsumsi dalam Islam tidak hanya soal memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga harus dilandasi pertimbangan moral, kemaslahatan, dan solidaritas terhadap sesama. Menurutnya, membelanjakan harta untuk sesuatu yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam, termasuk membeli produk yang mendukung kezaliman, termasuk dalam kategori tabdzir dan berpotensi membawa kerusakan sosial. Maka, dalam konteks ini, perilaku konsumtif terhadap produk boikot bukan sekadar persoalan ekonomi, tetapi juga menyentuh dimensi akidah dan komitmen moral seorang Muslim terhadap keadilan dan kemanusiaan.

Dari uraian di atas peneliti tertarik meneliti pembahasan terkait dengan produk boikot dengan judul pembahasan Tinjauan Hukum Islam Mengenai Prilaku Konsumtif Masyarakat Terhadap Produk Boikot di Kelurahan Kampung Jawa Tomohon.²⁷

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Meneliti apa yang dimaksud dengan perilaku konsumtif dalam konteks produk yang diboikot.
2. Menganalisis prinsip-prinsip hukum Islam yang relevan dengan perilaku konsumtif, seperti etika, larangan, dan batasan dalam konsumsi.

²⁶ Marissa Grace Haque, Puspita Puspita, and Zulfison Zulfison, "Antisipasi Pemasaran Saat Boikot Produk Di Lingkungan Konsumen Muslim Dunia Dan Indonesia Terjadi: Studi Literatur," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 4, no. 1 (2024): 189–212, <https://doi.org/10.56145/jurnalekonomidanbisnis.v4i1.176>.

²⁷ Observasi peneliti di kelurahan Kampung Jawa pada saat perayaan Hari Raya Idul Fitri

3. Melihat bagaimana pandangan mahasiswa muslim terhadap praktik boikot dan dampaknya terhadap perilaku konsumtif.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perilaku mahasiswa muslim Kampung Jawa Tomohon pada produk boikot?
2. Bagaimana tinjauan hukum islam terhadap perilaku mahasiswa muslim Kampung Jawa Tomohon pada produk boikot?

D. Tujuan

1. Untuk mengetahui perilaku mahasiswa muslim Kampung Jawa Tomohon pada produk boikot.
2. Untuk mengetahui tinjauan hukum islam mengenai perilaku mahasiswa muslim Kampung Jawa Tomohon pada Produk Boikot

E. Manfaat

1. Diharapkan penelitian ini dapat mengembangkan keilmuan di bidang perilaku konsumen terutama pada produk boikot
2. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk para praktisi seperti pembeli dan penjual produk boikot, masyarakat dan tokoh agama dalam menghadapi permasalahan tersebut.
3. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya akan meneliti judul yang sama yaitu mengenai perilaku konsumen terhadap produk boikot serta tinjauan hukum islamnya.

F. Definisi Operasional

1. Hukum Islam

Hukum Islam merupakan sistem hukum yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis Nabi, Ijma' (kesepakatan para ulama), dan Qiyas (analogi hukum), yang secara menyeluruh mengatur berbagai aspek kehidupan umat Islam. Tidak hanya terbatas pada ibadah ritual, hukum Islam juga mencakup bidang sosial, ekonomi, politik, dan moral kemasyarakatan. Dalam konteks ekonomi, hukum Islam memberikan panduan yang tegas dan holistik mengenai bagaimana individu dan masyarakat seharusnya memperlakukan harta, bertransaksi, dan memenuhi kebutuhan hidupnya. Prinsip-prinsip utama dalam hukum ekonomi Islam meliputi keadilan, keseimbangan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial.

Di antara nilai-nilai fundamental yang diatur adalah larangan terhadap praktik riba (bunga yang bersifat eksploitatif), gharar (ketidakpastian yang merugikan dalam transaksi), dan maysir (perjudian atau spekulasi yang tidak sehat), karena kesemuanya bertentangan dengan asas keadilan dan kemaslahatan. Sebaliknya, Islam sangat menganjurkan bentuk muamalah (interaksi sosial-ekonomi) yang dilandasi pada prinsip tolong-menolong, kejujuran, transparansi, dan kepedulian terhadap sesama.

Dalam konteks penelitian ini, hukum Islam dijadikan sebagai dasar untuk meninjau perilaku konsumtif terhadap produk-produk boikot, khususnya yang berkaitan dengan dukungan terhadap agresi atau ketidakadilan. Konsumsi dalam Islam tidak hanya dinilai dari aspek jasmani atau material semata, tetapi juga dipertimbangkan dari sisi halal-haram, manfaat-mudharat, serta dampaknya terhadap keadilan sosial dan solidaritas umat. Dengan demikian, hukum Islam memandang konsumsi bukan sebagai tindakan bebas nilai, melainkan sebagai bagian dari ibadah dan tanggung jawab moral yang harus dijalankan dengan kesadaran spiritual dan sosial.

2. Perilaku Konsumtif Masyarakat

Perilaku konsumtif masyarakat merupakan suatu kecenderungan atau pola dalam mengonsumsi barang dan jasa yang tidak lagi dilandasi oleh pertimbangan kebutuhan riil atau urgensi fungsional, melainkan didorong oleh dorongan emosional, gaya hidup, serta pengaruh lingkungan sosial. Konsumsi semacam ini biasanya terjadi secara berulang dan berlebihan, bahkan sering kali mengabaikan aspek efisiensi dan rasionalitas. Faktor eksternal seperti iklan yang masif, arus tren global, media sosial, serta tekanan kelompok sebaya menjadi pemicu utama terbentuknya perilaku konsumtif, di mana konsumen terdorong untuk membeli bukan karena kebutuhan, melainkan karena keinginan untuk mengikuti arus atau memperoleh pengakuan sosial.

Perilaku konsumtif semacam ini dalam konteks Islam bertentangan dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan kesederhanaan, keseimbangan, dan tanggung jawab moral dalam konsumsi. Islam menekankan bahwa konsumsi harus dilakukan dalam batas kewajaran, serta memperhatikan aspek kehalalan, kemanfaatan, dan penghindaran dari sikap boros dan pemborosan. Maka, perilaku konsumtif yang dilakukan tanpa pertimbangan prinsip syariah tidak hanya merugikan individu secara ekonomi, tetapi juga dapat berkontribusi pada kerusakan sosial dan ketimpangan dalam masyarakat.

