

## ANALISIS DAMPAK FATWA MUI NO 83 TAHUN 2023 TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN STUDI PADA ASN DI PEMERINTAHAN PROVINSI LAMPUNG

Siti Nurhaliza<sup>1</sup>, Ulil Albab<sup>2</sup>, Heri Sutopo<sup>3</sup>

<sup>123</sup> Universitas Muhammadiyah Bandar Lampung

Email: [sitinurhalizza040@gmail.com](mailto:sitinurhalizza040@gmail.com)<sup>1</sup>, [ulilalbab1987@gmail.com](mailto:ulilalbab1987@gmail.com)<sup>2</sup>, [herisutopo04@gmail.com](mailto:herisutopo04@gmail.com)<sup>3</sup>

### ABSTRACT

*Fatwa of the Indonesian Ulema Council (MUI) Number 83 of 2023 which states that defending Israeli aggression against Palestine is haram, triggered a significant reaction among Indonesian society, especially ASN within the Lampung Provincial Government. This research aims to examine the impact of MUI Fatwa Number 83 of 2023 concerning Interest in Purchasing ASN (State Civil Apparatus) within the Lampung Provincial Government on products from companies involved in illegal activities in Palestine. This research applies qualitative methods through in-depth interview techniques to obtain data from ASN who work in the Lampung Provincial Government Office and its surroundings as respondents. The research results show a significant change in ASN buying interest, where the majority of respondents began to avoid products affiliated with companies involved in illegal activities and looked for alternatives that were in accordance with their religious principles. This change has an impact on reducing ASN's buying interest in affiliated products, as well as fulfilling ASN's compliance with the Fatwa issued by the MUI. However, some respondents still have difficulty finding alternative products that are equivalent in terms of quality and price, so this research highlights that a full transition to alternative products may require more time and effort.*

**Keywords:** MUI Fatwa Number 83 of 2023, Interest in Buying ASN, Illegal Activities, Alternative Products

### I. PENDAHULUAN

Konflik Israel-Palestina adalah salah satu perselisihan paling kompleks dan berkepanjangan dalam sejarah modern, dengan akar permasalahan yang melibatkan pertentangan politik, agama, dan nasionalisme.(Anne Margareth et al., 2024). Sejak pertengahan abad ke-20, ketegangan ini telah memicu serangkaian perang dan kekerasan yang merugikan rakyat Palestina, menyebabkan penderitaan berat bagi jutaan warga sipil, termasuk melibatkan anak-anak yang sering kali menjadi sasaran utama dari operasi militer Israel.(Kaslam, 2024) Dalam konteks ini, MUI mengemukakan Fatwa Nomor 83 Tahun 2023 sebagai perintah yang tegas, bukan sekadar himbauan, untuk mengarahkan umat Islam dalam merespons konflik tersebut. Fatwa ini menetapkan bahwa memberikan dukungan kepada agresi Israel terhadap Palestina adalah haram, sementara membantu perjuangan kemerdekaan Palestina adalah suatu kewajiban. Dalam fatwa ini, MUI menginstruksikan umat Islam untuk berpartisipasi dalam mendukung Palestina melalui zakat, infak, sedekah, penggalangan dana kemanusiaan, doa, serta menghindari transaksi dengan produk yang terkait oleh Israel dan yang mendukung penjajahan serta paham Zionisme.(Humas BAZNAS RI, 2024)

Sebagai negara sesama Muslim, Indonesia memiliki rasa simpati dan dukungan yang mendalam terhadap rakyat Palestina. Ikatan agama berperan penting dalam hal ini karena sebagian besar penduduk Indonesia yang beragama Islam merasa memiliki *solidaritas spiritual* yang kuat terhadap perjuangan Palestina. Rasa solidaritas ini memperkuat komitmen mereka untuk mendukung bantuan kemanusiaan dan keadilan bagi rakyat Palestina.(Ananda Delia, 2024)

Dalam upayanya untuk mendukung rakyat Palestina, Indonesia telah melakukan berbagai langkah signifikan, termasuk kampanye solidaritas, penggalangan dana, dan acara-acara untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang situasi di wilayah konflik (Dewi Suratiningsih dan Dea Puspita, 2020). Pemerintah Indonesia juga rutin mengirimkan bantuan kemanusiaan berupa

makanan, obat-obatan, dan perlengkapan dasar melalui berbagai lembaga kemanusiaan. (Kementerian Kesehatan RI Biro Komunikasi dan Pelayanan Publik, 2024). Di samping itu, Indonesia aktif dalam diplomasi internasional di forum-forum seperti Perserikatan Bangsa-Bangsa dan Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) untuk mengadvokasi hak-hak Palestina dan mendorong penyelesaian damai yang adil. (Prihandono Wibowo et al., 2024).

