

Pengaruh Gerakan Boikot Terkait Konflik Israel-Palestina Terhadap Profitabilitas Perusahaan *Food and Beverages* (F&B) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2021-2024

Lida Fadillah ^{1*}, Krisnawati Setyaningrum Nugraheni ²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia (STIEPARI) Semarang, Indonesia.

Corresponding Email: krisnawati.setyaningrum@stiepari.ac.id ^{1*}

Histori Artikel:

Dikirim 23 Juli 2025; Diterima dalam bentuk revisi 10 Agustus 2025; Diterima 15 September 2025; Diterbitkan 1 Oktober 2025. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan Riset) – Lembaga KITA.

Suggested citation:

Fadillah, L., & Nugraheni, K. S. (2025). Pengaruh Gerakan Boikot Terkait Konflik Israel-Palestina Terhadap Profitabilitas Perusahaan *Food and Beverages* (F&B) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2021-2024. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 11(5), 4803-4813. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i5.5124>.

Abstrak

Konflik Israel–Palestina yang kembali memanas pada akhir 2023 mendorong munculnya gerakan boikot terhadap produk perusahaan yang diduga terafiliasi dengan Israel. Salah satu sektor yang terdampak adalah industri *Food and Beverages* (F&B), yang merupakan salah satu sektor penunjang kebutuhan primer masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gerakan boikot produk terhadap profitabilitas perusahaan F&B yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2024. Profitabilitas diukur menggunakan rasio keuangan Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), dan Net Profit Margin (NPM). Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kausalitas dan data diperoleh dari laporan keuangan tahunan yang diunggah di situs BEI. Data historis tersebut, diambil dari laporan keuangan perusahaan pada tahun 2021-2022 sebagai tahun sebelum dan 2023-2024 sebagai tahun sesudah terjadinya gerakan boikot. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gerakan boikot berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi masyarakat dan pelaku industri dalam memahami dampak ekonomi dari gerakan boikot. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan metode analisis yang berbeda, agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif dan mendalam.

Kata Kunci: Boikot Produk; Profitabilitas; Perusahaan F&B.

Abstract

The renewed escalation of the Israel–Palestine conflict in late 2023 has led to the emergence of boycott movements against products from companies suspected of being affiliated with Israel. One of the affected sectors is the *Food and Beverages* (F&B) industry, which plays a key role in meeting the population's primary needs. This study aims to analyze the effect of product boycott movements on the profitability of F&B companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2021–2024 period. Profitability is measured using financial ratios such as Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), and Net Profit Margin (NPM). The study applies a quantitative method with a causal approach, using secondary data obtained from annual financial reports published on the IDX website. Historical data are taken from the 2021–2022 period as the pre-boycott years and from 2023–2024 as the post-boycott years. The results indicate that the boycott movement has a negative but statistically insignificant impact on company profitability. This study is expected to serve as a reference for the public and industry stakeholders in understanding the economic impact of boycott movements. Future research is recommended to apply different analytical methods to produce more comprehensive and in-depth results.

Keyword: Product Boycott; Profitability; F&B Companies.

