

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Agama menjadi hal yang sangat penting bagi kehidupan manusia, karena agama mengacu pada hubungan manusia dengan tuhan. Di Indonesia sendiri agama memegang peranan penting bagi kehidupan bermasyarakat dan pada kenyataannya agama juga menjadi aspek penting dalam kehidupan politik dan ekonomi. Indonesia menjadi salah satu negara politik yang dimana memiliki berbagai suku, budaya dan juga agama. Tercatat sebanyak 6 agama yang ada di Indonesia, yaitu : Islam, Kristen, Katolik, Hindu, Budha, dan Konghucu. Agama Islam menjadi agama mayoritas penduduk Indonesia, yakni tercatat sekitar 86,7% dari 267.670.543 penduduk Indonesia adalah pemeluk Islam. Jadi Indonesia merupakan wilayah dengan penduduk Islam terbanyak di dunia (Wikipedia, 2021a).

Beberapa waktu lalu terjadi kontroversi agama yang memanas di Prancis, diawali dengan tindakan dari seorang guru bernama Samuel Paty menggunakan kartun terbitan Charlie Hebdo tahun 2015 untuk mengajar. Tindakan tersebut menuai protes keras dari komunitas umat Islam dan Paty terbunuh dengan kepala yang dipenggal. Namun tokoh penting negara Prancis, Emmanuel Macron menilai kartun ataupun karikatur yang bergambarkan nabi Muhammad pada Majalah Charlie Hebdo merupakan kebebasan masyarakatnya untuk berpendapat dan berhak didapatkan oleh semua orang yang tinggal di negara Prancis (Rasni, 2020).

Politik juga menjadi hal yang sangat penting dalam kemajuan suatu negara, dimana efek dari politik juga berdampak langsung terhadap citra dari negara tersebut. Bukan hanya seperti apa politik itu berjalan tetapi hal seperti bagaimana sikap seorang pemimpin memberikan argumennya juga akan sangat memiliki pengaruh. Argumen yang buruk akan memberikan dampak negatif terhadap hal yang berkaitan dengan negara tersebut, salah satunya adalah

menurunnya penjualan produk yang berasal dari negara yang bersangkutan oleh masyarakat yang menilai buruk citra dari negara tersebut.

Dari ungkapan presiden Emmanuel Macron itu menimbulkan beberapa demonstrasi yang dilakukan oleh minoritas umat Islam di berbagai negara sebagai bentuk protes ketidakpuasan terhadap ungkapan Presiden Emmanuel Macron. Bentuk protes tersebut dilayangkan mulai dari berdemonstrasi di jalanan hingga membuat *campaign* yang bertuliskan seruan boikot produk Prancis di berbagai sosial media guna menjatuhkan produk dari negara tersebut. Selain itu, cara tersebut diharapkan memberikan efek jera kepada oknum-oknum yang telah menjatuhkan agama Islam, agar segera meminta maaf kepada umat Islam di seluruh dunia.

Presiden Indonesia, Joko Widodo ikut mengecam keras pernyataan dari Presiden Prancis Emmanuel Macron yang menghina agama Islam dan telah melukai perasaan umat Islam di seluruh dunia. Menurutnya pernyataan dari Emmanuel Macron dapat memecah belah persatuan umat beragama yang di dunia. Jokowi melanjutkan, kebebasan berekspresi yang mencederai kehormatan, kesucian, serta kesakralan nilai-nilai dan simbol agama sama sekali tidak bisa di benarkan dan harus dihentikan. Mengaitkan agama dengan tindakan seperti terorisme adalah sebuah kesalahan besar, dan terorisme tidak ada hubungannya dengan agama apapun (Dian, 2020).

Kecaman keras ternyata terus dilakukan oleh umat Islam yang ada di Dunia. Bagi sebagian orang agama menjadi sesuatu yang perlu untuk di perjuangkan, hal tersebut dikaitkan dengan tolak ukur keimanan dan ketaqwaan dari seseorang. Salah satunya adalah dengan sikap mencintai hal yang berhubungan dengan agama. Bahkan seseorang rela untuk melakukan perotes jika dirasa hal tersebut sudah menyimpang dari ajaran ataupun dianggap sudah melecehkan dari apa yang mereka yakini.

