

Penguatan identitas nasional lewat boikot produk asing: dampak dan peluang nya bagi negara indonesia

Nesa Maulin Eka Rani

program studi Manajemen, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang;
e-mail: nesaamaulin1@gmail.com

Kata Kunci:

boikot; identitas nasional; produk lokal; industri nasional

Keywords:

boycott; national identity; local products; national industry

ABSTRAK

Dalam era globalisasi, arus masuk produk asing ke Indonesia telah memunculkan kekhawatiran akan hilangnya kemandirian ekonomi dan tergerusnya identitas nasional. Gerakan boikot produk asing menjadi salah satu strategi masyarakat dalam merespons isu tersebut, terutama ketika berkaitan dengan konflik kemanusiaan global seperti perjuangan Palestina. Penelitian ini mengkaji dampak dan peluang dari gerakan boikot terhadap penguatan identitas nasional dan pengembangan industri dalam negeri. Hasil kajian menunjukkan bahwa boikot dapat mendorong konsumsi produk lokal, memperkuat semangat kebangsaan, serta menjadi bentuk diplomasi publik.

Namun, tantangan tetap ada, seperti kesiapan industri lokal, ketergantungan rantai pasok global, dan risiko hubungan perdagangan internasional. Oleh karena itu, gerakan boikot harus disertai dengan strategi afirmatif, seperti dukungan terhadap UMKM, kampanye digitalisasi produk lokal, dan kebijakan protektif yang bijak. Dengan pendekatan yang strategis, boikot dapat menjadi alat transformasi ekonomi sekaligus penguat jati diri bangsa Indonesia.

ABSTRACT

In the era of globalization, the influx of foreign products into Indonesia has raised concerns about the loss of economic independence and the erosion of national identity. The boycott movement of foreign products has become one of the community's strategies in responding to the issue, especially when it is related to global humanitarian conflicts such as the Palestinian struggle. This study examines the impact and opportunities of the boycott movement on strengthening national identity and developing domestic industries. The results show that boycotts can encourage the consumption of local products, strengthen the national spirit, and become a form of public diplomacy. However, challenges remain, such as the readiness of local industries, dependence on global supply chains, and the risks of international trade relations. Therefore, the boycott movement must be accompanied by affirmative strategies, such as support for MSMEs, local product digitization campaigns, and wise protective policies. With a strategic approach, boycotts can be a tool for economic transformation as well as a strengthener of Indonesia's national identity.

Pendahuluan

Dalam era globalisasi yang semakin maju, penetrasi produk asing ke pasar domestik telah menimbulkan kekhawatiran akan tergerusnya nilai-nilai kearifan lokal dan kemandirian ekonomi nasional. Upaya boikot produk asing muncul sebagai salah satu strategi untuk mengembalikan dan memperkuat identitas nasional, sekaligus menjadi dorongan bagi pertumbuhan industri dalam negeri. Melalui aksi boikot, masyarakat diharapkan dapat menolak dominasi produk luar yang dianggap tidak sejalan dengan



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

nilai budaya lokal, serta mendorong dukungan terhadap produk-produk buatan sendiri yang memiliki keunggulan dalam hal kualitas dan nilai kultural. Selain aspek ekonomis, di mana boikot diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk lokal melalui berkurangnya impor, aksi ini juga berfungsi sebagai bentuk solidaritas moral, misalnya dalam mendukung perjuangan kemanusiaan seperti yang terlihat dari seruan dukungan terhadap Palestina melalui fatwa dan inisiatif boikot oleh lembaga keagamaan seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) (Indah Mentari et al., 2023).