3. Produk Boikot

Boikot adalah tindakan penolakan untuk bekerja sama, sedangkan pemboikotan merupakan proses atau tindakan menolak hal yang dianggap tidak sesuai dengan jalannya.²⁸ Produk boikot adalah barang atau jasa yang secara sengaja tidak dikonsumsi oleh individu atau kelompok masyarakat sebagai bentuk protes atau ketidaksetujuan terhadap kebijakan, tindakan, atau praktik yang dianggap bertentangan dengan nilai-nilai agama Islam. Boikot produk dapat berkaitan dengan produk yang diproduksi oleh perusahaan yang melakukan aktivitas yang bertentangan dengan prinsip syariah, atau produk yang dipandang merugikan kepentingan umat Islam atau bertentangan dengan etika Islam.

4. Tinjauan Hukum Islam

Tinjauan hukum Islam adalah kajian atau analisis yang dilakukan terhadap fenomena atau perilaku tertentu berdasarkan perspektif dan prinsip-prinsip hukum Islam. Dalam konteks penelitian ini, tinjauan hukum Islam terhadap perilaku konsumtif masyarakat pada produk boikot bertujuan untuk menganalisis apakah tindakan boikot produk tersebut sesuai dengan aturan-aturan syariah, apakah boikot tersebut merupakan tindakan yang sah dan sesuai dengan ajaran Islam, serta dampak hukum yang mungkin timbul dari tindakan tersebut dalam konteks masyarakat Muslim.

G. Kajian Pustaka (Penelitian Terdahulu)

Dalam upaya memperkuat landasan teoritis dan memperjelas posisi penelitian ini, kajian terhadap sejumlah penelitian terdahulu menjadi sangat penting. Penelitian-penelitian tersebut memberikan gambaran tentang bagaimana isu perilaku konsumtif dan boikot produk telah dikaji dari berbagai sudut pandang, baik dalam konteks ekonomi, sosial, maupun hukum Islam. Dengan menelaah hasil-hasil penelitian sebelumnya, penulis dapat mengidentifikasi kesenjangan (gap) yang masih belum banyak disentuh, serta menempatkan penelitian ini dalam peta keilmuan yang lebih luas.

M. Alfa Riski Mokobombang, Fitira Ayu Lestari Niu, dan Jamaludin Hasan, Institut agama Islam Negeri Manado pada tahun 2023 menulis tentang "Perilaku boikot dalam perspektif islam serta implementasinya di era kontemporer." Penelitian ini menggunakan metode penelitian Library Research yang mana pengumpulan data dan informasi melalui studi literatur, sedangkan dalam penelitian saya menggunakan metode penelitian field research yakni mengumpulkan data dan informasi secara langsung di lapangan.

²⁸ R.I Yusuf, A Hamdi, and R Fitriana, "Suara Perlawanan: Bagaimana Mahasiswa Menggunakan Pembangkangan Sipil Pada Unjuk Rasa Tolak Kenaikan BBM Di Indonesia.," *Journal of Communication Science* 5 (2023): 114–25.

Aji Gunawan, Institut Agama Islam Negeri Manado pada tahun 2023 meneliti tentang “Perilaku konsumen mahasiswa IAIN Manado terhadap pengguna layanan shopeefood.” Fokus penelitian ini terdapat pada pengguna layanan shopeefood, sedangkan penelitian saya berfokus pada pengguna produk boikot.

Muhamad Firgi Saleh, Institut Agama Islam Negeri Manado pada tahun 2024 meneliti tentang “Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik jual beli *mystery box*.” Dalam penelitian ini jelas membahas tentang praktik jual beli yang kemudian dianalisis dari perspektif hukum islam, berbeda dengan penelitian saya yang membahas mengenai perilaku konsumtif masyarakat yang kemudian ditinjau dari perspektif hukum islam.

Abdul Aziz Bachdar, Institut Agama Islam Negeri Manado pada tahun 2024 menulis tentang “Perlindungan konsumen terhadap produk kosmetik non bpom dalam perspektif hukum ekonomi syariah.” Penelitian ini berfokus pada pembahasan mengenai perlindungan konsumen dan produk yang diteliti merupakan produk kosmetik non bpom, sedangkan dalam penelitian saya berfokus pada perilaku konsumen dan produk yang diteliti merupakan produk boikot.

Ricky Rian Refendy, pada tahun 2022 yang meneliti terkait produk boikot dengan judul “Analisis hukum islam terhadap pemboikotan produk asing di Indonesia,” Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Penelitian ini lebih mengutamakan pada bagaimana hukum islam terkait produk boikot di Indonesia, sedangkan pada penelitian saya menekankan pada perilaku konsumennya dilihat dari tinjauan hukum islam.

Fira Firnanda Athmavidya, pada tahun 2021 meneliti tentang “Analisis pengaruh pelanggan yang termotivasi agama terhadap niat memboikot pada penilaian produk, citra merk, dan loyalitas,” Universitas Internasional Semen Indonesia. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berita tentang boikot produk Prancis sangat populer di berbagai belahan dunia, salah satunya Indonesia. Penyebab dari boikot produk Prancis tersebut adalah kekecewaan masyarakat Islam akibat dari ungkapan Presiden Prancis yang dianggap telah merendahkan agama Islam. Sedangkan pada penelitian saya dilatarbelakangi oleh isi fatwa MUI no 83 tahun 2023 yang merupakan dukungan terhadap perjuangan Palestina.

Nina Junaini pada tahun 2023 menulis tentang “Pengaruh Aksi Boikot Produk Israel Terhadap Ekonomi Indonesia”. Penelitian dalam Jurnal ini berfokus kepada dampak yang ditimbulkan aksi boikot terhadap UMKM di Indonesia, sedangkan dalam penelitian saya menitikberatkan pada perilaku konsumen yang menggunakan produk boikot.

Mardeci Hermiza, pada tahun 2022 meneliti tentang “Fenomena boikot massal (cancel culture) di Media Sosial,” Universitas Islam Indragiri. Penelitian ini berfokus pada akibat yang

ditimbulkan dari adanya cancel culture lewat media sosial serta dilatarbelakangi oleh para pengguna media sosial yang memiliki sifat mob mentality, dan pada penelitian saya berfokus pada perilaku konsumen pada produk boikot.