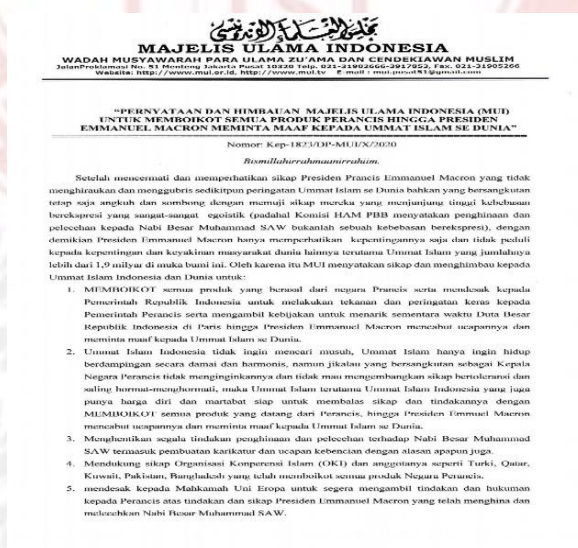
Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2021), *boycotts* adalah tindakan bersekongkol untuk menolak bekerja sama baik dalam urusan dagang, perundingan, dan lain sebagainya. Atau bisa diartikan sebuah tindakan pengucilan

dalam berbagai bidang seperti pekerjaan, ekonomi, politik atau sosial, yang dilakukan dengan terorganisir, biasanya boikot dilakukan sebagai bentuk protes terhadap sesuatu yang salah dan dianggap sebagai sesuatu ketidakadilan sehingga diperlukan tindakan secara kolektif dan masif untuk mengubahnya.

Indonesia menjadi salah satu negara yang juga mencekam keras adanya penjualan produk dengan brand dari negara Prancis. Majelis Ulama Indonesia beberapa waktu lalu mengutarakan pendapatnya agar masyarakat ikut memboikot produk yang berasal dari Prancis serta mendesak kepada Pemerintah Republik Indonesia untuk melakukan tekanan dan peringatan keras kepada Pemerintahan Prancis serta mengambil kebijakan untuk menarik sementara waktu Duta Besar Republik Indonesia di Paris hingga presiden Emmanuel Macron meminta maaf kepada umat Islam seluruh Dunia. Bukan hanya itu, seruan yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia di tunjukkan juga dengan membuat surat edaran pernyataan yang menyebut beberapa pihak untuk turut membantu dalam proses memboikot produk Prancis (Tim Detik.com, 2020).

Gambar 1.

### Pernyataan dan himbauan MUI terkait boikot



Sumber : <https://jurnalislam.com/resmi-mui-seruan-boikot-seluruh-produk-prancis-di-indonesia/>

Adapun daftar produk Prancis di Indonesia diantaranya ada pesawat terbang dan komponennya yang memiliki total impor terbesar yaitu 45%, produk kecantikan seperti L'Oréal hingga Garnier, produk makanan seperti naungan Danone (Aqua, SGM dan Vit) serta Kraft dan makanan ringan lainnya, otomotif seperti Renault dan Peugeot, energi seperti Total dan Elf, dan barang mewah seperti Louis Vuitton, Chanel, Hermes, Yves Saint Laurent, Lacoste dan Pierre Cardin (Fajria, 2020).

**Gambar 2.**

### **Contoh Pemboikotan produk Prancis pada Media Tiktok**



Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZScTGs8W/>

Boikot kini juga menjadi senjata utama bagi para konsumen untuk meluapkan emosionalnya. Tetapi akibat dari boikot ini menyebabkan perusahaan akan mengalami kerugian yang cukup besar, dan mungkin saja bisa terjadi hal yang lebih parah seperti kebangkrutan. Karena pada kenyataannya tujuan dari boikot sendiri adalah untuk melindungi kesejahteraan ekonomi dan sosial daripada konsumen, yang percaya bahwa mereka sedang ditantang oleh praktik organisasi, kasus pemboikotan membujuk organisasi untuk bertindak lebih etis atau bertanggung jawab dalam praktik pemasaran, kebijakan strategis, dan tindakannya (Muhamad et al., 2019). Selain itu akibat yang terjadi pada pemboikotan produk akan berdampak terhadap penilaian produk oleh pelanggan, citra merk dan juga loyalitas.

Penilaian sebuah produk sendiri mencakup kebenaran, keaslian, manfaat dan keindahan dari suatu barang yang di produksi dengan tanpa adanya sebuah permasalahan internal maupun eksternal yang terjadi dalam suatu perusahaan. Penilaian produk juga berbasis pada pengamatan terhadap kualitas keterampilan dalam menghasilkan sebuah produk dan pengamatan terhadap kualitas itu sendiri menjadikan produk tersebut bisa dikenal dan dikonsumsi oleh masyarakat umum. Jadi faktor penilaian produk tersebut tidak dapat terpisahkan karena faktor tersebut saling berhubungan guna mempengaruhi penilaian sebuah produk yang diproduksi asal oleh negara Prancis dan sekarang mengalami pemboikotan oleh beberapa masyarakat Islam di berbagai negara.

