

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Konflik antara Israel dan Palestina telah menjadi isu global yang menyita perhatian dunia internasional selama lebih dari tujuh dekade. Perseteruan ini tidak hanya menjadi pusat perhatian media global, tetapi juga memicu perdebatan internasional yang melibatkan banyak negara, organisasi kemanusiaan, dan kelompok masyarakat sipil di seluruh dunia. Salah satu sorotan utama dalam konflik ini adalah aksi genosida yang dilakukan oleh Israel terhadap masyarakat Palestina, yang secara langsung menyebabkan jatuhnya banyak korban jiwa, termasuk perempuan dan anak-anak. Tindakan genosida ini tidak hanya menunjukkan kekejaman secara fisik, tetapi juga merupakan bentuk pelanggaran serius terhadap hak asasi manusia, di mana tindakan-tindakan tersebut meliputi pembunuhan massal, pengusiran paksa, perampasan lahan dan tempat tinggal, serta penghancuran tempat-tempat ibadah (Nurjannah, 2019).

Situasi yang dialami oleh rakyat Palestina semakin kompleks ketika berbagai pelanggaran HAM terus terjadi secara sistematis dan terstruktur. Masyarakat Palestina menghadapi penindasan secara brutal, termasuk dalam bentuk penahanan sewenang-wenang, penyiksaan, dan perlakuan tidak manusiawi di dalam penjara-penjara Israel. Penahanan dilakukan tanpa melalui proses hukum yang adil dan seringkali tanpa dakwaan yang jelas. Bahkan, tidak jarang anak-anak Palestina ditangkap oleh militer Israel dan dipenjara tanpa proses hukum yang layak. Anak-anak tersebut kehilangan hak-haknya untuk



mendapatkan pendidikan, bermain, dan berkembang secara normal sebagaimana mestinya. Kehidupan sosial mereka juga terganggu secara signifikan karena trauma psikologis akibat kekerasan yang dialami setiap hari. Dalam jangka panjang, tindakan ini menyebabkan kerusakan besar terhadap generasi muda Palestina yang pada akhirnya akan memengaruhi stabilitas sosial dan psikologis negara tersebut secara keseluruhan (Husna & Hafidzi, 2023).

Lebih lanjut, konflik ini tidak hanya menimbulkan dampak sosial yang luar biasa, tetapi juga menyebabkan ketidakstabilan ekonomi yang signifikan, baik bagi kawasan Timur Tengah maupun secara global. Ketegangan geopolitik yang diakibatkan oleh perang antara Israel dan Palestina turut mengganggu pasar global, termasuk memengaruhi harga minyak mentah dunia, memperlambat perdagangan internasional, menurunkan kepercayaan investor terhadap kawasan Timur Tengah, serta menciptakan ketidakpastian ekonomi secara luas. Karena kawasan tersebut merupakan salah satu wilayah strategis dalam sektor energi dan perdagangan, setiap ketegangan politik dapat langsung berdampak pada kestabilan ekonomi internasional. Hal ini memperlihatkan bahwa konflik yang terjadi bukan sekadar persoalan dua bangsa, tetapi telah menjadi persoalan multidimensi yang melibatkan berbagai kepentingan global (Dewi, 2024)

Berbagai dampak sosial dan ekonomi yang terjadi akibat konflik ini menimbulkan simpati dari masyarakat dunia. Simpati yang muncul tidak hanya terbatas dari kalangan masyarakat Muslim, tetapi juga dari komunitas internasional secara luas yang memandang bahwa kekerasan yang dialami rakyat Palestina an bentuk ketidakadilan kemanusiaan. Aksi solidaritas dan bantuan iaan terus mengalir dari berbagai negara, baik melalui pengiriman



bantuan medis, logistik, maupun dukungan moril dan psikologis kepada masyarakat Palestina. Bentuk solidaritas tersebut mencerminkan respons moral dunia terhadap pelanggaran HAM berat yang dilakukan oleh Israel terhadap rakyat Palestina (Nurjannah, 2019).