1. Pendahuluan

Konflik Israel-Palestina ini telah berlangsung selama beberapa tahun dan memicu berbagai reaksi di seluruh dunia, salah satunya respon yang dilakukan masyarakat yaitu melalui gerakan Boikot, Divestasi, & Sanksi (BDS) terhadap produk-produk yang diduga berhubungan dengan pihak yang terlibat dalam mendukung suatu pihak dalam konflik. Prof. Dr. Sri Edi Swasono (2016) berpendapat bahwa boikot merupakan salah satu bentuk protes ekonomi rakyat, di mana konsumen secara sadar memilih untuk tidak membeli produk yang dianggap tidak sesuai dengan nilai-nilai moral, keadilan, atau kebangsaan. Gerakan boikot merupakan tindakan yang diambil oleh individu, kelompok, atau negara untuk mengekspresikan ketidaksetujuan terhadap kebijakan Israel terhadap Palestina, tujuannya memberikan tekanan ekonomi dan politik sebagai bentuk proses damai (Sormin *et al.*, 2024). Dengan kata lain gerakan boikot produk terjadi sebagai imbas dari konflik antara Israel-Palestina. Dalam konteks konflik antara Israel-Palestina kembali memanas saat Israel menyerang Palestina pada Oktober 2023 (Nurasiah *et al.*, 2023). Dan menurut (McDonnell & Adam Cobb, 2020) Boikot merupakan peristiwa yang benar-benar merugikan karena dapat merusak reputasi, kinerja, dan hubungan dengan pemangku kepentingan suatu perusahaan atau secara umum, gerakan BDS dilihat sebagai kumpulan dari beberapa negara atau instansi yang terlibat dalam satu tindakan ekonomi yang sama untuk menentang Israel dan/atau Perusahaan yang berafiliasi dengan Israel. (Zanotti *et al.*, 2017). Karena boikot dapat menjadi senjata ekonomi yang efektif untuk menekan perusahaan atau negara tertentu agar menghormati hak-hak konsumen dan memperbaiki kebijakan yang merugikan masyarakat. Dan menurut situs resmi BDS, menjunjung prinsip bahwa Palestina berhak atas hak yang sama dengan warga negara yang lain. (Chalcraft, 2016) menyatakan bahwa boikot produk sebagai bagian dari kampanye *Boycott, Divestment, Sanctions (BDS)* terhadap produk dan perusahaan yang dinilai mendukung atau berafiliasi dengan Israel adalah bentuk perlawanan tanpa kekerasan yang sangat penting dalam konflik Israel-Palestina. Kampanye boikot tidak hanya bertujuan untuk menekan Israel secara ekonomi tetapi juga sebagai bentuk solidaritas serta untuk meningkatkan kesadaran internasional tentang pelanggaran hak asasi manusia di Palestina sebagai pihak yang terdampak oleh konflik tersebut. (Muhammad Khoiruman, 2023) menilai bahwa boikot dapat terjadi di beberapa negara khususnya negara dengan mayoritas penduduk muslim salah satunya yang terjadi di Indonesia. Gerakan boikot di Indonesia memuncak pada Oktober 2023 Israel kembali meluncurkan serangan kepada Palestina. (Nurasiah *et al.*, 2023). Keluarnya Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 semakin memperkuat panggilan untuk meluncurkan boikot terhadap produk Israel sebagai bentuk dukungan bagi perjuangan Palestina di Indonesia (Jurnal *et al.*, 2023). Maka dari itu bisa diartikan bahwa gerakan boikot sebagai respon dan bentuk simpati masyarakat Indonesia tentang apa yang terjadi di Palestina. Dari Gerakan pemboikotan produk yang diduga berafiliasi dengan Israel, ada pihak yang sangat terdampak yaitu salah satunya perusahaan yang memproduksi produk tersebut. Gerakan boikot dapat menjadi krisis serius bagi perusahaan karena bisa merusak citra, kinerja, dan hubungan pemangku kepentingan— yang pada akhirnya bisa berdampak pada profitabilitas perusahaan tersebut (McDonnell & Adam Cobb, 2020).

Salah satu perusahaan yang terdampak gerakan boikot tersebut adalah perusahaan yang ada di sektor *Food and Beverages* (Makanan dan Minuman), yang dimana perusahaan tersebut menjadi supplier salah satu kebutuhan utama masyarakat yaitu kebutuhan pangan. Sebagai industri yang menjual produk konsumsi harian, perusahaan F&B sangat bergantung pada persepsi dan preferensi konsumen untuk melihat informasi informasi produk (Wu *et al.*, 2021). Tetapi di situasi saat ini sebagian besar masyarakat memboikot produk dari perusahaan tersebut dan memilih produk lainnya yang dinilai lebih pro terhadap pihak yang terdampak konflik tersebut, maka dari itu Perusahaan *Food and Beverages* dinilai sebagai pihak yang paling terdampak karena adanya substitusi terhadap produk-produk yang diboikot (Oktavia *et al.*, 2023a). Perusahaan-perusahaan ini menghadapi tekanan dari konsumen global yang mendukung hak-hak Palestina (Barghouti, 2011). Di sisi lain, perusahaan yang bergerak di sektor *Food and Beverages* sangat bergantung pada persepsi konsumen terhadap merek, reputasi, dan hubungan emosional yang mendorong loyalitas konsumen. (Kotler *et al.*, 2018). Boikot produk dapat secara signifikan mempengaruhi kinerja perusahaan, terutama dalam hal penjualan dan profitabilitas. Karena

RESEARCH ARTICLE

penurunan penjualan akan mengurangi laba bersih, yang pada akhirnya menurunkan profitabilitas perusahaan (Gabrielle Klein *et al.*, 2002). Profitabilitas menurut (Achim Monica Violeta & Borlea Sorin, 2008) bagaimana margin keuntungan perusahaan dikaitkan dengan penjualan, modal rata-rata, dan modal sendiri. Dalam buku *Principles of Managerial Finance*, (Gitman & Zutter, 2012) menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan dapat diukur melalui tiga rasio keuangan utama, diantaranya:

- 1) *Return On Assets* (ROA): rasio keuangan untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan total aset, rasio ini mengukur seberapa efisien perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang dimiliki (Heri Winarno, 2019).
- 2) *Return On Equity* (ROE): menurut (Heri Winarno, 2019), ROE dapat diartikan sebagai suatu pengukuran tingkat pengembalian dari modal sendiri atau ekuitas pemegang saham.
- 3) *Net Profit Margin* (NPM): rasio keuangan untuk melihat berapa keuntungan yang didapat setelah mengurangi seluruh biaya dan pajak penghasilan dengan penjualan. Dengan kata lain, untuk mengetahui persentase laba bersih terhadap pendapatan perusahaan (Heri Winarno, 2019).