Penilaian produk yang bagus akan berdampak pada citra yang positif akan sebuah merk. Konsumen akan cenderung memutuskan untuk melakukan pembelian suatu produk ketika telah mengetahui citra dari produk tersebut baik. Terlebih saat ini Konsumen sangat selektif dalam memilih sebuah produk, sampai pada akhirnya mereka melakukan keputusan untuk membeli produk tersebut. Sebagaimana kita ketahui bahwa produk yang ditawarkan sangat beraneka ragam sesuai dengan tren saat ini. Konsumen akan memilih sebuah produk selain yang memiliki kualitas yang baik juga mereka akan memilih sebuah merk yang cukup terkenal atau mempunyai citra merk. Citra merk memperlihatkan persepsi yang akurat dari suatu merk. Dengan menciptakan citra merk dari suatu produk tentu akan sangat berguna bagi para konsumen, karena pada akhirnya citra merk akan sangat memengaruhi persepsi konsumen dan penilaian konsumen terhadap alternatif merk yang dihadapinya (Nurochani & Mulyana, 2017).

Penilaian dari merk bukan hanya di lihat dari perusahaan pembuat produk, namun juga dari negara asal produk tersebut dibuat. Bilamana negara asal tersebut memiliki konflik dengan negara lain baik tentang agama ataupun politik, sangat besar kemungkinan akan membuat citra merk dari perusahaan tersebut akan mengalami penurunan yang berdampak langsung pada pembelian bahkan loyalitas dari pelanggan akan produk tersebut.

Menurut Damayanti 2015 dalam (Rusandy, 2018) menyatakan loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) dapat didefinisikan sebagai respon yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari keberlanjutan relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Dimana tingkat konsisten yang dilakukan oleh konsumen dalam pembelian suatu produk juga menjadi tujuan daripada perusahaan pemasar dari produk tersebut.

Loyalitas menjadi hal sangat penting bagi perusahaan. Dengan adanya sebuah kontroversi yang terjadi di negara Prancis bisa saja mengakibatkan pemboikotan produk Prancis di bagian negara mayoritas orang Islam. Lebih buruknya lagi, beberapa pelanggan muslim yang memiliki loyalitas sebelumnya pada sebuah merk akan berfikir ulang untuk mengkonsumsi produk jika produk tersebut bertentangan dengan apa yang mereka yakini atau merusak kepercayaan daripada konsumen. Bahkan bisa saja konsumen yang sebelumnya memiliki loyalitas tinggi pada suatu merk akan dapat memiliki niat memboikot dalam dirinya, bila dirasa itu sangat merendahkan agama yang di anutnya.

Menteri Bidang Politik, Hukum dan Keamanan (Menko Polhukam) Mahfud MD juga ikut memberikan pendapat bahwa negara Islam seperti Indonesia pada dasarnya memiliki sebuah makna dengan konotasi formal dimana beliau mencontohkan sebuah negara Islam mempunyai sistem hukum yang diharuskan menganut ajaran-ajaran Islam. Begitu juga dengan aturan-aturan yang dijalankan di dalam sebuah negara yang menganut paham Islam. Lebih lanjut, Menteri Bidang Politik Hukum dan Keamanan juga berpendapat jika negara seperti Indonesia lebih cocok disebut dengan negara Islami daripada negara Islam (Nasrudin, 2020).

Indonesia yang merupakan salah satu negara dengan penduduk mayoritas beragama Islam nyatanya memiliki beragam kearifan lokal dalam segi keagamaan. Hingga saat ini ada sekitar 29 organisasi Islam yang ada di Indonesia (Wikipedia, 2021). Selain itu, masyarakat Islam di Indonesia juga cenderung mengikuti kegiatan-kegiatan islami lainnya, seperti kegiatan majlis taklim. Majlis taklim adalah suatu tempat pengajaran mengenai pendidikan akan agama Islam

yang bisa dilakukan kapanpun dan di manapun. Majelis taklim sendiri merupakan ciri khas dari Islam Nusantara dimana kegiatan ini merupakan kegiatan tidak formal dan tidak mengikat masyarakat untuk bergabung. Menurut zulfa dalam (Nasrul, 2014), fungsi daripada majlis taklim adalah untuk berdakwah dan juga pendidikan.

