

Peran *Emotional Trading* dalam Dinamika Saham: Dampak Boikot Pro-Israel terhadap Perusahaan di BEI

Dwi Priwandani¹

¹Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Paramadina, Jakarta
¹ dwi.priwandani@students.paramadina.ac.id

Abstract

The Israel-Palestine conflict, marked by its long-standing history and intricate political context, has triggered diverse responses globally, notably in Indonesia. This research delves into the phenomenon of emotional trading behavior in Indonesia concerning the boycott of products associated with Israel amid the Israel-Palestine conflict. Through a quantitative descriptive approach, the study analyzes the stock market responses to the boycott actions and political events related to the conflict. Utilizing secondary data from the Indonesian Stock Exchange, the study focuses on five companies: PT Unilever Indonesia Tbk, PT Mitra Adiperkasa Tbk, PT Fast Food Indonesia Tbk, PT Sarimelati Kencana Tbk, PT MAP Aktif Adiperkasa Tbk, and PT MAP Boga Adiperkasa Tbk, all of which faced boycott calls due to perceived ties to Israel. Findings reveal fluctuations in stock prices during the study period, particularly following intensified boycott movements. The research underscores the influence of emotional factors, such as political sentiment and social solidarity, on investor decisions in stock trading related to companies embroiled in international controversies. By exploring these dynamics, the study contributes to a deeper understanding of the nexus between political conflict, market behavior, and consumer sentiment in Indonesia.

Keywords: *Israel-Palestine Conflict, Boycott, Emotional Trading, Stock Market, Actual Return*

Abstrak

Konflik Israel-Palestina telah memicu berbagai tanggapan di seluruh dunia, terutama di Indonesia. Penelitian ini menyelidiki fenomena perilaku perdagangan emosional di Indonesia terkait boikot produk-produk yang terkait dengan Israel di tengah konflik Israel-Palestina. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, studi ini menganalisis reaksi pasar saham terhadap tindakan boikot dan peristiwa politik yang terkait dengan konflik tersebut. Menggunakan data dari Bursa Efek Indonesia, studi ini berfokus pada lima perusahaan: PT Unilever Indonesia Tbk, PT Mitra Adiperkasa Tbk, PT Fast Food Indonesia Tbk, PT Sarimelati Kencana Tbk, PT MAP Aktif Adiperkasa Tbk, dan PT MAP Boga Adiperkasa Tbk, yang semua dihubungkan dengan seruan boikot karena dianggap memiliki kaitan dengan Israel. Hasil penelitian mengungkap fluktuasi harga saham selama periode penelitian, terutama setelah gerakan boikot intensif. Penelitian ini menyoroti dampak faktor emosional, termasuk sentimen politik dan solidaritas sosial, terhadap keputusan investor dalam perdagangan saham mengenai perusahaan yang terlibat dalam kontroversi internasional. Dengan mengeksplorasi dinamika ini, studi ini memberikan wawasan tentang hubungan antara konflik politik, perilaku pasar, dan sentimen konsumen di Indonesia.

Kata Kunci: *Konflik Israel-Palestina, Boykot, Emosi Trading, Pasar Saham, Actual Return.*

Pendahuluan

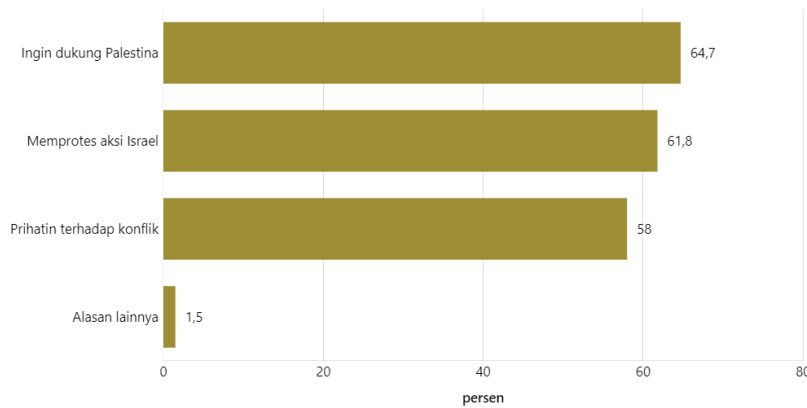
Konflik antara Palestina dan Israel kembali mencuat dalam beberapa hari terakhir, dipicu oleh serangan Hamas Palestina terhadap Israel di wilayah selatan Jalur Gaza pada 7 Oktober 2023. Pembalasan Israel semakin gencar hingga pada Minggu, 26 Mei 2024, Israel melakukan operasi militer hingga ke Rafah, sehingga munculnya hastag *#alleysonrafah* di sosial media. Serangan tersebut diduga sebagai balasan atas tekanan dan serangan yang dilakukan Israel terhadap Palestina selama bertahun-tahun (Slamet & Yuliana, 2024). Penduduk Gaza kerap mengalami tekanan dari Israel, termasuk blokade bantuan internasional, pemadaman listrik dan air, serta kondisi tempat tinggal yang buruk.

Konflik Israel-Palestina telah menjadi salah satu isu yang paling kontroversial dan emosional dalam politik internasional. Melibatkan klaim atas tanah, keamanan nasional, dan identitas agama, konflik ini telah menyebabkan pertempuran berkepanjangan dan penderitaan manusia. Serangkaian tindakan ini sering kali dianggap sebagai respons terhadap tekanan dan serangan yang dilakukan Israel terhadap Palestina selama bertahun-tahun. Penduduk Gaza sering menghadapi tekanan dari Israel, termasuk blokade bantuan internasional, pemadaman listrik dan air, serta kondisi tempat tinggal yang tidak layak. Sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim terbesar di dunia, Indonesia sering merespons konflik tersebut dengan solidaritas yang kuat terhadap rakyat Palestina dan sering kali mengecam tindakan Israel yang dianggap melanggar hak asasi manusia.

Solidaritas dan kecaman terhadap Israel seringkali diwujudkan dalam berbagai bentuk, salah satunya adalah boikot terhadap produk yang berasal dari Israel atau yang dianggap memiliki hubungan dengan negara tersebut. Boikot berasal dari kata serapan Bahasa Inggris, yakni "*boycott*", yang merujuk pada nama seorang agen ladang berkebangsaan Inggris di Irlandia, *Captain Charles Cunningham Boycott*. Dalam KBBI Daring, "memboikot" diartikan sebagai tindakan bersama-sama menolak untuk bekerja sama (berurusan dagang, berbicara, ikut serta, dan sebagainya). Boikot semacam ini sering kali menjadi ekspresi dari perasaan moral dan politik yang mendalam di kalangan masyarakat Indonesia, yang dipicu oleh berita dan liputan media tentang kekerasan dan ketidakadilan yang dialami oleh rakyat Palestina.