Sebagai bagian dari upaya solidaritas tersebut, aksi yang dilakukan saat ini oleh gerakan pendukung Palestina di Indonesia adalah pemboikotan terhadap produk-produk dari perusahaan yang terlibat dalam aktivitas ilegal di wilayah pendudukan Palestina. (Sugandi & Anggraini, 2024). Tindakan ini didasarkan pada Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 83 Tahun 2023, yang menyatakan bahwa mendukung agresi Israel terhadap Palestina adalah haram (Azharun N, 2023). MUI, sebagai lembaga yang berperan penting dalam penerapan prinsip-prinsip Islam di Indonesia, memberikan panduan hukum Islam yang memandu konsumsi produk-produk yang sesuai dengan ajaran agama.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) sendiri adalah lembaga independen yang didirikan pada tahun 1975, (Subekty Wibowo dan Saiful Bachri Hermanu Joebagio, 2018). berfungsi sebagai badan konsultatif dan penasihat dalam masalah-masalah yang berkaitan dengan ajaran Islam di Indonesia. MUI terdiri dari ulama, cendekiawan, dan tokoh-tokoh Islam dari berbagai organisasi di seluruh Indonesia (Slamet Suhartono, (2011). Selain mengeluarkan fatwa-fatwa penting seperti Fatwa MUI Nomor 14 Tahun 2020 mengenai Penyelenggaraan Ibadah Saat Kondisi Wabah Covid-19, (Ahmad Mukri Aji dan Diana Mutia Habibaty, 2020). MUI juga mengandalkan ijma' ulama sebagai salah satu sumber hukum untuk memberikan panduan dalam isu-isu kontemporer. (Abdad, 2019)

Ijma' ulama merupakan kesepakatan para ahli hukum Islam pada suatu masa mengenai masalah hukum atau prinsip-prinsip agama. Ijma' berfungsi untuk memberikan panduan yang jelas dan konsisten dalam menghadapi isu-isu yang tidak ditetapkan secara rinci dalam Al-Qur'an atau Hadis. (Sitompul, 2024) Dalam konteks Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023, ijma' ulama memberikan dukungan terhadap pemboikotan produk-produk dari perusahaan-perusahaan yang dianggap terlibat dalam aktivitas ilegal di Palestina. (Al-Ghazy, 2024)

Pemboikotan ini melibatkan berbagai produk dari sektor makanan, minuman, perawatan pribadi, dan kesehatan. Merek-merek besar yang menjadi sasaran pemboikotan ini meliputi McDonald's, KFC, Coca-Cola, Unilever, dan Johnson & Johnson. Sebelum fatwa ini dikeluarkan, produk-produk tersebut merupakan bagian penting dari konsumsi sehari-hari di Indonesia. Selain itu, barang-barang dari Unilever, seperti sabun mandi, sampo, pasta gigi, mi instan, dan saus sambal ABC, serta perlengkapan medis dan obat-obatan dari Johnson & Johnson, juga banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia (Riyanti & Fauzatul Laily Nisa, 2023).

Setelah diumumkannya fatwa pemboikotan, masyarakat didorong untuk menghindari produk-produk tersebut sebagai bentuk dukungan terhadap prinsip-prinsip kemanusiaan dan solidaritas terhadap Palestina. Tujuan utama dari pemboikotan ini adalah untuk mendorong konsumen agar lebih selektif dalam memilih produk dan untuk menekan perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam aktivitas yang dianggap melanggar prinsip kemanusiaan. (Thoyyibah et al., 2023)

Namun ternyata fatwa tersebut telah memicu berbagai tanggapan di kalangan masyarakat. Di satu sisi, banyak individu dan kelompok yang menyambut baik fatwa ini dan mendukung langkah pemboikotan sebagai wujud solidaritas terhadap Palestina serta upaya untuk mendukung prinsip-prinsip kemanusiaan. Mereka percaya bahwa tindakan ini penting untuk menekan perusahaan-perusahaan yang dianggap berkontribusi pada konflik tersebut. (Yasir et al., 2024)

Di sisi lain, terdapat pula yang menolak fatwa ini, menganggap jika pemboikotan bisa berdampak negatif pada ekonomi lokal dan mengganggu pola konsumsi sehari-hari mereka. Kelompok-kelompok ini khawatir bahwa pemboikotan akan mempengaruhi pekerjaan dan

mengakibatkan ketidaknyamanan dalam hidup sehari-hari, terutama mengingat ketergantungan pada produk-produk dari merek-merek besar seperti McDonald's, KFC, dan Unilever. Perbedaan pandangan ini mencerminkan kompleksitas dan dampak luas dari fatwa tersebut dalam konteks sosial dan ekonomi masyarakat Indonesia. (Karim et al., 2024)

