



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 14246-14256

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Dampak Konflik Israel-Palestina Terhadap Harga Saham Perusahaan Makanan Dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia

Salfa Aqila^{1✉}, Irvan Yoga Pardistya²

Universitas Singaperbangsa Karawang

Email: Salfa10aqila@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Dua puluh tiga hari setelah perang Israel-Hamas dimulai, korban jiwa di Palestina mencapai 9.521 warga sipil, mayoritas anak-anak dan perempuan. Menteri Pendidikan Gaza menutup sekolah-sekolah karena banyak siswa tewas. PBB mengadakan pertemuan darurat untuk mengadopsi resolusi gencatan senjata, yang didukung oleh 120 anggota, meski ditentang oleh Israel. Konflik ini memicu aksi solidaritas global dan berdampak pada saham perusahaan yang dianggap mendukung Israel, seperti Starbucks dan Disney. Penelitian menunjukkan bahwa konflik semacam ini dapat mempengaruhi pasar saham global, termasuk di Indonesia, di mana sektor makanan dan minuman di BEI terpengaruh oleh sentimen publik terhadap konflik tersebut. Penelitian ini menggunakan mixed methods yang mana merupakan gabungan dari penelitian yang menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif. Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui bagaimana dampak perang Israel-Hamas terhadap harga saham serta untuk mengetahui bagaimana dampak perang Israel-Hamas terhadap minat beli produk hasil dari penelitian ini yakni bahwa perang Israel-Hamas berdampak signifikan terhadap harga saham perusahaan-perusahaan dari negara-negara seperti Amerika Serikat, Perancis, Jerman, Inggris, dan Swiss. Terjadi penurunan rata-rata harga saham setelah perang, mencerminkan ketidakpastian dan dampak ekonomi akibat konflik tersebut. Selain itu, persepsi dan respons konsumen terhadap produk dari perusahaan-perusahaan yang terlibat juga terpengaruh, menunjukkan potensi dampak jangka panjang terhadap minat beli produk.

Kata Kunci: *Israel, Konflik, Produk.*

Abstract

Twenty-three days after the Israel-Hamas war began, Palestinian casualties reached 9,521 civilians, the majority of whom were children and women. Gaza's Minister of Education closed schools because many students died. The UN held an emergency meeting to adopt a ceasefire resolution, which was supported by 120 members, despite Israeli opposition. This conflict sparked global solidarity actions and had an impact on the shares of companies deemed to support Israel, such as Starbucks and Disney. Research shows that this kind of conflict can affect the global stock market, including in Indonesia, where the food and beverage sector on the IDX is affected by public sentiment towards the conflict. This research uses mixed methods, which is a combination of research using quantitative and qualitative methods. The aim of this research is to find out the impact of the Israel-Hamas war on stock prices and to find out how the impact of the Israel-Hamas war has on interest in purchasing products. The result of this research is that the Israel-Hamas war has a significant impact on the stock prices of companies from these countries. countries such as the United States, France, Germany, England and Switzerland. There was a decline in average stock prices after the war, reflecting the uncertainty and economic impact of the conflict. In addition, consumer perceptions and responses to the products of the companies involved were also affected, indicating a potential long-term impact on product purchase intentions.

Keyword: *Israel, Conflict, Product.*

PENDAHULUAN

Dua puluh tiga hari setelah pecahnya perang antara Israel dan Hamas, korban jiwa di Palestina terus bertambah, mencapai 9.521 warga sipil. Serangan yang berkelanjutan di Jalur Gaza ini terjadi di tengah rencana invasi darat oleh Israel, dengan mayoritas korban jiwa adalah anak-anak dan perempuan. Banyaknya korban dari kalangan anak-anak memaksa Menteri Pendidikan di Gaza menutup sekolah-sekolah dan mengakhiri tahun ajaran, karena sebagian besar siswa telah tewas akibat serangan tersebut (CNN Indonesia, 2023).

Situasi krisis di Gaza ini mendorong PBB untuk mengadakan pertemuan darurat guna mengadopsi resolusi Gencatan Senjata Kemanusiaan untuk Perlindungan Sipil. Dalam pertemuan tersebut, 120 anggota mendukung gencatan senjata, 14 menentang, dan 44 lainnya abstain, yang kemudian diresmikan dalam Resolusi Majelis Umum PBB (United Nations, 2023). Namun, Perdana Menteri Israel Benjamin Netanyahu menegaskan bahwa Israel tidak akan menarik pasukan atau menghentikan serangan, mengabaikan resolusi tersebut (CNBC Indonesia, 2023).

