

**Pengaruh Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 Terhadap Minat Beli
Produk Israel oleh Masyarakat Muslim Kota Semarang
Perspektif *Saddu Al-Dzari'ah***

Unggul Suryo Ardi¹, Raharjo², Nursodik³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Email: unggulsuryoardi@uinjambi.ac.id; raharjo@walisongo.ac.id;
nursodik@iaingorontalo.ac.id

Penulis Korespondensi: unggulsuryoardi@uinjambi.ac.id

Abstract: *The conflict between Palestine and Israel has caused mixed responses in society. This war which claimed tens of thousands of lives gave rise to various humanitarian actions, one of which was the response of the Indonesian Ulama Council (MUI) which issued a fatwa regarding the legal status of support for the Palestinian struggle, namely a fatwa discussed the clause regarding the prohibition on consuming Israeli and affiliated products. This research aims to identify how much influence the understanding of MUI Fatwa No. 83 of 2023, regarding the Muslim community's buying interest in Israeli and affiliated products. This quantitative research uses a data collection technique in the form of a questionnaire distributed via Google Forms to the Muslim community in Semarang, and the data analysis technique used is simple regression using the W-Stats version 2.0 program to process the data. This research uses 1 independent variable, namely Understanding MUI Fatwa No. 83 in 2023, and 1 dependent variable, namely buying interest. Data was obtained from questionnaires distributed to 50 subjects from the Semarang Muslim community who were selected using a probability sampling technique using a simple random sampling method and measured using a Likert scale. The research results show the influence of understanding MUI Fatwa No. 83 Yr. 2023 is a significant year for the lack of public interest in purchasing Israeli and affiliated products. Where the regression coefficient value is 2.011% (0.02) which is smaller than 5% (0.05). The public's understanding of fatwas that influence purchasing interest in Israeli products and affiliated ones is a behavior or attitude in line with Ibn al-Qayyim's concept of saddu al-dzari'ah. In this context, avoiding the purchase or consumption of such products serves as a means of preventing potential harm (mafsadat) and danger (mudharat).*

Keywords: *Conflict; Fatwa; Muslim Community's; Israeli Products*

***The Effect of MUI Fatwa Number 83 of 2023 on the Interest in Buying
Israeli Products by the Muslim Community of Semarang City
From Saddu Al-Dzari'ah Perspective***

Abstrak: Konflik yang terjadi antara Palestina dan Israel menimbulkan respon yang beraneka ragam di tengah masyarakat. Peperangan yang menelan puluhan ribu korban jiwa ini memunculkan beragam aksi kemanusiaan, salah satunya respon Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang mengeluarkan fatwa tentang status hukum dukungan terhadap perjuangan Palestina, yaitu fatwa yang di dalamnya membahas klausul tentang larangan untuk mengkonsumsi produk-produk Israel dan yang

terafiliasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh pemahaman Fatwa MUI No. 83 tahun 2023, terhadap minat beli masyarakat muslim pada produk Israel dan yang terafiliasi. Penelitian kuantitatif ini menggunakan tehnik pengumpulan data berupa kuesioner yang disebarakan melalui Google Form kepada masyarakat muslim di Semarang, dan tehnik analisis data yang dipakai adalah regresi sederhana dengan menggunakan program W-Stats versi 2.0 untuk mengolah data. Penelitian ini menggunakan 1 variabel independen yaitu Pemahaman Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 dan 1 variabel dependen, yaitu minat beli. Data yang didapatkan dari kuisisioner yang disebarakan kepada 50 subjek masyarakat muslim Semarang yang terpilih melalui teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling* dan diukur menggunakan skala likert. Hasil penelitian menunjukan pengaruh pemahaman terhadap Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 adalah signifikan terhadap kurangnya minat beli masyarakat terhadap produk Israel dan yang terafiliasi, yaitu nilai koefisien regresi adalah 2,011 % (0,02) lebih kecil daripada 5% (0,05). Pemahaman masyarakat terhadap fatwa yang berpengaruh pada minat beli terhadap produk Israel dan yang terafiliasi merupakan perilaku atau sikap yang sesuai dengan konsep *saddu al-dzari'ah* Ibnu Qayyim, dimana dalam konteks ini menghindari membeli atau mengkonsumsi produk-produk tersebut sebagai bentuk menghindari kecenderungan terjadinya kerusakan (*mafsadat*) dan bahaya (*mudharat*).

Kata Kunci: Konflik; Fatwa; Masyarakat Muslim; Produk Israel

A. Pendahuluan

Sebagaimana yang dilansir dari media surat kabar CNBC, konflik peperangan antara Israel dan Palestina telah menjadi perhatian dunia saat ini, diperkirakan sejak 7 Oktober 2023 hingga 23 November 2023, terdapat 14.000 korban jiwa dari warga sipil Palestina, termasuk 6000 lebih di antaranya adalah anak-anak. Dalam serangan Israel terhadap palestina, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mendokumentasikan terdapat kurang lebih 178 serangan terhadap fasilitas kesehatan dan menewaskan 553 orang, termasuk 22 di antaranya adalah petugas kesehatan. Ada 24 rumah sakit dan 32 ambulans yang rusak dan hancur, menurut Direktur regional WHO, Ahmed Almandhari, ada 27 dari 36 rumah sakit dan 47 dari 72 klinik pelayanan kesehatan yang harus berhenti beroperasi sebab kehabisan bahan bakar dan serangan.¹ Menurut Kementerian Kesehatan Palestina dan Perhimpunan Bulan Sabit Merah Palestina (PRCS), terdapat 35.000 orang korban luka, dengan prosentase 75 % di antaranya adalah anak-anak dan perempuan dan

¹CNBC, "10 Update Gaza Israel Menggila Genjatan Senjata Ditunda," *CNBC*, November 23, 2023, https://www.cnbcindonesia.com/news/20231123085111-4_491304/10-update-gaza-israel-menggila-gencatan-senjata-ditunda.

setidaknya sekitar 6.800 orang dikabarkan menghilang.² Lebih lanjut, CNBC mengabarkan bahwa korban ini terus bertambah sebab serangan yang tidak kunjung berhenti, per-5 Maret 2024, CNBC kembali mengabarkan bahwa korban tewas warga Palestina sejak 7 Oktober meningkat dengan jumlah 30.631, dan korban terluka berjumlah 70.043 orang.³ Jumlah ini meningkat 50% lebih dari jumlah sebelumnya.

