

Pengaruh Pemberitaan Boikot Produk Amerika Terhadap Jumlah Pembelian Konsumen McDonald's

Alda Puspita Ramadhani¹, Arief Hermawan², Belinda Desti Syahani³, Diva Aprilia Nur Indah⁴,
Hamdah Istifha Dinia⁵, Noviana Trianti⁶, Rasidin Karo Karo Sitepu⁷

Institut Pertanian Bogor

E-mail: aldapuspitaramadhani@apps.ipb.ac.id¹, arief03hermawan@apps.ipb.ac.id²

Article History:

Received: 15 Mei 2024

Revised: 24 Mei 2024

Accepted: 25 Mei 2024

Keywords: Boikot produk, McDonald, Pembelian konsumen.

Abstract: Adanya konflik kemanusiaan yang terjadi antara Palestina dengan Israel membuat banyak perhatian negara. Banyak yang bertanya-tanya dari mana pasokan logistik yang dimiliki oleh Israel yang terlihat tidak pernah habis. Pasokan logistik yang didapatkan Israel berasal dari negara yang mendukungnya seperti Amerika dan Amerika bisa memberikan bantuan logistik karena ada keuntungan dari bisnis salah satunya waralaba McDonald's. Sebagai salah satu negara yang memiliki penduduk muslim terbesar di dunia tentu menjadi fokus tersendiri dan melakukan boikot produk Amerika. Adanya pemberitaan boikot produk amerika memunculkan rumusan masalah apakah pemberitaan boikot produk amerika mempengaruhi jumlah pembelian konsumen terhadap produk McDonald's dan tentunya penelitian ini akan memberikan jawaban mempengaruhi atau tidak pemberitaan boikot tersebut. Metode untuk mengolah data yaitu dengan perbandingan rata-rata dan uji hipotesis. Hasil pengolahan data menunjukan bahwa rata-rata responden menjawab membeli produk McDonald's 3 kali dalam sebulan sebelum adanya pemberitaan boikot produk Amerika dan membeli produk McDonald's 1 kali dalam sebulan setelah adanya pemberitaan boikot produk amerika. Uji hipotesis juga digunakan untuk menyakinkan apakah hipotesis yang diusulkan dapat diterima atau tidak di angka 6,632 yang artinya $H1 : \mu > 1,66$ (Boikot mempengaruhi jumlah pembelian) dapat diterima. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa pemberitaan boikot produk Amerika mempengaruhi jumlah pembelian produk McDonald's.

PENDAHULUAN

Konflik antara Palestina dengan Israel hingga sekarang belum berakhir. Konflik antara dua negara ini sudah terjadi mulai dari tahun 1917 hingga sekarang dan masih belum terselesaikan. Dampak negatif yang ditimbulkan dari perang ini juga sangat merugikan mulai dari banyaknya

bangunan yang hancur hingga jatuhnya korban jiwa. Korban jiwa yang berada di palestina terus bertambah bahkan saat ini sudah lebih dari 22 ribu korban jiwa tewas dalam peperangan ini. Perlakuan keji yang dilakukan oleh pihak israel telah banyak mendapatkan kontra dari berbagai pihak. Israel telah menyerang palestina tanpa ada rasa kemanusiaan yang tergambarkan pada tindakan mereka terhadap kekerasan kepada wanita, anak-anak, dan bayi. Dengan adanya berita tersebut membuat simpati umat islam di dunia tertarik untuk membantu Palestina.

Konflik antara palestina dan israel telah terjadi puluhan tahun dan tentunya telah menarik banyak perhatian negara bahkan PBB. Meskipun Israel menyerang Palestina dengan keji tanpa ada rasa kemanusiaan namun masih ada beberapa negara yang mendukung Israel dengan alasan dan kepentingan masing-masing. Salah satu negara yang mendukung Israel adalah Amerika Serikat. Amerika Serikat memberikan dukungan kepada Israel baik berupa senjata maupun bentuk dukungan lainnya. Bantuan yang diberikan oleh Amerika Serikat tentu berasal dari pendapatan mereka dan pendapatan negara Amerika Serikat sendiri sangat banyak baik itu dari dalam dan luar negeri.