Sebagian besar masyarakat dunia melihat konflik ini sebagai bagian dari persoalan agama, namun pada kenyataannya konflik antara Israel dan Palestina memiliki akar sejarah yang panjang dan lebih kompleks dari sekadar konflik keagamaan. Konflik tersebut berakar dari keinginan bangsa Yahudi untuk mendirikan “National Home” di wilayah Palestina yang mereka klaim sebagai tanah yang dijanjikan. Dalam mewujudkan ambisi ini, mereka mendapat dukungan penuh dari kekuatan kolonial Inggris yang pada masa itu memiliki otoritas di wilayah Palestina. Bangsa Palestina menolak keras pendirian negara Yahudi di wilayah mereka, dan melakukan berbagai bentuk perlawanan. Namun, perlawanan tersebut tidak membuahkan hasil signifikan karena kekuatan militer dan diplomatik Israel yang didukung oleh negara-negara besar dunia. Israel kemudian melakukan ekspansi wilayah dengan cara mendirikan permukiman-permukiman ilegal di wilayah Palestina yang seharusnya menjadi bagian dari negara Palestina yang merdeka dan berdaulat (Nurjannah, 2019).

Usaha Inggris untuk melakukan pemisahan wilayah antara Israel dan Palestina juga ditolak oleh rakyat Palestina karena mereka merasa bahwa seluruh wilayah tersebut merupakan hak milik mereka yang sah. Penolakan ini bukan hanya didasarkan pada identitas nasional, tetapi juga berdasarkan klaim sejarah, tanah, dan prinsip keadilan yang mereka yakini. Dalam praktiknya, yang diterima Israel dari negara-negara Barat, khususnya Amerika



Serikat dan negara-negara Eropa, bukan semata karena faktor ideologis, melainkan karena adanya kepentingan ekonomi dan geopolitik. Hubungan antara Israel dan negara-negara Barat seringkali dilandasi oleh kerja sama dalam bidang teknologi, militer, dan ekonomi. Negara-negara tersebut mendapatkan manfaat dari kemajuan teknologi Israel, sementara Israel memperoleh dukungan politik dan militer untuk mempertahankan dominasinya di wilayah Palestina (Adj, 2024).

Seiring meningkatnya kekerasan dan ketidakadilan yang dialami rakyat Palestina, muncul berbagai bentuk protes dari masyarakat global. Salah satu bentuk aksi nyata yang berkembang pesat adalah gerakan boikot terhadap perusahaan-perusahaan yang dianggap mendukung Israel. Gerakan ini dikenal dengan istilah BDS (Boycott, Divestment, and Sanctions), yaitu kampanye global yang bertujuan untuk menekan Israel secara ekonomi dan diplomatik hingga mereka menghentikan tindakan penjajahan terhadap Palestina. Gerakan ini menargetkan berbagai perusahaan multinasional yang diduga memiliki hubungan langsung atau tidak langsung dengan Israel, baik melalui dukungan finansial, produk, maupun kebijakan perusahaan (Sharma, 2023).

Boikot terhadap perusahaan-perusahaan tersebut menjadi simbol solidaritas dan bentuk tekanan publik terhadap keterlibatan korporasi dalam pendanaan atau dukungan terhadap tindakan genosida Israel. Dampak dari gerakan boikot ini tidak dapat dianggap remeh. Penelitian menunjukkan bahwa aksi boikot dapat mengganggu stabilitas internal perusahaan, memengaruhi kinerja manajerial, serta menurunkan citra dan reputasi perusahaan secara signifikan (Arum, 2023). Ketika sebuah perusahaan menjadi target boikot, hal ini menimbulkan ketidakpercayaan konsumen, penurunan loyalitas pelanggan,



hingga berujung pada kerugian finansial yang besar. Terlebih lagi, perusahaan yang terlibat secara langsung dalam konflik politik atau sosial seringkali mendapatkan respons negatif dari investor, yang pada akhirnya dapat menurunkan nilai saham dan melemahkan daya saing perusahaan di pasar global (Méndez-Suárez & Crespo-Tejero, 2021).

Boikot juga memiliki dimensi baru dalam era digital, yaitu bentuk protes online yang disuarakan melalui media sosial. Aksi ini biasanya melibatkan seruan publik untuk berhenti menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tertentu. Efeknya bisa meluas dan cepat karena viralitas informasi di internet. Ketika gerakan protes ini mendapatkan dukungan dari masyarakat luas, maka dampaknya bisa sangat besar terhadap kinerja keuangan perusahaan yang menjadi sasaran. Fenomena ini menggambarkan bagaimana dinamika sosial-politik dapat memengaruhi aspek ekonomi secara langsung dalam era globalisasi dan konektivitas digital yang tinggi (Arum, 2023).