Maka dari itu dukungan dari tokoh agama memainkan peran penting dalam memperkuat kesadaran dan kepatuhan masyarakat terhadap fatwa MUI. Ustad Abdul Somad, misalnya, secara terbuka mendukung gerakan pemboikotan ini dan mengajak umat Islam untuk mengikuti fatwa tersebut. Melalui ceramah, khutbah, dan media sosial, para ustad menyebarluaskan informasi tentang fatwa MUI dan pentingnya mengikuti petunjuk tersebut. (Adi Mirsan, 2023) Dukungan ini dapat membantu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai alasan di balik pemboikotan dan mendorong mereka untuk mengambil tindakan sesuai dengan prinsip-prinsip agama.

Aparatur Sipil Negara (ASN) adalah pegawai pemerintah di Indonesia yang memiliki peran penting dalam melaksanakan kebijakan publik. Keberadaan Fatwa MUI, khususnya Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023, tentunya memberikan dampak signifikan terhadap minat beli ASN terhadap produk-produk yang ada di pasaran. Sebagai pegawai pemerintah, ASN tidak hanya berperan dalam memastikan bahwa kebijakan-kebijakan publik dijalankan dengan baik, tetapi mereka juga diharapkan mematuhi aturan-aturan, terutama dalam hal konsumsi dan transaksi ekonomi. (Faruq et al., 2024) Oleh karena itu, munculnya fatwa syariah dari MUI dapat memengaruhi pola konsumsi ASN, karena mereka dituntut untuk menjadi teladan bagi masyarakat dalam hal kepatuhan terhadap regulasi dan nilai-nilai agama. (Masyithah et al., n.d.) Untuk ASN muslim kebijakan ini tentu secara langsung sejalan dengan keyakinan mereka, akan tetapi bagi non muslim fatwa ini mungkin tidak relevan secara langsung, tetapi tetap dapat menciptakan diskusi di tempat kerja terkait kebijakan konsumsi dan etika syariah. (Albab & Mawardi, n.d.)

Penelitian terdahulu telah mengkaji berbagai aspek mengenai dampak Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023. Dalam artikel jurnal berjudul "Respons Investor terhadap Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023: Analisis Abnormal Return dan Aktivitas Volume Perdagangan", penulis menggunakan metode *event study* untuk menganalisis perubahan abnormal return dan aktivitas volume perdagangan (TVA) saham perusahaan yang terafiliasi dengan Israel sebelum dan sesudah pengeluan fatwa. Temuan mereka mengungkapkan bahwa meskipun fatwa dan ketegangan geopolitik meningkatkan tingkat ketidakpastian, tidak ditemukan perbedaan signifikan pada abnormal return dan TVA. Hal ini mengindikasikan bahwa investor tetap menunjukkan minat yang tinggi terhadap pasar saham, menunjukkan ketahanan pasar terhadap sentimen negatif yang dipicu oleh fatwa dan pemboikotan. (Jihan et al., 2023) Penelitian ini memberikan perspektif makroekonomi, menilai bagaimana pasar saham bereaksi terhadap fatwa dan sentimen anti-Israel secara lebih luas, menunjukkan ketahanan pasar terhadap ketidakpastian geopolitik.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Khotimatul Husna dan rekan-rekannya mengkaji dampak pemboikotan produk-produk pro-Israel pada warung rumahan di Kota Banjarmasin. Dengan menerapkan metode kualitatif melalui teknik wawancara dan observasi, studi ini mengungkapkan bahwa pemboikotan telah menyebabkan penurunan penjualan yang signifikan dan kerugian bagi warung yang menjual produk-produk tersebut. Beberapa pemilik warung berupaya memberikan produk secara gratis atau terus menjualnya agar modal kembali, serta beralih ke produk alternatif yang tidak terlibat dalam pemboikotan. (Husna et al., 2023). Penelitian ini fokus pada dampak mikroekonomi, yaitu pada usaha kecil, dan memberikan wawasan tentang bagaimana kebijakan pemboikotan secara langsung mempengaruhi bisnis lokal dan perilaku konsumen dalam skala yang lebih kecil.