Boikot produk asing, terutama yang terkait dengan negara-negara tertentu seperti Israel, telah menjadi strategi yang menarik perhatian di Indonesia. Gerakan ini tidak hanya mencerminkan solidaritas terhadap isu global seperti perjuangan Palestina tetapi juga berpotensi memperkuat identitas nasional melalui dukungan terhadap produk lokal. Pada masa ini media-media berita online asing maupun lokal sedang berlomba-lomba memberitakan konflik antara Palestina dan Israel untuk menyuarakan dukungan terhadap Palestina yang sedang berjuang untuk bebas dari kekejaman Israel. Banyak negara yang memboikot produk makanan, minuman dan produk lain yang terafiliasi atau menyuarakan dukungannya terhadap Israel. Mayoritas negara memboikot produk-produk Israel adalah negara yang mayoritas beragama muslim, termasuk Indonesia.

Dalam bidang perekonomian Indonesia melakukan kegiatan boikot sebagai perlawanan terhadap negara yang menindas. Kegiatan boikot ini didukung dengan keluarnya fatwa MUI Nomor 83 tentang hukum dukungan terhadap perjuangan Palestina. Dalam fatwa tersebut menetapkan ketentuan hukum yang salah satunya yaitu mendukung perjuangan kemerdekaan Palestina atas agresi israel hukumnya wajib, dan juga dalam fatwa ini menetapkan rekomendasi yaitu salah satunya umat islam dihimbau untuk semaksimal mungkin menghindari transaksi dan penggunaan produk yang terafiliasi dengan israel serta yang mendukung penjajahan dan zionisme (Pokhrel, 2024). Islam, Adanya boikot ini berdampak pada perusahaan yang menjadi target boikot. Studi terdahulu menunjukkan bahwa tindakan semacam ini dapat menciptakan krisis dalam struktur kepemimpinan perusahaan serta menyebabkan pergantian kepemimpinan yang signifikan. Dampaknya juga bisa berimbas pada kinerja keuangan, kepercayaan pelanggan, dan reputasi perusahaan karena potensi kehilangan basis konsumen. Selain itu, boikot juga dapat mengganggu hubungan dengan pihak-pihak yang memiliki kepentingan dalam Perusahaan (Arum Pujiastuti, 2024).

Namun, di balik berbagai dampak positif yang ditimbulkan oleh gerakan boikot terhadap penguatan identitas nasional dan dukungan terhadap perjuangan kemanusiaan, terdapat pula tantangan yang harus diperhatikan. Salah satunya adalah kesiapan industri lokal dalam memenuhi permintaan pasar yang sebelumnya dipenuhi oleh produk asing. Jika kapasitas produksi dalam negeri belum mampu menyaingi kualitas, harga, dan distribusi produk impor, maka dikhawatirkan akan terjadi ketidakseimbangan antara idealisme gerakan boikot dan kebutuhan konsumen. Di sisi lain, implementasi boikot juga harus disikapi secara cermat agar tidak mengganggu stabilitas hubungan diplomatik dan perdagangan internasional Indonesia, terutama dengan negara-negara yang menjadi mitra dagang utama. Oleh karena itu, strategi boikot seharusnya tidak hanya berfokus pada aspek penolakan, tetapi juga dibarengi dengan kebijakan afirmatif untuk memperkuat sektor industri nasional melalui

dukungan pemerintah, insentif bagi UMKM, dan kampanye kesadaran konsumen. Dengan cara ini, boikot produk asing dapat menjadi gerakan yang tidak hanya emosional dan reaktif, tetapi juga strategis dan berkelanjutan dalam membentuk karakter bangsa yang mandiri dan berdaulat.