Salsandra Jihan Salsa dan Muhammad Haris Saputra Haris tahun 2024 meneliti tentang "Respons Investor Terhadap Fatwa MUI no. 83/2023 Pada Saham Perusahaan Terkena Boikot" Universitas Jambi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan serta tindak lanjut dari para Investor yang dihadapkan kepada perusahaan yang terkena Boikot, sedangkan dalam penelitian saya bertujuan untuk mengetahui tinjauan hukum islam terhadap perilaku konsumen pada produk boikot.

Secara umum, penelitian-penelitian tersebut memberikan kontribusi penting dalam memahami bagaimana konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi semata, tetapi juga oleh nilai-nilai agama, etika, dan kesadaran sosial. Namun, sebagian besar penelitian tersebut masih terbatas pada aspek teoritis atau menggunakan pendekatan studi kepustakaan (library research), sementara kajian berbasis lapangan dengan fokus pada perilaku konsumtif masyarakat terhadap produk boikot secara langsung masih relatif terbatas, khususnya dalam konteks lokal seperti masyarakat di Kelurahan Kampung Jawa Tomohon.

Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya karena menggabungkan pendekatan normatif-empiris, yakni memadukan antara data lapangan dengan prinsip-prinsip hukum Islam seperti maqashid syariah, fiqh muamalah, serta teori perilaku konsumen dan aksi boikot. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih komprehensif dan aplikatif dalam menilai fenomena konsumtif terhadap produk boikot yang terjadi di masyarakat, serta memberikan dasar pertimbangan keagamaan dalam pengambilan keputusan konsumsi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. KAJIAN TEORI

Konsumsi di era modern memunculkan respons terhadap dinamika tersebut, khususnya terkait dengan isu boikot produk yang terafiliasi pada konflik kemanusiaan, diperlukan pemahaman teoritis yang kuat. Oleh karena itu, kajian teori berikut disusun untuk menguraikan konsep-konsep kunci seperti perilaku konsumtif, kepercayaan konsumen, serta prinsip-prinsip hukum Islam yang relevan dengan pembahasan.

Prilaku Konsumen

a. Pengertian perilaku konsumen

Secara umum pada kegiatan bisnis, perilaku konsumen adalah studi tentang sikap, tindakan, atau perhatian pembeli terhadap segmentasi barang atau jasa. Perilaku ini memengaruhi bagaimana pembeli menemukan, memilih, dan menentukan pembelian yang mereka inginkan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian.²⁹ Salah satu kegiatan yang dianggap sebagai hal yang wajar adalah kegiatan konsumsi yang ketika pelaksanaannya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pokok.³⁰ Selain itu, perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai studi tentang tindakan yang berkaitan dengan pembelian, penggunaan, atau pembuangan barang atau jasa.

Perilaku konsumen ini dapat mencakup reaksi emosional, mental, atau apa pun yang merupakan komponen penting dari tindakan konsumtif.³¹ Secara langsung perilaku pelanggan akan menghasilkan kepuasan pelanggan ketika mereka memperoleh barang atau jasa yang sesuai dengan harapan mereka. Mengonsumsi suatu barang tidak semata-mata bertujuan memaksimalkan kepuasan, tetapi selalu memerhatikan apakah barang itu halal atau haram, israf atau tidak, tabzir atau tidak, memudharatkan masyarakat atau tidak, dan lain sebagainya.³² Ketaqwaannya kepada Allah dan kepercayaannya kepada hari kiamat membuatnya senantiasa taat kepada Allah dan Rasul-Nya. Islamic man tidak materialistik, ia senantiasa memerhatikan

²⁹ R Ardiyansyah and Hermawan R, "Analisis Penerapan Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 Tentang Hukum Dukungan Terhadap Perjuangan Palestina Di Toko Bagus Rofiqi," *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 7 (2024): 87–102.

³⁰ Riskawati Saleh et al., "Analisis Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Psikologi Islam," *Psikologi Islam* 14, no. 2 hal. 92 (2023).

³¹ R.A Nurjanah and Sari E.Y.D, "Peran Kontrol Diri Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Selama Pandemi Pada Pengguna Aplikasi Shopee.," *EMPHATHY: Jurnal Fakultas Psikologi* 5 (2022): 1–15.

³² M.I Ghufroon and Ishomuddin K, "Kosmara: Konsep Pengembangan Ekonomi Pesantren Dan Pengendalian Pola Perilaku Konsumtif Santri Di Pondok Pesantren Nurul Jadid.," *Al-Ulum Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ke Islaman* 8 (2021): 113–27.

anjaran syariat untuk berbuat kebajikan untuk masyarakat. Oleh karena itu ia baik hati, suka menolong, dan peduli kepada masyarakat sekitar.³³

Menentukan apa dan bagaimana sebuah produk atau jasa dapat diperoleh, konsumen pasti memiliki pertimbangan tertentu. Keputusan konsumen untuk membeli sesuatu tentu dipengaruhi oleh banyak faktor.³⁴ Misalnya, mereka mungkin memilih sesuatu karena kualitasnya bagus dan tidak memperlmasalahkan harga, mereka juga bisa mempertimbangkan harga tanpa mempertimbangkan kualitas yang mereka dapatkan. Maka dari itu, konsumen memiliki karakteristik dan prinsip-prinsip tertentu dalam melakukan pembelian.³⁵ Hal ini diperlukan agar produsen atau penjual dapat melihat, menganalisis dan mengevaluasi bagaimana strategi pemasaran yang baik sehingga tepat sasaran dan bisa meningkatkan jumlah penjualan. Studi dalam perilaku konsumen itu tidak hanya berdasarkan pada sisi psikologis, namun juga sisi sosial dan budaya yang berlaku di lingkungan tertentu.³⁶

b. Teori kepercayaan konsumen

Terkait dengan kepercayaan konsumen, bahwa kepercayaan konsumen dapat diartikan sebagai sesuatu pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen.³⁷ Pengetahuan tersebut berupa informasi yang ada terkait dengan produk dan juga berkaitan dengan kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang: 1) Objek, dapat berupa produk, orang, perusahaan, atau segala sesuatu yang padanya seseorang memiliki kepercayaan dan sikap. Label halal suatu produk juga dapat memperkuat citra dan reputasi produsen atau perusahaan;³⁸ 2) Atribut, adalah karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki atau tidak dimiliki oleh objek. Terdapat dua macam atribut, yaitu atribut intrinsik dan atribut ekstrinsik. Atribut intrinsik adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan sifat aktual produk, sedangkan atribut ekstrinsik adalah segala sesuatu yang diperoleh dari segala aspek eksternal produk, seperti nama merek, kemasan, dan label. Hal ini dapat mempengaruhi konsumen dalam aspek kematangan emosi;³⁹ 3) Manfaat, dapat diartikan sebagai hasil positif yang diberikan atribut kepada konsumen. Hal ini juga dapat memengaruhi

