



## Legal Protection For Companies Experiencing Boycott Practices From The Perspective Of Economic Law Enforcement

### Perlindungan Terhadap Perusahaan Yang Mengalami Praktik Boikot Ditinjau Dari Penegakan Hukum Ekonomi

Siska Fitria Bodamer <sup>1)</sup>; Beby Sendy <sup>2)</sup>; Bambang Fitrianto <sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup> Universitas Pembangunan Pancabudi

Email: <sup>1)</sup> [siskabodamer@gmail.com](mailto:siskabodamer@gmail.com) ; <sup>2)</sup> [bebysendy@dosen.pancabudi.ac.id](mailto:bebysendy@dosen.pancabudi.ac.id)

<sup>3)</sup> [bambangfitrianto@dosen.pancabudi.ac.id](mailto:bambangfitrianto@dosen.pancabudi.ac.id)

#### ARTICLE HISTORY

Received [30 Februari 2026]

Revised [31 Maret 2026]

Accepted [02 April 2026]

#### KEYWORDS

Boycott, Economic Law,  
Corporate Protection.

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



#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan guna menganalisis perlindungan hukum terhadap perusahaan yang mengalami praktik boikot dari perspektif penegakan hukum ekonomi Indonesia, khususnya melalui UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu yuridis normatif dengan pendekatan kepustakaan berupa perundang-undangan, buku-buku, dokumn resmi, publikasi serta hasil penelitian terdahulu sebagai bahan pendukung. Hasil penelitian menunjukkan mekanisme KPPU efektif melindungi korban melalui penyelidikan dan putusan mengikat, meskipun tantangan seperti ketidakpastian fatwa MUI No. 83/2023 dan spillover kerugian rantai pasok memerlukan sinkronisasi norma. Kesimpulan menekankan keseimbangan hak konsumen dan efisiensi ekonomi, dengan saran pedoman verifikasi boikot dan penguatan penegakan untuk kepastian usaha.

#### ABSTRACT

This study aims to analyze legal protection for companies experiencing boycott practices from the perspective of Indonesian economic law enforcement, particularly through Law No. 5 of 1999 on the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition. The research employs a normative juridical method with a literature-based approach, utilizing statutory regulations, books, official documents, publications, and prior research findings as supporting materials. The results indicate that the mechanisms of the Business Competition Supervisory Commission (KPPU) are effective in protecting affected parties through investigations and binding decisions. However, challenges remain, including legal uncertainty arising from MUI Fatwa No. 83 of 2023 and the spillover effects of losses along supply chains, which necessitate normative synchronization. The conclusion emphasizes the need to balance consumer rights and economic efficiency, and recommends the establishment of boycott verification guidelines and the strengthening of enforcement mechanisms to ensure business certainty.

## PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan teknologi dan peningkatan keterbukaan informasi, dunia usaha modern berkembang dengan cepat. Kemajuan teknologi dan era globalisasi negara saat ini membuat banyak aspek kehidupan harus berubah. Karena jika Anda tidak dapat mengimbangi kemajuan, Anda akan mati pada akhirnya (Sirat & Bintang, 2024). Perkembangan teknologi mempengaruhi semua bidang, bukan hanya bidang tertentu. Jadi, tidak mengherankan bahwa semakin canggih teknologi, tingkat persaingan pun semakin tinggi (Surbakti, 2020). Kemampuan media massa untuk membentuk opini publik juga sangat penting dalam agenda politik. Cara media menyediakan ruang dan waktu untuk setiap peristiwa, termasuk peristiwa politik, tentu saja menarik perhatian masyarakat secara konsisten (Purba & Siregar, 2025).

Banyak perkembangan era digital yang dialami Indonesia, termasuk cara media massa nasional berkomunikasi. Adanya internet membuat segala macam tantangan informasi yang sebelumnya sulit didapat menjadi begitu mudah diakses (Aulia, 2024). Salah satu manfaat dari kemajuan teknologi adalah mobilitas yang lebih efisien dan efektif dengan bantuan teknologi (Aspan H. , 2021). Di era sekarang ini, media *online*, atau *internet*, mengambil alih media massa konvensional. Walaupun Indonesia terlambat hampir sepuluh tahun dalam penggunaan teknologi komunikasi, terutama internet (Aspan, 2021).

Jumlah pengguna global telah meningkat secara signifikan sebagai akibat dari kemajuan pesat dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi (Rambe, Sendy, & Bintang, 2024). Hal ini menyebabkan persaingan bisnis lokal, nasional, dan global. Setiap bisnis berusaha membuat rencana untuk memastikan bahwa barang dan jasanya tetap diminati oleh masyarakat. Untuk bertahan, perusahaan harus terus meningkatkan layanan, memperluas jaringan pasar, dan mempertahankan kualitas (Sutedi, 2022).

Boikot muncul sebagai salah satu masalah besar bagi industri bisnis. Boikot adalah tindakan menolak suatu perusahaan atau barang dengan membeli, menggunakan atau bekerja sama dengannya. Ada banyak alasan untuk boikot, mulai dari ketidakpuasan dengan kebijakan perusahaan, tuduhan pelanggaran etika, masalah lingkungan, hingga alasan agama dan politik. Baik kelompok kecil masyarakat maupun dukungan publik dapat melakukan hal ini. Boikot adalah tindakan menghindari menggunakan, membeli, atau berinteraksi dengan orang atau kelompok sebagai bentuk protes atau tekanan. Boikot adalah kesepakatan untuk tidak bekerja sama dalam bentuk apa pun, seperti komunikasi, perdagangan, atau partisipasi. Pemboikotan adalah tindakan atau proses memboikot sesuatu. Pemboikotan adalah cara untuk menunjukkan ketidakpuasan terhadap orang yang dianggap bertindak tidak pantas. Boikot ini disebabkan oleh berbagai alasan, termasuk alasan politik, ekonomi, dan perlindungan industri domestik. Boikot, bagaimanapun, mungkin dilakukan dengan tujuan melindungi ekonomi negara atau menanggapi ketidakadilan tertentu. Namun, dampak negatif dari boikot dapat mengganggu tujuan persaingan usaha yang sehat (Setiawan, 2025).

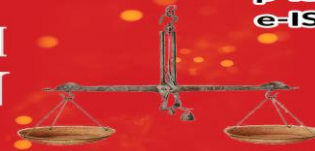
Boikot memiliki dampak yang signifikan pada perusahaan. Aksi ini seringkali menyebabkan penurunan penjualan. Selain itu, ketika masyarakat melihat ada masalah yang serius, reputasi perusahaan dapat menurun. Apabila bisnis tidak dapat mengatasi tekanan pasar, situasi tersebut dapat menyebabkan kerugian besar atau bahkan kebangkrutan (Pratama, 2024). Sebelum membahas lebih lanjut tentang efek boikot terhadap persaingan usaha sehat, penting untuk memahami definisi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang persaingan usaha sehat. Undang-undang ini mendefinisikan persaingan usaha sehat sebagai kondisi di mana perusahaan bersaing secara adil untuk menyediakan produk dan jasa terbaik kepada konsumen. Ini berarti bahwa tidak ada bisnis yang boleh menggunakan kekuatan atau pengaruhnya untuk menghalangi perusahaan lain dari berkompetisi di pasar. Larangan praktik monopoli, oligopoli, dan persekongkolan yang merugikan konsumen dan pasar (Setiawan, 2025).

Salah satu contoh kasus kontroversial adalah boikot PT Unilever Indonesia, Tbk. pada tahun 2021. Keputusan kontroversial anak perusahaan Unilever, Ben & Jerry's, untuk menghentikan penjualan es krim di Tepi Barat Palestina sebagai bentuk protes terhadap pendudukan Israel menimbulkan kontroversi di seluruh dunia dan memicu sentimen negatif di banyak negara, terutama di Indonesia, di mana mayoritas penduduknya Muslim. Pada tahun 2023, Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan fatwa yang mendorong boikot barang-barang yang dianggap mendukung Israel. Unilever dan perusahaan lain yang terkait dengan merek internasional terlibat dalam boikot ini, dengan kampanye luas di media sosial dan kelompok masyarakat (Puspadini, 2025). Boikot mulai terlihat pada kuartal akhir 2023 dan berlanjut hingga 2024. Pada Februari 2024, penjualan Unilever di Indonesia menurun drastis, dengan pangsa pasar Unilever menurun dari 38,5 persen menjadi 34,9 persen pada Oktober 2024.