Gresik merupakan salah satu kota Islam yang ada di Jawa Timur. Sesuai dengan julukannya yakni Gresik kota santri dimana dibuktikan dengan adanya dua makam wali songo yaitu Sunan Giri dan Syekh Maulana Malik Ibrahim yang banyak dikunjungi oleh masyarakat Islam dari berbagai wilayah. Dari makam-makam tersebut dapat disimpulkan bahwa penyebaran Islam di wilayah Gresik sangatlah pesat. Tercatat sekitar 1.276.373 pada 18 kecamatan di kabupaten Gresik beragama Islam (BPS, 2020).

Ketika mengunjungi Kabupaten Gresik, akan di suguhkan dengan keindahan alun-alun kota Gresik yang bernuansa Islami. Hal tersebut memperkuat identitas kota Gresik sebagai kota santri. Di beberapa wilayah kabupaten Gresik juga banyak terdapat pondok pesantren dengan kekhasan tentang tradisi Islam yang kental. Jumlah dari pondok pesantren di Gresik sebanyak 140 bangunan (BPS, 2020). Selain itu, jumlah tempat ibadah umat Islam di Kabupaten Gresik seperti masjid dan juga langgar mudah untuk ditemui. Dalam satu desa bahkan biasanya terdapat 1-2 masjid. Pada tahun 2020 tercatat sekitar 1.134 masjid dan 3.212 langgar yang ada pada 18 kecamatan di Kabupaten Gresik (BPS, 2020).

Isu seperti boikot yang sempat mencuat beberapa waktu lalu bisa saja merubah pemikiran masyarakat Indonesia khususnya masyarakat Kabupaten Gresik dalam menilai produk, hingga memutuskan untuk tetap loyal akan brand dari negara Prancis tersebut atau memilih meninggalkan *brand* tersebut dan beralih pada kompetitor lain. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut lebih dalam dengan judul "**ANALISIS PENGARUH PELANGGAN YANG TERMOTIVASI AGAMA TERHADAP NIAT MEMBOIKOT PADA PENILAIAN PRODUK, CITRA MERK DAN LOYALITAS**".

Penelitian ini mengacu pada jurnal utama dengan judul *The Impact of Religiously Motivated Customer Boycotts to Product Judgment, Brand Image and Loyalty* yang ditulis oleh Farhan Mirza, Sarfraz Ashraf, Hafiz Badar Jahangir pada November tahun 2020. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa studi berkaitan dengan dampak dari boikot konsumen yang bermotivasi keagamaan atas penilaian produk, citra merek dan loyalitas. Hasil dari penelitian tersebut permusuhan beragama berpengaruh terhadap boikot produk tetapi tidak berpengaruh terhadap penilaian akan produk. Etnosentrisme konsumen berpengaruh terhadap partisipasi boikot dan juga loyalitas. Kemanjuran konsumen tidak secara signifikan mempengaruhi partisipasi boikot. Partisipasi boikot juga tidak mempengaruhi citra merk dan penilaian produk. Selain itu, pada penelitian tersebut menemukan dampak optimis yang substansial dari citra merek terhadap merek, citra merek berpengaruh terhadap loyalitas, dan citra merk juga mempengaruhi penilaian produk.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah motivasi agama berpengaruh terhadap niat memboikot produk Prancis di Kabupaten Gresik?
2. Apakah niat memboikot berpengaruh terhadap penilaian produk Prancis di Kabupaten Gresik?
3. Apakah niat memboikot berpengaruh terhadap citra merk produk Prancis di Kabupaten Gresik?
4. Apakah niat memboikot berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan produk Prancis di Kabupaten Gresik?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat disimpulkan tujuan penelitian sebagai berikut:



1. Untuk mendapatkan hasil ada atau tidaknya pengaruh motivasi agama terhadap niat memboikot produk Prancis di Kabupaten Gresik.
2. Untuk mendapatkan hasil ada atau tidaknya pengaruh niat memboikot terhadap penilaian produk Prancis di Kabupaten Gresik.
3. Untuk mendapatkan hasil ada atau tidaknya pengaruh niat memboikot terhadap citra merk produk Prancis di Kabupaten Gresik.
4. Untuk mendapatkan hasil ada atau tidaknya pengaruh niat memboikot terhadap loyalitas pelanggan produk Prancis di Kabupaten Gresik.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak :

1. Bagi Penulis: Penelitian ini dapat memberikan kesempatan bagi penulis untuk menuangkan ilmunya selama di bangku kuliah.
2. Bagi Produsen dan Distributor : Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.
3. Bagi Pihak lain : Diharapkan hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian setelahnya.

#### **1.5. Batasan Penelitian**

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, agar lebih berfokus maka penulis membatasi penelitian ini. Adapun batasan penelitian ini hanya pada konsumen Islam pengguna produk Prancis kebutuhan sehari-hari di Kabupaten Gresik.