



Pengaruh Aksi Boikot terhadap Perubahan Harga Saham, *Trading Volume*, dan Penjualan pada Perusahaan Berafiliasi dengan Israel yang Terdaftar di BEI

Sri Natalia Maharani Br Sinulingga^{1*}, Usep Syaipudin²

¹⁻² Universitas Lampung, Indonesia

Alamat: Kampus Jl. Prof. Soemantri Brojonegoro No. 1, Gedung Meneng, Bandar Lampung

Korespondensi penulis: maharanislg07@gmail.com

Abstract. *This study examines the impact of boycott actions on changes in company performance, including stock prices, trading volume, and sales, among Israel-affiliated companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2023. Using an event study method with a 60-day observation window (H-30 to H+30), the research found a significant decrease in stock price, changes in trading activity, and varying effects on sales. The findings indicate that boycotts, as social movements, can influence market sentiment and investor decisions, especially under the backdrop of global political conflicts.*

Keywords: *Boycott, Stock Price, Trading Volume, Company Performance, Event Study*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh aksi boikot terhadap perubahan kinerja perusahaan yang mencakup harga saham, volume perdagangan, dan penjualan pada perusahaan yang berafiliasi dengan Israel dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2023. Dengan menggunakan metode *event study* pada jendela observasi 60 hari (H-30 hingga H+30), penelitian ini menemukan penurunan signifikan pada harga saham, perubahan aktivitas perdagangan, dan variasi dampak pada penjualan. Temuan ini menunjukkan bahwa aksi boikot sebagai gerakan sosial mampu memengaruhi sentimen pasar dan keputusan investor terutama di tengah konflik politik global.

Kata kunci: Aksi Boikot, Harga Saham, Volume Perdagangan, Kinerja Perusahaan, Event Study

1. LATAR BELAKANG

Konflik Israel–Palestina yang kembali memanas pada Oktober 2023 telah memicu respons masyarakat internasional, termasuk di Indonesia. Salah satu bentuk respons yang banyak dilakukan masyarakat global adalah aksi boikot terhadap perusahaan-perusahaan yang dinilai memiliki afiliasi atau keterlibatan bisnis dengan Israel. Di Indonesia, aksi ini mendapat momentum besar setelah dikeluarkannya Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 83 Tahun 2023 yang menyerukan dukungan terhadap perjuangan Palestina serta seruan boikot terhadap produk-produk yang terafiliasi dengan Israel. Gerakan boikot ini tidak hanya berlangsung di media sosial melalui kampanye digital seperti tagar “All Eyes on Rafah”, tetapi juga dalam bentuk nyata seperti penurunan pembelian produk tertentu, penarikan produk dari rak-rak ritel, serta demonstrasi di berbagai kota besar. Perusahaan seperti PT Unilever Indonesia Tbk, PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAP Group), dan PT Fast Food Indonesia Tbk (KFC) menjadi sorotan karena dugaan afiliasi dengan kepentingan bisnis di Israel.

Aksi boikot tidak hanya berdampak pada reputasi perusahaan, tetapi juga dapat memengaruhi indikator-indikator finansial seperti harga saham, volume perdagangan, dan

Received: Mei 12, 2024; Revised: Juni 15, 2024; Accepted: Juni 29, 2025; Online Available: Juli 02, 2025

penjualan. Penelitian terdahulu seperti King (2011) dan Jasa (2024) telah menunjukkan adanya pengaruh negatif boikot terhadap nilai pasar perusahaan, namun sebagian besar hanya terfokus pada harga saham. Sedangkan aspek penting lainnya seperti volume perdagangan dan penjualan belum banyak dijelajahi secara mendalam dalam konteks Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis dampak aksi boikot terhadap tiga aspek utama kinerja perusahaan yaitu: harga saham, volume perdagangan (trading volume), dan penjualan. Penelitian ini memanfaatkan pendekatan kuantitatif berbasis event study dengan mengamati data sebelum dan selama aksi boikot berlangsung di Indonesia pada tahun 2023. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur di bidang akuntansi dan pasar modal, sekaligus memberikan masukan bagi investor dan perusahaan dalam merespons dinamika pasar akibat isu sosial dan geopolitik global.