Dalam beberapa tahun terakhir, minat terhadap bagaimana konsumen merespons boikot terhadap produk pro-Israel selama periode konflik Israel-Palestina telah meningkat, terutama dari sudut pandang perilaku ekonomi. Konsumen dihadapkan pada pilihan etis dan politis yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Di samping itu, di era globalisasi dan koneksi internet yang semakin mudah, informasi tentang produk-produk yang dianggap berasal dari Israel atau yang terkait dengan negara tersebut dapat dengan cepat menyebar di kalangan konsumen di Indonesia. Dalam beberapa kasus, tindakan boikot terhadap produk-produk semacam itu dapat mengakibatkan dampak yang signifikan bagi perusahaan-perusahaan yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung.

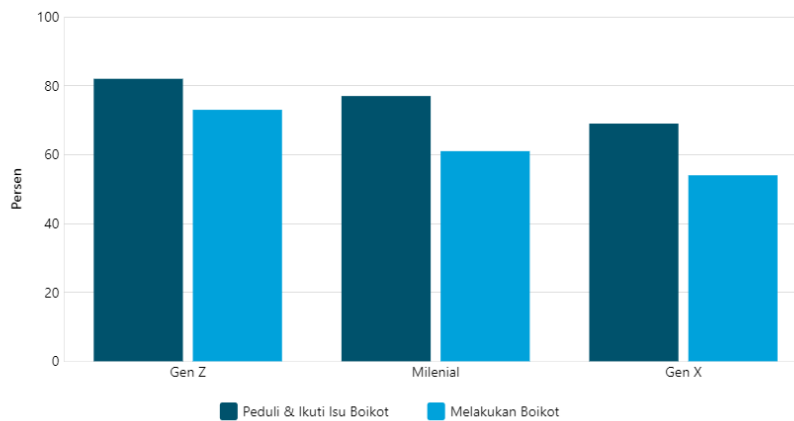
Adapun survei menurut Kurious-Katadata Insight Center (KIC) dengan 2.118 responden pada 10-17 November 2023, alasan-alasan melakukan boikot produk pro-Israel karena 64,7% responden ingin mendukung Palestina, 61,8% responden memprotes aksi Israel, dan 58% responden prihatin atas situasi konflik Israel-Palestina, lebih jelasnya pada Gambar 1.



Gambar 1 Faktor Mendorong Aksi Boikot Produk Pro-Israel

Sumber: Muhamad, (2023). Databoks

Selain itu, menurut hasil survei Jakpat yang dilakukan secara online pada 19 dan 20 Februari 2024, dengan responden 1.285, kelompok usia gen Z menunjukkan tingkat kepedulian yang lebih tinggi terhadap aksi boikot produk pro-Israel dibandingkan dengan kelompok usia lainnya (Gambar 2). Ditemukan bahwa 82% dari responden kelompok gen Z menyatakan kepedulian dan keterlibatan mereka terhadap isu boikot ini, sementara di kalangan kelompok milenial yang peduli sebesar 77%, dan di kelompok gen X sebesar 69%. Selain sekadar menunjukkan kepedulian, kelompok gen Z juga merupakan kelompok yang paling banyak melakukan aksi boikot terhadap produk pro-Israel, dengan proporsi 73% dari total responden. Di sisi lain, jumlah yang terlibat dalam aksi serupa di kalangan kelompok milenial adalah 61%, dan di kalangan gen X adalah 54%.



Gambar 2. Grafik Kalangan Ikut Serta Aksi Boikot Produk Pro-Israel

Sumber: Annur (2024).Databoks.

Namun, di balik serangkaian aksi boikot yang terjadi, ada aspek lain yang perlu dipertimbangkan, yaitu dampak emosional dari keputusan konsumen untuk memboikot produk-produk tertentu. Sebagian besar keputusan pembelian tidak hanya didasarkan pada pertimbangan ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor emosional seperti keyakinan politik, identitas agama, dan solidaritas sosial. Penting untuk memahami lebih dalam bagaimana perilaku emosional ini memengaruhi pasar saham di Indonesia, terutama dalam kasus boikot produk yang terkait dengan konflik Israel-Palestina. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika ini, para peneliti dan praktisi ekonomi dapat mengidentifikasi tren, risiko, dan peluang dalam pasar saham yang dipengaruhi oleh faktor-faktor non-ekonomi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki fenomena perilaku *emotional trading* di Indonesia dalam konteks boikot terhadap produk yang terkait dengan Israel dalam konflik Israel-Palestina. Terkait dengan hal ini, fenomena perilaku *emotional trading*, di mana keputusan *trading* didorong oleh perasaan dan emosi, dapat memiliki dampak signifikan pada harga saham perusahaan-perusahaan yang terkait dengan konflik Israel-Palestina, yang mencakup beberapa perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Fenomena perilaku *trading* yang dipengaruhi oleh emosi atau yang sering disebut sebagai "*emotional trading*" telah menjadi bidang penelitian yang semakin relevan dalam studi ekonomi perilaku. *Emotional trading* atau emosi *trading*, merujuk pada situasi di mana seorang trader membuat keputusan untuk membeli atau menjual aset finansial didorong oleh perasaan dan emosi, bukan semata-mata berdasarkan analisis dan strategi yang objektif. Kecerdasan emosional (*emotional quotient*) atau *EQ* adalah kemampuan seseorang untuk mengelola emosi dan perasaan dalam situasi yang dinamis dan penuh tekanan. Keputusan konsumen untuk membeli atau tidak membeli suatu produk dapat dipengaruhi oleh perasaan-perasaan yang berkaitan dengan isu-isu sosial atau politik, seperti konflik Israel-Palestina.

Emosi memiliki dampak yang signifikan dalam dunia *trading* saham, di mana para trader sering kali terjebak dalam praktik *emotional trading*. Meskipun pada awalnya diabaikan oleh para ahli ekonomi dan keuangan, penelitian terbaru menegaskan bahwa emosi adalah faktor penting dalam pengambilan keputusan ekonomi. Sirkuit emosional di otak beroperasi sebagai respons terhadap informasi dan ambiguitas, memengaruhi bagaimana trader bereaksi terhadap peristiwa pasar dan membuat keputusan investasi.