Untuk melindungi reputasi dan integritas Unilever, yang telah beroperasi di Indonesia selama hampir sembilan puluh tahun, manajemen mengubah strategi bisnis dan meningkatkan komunikasi publik. Menurut Benjie Yap, CEO Unilever, meskipun boikot memiliki dampak yang signifikan, kinerja perusahaan mulai pulih pada awal 2024, dengan proyeksi penjualan harian meningkat. Dalam kasus ini, penerapan hukum ekonomi bertujuan untuk memastikan bahwa boikot tidak melanggar peraturan yang mengatur perdagangan dan persaingan usaha di Indonesia, sehingga menjaga keseimbangan antara hak konsumen untuk menyuarakan boikot dan perlindungan kelangsungan usaha. Kasus ini memberikan pelajaran penting tentang bagaimana faktor sosial-politik dapat berdampak langsung pada kinerja ekonomi bisnis dan bagaimana penegakan hukum ekonomi sangat penting untuk menjaga stabilitas pasar dan memastikan bahwa proses bisnis berjalan adil dan berkelanjutan di tengah dinamika sosial yang kompleks (Sinambela & Caturini, 2025).

Hukum ialah kumpulan aturan dan standar yang mengatur hubungan antara orang-orang di dalam masyarakat dan antara orang-orang di luar negeri. Pelanggarnya dihukum (Sembiring, et al., 2025). Untuk memastikan bisnis tetap beroperasi dan tidak mengalami kerugian yang signifikan karena tekanan publik, perlindungan hukum sangat penting. Negara bertanggung jawab untuk membuat aturan yang adil bagi semua pihak. Hukum adalah kumpulan aturan dan standar yang ditetapkan dan diterapkan oleh individu yang memiliki kekuasaan untuk mengatur perilaku manusia dalam masyarakat (Abdurachman & dkk, 2025). Karena hukum memiliki kekuatan mengikat dan memaksa, mereka dapat digunakan sebagai alat otoritas untuk mendorong pembangunan (Fitrianto, 2024).

Menurut Pasal 33 Undang-undang Dasar 1945, sistem ekonomi negara adalah ekonomi kerakyatan atau demokrasi ekonomi dengan tujuan pembangunan ekonomi untuk mencapai kesejahteraan dan keadilan social ( UUD Negara Republik Indonesia, 1945). Pasal 2 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (selanjutnya dikenal sebagai UU No. 5 Tahun 1995) memasukkan gagasan tentang demokrasi ekonomi.



## LANDASAN TEORI

### Pengertian Boikot

Boikot adalah sebuah tindakan yang dilakukan oleh sekelompok orang, organisasi atau masyarakat untuk menolak membeli, menggunakan atau bekerja sama dengan suatu produk, jasa, perusahaan, bahkan negara tertentu. Menurut Khoriyah boikot adalah sebuah bentuk perlawanan damai yang dilakukan masyarakat dengan cara menolak secara bersama-sama penggunaan suatu produk atau jasa. Ia menegaskan bahwa boikot bukan hanya sekadar pilihan pribadi tetapi bisa menjadi gerakan sosial yang kuat bila dilakukan secara serentak. Boikot adalah tindakan menolak atau tidak terlibat dalam kegiatan tertentu sebagai bentuk protes atau ketidaksetujuan terhadap seseorang, kelompok, kebijakan, atau tindakan tertentu. Biasanya dilakukan secara kolektif atau berkelompok oleh sejumlah orang atau organisasi yang memiliki tujuan untuk menekan atau memberikan kerugian ekonomi dan gangguan sosial yang dialami oleh pihak yang terkena boikot (Athiyah, 2025). Menurut Khoriyah, boikot adalah sebuah bentuk perlawanan damai yang dilakukan oleh masyarakat dengan menolak secara bersama-sama penggunaan suatu barang atau jasa. Ia menegaskan bahwa, jika dilakukan secara bersamaan, boikot bukan hanya pilihan pribadi tetapi juga dapat menjadi gerakan sosial yang kuat (Khoiriyah, 2024).

Pendapat lain datang dari Suryadi dikutip dalam (Khoriyah, 2024), seorang akademisi komunikasi mengatakan bahwa boikot adalah representasi nyata dari "kekuatan konsumen". Menurutnya, konsumen bukan hanya pihak yang pasif. Mereka juga dapat menempatkan tekanan yang signifikan pada organisasi atau perusahaan melalui keputusan mereka untuk membeli sesuatu. Ketika pelanggan memilih untuk tidak memprotes yang dapat mempengaruhi bisnis. Sejalan dengan hal ini, Pujiastuti (2024) menyebutkan bahwa boikot ialah satu dari berbagai cara yang mudah untuk dilakukan bagi masyarakat untuk menunjukkan ketidaksetujuan mereka terhadap pihak yang berkuasa, baik pemerintah maupun perusahaan. Cukup dengan menghentikan pembelian barang, dampak boikot dapat sangat besar (Kurniawan, 2024).

Ada berbagai cara untuk menyebarkan ajakan boikot. Di masa kini, media sosial menjadi metode paling cepat dan efektif untuk menyebarkan boikot, meskipun biasanya melalui selebaran, pertemuan, atau aksi massa. Ajakan boikot dapat menyebar dengan cepat melalui postingan, hashtag, video kampanye, atau pesan berantai. Selain itu, boikot juga dapat dilakukan dengan mengumpulkan tanda tangan petisi, mengadakan demonstrasi damai, membuat pernyataan terbuka di media massa, atau melalui ceramah, seminar, dan wacana publik. Boikot dapat bersifat sementara atau berkelanjutan. Boikot sementara biasanya dilakukan sebagai tanggapan cepat terhadap peristiwa yang dianggap merugikan. Boikot berkelanjutan biasanya dilakukan jika masalah yang terjadi dianggap serius dan tidak dapat diselesaikan dalam waktu singkat (Nasution, 2024). Menurut Arifin dalam Aisyah (2025), Boikot sangat berbahaya karena dapat mengganggu stabilitas ekonomi bisnis atau bahkan negara. Ia mengatakan bahwa keberhasilan boikot bergantung pada tingkat kesadaran masyarakat dan seberapa besar solidaritas yang dapat dibangun. Tanpa solidaritas, boikot hanya akan menjadi gerakan kecil dengan dampak yang kecil. Namun, boikot dapat memaksa pihak yang diboikot untuk berubah jika masyarakat bersatu (Aisyah, 2025).

### Jenis-jenis Boikot Dalam Dunia Usaha

Boikot bisnis adalah gerakan yang meluas dan menarik perhatian publik yang signifikan. Menurut Utomo, seorang ekonom Indonesia, boikot bisnis adalah "bentuk perlawanan konsumen yang paling terlihat dan efektif." Ia menjelaskan bahwa dengan tidak membeli suatu produk, konsumen secara efektif menunjukkan kekuatan mereka untuk mengendalikan pasar. Banyak perusahaan besar pada akhirnya mengubah kebijakan mereka atau menyesuaikan operasi mereka di bawah tekanan boikot. Ini menunjukkan bahwa boikot bukan sekadar penolakan untuk membeli, tetapi lebih merupakan gerakan sosial yang dapat membawa perubahan nyata (Utomo, 2023). Jenis-jenis boikot dalam dunia usaha dapat dibedakan berdasarkan alasan yang melatarbelakanginya. Berikut adalah penjelasan panjang mengenai jenis-jenis boikot tersebut:

#### a) Boikot Karena Alasan

Etika atau Moral Boikot ini terjadi ketika publik menganggap suatu perusahaan melanggar nilai-nilai kemanusiaan dan keadilan. Misalnya, perusahaan yang mempekerjakan anak di bawah umur, perusahaan yang mengabaikan keselamatan karyawan, atau perusahaan yang sengaja membuang limbah berbahaya ke sungai, sehingga merusak lingkungan.