2. KAJIAN TEORITIS

Teori Pasar Efisien (Efficient Market Hypothesis)

Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Eugene Fama pada tahun 1970. Dalam teori ini, pasar dianggap efisien apabila harga seluruh sekuritas yang diperdagangkan telah merefleksikan seluruh informasi yang tersedia secara relevan dan tepat waktu. Informasi yang dimaksud bisa berupa informasi keuangan, informasi internal perusahaan, maupun informasi eksternal seperti peristiwa sosial, politik, dan ekonomi. Dalam konteks penelitian ini, aksi boikot terhadap perusahaan yang berafiliasi dengan Israel merupakan sebuah informasi eksternal yang memiliki potensi untuk memengaruhi persepsi investor. Oleh karena itu, dalam pasar yang efisien, aksi boikot yang dipublikasikan secara luas oleh media massa dan media sosial seharusnya langsung tercermin dalam perubahan harga saham perusahaan yang menjadi target boikot.

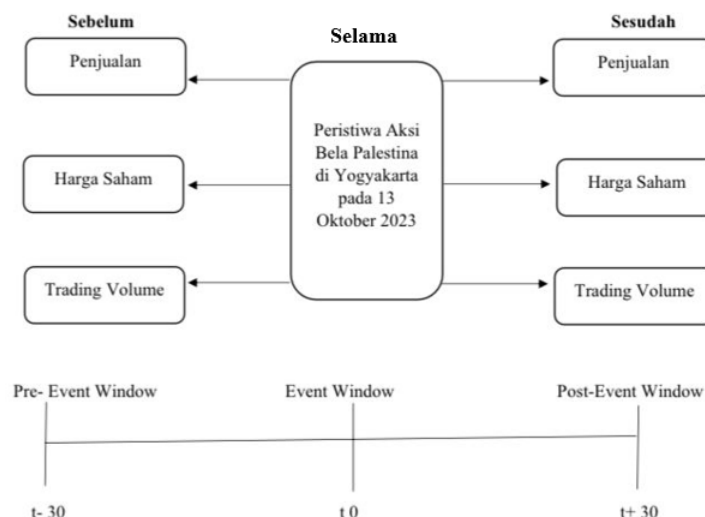
Teori Sentimen Pasar (Market Sentiment Theory)

Teori ini berfokus pada bagaimana psikologi dan persepsi investor dapat memengaruhi keputusan dalam melakukan aktivitas jual beli saham, terlepas dari informasi fundamental perusahaan. Menurut teori ini, sentimen investor yang dibentuk oleh emosi, opini publik, atau tekanan sosial dapat menciptakan volatilitas pasar yang tidak selalu sejalan dengan nilai intrinsik suatu aset. Dalam kasus boikot, masyarakat yang membentuk opini negatif terhadap perusahaan tertentu dapat memicu aksi jual (panic selling) meskipun secara fundamental perusahaan tersebut tetap memiliki kinerja keuangan yang stabil. Sentimen negatif ini diperkuat dengan masifnya pemberitaan di media serta ajakan boikot

yang viral di platform digital, yang akhirnya menciptakan tekanan psikologis terhadap investor.

Teori Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan secara umum dapat diukur melalui dua pendekatan utama: kinerja keuangan dan kinerja pasar. Kinerja keuangan dapat dilihat dari indikator seperti penjualan, laba, atau return on asset (ROA), sedangkan kinerja pasar dapat dilihat dari harga saham dan volume perdagangan. Dalam kaitannya dengan aksi boikot, perubahan sentimen publik yang negatif terhadap suatu perusahaan dapat memengaruhi permintaan terhadap produk (berujung pada penurunan penjualan) serta mengubah persepsi investor (berujung pada penurunan harga saham atau peningkatan volatilitas volume perdagangan). Oleh karena itu, untuk melihat dampak boikot secara komprehensif, penting untuk mengkaji baik sisi keuangan operasional maupun respon pasar.



Gambar 1. Penelitian

Teori Gerakan Sosial (Social Movement Theory)

Teori ini menempatkan aksi boikot sebagai salah satu strategi non-kekerasan yang digunakan oleh masyarakat sipil untuk memengaruhi perubahan sosial, politik, atau ekonomi. Boikot dalam konteks ini merupakan bentuk ekspresi kolektif yang bertujuan memberi tekanan terhadap entitas tertentu agar mengubah perilakunya. Dalam penelitian ini, aksi boikot terhadap perusahaan berafiliasi dengan Israel menjadi wujud dari gerakan sosial yang dipicu oleh solidaritas terhadap Palestina. Dengan menyasar perusahaan-perusahaan besar, aksi boikot bertujuan untuk menciptakan dampak ekonomi sebagai bentuk tekanan moral terhadap keterlibatan perusahaan dalam konflik yang sedang berlangsung.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode event study. Data sekunder dikumpulkan dari Bursa Efek Indonesia dan Yahoo Finance terkait harga saham dan volume perdagangan, serta laporan keuangan triwulanan perusahaan terkait untuk data penjualan. Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan yang terafiliasi dengan Israel dan terdaftar di BEI tahun 2023. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 9 perusahaan yang dipilih berdasarkan kriteria sebagai berikut:

- Terdaftar secara aktif di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2023.
- Termasuk dalam daftar perusahaan yang disoroti publik sebagai entitas yang memiliki afiliasi atau keterkaitan bisnis dengan Israel, baik secara langsung maupun tidak langsung.
- Mendapat sorotan dalam kampanye boikot yang tersebar luas di media sosial atau masuk dalam daftar boikot yang dirilis oleh organisasi seperti BDS Movement atau Yayasan Konsumen Muslim Indonesia (YKMI).
- Memiliki data harga saham harian dan volume perdagangan yang tersedia secara lengkap selama periode observasi.
- Menerbitkan laporan keuangan triwulan III dan IV tahun 2023 secara terbuka agar data penjualan dapat dianalisis.

Pengujian dilakukan pada periode H-30 hingga H+30 dari tanggal aksi bela Palestina di Yogyakarta pada 13 Oktober 2023. Alat analisis yang digunakan adalah uji statistik deskriptif, uji normalitas Shapiro-Wilk, serta uji beda berpasangan (paired sample t-test).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan data sekunder dari 9 perusahaan yang berafiliasi dengan Israel dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2023. Data yang dianalisis meliputi harga saham, volume perdagangan, dan penjualan pada periode H-30 hingga H+30 dari tanggal 13 Oktober 2023, yang merupakan titik awal aksi boikot publik di Indonesia.

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
Harga Saham Sebelum Boikot	9	4.10	9.27	6.92	1.46
Harga Saham Selama Boikot	9	4.02	9.26	6.89	1.48
Trading Volume Sebelum Boikot	9	9.06	17.46	13.06	3.37
Trading Volume Selama Boikot	9	9.43	17.12	13.74	3.06
Penjualan Sebelum Boikot	9	21.13	29.95	27.30	2.84

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
Penjualan Selama Boikot	9	21.00	29.98	27.32	2.88

Sumber: SPSS versi 26,2025, Data sekunder telah diolah

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa harga saham sebelum aksi boikot memiliki rata-rata sebesar 6,92 dengan standar deviasi 1,46, sedangkan selama aksi boikot rata-ratanya sedikit menurun menjadi 6,89 dengan standar deviasi 1,48. Hal ini menunjukkan adanya fluktuasi harga saham yang tidak terlalu besar namun cenderung menurun selama periode boikot. *Trading volume* menunjukkan perubahan yang lebih signifikan, yaitu dari rata-rata 13,06 sebelum boikot menjadi 13,74 selama boikot, dengan standar deviasi masing-masing sebesar 3,37 dan 3,06. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa terdapat peningkatan aktivitas jual beli saham, yang dapat mencerminkan meningkatnya ketidakpastian atau reaksi investor terhadap isu boikot. Penjualan mengalami sedikit kenaikan dari rata-rata 27,30 menjadi 27,32 selama boikot, dengan standar deviasi sebesar 2,84 dan 2,88. Kenaikan yang sangat kecil ini menunjukkan bahwa secara operasional, aksi boikot belum berdampak besar terhadap pendapatan penjualan perusahaan dalam jangka pendek.

Tabel 2. Uji Normalitas

Variabel	Statistik Shapiro-Wilk	df	Sig. (p-value)
Harga Saham Sebelum Aksi Boikot	0.163	9	0.888
Harga Saham Selama Aksi Boikot	0.169	9	0.866
Trading Volume Sebelum Aksi Boikot	0.230	9	0.111
Trading Volume Selama Aksi Boikot	0.243	9	0.089
Penjualan Sebelum Aksi Boikot	0.203	9	0.093
Penjualan Selama Aksi Boikot	0.203	9	0.080

Sumber: SPSS versi 26,2025, Data sekunder telah diolah

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan metode *Shapiro-Wilk*, karena jumlah sampel < 50 . Uji ini dilakukan terhadap masing-masing variabel penelitian, yaitu harga saham, volume perdagangan (*trading volume*), dan penjualan baik sebelum maupun selama aksi boikot. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$, yang berarti data berdistribusi normal secara statistik. Sebagai contoh, nilai signifikansi untuk variabel harga saham sebelum aksi boikot adalah 0,888, dan selama aksi boikot adalah 0,866. Begitu pula dengan variabel volume perdagangan yang memiliki nilai signifikansi 0,111 (sebelum) dan 0,089 (selama), serta variabel penjualan dengan nilai 0,093 (sebelum) dan 0,080 (selama). Distribusi normal ini

menunjukkan bahwa data tidak menyimpang secara signifikan dari distribusi normal, sehingga asumsi normalitas terpenuhi.