Studi ini bertujuan untuk menginvestigasi fenomena perilaku *trading* emosional di Indonesia, khususnya dalam konteks boikot terhadap produk yang terkait dengan Israel dalam konflik Israel-Palestina. Melalui analisis *close price stock* selama periode satu tahun (01 Juni 2023 hingga 31 Mei 2024) dari sejumlah saham yang teridentifikasi memiliki keterkaitan dengan Israel dan dibandingkan dengan saham yang produknya non-boikot, agar bertujuan untuk menentukan apakah terjadi penurunan harga saham di pasar saham akibat boikot produk pro-Israel. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai korelasi antara dinamika politik dan ekonomi, serta bagaimana perilaku konsumen di Indonesia tercermin dalam situasi konflik global yang sensitif.

Tinjauan Teori

Konflik Israel-Palestina: Sejarah dan Konteks

Konflik Israel-Palestina merupakan salah satu konflik terlama dalam sejarah dunia modern. Sengketa ini berakar pada klaim teritorial dan politik di wilayah yang sama. Sejak pendirian negara Israel pada tahun 1948, konflik tersebut telah menyebabkan perang, kerusuhan, serta kebuntuan politik dan ekonomi yang berlarut-larut.

Militer Israel menjadi salah satu yang paling kuat di dunia. Setiap tahun, Israel menerima dukungan sebesar US\$3,8 miliar atau sekitar Rp. 60,27 Triliun dari Amerika Serikat (AS). AS secara eksplisit mendukung Israel dalam konflik dengan Hamas, menyediakan bantuan berupa kapal induk berpeluru kendali, pesawat tempur F-35, serta peralatan militer lainnya (Hafez, 2000).

Pendanaan dan peningkatan persenjataan militer dari AS bertujuan untuk mempertahankan hegemoni militer regional Israel, yang merupakan elemen inti dari kebijakan Timur Tengah AS. Antara tahun 1946 dan 2023, AS telah memberikan bantuan kepada Israel sebesar total 124 miliar dollar AS dalam bentuk bantuan militer dan pertahanan. Dari bantuan militer senilai 3,8 miliar dollar AS yang diberikan kepada Israel tahun ini, setengah miliar dolar disalurkan untuk pertahanan rudal Israel (El-Bassiouny, 2014).

Kedua belah pihak, yaitu Israel dan Palestina, memiliki pendukung dan kritikus di seluruh dunia. Seperti Washington telah menyatakan bahwa mereka akan mengirimkan amunisi baru kepada Israel sebagai pengganti amunisi yang mulai berkurang drastis untuk digunakan dalam konflik terbaru melawan Hamas. Dengan kata lain, bom-bom yang dijatuhkan di Jalur Gaza dan menyebabkan korban jiwa dikontribusikan dari uang pajak warga Amerika Serikat (Idris, 2023).

Salah satu reaksi yang sering muncul dari pihak yang mendukung Palestina adalah melakukan boikot terhadap produk-produk yang berasal dari Israel, sebagai bentuk protes terhadap tindakan Israel dalam konflik tersebut. Boikot berasal dari kata serapan Bahasa Inggris, yakni "*boycott*", yang merujuk pada nama seorang agen ladang berkebangsaan Inggris di Irlandia, Captain Charles Cunningham Boycott. Dalam KBBI Daring, "memboikot" diartikan sebagai tindakan bersama-sama menolak untuk bekerja sama (berurusan dagang, berbicara, ikut serta, dan sebagainya). Oleh karena itu, secara bahasa, boikot mengandung makna penolakan, larangan, mencegah, menghalangi, berpaling, dan sebagainya. Pada konteks perilaku konsumen, boikot merupakan aksi menghentikan pembelian produk, pelayanan, atau jasa dari sebuah perusahaan ketika seseorang tidak setuju dengan tindakan atau aturan tertentu, bahkan dengan seluruh rangkaian tindakan atau aturan yang diambil oleh perusahaan.

Boikot dilakukan untuk menekan Israel secara ekonomi-politik agar penjajahan di Palestina dapat berakhir. Aksi boikot pada dasarnya merupakan upaya propaganda teroganisir yang dilakukan secara global. Gerakan boikot, divestasi, sanksi (BDS) mengajak para pendukungnya untuk tidak

menggunakan merek-merek besar yang diboikot (seperti KFC, Pizza Hut, MCDonald, dll), karena keterlibatan mereka dalam mendukung secara langsung tindakan-tindakan yang dianggap merugikan warga Palestina oleh Israel (Sharma & Sharma, 2023).

Trading

Secara umum, *trading* merujuk pada proses jual beli produk atau jasa yang melibatkan pembayaran ganti rugi antara penjual dan pembeli. Menurut definisi dari Samantha & Rosyidah (2024), *trading* juga mencakup kegiatan beli dan jual yang dilakukan secara terus-menerus dan konsisten untuk mendapatkan keuntungan. Hal ini menunjukkan bahwa *trading* adalah kegiatan yang berulang dan berjangka waktu panjang. Dalam konteks keuangan, *trading* seringkali terkait dengan jual beli surat berharga seperti saham, serta dapat dilakukan di pasar berjangka dan pasar mata uang. Banyak orang saat ini tertarik untuk melakukan *trading* sebagai sumber tambahan penghasilan, karena keuntungan yang dapat diperoleh dari kegiatan ini dapat menjadi sangat menguntungkan.

Psikologi Trading

Kesuksesan dalam *trading* tidak hanya ditentukan oleh strategi atau pengetahuan pasar, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh psikologi *trading*. Psikologi trading memegang peranan penting dalam kesuksesan seorang *trader*, ketika seorang trader tidak mampu mengontrol emosinya di tengah pergerakan pasar yang volatil, berbagai masalah dapat timbul seperti kehilangan kesempatan trading, menyimpang dari rencana *trading* yang telah dibuat, dan bahkan terjebak dalam praktek *revenge trading* yang berujung pada kerugian modal. Kehilangan kesempatan *trading* dapat terjadi ketika trader terlalu fokus pada kerugian sebelumnya dan melewatkan peluang yang ada di pasar. Menyimpang dari rencana *trading* juga berpotensi merugikan karena dapat mengacaukan manajemen risiko dan target profit yang telah ditetapkan. Sementara itu, *revenge trading* merupakan tindakan yang paling berbahaya karena dilatarbelakangi oleh emosi dan penyesalan atas kerugian sebelumnya, yang dapat mengakibatkan peningkatan risiko yang tidak rasional dan pelanggaran terhadap rencana *trading* yang telah disusun.