Penelitian terdahulu yang lain dilakukan oleh Inda Hamidah (Hamida *et al.*, 2024) menyatakan bahwa aksi boikot di setiap negara berbeda, di Amerika dan negara Inggris hal ini berpengaruh negatif dan signifikan. Tetapi di Indonesia, gerakan boikot tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap harga saham perusahaan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Aurelia Shafarina F (Aurelia Shafarina Firdausi, 2024), hasil dari penelitian tersebut adalah gerakan boikot berpengaruh signifikan terhadap stabilitas keuangan PT. Unilever Indonesia, termasuk penurunan profitabilitas. Penelitian lain dilakukan oleh Gustarina (Gustarina, 2024), kesimpulannya menunjukkan bahwa gerakan boikot berpengaruh negatif dan menyebabkan penurunan profitabilitas perusahaan F&B terlebih setelah dikeluarkannya fatwa MUI No. 83 tahun 2023. Dan yang terakhir, (Rajagukguk & Pratama, 2024) melakukan penelitian dan hasil yang didapat nilai ROA menurun, ROE malah meningkat, DER meningkat, dan harga saham menunjukkan tren penurunan setelah boikot. Kondisi saat ini, banyak konsumen yang memboikot merk tertentu yang diduga mendukung kebijakan Israel. Akibat dari gerakan boikot tersebut, terjadi penurunan pada penjualan yang akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan terutama dalam hal profitabilitas. Maka dari itu, sebagian perusahaan *Food and Beverages* saat ini sedang menghadapi kesulitan dalam mengadaptasi strategi bisnis mereka untuk merespons gerakan boikot sambil tetap mempertahankan profitabilitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh gerakan boikot terhadap profitabilitas, khususnya pada perusahaan F&B.

2. Tinjauan Pustaka

Boikot didefinisikan sebagai penolakan membeli yang dilakukan secara terorganisasi untuk memberi tekanan ekonomi maupun politik kepada target tertentu (Klein, Smith, & John, 2002). Dalam isu Israel–Palestina, payung gerak Boycott, Divestment, and Sanctions (BDS) memanfaatkan daya tawar konsumen lintas negara untuk mendorong perubahan perilaku korporasi maupun negara (Zanotti *et al.*, 2017; Barghouti, n.d.; Chalcraft, 2016). Di Indonesia, resonansi moral-agama memperkuat partisipasi publik, antara lain melalui seruan yang menguat pasca Oktober 2023 dan pengesahan Fatwa MUI No. 83/2023 yang mendorong pemilahan produk oleh konsumen (Nurasiah *et al.*, 2023). Dampak boikot terhadap kinerja perusahaan bekerja melalui beberapa jalur. Pertama, kejutan permintaan: perpindahan belanja ke merek substitusi menekan volume penjualan dan pendapatan. Kedua, risiko reputasi: persepsi negatif publik menurunkan niat beli ulang, merusak kedekatan merek–pelanggan, serta memaksa manajemen menambah belanja promosi defensif dan kampanye klarifikasi. Ketiga, tekanan tata kelola: riset menunjukkan guncangan terkait boikot dapat berimbas pada dinamika dewan, tanda bahwa pemangku kepentingan internal merasakan eskalasi risiko (McDonnell & Cobb, 2019/2020). Kombinasi jalur tersebut biasanya bermuara pada penipisan margin, penurunan perputaran aset produktif, dan melemahnya pengembalian kepada pemegang saham.

RESEARCH ARTICLE

Sektor F&B relatif rentan. Frekuensi pembelian tinggi, kepercayaan terhadap kualitas pangan, serta persepsi etis pada rantai pasok berpengaruh langsung pada keputusan belanja harian (Wu *et al.*, 2021). Pergeseran kecil dalam preferensi, bila terjadi berulang, menimbulkan dampak akumulatif terhadap pendapatan dan biaya pemasaran. Sifat produk yang mudah disubstitusi mempercepat perpindahan belanja, terutama saat sentimen publik memihak alternatif yang dianggap lebih selaras dengan nilai sosial. Dalam kondisi seperti itu, wajar bila NPM tertekan lebih awal, diikuti ROA ketika aset tidak lagi terserap secara efisien, dan ROE saat laba bersih menyusut terhadap ekuitas. Pengukuran profitabilitas dalam keuangan korporat lazim memakai tiga rasio. ROA menangkap efisiensi menghasilkan laba dari keseluruhan aset; ROE merefleksikan imbal hasil bagi pemegang saham; NPM menunjukkan bagian laba bersih dari setiap rupiah penjualan (Gitman & Zutter, 2012; Winarno, 2019). Ketiganya terkait erat dengan pertumbuhan dan keberlanjutan usaha, serta sensitif terhadap perubahan permintaan maupun biaya (Achim & Borlea, 2008). Bukti empiris tidak tunggal. Di luar negeri, sejumlah studi menemukan pelemahan indikator pasar maupun akuntansi pasca boikot, disertai penyesuaian manajerial di tingkat dewan (McDonnell & Cobb, 2019/2020). Di Indonesia, temuan beragam: ada penelitian yang mencatat penurunan harga saham atau selisih rata-rata kinerja sebelum–sesudah peristiwa, namun kekuatan statistik sering tidak kuat pada taraf konvensional (Novianti, 2023; Nurasiah *et al.*, 2023). Pada sisi akuntansi, beberapa kajian F&B melaporkan penurunan rasio profitabilitas setelah gelombang seruan publik atau setelah fatwa keagamaan terkait (Gustarina, 2024), sementara studi atas perusahaan tertentu memberi isyarat tekanan pada stabilitas keuangan dan laba (Firdausi, 2024). Penelitian lain menunjukkan pelemahan nilai pasar selama periode kampanye boikot (Pujiastuti, 2023). Singkatnya, arah pengaruh condong negatif, tetapi signifikansi sangat dipengaruhi desain, horizon pengamatan, serta perlakuan terhadap pencilan.