Tabel 3. Paired Sample t-Test

Pasangan Variabel	Mean	Std. Dev	Std. Error Mean	t	df	Sig. (2-tailed)
Harga Saham Sebelum - Harga Saham Selama Boikot	0,030	0,034	0,011	2,640	8	0,030
Trading Volume Sebelum - Trading Volume Selama Boikot	-0,020	0,577	0,192	-0,107	8	0,917
Penjualan Sebelum - Penjualan Selama Boikot	-0,207	0,189	0,063	-0,329	8	0,751

Sumber: SPSS versi 26,2025, Data sekunder telah diolah

Hasil uji *paired sample t-test* digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara kondisi sebelum dan selama aksi boikot terhadap tiga indikator utama: harga saham, volume perdagangan, dan penjualan. Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui bahwa hanya harga saham yang menunjukkan perubahan yang signifikan. Nilai signifikansi (*Sig. 2-tailed*) untuk variabel harga saham adalah sebesar 0,030, yang berarti terdapat perbedaan nyata antara harga saham sebelum dan selama aksi boikot. Hal ini menunjukkan bahwa aksi boikot memiliki dampak terhadap persepsi investor, yang tercermin dalam penurunan harga saham.

Sebaliknya, untuk variabel volume perdagangan, nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebesar 0,917, jauh di atas batas signifikansi 0,05, sehingga tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas jual beli saham masih relatif stabil selama periode boikot, meskipun secara deskriptif terjadi sedikit fluktuasi. Demikian pula, hasil pada variabel penjualan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,751, yang juga tidak signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa aksi boikot pada periode observasi lebih berdampak terhadap respons pasar modal dalam bentuk perubahan harga saham, sedangkan pengaruhnya terhadap volume transaksi dan kinerja operasional seperti penjualan belum terlihat secara signifikan dalam jangka pendek.

Perubahan Harga Saham Sebelum dan Selama Aksi Boikot

Berdasarkan hasil *paired sample t-test*, diperoleh hasil yang berbeda pada masing-masing variabel. Untuk hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat perubahan harga saham sebelum dan selama aksi boikot, hasil uji menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,030 ($p < 0,05$), yang berarti signifikan secara statistik. Temuan ini mendukung teori pasar efisien bentuk semi-kuat yang dikemukakan oleh Fama (1970), di mana harga saham segera merefleksikan informasi publik yang relevan. Aksi boikot yang viral di media

sosial dan diberitakan luas secara nasional merupakan bentuk informasi publik yang signifikan. Selain itu, temuan ini juga didukung oleh teori sentimen pasar, yang menyatakan bahwa persepsi dan emosi kolektif investor dapat mempengaruhi harga aset, terlepas dari kondisi fundamental perusahaan (Baker & Wurgler, 2007). Temuan ini juga konsisten dengan hasil penelitian oleh Dwi Lestari (2024), yang menemukan bahwa aksi boikot memiliki pengaruh signifikan terhadap harga saham perusahaan yang berafiliasi dengan Israel. Reaksi pasar ini menunjukkan bahwa investor sensitif terhadap isu reputasi perusahaan dan merespons tekanan publik dengan mengoreksi valuasi saham

Perubahan *Trading Volume* Sebelum dan Selama Aksi Boikot

Hipotesis kedua menguji adanya perbedaan volume perdagangan sebelum dan selama aksi boikot tidak didukung oleh data, dengan nilai signifikansi sebesar 0,917 ($p > 0,05$). Ini menunjukkan bahwa meskipun harga saham mengalami perubahan, aktivitas perdagangan investor relatif stabil. Stabilitas ini dapat dijelaskan melalui teori sentimen pasar, yang mengindikasikan bahwa tidak semua sentimen negatif akan direspons secara agresif oleh seluruh pelaku pasar. Sebagian investor mungkin melihat penurunan harga sebagai peluang beli, sementara yang lain tetap mempertahankan portofolio mereka. Hasil ini selaras dengan penelitian Wulandari dan Hidayat (2018), yang menunjukkan bahwa volume perdagangan tidak selalu mengalami perubahan signifikan meskipun terjadi peristiwa publik yang besar