Perbedaan antara jurnal terdahulu dan jurnal penelitian ini terletak pada fokus, metode, dan unit analisis yang diterapkan. Penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Fitriaty, menilai

dampak fatwa terhadap pasar saham dengan metode *event study*, dan studi oleh Husna yang mengevaluasi dampak pemboikotan pada penjualan warung rumahan melalui wawancara dan observasi, memberikan perspektif makroekonomi dan mikroekonomi terkait kebijakan tersebut. Sedangkan, penelitian ini berfokus pada dampak Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 terhadap minat beli pegawai negeri sipil, menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam untuk mengeksplorasi perubahan minat beli ASN di Pemerintahan Provinsi Lampung.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami seberapa besar pengaruh fatwa MUI No 83 Tahun 2023 terhadap minat beli produk yang terkait pada perusahaan yang terlibat dalam aktivitas ilegal di Palestina. Sementara penelitian terdahulu menunjukkan ketahanan pasar saham dan kerugian bagi usaha kecil, penelitian ini mengungkap perubahan signifikan dalam minat beli pegawai negeri sipil serta kepercayaan masyarakat terhadap fatwa yang dikeluarkan oleh MUI, menawarkan wawasan baru tentang dampak fatwa dalam konteks minat beli masyarakat yang lebih spesifik. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis sangat berminat untuk melakukan penelitian yang berjudul “Dampak Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 Terhadap Minat Beli ASN di Pemerintahan Provinsi Lampung”

## II. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Sugiyono menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk menganalisis objek dalam konteks alami, di mana peneliti berfungsi sebagai instrumen utama. Dalam metode ini, teknik pengumpulan data menerapkan triangulasi, yaitu penggabungan berbagai sumber data, dan analisis data dilakukan secara induktif atau kualitatif. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada pemahaman makna ketimbang generalisasi. (Citra Febriyanti et al., 2024)

Metode kualitatif digunakan untuk memperoleh data yang mendalam dan bermakna, yaitu informasi yang mencerminkan realitas di lapangan. (Murdiyanto, 2020) Dalam penelitian ini, pendekatan wawancara mendalam diterapkan untuk menggali perspektif dan pengalaman individu secara detail. Melalui wawancara, peneliti dapat memperoleh informasi langsung dari responden (Wekke, 2020). Sedangkan data sekunder adalah sumber informasi tambahan yang digunakan oleh peneliti untuk memperkuat data primer. Penelitian ini menggunakan buku, artikel, dan sumber lainnya yang dapat mendukung informasi yang diperoleh dari data primer menggunakan pendekatan wawancara tersebut (Izzati et al., 2024).

Lokasi penelitian ini di 5 tempat berbeda yang berada di satu wilayah Kantor Pemerintahan Provinsi Lampung, lokasi penelitian tersebut antara lain: Kantor Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Lampung, Kantor Bahasa Provinsi Lampung, Kantor Dinas Pekerjaan umum dan Penataan Ruang Provinsi Lampung, Kantor Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Lampung, Kantor Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Lampung.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari penelitian yang telah dilakukan, didapat jumlah responden sebanyak 25 orang dengan pembagian 5 per kantor/tempat. Dikarenakan penelitian ini tidak menjurus ke latarbelakang suku/agama seseorang, pengambilan responden ditentukan secara acak namun menghasilkan jumlah dengan latarbelakang muslim sebanyak 22 orang dan 3 non-muslim. Jenis kelamin responden dalam penelitian ini adalah 17 belas wanita dan 8 laki-laki. Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana keputusan Fatwa MUI mempengaruhi minat beli ASN, perubahan dalam pilihan produk, kepatuhan terhadap Fatwa yang dikeluarkan oleh MUI, serta alasan di balik tetap digunakannya beberapa produk terafiliasi oleh sebagian responden. Hasil tersebut sebagai berikut :

### **Dampak Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 Terhadap Minat Beli ASN**

Dari penelitian yang telah dilakukan peneliti menyimpulkan bahwa terdapat dampak-dampak yang signifikan terhadap berlakunya Fatma MUI no. 83 Tahun 2023 terhadap minat beli konsumen, dampak tersebut antara lain:

a. Penurunan Minat Beli terhadap Produk Terkait

Pada penelitian yang telah dilakukan dengan 25 responden, sebanyak 80% responden (20 dari total keseluruhan responden) melaporkan bahwa mereka mulai menjauh dari produk-produk yang diproduksi oleh perusahaan yang terlibat dalam aktivitas ilegal di Palestina. Hal ini menunjukkan adanya perubahan yang nyata dalam cara mereka berbelanja. Sebelumnya, responden tidak terlalu memperhatikan asal-usul produk yang di beli, tetapi sekarang mereka lebih selektif. Penurunan minat beli ini mencerminkan kesadaran yang lebih tinggi akan implikasi moral dari pilihan konsumsi responden. Sedangkan sisanya memilih untuk mempertahankan pilihannya dan tidak mepedulikan perbedaan produk.