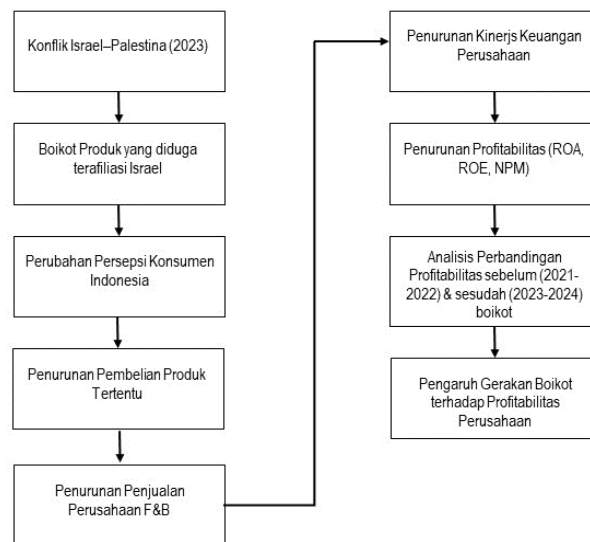
Kerangka teori membantu menata penjelasan. Teori stakeholder memandang konsumen sebagai pihak yang mampu mendisiplinkan korporasi melalui insentif dan sanksi pasar. Teori legitimasi menerangkan bahwa jarak antara tindakan korporasi dan nilai sosial dominan memicu koreksi dari publik, yang tercermin pada kinerja. Teori reputasi menekankan akumulasi penilaian publik terhadap rekam jejak; ketika citra terganggu, niat beli turun dan biaya pemulihan naik. Ketiga lensa tersebut selaras dengan karakter F&B yang bergantung pada pembelian berulang, sehingga sentimen negatif mudah bertransformasi menjadi pelemahan rasio laba. Posisi riset yang sedang dikerjakan berangkat dari celah umum pada kajian domestik: banyak telaah berfokus pada reaksi pasar jangka pendek atau menggabungkan lintas sektor, padahal sensitivitas F&B khas. Pendekatan before–after yang menilai perubahan ROA, ROE, dan NPM pada emiten F&B BEI periode 2021–2024 memberi gambaran berbasis laporan keuangan, bukan semata sinyal pasar. Untuk tajamnya inferensi, ruang penguatan tetap ada: memperpanjang horizon pasca-peristiwa, menambah variabel kendali makro (inflasi pangan, kurs, penjualan ritel), memperlakukan pencilan secara hati-hati, serta—bila data memadai—menerapkan rancangan *event study*, *difference-in-differences*, atau panel dengan *fixed effects*. Secara teoritis, arah harapan masuk akal: ROA, ROE, dan NPM cenderung lebih rendah pada fase setelah gelombang boikot karena tekanan permintaan, reputasi, dan biaya penanggulangan krisis.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah langkah atau kegiatan untuk memperoleh data agar dapat diolah dan dianalisis (Hafni Sahir, 2021). Metode penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif karena pada penelitian dilakukan pendekatan deduktif-induktif yang bermula dari suatu kerangka teori, gagasan para ahli ataupun pemahaman peneliti mengenai suatu teori. Dan kemudian dari pemahaman suatu teori tersebut peneliti akan mengembangkannya menjadi permasalahan-permasalahan dan cara pemecahannya yang diajukan untuk memperoleh pembenaran (verifikasi) dalam bentuk dukungan data empiris di lapangan (Dr. Hartono, 2019). Penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh (Fadilla *et al.*, 2022) berawal dari teori dan hipotesis. Penelitian yang dilakukan terhadap suatu fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat diukur, lalu menggunakan

RESEARCH ARTICLE

teknik manipulasi dengan tujuan dapat mengontrol variabel untuk melihat interaksi kausalitas. Selain itu, penelitian ini juga dilakukan dengan menggunakan pendekatan kausal. Peneliti mempelajari sebab dan akibat suatu fenomena secara retrospektif, dengan begitu peneliti bisa menentukan konsekuensi atau penyebab perbedaan yang sudah ada di antara kelompok orang atau fenomena yang berbeda (Lawrence, 2023). Melalui pendekatan kausal penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen (yang akan dianalogikan sebagai sebab) terhadap variabel dependen (akibat), apakah variabel independen tersebut menyebabkan perubahan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Gerakan Boikot terkait konflik Israel-Palestina sebagai variabel independen dan Profitabilitas Perusahaan sebagai variabel dependen. Dari dua variabel tersebut peneliti ingin mengetahui adakah dengan adanya gerakan boikot tersebut akan mengakibatkan perubahan pada profitabilitas perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini perlu dilakukan untuk menganalisis adakah perbedaan yang signifikan pada profitabilitas perusahaan F&B sebelum dan sesudah gerakan boikot, yakni dengan membandingkan data keuangan pada periode 2021–2022 (pra-boikot) dan 2023–2024 (pasca-boikot). Data keuangan peneliti analisis dari laporan keuangan yang dibuat oleh perusahaan yang datanya diolah kembali oleh peneliti agar bisa mengetahui posisi keuangan perusahaan. Berikut adalah gambar dari kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