Di Indonesia, gerakan boikot kembali menguat pada tahun 2024 sebagai respons terhadap meningkatnya agresi Israel terhadap Palestina. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, masyarakat Indonesia sangat peka terhadap isu Palestina. Pada akhir tahun 2023, Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan Fatwa Nomor 83 Tahun 2023 yang secara eksplisit menyatakan bahwa mendukung kemerdekaan Palestina adalah kewajiban, sementara mendukung Israel adalah tindakan yang diharamkan (MUI, 2024). Fatwa ini menjadi landasan moral dan religius bagi masyarakat Indonesia untuk berpartisipasi dalam gerakan boikot terhadap perusahaan-perusahaan yang memiliki afiliasi dengan Israel. Dukungan terhadap fatwa tersebut sangat



besar di Indonesia. Masyarakat mulai melakukan pergeseran konsumsi, meninggalkan produk-produk dari perusahaan multinasional yang memiliki hubungan dengan Israel, dan beralih ke produk dalam negeri. Hal ini menciptakan dampak ekonomi yang signifikan, karena perusahaan-perusahaan tersebut mengalami penurunan pendapatan, harga saham yang merosot, serta terganggunya reputasi merek mereka di mata konsumen Indonesia. Tidak sedikit dari perusahaan-perusahaan tersebut yang harus menghadapi krisis kepercayaan dari pasar akibat tekanan sosial dan moral yang datang dari masyarakat (Alifya, 2024).

Aksi boikot ini kemudian menjadi indikator penting dalam menganalisis kinerja keuangan perusahaan. Analisis ini bertujuan untuk menilai sejauh mana dampak sosial dan politik memengaruhi stabilitas dan performa finansial perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Analisis kinerja keuangan sangat penting karena memberikan gambaran menyeluruh mengenai kesehatan finansial perusahaan, yang pada gilirannya memengaruhi pengambilan keputusan oleh investor, kreditur, dan pemangku kepentingan lainnya. Dalam konteks ini, aksi boikot menjadi variabel sosial yang perlu dianalisis lebih dalam, khususnya dalam kaitannya dengan indikator keuangan seperti profitabilitas, return on assets (ROA), return on equity (ROE), dan likuiditas perusahaan (Atul, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tren kinerja keuangan perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia sebagai dampak dari gerakan boikot yang dilakukan masyarakat. Penelitian ini menjadi relevan karena momentum sosial-politik yang kuat, terutama setelah dikeluarkannya fatwa I yang mendorong legitimasi publik untuk melakukan aksi boikot.



Perusahaan-perusahaan yang menjadi objek penelitian adalah mereka yang teridentifikasi memiliki afiliasi dengan entitas Israel, baik secara langsung maupun tidak langsung, dan saat ini beroperasi di Indonesia. Dalam konteks ini, penelitian ini mencoba mengkaji bagaimana pergeseran sikap konsumen, tekanan moral, serta tindakan kolektif masyarakat memengaruhi struktur keuangan perusahaan secara konkret dan terukur.

Dengan menganalisis dampak aksi boikot terhadap indikator kinerja keuangan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap literatur yang berkaitan dengan pengaruh gerakan sosial-politik terhadap ekonomi korporasi. Penelitian ini juga memberikan landasan empiris bagi para investor dan pemangku kepentingan lainnya untuk mempertimbangkan aspek sosial dan etika dalam pengambilan keputusan bisnis. Di sisi lain, hasil dari penelitian ini juga dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan-perusahaan multinasional untuk lebih berhati-hati dalam menentukan afiliasi dan kebijakan luar negerinya, terutama ketika beroperasi di negara yang memiliki sensitivitas tinggi terhadap isu kemanusiaan seperti Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah konflik antara Palestina dan Israel memiliki dampak terhadap kinerja keuangan?