#### b) Boikot Karena Alasan Politik

Jenis boikot ini dilakukan karena ketidaksepakatan dengan kebijakan suatu negara atau pemerintah. Misalnya, orang menolak membeli produk dari negara yang mereka anggap menjajah, menindas, atau menerapkan kebijakan yang merugikan negara lain. Contohnya, gerakan boikot Afrika Selatan selama era apartheid secara efektif memberikan tekanan signifikan hingga akhirnya kebijakan

diskriminatif tersebut berakhir. Menurut Syafruddin (2022), Boikot politik adalah cara bagi masyarakat untuk menunjukkan kepedulian mereka terhadap keadilan global (Margareth & dkk, 2024). Ia menyatakan bahwa meskipun orang biasa tidak dapat terlibat langsung dalam urusan politik dunia, mereka tetap dapat menyampaikan pendapat mereka melalui boikot (Makrufah & Fahrurrozi, 2024).

- c) **Boikot Karena Alasan Ekonomi atau Persaingan Usaha**  
Jenis boikot ini berbeda dengan yang sebelumnya. Kelompok usaha atau pelaku bisnis yang ingin menghentikan pesaing mereka biasanya melakukan boikot ekonomi. Caranya adalah dengan mendorong orang untuk tidak membeli barang pesaing. Menurut Rahmawati (2021), boikot ekonomi seringkali berbahaya karena dapat menghancurkan lingkungan persaingan bisnis yang sehat. Jika praktik ini dibiarkan, perusahaan dapat berkonsentrasi pada menyerang pesaing daripada memperbaiki produknya. Boikot jenis ini juga sering menyebabkan masalah hukum karena dianggap merugikan pihak lain secara tidak adil (Puspita & dkk, 2025).
- d) **Boikot Sosial Yang Berkaitan Dengan Agama, Budaya Atau Tradisi**  
Jenis boikot ini dilakukan saat suatu produk, jasa atau perusahaan diklaim menyinggung keyakinan kepercayaan, melecehkan budaya atau bertentangan dengan tradisi lokal. misalnya, warga menolak membeli produk kuliner yang mengandung bahan yang tidak boleh pada kepercayaan, contohnya babi atau alkohol. contoh lainnya, produk yang diklaim melecehkan simbol budaya tertentu juga mampu menjadi target boikot.

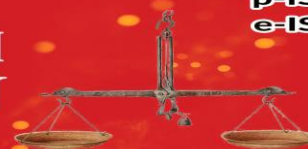
### **Dampak Boikot Bagi Bisnis**

- a) **Turunnya Penjualan**  
Akibat awal yang langsung nampak merupakan berkurangnya penjualan. Kala banyak konsumen tidak ingin membeli, hingga produk yang ditawarkan tidak laku. Perihal ini membuat pemasukan industri menyusut. Bila penyusutan penjualan ini berlangsung lama, industri hendak susah menutupi bayaran yang wajib dibayarkan, semacam pendapatan karyawan, bayaran penciptaan, sampai bayaran operasional yang lain. Pada kesimpulannya, industri dapat melaksanakan pemotongan bayaran dengan kurangi jumlah tenaga kerja ataupun apalagi memberhentikan sebagian karyawan.
- b) **Menurunnya Aktivitas Produksi**  
Kendala pada penciptaan boikot pula dapat membuat aktivitas penciptaan tersendat. Misalnya, pemasok bahan baku tidak ingin lagi bekerja sama sebab khawatir turut terserang akibat kurang baik. Bila perihal ini terjalin, industri kesusahan memperoleh bahan yang diperlukan buat membuat produk. Dampaknya, penciptaan terhenti ataupun melambat serta benda yang sepatutnya dipasarkan tidak dapat dibuat dengan mudah. Suasana ini terus menjadi memperparah kondisi industri.
- c) **Rusaknya citra industri**  
Tidak hanya kerugian modul, boikot pula berakibat besar pada citra ataupun nama baik industri. Citra merupakan perihal berarti sebab seperti itu yang jadi alibi orang ingin membeli produk. Bila warga telah memperhitungkan kurang baik sesuatu industri, hingga membangun kembali keyakinan tidaklah perihal yang gampang. Industri dapat saja membetulkan kesalahan namun warga senantiasa memerlukan waktu lama buat kembali yakin. Dalam sebagian permasalahan, terdapat industri yang tidak sempat betul-betul dapat pulih sehabis citranya rusak sebab boikot (Sari, 2024).
- d) **Berkurangnya Kepercayaan Investor.**  
Investor merupakan pihak yang menanamkan modal ataupun duit di suatu industri dengan harapan memperoleh keuntungan. Bila industri terserang boikot, investor umumnya merasa takut serta dapat saja menarik kembali investasinya. Mereka tidak mau mengambil resiko rugi. Perihal ini membuat industri terus menjadi susah tumbuh, sebab tanpa sokongan dana dari investor, aktivitas usaha jadi terhambat.
- e) **Hilangnya Akses Pasar**  
Perusahaan yang mengalami boikot dapat kehilangan kesempatan untuk menjangkau pasar tertentu. Contohnya, pengecer mungkin enggan untuk menawarkan produk itu lagi karena khawatir barang tersebut tidak akan terjual. Selain itu, beberapa organisasi mungkin menolak untuk menjalin kerjasama karena takut namanya akan terganggu. Situasi ini akan semakin menyulitkan distribusi produk dan mengurangi kemungkinan perusahaan untuk bertahan.

### **Prinsip Hukum Yang Berhubungan Dengan Boikot**

Boikot tidak hanya dilihat dari sisi bisnis tetapi juga ada hubungannya dengan hukum. Dalam kehidupan bernegara, ada beberapa prinsip hukum yang berkaitan dengan praktik boikot.

- a) **Perlindungan terhadap hak kepemilikan dan hak berwirausaha.** Ini berarti bahwa pemerintah memastikan setiap individu atau badan usaha memiliki hak untuk mengelola bisnis mereka secara



- legal, tanpa adanya gangguan yang tidak sesuai dengan hukum. Dengan demikian, meskipun masyarakat diperbolehkan untuk memboikot, tindakan tersebut harus dilakukan tanpa merugikan perusahaan dengan cara yang melanggar ketentuan yang ada (Kurniawan, 2024).
- b) Kebebasan berpendapat dan kebebasan berekspresi. Masyarakat memiliki hak untuk menyuarakan pendapat mereka, bahkan dengan boikot. Mereka dapat menolak barang tertentu karena kecewa atau ingin mengkritik perusahaan. Ini merupakan hak warga negara.
  - c) Larangan perbuatan melawan hukum. Meskipun masyarakat memiliki kebebasan untuk menyuarakan pendapatnya, hal itu tidak boleh dilakukan dengan cara yang melanggar aturan. Jika seseorang dengan sengaja menipu, memfitnah, atau melakukan ancaman terhadap perusahaan, itu termasuk melanggar hukum dan dapat dituntut untuk mengganti kerugian.
  - d) Larangan persaingan usaha yang tidak sehat. Setiap bisnis bersaing untuk mendapatkan pelanggan dalam dunia bisnis. Namun, persaingan ini tidak boleh berlebihan. Misalnya, sebuah perusahaan tidak boleh melakukan boikot untuk menjatuhkan pesaingnya dengan menyebarkan informasi palsu atau menekan pihak lain untuk tidak bekerja sama dengan pesaing tersebut.