Pembahasan

Identitas nasional adalah gabungan dari dua kata, yaitu “identitas” dan “nasional.” Secara sederhana, identitas merujuk pada ciri-ciri atau karakter yang melekat pada individu atau kelompok, yang berguna untuk membedakan mereka dari yang lain. Sementara itu, kata nasional menunjukkan identitas yang dimiliki oleh kelompok-kelompok yang terikat oleh kesamaan, baik dalam budaya, agama, fisik, keinginan, atau cita-cita (Antari Swandewi, 2019). Dengan demikian, identitas nasional dapat dipahami sebagai kepribadian atau jati diri suatu bangsa yang membedakannya dari bangsa lain. Setiap bangsa memiliki identitas unik yang dipengaruhi oleh sejarah pembentukannya. Identitas nasional tidak dapat dipisahkan dari jati diri bangsa tersebut, karena keduanya saling terkait. Menurut Koenta Wibisono (2005), identitas nasional adalah “wujud dari nilai-nilai budaya yang tumbuh dan berkembang dalam kehidupan suatu bangsa, dengan karakteristik yang membedakannya dari bangsa lain. Dean A. Mix dan Sandra M. Hawley menjelaskan bahwa nationstate adalah suatu bangsa yang memiliki struktur politik yang mencakup peraturan-peraturan tentang batas wilayah, pemerintah yang sah, dan pengakuan dari bangsa lain.

Dampak Boikot Bagi Negara Indonesia

Persatuan Boikot produk asing kerap muncul sebagai respons terhadap isu politik, ekonomi, atau budaya yang memengaruhi sentimen nasionalisme. Di Indonesia, gerakan seperti ini bukan hal baru dan sering dikaitkan dengan upaya memperkuat identitas nasional serta mendorong kemandirian ekonomi. Namun, langkah ini memiliki dampak multidimensional, baik positif maupun negatif, sekaligus membuka peluang bagi penguatan industri dalam negeri.

Dampak Positif Boikot Produk Asing

Mendorong Produk Lokal

Boikot terhadap produk asing secara tidak langsung menciptakan peluang besar bagi pertumbuhan industri dalam negeri. Ketika masyarakat mulai mengalihkan konsumsi mereka ke produk lokal, permintaan terhadap barang-barang hasil produksi UMKM dan perusahaan dalam negeri akan meningkat. Hal ini bukan hanya membantu memperluas pasar bagi produsen lokal, tetapi juga dapat memicu inovasi, peningkatan kualitas, serta penciptaan lapangan kerja baru. Dengan meningkatnya konsumsi terhadap produk lokal, roda perekonomian nasional dapat bergerak lebih mandiri tanpa ketergantungan yang tinggi terhadap produk luar negeri.

Penguatan Identitas nasional

Gerakan boikot sering kali dimaknai bukan sekadar sebagai aksi ekonomi, tetapi juga sebagai simbol perlawanan terhadap dominasi asing dan sebagai bentuk penguatan jati diri bangsa. Ketika masyarakat secara sadar memilih untuk mendukung produk dalam negeri, hal itu menciptakan semangat kebangsaan yang lebih kuat dan rasa bangga

terhadap hasil karya anak bangsa. Penguatan identitas nasional ini sangat penting dalam membangun kesadaran kolektif bahwa Indonesia mampu berdikari dan bersaing di pasar global.

Tekanan Diplomatik

Dalam beberapa kasus, boikot massal terhadap produk asing dapat menjadi bentuk diplomasi publik yang efektif. Meskipun tidak bersifat langsung seperti sanksi pemerintah, tekanan konsumen dapat memengaruhi reputasi dan stabilitas finansial perusahaan atau negara yang menjadi sasaran. Boikot dapat digunakan sebagai respons terhadap kebijakan negara asing yang dianggap tidak adil, menindas, atau melanggar nilai-nilai kemanusiaan. Contoh nyata dapat dilihat dari boikot terhadap produk yang terafiliasi dengan Israel sebagai bentuk solidaritas terhadap perjuangan rakyat Palestina.

Dampak Negatif Boikot Produk Asing

Gangguan Rantai Pasok

Banyak sektor industri di Indonesia yang masih sangat bergantung pada impor, baik dalam bentuk bahan baku, komponen teknologi, maupun mesin produksi. Apabila gerakan boikot dilakukan secara luas dan menyasar produk-produk penting, maka bisa terjadi disrupsi dalam rantai pasok industri. Hal ini berisiko menurunkan produktivitas, memperlambat proses produksi, bahkan menimbulkan pemutusan hubungan kerja jika pabrik terpaksa mengurangi operasional akibat kekurangan pasokan.