³³ Dr. Syaparuddin, *Edukasi Ekonomi Islam (Perilaku Konsumen Muslim)* (Yogyakarta: TrustMedia Publishing, 2022). Hal 16

³⁴ Mujahidah, "Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya," *Indonesian Journal of School Counseling: Theory, Application, and Development*, 1 (2021): 1.

³⁵ M.G. Haque, Puspita, and Zulfizon, "Antisipasi Pemasaran Saat Boikot Produk Di Lingkungan Konsumen Muslim Dunia Dan Indonesia Terjadi: Studi Literatur," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 4 (2024): 189–212.

³⁶ P Kotler and K.L. Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2021).

³⁷ D Arum and Khoirunnisa R.N, "Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Psikologi Pengguna E-Commere Shopee.," *Jurnal Penelitian Psikologi* 8, no. 9 (2021): 92–102.

³⁸ Mansur Mahlel, "Analisis Dan Implementasi Lebelisasi Halal: Studi Kasus Pada Industri Makanan Dan Minuman," *Jurnal Penelitian Progresif* 2 (2023): 1–10.

³⁹ M.I Leoni and Purwasih I, "Hubungan Antara Kematangan Emosi Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Raden Fatah Palembang.," *Indonesian Journal of Behavioral Studies* 1 (2021): 473–87.

persepsi terhadap produk perusahaan dan dalam pertimbangan mereka untuk membeli produk atau bahkan berinvestasi dalam perusahaan tersebut.⁴⁰

Adanya kepercayaan konsumen akan terjadi pembelian ulang, mengajak orang lain untuk membeli produk atau jasa, menyebarkan citra positif produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan maka akhirnya akan mampu meningkatkan loyalitas pelanggan.⁴¹

Perilaku Konsumtif

Menurut Don Slater dalam *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, konsumsi tidak hanya dipahami sebagai kegiatan ekonomi yang bersifat rasional, tetapi juga sebagai fenomena sosial dan budaya. Konsumsi mencerminkan bagaimana manusia sebagai aktor sosial berhubungan dengan objek-objek yang memiliki nilai guna maupun nilai simbolik, seperti barang, jasa, pengalaman, dan bahkan identitas. Dalam kerangka ini, konsumsi tidak hanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga untuk membangun citra diri, menunjukkan status sosial, dan memperoleh pengakuan dari lingkungan sekitar.

Slater menegaskan bahwa perilaku konsumsi sangat dipengaruhi oleh *nilai-nilai budaya, norma sosial, serta konstruksi makna terhadap barang dan jasa* yang beredar dalam masyarakat. Ketika masyarakat mengalami pergeseran nilai, dari nilai-nilai kolektif dan spiritual menuju nilai-nilai material dan individualistik, maka gaya hidup konsumtif pun menjadi pola yang dominan. Gaya hidup konsumtif ditandai dengan dorongan untuk membeli dan memiliki barang, bahkan ketika barang tersebut tidak diperlukan secara fungsional, melainkan untuk memenuhi kepuasan emosional atau simbolik. Dalam konteks ini, masyarakat sering terjebak dalam logika pasar yang menciptakan kebutuhan-kebutuhan semu. Perilaku konsumtif menjadi cerminan dari struktur sosial dan sistem nilai masyarakat modern yang sangat dipengaruhi oleh simbolisme, komodifikasi, dan estetika barang. Slater menegaskan bahwa konsumsi modern menjadi proses yang sangat dipengaruhi oleh kekuatan eksternal seperti iklan, media massa, dan promosi yang merangsang keinginan konsumen secara psikologis dan emosional.

Teori Don Slater memberikan landasan untuk memahami bagaimana masyarakat tetap mengonsumsi produk yang telah dihimbau untuk diboikot. Banyak di antara mereka terjebak pada persepsi simbolik terhadap produk baik karena kebiasaan, status sosial, maupun dorongan

⁴⁰ S Shanti Dewi, Bambang Wahyudi, and Yogatama A, "Reputasi Unilever Di Masyarakat Indonesia Pasca Krisis Dukung Komunitas LGBTQ+," *Jurnal E-Komunikasi* 9 (2021): 1–8.

⁴¹ Maria Aryani Itu et al., "Kepercayaan Konsumen & Promosi, Berpengaruh Pada Loyalitas Pelanggan Ovo Di Kota Kupang Consumer Trust & Promotions, Affect OVO Customer Loyalty In Kupang City Koresponden : A)," *Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 2021, 1420.

emosional yang dipengaruhi oleh promosi dan lingkungan sosial sehingga tidak sepenuhnya mempertimbangkan aspek etika, tanggung jawab, dan prinsip moral dalam keputusan konsumsi mereka.

Lebih lanjut, teori Slater menunjukkan bahwa perilaku konsumtif terhadap produk boikot tidak hanya berkaitan dengan ketiadaan alternatif atau kesulitan logistik, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh struktur sosial-budaya yang membentuk orientasi konsumen modern terhadap produk dan identitas diri. Istilah "konsumtif" merujuk pada pola konsumsi yang bersifat berlebihan, tidak rasional, dan lebih mengedepankan citra atau prestise dibandingkan kebutuhan nyata. Slater menyebut bahwa masyarakat modern sering kali mengaitkan kepuasan hidup dengan kepemilikan benda-benda tertentu. Oleh karena itu, ketika seseorang terus mengkonsumsi produk yang diboikot meskipun telah mengetahui adanya alasan moral atau religius di balik pemboikotan, hal tersebut dapat dikategorikan sebagai perilaku konsumtif, terutama bila konsumsi tersebut tidak lagi didasari oleh kebutuhan tetapi karena *kebiasaan, kenyamanan, pengaruh sosial, atau simbol status*.