## **Peraturan Perundang-Undangan Anti Monopoli Konteks Monopoli Untuk Pemboikotan Produk**

Beberapa jenis perjanjian dan tindakan yang dilakukan oleh pelaku bisnis dilarang oleh undang-undang anti monopoli. Namun, ini tidak berarti bahwa undang-undang ini hanya berlaku untuk bisnis; itu berlaku untuk semua pihak yang terlibat, termasuk pabrikan, persekutuan perdagangan, perusahaan, perkumpulan profesional, dan individu dan kelompok non-profit. Monopoli didefinisikan dalam Undang-undang anti monopoli nomor 5 tahun 1999 sebagai penguasaan atas produksi, pemasaran, dan penggunaan jasa tertentu oleh satu perusahaan atau kelompok perusahaan (pasal 1 ayat (1)). Di lain sisi, seperti yang dinyatakan dalam pasal 1 ayat (2) undang-undang anti monopoli, "praktek monopoli" mengacu pada pemusatan kekuatan ekonomi oleh salah satu atau lebih pelaku yang mengakibatkan penguasaan mereka atas produksi dan pemasaran barang dan jasa tertentu, yang menyebabkan persaingan usaha yang tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum (UUD Negara Republik Indonesia, 1999).

Tujuan undang-undang anti monopoli ini adalah untuk mengurangi praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat yang terjadi di Indonesia selama pemerintahan orde baru. Praktek-praktek ini terjadi karena kebijakan pemerintah yang sering menguntungkan pelaku usaha tertentu. Perjanjian, kegiatan, dan penyalahgunaan posisi dominan dilarang oleh Undang-undang nomor 5 tahun 1999 karena dapat menyebabkan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Dalam hal Badan Usaha Milik Negara, serta badan atau lembaga yang diberi wewenang atau hak khusus untuk melakukan kegiatan usahanya, undang-undang nomor 5 tahun 1999 juga mengatur pengecualian dari berlakunya undang-undang tersebut sebagaimana diatur dalam pasal 50 dan pasal 51 (Winrekso, 2017).

Pasal 17 hingga 24 Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 mengatur kegiatan yang dilarang. Seperti halnya perjanjian, undang-undang ini tidak mendefinisikan kegiatan. Namun demikian, kita dapat mengambil kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan "kegiatan" di sini adalah aktivitas atau tindakan secara sepihak. Jika perjanjian yang dilarang adalah perbuatan hukum dua pihak, maka kegiatan yang dilarang adalah perbuatan hukum sepihak.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif yang menekankan kajian pada peraturan perundang-undangan, fatwa, dan literatur hukum yang diperoleh dari bahan pustaka, dipilih karena relevansinya dengan regulasi hukum ekonomi, perlindungan usaha, dan persaingan usaha terkait praktik boikot. Pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan dengan sumber data sekunder, meliputi bahan hukum primer seperti UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, UU HAM, serta fatwa MUI tentang boikot produk terkait Palestina; serta bahan hukum sekunder seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, dan publikasi terpercaya. Analisis data menerapkan metode kualitatif-deskriptif dengan pola berpikir deduktif, memaparkan data secara detail dari konsep umum hukum ekonomi hingga khusus pada perlindungan bisnis boikot untuk menghasilkan pemahaman mendalam dan kesimpulan sistematis (Sembiring & dkk, 2023).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengaturan Hukum Terhadap Perusahaan Yang Mengalami Praktik Boikot Menurut Hukum Ekonomi

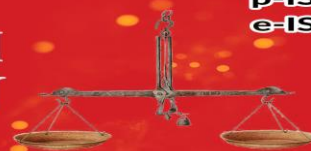
Dari hasil penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa aspek pengaturan mengenai pengaturan hukum terhadap perusahaan yang mengalami praktik boikot menurut hukum ekonomi sebagai berikut:

Table 1

Aspek Pengaturan	Fokus Utama	Posisi Perusahaan
UU No. 5/1999 (persaingan)	Larang boikot sebagai perjanjian anti-kompetitif.	Dilindungi jika boikot dilakukan pesaing untuk menutup akses pasar.
UUPK & perlindungan konsumen	Hak memilih, kewajiban informasi jujur.	Dilindungi dari boikot berbasis hoaks/misinformasi; wajib transparan.
Fatwa MUI & syariah	Boikot sebagai dukungan Palestina & kemaslahatan.	Rentan jika kriteria afiliasi kabur; butuh mekanisme klarifikasi status.
Dampak ekonomi makro	Pergeseran ke produk lokal, PHK di sektor terdampak.	Perusahaan & pekerja terkena beban sosial boikot.

Hukum adalah kumpulan aturan hidup, atau perintah dan larangan, yang mengatur tata tertib di suatu komunitas dan harus dipatuhi oleh anggota komunitas tersebut, karena pemerintah dapat mengambil tindakan jika mereka melanggarnya (Saragih, Laksana, Hadiyanto, & Suryadi, 2024). Dalam kerangka hukum ekonomi Indonesia, pengaturan perusahaan yang terdampak boikot didasari dua rezim pokok, yakni hukum persaingan usaha dan perlindungan konsumen, yang diperkaya oleh fatwa keagamaan serta dinamika ekonomi makro. Dari sudut hukum persaingan usaha, UU No. 5 Tahun 1999 secara jelas menyatakan boikot sebagai bentuk perjanjian terlarang, sejalan dengan oligopoli, kartel, penetapan harga, dan praktik serupa lainnya (Aziz, 2021). Boikot yang dilarang mencakup kesepakatan atau perjanjian antar pelaku usaha untuk menolak secara kolektif bertransaksi dengan pelaku usaha tertentu, sehingga menghalangi akses pasarnya dan merusak persaingan sehat. Dalam konteks ini, perusahaan yang menjadi target boikot justru dilindungi sebagai subjek hukum: bila terbukti adanya boikot terkoordinasi oleh pesaing, ia dapat memanfaatkan UU No. 5/1999 melalui proses di KPPU untuk menuntut penegakan hukum serta sanksi terhadap pelaku boikot anti-kompetitif (Wahid & Yuliani, 2023). Namun, penelitian tentang boikot produk Israel di Indonesia menunjukkan bahwa sebagian besar seruan boikot yang terjadi dewasa ini tidak lahir dari perjanjian pelaku usaha pesaing, melainkan dari ekspresi solidaritas politik dan kemanusiaan publik, sehingga sulit dikualifikasi sebagai “perjanjian” persaingan usaha yang dilarang (Pratiwi, 2024). Kondisi ini menciptakan ruang abu-abu: secara formil, perlindungan melalui rezim persaingan usaha menjadi terbatas karena elemen yuridis perjanjian dan tujuan mengeliminasi pesaing sulit dibuktikan, walaupun dari sisi ekonomi perusahaan tetap mengalami kerugian.

Dari perspektif hukum perlindungan konsumen, boikot justru dipahami sebagai perwujudan hak konsumen untuk memilih dan tidak memilih produk berdasarkan pertimbangan moral, etis, dan politik. Kajian tentang gerakan boikot produk Israel menegaskan bahwa dalam kerangka UU No. 8 Tahun 1999 (UUPK), konsumen berhak menggunakan preferensi etisnya sepanjang keputusan itu diambil secara sadar dan berdasarkan informasi yang benar (Setyawati, Aryatie, & Rahman, 2025). Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas meliputi perlindungan konsumen dalam memperoleh barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan varang dan jasa hingga ke akibat akibat dari pemakaian barang dan jasa tersebut (Hasibuan, Tanjung, & Queen, 2024). Dalam kerangka ini, fokus pengaturan hukum bukan melarang boikot, tetapi mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi produk yang akurat, jujur, dan tidak menyesatkan, sehingga konsumen tidak terdorong melakukan boikot karena hoaks, stigma, atau label yang keliru (Arifin, Kambuno, Waspiyah, & Latifiani, 2021). Bagi perusahaan yang mengalami boikot, perlindungan hukumnya lebih terletak pada upaya menindak penyebaran informasi palsu atau menyesatkan yang merusak reputasi dan menurunkan permintaan tanpa dasar faktual, serta pada hak untuk melakukan klarifikasi melalui mekanisme hukum perdata maupun lembaga penyelesaian sengketa konsumen. Namun penelitian tentang perlindungan konsumen di Indonesia menunjukkan bahwa penegakan UUPK masih lemah, kesadaran hak konsumen



rendah, dan mekanisme penyelesaian sengketa sering tidak sebanding dengan kecepatan persebaran kampanye boikot di media sosial, sehingga posisi perusahaan sangat rentan ketika isu boikot berkembang lebih cepat daripada respons hukum (Subagyo, et al., 2025).