Dengan demikian, penting bagi seorang trader untuk memahami dan mengendalikan psikologi *trading*. Hal ini meliputi kemampuan untuk tetap tenang dan rasional dalam menghadapi tekanan pasar, disiplin dalam mengikuti rencana *trading* yang telah dibuat, serta mampu mengenali dan menghindari praktek-praktek berisiko seperti *revenge trading*. Dengan memperhatikan aspek psikologi *trading* ini, seorang trader dapat meningkatkan peluang kesuksesannya di pasar finansial dan menghindari jebakan emosional yang dapat merugikan.

Emotional Trading

Trading berbasis emosi adalah jenis kegiatan investasi finansial yang aktif, di mana para investor terlibat dalam transaksi di pasar keuangan. Emosi memainkan peran penting dalam banyak pengambilan keputusan, emosi juga dapat memperkuat beberapa bias perilaku (Firmansyah *et al.*, 2024). Menurut Burke (2023) saat menganalisis aktivitas saraf ketika para pemain memutuskan

antara informasi sosial mengenai opini kelompok dan informasi pribadi mengenai kinerja terkini dari sebuah saham. Emosi memainkan peran kunci dalam kerentanan trader terhadap pengaruh sosial. Dalam dunia *trading*, aspek emosional memiliki dampak besar terhadap pengambilan keputusan serta hasil dari aktivitas *trading*. Emosi seperti kepanikan, keserakahan, dan euforia mampu mempengaruhi keputusan yang diambil dalam *trading*, yang pada gilirannya dapat berdampak signifikan pada kinerja secara keseluruhan. Untuk mengatasi dampak negatif dari emosi dalam *trading*, seorang trader harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang emosi mereka sendiri dan menerapkan strategi yang tepat untuk mengendalikan emosi tersebut. Dengan demikian, trader dapat membuat keputusan yang lebih obyektif dan meningkatkan hasil *trading* secara keseluruhan.

Keterbentukan Harga Dan Peran Media Sosial

Dalam kesimpulan, faktor lain yang memengaruhi perilaku individu dalam pengambilan keputusan adalah emosi, menurut teori ekonomi perilaku (Bollen *et al.*, 2011). Dalam teori Hipotesis Pasar Efisien (HPE), pembentukan harga lebih dipengaruhi oleh informasi terkini daripada data historis (Bollen *et al.*, 2011). Pergerakan harga saham dipengaruhi oleh pemikiran dan reaksi investor terhadap informasi yang diterima. Informasi tersebut mencerminkan emosi investor yang disalurkan melalui sentimen positif maupun negatif. Sentimen positif dapat meningkatkan citra merek, sedangkan sentimen negatif dapat merusak reputasi dan citra merek perusahaan (Alfian *et al.*, 2024; Saksono & Yuliana, 2024). Pada akhirnya, informasi ini akan memengaruhi keputusan yang dibuat oleh investor.

Informasi yang berkaitan dengan perusahaan dapat diperoleh oleh investor dari berbagai sumber. Salah satu sumber informasi tentang perusahaan adalah melalui interaksi sosial di forum internet. Forum internet menyediakan informasi berguna terkait pasar saham (Antweiler & Frank, 2004). Melalui media sosial sebagai bentuk forum internet, investor dan pialang saham dapat dengan mudah mengakses informasi secara gratis tentang perusahaan. Masuknya informasi ke media sosial diikuti oleh reaksi investor terhadap saham menunjukkan bahwa harga terus bergerak. Informasi tentang pasar saham masih bercampur dengan informasi lain, sehingga investor kesulitan untuk mendapatkan informasi yang komprehensif tentang pasar saham.

Risk and Return

Risiko merupakan potensi terjadinya kerugian atau kehancuran, dengan definisi yang lebih luas mencakup kemungkinan hasil yang tidak diinginkan atau berlawanan dengan yang diinginkan. Dalam industri keuangan, terdapat pepatah yang menyatakan "*High Risk Bring about High Return*", yang berarti semakin tinggi risiko, semakin besar potensi hasilnya. Risiko dapat didefinisikan dalam tiga hal, termasuk kondisi yang mempengaruhi hasil yang mungkin, variasi dalam keuntungan atau variabel keuangan, serta kemungkinan masalah keuangan yang memengaruhi kinerja operasional atau posisi keuangan. Dalam penganggaran modal, kegagalan proyek investasi sering terjadi karena kurangnya perhitungan terhadap risiko. Manajemen risiko

yang baik memungkinkan perusahaan untuk mengantisipasi dan mengelola risiko yang mungkin timbul, baik yang dapat diatasi maupun yang tidak. Risiko investasi meliputi risiko individual, risiko perusahaan, dan risiko pasar. Investor harus meminimalkan risiko yang terkait dengan investasi mereka, mengingat setiap perubahan kondisi ekonomi dapat memengaruhi strategi investasi mereka.

Konsep *return* mencakup keuntungan yang diperoleh dari investasi, baik berupa laba investasi, bunga, atau deviden. Jenis-jenis *return* termasuk *return* realisasi, yang merupakan hasil aktual dari investasi, dan digunakan untuk menganalisis kinerja perusahaan serta menentukan *return* ekspektasi dan risiko di masa depan. Beberapa metode pengukuran *return* termasuk *return* total, *return* relatif, dan *return* kumulatif. *Return actual* atau *return* realisasi dihitung sebagai selisih harga saham dari periode tertentu dengan periode sebelumnya, tanpa memperhitungkan deviden, dengan rumus sebagai berikut:

$$R_i = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}}$$

Keterangan:

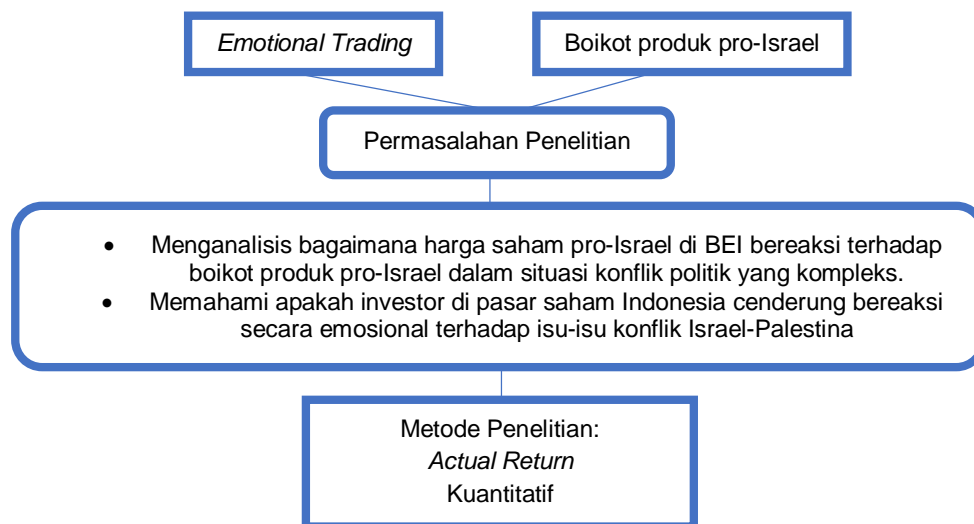
R_i = *Return* Saham i pada waktu t

P_t = Harga Saham i pada periode t

P_{t-1} = Harga Saham pada i periode $t-1$

Kerangka Penelitian

Untuk mempermudah pemahaman terhadap permasalahan yang akan dibahas maka perlu dirumuskan dalam bentuk skematis. Berikut kerangka penelitian atas penelitian ini agar dapat lebih dipahami, dapat dilihat pada gambar 3 sebagai berikut:



- Mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana harga saham pro-Israel di BEI berfluktuasi sebagai respons terhadap boikot produk pro-Israel dalam situasi konflik politik.
- Mengidentifikasi apakah investor di pasar saham Indonesia cenderung bereaksi secara emosional terhadap isu-isu konflik Israel-Palestina

Gambar 3. Kerangka Penelitian

Metode Penelitian

Penelitian saat ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yang merupakan pendekatan sistematis dalam menyusun riset dengan mempertimbangkan berbagai komponen dan fenomena yang mendukungnya (Sugiyono, 2017; Tarisca & Yuliana, 2024). Dikatakan kuantitatif karena terdapat angka dan perhitungan menggunakan rumus dalam mendeskripsikan *actual return*. Batasan penelitian ini yaitu, saham pro-Israel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dengan teknik pengumpulan data yaitu mengakses situs resminya melalui www.idx.co.id atau www.finance.yahoo.com, dan penelitian berlangsung dari 01 Juni 2023 hingga 31 Mei 2024, karena pada bulan Oktober 2023 Hamas melakukan penyerangan ke Israel, dan bulan Mei 2024 Israel melakukan operasional militer ke Rafah. Sampel penelitian saham terdaftar di BEI yang produknya di boikot karena pro-Israel, yaitu saham PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR), PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI), PT Fast Food Indonesia Tbk (FAST), PT Sarimelati Kencana Tbk (PZZA), PT MAP Aktif Adiperkasa Tbk (MAPA), dan MAP Boga Adiperkasa Tbk (MAPB). Sedangkan sampel saham yang produknya tidak diboikot untuk pembandingan, yaitu PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP), PT Ace Hardware Indonesia Tbk (ACES), PT Champ Resto Indonesia Tbk (ENAK), PT Matahari Department Store Tbk (LPPF), PT Mayora Indah Tbk (MYOR), dan PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk (RALS).

Variabel penelitian termasuk *Actual Return* (R_i), yaitu persentase perubahan harga penutupan saham i pada bulan ke t dikurangi harga penutupan bulan ke $t-1$, dibagi dengan harga penutupan bulan ke $t-1$.

Data yang digunakan adalah data sekunder, yang merupakan data primer yang telah diproses lebih lanjut dan disajikan oleh pihak lain (Umar, 2019). Data historis saham diperoleh melalui penelitian kepustakaan dan penelitian internet mengenai harga penutupan saham dengan kode UNVR, MAPI, FAST, PZZA, MAPB, ICBP, ACES, ENAK, LPPF, MYOR, dan RALS.

Pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi, dengan mencari data terkait variabel penelitian dari berbagai sumber seperti catatan, buku, surat kabar, majalah, atau data lain yang relevan (Judijanto *et al.*, 2024). Analisis data dilakukan dengan menghitung rata-rata *actual return* bulanan menggunakan *Microsoft Excel*, untuk memahami pergerakan saham selama periode penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Data

Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan yang terkena boikot karena dukungan terhadap Israel oleh masyarakat Indonesia dalam konteks konflik Israel-Palestina dan sahamnya terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Beberapa perusahaan yang diboikot termasuk dalam sampel tersebut adalah PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR), PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI), PT Fast Food Indonesia Tbk (FAST), PT Sarimelati Kencana Tbk (PZZA), PT MAP Aktif Adiperkasa Tbk (MAPA), dan MAP Boga Adiperkasa Tbk (MAPB).

PT Unilever Indonesia Tbk, yang merupakan FMCG terbesar di Indonesia., mengalami dampak dari keputusan Unilever AS dan mengalami perubahan signifikan dalam pergerakan harga sahamnya setelah aksi boikot dimulai. Sementara itu, PT MAP Boga Adiperkasa Tbk, yang mengoperasikan berbagai merek di sektor makanan dan minuman, seperti gerai Starbucks, salah satu merek yang masuk dalam daftar boikot, melihat penurunan harga saham bulanan yang cukup besar akibat dari dampak boikot tersebut, meskipun saham Starbucks di *New York Stock Exchange* tidak terkena dampak yang signifikan. PT Mitra Adiperkasa Tbk, yang menaungi perusahaan ritel terkemuka di Indonesia yang mengelola berbagai merek internasional, seperti Zara, juga terpengaruh oleh aksi boikot. PT MAP Aktif Adiperkasa Tbk mengkhususkan diri dalam ritel produk olahraga dan gaya hidup, seperti Puma. Demikian pula, PT Fast Food Indonesia, yang mengoperasikan Kentucky Fried Chicken (KFC) di Indonesia, dan PT Sarimelati Kencana Tbk, pemegang merek Pizza Hut di Indonesia, menghadapi seruan boikot terkait asal negara perusahaan dan merek yang mereka miliki.