1.3 Tujuan Penelitian



Berdasarkan penjelasan rumusan masalah diatas, maka dapat diketahui dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bahwa konflik antara Palestina dan Israel memiliki dampak terhadap kinerja keuangan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoretis

- a. Hasil penelitian ini diharap dapat memberikan kontribusi dan manfaat terhadap pengembangan ilmu ekonomi dan dapat memperluas wawasan, khususnya mengenai dampak potensial terhadap kinerja keuangan perusahaan.
- b. Memberikan penjelasan dan pemahaman mengenai faktor yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan. Faktor-faktor yang dimaksud merupakan variabel independen yang terdiri dari gerakan Boikot, Divestasi, dan sanksi (BDS), perilaku konsumen, dan perilaku investor.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rujukan untuk melakukan validasi, verifikasi, atau mengembangkan teori-teori yang mendasari penelitian ini, yaitu teori legitimasi dan teori sinyal, terutama dalam kaitannya dengan variabel-variabel yang menjadi fokus kajian

1.4.2 Kegunaan Praktis

- a. Bagi Pemangku Kepentingan Perusahaan

Penelitian ini diharap dapat menjadi bahan rujukan bagi pemangku kepentingan (stakeholder) dalam penentuan keputusan yang berkaitan dengan gerakan BDS dan pengaruhnya terhadap kinerja keuangan perusahaan.

- b. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharap dapat memberikan sumbangsih terhadap eratur penelitian yang berkaitan dengan gerakan BDS dan pengaruhnya rhadap kinerja keuangan perusahaan.



c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi dan informasi yang berguna untuk penelitian-penelitian selanjutnya mengenai gerakan BDS dan pengaruhnya terhadap kinerja keuangan perusahaan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori dan Konsep

2.1.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi dicetuskan pertama kali oleh Dowling dan Pfeffer pada tahun 1975 dimana fokus pada interaksi antara dua belah pihak yakni perusahaan dan masyarakat. Teori legitimasi yang dikemukakan berisi tentang masyarakat menjadi salah satu faktor utama dalam pengembangan perusahaan untuk jangka waktu yang panjang. Teori legitimasi merupakan hal yang penting dalam upaya menganalisis relasi antara organisasi dan lingkungan sekitarnya. Teori legitimasi menghubungkan analisis organisasi dengan masyarakat. Legitimasi serta norma dan nilai sosial yang berlaku di masyarakat akan membatasi tindakan ataupun keputusan yang dapat diambil oleh organisasi. Organisasi akan berupaya dalam rangka menyelaraskan norma dan nilai sosial yang terkait dengan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat dimana organisasi itu beraktivitas. Selama kedua sistem nilai tersebut harmonis, legitimasi organisasi dianggap sudah tercapai. Namun, jika terjadi ketidakselarasan, baik yang nyata maupun potensial diantara kedua sistem nilai dan norma tersebut maka legitimasi organisasi terancam (Dowling, 1975).

Teori legitimasi berasal dari konsep legitimasi organisasi yang diartikan sebagai keadaan atau status yang timbul ketika sistem nilai perusahaan sejalan norma dan nilai sosial yang berlaku di mana entitas tersebut berada. Legitimasi tidak muncul begitu saja, melainkan merupakan hasil dari selaras antara apa yang diyakini dan dijalankan oleh perusahaan dengan



ekspektasi sosial yang hidup dan berkembang di masyarakat tempat perusahaan itu beroperasi. Dalam konteks ini, perusahaan dituntut untuk tidak hanya fokus pada tujuan ekonomi semata, tetapi juga perlu mempertimbangkan aspek sosial dan budaya yang berlaku di sekitarnya. Keselarasan tersebut menjadi penting karena akan menentukan apakah perusahaan memperoleh dukungan sosial atau justru penolakan dari public (Mousa dan Hassan, 2015).

Teori legitimasi menjelaskan bagaimana perusahaan yang rentan terhadap kritik akan melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan untuk mengatasi atau menghilangkan kecurigaan terkait dengan kritik potensial yang diterima perusahaan. Perusahaan cenderung merespons tekanan eksternal, terutama yang berasal dari kelompok kepentingan seperti konsumen, LSM, pemerintah, atau media, dengan cara mengungkapkan informasi yang relevan untuk memperbaiki citra dan mempertahankan kepercayaan publik. Strategi ini mencerminkan upaya perusahaan dalam menjaga hubungan yang harmonis dengan masyarakat serta membuktikan bahwa aktivitasnya tidak merugikan atau bertentangan dengan nilai-nilai sosial dan lingkungan yang dijunjung tinggi (Campbell, 2003).