Dimensi lain yang sangat mempengaruhi pengaturan terhadap perusahaan yang diboikot ialah fatwa keagamaan dan kebijakan administratif negara. Sejak Majelis Ulama Indonesia (MUI) menerbitkan Fatwa No. 83 Tahun 2023 tentang Hukum Dukungan terhadap Perjuangan Palestina, disusul Fatwa No. 14/Ijtima' Ulama/VIII/2024, terjadi gelombang ajakan untuk menghindari produk yang berafiliasi dengan Israel (Nadia, Arif, & Turobovich, 2025). Secara normatif, fatwa tersebut berupaya mengarahkan umat untuk tidak menggunakan produk yang diduga mendukung penjajahan, sekaligus mendorong penguatan produk domestik, kepemilikan lokal, dan penyerapan tenaga kerja nasional (Santosa, 2024). Dalam praktik, perusahaan yang tidak secara langsung terkait bisa ikut distigma, diboikot, dan mengalami penurunan penjualan karena diasumsikan "pro-Israel", padahal tidak ada kriteria formal yang dapat mereka gunakan untuk membantah label tersebut. Selain itu, Kementerian Perdagangan sendiri tidak mengeluarkan larangan khusus terhadap produk Israel selama memenuhi prosedur impor dan aturan perdagangan yang berlaku, sehingga muncul ketidaksinkronan antara fatwa keagamaan dan kebijakan ekonomi negara, yang menambah ketidakpastian bagi pelaku usaha (Zahro', Indra, Wulandari, Adila, & Nabila, 2024). Dari sudut hukum ekonomi, hal ini berarti perusahaan berada di antara dua sumber norma: norma keagamaan yang kuat secara sosial, namun tidak memiliki mekanisme verifikasi afiliasi dan klarifikasi status; dan norma negara yang menjaga keterbukaan perdagangan tanpa mengadopsi standar boikot tertentu. Akibatnya, perlindungan hukum substantif bagi perusahaan yang patuh regulasi tetapi terdampak fatwa menjadi lemah karena belum tersedia jembatan regulatif yang menjamin kepastian status dan prosedur rehabilitasi reputasi.

Secara makroekonomi, penelitian tentang dampak boikot produk Israel dan gerakan *Boycott, Divestment, Sanctions* (BDS) terhadap ekonomi Indonesia menunjukkan gambaran ganda: di satu sisi, boikot mendorong peningkatan konsumsi dan produksi produk lokal, terutama di sektor pangan dan tekstil, sehingga berpotensi menyerap tenaga kerja dan mengurangi pengangguran (Santosa, 2024). Di sisi lain, boikot juga menurunkan permintaan atas produk dan merek tertentu, mengurangi omzet, dan bisa memicu PHK pada perusahaan yang diboikot dan jaringan pemasoknya, bahkan ketika perusahaan tersebut hanya terhubung secara lemah melalui rantai pasok (Ula, Hikmah, Wiradinata, & Senja, 2024). Boikot yang luas terhadap merek global, misalnya, dapat memukul pemasok lokal, UMKM, distributor, dan pekerja di sektor hilir yang sama sekali tidak terkait dengan kebijakan politik perusahaan global tersebut. Hukum ekonomi yang berorientasi keadilan menghendaki agar beban sosial dari aksi politik-moral seperti boikot tidak dibebankan secara tidak proporsional kepada pihak yang paling lemah, yaitu pekerja dan pelaku usaha kecil, sementara entitas yang menjadi sasaran moral (negara atau korporasi global) belum tentu merasakan kerugian yang setara. Di sini tampak kebutuhan akan pengaturan yang mensyaratkan analisis dampak sosial-ekonomi sebelum fatwa atau kebijakan boikot disebarluaskan secara luas, serta mekanisme dukungan adaptif (insentif, fasilitasi pasar baru) bagi perusahaan dan UMKM yang terdampak.

Dalam perspektif hukum ekonomi Islam, boikot dipandang sah sebagai instrumen tekanan ekonomi sepanjang didasarkan pada 'illah (alasan hukum) yang jelas, seperti dukungan terhadap musuh yang memerangi Muslim, penghinaan terhadap nilai agama, atau upaya melindungi kemaslahatan umum. Studi fikih kontemporer mengenai boikot konsumen menegaskan bahwa penetapan hukum boikot menuntut pertimbangan prinsip *i'tibar al-ma'alat* (memperhitungkan akibat), sehingga keputusan untuk mendorong boikot harus memperhitungkan potensi mudarat ekonomi yang menimpa masyarakat sendiri, termasuk PHK dan terganggunya akses terhadap pangan yang halal dan sehat (Shamshiyev, 2024). Penelitian tentang kepastian hukum syariah dalam fatwa boikot MUI menegaskan bahwa Fatwa No. 14/Ijtima' Ulama/VIII/2024 memang dimaksudkan untuk mengatasi ambiguitas Fatwa No. 83/2023, tetapi hasilnya belum sepenuhnya menghilangkan ketidakpastian bagi pelaku usaha, karena parameter ekonomi-syariah yang dipakai tetap global dan tidak operasional (Nadia, Arif, & Turobovich, 2025). Dengan demikian, dari perspektif hukum ekonomi Islam sendiri terdapat dorongan kuat agar fatwa boikot disertai kriteria yang lebih presisi dan pedoman teknis, sehingga perusahaan yang tidak termasuk kategori terlarang dapat terlindungi secara normatif dan tidak menjadi korban "*over-blocking*" sosial.

Jika kita melihat keseluruhan sistem hukum ini, tampak bahwa peraturan untuk perusahaan Indonesia yang diboikot masih sangat sederhana. Meskipun UU No. 5 Tahun 1999 memberikan perlindungan terhadap boikot sebagai perjanjian anti-kompetitif, itu sulit diterapkan ketika boikot berasal dari gerakan masyarakat sipil daripada persetujuan pelaku usaha. Regulasi perlindungan konsumen dan UUPK memberikan dasar untuk memerangi boikot yang bersumber dari informasi palsu atau menyesatkan, tetapi penegakannya lemah dan tidak dapat mengikuti perkembangan kampanye digital.

Fatwa MUI memberi legitimasi moral dan religius terhadap boikot, namun ketiadaan kriteria afiliasi yang terukur serta absennya sinkronisasi dengan kebijakan perdagangan dan investasi menciptakan ketidakpastian hukum bagi pelaku usaha yang patuh. Meskipun boikot menyebabkan keuntungan bagi beberapa sektor lokal, itu juga menyebabkan kerugian dan ketidakadilan bagi perusahaan dan pekerja yang tidak terkait langsung dengan demonstrasi.

Dengan melihat kondisi tersebut, pengaturan hukum yang ideal terhadap perusahaan yang mengalami praktik boikot menurut hukum ekonomi seharusnya bergerak ke arah: pertama, klarifikasi norma persaingan usaha dengan pedoman yang tegas mengenai kapan boikot dikualifikasi sebagai perjanjian dilarang dan bagaimana perusahaan korban dapat membuktikannya; kedua, penguatan rezim informasi dan perlindungan konsumen untuk mencegah boikot berbasis misinformasi dan memberi ruang resmi bagi perusahaan menyatakan klarifikasi; ketiga, sinkronisasi fatwa dengan regulasi negara melalui penetapan kriteria afiliasi yang objektif, mekanisme verifikasi dan rehabilitasi status perusahaan; dan keempat, kebijakan kompensasi atau dukungan adaptif bagi UMKM dan pekerja yang terdampak efek limpahan boikot. Tanpa pembaruan ini, perusahaan terutama yang tidak terlibat dalam pelanggaran apapun akan tetap berada dalam posisi rentan, menanggung konsekuensi ekonomi dari gerakan boikot yang secara moral dan politik sah, tetapi belum sepenuhnya diimbangi oleh kerangka penegakan hukum ekonomi yang memberikan kepastian dan keadilan.