Perang antara Hamas dan Israel memicu aksi solidaritas di berbagai negara, seperti Indonesia yang menggelar demonstrasi di Monas dan Kedubes Amerika Serikat, serta aksi salat

berjamaah di London, Inggris. Negara lain seperti Korea Selatan, Brazil, dan Malaysia juga mengadakan aksi serupa, diikuti oleh ratusan ribu warga sipil yang memprotes aksi militer Israel.

Konflik ini juga berdampak pada beberapa produk yang dianggap mendukung Israel, seperti produk asal Amerika Serikat, yaitu Starbucks dan Disney. Berdasarkan data dari Investing.com, saham Starbucks dan Disney mengalami penurunan tajam sejak 16 Oktober 2023 hingga 31 November 2023, terutama pada 28 Oktober 2023, saat situasi di Gaza memanas. Penurunan harga saham ini diyakini terkait dengan aksi boikot terhadap produk-produk yang mendukung Israel (Gambar 1 dan 2).

Penelitian sebelumnya oleh Das et al (2023) menunjukkan dampak serupa pada pasar saham di Eropa akibat konflik Ukraina-Rusia, dengan sektor konstruksi dan manufaktur paling terpengaruh. Return saham di Rusia juga terdampak karena keterlibatan langsung dalam konflik. Penelitian Izzeldin et al (2023) menemukan bahwa konflik tersebut mempengaruhi sektor gandum dan nikel, dengan Rusia sebagai eksportir utama komoditas tersebut. Dampak perang ini menimbulkan kekhawatiran akan resesi global dan mempengaruhi pasar saham secara keseluruhan.

Konflik Israel-Palestina telah menjadi salah satu konflik paling menonjol dan berkepanjangan di dunia, dengan dampak yang merambat ke berbagai sektor, termasuk ekonomi global. Konflik ini tidak hanya mempengaruhi wilayah Timur Tengah, tetapi juga memiliki implikasi luas terhadap pasar keuangan internasional. Peristiwa geopolitik seperti perang, serangan militer, dan ketidakstabilan politik dapat mempengaruhi kepercayaan investor dan menyebabkan fluktuasi harga saham.

Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki perhatian khusus terhadap perkembangan konflik Israel-Palestina. Sentimen publik terhadap konflik ini dapat mempengaruhi persepsi investor dan, pada gilirannya, mempengaruhi kinerja saham di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sektor makanan dan minuman, yang merupakan salah satu sektor penting di BEI, bisa menjadi indikator menarik untuk melihat bagaimana konflik internasional tersebut mempengaruhi ekonomi domestik.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak konflik Israel-Palestina terhadap harga saham perusahaan makanan dan minuman di BEI. Dengan memahami bagaimana peristiwa geopolitik mempengaruhi sektor ini, diharapkan dapat memberikan wawasan bagi investor, pengambil kebijakan, dan pemangku kepentingan lainnya dalam mengambil

keputusan investasi dan strategi bisnis.

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur perubahan harga saham sebelum dan sesudah peristiwa penting terkait konflik Israel-Palestina. Data harga saham akan dianalisis dengan menggunakan metode statistik untuk menentukan adanya hubungan yang signifikan antara peristiwa konflik dan pergerakan harga saham. Selain itu, faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi harga saham, seperti kondisi ekonomi domestik dan global, juga akan dipertimbangkan dalam analisis ini.

Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang dampak konflik internasional terhadap pasar saham domestik, khususnya pada sektor makanan dan minuman di Indonesia. Hal ini penting untuk meningkatkan pemahaman tentang bagaimana peristiwa eksternal dapat mempengaruhi ekonomi nasional dan membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih informasional dan strategis di pasar keuangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan mixed methods yang mana merupakan gabungan dari penelitian yang menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif. Populasi penelitian ini adalah produk yang berasal dari negara yang Pro Israel terutama Amerika, Perancis, Jerman, Inggris dan Israel. Peneliti menggunakan data primer dan data sekunder dalam penelitian ini. Data primer merupakan data yang tidak tersedia sehingga peneliti melakukan pengumpulan data dengan survey kuisisioner. Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia, peneliti mengambil data sekunder pada situs investing.com. Metode penelitian menggunakan kuantitatif diambil dari harga penutupan saham 30 September dan 28 Oktober pada situs investing.com. Metode kualitatif diambil dari hasil survey kuesioner.