b. Kepatuhan terhadap Fatwa dalam Melakukan Belanja

Dampak Fatwa MUI tampak jelas dalam bentuk kepatuhan ASN terhadap petunjuk yang diberikan. Dalam penelitian ini 20 dari 25 responden merasa bahwa mereka memiliki tanggung jawab yang lebih besar dalam memilih produk yang tidak hanya bermanfaat secara praktis, tetapi juga sejalan dengan nilai-nilai keyakinan mereka. Ini menunjukkan bahwa Fatwa MUI telah berfungsi sebagai panduan moral yang kuat, membantu ASN membuat keputusan yang lebih terarah dalam hal konsumsi. Selebihnya 3 diantara 5 orang yang tidak mematuhi Fatwa menganggap aturan tersebut tidak ada hubungannya dengan keyakinan mereka sehingga mengabaikan aturan tersebut.

c. Pencarian Produk Alternatif

ASN kini lebih aktif dalam mencari produk yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga sesuai dengan prinsip-prinsip agama yang dianut. Mereka berusaha menemukan alternatif yang dianggap lebih etis dan tidak terlibat dalam kegiatan yang melanggar norma-norma sosial atau agama. Proses pencarian ini mencakup penelitian tentang merek, sumber bahan baku, serta kebijakan perusahaan. Dengan cara ini, ASN ingin memastikan bahwa pilihan mereka mendukung nilai-nilai yang mereka percayai. Namun beberapa di antara mereka mengalami kesulitan dalam menemukan alternatif yang memiliki kualitas dan harga yang sebanding. Sehingga 4 dari 25 responden masih menggunakan produk yang dilarang. Tantangan ini mungkin disebabkan oleh kurangnya informasi tentang produk alternatif yang memenuhi kriteria tersebut, atau mungkin juga karena produk yang diinginkan belum tersedia di pasar. Kesulitan ini menciptakan hambatan dalam transisi ke pola konsumsi yang lebih bertanggung jawab.

d. Perubahan Sikap Konsumen

Fatwa MUI telah memicu perubahan dalam sikap 20 responden ASN terhadap konsumsi. Mereka kini lebih cenderung mempertimbangkan aspek etika dan tanggung jawab sosial ketika membuat keputusan pembelian. Perubahan sikap ini mengarah pada kesadaran bahwa pilihan konsumsi mereka dapat memiliki dampak yang lebih luas, baik secara sosial maupun lingkungan. Dengan demikian, mereka tidak hanya berfokus pada kebutuhan pribadi tetapi juga pada dampak kolektif dari pilihan mereka.

### **Pengetahuan ASN Terhadap Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 dan Produk Terkait**

Berdasarkan hasil wawancara, seluruh responden menyatakan bahwa mereka telah mengetahui tentang Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023. Informasi mengenai fatwa ini diperoleh melalui berbagai sumber, termasuk media massa, media sosial, dan pengumuman resmi dari MUI. Hal ini menunjukkan tingkat kesadaran yang tinggi di kalangan ASN terhadap fatwa tersebut. Selanjutnya,

ketika ditanya tentang pengetahuan mereka mengenai produk-produk yang terafiliasi dengan perusahaan Israel, semua responden menyatakan bahwa mereka mengetahui produk-produk tersebut. Mereka mengidentifikasi berbagai jenis produk yang biasa digunakan sehari-hari, termasuk bumbu dapur, perawatan kulit, serta makanan dan minuman dari restoran cepat saji. Beberapa contoh produk yang disebutkan adalah bumbu dari merek Royco, Kecap Bango, Pasta gigi dari Pepsodent, Colgate, dan Closeup (Unilever), serta makanan dari McDonald's, KFC, Pizza Hut, Burger King dan Starbucks. Kesadaran ini mencerminkan perhatian responden terhadap dampak dari afiliasi produk yang mereka konsumsi.

### **Sebelum Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 Dikeluarkan**

Sebelum Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 dikeluarkan, ASN di Pemerintahan Provinsi Lampung secara umum tidak mengalami masalah dengan produk-produk yang terafiliasi dengan Israel. Produk-produk ini telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari mereka, digunakan dalam berbagai aktivitas rutin, mulai dari kebutuhan makanan dan minuman hingga perawatan pribadi dan kesehatan. Keberadaan produk-produk ini di pasar memudahkan aksesibilitas mereka dan memenuhi kebutuhan harian dengan harga yang terjangkau. Dalam konteks ini, ASN memilih produk-produk tersebut karena ketersediaan yang luas dan kemudahan dalam memperoleh barang-barang tersebut di toko-toko lokal tanpa memikirkan implikasi politik atau afiliasi perusahaan.(Albab, 2023)

Produk-produk yang terafiliasi dengan Israel seringkali dipilih karena memenuhi standar halal dan tidak menimbulkan masalah dari sudut pandang agama, meskipun kepemilikan perusahaan mungkin terkait dengan isu politik. Konsumsi produk ini dianggap sebagai pilihan praktis yang sesuai dengan kebutuhan tanpa adanya kekhawatiran khusus terkait hubungan politik atau kepemilikan perusahaan(Wulandari et al., 2021). Oleh karena itu, produk-produk ini menjadi pilihan yang nyaman dan diterima dalam rutinitas harian ASN, menjadikannya sebagai barang konsumsi yang populer dan umum digunakan.