Untuk mendapatkan legitimasi berupa pengakuan dan penerimaan dari masyarakat, organisasi perlu secara sukarela mengungkapkan informasi terkait kegiatan sosial dan lingkungannya. Keterbukaan informasi ini bukan hanya sekadar formalitas, melainkan harus dibuktikan dengan tindakan nyata yang selaras dengan nilai-nilai dan norma-norma sosial serta lingkungan yang berlaku.

kata lain, perusahaan tidak cukup hanya membuat klaim tentang jawab sosial, tetapi harus menunjukkan komitmen melalui praktik nyata



yang bisa dinilai dan diaudit oleh publik maupun pemangku kepentingan lainnya. Namun, karena legitimasi bersifat abstrak dan sulit diukur, mencari cara untuk memotivasi organisasi agar secara sukarela mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan menjadi tantangan tersendiri. Tantangan ini diperparah oleh kenyataan bahwa banyak perusahaan yang enggan mengungkapkan informasi jika tidak ada tekanan regulasi atau insentif ekonomi yang jelas. Oleh sebab itu, intervensi dari regulator atau dorongan dari stakeholder menjadi penting dalam menstimulasi transparansi (Schiopoiu dan Popa, 2013).

Berdasarkan beberapa uraian teori di atas, teori legitimasi menjelaskan hubungan fundamental antara perusahaan dan masyarakat. Hubungan ini tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga mengandung dimensi etis dan sosial yang kompleks. Interaksi di antara keduanya dapat menghasilkan efek positif jika masing-masing pihak mampu menetapkan batasan yang berdasar pada norma dan nilai sosial yang berlaku untuk kelangsungan sistem kerja mereka. Kesepahaman ini memungkinkan adanya kepercayaan timbal balik, yang pada gilirannya memperkuat posisi perusahaan dalam masyarakat. Di sisi lain, pengaruh relasi negatif dapat merugikan semua pihak yang terlibat. Misalnya, jika perusahaan gagal menyesuaikan diri dengan norma sosial atau dianggap menyalahi ekspektasi masyarakat, maka risiko kehilangan legitimasi pun meningkat. Teori legitimasi akan berdampak pada pengungkapan informasi perusahaan terkait sosial dan lingkungan. Pengungkapan tersebut bertujuan untuk menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap sistem sosial dan lingkungan di



perusahaan beroperasi. Melalui komunikasi terbuka ini, perusahaan membuktikan bahwa mereka peduli terhadap dampak sosial dari operasinya. Jika masyarakat atau sistem sosial dan lingkungan tersebut

mendapatkan informasi yang banyak dan dapat dipertanggungjawabkan, maka legitimasi terhadap perusahaan akan dapat meningkat. Dengan demikian, keterbukaan dan konsistensi dalam pengungkapan menjadi kunci dalam menjaga legitimasi yang berkelanjutan

2.1.2 Signalling Theory

Teori sinyal (Signalling Theory) pertama kali dicetuskan oleh Michael Spence pada tahun 1973, di mana teori ini merepresentasikan bagaimana pemberi informasi dapat mengirimkan sinyal ke penerima informasi dalam bentuk informasi yang bermanfaat. Dalam konteks awalnya, teori ini lahir dari bidang ekonomi informasi dan banyak digunakan untuk menjelaskan fenomena dalam pasar tenaga kerja, di mana pencari kerja memberikan sinyal mengenai produktivitasnya kepada calon pemberi kerja melalui pendidikan atau pengalaman kerja. Namun, penerapannya berkembang luas hingga mencakup dunia bisnis dan keuangan, termasuk dalam konteks perilaku perusahaan dalam menyampaikan informasi ke pasar. Teori sinyal didasari oleh asumsi bahwa suatu perusahaan atau dispesikkan menjadi manajemen tingkat atas perusahaan memiliki informasi yang lengkap, sedangkan eksternal perusahaan seperti konsumen tidak mempunyai informasi terkait produk yang akan dibeli dan hanya bergantung kepada persediaan barang yang ditawarkan perusahaan (Nelson, 1970).