Perkembangan data peperangan Israel-Palestina ini secara berkala diperbaharui oleh salah satu media *networking*, dimana menurut datanya tersebut per-7 Maret 2024, terdapat 30.800 korban meninggal dari warga Palestina di jalur Gaza, dan 72.298 korban terluka.⁴ Tindakan Israel yang dianggap melakukan kejahatan kemanusiaan ini memicu berbagai macam reaksi Internasional melalui reaksi Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS) terhadap Israel.⁵ Tidak hanya itu, beberapa respon juga dilakukan dengan menggelar aksi demo, doa bersama, penggalangan dana, dan sebagainya. Aksi boikot yang merupakan bentuk solidaritas ini memberikan dampak bagi penurunan harga saham pada 30 perusahaan terpilih pendukung Israel. Sebagaimana temuan Annisa Nadiyah Rahmani bahwa negara seperti Amerika, Jerman, Inggris, Perancis dan Swiss dengan produk misalnya LVMH Moet Honnessy Loise Vuittone, Christian Dior, Unilever Indonesia TBK, McDonalds Corporation, Adidas AG dan lain-lain.⁶

Efek perang antara Palestina dan Israel yang memakan korban jiwa memancing respon Majelis Ulama Indonesia (MUI) dengan menerbitkan fatwa

²Thea Fathanah Abrar, "7 Update Perang Gaza: Jumlah Korban-Nasib RS Indonesia," *CNBC*, November 23, 2023, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20231123191821-4-491568/7-update-perang-gaza-jumlah-korban-nasib-rs-indonesia>.

³Tommy Patrio Sorongan, "7 Update Baru Gaza: Total Korban Hingga Kabinet Perang Israel Di AS," *CNBC Indonesia*, 2024, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20240305195003-4-519932/7-update-baru-gaza-total-korban-hingga-kabinet-perang-israel-di-as>.

⁴Cindy Mutia Annur, "Jelang Ramadan, Korban Tewas Palestina Hampir 31 Ribu Jiwa," *Databoks*, 2024, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/08/jelang-ramadan-korban-tewas-palestina-hampir-31-ribu-jiwa>.

⁵Adilah Hasna Khairunisa, Mohamad Rosyidin, dan Muhammad Faizal Alfian, "Memori Dan Trauma Dalam Hubungan Internasional: Dukungan Austria Terhadap Israel Dalam Melawan Aksi Boikot, Divestasi, Dan Sanksi (BDS)," *Jirud: Journal of International Relations Diponegoro* 8, no. 1 (2016): 1-23.

⁶Annisa Nadiyah Rahmani, "Dampak Perang Israel-Hamas Terhadap Harga Saham dan Minat Beli Masyarakat Produk Pendukung Israel," *Academy of Education Journal* 14, no. 2 (2023): 1444-14456.

perihal hukum atas dukungan terhadap perjuangan Palestina. Fatwa yang diterbitkan oleh MUI ini diharapkan menjadi pijakan hukum bagi masyarakat muslim Indonesia dalam memosisikan diri, bersikap dan berperilaku terhadap apa yang menimpa masyarakat Palestina. Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 menjadi perhatian dalam konteks kebijakan sosial dan agama di Indonesia. Fatwa ini dikeluarkan oleh MUI sebagai panduan hukum dan etika terkait dukungan terhadap perjuangan Palestina. Isi fatwa ini secara khusus memberikan pandangan hukum dan moral terkait produk-produk yang berasal dari Israel dan yang terafiliasi dengan negara tersebut.⁷

Ketua MUI Bidang Fatwa, Asrorun Ni'am Sholeh menghimbau umat Islam agar menghindari transaksi dan penggunaan produk-produk yang terafiliasi dengan Israel serta yang mendukung penjajahan dan zionisme. Namun demikian, MUI menegaskan tidak pernah menge-*list* produk-produk yang terafiliasi dengan Israel yang beredar di media sosial, dalam hal ini Sekretaris Komisi Bidang Fatwa, Miftahul Huda, MUI tidak mempunyai kewenangan dan kompetensi dalam membuat list produk-produk yang terafiliasi dengan Israel, kemudian ia menjelaskan bahwa yang diharamkan bukanlah produknya, melainkan aktifitasnya.⁸

Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 mendapatkan beragam respon dari masyarakat Indonesia. Sebagian melihat fatwa ini sebagai langkah positif dalam memberikan dukungan moral terhadap perjuangan Palestina, sementara sebagian lainnya menganggapnya sebagai isu kontroversial yang memunculkan debat di tingkat masyarakat. Respons ini mencerminkan diversitas pandangan dan tingkat kesadaran sosial di kalangan masyarakat Indonesia terkait isu konflik di Timur Tengah. Fatwa ini menjadi *trending topic* di YouTube sebagai hasil dari sentimen opini publik yang muncul, dengan berbagai video yang membahasnya dari berbagai sudut pandang. Ada yang mendukung fatwa ini dengan menunjukkan video tentang

⁷Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 83 Tahun 2023 Tentang Hukum Dukungan Terhadap Perjuangan Palestina*.

⁸Redaksi, "MUI Fatwa Boikot, Link Website Daftar Produk Pro Israel Viral," *CNBC Indonesia*, November 17, 2023, [https://www.cnbcindonesia.com/tech/20231117064301-37-489723/mui-fatwa-boikot-link-website-daftar-produk-pro-israel-viral::text=Komisi Fatwa MUI merilis Fatwa,produk yang terafiliasi dengan Israel](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20231117064301-37-489723/mui-fatwa-boikot-link-website-daftar-produk-pro-israel-viral::text=Komisi%20Fatwa%20MUI%20merilis%20fatwa%20produk%20yang%20terafiliasi%20dengan%20israel).

kekejaman Israel terhadap rakyat Palestina. Ada juga yang menentang fatwa ini dengan argumen bahwa boikot produk Israel tidak akan efektif dan malah akan merugikan ekonomi umat Islam sendiri.⁹ Salah satu respon positif diberikan oleh Yuswohady, salah satu pakar marketing dalam laman Republika mengatakan fatwa MUI ini memengaruhi aksi boikot masyarakat yang dianggap sebagai salah satu momentum bagi *brand lokal* untuk menggaet pasar sebagai upaya untuk meningkatkan pemasaran produk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia.¹⁰

Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 memiliki dampak langsung terhadap keputusan konsumen, terutama dalam konteks pembelian produk yang berasal dari Israel atau terafiliasi dengan negara tersebut. Penelitian Ilham Supriyadi dan Rahma Dani menjelaskan pengaruh fatwa MUI tersebut terhadap pola konsumsi masyarakat Padang, dimana 97 dari 100 responden menyatakan setuju dengan fatwa tersebut. Alasan masyarakat termotivasi oleh rasa kepedulian terhadap situasi yang terjadi di Palestina sehingga mengubah pola konsumsinya, misalnya mengubah untuk membeli produk lain yang tidak terafiliasi dengan Israel.¹¹

Perang Israel-Hamas yang menyebabkan hilangnya banyak nyawa ini juga berdampak pada penurunan harga saham, dan berdampak pada minat beli produk pendukung Israel.¹² Patuh terhadap fatwa MUI merupakan spirit pada nilai religiusitas dalam Islam, dimana nilai ini memiliki pengaruh terhadap pemboikotan

⁹Muhammad Yasir, Marissa Grace Haque, dan Robertus Suraji, "Analisis Sentimen Terhadap Kontroversi Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 Tentang Pemboikotan Produk Yang Terafiliasi Israel," *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)* 5, no. 4 (2024): 409–22.