Masyarakat kontemporer memahami bahwa iklan, media sosial, dan gaya hidup urban memperkuat budaya konsumsi yang menekankan *hasrat* dari pada kebutuhan. Produk-produk seperti minuman bersoda, makanan cepat saji, atau barang bermerek sering kali dikonsumsi bukan karena fungsi utamanya, tetapi karena asosiasi simbolik yang melekat pada produk tersebut, seperti modernitas, kepraktisan, atau status sosial tertentu. Hal ini sejalan dengan konsep Slater bahwa konsumsi modern adalah sarana ekspresi diri dan alat legitimasi identitas sosial, yang kemudian dapat mendorong terbentuknya *perilaku konsumtif struktural* dalam masyarakat. Dengan demikian, ketika sebagian masyarakat tetap mengkonsumsi produk boikot dengan alasan kenyamanan, keterbatasan alternatif, atau ikut-ikutan tren, maka pola konsumsi tersebut mencerminkan bentuk konsumtif yang telah melekat dalam struktur sosial dan budaya masyarakat. Konsumsi semacam ini tidak hanya sulit diubah melalui himbauan moral, tetapi membutuhkan pendekatan sistemik dan edukatif agar masyarakat dapat melakukan transisi menuju konsumsi yang lebih sadar, selektif, dan bertanggung jawab.⁴²

Gaya hidup merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Gaya hidup seseorang akan menunjukkan pola kehidupannya yang dicerminkan melalui kegiatan, minat, dan opininya dalam berinteraksi di lingkungan di sekitarnya. Pada dasarnya perilaku yang dimiliki oleh manusia dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal.

⁴² Melinda, Lisbeth Lesawengen, and Fonny J Waani, "Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado)," *Journal Ilmiah Society* 2, no. 1 (2022): 1–10.

Faktor internal adalah faktor bawaan yang diwariskan oleh orang tua, sedangkan faktor eksternal dapat berupa stimulus-stimulus yang didapatkan dari lingkungannya, baik lingkungan keluarga, sekolah maupun lingkungan masyarakat. Sehingga menyebabkan setiap orang memiliki perilaku yang berbeda-beda sebagai akibat dari kedua faktor tersebut. Status sosial ekonomi seseorang juga berhubungan dengan perilaku etisnya. Biasanya seseorang yang memiliki status sosial ekonomi yang tinggi cenderung berperilaku tidak etis karena status sosial yang dimiliki membuatnya hanya memikirkan kepentingannya sendiri.

Hukum Islam

Prinsip *Maslahah* (Kebaikan Umum): Dalam hukum Islam, segala tindakan yang dilakukan harus berorientasi pada *maslahah*, yaitu kebaikan dan manfaat bagi umat manusia secara keseluruhan.⁴³ *Maslahah* merupakan salah satu tujuan utama dalam maqashid al-syariah, yaitu prinsip-prinsip dasar yang menjadi tujuan diturunkannya syariat Islam. Oleh karena itu, dalam konteks konsumsi dan perilaku ekonomi, Islam tidak hanya menekankan aspek halal dan haram dalam zat suatu produk, tetapi juga mempertimbangkan implikasi sosial, politik, dan ekonomi yang ditimbulkan oleh konsumsi tersebut. Dalam kerangka teori *maslahah* segala bentuk tindakan seorang Muslim semestinya diarahkan untuk mewujudkan kebaikan dan menolak kerusakan dalam kehidupan pribadi maupun sosial.

Maslahah dalam hukum Islam mencakup perlindungan terhadap lima prinsip dasar yaitu agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dalam konteks perilaku konsumtif, dua konsep penting yang berkaitan erat dengan perlindungan terhadap harta adalah israf dan tabdzir. Dalam teori *maslahah*, israf dan tabdzir dipandang sebagai bentuk tindakan yang menyalahi perlindungan terhadap harta karena dapat menyebabkan ketidakseimbangan dalam pemenuhan kebutuhan dan merusak keadilan distribusi ekonomi. Mengonsumsi produk boikot yang jelas-jelas bertentangan dengan nilai kemanusiaan dan mendukung penindasan, tidak hanya mencerminkan kurangnya tanggung jawab moral, tetapi juga menyalahi prinsip kemaslahatan umat secara umum. Jika suatu produk, perusahaan, atau entitas ekonomi terbukti mendukung tindakan yang secara nyata merugikan kemanusiaan, seperti penindasan, penjajahan, atau pelanggaran hak asasi manusia, maka dukungan terhadap entitas tersebut melalui konsumsi produknya dianggap bertentangan dengan prinsip *maslahah*. Dalam situasi seperti ini, tindakan boikot dapat menjadi bentuk nyata dari amar ma'ruf nahi munkar, yakni menyerukan kebaikan dan mencegah kemungkaran. Bahkan, beberapa ulama kontemporer memandang boikot

⁴³ Zaenol Hasan, "Teori Maslahah Dalam Ekonomi Islam (Fikih Muamalah)," *Jurnal Hukum Al Itmamiy(Hukum Ekonomi Syariah)* 4, no. 2 (2022): 65–81.

sebagai bentuk jihad ekonomi dalam rangka membela kaum tertindas, seperti rakyat Palestina, dari kezaliman dan penjajahan.

Boikot bukan hanya tindakan emosional atau politis semata, tetapi dapat dipandang sebagai kewajiban moral yang dilandasi oleh nilai-nilai ajaran Islam, selama dilakukan dengan tujuan yang benar dan tidak membawa kerugian yang lebih besar. Dalam hal ini, umat Islam didorong untuk mempertimbangkan tidak hanya aspek syar'i dari produk yang dikonsumsi, tetapi juga dampak yang ditimbulkan terhadap keadilan global dan solidaritas umat manusia.