Dalam kerangka ini, terdapat ketidakseimbangan informasi (asymmetric information) antara pihak internal dan eksternal perusahaan. Manajemen sebagai



ng memiliki pengetahuan lebih tentang kondisi keuangan, prospek, dan bisnis memiliki tanggung jawab moral dan strategis untuk menyampaikan tersebut secara akurat kepada pemangku kepentingan. Konsumen

dapat mengurangi risiko dari kurangnya informasi terkait produk dengan mengenali ciri yang dapat diamati serta diubah, di mana mampu mempengaruhi probabilitas kinerja perusahaan, ciri yang dimaksud disebut dengan sinyal. Dalam praktiknya, sinyal bisa berbentuk beragam—mulai dari pengumuman laba, perubahan dividen, rencana ekspansi, hingga kualitas laporan keuangan. Sinyal yang diberikan manajemen bertujuan untuk mengatasi asimetri informasi yang menyebabkan ketidakpastian di kalangan investor dan pemangku kepentingan lainnya. Oleh karena itu, sinyal yang kuat dan positif dari perusahaan akan meningkatkan keyakinan pasar terhadap masa depan perusahaan, sedangkan sinyal yang ambigu atau negatif dapat menurunkan kepercayaan dan nilai pasar perusahaan (Arum, 2023).

Teori Sinyal (Signalling Theory) menjelaskan bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk menghasilkan produk, tetapi juga secara aktif berusaha untuk mengirimkan sinyal atau pesan kepada para investor mengenai kondisi internal dan prospek masa depan mereka. Sinyal-sinyal ini mencerminkan pandangan manajemen terhadap kinerja perusahaan dan upaya-upaya yang telah dilakukan untuk memenuhi harapan para pemegang saham. Informasi yang diungkapkan oleh perusahaan sangat penting karena menjadi dasar bagi para pihak eksternal, terutama investor, dalam mengambil keputusan investasi. Bagi investor dan pelaku bisnis lainnya, informasi ini memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kinerja perusahaan di masa lalu, kondisi operasional saat ini, serta perkiraan mengenai potensi dan risiko di masa depan. Dengan demikian,



menekankan pentingnya transparansi dan komunikasi strategis dari perusahaan kepada pasar modal untuk membangun kepercayaan dan menarik investasi. (Desi, 2022).

Lebih lanjut, teori sinyal sangat relevan dalam dunia akuntansi dan pelaporan keuangan, di mana laporan keuangan menjadi salah satu media utama dalam menyampaikan sinyal kepada pemangku kepentingan. Dalam hal ini, akuntansi tidak hanya berperan sebagai sistem pencatatan, tetapi juga sebagai mekanisme komunikasi strategis. Laporan keuangan yang andal dan tepat waktu dianggap sebagai sinyal positif terhadap kredibilitas dan tata kelola perusahaan yang baik. Teori sinyal mengandung arti bagaimana perusahaan seharusnya menyampaikan informasi kepada para pengguna laporan keuangan. Teori ini muncul karena adanya ketidakselarasan informasi antara manajemen perusahaan dan pihak-pihak yang memiliki kepentingan. Dalam situasi seperti ini, manajemen perlu secara strategis memilih dan merancang informasi yang disampaikan agar dapat membentuk persepsi yang sesuai dengan realitas perusahaan. Tidak semua informasi perlu atau dapat disampaikan secara utuh, sehingga kemampuan untuk mengirimkan sinyal yang tepat, relevan, dan dapat dipercaya menjadi kunci utama dari keberhasilan komunikasi antara manajemen dan para stakeholder (Desi, 2022).

