

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Boikot terhadap suatu produk bukanlah hal yang baru di Indonesia, seperti aksi boikot dewasa ini yang terjadi akibat tanggapan terhadap konflik Israel dan Hamas yang akhirnya melibatkan rakyat sipil Palestina. Eskalasi besar yang terjadi pada 7 Oktober 2023 adalah ketika Hamas melakukan serangan terhadap Israel yang kemudian dibalas dengan serangan yang berskala besar oleh Israel di jalur Gaza. Serangan balas tersebut yang kemudian menyebabkan banyak korban dan kerusakan pada rakyat sipil Palestina yang berada di jalur Gaza (Sari dan Setiawan, 2023). Menanggapi hal tersebut, Majelis Ulama Indonesia memberikan dukungan terhadap rakyat Palestina dan mengecam tindakan Israel tersebut (Setiawan, 2023). Adapun bentuk dukungan yang dilakukan Majelis Ulama Indonesia, yakni dengan mengeluarkan Fatwa Majelis Ulama Indonesia No. 83 Tahun 2023 dengan 2 isi utama, di antaranya kewajiban yang harus dilakukan umat muslim dan rekomendasi untuk menghindari transaksi dan penggunaan produk yang terafiliasi dengan Israel serta yang mendukung penjajahan dan zionisme (Majelis Ulama Indonesia, 2023). Setelah terbitnya Fatwa tersebut, beredar di media sosial terkait daftar 121 produk yang dinyatakan haram karena terafiliasi dengan Israel (Chen dan Cheng, 2023). Akibat hal tersebut, Sekretaris Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia menyatakan bahwa pihaknya tidak berhak untuk mencabut produk yang sudah bersertifikasi halal karena tidak melibatkan banyak pihak (Kominfo, 2023). Lebih lanjut Pendiri Drone Empirit Ismail Fahmi juga menyatakan bahwa Majelis Ulama Indonesia tidak merinci produk apa saja yang terafiliasi. Terkait kategorisasi afiliasi Israel, perlu diketahui secara lebih lanjut dengan pemahaman yang lebih mendalam untuk memastikan kebenaran terafiliasi tidaknya suatu produk atau perusahaan dengan Israel. Berdasarkan riset yang dilakukan, ditemukan bahwa dari 121 produk yang ada pada daftar boikot tersebut, terdapat beberapa produk yang tidak memiliki bukti terafiliasi, salah satunya adalah KFC. Dilansir dari media online, PT Fast Food Tbk yang menaungi KFC Indonesia menyatakan bahwa KFC Indonesia tidak memiliki hubungan dengan KFC yang ada di Israel (Gustanto, 2024). Pernyataan tersebut didukung dengan karakteristik perusahaan internasional dari KFC itu sendiri, yakni Multinational Company (MNC).

Perusahaan multinasional (MNC) memiliki operasi di berbagai negara tetapi tetap mempertahankan keputusan strategis utama di negara asalnya. KFC Indonesia sendiri masuk pada kategori perusahaan multinasional karena adaptasi produk dan layanan mereka sesuai dengan preferensi lokal, meskipun mereka bagian dari jaringan global KFC, operasinya dijalankan secara independent, dan KFC Indonesia memiliki kendali dan tanggung jawab atas operasionalnya di dalam negeri tanpa intervensi dari perusahaan afiliasi di negara lain (Hill, 2021). Berdasarkan data-data tersebut, menunjukkan bahwa daftar boikot yang dikeluarkan setelah terbitnya Fatwa

Jlama Indonesia Nomor 83 Tahun 2023 adalah informasi hoaks. Namun, berbagai macam fakta tersebut, masyarakat Indonesia khususnya kota



Makassar masih ramai melakukan boikot terhadap KFC, hal ini dapat terlihat dari riset tim yang dilakukan untuk menguji keputusan pembelian konsumen terhadap produk terboikot di Kota Makassar menggunakan kuesioner yang menunjukkan bahwa dari 400 orang responden konsumen KFC, 59,5% atau 239 orang responden menjawab iya melakukan boikot dengan rata-rata alasan responden melakukan boikot karena adanya informasi pemboikotan, adanya afiliasi antara KFC dengan israel dan kemanusiaan terhadap rakyat palestina. Sedangkan 40,5% atau 162 orang responden mengatakan tidak. Hal ini adalah akibat dari informasi hoaks yang beredar dan tentunya akan berdampak terhadap penurunan tingkat pendapatan dan transaksi bisnis. Data yang didapatkan tim riset berdasarkan laporan keuangan KFC Indonesia pada kuartal keempat, yakni pada bulan oktober hingga desember yang bertepatan dengan intensifikasi pemboikotan global terkait konflik Israel-Hamas adalah Rp1.315.366.340, terlihat adanya penurunan pendapatan dibandingkan dengan kuartal 1,2, dan 3 dengan pendapatan tercatat sebesar Rp1.423.917.005 untuk kuartal pertama, Rp1.696.002.390 pada kuartal kedua, dan Rp1.696.002.390 pada kuartal ketiga. Lebih lanjut pada RSC (*Restourant Service Center*) Makassar. Kuartal pertama, pendapatan KFC RSC Makassar sebesar Rp171.042.462, Rp198.975.020 pada kuartal kedua, Rp184.200.365 pada kuartal ketiga dan mengalami penurunan secara drastis pada kuartal keempat menjadi Rp167.298.885. Penurunan ini menunjukkan bahwa daftar hoaks yang tersebar di masyarakat bisa mengakibatkan kerugian terhadap perusahaan seperti KFC Indonesia (Noor, 2023). Berdasarkan permasalahan tersebut, tim riset sebagai *agent of change* melakukan riset untuk memberikan rekomendasi strategi solusi bagi perusahaan tidak bersalah yang terdampak buruk akibat aksi pemboikotan.