Kemudahan akses dan harga yang kompetitif memainkan peran penting dalam popularitas produk-produk ini. ASN di Pemerintahan Provinsi Lampung menganggap produk-produk ini sebagai bagian dari rutinitas mereka yang membantu mempermudah kehidupan sehari-hari. Dengan tidak adanya pertimbangan tambahan terkait afiliasi atau latar belakang perusahaan pada saat itu, produk-produk ini diterima secara luas. Ketersediaan yang mudah dan harga yang terjangkau menjadikan produk-produk ini sebagai pilihan utama di kalangan ASN, mencerminkan bahwa faktor praktis sering kali lebih dominan dalam keputusan konsumsi mereka.

### **Perubahan Minat Beli Setelah Keluarnya Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023**

Setelah keluarnya Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 yang menyatakan bahwa mendukung agresi Israel terhadap Palestina adalah haram, terdapat perubahan signifikan dalam minat beli ASN di Pemerintahan Provinsi Lampung. Mereka mulai menghindari produk-produk yang terafiliasi dengan perusahaan Israel sebagai bentuk kepatuhan terhadap fatwa dan dukungan terhadap perjuangan Palestina. Penurunan minat beli terhadap produk-produk tersebut menunjukkan dampak mendalam dari fatwa MUI terhadap keputusan belanja mereka, yang didorong oleh pertimbangan etis dan keagamaan yang baru muncul.

Terdapat penurunan dalam minat pembelian produk-produk yang terafiliasi dengan Israel, responden melaporkan bahwa minat beli terhadap produk dari merek lain yang menawarkan kebutuhan serupa tetap stabil, dan bahkan mengalami peningkatan. Ini menunjukkan bahwa fatwa MUI tidak hanya berdampak pada penghindaran produk yang dilarang, tetapi juga memotivasi konsumen untuk mencari alternatif yang sesuai dengan ketentuan fatwa. Temuan ini mencerminkan

kepatuhan yang tinggi terhadap fatwa serta upaya untuk tetap memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan produk yang tidak terkait dengan afiliasi yang dilarang.

Dari hasil wawancara, 20 dari 25 ASN yang diwawancarai menunjukkan keseriusan dalam menyesuaikan kebiasaan belanja mereka sesuai dengan ketentuan fatwa. Mereka dengan antusias mencari alternatif produk yang tidak terafiliasi dengan perusahaan Israel, sebagai langkah untuk memastikan bahwa konsumsi mereka sesuai dengan prinsip agama yang dianut. Perubahan ini menandakan betapa mendalamnya pengaruh kebijakan dan fatwa agama dalam mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat, khususnya dalam konteks kepatuhan terhadap nilai-nilai agama dan prinsip moral.

### **Tantangan yang Dihadapi ASN**

Munculnya Fatwa MUI NO. 83 Tahun 2023 untuk menyikapi adanya agresi Israel terhadap Palestina telah menyebabkan berbagai perubahan yang cukup signifikan terhadap ASN. ASN yang biasanya menggunakan produk-produk sesuai dengan minat mereka kini di tuntut lebih selektif lagi karena produk yang mereka pakai sangat berpengaruh dalam proses agresi yang dilakukan Israel terhadap Palestina. Untuk menolak gerakan agresi yang dilakukan Israel pemboikotan menjadi hal yang diharuskan sebagai upaya sederhana untuk menyelamatkan Palestina. Namun demikian, masih ada saja konsumen khususnya ASN yang menghiraukan hal tersebut, dalam penelitian ini terdapat 5 dari 25 responden yang masih tetap menggunakan produk-produk yang terafiliasi dengan Israel meskipun adanya fatwa tersebut.

Alasan 3 dari 5 Responden memilih untuk tetap membeli produk-produk tersebut karena alasan sosial-ekonomi, yaitu untuk mendukung karyawan lokal yang bergantung pada penjualan produk ini untuk pendapatan mereka. Mereka merasa bahwa menghentikan pembelian dapat berdampak negatif pada pekerjaan dan kesejahteraan karyawan tersebut. Selain itu Fatwa MUI dirasa tidak ada kaitannya dengan keyakinan mereka sehingga mereka merasa tidak harus mematuhi aturan tersebut.