Al-Qardhawi berpendapat bahwa *maslahah* dapat digunakan sebagai metode asalkan tidak bertentangan dengan nash yang ada. Mengabaikan nash merupakan salah satu penyimpangan ijtihad kontemporer masa kini. Menurut Al-Qardhawi kembali kepada Al-Qur'an dan sunnah harus diutamakan, namun apabila tidak menemukan di keduanya barulah boleh berijtihad dengan pendapatnya, tetapi diikuti dengan sikap tidak meremehkan. Mengabaikan nash menurut Al-Qardhawi merupakan pemahaman yang salah.⁴⁴

Syekh Yusuf Qaradhawi menjelaskan tentang hukum boikot terhadap barang-barang AS dan Israel. Menurut Syekh yang kini tinggal di Qatar itu, haram untuk membeli produk kedua negara tersebut yang digunakan untuk membiayai perang di Palestina.⁴⁵ Penegasan ini sebagaimana dikutip dari karyanya *Fatawa al-Muashirah* sebagai berikut : "Tiap-tiap riyal, dirham, dan sebagainya yang digunakan untuk membeli produk dan barang Israel atau Amerika Serikat, dengan cepat akan menjelma menjadi peluru-peluru yang merobek dan membunuh pemuda dan bocah-bocah Palestina. Sebab itu, diharamkan bagi umat dalam membeli barang-barang atau produk musuh-musuh Islam tersebut. Membeli barang atau produk mereka, berarti ikut serta mendukung kekejaman tirani, penjajahan dan pembunuhan yang dilakukan mereka terhadap umat Islam."

Syekh Qaradhawi menyandarkan sikap hukumnya pada dua dalil. Pertama, surah al-Mumtahanah ayat 9. "Sesungguhnya Allah hanya melarang kamu menjadikan sebagai kawanmu orang-orang yang memerangimu karena agama dan mengusir kamu dari negerimu dan membantu (orang lain) untuk mengusirmu. Dan barang siapa menjadikan mereka sebagai kawan, maka mereka itulah orang-orang yang zalim."

Kedua, persetujuan Rasulullah SAW kepada Tsumamah, Raja Yamamah kepada Quraisy Makkah untuk memboikot pengiriman gandum dari Bani Hanifah. Meski pada akhirnya

⁴⁴ Rasito Rasito and Izza Mahendra, "Moderasi Fikih Melalui Pendekatan Maqasid Al-Shari'ah Yusuf Al-Qaradhawi: Mencari Relevansinya Di Indonesia," *Al-Wasatiyah: Journal of Religious Moderation* 1, no. 1 (2022): 36–65, <https://doi.org/10.30631/jrm.v1i1.3>.

⁴⁵ Audra Laili, "Analisis Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Pemboikotan Produk Israel," *EKSYA* 2 (2021).

Rasulullah meminta Tsumamah untuk menghentikan boikot tersebut karena kelaparan yang dilanda Quraisy, boikot gandum sempat dilakukan. Padahal, sebelumnya, ketika Rasulullah masih tinggal di Makkah, Nabi SAW dan para sahabatnya diboikot para penduduk Makkah. Abu Lahab sampai meminta para pedagang untuk meninggikan harga bagi kaum Muslimin demi memunculkan penderitaan bagi umat Islam.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah penelitian lapangan (field research), yaitu suatu jenis penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengumpulkan data dan informasi langsung dari lokasi penelitian untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan. Penelitian lapangan ini dipilih karena peneliti ingin memperoleh gambaran nyata mengenai perilaku konsumtif masyarakat terhadap produk boikot, serta bagaimana hukum Islam memandang fenomena tersebut secara kontekstual.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif⁴⁶ dengan pendekatan normatif-empiris. Pendekatan normatif digunakan untuk mengkaji pandangan hukum Islam melalui sumber-sumber hukum seperti Al-Qur'an, hadis, dan fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang berkaitan dengan konsumsi dan boikot. Sementara pendekatan empiris digunakan untuk memahami bagaimana perilaku konsumtif masyarakat terhadap produk-produk yang termasuk dalam daftar boikot, berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara dengan masyarakat di Kelurahan Kampung Jawa, Kota Tomohon. Peneliti berupaya menjembatani antara idealitas hukum Islam dengan praktik sosial yang berkembang dalam konteks masyarakat Muslim Indonesia saat ini, khususnya masyarakat di Kelurahan Kampung Jawa, Tomohon.

Pendekatan ini tidak semata-mata berfokus pada angka atau statistik, melainkan lebih menekankan pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial melalui interaksi langsung dengan subjek penelitian sehingga relevan dengan tujuan penelitian, yakni menganalisis perilaku konsumtif masyarakat terhadap produk boikot secara utuh, baik dari sisi normatif-hukum maupun sosiologis-praktis. Selain itu, pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggabungkan data tekstual (normatif) dengan data lapangan (empiris) sehingga menghasilkan kajian yang holistik.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis telah menguraikan bahwa dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan, maka dari itu dibutuhkan adanya lokasi dan waktu penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Kampung Jawa, Kota Tomohon, Sulawesi Utara. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada alasan bahwa masyarakat di wilayah ini merupakan komunitas Muslim

⁴⁶ L.J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (P.T Remaja Rosdakarya, 2021).

yang cukup aktif dalam merespons isu-isu sosial keagamaan, termasuk seruan boikot terhadap produk-produk yang dikaitkan dengan konflik Palestina-Israel. Selain itu, lokasi ini dipilih karena keberagaman latar belakang sosial ekonomi warganya, yang memberikan gambaran lebih luas dan representatif terkait perilaku konsumtif masyarakat.

D. Sumber Data

Pertama yaitu data primer, diperoleh langsung dari hasil observasi lapangan dan wawancara dengan para informan, yaitu tujuh mahasiswa. Mereka dipilih karena dianggap sebagai representasi kelompok konsumen yang memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan pembelian dan rentan terhadap pengaruh iklan maupun tren sosial.

Kedua yaitu data sekunder merupakan data pendukung yang nantinya akan diperoleh dari karya ilmiah dalam bentuk jurnal, buku, hasil penelitian dan sumber pendukung lainnya.

E. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi dengan menghimpun data melalui observasi dengan menghimpun data melalui pengamatan; wawancara langsung dengan mengajukan pertanyaan secara lisan kepada narasumber; dan dokumentasi. Penjelasan teknik pengumpulan data menurut darmawan sebagai berikut:⁴⁷

1. Observasi

Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara langsung yang diselidiki di Lapangan. Dalam hal ini peneliti akan melakukan proses penelitian yang diawali dengan observasi secara langsung di lokasi penelitian sebelum nantinya akan dilanjutkan dengan metode berikutnya. Awal observasi telah dilakukan oleh penulis pada momen Idul Fitri tahun 2024 atau 1445 H.