Dampak Ekonomi Global

Indonesia adalah bagian dari ekosistem ekonomi global yang saling bergantung. Boikot terhadap produk negara mitra dagang, apabila dilakukan secara luas tanpa pertimbangan diplomatik, bisa memicu reaksi balik seperti pengurangan investasi, hambatan perdagangan, hingga penarikan kerja sama bilateral. Hal ini tentu akan berdampak pada kestabilan ekonomi nasional, terutama jika menyangkut negara-negara besar yang memiliki pengaruh dalam perdagangan internasional dan hubungan ekonomi strategis dengan Indonesia.

Efektivitas Terbatas

Meskipun secara moral dan nasionalis gerakan boikot terlihat positif, efektivitasnya tetap dipertanyakan jika tidak dibarengi dengan kesiapan industri lokal. Konsumen umumnya mengedepankan kualitas, harga, dan ketersediaan produk. Jika produk lokal belum mampu bersaing dalam aspek-aspek tersebut, maka ada kemungkinan konsumen tetap kembali memilih barang impor. Tanpa dukungan nyata dari pemerintah dalam hal peningkatan kapasitas, kualitas, dan daya saing produk dalam negeri, boikot hanya akan menjadi simbolisme sesaat yang tidak berdampak jangka panjang.

Peluang Bagi Indonesia

Pengembangan Industri Dalam Negeri

Gerakan boikot dapat menjadi pemicu kebangkitan industri dalam negeri. Ketika masyarakat mulai beralih ke produk lokal sebagai bentuk protes terhadap produk asing,

otomatis permintaan terhadap hasil produksi nasional meningkat. Momentum ini bisa dimanfaatkan untuk mengembangkan industri strategis seperti sektor makanan dan minuman, tekstil, elektronik, hingga teknologi berbasis digital dan manufaktur. Pemerintah bersama sektor swasta memiliki peluang besar untuk mendorong kemajuan industri nasional dengan meningkatkan investasi pada riset dan pengembangan (R&D). Langkah ini penting agar produk dalam negeri tidak hanya mampu memenuhi pasar lokal, tetapi juga bisa bersaing secara kualitas dan harga di pasar internasional. Jika dimaksimalkan, ini akan menciptakan efek domino positif: peningkatan kapasitas produksi, penciptaan lapangan kerja, dan pertumbuhan ekonomi berbasis kekuatan domestik.

Digitalisasi dan Pemasaran Produk Lokal

Dalam era digital, kekuatan media sosial dan teknologi informasi dapat menjadi motor utama promosi produk lokal. Gerakan seperti "Bangga Buatan Indonesia" dapat dimaksimalkan melalui kampanye digital yang kreatif dan masif di berbagai platform, termasuk marketplace lokal seperti Tokopedia, Bukalapak, atau Blibli, serta media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube. Peran influencer lokal, content creator, dan komunitas digital sangat vital untuk membangun narasi positif terhadap produk dalam negeri, baik dari sisi kualitas, estetika, maupun nilai-nilai nasionalisme. Dengan demikian, promosi tidak hanya fokus pada aspek komersial, tetapi juga menyentuh sisi emosional dan identitas bangsa. Digitalisasi juga memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk ekspor, tanpa bergantung pada rantai distribusi konvensional.