¹⁰Fuji Pratiwi, "Fatwa MUI Haram Beli Barang Israel Dan Gerakan Kembali Ke Lokal," *Republika*, November 13, 2023, <https://ekonomi.republika.co.id/berita/s421lo457/fatwa-mui-haram-beli-barang-israel-dan-gerakan-kembali-ke-lokal-part1>.

¹¹Ilham Supriyadi dan Rahma Dani, "Analysis Of The Effect Of Dsn-Mui Fatwa No. 83 Of 2023 On People's Consumption Patterns In Padang City," *Journal Equitable* 9, no. 1 (2024): 95–110, <https://ejurnal.umri.ac.id/index.php/JEQ/article/download/4554/2166>.

¹²Annisa Nadiyah Rahmani, "Dampak Perang Israel-Hamas Terhadap Harga Saham Dan Minat Beli Masyarakat Produk Pendukung Israel."

produk Israel, sehingga spirit tersebut juga memungkinkan menjadi salah satu faktor menurunnya minat beli pada produk Israel dan yang terafiliasi.¹³

Terlepas dari pro dan kontra yang ada, fakta-fakta di atas menunjukkan bahwa fatwa MUI No. 83 tahun 2023 merupakan respond nyata oleh Majelis Ulama Indonesia terhadap tragedi yang menimpa Palestina, di mana fatwa ini sedikit banyak memberikan pengaruh terhadap masyarakat Islam di Indonesia dalam membeli produk-produk Israel dan yang terafiliasi, sebagaimana penurunan minat beli dibuktikan oleh penurunan harga saham di beberapa negara yang telah disebutkan di atas. Penelitian ini merupakan bentuk respon penulis dalam melihat sejauh apa pengaruh tingkat pemahaman Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 terhadap minat beli masyarakat muslim pada produk-produk Israel dan yang terafiliasi. Selain itu, penelitian ini merupakan hal yang baru, sebab belum ditemukan penelitian terkait pengaruh Fatwa MUI No 83 tahun 2023 terhadap minat beli masyarakat muslim pada produk Israel dan yang terafiliasi.

Fatwa ini jika ditinjau menurut kaidah hukum Islam merupakan manifestasi dari upaya untuk menghindari suatu perilaku umat muslim kepada perkara yang membahayakan atau mengarah pada kemafsadatan, dalam hukum Islam dikenal dengan *saddu al-dzari'ah*. Wahbah al-Zuhaili mendefinisikan *saddu al-dzari'ah* adalah:

منع كل ما يتوصل به إلى الشيء الممنوع المشتعل على مفسدة أو مضرة.¹⁴

Artinya:

Mencegah segala hal, baik ucapan maupun tindakan, yang dapat mengarah pada sesuatu yang dilarang atau mengandung kerusakan serta bahaya.

Pembelian atau perilaku konsumsi terhadap produk Israel dan yang terafiliasi dalam perspektif kaidah ini merupakan bentuk perilaku yang dapat mengarah pada suatu yang membahayakan dan merusak. Secara sederhana produk Israel yang dibeli atau dikonsumsi mendapatkan keuntungan, sehingga keuntungan

¹³ Suci Rahmawati, *et. al.*, "Pengaruh Nilai Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Boikot Produk KFC (Studi Pada Konsumen Muslim Bandar Lampung)," *Jurnal Kompetitif Bisnis* 1, no. 1 (2020): 39–49.

¹⁴ Wahbah al-Zuhaili, *Al-Wajiz fi Usul al-Fiqh* (Damaskus: Dar Al-Fiqr, 1999), 108.

dari produk-produk mereka dapat dimanfaatkan sebagai support dana negaranya, dimana fakta di lapangan yang sudah dipaparkan di atas, negara Israel memberikan dampak besar terhadap kerusakan yang terjadi di Palestina, melalui peperangan yang terus terjadi.

Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan regresi yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen, yaitu Pemahaman Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 (X) dengan variabel dependen yaitu minat beli (Y). Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat muslim Kota Semarang. Pemilihan lokasi populasi disebabkan sebagai kota industri dan beragamnya produk-produk Israel dan yang terafiliasi yang terdapat di Kota Semarang. Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa jawaban subjek pada instrumen kuesioner dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian, sebagaimana variabel yang telah ditentukan oleh peneliti di atas.¹⁵

Selanjutnya teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*, dimana penulis bertujuan untuk mengambil sampel secara acak tanpa memperhatikan tingkatan atau kelompok populasi sebab, sampel yang dituju relatif homogen, yaitu masyarakat muslim Semarang.¹⁶ Kemudian memodifikasi kriteria yang digunakan Nurchayati dalam Akbar Ariza Asmoro, yaitu (1) responden berusia produktif; (2) responden yang pernah membeli produk Israel dan yang terafiliasi; (3) responden berdomisili di Semarang atau Kartu Tanda Penduduk (KTP) Semarang. Sampel yang digunakan berjumlah 50 orang.

Teknik analisis data yang dipakai yaitu teknik regresi sederhana, sebab penelitian ini bertujuan untuk mencari hubungan antara satu variabel dependen dan

¹⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 93.

¹⁶Akhmad Fauzy, *Metode Sampling* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2019).

satu variabel independen, yaitu pemahaman fatwa sebagai variabel independen, dan minat beli sebagai variabel dependen. Model regresi sederhana yang digunakan adalah sebagai berikut: ¹⁷

$$Y = a + bX$$

Dimana: Y = Minat beli; X = Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023; a = Konstanta; b = Koefisien regresi (kemiringan), besaran respon yang ditimbulkan oleh *predictor*

Dalam pengujian data menggunakan uji regresi tersebut dengan menetapkan nilai besaran signifikansi terhadap hasil uji tersebut, sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (*Sig.*) > 0.05 maka berpengaruh
- 2) Jika nilai signifikansi (*Sig.*) < 0.05 maka dapat dikatakan berpengaruh.