2. Wawancara

Wawancara merupakan suatu proses tanya jawab lisan terhadap dua orang atau lebih dengan berhadapan fisik secara langsung, keduanya dapat saling bertatap muka dan mendengarkan suara. Dalam tahap ini para narasumber akan diberi pertanyaan seputar perilaku konsumtif dan produk boikot Target wawancara dari penelitian ini yaitu mahasiswa muslim setempat.

3. Dokumentasi

⁴⁷ Deni Darmawan, *Dinamika Riset Kualitatif Diskusi Praktis & Contoh Penerapannya* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021).

Dokumentasi adalah pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi dalam bidang pengetahuan. Dapat diartikan juga sebagai pemberian atau pengumpulan bukti, dan keterangan berupa gambar, rekaman dan lain lain. Dalam hal ini peneliti akan selalu melakukan dokumentasi dengan narasumber terkait.

F. Pengolahan data

Pengolahan data dalam penelitian adalah proses mengumpulkan data penelitian dan mengubahnya menjadi informasi yang dapat digunakan atau diperoleh banyak pihak. Teknik pengolahan data kualitatif merupakan metode yang digunakan dalam penelitian yang mengandung subjektivitas. Dalam hal ini pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti akan menguraikan terlebih dahulu data yang diperoleh melalui proses wawancara kemudian dipilih, disederhanakan, dan difokuskan kembali agar penempatan diksi dapat dipahami lebih baik.

G. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum dan memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan. Analisis data dalam penelitian kualitatif lebih difokuskan selama proses di lapangan bersama dengan pengumpulan data. Dalam penelitian ini menggunakan analisis tematik. Teknik ini dilakukan melalui tahapan berikut:

1. Reduksi data: Menyortir, menyederhanakan, dan memfokuskan data hasil wawancara sesuai dengan rumusan masalah.
2. Kategorisasi: Mengelompokkan data berdasarkan tema-tema tertentu seperti perilaku konsumtif, kesadaran keagamaan, pengaruh media, dan tanggapan terhadap seruan boikot.
3. Penarikan kesimpulan: Menyusun narasi tematik berdasarkan kategori tersebut dan membandingkannya dengan teori serta ketentuan hukum Islam yang relevan.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Darmawan, Deni. *Dinamika Riset Kualitatif Diskusi Praktis & Contoh Penerapannya*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021.
- Hidayat, Rahmat. *Fikih Muamalah Teori Dan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah*. Medan: CV. Tunggal Esti, 2022.
- Kholid, Abdul. *Prilaku Kondumen Ruang Lingkup Dan Konsep Dasar. WIDINA Bhakti Persada Bandung*. Vol. 1. Bandung, 2020.
- Kotler, P, and K.L. Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2021.
- Moleong, L.J. *Metode Penelitian Kualitatif*. P.T Remaja Rosdakarya, 2021.
- Ningsih, Prilia Kurnia. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2021.
- Said, Muhamaad, and Syafi'ah Sukaimi. *Pengantar Pengembangan Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Kalimedia, 2022.
- Sutisna, Neneng Hasanah, and dkk. *Panorama Maqashid Syariah*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.
- Syaparuddin, Dr. *Edukasi Ekonomi Islam (Perilaku Konsumen Muslim)*. Yogyakarta: TrustMedia Publishing, 2022.
- Universitas Indonesia. *Konflik Palestina-Israel: Indonesia Terus Mendorong Negosiasi Perdamaian Multilateral*. Depok: FISIP, 2021.

JURNAL

- Adha, Suhroji. "Faktor Revolusi Perilaku Konsumen Era Digital : Sebuah Tinjauan Literatur." *Jipis* 31, no. 2 (2022) :134–48.
- Aprilia, Nurul Wahida, Parakkasi Idris, and Sudirman. "Prilaku Konsumen Dalam Ekonomi Islam." *Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2024): 152.
- Ardiyansyah, R, and Hermawan R. "Analisis Penerapan Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 Tentang Hukum Dukungan Terhadap Perjuangan Palestina Di Toko Bagus Rofiqi." *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 7 (2024): 87–102.
- Arum, D, and Khoirunnisa R.N. "Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna E-Commere Shopee." *Jurnal Penelitian Psikologi* 8, no. 9 (2021): 92–102.
- Bachtiar, Muhammad Harsya. "Al-Fikrah : " 1, no. 1 (2024): 284–303.
- Firdaus, Rafi ardian, and Muhammad Yaasin Yaasin. "Analisis Sentimen Netizen Indonesia Mengenai Boikot Produk." *Tauhidinomics: Journal of Islamic Banking and Economics* 3 (2023): 24.
- Ghufron, M.I, and Ishomuddin K. "Kosmara: Konsep Pengembangan Ekonomi Pesantren Dan Pengendalian Pola Perilaku Konsumtif Santri Di Pondok Pesantren Nurul Jadid." *Al-*