Populasi penelitian ini pada data sekunder adalah produk yang berasal dari Amerika, Perancis, Jerman, Inggris dan Swiss. Sampel penelitian menggunakan teknik purposive sampling, purposive sampling adalah pemilihan sampel penelitian pada kriteria tertentu yaitu adalah:

1. Perusahaan berasal dari negara Amerika, Jerman, Perancis, Inggris, dan Swiss yang marak berada di supermarket dan syawalayan di Indonesia.
2. Perusahaan terpilih merupakan produk yang populer di Indonesia dan diperjual belikan di Supermarket
3. Produk yang dipilih adalah produk rumah tangga, makanan, minuman, elektronik, sepatu,

kesehatan dan produksi film.

4. Produk yang dipilih sering kali unggul dalam bersaing dengan produk lokal

Peneliti mendrispsikan nama produk yang dipilih pada sampel penelitian disini pada tabel 1 dibawah ini

Tabel 1. Pemilihan sampel Perusahaan

No	Nama Perusahaan	Asal Negara
1	Puma SE	Jerman
2	HP Inc	United States
3	Siemens AG Class	Jerman
4	AXA SA	Perancis
5	Christian DIOR	Perancis
6	Danone SE	Perancis
7	Abbott Laboratories	United States
8	McDonald's Corporation	United States
9	Starbucks Corporation	United States
10	YUM! Brands Inc	United States
11	A&W Royalties Income Fund	United States
12	Coca Cola Co	United States
13	Apple Inc	United States
14	Johnson & Johnson	United States
15	PepsiCo Inc	United States
16	L'Oreal SA	Perancis
17	Unilever Indonesia TBK	Inggris
18	Walt Disney Company	United States
19	Netflix Inc	United States
20	Colgate-Palmolive Company	United States
21	Kraft Heinz Co	United States
22	Adidas AG	Jerman
23	Restaurant Brand International Inc	United States
24	Carrier Global Corp	United States
25	LVMH Moet Honnessy Loise Vuitton	Perancis
26	Timberland Bancorp Inc	United States
27	International Business	United States
28	Procter & Gamble Company	United States

29	Biersdorf AG O.N	Jerman
30	Nestle SA	Swiss

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Dampak Perang Israel-Hamas terhadap Harga Saham

Analisis atas dampak perang Israel-Hamas terhadap harga saham perusahaan-perusahaan dari beberapa negara seperti Amerika Serikat, Perancis, Jerman, Inggris, dan Swiss dapat dilihat dari data statistik dalam penelitian ini. Sebelum perang, rata-rata harga saham per lembar adalah sekitar 286,8820 USD, dengan tingkat variasi yang cukup besar, ditunjukkan oleh standar deviasi sebesar 658,53862. Setelah perang, terjadi penurunan signifikan dalam harga saham rata-rata menjadi sekitar 274,1530 USD per lembar, dengan standar deviasi 647,73898. Ini menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan dari negara-negara tersebut mengalami penurunan nilai saham secara keseluruhan akibat konflik tersebut.

Pengujian uji beda rata-rata menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara harga saham sebelum dan setelah perang Israel-Hamas. Rata-rata penurunan harga saham mencapai -2,774 USD, dengan tingkat signifikansi statistik sebesar 0,005. Hal ini mengindikasikan bahwa dampak perang tersebut secara nyata mempengaruhi harga saham perusahaan-perusahaan dari negara-negara yang mendukung Israel.

Penelitian juga mengungkap bahwa investor khawatir akan potensi dampak dari boikot internasional dan stabilitas pendapatan perusahaan akibat kontroversi publik atas tindakan yang dikritik sebagai genosida terhadap Palestina oleh pemerintah Israel. Boikot ini, yang dipicu oleh aksi militer Israel, menimbulkan kekhawatiran besar di kalangan investor mengenai dampak jangka panjang pada perusahaan-perusahaan yang terasosiasi dengan negara tersebut atau yang memiliki hubungan bisnis dengan entitas yang terlibat dalam konflik.

Dampak dari kekhawatiran ini terlihat dari penurunan harga saham yang signifikan pada perusahaan-perusahaan besar seperti "LVMH Moet Hennessy Louis Vuitton, Christian Dior, Unilever Indonesia Tbk, McDonald's Corporation, dan Adidas AG. Penurunan harga saham ini mencerminkan keprihatinan investor terhadap potensi penurunan penjualan dan pendapatan akibat boikot yang diprakarsai oleh konsumen di berbagai negara. Boikot ini bukan hanya sekadar aksi protes, tetapi juga menjadi bentuk tekanan ekonomi yang nyata terhadap perusahaan-perusahaan besar yang dianggap memiliki hubungan dengan pihak yang dikritik.