Sementara sisanya tetap menggunakan produk terafiliasi Israel karena sulitnya menemukan alternatif skincare yang sesuai untuk kulit sensitif mereka. Produk tersebut merupakan satu-satunya yang cocok dan tidak menyebabkan reaksi negatif pada wajah mereka. Mereka mengalami kesulitan dalam menemukan pengganti yang setara, sehingga keputusan untuk terus menggunakan produk ini dianggap perlu untuk menjaga kesehatan kulit mereka. Keputusan kedua responden ini menunjukkan bahwa meskipun ada upaya untuk mematuhi fatwa, pertimbangan sosial-ekonomi dan kebutuhan pribadi dapat mempengaruhi keputusan belanja mereka secara signifikan.

### **IV. KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 memiliki dampak yang signifikan terhadap minat beli ASN di Pemerintahan Provinsi Lampung. Fatwa yang mengharamkan dukungan terhadap agresi Israel dan produk-produk terafiliasi dengan perusahaan Israel mempengaruhi minat beli dengan cara yang mendalam. Sebelum fatwa diterbitkan, produk-produk ini merupakan bagian rutin dari kehidupan sehari-hari, dipilih karena kemudahan akses, harga yang terjangkau, dan status kehalalannya terjamin. Namun, setelah keluarnya fatwa, terjadi perubahan signifikan dalam kebiasaan belanja mereka.

Sebanyak 80% responden mengatakan bahwa mereka telah mengubah minat beli mereka dengan menghindari produk yang terafiliasi dengan perusahaan Israel. Perubahan ini menunjukkan tingkat kepatuhan yang tinggi terhadap fatwa serta kesadaran terhadap prinsip-prinsip agama. Mereka beralih ke alternatif produk yang tidak terhubung dengan perusahaan

yang disebutkan dalam fatwa MUI tersebut. Secara keseluruhan, temuan ini menggambarkan bagaimana fatwa agama dapat mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat dengan cara yang mendalam. Penyesuaian dalam minat beli ini tidak hanya mencerminkan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip agama, tetapi juga menyoroti tantangan yang dihadapi dalam mencari alternatif yang memenuhi kebutuhan sehari-hari. Perubahan ini menunjukkan bahwa meskipun fatwa agama memiliki pengaruh besar, implementasinya dalam praktik sehari-hari dapat memerlukan waktu dan usaha tambahan.

## SARAN

Penelitian ini masih memiliki kekurangan seperti, jumlah responden yang terbatas, latar belakang keyakinan responden yang tidakimbang dan pendalaman penelitian, sehingga sangat disarankan untuk peneliti selanjutnya agar dapat melengkapi kekurangan penelitian ini dan melakukan riset yang mendalam sehingga dapat memperkuat bagaimana peran dan dampak Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 terhadap minat beli konsumen.

## V. REFERENSI

- Abdad, M. Z. (2019). *Signifikansi fatwa dsn mui terhadap perkembangan ekonomi syariah di indonesia*. 18(2), 425–450.
- Adi Mirsan. (2023). *Peringatan Keras Ustaz Abdul Somad Bahaya Beli Produk Pro Israel: Kita Sumbang Peluru untuk Menyobek Jantung Saudara Kita*.
- Aji, A. M., & Habibaty, D. M. (2020). *Fatwa Majelis Ulama Indonesia Tentang Penyelenggaraan Ibadah Dalam Situasi Terjadi Wabah Covid-19 Sebagai Langkah Antisipatif dan Proaktif Persebaran Virus Corona Di Indonesia*. 7(8), 673–686. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i8.17059>
- Al-Ghazy, D. F. (2024). *HUKUM BOIKOT PRODUK KAFIR HARBI PERSPEKTIF ULAMA*.
- Albab, U. (2023). *KEADILAN PENDAPATAN DENGAN PENGUPAHAN Mu' amalatusna : Jurnal Ekonomi Syariah*. 6(2), Hlm.48.
- Albab, U., & Mawardi. (n.d.). *i EKSPLORASI BERKELANJUTAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM : STUDI KASUS , STRATEGI DIGITAL , KREATIVITAS*.
- Ananda Delia. (2024). *PERAN MUSLIM DALAM KONFLIK GEOPOLITIK: ANALISIS PERANG ISRAEL-PALESTINA*. 09, 152–166.
- AZHARUN N. (2023). *Fatwa Terbaru MUI Nomor 83 Tahun 2023: Mendukung Agresi Israel ke Palestina Hukumnya Haram*.
- Biro Komunikasi dan Pelayanan Publik, K. K. R. (2024). *Indonesia Kirim Bantuan Obat-obatan dan Alkes untuk Palestina dan Sudan*.
- Faruq, M., Mawardi, Albab, U., & Sutopo, H. (2024). *Penguatan Ekonomi Masyarakat Berbasis Filantropi Islam Di Lembaga Keagamaan*. *Muamalatuna*, 7(1), 41–51. <https://doi.org/10.36269/muamalatuna.v7i1.2469>
- Febriyanti, C., Nurmalia, G., Ek, M., & Noviarita, H. H. (n.d.). *PERAN PENYALURAN DANA PT PERMODALAN NASIONAL MADANI (PNM) MEKAAR SYARIAH DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN EKONOMI KELUARGA DALAM PERFEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Nasabah PNM Di Kelurahan Sawah Brebes Kecamatan Tanjung Karang Timur)*.
- Humas BAZNAS RI. (2024). *Melalui BAZNAS RI, MUI Serahkan Infak Kemanusiaan Palestina Tahap Dua Rp9,3 Miliar*.
- Husna, K., Hafidzi, A., & Hanafiah, M. (2023). *DAMPAK PEMBOIKOTAN PRODUK PRO ISRAEL FATWA*. 1(4), 868–876.
- Izzati, I. N., Addainuri, M. I., & Fahrurrozi. (2024). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA ( Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi )*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(3), 1034–1048.
- Jihan, S., Saputra, M. H., & Jambi, U. (2023). *Respons investor terhadap fatwa MUI no. 83/2023 pada saham perusahaan terkena isu boikot*. 12(83), 366–378.