Kerangka pemikiran di atas dibuat agar penelitian ini lebih terarah, dan peneliti akan merumuskan dua hipotesis yang digunakan sebagai acuan penelitian, diantaranya: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari gerakan boikot terhadap profitabilitas perusahaan F&B yang terdaftar di BEI periode 2021–2024 (H_0), dan Terdapat pengaruh yang signifikan dari gerakan boikot terhadap profitabilitas perusahaan F&B yang terdaftar di BEI periode 2021–2024 (H_1). Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah meneliti keterkaitan gerakan boikot terkait konflik Israel-Palestina terhadap Profitabilitas perusahaan, dari beberapa penelitian tersebut terdapat perbedaan hasil dari penelitiannya. Beberapa menunjukkan hasil berpengaruh negatif dan signifikan, kemudian ada juga yang berpengaruh positif dan tidak signifikan. Dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan teknik purposive sampling hal ini dikarenakan tidak semua sampel mempunyai kriteria yang sesuai dengan kriteria yang akan diteliti dan untuk mencari sampel yang lebih spesifik. Sesuai dengan pendapat (Zulfikar *et al.*, 2024), sampling purposive adalah penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

RESEARCH ARTICLE

- 1) Perusahaan *Food and Beverages (F&B)* telah terdaftar dan mempublikasikan laporan keuangannya di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode pengamatan 2022 – 2024;
- 2) Perusahaan *Food and Beverages (F&B)* yang memiliki data-data yang dibutuhkan untuk penelitian ini;
- 3) Perusahaan *Food and Beverages (F&B)* yang diduga terkena imbas boikot produk.

Berdasarkan kriteria tersebut terdapat beberapa nama perusahaan yang memenuhi syarat menjadi sampel dalam penelitian ini, diantaranya:

Tabel 1. Daftar Perusahaan Sampel

NO.	Kode Perusahaan	Nama Gerai	Perusahaan	Produk
1	PZZA	Pizza Hut	PT. Sarimelati Kencana Tbk	Pizza, pasta, lauk serta makanan penutup lainnya
2	MAPB	Starbuck	PT. MAP Boga Adiperkasa Tbk	Minuman panas dan dingin, biji kopi, salad, sandwich, kue manis, aneka cemilan, dan lain-lain.
3	UNVR	Unilever	PT.Unilever Indonesia Tbk.	Bango, buavita, Knorr, Royco, Magnum, Sariwangi, Paddle Pop, dan lain-lain.
4	MAPI	Burger King	PT.Mitra Adiperkasa Tbk.	Hamburger, kentang goreng, ayam goreng, dan makanan cepat saji lainnya.
5	MAPI	Domino's Pizza	PT. Mitra Adiperkasa Tbk.	Pizza dan Pasta
6	FAST	KFC	PT. Fast Food Indonesia Tbk.	Ayam goreng, burger, minuman, soup, dan makanan cepat saji lainnya.
7	ADES	Nestle Pure Life	PT. Akhasa Wira Internasional Tbk	Air mineral kemasan.

Data sekunder yang diambil oleh peneliti berasal dari laporan keuangan perusahaan-perusahaan yang diambil dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode tahun 2021-2024, dengan catatan tahun 2021-2022 sebagai tahun sebelum terjadinya gerakan boikot produk dan tahun 2023-2024 adalah sesudah terjadinya gerakan boikot. Data sekunder adalah data yang didapatkan secara tidak langsung dari sumber lain (Fadilla *et al.*, 2022). Penelitian ini dilakukan dengan mengetahui perbedaan nilai profitabilitas dari perusahaan-perusahaan tersebut dengan cara menganalisis laporan keuangannya yang diunggah di situs Bursa Efek Indonesia (BEI). Dan kemudian peneliti melakukan uji matematis terhadap data sekunder yang didapat menggunakan uji statistik deskriptif untuk mengetahui nilai rata-rata ROA, ROE, dan NPM sebelum dan sesudah terjadinya gerakan boikot, dan uji paired sample t-test untuk menentukan adakah perubahan yang terjadi sesudah adanya gerakan boikot secara signifikan. Untuk mengukur dan menganalisis penelitian ini digunakan aplikasi SPSS versi 26. Dari gambaran gap tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian ini dengan fokus adakah pengaruh gerakan boikot produk terhadap profitabilitas perusahaan *Food and Beverages (F&B)* yang terdaftar di BEI. Peneliti memilih Perusahaan F&B karena dinilai sebagai pihak yang cukup terdampak oleh gerakan boikot tersebut. Hal ini juga karena melihat meningkatnya kampanye gerakan BDS di portal berita maupun sosial media. Gerakan BDS tersebut diserukan dengan menyebut beberapa produk makanan dan minuman seperti KFC, McDonald's, A&W, Baskin & Robbins, dan lain-lain (Oktavia *et al.*, 2023).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil

4.1.1 Uji Statistik Deskriptif

1) Return On Asset (ROA)

Uji statistik deskriptif ini dilakukan untuk melihat rata-rata nilai dari ROA sesudah dan sebelum gerakan boikot produk terjadi.