Berdasarkan desain metode penelitian, maka masalah pada penelitian ini dirumuskan sebagai berikut (1) seberapa jauh pemahaman Fatwa MUI No. 83, Tahun 2023 berpengaruh terhadap minat beli masyarakat muslim pada produk Israel dan yang terafiliasi? (2) seberapa besar minat beli masyarakat muslim pada produk Israel dan yang terafiliasi setelah keluarnya Fatwa MUI No. 83, Tahun 2023? dan bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap munculnya Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023?

B. Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 tentang Hukum Dukungan Terhadap Perjuangan Palestina

Fatwa dapat dikategorikan ke dalam ijtihad sebagai hasil dari pemikiran manusia dan bukan merupakan sumber hukum utama, namun fatwa sebagai hasil ijtihad para pakar ini dapat digunakan sebagai landasan hukum sebab proses penetapan fatwa dilakukan melalui metode-metode dalam ketentuan ilmu ushul fikih. Validitas fatwa pada praktik peradilan di Indonesia dapat dimasukkan ke dalam kategori “pendapat ahli hukum”, dimana fatwa merupakan *legal opinion*

¹⁷Akbar Ariza Asmoro dan Rachma Indrarini, “Hubungan Inovasi Produk Makanan Terhadap Minat Beli Masyarakat di Gresik,” *Jurnal Ekonomika dan.Bisnis.Islam* 4, no. 1 (2021): 59.

mengenai hukum Islam terhadap sebuah persoalan yang kemudian dijadikan sumber hukum sehingga dapat digunakan sebagai pertimbangan hukum bagi hakim dalam memberikan keputusan.¹⁸ Amir Syarifuddin dalam Nova Effenty Muhammad, menjabarkan bahwa fatwa dapat dimaknai sebagai upaya untuk memberi penjelasan, yaitu sebuah usaha untuk memberikan penjelasan terkait hukum syara' oleh pakarnya terhadap orang yang belum memiliki pemahaman atasnya.¹⁹ Fatwa juga dikatakan sebagai suatu jalan yang dianggap benar, Zamakhsyari dalam Rohadi Abdul Fatah mengatakan bahwa fatwa adalah jalan yang lempeng dan lurus.²⁰ Sedangkan al-Syatibi dalam Wahbah Zuhaily menjelaskan bahwa fatwa yang dalam bahasa Arab, yaitu *al-ifta'* merupakan keterangan yang memuat terkait hukum syara' dan bersifat tidak mengikat, artinya umat muslim boleh menggunakan fatwa yang dikeluarkan oleh ulama ahli fatwa ataupun meninggalkannya.²¹

Perihal institusi yang dikhususkan untuk mengeluarkan fatwa telah ada sejak zaman Nabi Muhammad saw. Ibnu Qayyim dalam Muhammad Jamal al-Din al-Qasimi menginformasikan bahwa institusi fatwa diperkenalkan oleh Nabi Muhammad sendiri sejak perkembangan Islam menjangkau daerah-daerah lain. Hal ini dibuktikan dengan kesediaan Nabi Muhammad saw. dalam menjawab segala pertanyaan yang diajukan kepadanya, yang kemudian dibuatlah keputusan hukum atasnya. Jawaban yang ia berikan didasarkan kepada Alquran sebagai *Kitabullah* dan terkadang ia jawab berdasarkan ijtihad sendiri yang tentu didapat atas bimbingan dan petunjuk Allah swt.²² Setelah Nabi Muhammad saw. wafat, maka fatwa dilanjutkan oleh para sahabat (dikenal dengan fatwa *sahaby*), lalu dilanjutkan oleh para *tabi'in* kemudian *tabi' tabi'in* hingga saat ini, dimana para ulama masih

¹⁸Hanifah Indriyani Anhar, "Judicial Review of the Boycott of Israeli Products Based on Fatwa Indonesian Ulama Council (MUI) Number 83 of 2023," *Jurnal Gagasan Hukum* 5, no. 2 (2024): 92–93, <https://journal.unilak.ac.id/index.php/gh>.

¹⁹Nova Effenty Muhammad, "Fatwa dalam Pemikiran Hukum Islam," *Al-Mizan* 12, no. 1 (2016), <https://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/am/article/view/129/102>.

²⁰Rohadi Abdul Fatah, *Analisis Fatwa Keagamaan Dalam Fiqih Islam* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006).

²¹Wahbah Al-Zuhaily, *Ushul Fiqh* (t.tp.: Mansyurat Kuliah Da'wah Islamiyah, 1990).

²²Muhammad *Jamāl* al-Dīn al-Qāsimi, *Al-Fatwa fī al-Islam* (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyah, 1986).

melanjutkan konsep menjawab pertanyaan umat, melalui fatwa yang mereka keluarkan, di Indonesia institusi yang berwenang menjawab adalah MUI, dimana di dalamnya terdapat komisi bidang fatwa.²³ Walaupun menurut pendapat beberapa ahli bahwa fatwa tidak bersifat mengikat, namun adanya fatwa yang dikeluarkan oleh ulama atau institusi fatwa, memberikan dampak terhadap pilihan perbuatan yang akan diambil oleh umat muslim terhadap suatu perkara, sebab fatwa memberikan sebuah informasi kepastian hukum terhadap perkara tersebut, ditambah sejarah memperlihatkan bagaimana *continuitas* sistem fatwa dari zaman nabi hingga saat ini yang masih tetap dipertahankan, khususnya dari segi *istimbath al-hukmi* atau pengambilan kesimpulan hukum yang didasarkan dari Alquran, hadits, dan ijtihad (*ijma'* dan *qiyas*).

Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 merupakan sebuah keputusan hukum yang dikeluarkan oleh MUI yang berkaitan dengan dukungan terhadap perjuangan Palestina. Fatwa ini menegaskan pandangan hukum Islam terhadap konflik di Timur Tengah, khususnya perjuangan rakyat Palestina melawan pendudukan dan penindasan. Dalam fatwa ini, MUI menyampaikan pandangan bahwa umat Islam di Indonesia diharapkan untuk memberikan dukungan moral dan materi terhadap perjuangan rakyat Palestina. Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 mencerminkan sikap solidaritas umat Islam Indonesia terhadap nasib rakyat Palestina dan menggarisbawahi pentingnya peran aktif umat Islam dalam mendukung hak kemerdekaan dan keadilan di Palestina sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam. Fatwa yang serupa juga pernah dikeluarkan MUI dalam merespon sikap yang di ambil Emmanuel Macron, presiden Prancis kala memberikan statmennya terhadap salah satu warga Prancis yang “menghina” Nabi Muhammad saw. Macron mengatakan bahwa hal itu merupakan bagian dari ekspresi, dan ia memuji sikap kelompok penjunjung tinggi kebebasan berekspresi, kemudian ini yang akhirnya dianggap oleh MUI bahwa kebebasan berekspresi yang dimaksud dilandasi egoistik.

²³Soleh Hasan Wahid, “Dinamika Fatwa Dari Klasik Ke Kontemporer (Tinjauan Karakteristik Fatwa Ekonomi Syariah Dewan Syariah Nasional Indonesia (DSN-MUI),” *Yudisia: Jurnal Pemikiran Hukum Dan Hukum Islam* 10, no. 2 (2019): 193, <https://doi.org/10.21043/yudisia.v10i2.5831>.

Kemudian MUI melalui surat bernomor Kep-1823/DP-MUI/X/2020, menyeru kepada Umat Islam Indonesia untuk memboikot produk yang datang dari Prancis, dengan tujuan Macron mencabut ucapannya dan meminta maaf kepada umat Islam dunia.²⁴

Selain itu, Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 juga dapat berpotensi mempengaruhi dinamika sosial dan ekonomi di Indonesia. Dalam konteks penelitian mengenai pengaruh fatwa ini terhadap minat beli konsumen pada produk Israel dan yang terafiliasi, fatwa tersebut dapat menjadi faktor kunci yang memengaruhi preferensi konsumen. Reaksi dan interpretasi masyarakat terhadap fatwa ini dapat menciptakan perubahan perilaku konsumen, baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung, terutama terkait dengan pemilihan dan pembelian produk tertentu. Model pemahaman masyarakat terkait Fatwa MUI ini, jika dilihat dari teori dalam penelitian Muhammad dalam jurnal Usep Suhud, adanya motivasi dalam beragama (*intiristic religious motivation*) yang kaitannya dengan keinginan sosial yang disebabkan oleh orang-orang yang beragama dan termotivasi secara intrinsik terlibat dalam perilaku yang lebih diinginkan secara sosial berdasarkan agama mereka berorientasi.²⁵ Oleh karena itu, pemahaman lebih mendalam terhadap implikasi dan respon masyarakat terhadap Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 menjadi penting untuk mengevaluasi dampaknya pada tingkat individu dan tingkah laku konsumen secara keseluruhan.

C. Minat Beli Masyarakat Muslim Kota Semarang Terhadap Produk Israel

Minat beli konsumen pada produk Israel dan yang terafiliasi menjadi fokus utama. Minat beli merupakan refleksi dari preferensi dan kecenderungan konsumen terhadap produk tertentu. Artinya kecenderungan tersebut menarik seseorang untuk melakukan sebuah tindakan membeli terhadap sebuah produk atau objek. Menurut Tamrin dalam Saidah Putri, minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku

²⁴Tim Redaksi, "Majelis Ulama Indonesia Serukan Boikot Produk Asal Prancis," *Kompas.Com*, 2020, <https://www.kompas.tv/nasional/120011/majelis-ulama-indonesia-serukan-boikot-produk-asal-prancis>.

²⁵Bela Pratiwi, *et. al.*, "Analisis Pengaruh Intention to Boycott Pada Konsumen Produk Perancis Di Indonesia," *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan* 2, no. 1 (2021): 257–76.

konsumen dalam mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.²⁶ Menurut Kotler, Bower dan Makens dalam Pubohastuti dan Hidayah, minat beli timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif dan di dalam proses evaluasi, seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli berdasarkan merek ataupun minat.²⁷ Sebagaimana Kotler, Kanuk dan Schiffman mendefinisikan minat adalah perilaku konsumen untuk mencari informasi tambahan terhadap suatu produk sebab ketertarikannya pada produk tersebut.²⁸

Jika mencermati definisi Kotler dan Schiffman ini terdapat kolerasi erat bahwa adanya minat sebagai awal ketertarikan pada suatu produk, menimbulkan upaya seseorang dalam mencari informasi lebih dalam terkait produk tersebut, sehingga proses pencarian informasi menjadi langkah evaluatif terhadap jadi atau tidaknya dalam membeli produk. Minat beli juga dapat disimpulkan sebagai kemungkinan seorang konsumen dalam melakukan proses pembelian, melalui pencarian informasi dari berbagai sumber. Ketertarikan yang muncul pada konsumen terhadap suatu produk atau jasa, belum menentukan bahwa konsumen tersebut akan membeli produk atau jasa tersebut.²⁹

Jika mengidentifikasi konteks ini pada produk yang berasal dari Israel dan yang terafiliasi dengan negara tersebut, maka minat beli konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pandangan politik, nilai-nilai keagamaan, dan informasi lain yang tersedia. Konsumen yang memiliki sikap positif terhadap perjuangan Palestina mungkin cenderung menghindari atau meminimalkan pembelian produk-produk yang berasal dari Israel sebagai bentuk ekspresi solidaritas. Sebaliknya, konsumen yang kurang peka terhadap isu-isu politik mungkin lebih condong mempertimbangkan faktor-faktor seperti kualitas,

²⁶Saidah Putri Sari, "Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen," *Psikoborneo* 8, no. 1 (2020): 148.

²⁷Arum Wahyuni Purbohastuti dan Asmi Ayuning Hidayah, "Meningkatkan Minat Beli Produk Shofee Melalui Celebrity Endorser," *Jurnal Bisnis Terapan* 4, no. 1 (2020): 38.

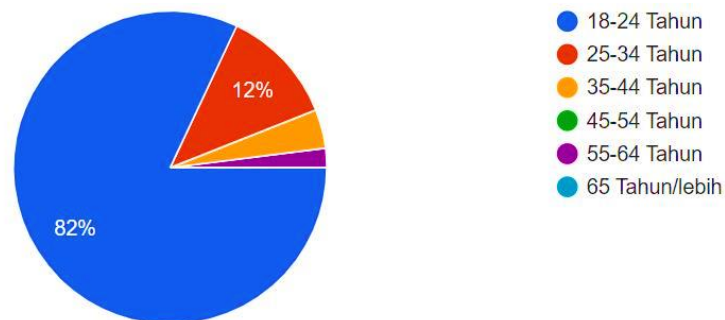
²⁸Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Indeks, 2004).