### **Perlindungan Hukum Terhadap Perusahaan Yang Menjadi Korban Praktik Boikot Ditinjau Dari Penegakan Hukum Ekonomi**

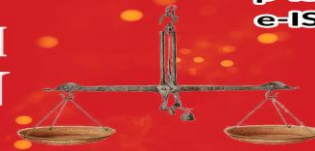
Dalam UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, ada peraturan yang ketat yang melindungi perusahaan yang menjadi korban praktik boikot oleh penegakan hukum ekonomi Indonesia. Pasal 10 UU No. 5/1999 secara eksplisit melarang pelaku usaha melakukan boikot melalui perjanjian dengan pesaing yang tidak setuju. Ini mencegah kerugian pasar dan lapangan kerja. Sementara sanksi administratif mencakup pembatalan perjanjian, penghentian kegiatan, dan denda maksimal Rp25 miliar, sanksi pidana untuk direksi pelaku mencapai Rp100 miliar atau penjara 6 bulan hingga 5 tahun. Boikot konsumen individu tidak dilarang langsung, tetapi jika membentuk kartel usaha, perusahaan korban berhak melapor ke KPPU untuk pembuktian dampak kerugian seperti penurunan omzet atau PHK massal (Undang-undang Republik Indonesia, 2021).

Dalam mekanisme penegakannya, KPPU menangani laporan korban boikot melalui tahap penyelidikan, pemeriksaan saksi, dan sidang putusan, dengan beban pembuktian pada pelapor untuk menunjukkan adanya persekongkolan dan kerugian faktual, seperti dalam kasus minyak goreng di mana pelaku didenda miliaran rupiah atas boikot rantai pasok. Putusan KPPU bersifat mengikat dan dapat dieksekusi, dengan contoh denda Rp449 miliar pada Sany Group sebagai sanksi terbesar sejarah persaingan usaha yang melindungi korban dari dominasi pasar tidak sehat. Tantangan penegakan termasuk kurangnya koordinasi dengan polisi untuk pidana dan kompleksitas bukti digital pada boikot media sosial, meskipun pedoman kepatuhan KPPU memperkuat pencegahan (Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2016).

Dari hasil penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa aspek mengenai perlindungan hukum terhadap perusahaan yang menjadi korban praktik boikot ditinjau dari penegakan hokum ekonomi sebagai berikut:

**Table 2**

<b>Aspek</b>	<b>Temuan Utama</b>	<b>Implikasi Perlindungan Perusahaan</b>
Status Hukum Boikot	Hak pilih konsumen vs perjanjian boikot terlarang.	Perlu pembedaan tegas antara boikot konsumen dan <i>group boycott</i> pelaku usaha.
Mekanisme Perlindungan	UU 5/1999, peran KPPU, fatwa, dan regulasi sektoral.	Perusahaan dapat mengadu ke KPPU; perlu kepastian norma keagamaan/etik agar tidak merugikan pelaku usaha tak terkait.
Dampak Ekonomi	Penurunan kinerja beberapa merek; peningkatan produk lokal.	Kebijakan harus melindungi pelaku usaha domestik sekaligus mengakomodasi nilai moral masyarakat.



## Boikot Sebagai Hak Konsumen vs Pelanggaran Persaingan Usaha

Di Indonesia, gerakan boikot (misalnya boikot produk Israel) dapat dipandang sebagai ekspresi hak konsumen untuk memilih berdasarkan pertimbangan etik dan moral dalam kerangka UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, selama dilakukan secara sukarela dan tidak dimobilisasi sebagai kesepakatan bisnis antarpelaku usaha untuk menyingkirkan pesaing. Boikot ditempatkan di persimpangan antara hak konsumen/masyarakat untuk mengekspresikan nilai moralnya dan kewajiban negara menjaga persaingan sehat. Di Indonesia, boikot produk Israel lebih banyak dimaknai sebagai ekspresi solidaritas dan hak konsumen untuk memilih secara etis. Namun, dari perspektif UU No. 5 Tahun 1999, pemboikotan termasuk salah satu bentuk “perjanjian yang dilarang” bila dilakukan sebagai kesepakatan antarpelaku usaha untuk menutup akses pihak lain ke pasar (*group boycott*), karena menghilangkan kebebasan pihak tertentu untuk masuk pasar dan mengurangi persaingan sehat.

Hal ini sejalan dengan doktrin antitrust Amerika Serikat, di mana boikot tidak selalu disebut eksplisit, tetapi diposisikan sebagai “*concerted refusal to deal*” dalam Section 1 Sherman Act, yang dapat dilarang bila mengurangi persaingan (Anisah, 2021). Dengan demikian, perlindungan hukum perusahaan sangat bergantung pada klasifikasi: apakah boikot itu murni aksi konsumen atau merupakan perjanjian bisnis terlarang.

## Kriteria Boikot Yang Berpotensi Melanggar Hukum Persaingan Usaha

- Boikot merupakan kesepakatan horizontal di antara pesaing untuk menolak berhubungan dengan pelaku usaha tertentu. Seperti terdapat kesepakatan eksplisit atau implisit antarpelaku usaha pesaing untuk tidak memasok/bertransaksi dengan perusahaan tertentu.
- Boikot bertujuan atau berakibat membatasi akses pelaku usaha lain ke pasar (*refusal to deal*). Tindakan tersebut menyebabkan atau berpotensi menyebabkan persaingan usaha tidak sehat, misalnya pengusiran dari pasar atau hambatan masuk.
- Boikot digunakan sebagai alat untuk mengurangi persaingan, bukan sekadar ekspresi politik atau moral.

## Perlindungan Terhadap Perusahaan Yang Menjadi Sasaran Boikot Perlindungan Melalui Rezim Hukum Persaingan Usaha

Perusahaan yang diboikot secara terkoordinasi oleh pesaing dapat memanfaatkan mekanisme penegakan UU No. 5/1999 oleh KPPU untuk menilai apakah terdapat perjanjian boikot yang dilarang (*group boycott*) yang menghambat kebebasan berusaha dan melanggar prinsip demokrasi ekonomi. Penelitian tentang perlindungan UMKM menunjukkan bahwa meskipun kerangka hukum sudah mengatur larangan praktek tidak sehat, implementasi dan penegakan masih lemah, sehingga diperlukan penguatan kelembagaan dan penegakan sanksi untuk melindungi pelaku usaha yang lemah dari praktek eksklusif atau penyalahgunaan posisi tawar (Lestari, Wardi, Basujata, Rahman, & Dikrurahman, 2024).

## Perlindungan Melalui Klarifikasi Normatif (Fatwa, Regulasi Sektoral)

Dalam konteks boikot produk terkait Israel, Fatwa MUI No. 83/2023 dan No. 14/2024 berupaya mengarahkan solidaritas ekonomi tanpa menimbulkan kerugian tidak proporsional bagi pelaku usaha domestik. Namun, kriteria yang belum jelas (misalnya batas kepemilikan asing, kadar bahan baku lokal) justru menimbulkan kebingungan publik dan potensi kerugian bagi perusahaan yang sebenarnya tidak terkait langsung. Hal ini menunjukkan bahwa ketidakpastian norma dapat melemahkan perlindungan hukum perusahaan, meskipun tujuan boikot adalah solidaritas kemanusiaan. Fatwa-fatwa MUI tentang boikot produk afiliasi Israel menunjukkan bagaimana norma non-negara (fatwa) dapat menggeser perilaku pasar secara signifikan, termasuk penurunan keuntungan beberapa perusahaan waralaba besar dan perubahan preferensi konsumen.

Namun, studi mengenai kepastian hukum syariah dalam boikot menekankan bahwa kriteria yang tidak rinci (batas kepemilikan asing, kadar bahan baku lokal) menimbulkan ruang interpretasi luas yang berujung kebingungan publik dan kerugian bagi pelaku usaha yang sebenarnya tidak terkait secara langsung. Dari sudut pandang penegakan ekonomi:

- Perusahaan sulit menakar tinggi risiko hukum dan reputasi.
- Lembaga Negara tidak memiliki rujukan teknis seragam untuk mengintervensi ketika boikot menyebabkan kerusakan ekonomi luas pada pihak tak bersalah.
- Potensi “*over compliance*” atau misinformasi di kalangan konsumen memperbesar kerugian.