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Mean	Std. Deviation
ROA Sebelum	12	0.03117	0.035914
ROA Sesudah	12	0.00200	0.044679
Valid N (Listwise)	12		

Dapat dilihat dari tabel tersebut hasil perhitungan rata-rata (mean) bahwa rata-rata ROA sebelum gerakan boikot adalah 0.03117 dengan standar deviasi sebesar 0.035914. Adapun hasil perhitungan rata-rata pada ROA sesudah terjadi gerakan boikot adalah 0.00200 dengan standar deviasi sebesar 0.044679. Dari keterangan tersebut, bisa diartikan bahwa terjadi penurunan rata-rata ROA sesudah terjadi gerakan boikot akibat imbas dari konflik Israel-Palestina.

2) Return On Equity (ROE)

Hasil dari uji statistik deskriptif pada nilai ROE ditunjukkan pada Tabel 3:

Tabel 1. Statistik Deskriptif ROE

	N	Mean	Std. Deviation
ROE Sebelum	12	0.11133	0.203431
ROE Sesudah	12	-1.03417	3.914466
Valid N (Listwise)	12		

Tabel 3 menunjukkan hasil perhitungan rata-rata nilai ROE sesudah dan sebelum gerakan boikot terjadi, dari tabel tersebut diketahui hasil perhitungan rata-rata (mean) bahwa rata-rata ROE sebelum gerakan boikot adalah 0.11133 dengan standar deviasi sebesar 0.203431. Sedangkan nilai perhitungan rata-rata sesudah terjadi gerakan boikot adalah -1.03417 dengan standar deviasi sebesar 3.914466. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa terjadi penurunan rata-rata ROE sesudah terjadi gerakan boikot artinya perusahaan memiliki kendala dalam mengelola modal, hal ini sebagai akibat imbas dari konflik Israel-Palestina.

3) Net Profit Margin (NPM)

Dalam penelitian ini dilakukan uji statistik deskriptif untuk dapat melihat nilai rata-rata dari nilai NPM sebelum dan sesudah gerakan boikot terjadi, dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Statistik Deskriptif NPM

	N	Mean	Std. Deviation
NPM Sebelum	12	0.07675	0.113242
NPM Sesudah	12	0.04575	0.128278
Valid N (Listwise)	12		

Hasil dari uji statistik deskriptif NPM sebelum adanya gerakan boikot menunjukkan angka 0.07675 dengan standar deviasi sebesar 0.113242. Kemudian hasil perhitungan rata-rata pada NPM sesudah terjadi gerakan boikot adalah 0.04575 dengan standar deviasi sebesar 0.128278. Dari data tersebut,

RESEARCH ARTICLE

dapat disimpulkan bahwa NPM perusahaan-perusahaan tersebut mengalami penurunan akibat terkena dampak atas gerakan boikot.

4.1.2 Uji Paired Sample T-Test

1) Return On Asset (ROA)

Uji paired sample T-Test dilakukan setelah uji statistik deskriptif untuk memperkuat hasil dari Tabel 2, dan agar hasil dari uji tersebut lebih valid dan dapat diterima.

Tabel 5. Uji Perbedaan Rata-Rata ROA

	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
				Lower	Upper			
Pair 1 ROA_Sebelum-ROA_Sesudah	0.029167	0.0639966	0.01847	-0.011494	0.069827	1.579	11	0,143

Dalam uji perbedaan rata-rata, dapat dilihat bahwa hasil perbedaan rata-rata ditunjukkan pada angka 1.579, yang terjadi penurunan pada ROA sebelum dan sesudah gerakan boikot sebesar 1.579. Terjadinya penurunan ROA sesudah terjadinya boikot ini didukung dengan angka signifikan pada tabel t adalah 0,143 > 0,05. Berdasarkan pada hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa gerakan boikot berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap ROA.

2) Return On Equity (ROE)

Untuk mendukung hasil uji statistik deskriptif pada Tabel 6, setelahnya dilakukan Uji perbedaan rata-rata pada nilai ROE tersebut.

Tabel 6. Uji Perbedaan Rata-Rata ROE

	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
				Lower	Upper			
Pair 1 ROE_Sebelum-ROE_Sesudah	1.14550	3.851338	1.111786	-1.301524	3.592524	1.030	11	0.325

Tabel 6 menunjukkan perbedaan rata-rata NPM sesudah dan sebelum gerakan boikot terjadi, perbedaan tersebut bisa dilihat dari nilai t yang menunjukkan angka 1.030, Terjadinya penurunan ROE sesudah terjadinya boikot ini didukung dengan angka signifikan pada tabel tersebut adalah 0.325 > 0,05. Dari uji perbedaan rata-rata t Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa gerakan boikot berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap ROE.