²⁹Nanda Bella Fidanty Shahnaz dan Wahyono, "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online," *Management Analysis Journal* 5, no. 4 (2016).

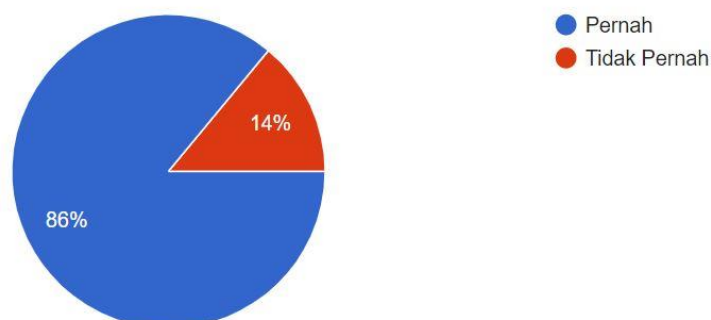
harga, dan merek dalam keputusan pembelian mereka.³⁰ Penelitian mengenai minat beli konsumen pada produk Israel dan yang terafiliasi juga dapat memberikan wawasan tentang dampak kebijakan atau fatwa tertentu, seperti Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023, terhadap perilaku konsumen. Keputusan untuk mendukung atau menolak produk-produk tertentu dapat dipahami sebagai bentuk tanggapan terhadap isu-isu global dan sikap terhadap nilai-nilai yang dipegang. Oleh karena itu, pemahaman terhadap minat beli konsumen pada produk Israel dan terafiliasi tidak hanya mencerminkan preferensi individu tetapi juga dapat mencerminkan dinamika sosial, politik, dan budaya yang dapat berubah seiring waktu.

Penelitian pada masyarakat muslim di Kota Semarang dengan karakteristik subyek (sampel) berikut ini:

Gambar 1. Diagram Usia Subyek

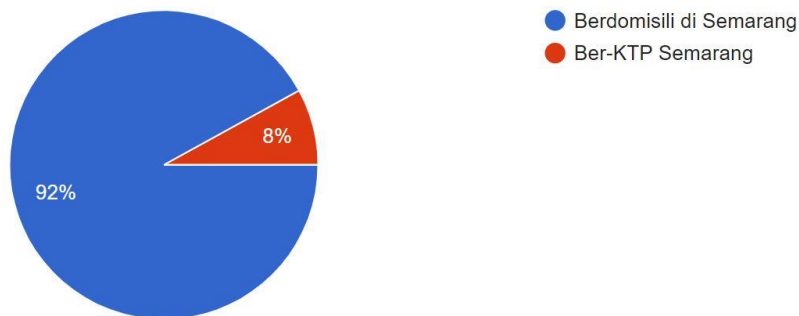


Gambar 2. Diagram Pengalaman Konsumsi Subjek



³⁰Pratiwi, *et al.*, “Analisis Pengaruh Intention to Boycott Pada Konsumen Produk Perancis Di Indonesia.”

Gambar 3. Diagram Status Asal Subjek



Berdasarkan hasil karakteristik tersebut, total subjek untuk penelitian ini adalah 50 orang yang didominasi dari warga yang berusia 18-24 tahun sebanyak 41 orang (82.%), subjek yang berusia 25-34 tahun sebanyak 6 orang (12%), subjek yang berumur 35-44 tahun sebanyak 2 orang (4%) dan yang berumur 55-64 tahun sebanyak 1 orang (2%). Dengan latar belakang orang yang pernah membeli produk Israel sebanyak 43 orang (86%), sedangkan sisanya tidak pernah membeli produk Israel atau yang terafiliasi sebanyak 7 orang (14%). Dari 50 subjek 46 orang (92%) didominasi oleh orang-orang yang berdomisili di Semarang, dan 4 orang (8%) ber-KTP Semarang.

Berdasarkan data, *output* W-Stats V. 2.0 “Hasil Analisis Statistik Deskriptif” menunjukkan bahwa rata-rata “Minat Beli” adalah 44,100 adapun rerata “Pemahaman Fatwa” 84,900 dapat dilihat pada gambar 4 berikut ini:

Gambar 4. Hasil Analisis Deskriptif W-Stats V. 2.0

HASIL ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF

VARIABEL		N	Tertinggi	Terendah	Rerata	Varian	Simpang Baku	Galat Baku
Minat Beli	(y)	50	50,000	30,000	44,100	43,561	6,600	0,933
Pemahaman Fatwa	(X)	50	100,000	45,000	84,900	170,908	13,073	1,849

Data ini menunjukkan bahwa secara statistik, pemahaman fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 memiliki pengaruh terhadap minat beli masyarakat muslim Kota Semarang pada produk Israel dan yang terafiliasi, yaitu semakin tinggi tingkat

pemahaman masyarakat, maka akan semakin rendah minat beli terhadap produk tersebut.

Terkait dengan hasil uji regresi sederhana pada data yang didapatkan, *output* W-Stats V. 2.0 menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji regresi sebesar 2,011 % (0,02), yang mana nilai tersebut lebih kecil dari 5 % (0,05). Sebagaimana dapat dilihat pada gambar 5 berikut ini:

Gambar 5. Hasil Uji Regresi

KOEFSISIEN REGRESI					
MODEL	b	t	d.k.	t-Kritis <i>pd</i> taraf sign. 5,0%	Kesimpulan
Konstan (a)	14,746				
X	0,346	6,511	48	2,011	Signifikan

Berdasarkan data nilai uji regresi tersebut didapati bahwa nilai uji regresi lebih kecil dari pada nilai signifikansi, dengan kesimpulan koefisiensinya “signifikan”.