Selain aspek ekonomi, persepsi dan respons konsumen terhadap produk dari perusahaan-perusahaan ini juga sangat terpengaruh oleh konflik internasional tersebut.

Konsumen yang sadar akan isu-isu global cenderung menghindari produk dari perusahaan yang terlibat atau dianggap mendukung tindakan yang tidak sesuai dengan nilai-nilai kemanusiaan dan keadilan. Hal ini menyebabkan perusahaan-perusahaan tersebut harus menghadapi tantangan dalam mempertahankan citra merek mereka di tengah kritik dan boikot internasional.

Fenomena ini juga menunjukkan bahwa dalam era globalisasi dan informasi yang cepat menyebar, tindakan pemerintah atau entitas tertentu di satu negara dapat memiliki dampak signifikan pada perusahaan-perusahaan global. Oleh karena itu, perusahaan perlu lebih berhati-hati dan responsif terhadap isu-isu politik dan kemanusiaan yang dapat mempengaruhi persepsi publik dan stabilitas keuangan mereka. Meningkatnya kesadaran konsumen terhadap tanggung jawab sosial perusahaan menuntut adanya langkah-langkah konkret dari perusahaan untuk menunjukkan komitmen mereka terhadap nilai-nilai kemanusiaan dan hak asasi manusia.

B. Dampak Perang Israel-Hamas terhadap Minat Beli Produk

Peneliti telah mengirimkan kuesioner kepada 100 responden melalui Google Form yang disebar di lingkungan pertemanan dari kalangan generasi Milenial dan Z, dengan rentang usia 25-35 tahun. Data dari kuesioner yang terkumpul mencakup respons dari 60 responden, yang dapat dilihat pada Tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2. Statistik Deskriptif

Keterangan	Krisis Kemanusiaan	Mengetahui Produk Pro Israel	Minat Beli Produk ProIsrael
Valid	60	60	60
N			60
Missing	0	0	0

Tabel 2 menunjukkan bahwa dari survey yang disebar kepada responden, 60 responden mengisi kuesioner tersebut tanpa ada yang terlewat atau tidak menjawab setiap pertanyaan. Validitas hasil survey tersebut dinyatakan 100% valid. Peneliti juga mengamati hasil statistik terkait tingkat pengetahuan responden tentang krisis kemanusiaan di Jalur Gaza pasca agresi militer Israel terhadap warga Palestina, yang dinyatakan dalam Tabel 3 di bawah ini:

Tabel 3. Krisis Kemanusiaan

Keterangan	Frekuensi	Kumulatif Persen	
Valid	Sangat Setuju	60	100

Hasil kuisioner yang dilakukan terhadap 60 responden mengenai pengetahuan mereka tentang krisis kemanusiaan akibat perang antara Israel dan Hamas menunjukkan bahwa semua responden menyatakan pemahaman yang sangat baik, dengan persentase 100% mengetahui mengenai kondisi tersebut. Selanjutnya, peneliti juga melakukan survei lanjutan terkait pengetahuan responden tentang produk-produk yang berasal dari negara-negara yang mendukung Israel dalam kontroversi ini, yang hasilnya disajikan dalam Tabel 4 di bawah ini:

Tabel 4. Pengetahuan Produk Pro Israel

Keterangan	Frekuensi	Kumulatif Persen	
Valid	Sangat Setuju	48	80
Valid	Tidak Setuju	12	20
Total		60	100

Tabel 4 mengindikasikan bahwa dari 60 responden, 48 responden mengetahui produk-produk dari negara-negara pendukung Israel, sedangkan 12 responden tidak mengetahui. Dengan demikian, secara presentase, 80% responden mengetahui produk-produk dari negara pendukung Israel, sementara 20% tidak mengetahuinya. Peneliti kemudian melanjutkan dengan mengajukan pertanyaan lanjutan kepada responden terpilih mengenai minat mereka dalam membeli produk-produk yang mendukung Israel. Hasil survei ini ditampilkan dalam Tabel 8 di bawah ini.