3) *Net Profit Margin (NPM)* Perbedaan nilai NPM sebelum dan sesudah boikot menjadikan alasan bagi peneliti untuk melakukan uji lanjutan yaitu melalui uji perbedaan rata-rata untuk hasil pada tabel 7, agar data tersebut lebih valid.

Tabel 7. Uji Perbedaan rata-rata NPM

	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
				Lower	Upper			
Pair 1 NPM_Sebelum-NPM_Sesudah	0.031000	0.049095	0.014173	-0.000194	0.062194	2.187	11	0,051

RESEARCH ARTICLE

Hasil dari uji perbedaan rata-rata NPM dapat dilihat pada tabel 7 dengan nilai t berada di angka 2.187, artinya terjadi penurunan pada NPM sebelum dan sesudah gerakan boikot. Hal ini didukung dengan angka signifikan pada tabel t adalah $0.051 > 0.05$. Berdasarkan pada hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa gerakan boikot berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap NPM.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan perbandingan pra-pasca boikot, ROA turun dari 0.03117 (SD 0.035914) menjadi 0.00200 (SD 0.044679) dengan selisih rata-rata 0.029167; uji *paired t* menghasilkan $t(11)=1.579$; $p=0.143$ sehingga tidak signifikan. Penurunan ini menunjukkan efisiensi pemanfaatan aset melemah, kemungkinan dipicu pergeseran belanja konsumen dari merek yang diboikot, namun bukti statistik pada horizon observasi belum kuat. ROE juga melemah dari 0.11133 (SD 0.203431) menjadi -1.03417 (SD 3.914466) dengan selisih rata-rata 1.14550; $t(11)=1.030$; $p=0.325$. Nilai negatif mengisyaratkan kerugian bersih pada sejumlah emiten, sedangkan simpangan baku yang sangat besar menandakan heterogenitas dampak—sebagian perusahaan terpukul lebih dalam, sebagian lain relatif tangguh. NPM turun dari 0.07675 (SD 0.113242) menjadi 0.04575 (SD 0.128278) dengan selisih rata-rata 0.03100; $t(11)=2.187$; $p=0.051$, mendekati ambang signifikansi namun tetap tidak memenuhi kriteria 5%. Secara keseluruhan, pola ketiganya konsisten: profitabilitas melemah setelah gelombang boikot, tetapi tidak signifikan pada taraf uji yang dipakai. Dari sisi penjelasan teoritis, tekanan konsumen sebagai stakeholder eksternal menurunkan legitimasi sosial merek dan memicu krisis reputasi kombinasi yang menekan permintaan, mengerek biaya pemulihan citra, dan pada gilirannya memangkas margin serta pengembalian ekuitas. Ketidak-signifikan dapat dimaklumi oleh beberapa hal: horizon pasca-peristiwa yang masih pendek, diversifikasi portofolio yang menahan dampak pada level agregat, partisipasi boikot yang tidak merata antarsegmen, serta langkah mitigasi korporat (kampanye komunikasi, penyesuaian harga, penataan kanal). Hasil tersebut sejalan dengan temuan pasar modal domestik yang mendapati penurunan arah negatif tanpa kepastian statistik yang kuat, sementara kajian lain pada emiten tertentu melaporkan tekanan pada rasio laba pasca seruan publik dan fatwa keagamaan. Dari kacamata praktik, manajemen perlu memperkuat manajemen risiko reputasi, memperjelas posisi korporat di isu sensitif, meninjau alokasi promosi lintas merek/kanal, melakukan diversifikasi pasar, dan memantau sentimen daring secara berkala agar gejala pelemahan kinerja terdeteksi lebih dini.

5. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adakah pengaruh dari gerakan boikot produk terhadap profitabilitas perusahaan *food and beverages (F&B)* periode tahun 2021-2024. Berdasarkan hasil analisis deskriptif dan uji *paired sample T-test* terhadap 7 perusahaan F&B yang diduga terdampak, dapat disimpulkan terdapat penurunan rata-rata nilai ROA, ROE, dan NPM setelah terjadinya gerakan boikot produk terkait adanya konflik Israel-Palestina. Temuan utama menunjukkan penurunan konsisten pada semua indikator profitabilitas setelah gerakan boikot: ROA turun dari 3,117% menjadi 0,200%, ROE menurun drastis dari 11,133% menjadi -103,417%, dan NPM berkurang dari 7,675% menjadi 4,575%. Meskipun demikian, hasil uji *paired sample t-test* mengkonfirmasi bahwa penurunan tersebut tidak signifikan secara statistik ($p > 0.05$ untuk semua variabel). Hasil penelitian ini menolak hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh signifikan gerakan boikot terhadap profitabilitas perusahaan F&B. Uji analisis statistik deskriptif yang telah dilakukan disimpulkan bahwa gerakan boikot berdampak negative, dampak tersebut belum cukup kuat untuk dinyatakan signifikan dalam periode observasi yang diteliti. Penelitian selanjutnya perlu mempertimbangkan periode observasi yang lebih panjang dan sampel yang lebih luas untuk menangkap dampak jangka panjang gerakan boikot, serta menganalisis faktor-faktor yang dapat memoderasi hubungan antara aktivisme konsumen dan kinerja keuangan perusahaan.