Data-data berdasarkan analisis W-Stats V. 2.0 menunjukkan bahwa hipotesa yang peneliti buat dapat divalidasi. *Pertama*, pemahaman masyarakat muslim Kota Semarang terhadap fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 memiliki pengaruh terhadap minat beli masyarakat. *Kedua*, semakin tinggi pemahaman masyarakat terhadap fatwa MUI tersebut, maka semakin rendah minat beli masyarakat terhadap produk Israel dan yang terafiliasi. Hasil ini menunjukkan bahwa teori yang menyatakan bahwa fatwa merupakan salah satu pedoman dalam menentukan hukum yang didukung dengan spirit religiuitas untuk mengikuti pendapat para pakar/ahli agama, menentukan sikap masyarakat dalam menghindari pembelian produk Israel dan yang terafiliasi, tentu ini juga merupakan hasil dari pemahaman fatwa sebagai motivasi untuk mendukung perjuangan warga Palestina.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan, data dari 50 sampel memiliki rerata pemahaman yang tinggi, yaitu 84,900. Ini menunjukkan masyarakat memiliki

pemahaman yang baik terhadap fatwa MUI No. 83 Tahun 2023, dengan rerata nilai “minat beli” adalah 44,100, dimana semakin baik pemahaman terhadap fatwa MUI No. 83 Tahun 2023, maka akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kurangnya minat beli masyarakat muslim Semarang terhadap produk-produk Israel dan yang terafiliasi. Hal ini diketahui dari nilai uji regresi adalah 2,011% (0,2) lebih kecil dari 5 % (0,05) dimana nilai tersebut menunjukkan bahwa dapat dikatakan signifikan.

Dengan demikian bahwa penelitian ini memberikan informasi terkait pengaruh pemahaman masyarakat muslim atas fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 terhadap kurangnya minat beli pada produk-produk Israel dan yang terafiliasi. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui seberapa pentingnya fatwa MUI terhadap kegiatan atau aktivitas muslim di Indonesia secara umum dan secara khusus muslim di Kota Semarang, dimana perubahan pola aktivitas ini tentu dapat mempengaruhi sektor-sektor lain di tengah masyarakat.

D. Minat Beli Masyarakat Kota Semarang terhadap Produk Israel Perspektif *Saddu al-Dzari'ah*

Fawaid mengutip teori *saddu al-dzari'ah* menurut Ibnu al-Qayyim al-Jauziyah, seorang ulama ushul bermazhab Hanbali dengan membagi sesuatu yang dapat mengantarkan kepada kerusakan (*mafsadat*) menjadi dua bagian, yaitu: *pertama*, sesuatu yang memang ditetapkan untuk mengantar kepada *mafsadat*; dan *kedua*, sesuatu yang semestinya ditetapkan untuk mengantar kepada suatu yang mubah atau sunnah, akan tetapi dijadikan perantara untuk mencapai tujuan yang haram, baik secara sengaja atau tidak sengaja. Bagian kedua ini tercabang lagi menjadi dua bagian, yaitu: (1) *mafsadat*-nya lebih dominan dari pada maslahatnya; 2) sisi kemaslahatannya lebih dominan dari *mafsadat*-nya. Melalui dua cabang ini secara umum ia membagi empat macam *al-dzarai'*, yaitu:

- a. Sesuatu yang sejak semula dapat mengantar kepada *mafsadat*, misalnya minum *khamr* dapat membuat mabuk, menuduh zina dapat mengantar kepada membuat kedustaan.

- b. Sesuatu yang pada dasarnya merupakan media sesuatu yang boleh akan tetapi dijadikan perantara mencapai *mafsadat*, misalnya melakukan jual beli dengan tujuan memperkenankan riba.
- c. Sesuatu yang pada dasarnya merupakan media sesuatu yang mubah tanpa disertai tujuan *mafsadat*, akan tetapi lebih dominan cenderung mengantar *mafsadat*, misalnya mencaci sesembahan orang musyrik.
- d. Sesuatu yang pada dasarnya merupakan media sesuatu yang dibolehkan yanpa disertai tujuan mencapai *mafsadat* serta dapat memungkinkan mengantar kepada *mafsadat* akan tetapi sisi maslahatnya lebih dominan, misalnya berkata jujur pada penguasa yang zalim.³¹

Berdasarkan pembagian *al-dzarai'* menurut Ibnu Qayyim, konteks fatwa MUI No. 83, tahun 2023 ini sesuai dengan poin c (ketiga), dimana pada dasarnya produk Israel dan yang terafiliasi ini mubah atau boleh untuk dibeli dan dikonsumsi dengan tanpa tujuan mencapai *mafsadat*, namun para pengusaha produk dari negara Israel ini terus mendukung tentara Israel dalam memerangi hingga membantai rakyat Palestina, maka membeli dan mengonsumsi produk mereka lebih dominan cenderung mengantar pada *mafsadat* (kerusakan).

Ditinjau dari perspektif hukum Islam, pemahaman masyarakat terhadap fatwa yang berpengaruh pada minat beli terhadap produk Israel dan yang terafiliasi merupakan perilaku atau sikap yang sesuai dengan konsep *saddu al-dzari'ah* Ibnu Qayyim, dimana dalam konteks ini menghindari membeli atau mengonsumsi produk-produk tersebut sebagai bentuk menghindari atau setidaknya mengurangi terjadinya kerusakan (*mafsadat*) dan bahaya (*mudharat*). Bahaya dan kerusakan ini menjurus pada apa yang menimpa rakyat Palestina, sebab peperangan dengan Israel yang menelan korban jiwa puluhan ribu rakyat Palestina, termasuk anak-anak dan wanita.

³¹Imam Fawaid, "Konsep Sadd al-Dzāri'a'h dalam Perspektif Ibnu Qayyim al-Jauziyah," *Lisan Al-Hal: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan* 13, no. 2 (2019): 323–40, <https://doi.org/10.35316/lisanalhal.v13i2.599>.

E. Kesimpulan

Pemahaman masyarakat muslim Kota Semarang terhadap fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli masyarakat. Semakin tinggi pemahaman masyarakat terhadap fatwa MUI tersebut, maka semakin rendah minat beli masyarakat terhadap produk Israel dan yang terafiliasi. Artinya fatwa merupakan salah satu pedoman dalam menentukan hukum yang didukung dengan spirit religiuitas untuk mengikuti pendapat para pakar atau ahli agama untuk menentukan sikap masyarakat dalam menghindari pembelian produk Israel dan yang terafiliasi.

Pemahaman masyarakat terhadap fatwa yang berpengaruh pada minat beli terhadap produk Israel dan yang terafiliasi merupakan perilaku atau sikap yang sesuai dengan konsep *saddu al-dzari'ah*. Dalam konteks ini menghindari membeli atau mengkonsumsi produk-produk tersebut sebagai bentuk menghindari atau setidaknya mengurangi terjadinya kerusakan (*mafsadat*) dan bahaya (*mudharat*) yang menimpa rakyat Palestina. Hal ini karena hasil penjualan produk-produk Israel dan afiliansinya menjadi sumber pendanaan perang bagi Israel.