Indonesia menjadi salah satu negara penduduk umat muslim terbesar di dunia. Kenyataan tersebut membuat banyak masyarakat yang merasa simpati terhadap adanya konflik Palestina dengan Israel. Indonesia merupakan salah satu negara yang mendukung Palestina merdeka dan Indonesia sering memberikan bantuan kepada masyarakat Palestina berupa makanan, obat-obatan, dan logistik lainnya. Masyarakat Indonesia tahu bahwa Amerika menjadi salah satu pendukung Israel oleh karena itu masyarakat Indonesia memboikot produk yang berasal dari Amerika. Tindakan ini dilakukan karena adanya asumsi bahwa jika membeli produk Amerika maka akan memberikan keuntungan bagi Amerika dan keuntungan tersebut akan diberikan kepada Israel sebagai bentuk dukungan sehingga jika masyarakat membeli produk Amerika maka sama dengan membantu Amerika dalam mendukung Israel. Dengan begitu muncul rumusan tujuan dari penelitian ini yang nantinya akan memperlihatkan apakah pemberitaan boikot mempengaruhi jumlah pembelian konsumen atau tidak.

LANDASAN TEORI

Dalam melakukan berbagai kegiatan setiap orang memiliki preferensi masing-masing sebagai indikator untuk melakukan kegiatan yang akan dilakukan. Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang, atau jasa yang dikonsumsi (Kotler, 2000:15). Dengan begitu teori preferensi dapat diteliti untuk melihat tingkat kepuasan konsumen kepada suatu barang atau jasa yang digunakannya. Preferensi konsumen dapat diolah dengan memberikan beberapa atribut penilaian dan memberikan penilaian kepada atribut tersebut sehingga nantinya akan dapat terlihat mengenai nilai kepuasan yang diberikan konsumen.

Kegiatan perdagangan merupakan kegiatan yang sering dilakukan dalam sehari-hari dan tentunya kegiatan perdagangan tidak akan jauh dari keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan keputusan yang diambil dalam proses pembelian dengan mempertimbangkan berbagai unsur. Menurut Buchari Alma (2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people, process. Adanya latar belakang yang mendasari keputusan dalam membeli sesuatu menjadikan keputusan pembelian setiap orang menjadi berbeda-beda tergantung masing-masing latar belakangnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2024 di Mcdonald's Lodaya Bogor di Jl. Raya Pajajaran No.21C, RT.03/RW.01, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16128. Data yang digunakan merupakan data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari jawaban kuesioner yang disebar dan data sekunder didapatkan dari hasil literatur. Penelitian ini akan menggunakan rumus rata-rata untuk melihat perbandingan pembelian konsumen sebelum dan sesudah adanya pemberitaan boikot produk amerika yang dalam penelitian ini adalah produk Mcdonald's.

$$\tilde{x} = \frac{x_1 + x_2 + \dots + x_n}{n}$$

Keterangan

$\tilde{x}$ = nilai rata-rata
 x = nilai ke 1 dan seterusnya
 n = jumlah data

Dengan pengolahan data menggunakan rumus rata-rata diharapkan nanti hasil penelitian mendapatkan perbandingan antara jumlah pembelian sebelum adanya iklan boikot dan jumlah sesudah adanya iklan boikot.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Perhitungan Data

Dalam melakukan penelitian ini diperoleh hasil responden sebanyak 50 orang sebagai sampel yang diteliti, dengan rata-rata dari seluruh responden yang diambil berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia 19 - 23 tahun, beragama Islam, memiliki pendapatan perbulan sebesar Rp 1 juta hingga Rp 3 juta. Adapun fokus utama peneliti yaitu menganalisis frekuensi pembelian produk McDonald's Lodaya Bogor sebelum dan sesudah pemberitaan boikot produk yang diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel. 1 Descriptive Statistics

Atribut Pertanyaan	Rata-rata Sebelum Boikot (A1)	Rata-rata Setelah Boikot (A2)
Frekuensi pembelian produk McDonald's	2,580	0,919

Dari hasil rata-rata pada Tabel 1 tersebut, maka didapatkan gap frekuensi antara sebelum pemberitaan boikot dan sesudah pemberitaan diperoleh hasil sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Gap frekuensi pembelian} &= A1 - A2 \\ &= 2,580 - 0,919 \\ &= 1,661 \approx 2 \end{aligned}$$

Gap frekuensi pembelian konsumen terhadap produk McDonald's Lodaya Bogor pada sebelum dan sesudah berita pemboikotan yaitu 2 kali dalam rentang waktu satu bulan.