6. Referensi

- Barus, A. C. (2013). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 3(2), 111-121.
- Chalcraft, J. (2016). *Popular politics in the making of the modern Middle East*. Cambridge University Press.
- Erakat, N. (2013). Boycott, divestment, sanctions: the global struggle for Palestinian rights.
- Firdausi, A. S. (2024). Analysis of the impact of the public boycott trend on the financial statements of PT Unilever Indonesia Tbk using the ratio analysis method. *Journal of Economic and Business Analysis*, 2(1), 6-12.
- Gitman, L. J. (1998). *Principles of managerial finance*. Addison Wesley Longman Higher Education.
- Gustarina, E. R. (2024). Analisis Perbandingan Rasio Profitabilitas Sebelum dan Sesudah Fatwa Boikot MUI Pada Perusahaan Food & Beverage Yang Terafiliasi Israel Di Bursa Efek Indonesia. *JRAM (Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma)*, 11(1), 76-86.
- Hamida, I., Fariyah, N., & Amaroh, S. (2024). Analisis pengaruh aksi boikot akibat konflik Palestina-Israel terhadap harga saham Unilever di USA, UK, dan Indonesia yang tercatat ISSI dan JII. *Sosio e-Kons*, 16(2), 156-167. <http://dx.doi.org/10.30998/sosioekons.v16i2.23659>.
- Hartono, D. (2019). *Metodologi penelitian*. Zafana Publishing.
- Hasda, F., Z., T., Masita, & Ardiawan, K. N. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Khoiruman, M., & Wariati, A. (2023). Analisa motivasi boikot terhadap produk McDonald di Surakarta pasca serangan Israel ke Palestina. *Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Pendidikan*. (Detail volume/nomor/halaman diperlukan).
- Klein, J. G., Smith, N. C., & John, A. (2002). Why we boycott: Consumer motivations for boycott participation and marketer responses. *Working paper*. London Business School. (Detail publikasi/URL bila ada).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing management*. Pearson.
- Lawrence, F. P. (2023). Causal-comparative research. *UOPX Research Community*.
- McDonnell, M. M., & Cobb, J. A. (2019). Take a stand or keep your seat: Board turnover after social movement boycotts. *Academy of Management Journal*. (Volume/nomor/halaman diperlukan).
- Novianti, H. (2023). Tantangan dan peluang: Analisis dampak boikot terhadap kinerja saham perusahaan yang terlibat kontroversi isu Israel. *Yudishtira Journal: Indonesian Journal of Finance and Strategy Inside*. (Detail volume/nomor/halaman diperlukan).
- Nurasiah, I., Permata, N., Suaryo, & Auliana, S. (2023). Koreksi harga saham produk terafiliasi dengan Israel sebagai akibat dari gerakan boikot, divestasi dan sanksi (BDS) di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023. *Jurnal Ekonomi Keuangan dan Kebijakan Publik*, 55-61. (Volume/nomor diperlukan).

RESEARCH ARTICLE

- Oktavia, O., Noval, M. R., Hanipah, R., & Handayani, M. F. (2023). Pengaruh dampak boikot produk Amerika terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMIA)*, 318–323. (Volume/nomor diperlukan).
- Pujiastuti, A. (2023). Mengungkap dampak boikot terhadap nilai pasar perusahaan. *Jurnal Ekonomika* 45, 11(1), 675–687.
- Puspita, E., Solikah, M., & Rosmina, W. A. (2025). Analisis dampak boikot produk terhadap kinerja keuangan perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (JUEB)*. (Volume/nomor/halaman diperlukan).
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. KBM Indonesia.
- Sormin, S. K., & Malik, F. D. B. (2024). *Perilaku konsumsi terhadap boikot produk pro Israel*. Karimah Tauhid.
- Violeta, A. M., & Sorin, B. (2008). *Business performances: Between profitability, return and growth*. (Penerbit diperlukan).
- Winarno, S. H. (2019). Analisis NPM, ROA, dan ROE dalam mengukur kinerja keuangan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 254. (Volume/nomor lengkap diperlukan).
- Wu, W., Zhang, A., Kliken, R. D., Schrobback, P., & Muller, J. M. (2021). Consumer trust in food and the food system: A critical review. *Sustainability*. (Volume/nomor/DOI diperlukan).
- Zanotti, J., Weiss, A. M., Ruane, A., & Elsea, J. K. (2017). *Israel and the Boycott, Divestment, and Sanctions (BDS) movement* (CRS Report). Congressional Research Service.
- Zulfikar, R., Sari, F. P., & Fatmayati, A. (2024). *Metode penelitian kuantitatif: Teori, metode, dan praktik*. Universitas Sains Al-Qur'an (UNSIQ).