Analisis Data Penelitian

Penelitian ini menganalisis rata-rata pengembalian aktual bulanan (*average actual return monthly*) dengan periode pengamatan dari 1 Juni 2023 hingga 31 Mei 2024. Momentum boikot produk pro-Israel mulai meningkat secara signifikan pada akhir Oktober 2023, bersamaan dengan serangan yang dilakukan oleh Hamas terhadap Israel yang memicu eskalasi perang. Untuk keperluan analisis ini, data harga penutupan saham dari beberapa perusahaan dengan kode UNVR, MAPI, FAST, PZZA, MAPB, ICBP, ACES, ENAK, LPPF, MYOR, dan RALS akan diambil guna menghitung *actual return*.

Setelah mengumpulkan data harga penutupan saham, pengembalian aktual akan dihitung, dan rata-rata bulanan akan diperoleh dari bulan Juni 2023 hingga Mei 2024. Pengolahan data ini dilakukan menggunakan program Microsoft Excel. Hasil dari perhitungan ini akan disajikan dalam bentuk tabel yang menggambarkan pengembalian rata-rata bulanan untuk setiap perusahaan selama periode pengamatan. Data ini kemudian akan digunakan untuk menganalisis dampak dari boikot produk pro-Israel terhadap performa saham perusahaan-perusahaan yang terdaftar, serta untuk mendapatkan wawasan tentang bagaimana peristiwa geopolitik dapat mempengaruhi pasar saham di Indonesia. Berikut tabel *average monthly actual return* dibawah ini:

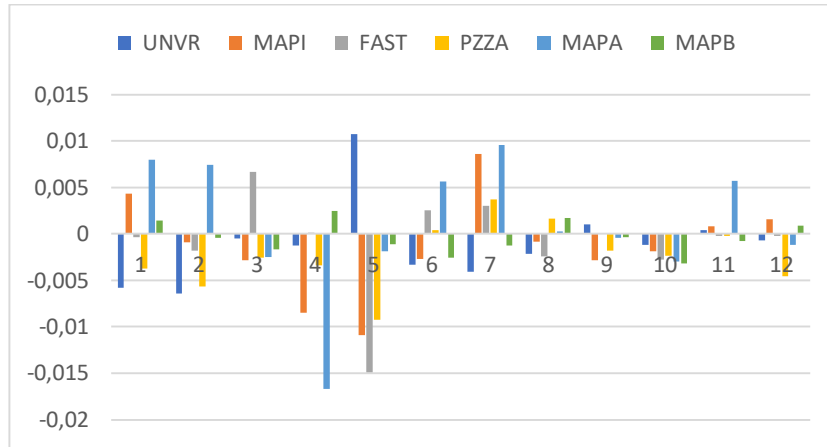
Tabel 1 Average Monthly - Actual Return Saham yang di Boikot

Bulan	Average Ri Monthly					
	UNVR	MAPI	FAST	PZZA	MAPA	MAPB
Jan-24	-0,00579	0,004349	-0,0003406	-0,00375	0,007983	0,001427
Feb-24	-0,00645	-0,00088	-0,0018011	-0,00568	0,00741	-0,00044
Mar-24	-0,00046	-0,0028	0,00669282	-0,00255	-0,00251	-0,00169
Apr-24	-0,00123	-0,00851	0,00012177	-0,00336	-0,01666	0,00246
Mei-24	0,01077	-0,01092	-0,0148993	-0,00924	-0,0019	-0,00113
Jun-23	-0,00329	-0,00268	0,0025769	0,000376	0,005615	-0,00255
Jul-23	-0,00409	0,008581	0,003038	0,003682	0,009556	-0,00124
Agust-23	-0,00212	-0,00086	-0,0024076	0,001642	0,000247	0,001712
Sept-23	0,001055	-0,00283	2,3102E-05	-0,00178	-0,00039	-0,00037
Okt-23	-0,00118	-0,00187	-0,0027793	-0,00235	-0,00299	-0,00318
Nov-23	0,000426	0,000817	-0,0001813	-0,00019	0,005736	-0,00078
Des-23	-0,00071	0,001561	-0,0002161	-0,00453	-0,00117	0,000863

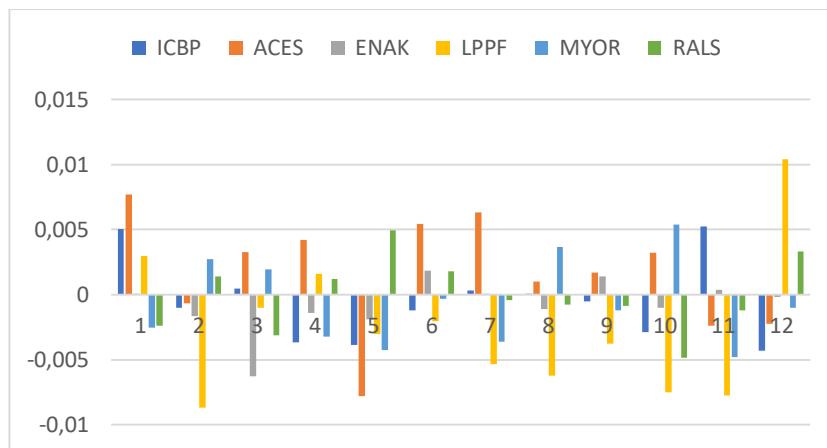
Tabel 2 Average Monthly - Actual Return Saham yang Tidak di Boikot

Bulan	Average Ri Monthly					
	ICBP	ACES	ENAK	LPPF	MYOR	RALS
Jan-24	0,005068	0,007716	2,025E-06	0,002956	-0,00255	-0,00237
Feb-24	-0,001	-0,00067	-0,001654	-0,00868	0,002716	0,001416
Mar-24	0,000481	0,00329	-0,0062657	-0,00103	0,001928	-0,00312
Apr-24	-0,00366	0,004213	-0,001415	0,001594	-0,00324	0,001209
Mei-24	-0,00385	-0,00782	-0,00192	-0,00305	-0,00426	0,004925
Jun-23	-0,00119	0,005425	0,00185107	-0,00207	-0,0003	0,001801
Jul-23	0,000342	0,006335	4,7919E-05	-0,00533	-0,00361	-0,00041
Agust-23	5,56E-05	0,001013	-0,0011234	-0,00624	0,003679	-0,00076
Sept-23	-0,0005	0,001688	0,00138341	-0,00375	-0,00122	-0,00087
Okt-23	-0,00287	0,003211	-0,0010144	-0,00753	0,005381	-0,00485
Nov-23	0,005239	-0,00241	0,00035439	-0,00775	-0,0048	-0,00121
Des-23	-0,00432	-0,00226	-0,0001985	0,010422	-0,001	0,00332