Kebijakan Protektif yang Bijak

Untuk mendukung pertumbuhan industri lokal pasca boikot, pemerintah dapat memberlakukan kebijakan proteksi yang bijaksana. Salah satunya adalah dengan memberi insentif fiskal (seperti pengurangan pajak, subsidi, atau kemudahan perizinan) kepada pelaku usaha lokal. Selain itu, penerapan bea masuk yang lebih tinggi terhadap produk impor tertentu juga bisa menjadi strategi untuk memberikan ruang yang lebih besar bagi produk dalam negeri berkembang. Namun demikian, kebijakan protektif ini harus dilakukan dengan hati-hati agar tidak memicu isolasi ekonomi atau perlambatan investasi asing. Keseimbangan tetap perlu dijaga, mengingat Indonesia adalah bagian dari pasar global yang saling bergantung satu sama lain. Oleh karena itu, strategi proteksi harus tetap sejalan dengan komitmen Indonesia terhadap berbagai perjanjian perdagangan internasional, seperti ASEAN, WTO, maupun FTA (*Free Trade Agreement*) dengan negara mitra.

Kesimpulan dan Saran

Gerakan boikot produk asing di Indonesia bukan hanya merupakan ekspresi solidaritas terhadap isu kemanusiaan global, seperti perjuangan rakyat Palestina, tetapi juga mencerminkan semangat nasionalisme dan keinginan untuk memperkuat kemandirian ekonomi. Boikot menjadi bentuk perlawanan non-kekerasan yang berdampak pada aspek sosial, politik, dan ekonomi, sekaligus menjadi momentum strategis bagi Indonesia untuk membangkitkan kembali industri dalam negeri. Di balik berbagai dampak positif seperti meningkatnya konsumsi produk lokal, penguatan

identitas nasional, dan tekanan diplomatik terhadap negara atau entitas yang dinilai tidak adil, gerakan boikot juga menyimpan tantangan. Ketergantungan terhadap rantai pasok global, risiko terganggunya hubungan dagang internasional, serta kesiapan industri lokal untuk bersaing merupakan faktor-faktor yang tidak dapat diabaikan. Oleh karena itu, keberhasilan gerakan boikot tidak dapat hanya bergantung pada sentimen emosional semata. Boikot harus diiringi dengan langkah-langkah konkret, seperti penguatan kapasitas produksi lokal, peningkatan kualitas dan daya saing produk dalam negeri, digitalisasi pemasaran, serta penerapan kebijakan protektif yang cermat dan terukur. Dukungan penuh dari pemerintah, pelaku industri, serta masyarakat luas diperlukan agar boikot benar-benar menjadi jalan menuju kemandirian ekonomi dan penguatan identitas bangsa Indonesia yang berdaulat dan berkarakter.

Daftar Pustaka

- Antari Swandewi, L. P. (2019). Bahasa Indonesia sebagai identitas nasional bangsa Indonesia [Indonesian as the national identity of the Indonesian people]. *Jurnal Jisipol*, 8(November), 17. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3903959>
- Arum Pujiastuti. (2024). Mengungkap Dampak Boikot Terhadap Nilai Pasar Perusahaan. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 11(1), 675–687. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v11i1.2062>
- Baharudin, A. R., Rasyidi, A. M., Amrullah, M. R. M., & Rahendro, S. W. (2023). Dampak, Peluang, dan Tantangan Kebijakan Merger Bank Syariah terhadap Stabilitas Perekonomian Negara (Studi Kasus: Bank Syariah Indonesia). *Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business*, 2(1), 22-37.
- Indah Mentari, C., Wahyuni, F., Rahmadani, P., & Rindiani, W. A. (2023). Dampak Positif Boikot Produk Asing Bagi Pertumbuhan Produk Lokal (Indonesia). *Musytari : Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 2(1), 131–140.
- Khairunnisa, S., & Nurwati, N. (2021). Pengaruh Pernikahan Pada Usia Dini Terhadap Peluang Bonus Demografi Tahun 2030: Pengaruh Pernikahan Pada Usia Dini Terhadap Peluang Bonus Demografi Tahun 2030. *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial HUMANITAS*, 3(1), 45-69.
- Pokhrel, S. (2024). No TitleEΛENH. *Αγαν*, 15(1), 37–48.