Ini menunjukkan bahwa perlindungan terhadap perusahaan membutuhkan sinkronisasi antara norma keagamaan, kebijakan publik, dan hukum ekonomi positif, agar tujuan keadilan sosial tidak dicapai dengan mengorbankan kepastian berusaha.

## Perlindungan Melalui Kerangka Hukum Internasional Dan Hak Asasi

Dalam perspektif hukum internasional, boikot produk yang diduga mendukung genosida dipandang sebagai alat penegakan kepatuhan terhadap Konvensi Genosida dan HAM, bukan semata-mata tindakan ekonomi biasa. Di sisi lain, artikel tentang sanksi ekonomi dan boikot menyoroti bahwa boikot sering kali menimbulkan “*spillover*” pada pelaku usaha yang tidak bersalah di sepanjang rantai pasok, sehingga prinsip keadilan, non-diskriminasi, dan perlindungan pihak tak bersalah menjadi parameter penting dalam menilai legalitas dan desain kebijakan boikot (Shalpegin, Kumar, & Browning, 2022). Namun, kajian lain tentang boikot dan sanksi ekonomi menunjukkan bahwa:

1. Dampak boikot sering menjangar pada pihak ketiga yang tidak bersalah di rantai pasok (*supplier*, distributor, serta UMKM lokal).
2. Hal ini menimbulkan persoalan keadilan distributif dan inklusi dalam rantai pasok global (Shalpegin, Kumar, & Browning, 2022).

Kebijakan boikot baik di tingkat nasional maupun internasional perlu dilengkapi dengan mekanisme perlindungan dan kompensasi bagi pelaku usaha yang terdampak tidak langsung, terutama yang tidak memiliki peran dalam pelanggaran yang menjadi dasar boikot.

## Dampak Ekonomi Dan Implikasinya Bagi Perlindungan Perusahaan

Sejumlah kajian menunjukkan bahwa boikot produk Israel dan afiliasinya di Indonesia berdampak signifikan pada beberapa perusahaan dan sektor, misalnya penurunan laba perusahaan waralaba besar dan perubahan pola konsumsi, sambil di sisi lain mendorong peningkatan konsumsi produk lokal (Ula, Hikmah, Wiradinata, & Senja, 2024). Dampak yang tidak merata ini menimbulkan kebutuhan akan kebijakan mitigasi untuk melindungi pelaku usaha domestik yang terdampak secara tidak proporsional, misalnya melalui insentif diversifikasi pasar, dukungan branding, dan kejelasan regulasi.

# KESIMPULAN DAN SARAN

## Kesimpulan

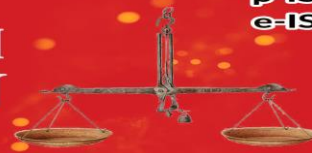
Perlindungan terhadap perusahaan yang mengalami praktik boikot dalam penegakan hukum ekonomi Indonesia berada pada persimpangan hak konsumen untuk boikot etis berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999 dan larangan persaingan usaha tidak sehat melalui UU No. 5 Tahun 1999, di mana KPPU berperan krusial dalam membedakan aksi sukarela dari perjanjian terlarang seperti *group boycott*. Boikot sah sebagai ekspresi moral konsumen selama tidak membentuk kesepakatan horizontal antar pelaku usaha yang membatasi akses pasar atau mengurangi persaingan, sebagaimana dilarang Pasal 10 UU No. 5/1999, dengan kriteria pelanggaran mencakup refusal to deal dan dampak monopoli yang merugikan efisiensi ekonomi. Perusahaan korban dilindungi melalui mekanisme KPPU untuk penyelidikan dan sanksi, didukung fatwa normatif seperti MUI No. 83/2023 yang menuntut verifikasi faktual guna hindari mudarat tidak proporsional, meskipun kelemahan implementasi seperti asimetri posisi tawar UMKM dan ketidakpastian kriteria afiliasi melemahkan efektivitas. Secara keseluruhan, hukum ekonomi menekankan sinkronisasi norma keagamaan, domestik, dan internasional untuk keseimbangan keadilan distributif, mencegah *spillover* kerugian pada pihak tak bersalah di rantai pasok.

## Saran

Sejumlah studi ekonomi tentang boikot BDS dan boikot produk Israel di Indonesia menunjukkan hasil ambivalen: di satu sisi, pendapatan produk domestik meningkat karena substitusi konsumsi; di sisi lain, ada potensi penurunan pertumbuhan, peningkatan pengangguran, dan kerentanan sektor tertentu. Sehingga penulis memiliki beberapa saran rekomendasi normatif yang dapat dipertimbangkan sebagai langkah perlindungan terhadap perusahaan yang mengalami praktik boikot sebagai berikut:

1. Merancang regulasi boikot yang transparan, dengan daftar dan kriteria yang jelas, sehingga pelaku usaha dapat menyesuaikan model bisnis dan mengurangi risiko.
2. Memastikan akses ke mekanisme penyelesaian sengketa (KPPU, pengadilan, mediasi) bagi perusahaan yang merasa boikot terhadap mereka melampaui batas kewajaran hukum.
3. Mengintegrasikan analisis dampak ekonomi sebelum dan sesudah seruan boikot skala besar, agar tujuan moral (solidaritas kemanusiaan, penegakan HAM) tidak menimbulkan kerusakan ekonomi sistemik yang justru merugikan masyarakat luas.

Dengan demikian, perlindungan hukum terhadap perusahaan yang mengalami praktik boikot bukan berarti meniadakan ruang bagi boikot sebagai ekspresi politik atau moral, tetapi menempatkan boikot dalam kerangka hukum ekonomi yang menjamin persaingan sehat, kepastian hukum, dan keadilan bagi semua pelaku pasar.