Dari tabel 2 maka disajikan dalam bentuk grafik agar mudah dipahami, sebagai berikut:



Gambar 4. Grafik Trend Saham yang di Boikot



Gambar 5. Grafik Trend Saham yang Tidak di Boikot

Grafik 4 menunjukkan perubahan rata-rata pengembalian aktual bulanan saham-saham yang di boikot, seperti UNVR, MAPI, FAST, PZZA, MAPA, dan MAPB. Dari grafik ini, terlihat bahwa saham UNVR mengalami fluktuasi yang cukup besar, dengan penurunan tajam di awal periode pengamatan dan peningkatan signifikan pada bulan Mei 2024. Saham MAPI juga menunjukkan penurunan signifikan di bulan Oktober 2023, yang mungkin disebabkan oleh momentum boikot, namun kembali naik di bulan-bulan berikutnya. Saham PZZA dan MAPA mengalami penurunan yang lebih tajam dan fluktuatif, mencerminkan dampak negatif dari boikot. Gambar 5 menunjukkan perubahan rata-rata pengembalian aktual bulanan saham-saham yang tidak di boikot, seperti ICBP, ACES, ENAK, LPPF, MYOR, dan RALS. Saham ICBP menunjukkan tren yang lebih stabil dengan sedikit fluktuasi dibandingkan saham yang di boikot. Saham ACES dan ENAK juga menunjukkan tren positif dengan beberapa penurunan minor. Saham LPPF dan RALS menunjukkan penurunan yang lebih signifikan pada beberapa bulan, namun tidak sebesar fluktuasi yang dialami saham yang di boikot.

Dari tabel 2 dan grafik 4, analisis menunjukkan pengembalian bulanan rata-rata (*Average Monthly - Actual Return*) dari lima saham: UNVR, MAPI, FAST, PZZA, dan MAPB, untuk periode Mei 2023 hingga April 2024. Pergerakan saham UNVR dari Juni 2023 hingga Agustus 2023 mengalami penurunan, mengalami sedikit kenaikan pada bulan September, namun kembali turun pada Oktober 2023 saat eskalasi konflik Israel-Palestina, dan terus menunjukkan tren negatif hingga April 2024. Sebagian besar return bulanan UNVR adalah negatif, menunjukkan performa yang kurang stabil. Sementara itu, saham MAPI menunjukkan performa positif pada Mei 2023 dan Juli 2023, namun mulai mengalami penurunan pada September dan Oktober 2023. Meskipun demikian, dari November 2023 hingga Januari 2024, saham ini kembali menunjukkan tren positif tetapi bulan Februari 2024 hingga April 2024, mengalami trend negatif lagi, menandakan bahwa boikot terhadap perusahaan afiliasi pro-Israel memiliki dampak sebentar pada saham MAPI, walaupun setelah itu dilanjutkan penurunan lagi. Saham FAST telah mengalami penurunan sejak Agustus 2023, namun pada Maret 2024 menunjukkan kinerja positif dengan actual return yang menggembirakan. Demikian pula, saham PZZA mengalami penurunan sejak September 2023 hingga April 2024. Sedangkan saham MAPB mengalami penurunan pada September dan Oktober 2023, namun menunjukkan pemulihan pada Desember 2023 dan Januari 2024, walaupun setelah itu, bulan Februari 2024 dan Maret 2024 mengalami penurunan.

Beberapa bulan seperti Mei 2023 menunjukkan return yang sebagian besar positif untuk beberapa perusahaan (UNVR, MAPI, FAST), sedangkan bulan seperti Oktober 2023 memiliki return negatif untuk hampir semua perusahaan. Dari dampak boikot karena konflik Israel-Palestina, saham UNVR dan PZZA yang mengalami penurunan. Dari analisis ini, dapat disimpulkan bahwa boikot produk pro-Israel memiliki dampak yang berbeda-beda pada performa saham perusahaan yang terdaftar. Beberapa perusahaan mengalami penurunan pengembalian yang signifikan setelah momentum boikot meningkat, sementara yang lain menunjukkan pemulihan atau bahkan peningkatan kinerja. Ini menunjukkan bahwa faktor-faktor geopolitik dapat mempengaruhi pasar saham secara kompleks dan beragam, tergantung pada berbagai faktor termasuk sentimen pasar, reaksi investor, dan kondisi ekonomi global.

Dalam analisis ini, kita juga perlu mempertimbangkan faktor-faktor lain yang memengaruhi pergerakan saham, seperti kebijakan pemerintah dan emosional *trading*. Sentimen sosial, seperti solidaritas terhadap Palestina atau kecemasan terhadap Israel, identitas agama, perasaan keadilan, dan pengaruh media dan opini publik semuanya memainkan peran dalam membentuk persepsi dan tindakan investor. Selain itu, kebijakan pemerintah, baik di tingkat nasional maupun internasional, juga berpengaruh signifikan. Hal ini termasuk kebijakan luar negeri dan perdagangan yang dapat mempengaruhi hubungan ekonomi dengan Israel dan Palestina. Pernyataan resmi dari pemerintah juga memengaruhi sentimen pasar terhadap risiko investasi selama konflik tersebut.

Dengan demikian, keputusan untuk menarik investasi dari perusahaan-perusahaan yang terkait dengan Israel sering kali menjadi ekspresi dari keyakinan moral dan politik, serta tanggapan terhadap isu-isu kemanusiaan dan pelanggaran hak asasi manusia. Meskipun demikian, fluktuasi harga saham yang terjadi seiring dengan eskalasi konflik dan aksi boikot menunjukkan bahwa

investor cenderung bereaksi secara emosional terhadap isu-isu politik sensitif. Ini dapat menyebabkan volatilitas pasar yang tinggi dan menambah kompleksitas dalam pengambilan keputusan investasi. Oleh karena itu, untuk memahami pergerakan pasar saham dengan lebih baik, penting untuk mempertimbangkan tidak hanya faktor-faktor ekonomi, tetapi juga aspek-aspek sosial, politik, dan emosional yang memengaruhi perilaku investor.