Daftar Pustaka

- Abrar, Theas Fathanah. "7 Update Perang Gaza: Jumlah Korban-Nasib RS Indonesia," *CNBC*, November 23, 2023, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20231123191821-4-491568/7-update-perang-gaza-jumlah-korban-nasib-rs-indonesia>.
- Anhar, Hanifah Indriyani. "Judicial Review of the Boycott of Israeli Products Based on Fatwa Indonesian Ulama Council (MUI) Number 83 of 2023." *Jurnal Gagasan Hukum* 5, no. 2 (2024): 92–93, <https://journal.unilak.ac.id/index.php/gh>.
- Annur, Cindy Mutia. "Jelang Ramadan, Korban Tewas Palestina Hampir 31 Ribu Jiwa," *Databoks*, 2024, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/08/jelang-ramadan-korban-tewas-palestina-hampir-31-ribu-jiwa>.
- Asmoro, Akbar Ariza, dan Rachma Indrarini. "Hubungan Inovasi Produk Makanan Terhadap Minat Beli Masyarakat di Gresik." *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 4, no. 1 (2021): 59.

- CNBC. "10 Update Gaza Israel Menggila Genjatan Senjata Ditunda," *CNBC*, November 23, 2023, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20231123085111-4491304/10-update-gaza-israel-menggila-gencatan-senjata-ditunda>.
- Fatah, Rohadi Abdul. *Analisis Fatwa Keagamaan Dalam Fiqih Islam*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006.
- Fauzy, Akhmad. *Metode Sampling*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2019.
- Fawaid, Imam. "Konsep Sadd al-Dzāria'h dalam Perspektif Ibnu Qayyim al-Jauziyah." *Lisan Al-Hal: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan* 13, no. 2 (2019): 323–40, <https://doi.org/10.35316/lisanalhal.v13i2.599>.
- Khairunisa, Adilah Hasna, Mohamad Rosyidin, dan Muhammad Faizal Alfian. "Memori Dan Trauma Dalam Hubungan Internasional: Dukungan Austria Terhadap Israel Dalam Melawan Aksi Boikot, Divestasi, Dan Sanksi (BDS)." *Jirud: Journal of International Relations Diponegoro* 8, no. 1 (2016): 1-23.
- Majelis Ulama Indonesia, Fatwa Majelis Ulama Nomor 83 Tahun 2023 Tentang Hukum Dukungan Terhadap Perjuangan Palestina.
- Muhammad, Nova Effenty. "Fatwa dalam Pemikiran Hukum Islam." *Al-Mizan* 12, no. 1 (2016), <https://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/am/article/view/129/102>.
- Pratiwi, Bela, *et. al.* "Analisis Pengaruh Intention to Boycott Pada Konsumen Produk Perancis Di Indonesia." *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan* 2, no. 1 (2021): 257–76.
- Pratiwi, Fuji. "Fatwa MUI Haram Beli Barang Israel Dan Gerakan Kembali Ke Lokal." *Republika*, November 13, 2023, <https://ekonomi.republika.co.id/berita/s421lo457/fatwa-mui-haram-beli-barang-israel-dan-gerakan-kembali-ke-lokal-part1>.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni, dan Asmi Ayuning Hidayah. "Meningkatkan Minat Beli Produk Shofee Melalui Celebrity Endorser." *Jurnal Bisnis Terapan* 4, no. 1 (2020): 38.
- Al-Qāsimi, Muhammad Jamāl al-Dīn. *Al-Fatwa fi al-Islam*. Beirut: Dar al-Kutub al-'ilmiyah, 1986.
- Rahmani, Annisa Nadisyah. "Dampak Perang Israel-Hamas Terhadap Harga Saham dan Minat Beli Masyarakat Produk Pendukung Israel." *Academy of Education Journal* 14, no. 2 (2023): 1444-14456.
- Rahmawati, Suci, *et. al.* "Pengaruh Nilai Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Boikot Produk KFC (Studi Pada Konsumen Muslim Bandar Lampung)." *Jurnal Kompetitif Bisnis* 1, no. 1 (2020): 39–49.
- Redaksi. "MUI Fatwa Boikot, Link Website Daftar Produk Pro Israel Viral," *CNBC Indonesia*, November 17, 2023, <https://www.cnbcindonesia.com/tech/>

20231117064301-37-489723/mui-fatwa-boikot-link-website-daftar-produk-pro-israel-viral::text=Komisi Fatwa MUI merilis Fatwa, produk yang terafiliasi dengan Israel.

- Sari, Saidah Putri. "Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen." *Psikoborneo* 8, no. 1 (2020): 148.
- Schiffman, Leon G., dan Leslie Lazar Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks, 2004.
- Shahnaz, Nanda Bella Fidanty, dan Wahyono. "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online." *Management Analysis Journal* 5, no. 4 (2016).
- Sorong, Tommy Patrio. "7 Update Baru Gaza: Total Korban Hingga Kabinet Perang Israel Di AS," *CNBC Indonesia*, 2024, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20240305195003-4-519932/7-update-baru-gaza-total-korban-hingga-kabinet-perang-israel-di-as>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Supriyadi, Ilham, dan Rahma Dani. "Analysis Of The Effect Of Dsn-Mui Fatwa No. 83 Of 2023 On People's Consumption Patterns In Padang City." *Journal Equitable* 9, no. 1 (2024): 95–110, <https://ejurnal.umri.ac.id/index.php/JEQ/article/download/4554/2166>.
- Tim Redaksi. "Majelis Ulama Indonesia Serukan Boikot Produk Asal Prancis," *Kompas.Com*, 2020, <https://www.kompas.tv/nasional/120011/majelis-ulama-indonesia-serukan-boikot-produk-asal-prancis>.
- Wahid, Soleh Hasan. "Dinamika Fatwa Dari Klasik Ke Kontemporer (Tinjauan Karakteristik Fatwa Ekonomi Syariah Dewan Syariah Nasional Indonesia (DSN-MUI)." *Yudisia: Jurnal Pemikiran Hukum Dan Hukum Islam* 10, no. 2 (2019): 193, <https://doi.org/10.21043/yudisia.v10i2.5831>.
- Yasir, Muhammad, Marissa Grace Haque, dan Robertus Suraji. "Analisis Sentimen Terhadap Kontroversi Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 Tentang Pemboikotan Produk Yang Terafiliasi Israel." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)* 5, no. 4 (2024): 409–22.
- Al-Zuhaily, Wahbah. *Ushul Fiqh*. T.tp.: Mansyurat Kuliah Da'wah Islamiyah, 1990.
- _____. *Al-Wajiz fi Usul al-Fiqh*. Damaskus: Dar Al-Fiqr, 1999.