Dari beberapa uraian teori di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa teori sinyal membahas tentang informasi yang disampaikan manajemen perusahaan tentang keberhasilan dan kegagalan perusahaan kepada pemangku kepentingan. Informasi atau sinyal tersebut dapat diberikan melalui laporan keuangan perusahaan yang kemudian dianalisis lebih lanjut oleh pihak eksternal guna mengambil keputusan. Dalam praktiknya, investor menggunakan laporan keuangan sebagai dasar untuk menilai risiko dan potensi keuntungan. Informasi yang diperoleh investor dapat berupa informasi yang baik atau informasi yang buruk. Informasi dapat dikategorikan baik ketika laba yang dilaporkan perusahaan



dalam laporan keuangan menunjukkan peningkatan, dan sebaliknya apabila laba yang dilaporkan oleh perusahaan mengalami penurunan, maka dapat dikategorikan sebagai informasi atau sinyal yang buruk bagi investor. Dengan demikian, teori sinyal memberikan pemahaman penting bahwa komunikasi korporat—baik melalui laporan keuangan, pengumuman publik, maupun tindakan manajerial lainnya—berperan besar dalam membentuk persepsi pasar dan kepercayaan investor. Sinyal yang dikirimkan harus mencerminkan kondisi aktual dan diupayakan untuk meningkatkan transparansi guna menciptakan efisiensi pasar informasi.

2.2 Tinjauan Empirik

2.2.1 Korelasi Antara Konflik Palestina-Israel dan Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi

Konflik Palestina-Israel terjadi dipicu atas sengketa di wilayah Palestina. Bangsa Yahudi berusaha mendirikan "*National Home*" di tanah Palestina yang mereka anggap sebagai tanah yang dijanjikan. Pemberontakan yang dilakukan oleh bangsa Palestina belum membuahkan hasil yang signifikan. Sementara itu, orang-orang Yahudi, yang mendapatkan dukungan dari pemerintah Inggris, terus memperluas penguasaan mereka atas wilayah Palestina dari tahun ke tahun. Mereka secara masif mendirikan pemukiman di area tersebut. Pemerintah Inggris mencoba merancang pemisahan wilayah Palestina dari Israel, namun rencana ini ditolak oleh bangsa Palestina karena mereka ingin seluruh wilayah Palestina kembali menjadi hak milik mereka (Nurjannah, 2019).



Boikot merupakan suatu tindakan atau gerakan terencana yang dilakukan individu atau kelompok sebagai representasi dari rasa ketidaksetujuan atau

protes terhadap suatu entitas. Entitas dapat berupa perusahaan, produk, atau layanan. Representasi dari ketidaksetujuan dituangkan dalam aksi penghindaran atau penolakan untuk terlibat secara aktif dengan suatu entitas. Boikot memiliki tujuan yang variatif, dimana dapat menciptakan perubahan perilaku atau kebijakan hingga mempengaruhi opini publik terhadap suatu isu. Gerakan boikot memiliki dampak yang signifikan sesuai dengan tingkatan partisipasi dan dukungan yang diperoleh, dampaknya dapat berupa perubahan perilaku konsumen dan perhatian publik (Jasa, 2024).

Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS) adalah gerakan global non-kekerasan yang muncul sebagai tuntutan dari masyarakat sipil Palestina. Gerakan ini menyerukan komunitas internasional untuk menolak kejahatan perang dan pelanggaran hak asasi manusia yang dilakukan oleh Israel terhadap rakyat Palestina, melalui cara-cara seperti memboikot, menarik investasi, dan menerapkan sanksi kepada Israel. Tujuannya adalah untuk mendorong Israel agar mematuhi hukum internasional terkait perlakuan terhadap rakyat Palestina (Whardani, 2024).

Boikot menjadi salah satu cara untuk mendukung gerakan perlawanan Palestina dan berinteraksi dengan otoritas yang berwenang. Hal ini dilatarbelakangi atas berbagai pelanggaran hak asasi manusia yang dialami warga Palestina seperti perampasan tempat ibadah, pengusiran paksa, kekerasan, pengrusakan infrastruktur, dan pembakaran lahan, yang dilakukan oleh bangsa Israel. Gerakan boikot sekaligus menjadi wadah untuk menunjukkan protes tindakan dan upaya untuk mendorong solusi perdamaian yang utan. (Husna dan Hafidzi, 2023).