- Ulum Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ke Islaman* 8 (2021): 113–27.
- Gusnandi, F, Efendy M, and Apriyani N. “Analisis Brand Hate Terhadap Brand Avoidance Pada Merek Starbucks Konteks Issue Israel-Palestina.” *Jurnal Cahaya Mandalika* 5 (2024): 265–77.
- Haque, M.G., Puspita, and Zulfizon. “Antisipasi Pemasaran Saat Boikot Produk Di Lingkungan Konsumen Muslim Dunia Dan Indonesia Terjadi: Studi Literatur.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 4 (2024): 189–212.
- Haque, Marissa Grace, Puspita Puspita, and Zulfizon Zulfizon. “Antisipasi Pemasaran Saat Boikot Produk Di Lingkungan Konsumen Muslim Dunia Dan Indonesia Terjadi: Studi Literatur.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 4, no.1(2024):189–212. <https://doi.org/10.56145/jurnalekonomidanbisnis.v4i1.176>.
- Hasan, Zaenol. “Teori Masalahah Dalam Ekonomi Islam (Fikih Muamalah).” *Jurnal Hukum Al Itmamiy (Hukum Ekonomi Syariah)* 4, no. 2 (2022): 65–81.
- Husna, K, and Hafidzi A. “Dampak Pemboikotan Produk Pro Israel Fatwa Dsn Mui Nomor 83 Tahun 2023 Bagi Warung Rumahan Di Kota Banjarmasin.” *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory* 1 (2023): 868–76.
- Islamiati, W, and Rijal S. “Memahami Konflik Palestina-Israel Dalam Bingkai Berita NU Online.” *Jurnal Studi Jurnalistik* 4 (2022): 1–18.
- Itu, Maria Aryani, Apriana H J Fanggidae, Yonas F Riwu, and Prodi Manajemen. “Kepercayaan Konsumen & Promosi, Berpengaruh Pada Loyalitas Pelanggan Ovo Di Kota Kupang Consumer Trust & Promotions, Affect OVO Customer Loyalty In Kupang City Koresponden : A).” *Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 2021, 1419–28.
- Jaelani, A, and Nursyifa Y. “Perilaku Konsumen Islam Terhadap Boikot Produk Israel.” *Karimah Tauhid* 3 (2024): 2312–17.
- Kristantoro, S. “Komodifikasi Agama Dalam Holy Land Tour: Sebuah Tinjauan Sosiologi Agama.” *DUNAMIS: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani* 6 (2021): 16–30.
- Laili, Audra. “Analisis Hukum Ekonomi Syari’ah Terhadap Pemboikotan Produk Israel.” *EKSYA* 2 (2021).
- Leoni, M.I, and Purwasih I. “Hubungan Antara Kematangan Emosi Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Raden Fatah Palembang.” *Indonesian Journal of Behavioral Studies* 1 (2021): 473–87.
- Lutfiah, Lutfiah, Muhammad Basri, and Heni Kuswanti. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Ppapk Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak.” *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)* 11, no. 3 (2022): 1–10.
- Mahlel, Mansur. “Analisis Dan Implementasi Lebelisasi Halal: Studi Kasus Pada Industri Makanan Dan Minuman.” *Jurnal Penelitian Progresif* 2 (2023): 1–10.
- Melinda, Lisbeth Lesawengen, and Fonny J Waani. “Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado.” *Journal Ilmiah Society* 2, no. 1 (2022): 1–10.
- Mujahidah. “Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya.” *Indonesian Journal of School*

Counseling: Theory, Application, and Development, 1 (2021): 1.

- Nugraha, Ahmad Helmi, Karolina Lamtiur Dalimunthe, and Zainal Abidin. "Gerakan Sosial Aksi Boikot Melalui Social Identity Model of Collective Action Pada Isu Bela Palestina" 11 (2024): 82–94.
- Nurjanah, R.A, and Sari E.Y.D. "Peran Kontrol Diri Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Selama Pandemi Pada Pengguna Aplikasi Shopee." *EMPHATHY: Jurnal Fakultas Psikologi* 5 (2022): 1–15.
- Rafid, Sugandi, and Riri Anggraini. "Gerakan Sosial: Aksi Bela Palestina Boikot Produk Israel Di Kota Padang." *Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa Dan Pendidikan* 4 (2024): 1–17.
- Rasito, Rasito, and Izza Mahendra. "Moderasi Fikih Melalui Pendekatan Maqasid Al-Shari'ah Yusuf Al-Qaradhawi: Mencari Relevansinya Di Indonesia." *Al-Wasatiyah: Journal of Religious Moderation* 1, no. 1 (2022): 36–65. <https://doi.org/10.30631/jrm.v1i1.3>.
- Ridwan, Mar'ah Mir'atul. "Otoritas Fatwa Mui Provinsi Sulawesi Selatan Nomor 1 Tahun 2021 Tentang Eksploitasi Kegiatan Pengemis Di Jalanan Ruang Publik Perspektif Siyasah Syariyyah." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Siyasah Syar'iyyah* 5 (2024): 384.
- Rusdan. "Prinsip-Prinsip Dasar Fiqh Muamalah Dan Penerapannya Pada Kegiatan Perekonomian." *Jurnal El-Hikam* 15, no. 2 (2022): hlm. 232-233.
- Saleh, Riskawati, Universitas Ahmad, Dahlan Yogyakarta, Universitas Ahmad, Dahlan Yogyakarta, A M Diponegoro, Universitas Ahmad, and Dahlan Yogyakarta. "Analisis Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Psikologi Islam." *Psikologi Islam* 14, no. September (2023).
- Shanti Dewi, S, Bambang Wahyudi, and Yogatama A. "Reputasi Unilever Di Masyarakat Indonesia Pasca Krisis Dukung Komunitas LGBTQ+." *Jurnal E-Komunikasi* 9 (2021): 1–8.
- Susanto, Fathima Aulia Vasya. "Analisis Isu Konflik Israel-Palestina," no. November (2021): 3.
- Sutrisno, and Dkk. "Perilaku Konsumen Islam Terhadap Boikot Produk Israel." *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam* 5 (2024): 4129.
- Tamam, Ahmad Badrut. "Kedudukan Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Dan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Dalam Sistem Hukum Indonesia." *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics* 04, no. 01 (2021): 1–25. <https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/hakam/article/view/1368/642>.
- Waluya, Atep Hendang, Sirajul Arifin, Abu Yasid, and Iskandar Ritonga. "Etika Konsumsi Dalam Perspektif Maqāsid Al-Sharī'ah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 3 (2022): 2536. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6410>.
- Wibowo, P, Hapsari R.D., and Ascha M.C. "Respon Publik Terhadap Fatwa Boikot Produk Israel Oleh Majelis Ulama Indonesia." *Journal Publicuho* 7 (2024): 382–95.
- Wisesha, Pramudya, and Arroyan Na'im. "Boikot Produk Israel Dari Perspektif Hukum Islam." *Yustisi: Jurnal Hukum Dan Hukum Islam* 12, no. 1 (2025): 529–40.
- Yusuf, R.I, A Hamdi, and R Fitriana. "Suara Perlawanan: Bagaimana Mahasiswa Menggunakan Pembangkangan Sipil Pada Unjuk Rasa Tolak Kenaikan BBM Di

Indonesia.” *Journal of Communication Science* 5 (2023): 114–25.

Zuhdi, Muhammad Harfin. *Qawa'id Fiqhiyah*. Sustainability (Switzerland). Vol 11. Mataram: IAIN Mataram, 2023.