Tabel 5. Minat Beli Produk Pro Israel

Keterangan	Frekuensi	Kumulatif Persen	
Valid	Sangat Setuju	7	11,7
Valid	Tidak Setuju	53	88,3
Total		60	100

Hasil dari survei, yang tercantum dalam Tabel 5, menunjukkan bahwa dari 60 responden, hanya 7 orang yang menyatakan minat untuk membeli produk yang mendukung Israel, sementara 53 orang lainnya tidak berminat. Ini menghasilkan persentase kumulatif sebesar 11,7% yang tetap berminat membeli produk-produk tersebut, sementara 88,3% tidak tertarik membeli setelah terjadinya perang antara Israel dan Hamas. Selanjutnya, hasil dari uji regresi terhadap hubungan antara pengetahuan responden tentang perang Israel-Hamas dan pengetahuan mereka tentang produk-produk yang mendukung Israel terhadap minat beli produk ini dapat dilihat dalam Tabel 6 di bawah ini:

Tabel 6. One Sample Test

Keterangan	t	df	Signifikansi
Mengetahui Produk	8,641		
Pro		59	<0,001
Israel			<0,001
Minat Beli Produk			<0,001
Pro	27.117	59	<0,001
Israel			<0,001

Hasil dari penelitian, yang tercatat dalam Tabel 9, menunjukkan bahwa pengetahuan responden tentang produk yang mendukung Israel memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mereka untuk membeli produk tersebut, dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,001” Temuan ini menjawab hipotesis kedua bahwa perang antara Israel dan Hamas memengaruhi minat beli terhadap produk yang mendukung Israel.

Perusahaan-perusahaan yang berasal dari negara-negara yang mendukung Israel, sebanyak 30 perusahaan yang terpilih, mengalami dampak penurunan harga saham dan minat beli masyarakat terhadap produk-produk mereka. Produk-produk ini meliputi konsumsi rumah tangga, elektronik, pakaian, sepatu, dan asuransi. Aksi boikot yang dilakukan oleh warga sipil dapat dianggap sebagai faktor utama dalam penurunan harga saham ini, karena menyebabkan penurunan pendapatan perusahaan selama bulan Oktober-November 2023.

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa perang Israel-Hamas berdampak signifikan terhadap harga saham perusahaan-perusahaan dari negara-negara seperti Amerika Serikat, Perancis, Jerman, Inggris, dan Swiss. Terjadi penurunan rata-rata harga saham setelah perang, mencerminkan ketidakpastian dan dampak ekonomi akibat konflik tersebut. Selain itu, persepsi dan respons konsumen terhadap produk dari perusahaan-perusahaan yang terlibat juga terpengaruh, menunjukkan potensi dampak jangka panjang terhadap minat beli produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Amizuar, Sabilil Hakim., Ratnawati, Anny., Andati, Trias. The Integration of International Capital Market From Indonesian Investors Perspective: Do Integration Still Give Diversification Benefit. *International Journal of Economics and Finance*, Vol. 9, No. 9; 2017.
- Budiman Ahmad., Hannase Mulawarman. The Popularization of the Hamas Movement in Palestine and its Influence on Indonesia Defense Issue: A Geopolitical and Military Overview. *Jurnal Middle East and Islamic Studies* Volume 8 Number 2 Juli- Desember 2021.
- CNBC Indonesia. Diakses pada 30/06/24. URL: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20231031050445-4-484996/tolak-gencatan-senjata-netanyahu-blak-blakan-tujuan-israel>
- CNBC Indonesia. Diakses pada Diakses pada 30/06/24. URL: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20231009125007-4-479034/kronologi-penyebab-perang-hamas-vs-israel-1100-lebih-tewas>
- CNN Indonesia. Diakses pada Diakses pada 30/06/24. URL: <https://www.cnnindonesia.com/internasional/20231030101022-120-1017558/update-perang-hamas-vs-israel-9521-orang-tewas-gaza-makin-sekarat>
- Das, Bijoy Chandra., Hasan, Fakhru., Sutradhar, Soma Rani., Shafique, Sujana. Ukraine-Russia Conflict and Stock Markets Reaction in Europe. *Global Journal of Flexible Systems Management* (September 2023) 24(3):395-407.
- Hanaysha, Jalal Rajeh. An Examination of The Factors Affecting Consumer's Purchase Decision in The Malaysian Retail Market. *Emerald Insight*. 12 April 2018.
- Investing.com. Diakses pada tanggal Diakses pada 30/06/24. URL: <https://id.investing.com>

Pratiwi, Fadhila Inas., Syarafi, M. Aryo Rasil., Nauvarian, Demas. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Volume 26, Issue 2, November 2022.

United Nation. Diakses pada tanggal Diakses pada 30/06/24. URL:
<https://news.un.org/en/story/2023/10/1142932>

Suryana, Nanang dan Anggadini, Sri Dewi. 2020. International Journal of Science, Technology and Management. ISSN: 2722-4015.

Sivaramakrishan, Sreeram., Rastogi, Anupam. Attitudinal Factors, Financial Literacy, and Stock Market Participation. International Journal of Bank Marketing, July 2017.