## 1.2. Tujuan Riset

1. Untuk menganalisis jalur litigasi sebagai solusi penyelesaian masalah sebuah perusahaan tidak bersalah yang terdampak buruk akibat aksi pemboikotan.
2. Untuk menganalisis dan mendapatkan strategi jalur non litigasi sebagai solusi dalam penyelesaian masalah sebuah perusahaan tidak bersalah yang terdampak buruk akibat adanya aksi pemboikotan.

## BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Boikot dalam konteks hukum dan ekonomi adalah aksi kolektif yang bertujuan untuk mengungkapkan ketidakpuasan terhadap praktik suatu perusahaan, seringkali dipicu oleh isu sosial, politik, atau etika (Kahina, 2024). Boikot sendiri diartikan sebagai penolakan sengaja terhadap suatu produk, layanan, atau perusahaan dengan tujuan memaksa perubahan perilaku atau kebijakan perusahaan (Sutrisno, 2024). Dampak yang ditimbulkan akibat aksi boikot dapat memberikan tekanan ekonomi yang signifikan pada perusahaan yang menjadi sasaran, seperti penurunan pendapatan dari penjualan, kerusakan reputasi, dan sejenisnya (Weiss, 2013). Namun, dengan berbagai dampak serius tersebut, dalam beberapa kasus kadang ada aksi boikot yang tidak tepat sasaran. Artinya perusahaan yang terdampak boikot sebenarnya tidak terlibat secara langsung dengan isu yang memicu aksi tersebut. Akibat hal tersebut, perusahaan yang terdampak



buruk akibat boikot perlu mengambil langkah hukum atau jalur litigasi yang tepat untuk melindungi hak-haknya sesuai dengan yang tim riset lakukan.

Jalur litigasi atau proses penyelesaian sengketa melalui pengadilan seringkali menjadi opsi yang dipertimbangkan oleh pihak-pihak yang merasa dirinya dirugikan karena suatu pelanggaran terhadap hak yang dimilikinya (Hakim, 2024). Strategi jalur litigasi dapat menjadi langkah yang efektif untuk membuktikan ketidakbenaran suatu informasi. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Kyller dan Thorson pada tahun 2021 ditemukan bahwa dengan menggunakan hukum internasional, perusahaan dapat menggunakan jalur litigasi sebagai upaya melindungi hak-haknya (Kyller dan Thorson, 2021). Namun, belum adanya riset yang menunjukkan bahwa terdapatnya payung hukum di Indonesia yang dapat melindungi hak-hak perusahaan akibat adanya pemboikotan oleh masyarakat. Selain jalur litigasi, tim riset juga menganalisis terkait jalur non-litigasi sebagai strategi baru bagi perusahaan terboikot akibat berita hoaks berbasis *konsep marketing mix 7p*.

Konsep *marketing mix 7p* sendiri adalah konsep pemasaran yang mencakup 7 unsur penting yang menjadi landasan dalam melakukan pemasaran suatu produk, diantaranya *product, price, promotion, people, process, dan physical evidence* (Astuti dkk., 2023). Konsep ini memberikan panduan yang lebih lengkap untuk merancang strategi pemasaran yang holistik dan efektif dengan mempertimbangkan aspek atau unsur *product, price, promotion, people, process, place, dan physical evidence* yang tentunya telah diadopsi secara luas dalam berbagai bidang industri untuk meningkatkan daya saing dan kesuksesan pasar (Sari dkk., 2023). Ketujuh unsur ini juga menjadi unsur penting yang sinergis untuk menciptakan strategi pemasaran yang efektif, menyeluruh, dan komprehensif (Juniadi dkk., 2024).

### BAB 3. METODE RISET

Riset ini menggunakan metode kualitatif pendekatan *study case* untuk jalur litigasi yang sangat berguna untuk memahami fenomena atau peristiwa dalam konteks yang spesifik (Yin, 2014). Adapun untuk jalur non-litigasi menggunakan metode gabungan kualitatif dan kuantitatif pendekatan *sequential explanatory design* dengan tujuan agar tim riset dapat memanfaatkan kekuatan teknik kuantitatif untuk mengumpulkan data dari sampel yang besar dan mengkolaborasikannya dengan wawasan kualitatif untuk menjelaskan hasil secara lebih mendalam sehingga menghasilkan data yang lebih komprehensif (Creswell dan Clark, 2017). Riset ini dilaksanakan di Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan selama  $\pm$  3 bulan.

#### 3.1. Persiapan Riset

Riset diawali dengan melakukan persiapan instrument yang dilaksanakan melalui diskusi mendalam dengan dosen pendamping untuk mengumpulkan data, baik jalur litigasi dan non-litigasi. Berdasarkan diskusi yang dilakukan dihasilkan sebuah output berupa daftar pertanyaan wawancara dan sebagainya. Selanjutnya, tim riset melakukan observasi ke Pengadilan Negeri Makassar untuk melihat apakah ada perusahaan terboikot yang telah mengambil