Selain dari data primer yang menunjukkan adanya perubahan jumlah pembelian produk McDonald's setelah pemberitaan boikot data sekunder juga menyatakan adanya perubahan yang dialami McDonald's setelah pemberitaan boikot produk amerika. Mengutip dari TribunNews.com memberitakan bahwa pertumbuhan penjualan McDonald's hanya mencapai 0,7% jauh dari ekspektasi pasar. Media CNBC Indonesia juga memberitakan CEO McDonald's, Chris Kempczinski, mengatakan bahwa adanya pelemahan jumlah penjualan di beberapa pasar termasuk indonesia. Dengan pengolahan data yang dilakukan dan juga melihat pemberitaan yang ada akan lebih mengakuratkan bahwa iklan boikot produk Amerika memberikan dampak pada jumlah penjualan produk McDonald's.

b. Uji Hipotesis

Perlu dilakukan uji hipotesis untuk melihat pendugaan sementara yang telah dirumuskan dapat diterima atau ditolak dengan olah data statistik. Data yang dimiliki untuk melakukan uji hipotesis adalah jumlah sample sebanyak 50 dengan nilai rata-rata 1,66 serta standar deviasi 1,77. Pada taraf nyata $\alpha = 5\%$ apakah hipotesis boikot mempengaruhi jumlah pembelian dapat diterima atau tidak.

1. Desain hipotesis

$H_0 : \mu = 0$ (Boikot tidak mempengaruhi jumlah pembelian)

$H_1 : \mu > 0$ (Boikot mempengaruhi jumlah pembelian)

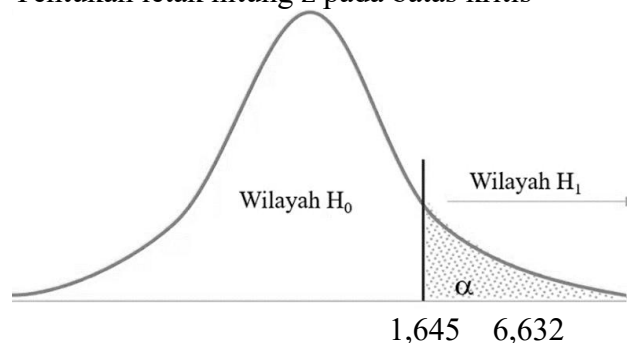
2. Tentukan nilai kritis

$\alpha = 5\% \rightarrow Z_{\alpha} = 1,645$

3. Hitung statistik z

$$Z_h = \frac{1,66}{0,2503} = 6,632$$

4. Tentukan letak hitung z pada batas kritis



5. keputusan, hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H_1 diterima (Boikot mempengaruhi jumlah pembelian)

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pengaruh pemberitaan boikot produk Amerika terhadap McDonald's mempengaruhi jumlah pembelian konsumen dalam membeli dan mengonsumsi produk McDonald's. Berdasarkan data penelitian kepada 50 responden, rata-rata frekuensi konsumen dalam membeli produk sebelum berita pemboikotan yaitu sebanyak 2,580 atau 3 kali dalam rentang waktu satu bulan, sedangkan setelah berita pemboikotan yaitu sebanyak 0,919 atau 1 kali. Hasil uji hipotesis juga menunjukkan bahwa hipotesis boikot mempengaruhi jumlah pembelian dapat diterima. Hal ini menjadi fokus utama peneliti untuk memberikan saran kepada McDonald's Lodaya untuk dapat mengubah kembali citra McDonald's dengan promosi iklan jika memang pemberitaan tersebut tidak benar.

DAFTAR REFERENSI

- CNBC Indonesia. (2024, 6 Februari). Penjualan McDonald's Turun Imbas Boikot Ini, Data Terbaru. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20231123140438-4-491438/penjualan-mcdonalds-anjlok-70-gegara-boikot-anti-israel>
- Furchan, A. (1982). Pengantar Penelitian Dalam Pendidikan (Terjemahan dari buku: Introduction to Research in Education oleh Donal Ary, dkk). Surabaya: Usaha Nasional.
- Jawa Pos. (2008, April 22). Wanita Kelas Bawah Lebih Mandiri. Hlm. 3.
- Kansil, C. L. (2002). Orientasi Baru Penyelenggaraan Pendidikan Program Profesional dalam Memenuhi Kebutuhan Dunia Industri. *Transpor*, XX (4), 54(4), 57-61.
- Keppel, G. (1982). *Design and Analysis: A Researcher's Handbook*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Khumaedi, M., Sunyoto, & Burhan, M. (2010). Program Keahlian pada Sekolah Menengah Kejuruan dan Kesesuaiannya dengan Kebutuhan Tenaga Kerja di Kabupaten Semarang. *Jurnal Pendidikan Teknik Mesin (PTM)*, 11(1).
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management: Millenium Edition* North Western University. New Jersey (US): Prentice Hall Inc.
- Tribunnews.com. (2024, 6 Februari). Penjualan McDonald's Turun Drastis, Gagal Capai Target karena Dianggap Mendukung Israel. <https://www.tribunnews.com/internasional/2024/02/06/penjualan-mcdonalds-turun-drastis-gagal-capai-target-karena-dianggap-mendukung-israel>