2.2.2 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan perusahaan dapat merepresentasikan kondisi finansial suatu perusahaan yang diperoleh melalui analisis dengan alat analisis yang berhubungan dengan keuangan, agar dapat mengetahui tentang baik atau buruk prestasi yang diraih perusahaan. Penilaian terhadap kinerja keuangan ini penting untuk dilakukan karena menjadi acuan utama dalam proses pengambilan keputusan oleh berbagai pihak, seperti manajemen, investor, kreditor, serta regulator. Dengan mengetahui kinerja keuangan yang baik, pihak internal dapat merancang strategi bisnis yang lebih tepat, sementara pihak eksternal seperti investor dapat menilai potensi keuntungan dan risiko dari suatu investasi. (Arifin dan Marlius, 2017). Kinerja keuangan perusahaan merupakan representasi dari keadaan keuangan pada suatu periode/siklus tertentu, di mana menyangkut pengumpulan dan penyaluran dana, yang diukur menggunakan indikator kecukupan modal, profitabilitas, dan likuiditas. Indikator-indikator ini digunakan untuk melihat sejauh mana perusahaan mampu mengelola sumber daya finansialnya secara efektif dan efisien guna menunjang keberlangsungan operasional bisnis (Ilahude, 2021).

Evaluasi terhadap kinerja keuangan perusahaan dapat dilakukan melalui analisis rasio keuangan, yang mencakup rasio aktivitas, likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas. Analisis rasio keuangan ini berfungsi sebagai alat ukur untuk mengevaluasi posisi finansial dan efisiensi operasional perusahaan. Dengan kata lain, rasio-rasio tersebut merangkum dan merepresentasikan secara komprehensif



na kinerja keuangan perusahaan secara keseluruhan telah dicapai. ini memberikan pemahaman bagi para pemangku kepentingan dalam ni kekuatan dan kelemahan finansial perusahaan (Nura dan Komariah,

2016). Rasio keuangan adalah angka yang dihasilkan dari komparasi antara data keuangan dalam suatu periode laporan dengan data keuangan dari periode lain yang saling terkait dan signifikan. (Harahap,2011)

2.2.3 Perusahaan Terafiliasi Israel

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan boikot terhadap suatu produk yakni tingkat religiutas dari konsumen tersebut, Religiusitas merujuk pada keadaan dan keyakinan seseorang, dimana menjadi dorongan untuk berperilaku, bersikap, dan bertindak sesuai dengan ajaran agama yang dianut. Namun, di sisi lain pengetahuan juga menjadi faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan boikot. Pengetahuan tersebut diperoleh dari pengalaman ataupun literatur yang tersedia di media luring maupun daring (Fakhriza, 2019).

Seruan boikot terhadap beberapa merek yang dimiliki Amerika dimana secara aktif memiliki peran penting dalam mendukung genosida yang dilakukan Israel terhadap Palestina. Boikot terhadap produk Amerika dilakukan atas dugaan bahwa sebagian pendapatan nasional Amerika digunakan untuk membantu Israel baik secara langsung maupun tidak langsung. Bantuan yang langsung dapat berupa bantuan dana yang digunakan untuk membantu pembangunan infrastruktur dan penyediaan atau pengembangan senjata guna mempertegas eksistensi Israel di tanah Palestina (Oktavia, 2024)

2.2.4 Korelasi Gerakan BDS dan Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan dapat dinilai dengan melakukan pengukuran melalui rasio keuangan, seperti rasio aktivitas, likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas. Rasio keuangan berfungsi untuk menilai posisi keuangan dan operasi keuangan.



Rasio keuangan juga dapat menjadi gambaran hasil kinerja keuangan suatu perusahaan secara menyeluruh (Nura dan Komariah, 2016). Rasio keuangan muncul sebagai hasil dari perbandingan data laporan keuangan antar periode yang memiliki kaitan yang relevan dan signifikan (Harahap, 2011).

Rasio profitabilitas menggambarkan tingkat keefektifan dan efisiensi suatu perusahaan dalam menggunakan dan memanfaatkan aset perusahaan dalam upaya menghasilkan laba. Semakin besar tingkat rasio profitabilitas, maka semakin baik dalam menggambarkan tingkat perolehan laba perusahaan (Musdalifa, 2023). Analisis rasio keuangan dengan menggunakan rasio profitabilitas menunjukkan bahwa terjadi penurunan kemampuan dari beberapa perusahaan dalam memperoleh laba dari aset yang dimiliki setelah boikot atas perusahaan yang terafiliasi Israel kembali diserukan (Amaliah dan Rahmawati, 2024).

2.3 Kerangka Konseptual