## DAFTAR PUSTAKA

- UU Negara Republik Indonesia. (1945). *Pasal 33 ayat (4) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945*. Jakarta: Indonesia.
- Abdurachman, H., & dkk. (2025). *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta Pusat: Aksa Law Center.
- Aisyah, M. (2025). Dampak Ekonomi Gerakan Boikot Produk Pro-Israel pada Negara Berkembang: Studi Kasus Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 37-41.
- Anisah, S. (2021). Pengaturan dan Penegakan Hukum Pemboikotan Dalam Antitrust Law Amerika Serikat. *Jurnal Media Hukum*.
- Arifin, R., Kambuno, A. J., Waspiyah, & Latifiani, D. (2021). Protecting the Consumer Rights in the Digital Economic Era: Future Challenges in Indonesia. *JAREV: Jambura Law Review*, 135-156.
- Aspan, H. (2021). The Role Of Law In Company Management In The Digitalage. *Menara*, 27.
- Aspan, H. (2021). Peran Hukum Dalam Mengelola Perusahaan di Era Digital. *Menara Ilmu*, 26-34.
- Athiyah. (2025). Hukum Bekerja Pada Perusahaan Yang Diboikot Perspektif Kaidah La Darar Wa La Dirar. *Al-Fikrah: Jurnal kajian Islam*, 546.
- Aulia, F. (2024). *Pidana Pencemaran Nama Baik Perusahaan Melalui Media Facebook (Putusan Kasasi Nomor 511/K/PID.SUS/202)*. Medan: Universitas Pembangunan Panca Budi.
- Aziz, K. H. (2021). Perjanjian Yang Dilarang Berdasarkan Perspektif Hukum Persaingan Usaha Indonesia. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*.
- Firmansyah, J. A. (2024). Analisis Hukum Ekonomi Bisnis: Tinjauan Terhadap Pemboikotan dalam Praktik Persaingan Usaha. *Jurnal Analisis Hukum*, 111-115.
- Fitrianto, B. (2024). *Hukum Bisnis*. Medan : UNPAB PRESS.
- Hasibuan, A. R., Tanjung, I. U., & Queen, K. P. (2024). *Pidana Dalama Ulasan Produk di Media Sosial*. Medan: Serasi Media Teknologi.
- Hidayat , A., & Sari, W. P. (2024). Fenomena Boikot Kedai Kopi X dan Persepsi di Kalangan Generasi Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara*, 104-107.
- Khoiriyah, B. N. (2024). Hukum Islam di Indonesia. *Jurnal of Innovation Research and Knowledge*, 4.
- Komisi Pengawas Persaingan Usaha. (2016). *Pedoman Program Kepatuhan Terhadap Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*. Diambil kembali dari [kppu.go.id:](https://www.kppu.go.id/) <https://www.kppu.go.id/docs/buku/Buku%20Pedoman%20Kepatuhan%20Persaingan%20Usaha.pdf>
- Kurniawan, F. (2024). *Hukum Perdata dalam Dunia Bisnis Modern*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Lestari, P. I., Wardi, Basujata, T., Rahman, A., & Dikrurahman, D. (2024). Legal Protection for Small and Medium Enterprise (SMEs) in Facing Unfair Business Competition. *JRSSEM: Journal Research of Social Science, Economics, and Management*, 77-84.
- Makrufah, A., & Fahrurrozi. (2024). Perlawanan Terhadap Genosida: Analisis Dampak Fatwa MUI Tentang Boikot Perusahaan Terafiliasi Israel. *Islamika: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman*, 225-227.
- Margareth, A., & dkk. (2024). Boikot Barang Israel: Strategi Perlawanan Dan Solidaritas Global Dalam Mendukung Perjuangan Palestina. *Atmosfer: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Budaya, dan Sosial Humaniora*, 19-32.
- Nadia, Arif, A., & Turobovich, J. A. (2025). Sharia Legal Certainty in Boycotts: Assessing the Implications of Fatwas on Socio-Economic Justice. *MAZAHIBUNA: Jurnal Perbandingan Mazhab*, 19-37.
- Nasution , A. (2024). *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Medan: Percikan Ilmu.
- Oktavira, B. A. (2023, November 14 ). *Ajakan Boikot Produk Israel di Indonesia, Adakah Hukumnya?* Diambil kembali dari Hukum Online.Com: <https://www.hukumonline.com/klinik/a/boikot-produk-israel-di-indonesia-lt6553337a60fb6/>
- Pratama, D. (2024). *Aspek Hukum dalam Manajemen Risiko Bisnis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Pratiwi, A. N. (2024). Boikot Produk Israel di Indonesia Berdasarkan Perjanjian Yang Dilarang Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Jurnal Ilmiah Raad Kertha*.
- Purba , W. N., & Siregar, F. R. (2025). Pengaruh Media Massa Terhadap Penegakan Hukum Pidana. *Locus: Journal of Academical Literature Review*, 218.
- Puspadini, M. (2025, September 28). *Bos Unilever Buka-bukaan Dampak Boikot Produk Israel ke Perusahaan* . Diambil kembali dari CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/market/20240430130110-17-534626/bos-unilever-buka-bukaan-dampak-boikot-produk-israel-ke-perusahaan>
- Puspita, E., & dkk. (2025). Analisis Dampak Boikot Produk Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *JUEB: Jurnal Ekonbomi dan Bisnis*, 40-42.

- Rambe, R., Sendy, B., & Bintang, H. J. (2024). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Melakukan Transaksi Jual Beli Menggunakan E Commerce di Tinjau dari Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 2.
- Santosa, S. D. (2024). The Impact Of The Boycott Of Israeli Products, Brands And Their Supporters On The Indonesian Economy. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*.
- Saragih, Y. M., Laksana, A. W., Hadiyanto, A., & Suryadi. (2024). *Lembaga dan Pranata Hukum*. Medan: Tahta Media Group.
- Sari, D. N. (2024). *Analisis Abnormal Return dan Trading Volume Activity Sebelum dan Sesudah Pengumuman Boikot Produk Pro-Israel pada Perusahaan Asing Terkait di Indonesia*. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim.
- Sembiring, T. B., & dkk. (2023). *Metodologi Penelitian*. Kota Solok: PT Mafy Media Literasi .
- Sembiring, T. B., Lombu, A. R., Fernando, A., Arfansyah, M., Pasaribu, P. T., & Samosir, R. (2025). Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Hukum dalam Masyarakat. *Jurnal Pustaka Cendekia Hukum dan Ilmu Sosial*, 267-274.
- Setiawan, W. (2025). *Kekuatan Hukum Fatwa Majelis Ulama IndoneSIA Nomor 83 Tahun 2023 Tentang Pemboikotan Produk Asing Ditinjau Dari Perspektif Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Di Kabupaten Majene*. Majene: Universitas Sulawesi Barat.
- Setyawati, R., Aryatie, I. R., & Rahman, N. b. (2025). The Israeli Product Boycott Movement in the Perspective of Consumer Protection Law in Indonesia. *Realism: Law Review*, 35-44.
- Shalpegin, T., Kumar, A., & Browning, T. R. (2022). Undiversity, inequity, and exclusion in supply chains: The unintended fallout of economic sanctions and consumer boycotts. *Production and Operations Management*, 1-7.
- Shamshiyev, O. (2024). Consumer Boycotts and Jurisprudential Challenges Related to Identifying Their Legal Cause ('Illah). *Ilahiyat Tetkikleri Dergisi*.
- Sinambela, N. B., & Caturini, R. (2025, September 29). *Aksi Boikot Menekan Kinerja PT. Unilever Tbk*. Diambil kembali dari Insight Kontan: <https://insight.kontan.co.id/news/aksi-boikot-menekan-kinerja-pt-unilever-tbk>
- Sirat, A. S., & Bintang, H. J. (2024). uridis Terhadap Penyitaan Benda Fidusia Pt. Mandiri Tunas Finance Disebabkan Wanprestasi Yang Dilakukan Debitur (Putusan Nomor 18/Pdt.G.S/2023/PN Cbi). *Majalah Ilmiah Warta Dharmawangsa*, 441.
- Subagyo, B. S., Satory, A., Suheryadi, B., Melissa, Yeri, H. N., & Indiaty, K. A. (2025). In the Context of Consumer Protection Law, E-Commerce and Its Settlement: Lesson from Indonesia, Malaysia, and European Union. *Journal of Posthumanism*, 380-393.
- Surbakti, S. B. (2020). *Pelaksanaan Kontrak Kerja Antara Pekerja dengan Perusahaan (Studi Kasus Pada CV Hairos Indah Pancur Batu-Deli Serdang)*. Medan: Universitas Pembangunan Panca Budi.
- Sutedi, A. (2022). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dan Pelaku Usaha di Era Digital*. Jakarta: Rajawali Press.
- Ula, G. H., Hikmah, N., Wiradinata, R., & Senja, N. (2024). Impact of Boycott, Divestment, and Sanctions Movement on Indonesia's Economy. *GIJEA: Greenation International Journal of Economics and Accounting* .
- Undang-undang Republik Indonesia. (2021, September). *KPPU*. Diambil kembali dari Undang-undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat: <https://kppu.go.id/wp-content/uploads/2022/02/UU-No.-5-1999-Anotasi-MK.pdf>
- Utomo, W. (2023). *Perlindungan Hukum bagi Konsumen dan Pelaku Usaha*. Malang: UB Press.
- UUD Negara Republik Indonesia. (1999). *Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan* . Pemerintah Republik Indonesia.
- Wahid, K., & Yuliani. (2023). Membangun Hukum Persaingan Usaha di Indonesia Berdasarkan Prinsip Ekonomi Islam. *Journal of Islamic Studies*.
- Winrekso, P. (2017). Tantangan Undang-Undang Monopoli Dalam Pasar Bebas. *Jurnal Al Qadau Peradilan dan Hukum Keluarga Islam*, 34.
- Zahro', K., Indra, F. S., Wulandari, Y., Adila, S. N., & Nabila, M. P. (2024). Analysis Of Mui Fatwa And Ministry Of Trade Policy On Boycott Products In Indonesia. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 229-233.