- Karim, S., Farra, S., & Maulida, D. (2024). *Perilaku Konsumsi Terhadap Boikot Produk Pro Israel*. 3, 3114–3120.
- Kaslam. (2024). 38 / *JURNAL USHULUDDIN Volume 26 Nomor 1 Tahun 2024* (Vol. 26).
- Margareth, A., Bintang, D., Natalia, D., Siregar, D. S., & Agus, D. (2024). *Boikot Barang Israel : Strategi Perlawanan Dan Solidaritas Global Dalam Mendukung Perjuangan Palestina*. 2(3), 19–32.
- Masyithah, S., Albab, U., & W, N. R. (n.d.). *USAHA TOKO DIKROMOSHOP PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*.
- Murdiyanto, E. (2020). *Metode penelitian kualitatif*.
- Riyanti, D., & Fauzatul Laily Nisa. (2023). *Dampak aksi boikot produk berafiliasi israel terhadap pertumbuhan produk lokal di era konflik israel-palestina*. 3(2), 1–13.
- Sitompul, M. H. (2024). *IJMA ' DALAM LANSKAP KEUANGAN ISLAM MODERN DI INDONESIA : STUDI LITERATUR*. 9(204), 827–845.
- Sugandi, R., & Anggraini, R. (2024). *Gerakan Sosial : Aksi Bela Palestina Boikot Produk Israel Di Kota Padang 2017-2023*. 2.
- Suhartono, S. (2011). *Eksistensi Fatwa Majelis Ulama Indonesia Dalam Perspektif Negara Hukum Pancasila*. 3. <https://doi.org/10.19105/al-ihkam.v12i2.1255>
- Suratiningsih, D., & Puspita, D. (2020). *DIPLOMASI PEMERINTAH INDONESIA DAN NGO KEMANUSIAAN INDONESIA DALAM ISU PALESTINA PADA*. 25(1), 11–28.
- Thoyyibah, I., Maharani, S. D., & Alamsyah, R. (2023). *Landasan Etik Nilai Keberpihakan Fatwa MUI No . 83 Tahun 2023 Tentang Dukungan Terhadap Perjuangan Palestina*. 9(83), 41–54. <https://doi.org/10.53565/pssa.v9i2.1013>
- Wekke, I. S. (2020). *Metode Penelitian Sosial* (Issue October 2019).
- Wibowo, P., Hapsari, R. D., Ascha, M. C., & Timur, J. (2024). *Respon publik terhadap fatwa boikot produk israel oleh majelis ulama indonesia*. 7(1), 382–395.
- Wibowo, S., & Hermanu Joebagio, S. B. (2018). *PERAN MAJELIS ULAMA INDONESIA PADA MASA ORDE BARU 1975-1998 DAN RELEVANSINYA DALAM PEMBELAJARAN SEJARAH*. 17(1), 80–95.
- Wulandari, N. R., Abizar, & Ruslaini. (2021). Analisis Penerapan Workplace Spirituality Dalam Peningkatan Kinerja Dan Kualitas Sumber Daya Manusia. *El-Kahfi | Journal of Islamic Economics*, 2(01), 1–7. <https://doi.org/10.58958/elkahfi.v2i01.50>
- Yasir, M., Haque, M. G., & Suraji, R. (2024). *Analisis Sentimen Terhadap Kontroversi Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 Tentang Pemboikotan Produk yang Terafiliasi Israel*. 5(4), 409–422.