Kesimpulan dan Saran

Konflik Israel-Palestina telah menjadi fokus perhatian global yang mencuatkan berbagai respons, termasuk boikot terhadap produk yang terkait dengan konflik tersebut. Teori-teori tentang *trading* emosional dan analisis keuangan memberikan landasan untuk memahami bagaimana perilaku emosional konsumen dapat memengaruhi pasar saham dan stabilitas ekonomi dalam konteks konflik geopolitik. Metodologi penelitian yang menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif memberikan kerangka kerja yang sistematis untuk menganalisis dampak boikot terhadap harga saham perusahaan yang terlibat dalam konflik Israel-Palestina, memberikan wawasan yang penting tentang korelasi antara faktor-faktor politik dan ekonomi serta perilaku konsumen. Dari dampak boikot karena konflik Israel-Palestina, saham UNVR dan PZZA yang mengalami penurunan signifikan. Walaupun brand Startbuck terkena boikot internasional, saham MAPB sempat mengalami kenaikan pada bulan Desember 2023 dan Januari 2024, serta penurunannya tidak terlalu signifikan. Berdasarkan hasil penelitian, sentimen sosial seperti solidaritas terhadap Palestina atau kecaman terhadap Israel dapat memicu pergerakan harga saham, menunjukkan hasil negatif *actual return* pada bulan Oktober 2023, menyebabkan reaksi emosional yang berdampak pada volatilitas pasar yang tinggi. Oleh karena itu, penting bagi investor untuk mengendalikan emosi mereka dan mempertimbangkan faktor-faktor fundamental perusahaan lebih dari sekadar isu-isu politik. Para peneliti dan praktisi ekonomi juga perlu terus memperdalam penelitian mengenai perilaku pasar saham yang dipengaruhi oleh faktor-faktor non-ekonomi untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika pasar. Keterbatasan waktu mungkin terlalu singkat untuk mencakup seluruh aspek dan implikasi dari fenomena ini, oleh karena itu, disarankan untuk penelitian selanjutnya melibatkan rentang waktu yang lebih panjang dan memperluas cakupan sampel perusahaan, serta mempertimbangkan faktor-faktor tambahan yang dapat memengaruhi perilaku pasar saham dalam konteks konflik politik global.

Referensi

- Alfian, R., Nugroho, W. F., & Yuliana, L. (2024). Analysis of Brand Awareness, Brand Loyalty and Brand Reputation on Purchase Decisions. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 11(1), Article 1. <https://doi.org/10.26905/jbm.v11i1.12636>
- Annur, C. M. (2024, March 25). *Gen Z Terdepan dalam Aksi Boikot Produk Pro Israel*. <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/35c6d47c3928622/gen-z-terdepan-dalam-aksi-boikot-produk-pro-israel>

- Antweiler, W., & Frank, M. Z. (2004). Is All That Talk Just Noise? The Information Content of Internet Stock Message Boards. *The Journal of Finance*, 59(3), 1259–1294. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2004.00662.x>
- Bollen, J., Mao, H., & Zeng, X. (2011). Twitter mood predicts the stock market. *Journal of Computational Science*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.jocs.2010.12.007>
- Burke, J. (2023). *How to be a Renaissance Woman: The Untold History of Beauty and Female Creativity*. Profile Books.
- El-Bassiouny, N. (2014). The one-billion-plus marginalization: Toward a scholarly understanding of Islamic consumers. *Journal of Business Research*, 67(2), 42–49. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.03.010>
- Firmansyah, M. F., Sihite, J. E., Hidayat, R., & K, I. R. (2024). Pengambilan Keputusan Dalam Ketidakpastian. *Musytari : Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 9(10), Article 10. <https://doi.org/10.8734/musytari.v9i10.6671>
- Hafez, K. (Ed.). (2000). *The Islamic World and the West*. Brill. <https://brill.com/edcollbook/title/6887>
- Idris, M. (2023, November 2). Begini Cara Amerika Serikat Mendanai Israel Perang Lawan Hamas. Diakses dari www.money.kompas.com/read/2023/11/02/000600326/begini-cara-amerika-serikat-mendanai-israel-perang-lawan-hamas?page=all.
- Judijanto, L., Wibowo, G. A., Hakpantria, H., Nuryanneti, I., Apriyanto, A., Firdaus, A., Haryanti, T., Zafar, T. S., Jumiono, A., Jati, P., Tambunan, D. M., Rochma, A. F., Puspitasari, C. E., & Efitra, E. (2024). *Karya Tulis Ilmiah: Panduan Praktis Menyusun Karya Tulis Ilmiah*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Muhamad, N. (2023, December 21). *Kenapa Orang Indonesia Boikot Produk Pro Israel? Ini Surveinya*. <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/d2562f2ad0e1d09/kenapa-orang-indonesia-boikot-produk-pro-israel-ini-surveinya>
- Saksono, A. S., & Yuliana, L. (2024). An analysis of the Bango Soy Sauce Brand's Reputation and Performance. *Jurnal Ekonomi*, 13(01), Article 01.
- Samantha, N., & Rosyidah, N. (2024). Analisis Implementasi Prinsip Etika Bisnis Islam Dikalangan Pedagang Muslim (Studi Pada Pasar Tradisional Porong Kabupaten Sidoarjo). *Jurnal Cakrawala Akademika*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.70182/JCA.v1i2.4>
- Sharma, S., & Sharma, K. (2023). *Environment and Society: Climate Change and Sustainable Development*. Routledge India. <https://doi.org/10.4324/9781003336211>
- Slamet, F. A., & Yuliana, L. (2024). The Impact of Brand Hate and Negative E-WOM on Non Purchase Intention (Case Study on American Food). *Journal of Applied Business Administration*, 8(2), Article 2. <https://doi.org/10.30871/jaba.v8i2.7721>
- Sugiyono, F. X. (2017). *Neraca Pembayaran: Konsep, Metodologi dan Penerapan*. Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.
- Tarisca, K., & Yuliana, L. (2024). Pengaruh Perceived Quality dan Brand Familiarity Terhadap Brand Credibility (Studi Kasus Merek KFC). *Mutiara : Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*, 2(6), Article 6. <https://doi.org/10.59059/mutiara.v2i6.1776>
- Umar, P. D. H. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan*. Gramedia Pustaka Utama.