Perubahan Penjualan Sebelum dan Selama Aksi Boikot

Hipotesis ketiga menganalisis mengenai perubahan penjualan sebelum dan selama boikot juga tidak signifikan, dengan nilai p sebesar 0,751. Tidak terdukungnya hipotesis ini dapat dimaknai bahwa dampak operasional dari aksi boikot belum terasa secara nyata dalam periode kuartalan yang diamati. Dalam konteks teori efisiensi pasar, ini mengonfirmasi bahwa reaksi terhadap informasi eksternal lebih cepat tercermin di pasar modal dibandingkan laporan keuangan operasional. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian Wijaya dan Hermanto (2022) serta Rahmani (2023) yang menyatakan bahwa aksi boikot yang viral di media sosial tidak serta-merta menurunkan penjualan dalam jangka pendek, namun lebih berpengaruh pada reputasi dan persepsi publik terhadap brand.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh aksi boikot terhadap perubahan kinerja perusahaan yang terafiliasi dengan Israel dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2023, dengan menggunakan indikator harga saham, volume perdagangan, dan penjualan. Berdasarkan hasil uji *paired sample t-test*, ditemukan bahwa hanya harga saham

yang mengalami perubahan signifikan selama periode boikot, sedangkan volume perdagangan dan penjualan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pasar modal merespons informasi sosial-politik secara cepat, sebagaimana dijelaskan dalam teori pasar efisien dan teori sentimen pasar, namun belum diikuti oleh perubahan dalam perilaku investor atau kinerja keuangan perusahaan secara operasional dalam jangka pendek.

Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa aksi boikot memiliki pengaruh terhadap persepsi pasar, tetapi belum berdampak nyata terhadap aktivitas perdagangan dan pendapatan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan kepekaan terhadap isu sosial dan membangun strategi komunikasi krisis yang efektif untuk menjaga kepercayaan publik. Bagi investor, hasil ini dapat menjadi pertimbangan dalam menilai risiko non-finansial yang berasal dari tekanan sosial. Sedangkan bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan waktu observasi, menggunakan pendekatan campuran kuantitatif dan kualitatif, serta membandingkan perusahaan terdampak dengan yang tidak terdampak agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dampak aksi boikot terhadap kinerja perusahaan.

DAFTAR REFERENSI

- Annisa Nadiyah Rahmani. (2023). *Analysis differences in stock returns before and after the fatwa of MUI in Indonesia on Israel-affiliated*. Academy of Education Journal, 14(2), 1444–1456. <https://doi.org/10.47200/aoej.v14i2.2104>
- Ardhani, N. D. (2023). *Analisis dampak boikot pro-Israel terhadap perekonomian di Indonesia*. Jurnal Oportunitas Unirow Tuban, 4(2), 13–16.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik* (Revisi ke-6). Jakarta: Rineka Cipta.
- Baker, M., & Wurgler, J. (2007). Investor sentiment in the stock market. *Journal of Economic Perspectives*, 21(2), 129–152. <https://doi.org/10.1257/jep.21.2.129>
- BBC News Indonesia. (2023, Oktober 17). *Seruan boikot produk pro-Israel menggema di dunia Islam*. <https://www.bbc.com/indonesia/dunia-67132689>
- Bodie, Z., Kane, A., & Marcus, A. J. (2014). *Investments* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Dwi Lestari. (2024). *Analisis komparatif harga saham, trading volume activity, dan abnormal return sebelum dan setelah publikasi aksi boikot produk pro Israel (Studi pada perusahaan tercatat di BEI yang terdampak isu produk terafiliasi dengan Israel)*. Jurnal Ekonomi Global, 13(1).

- Fadila, A. N., & Nuswandari, C. (2022). Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 283–293. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v15i2.837>
- Fama, E. F. (1970). Efficient capital markets: A review of theory and empirical work. *The Journal of Finance*, 25(2), 383–417. <https://doi.org/10.2307/2325486>
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gusnadi, F., Efendi, M., & Apriyana, N. (2024). Analisis brand hate terhadap brand avoidance pada merek Starbucks dalam konteks isu Israel-Palestina. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 5(1), 265–277.
- Hery. (2015). *Analisis laporan keuangan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Indah Mentari, C., Wahyuni, F., Rahmadani, P., & Rindiani, W. A. (2023). Dampak positif boikot produk asing bagi pertumbuhan produk lokal (Indonesia). *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 2(1), 131–140.
- Katadata.co.id. (2023, Oktober 16). *IHSG ditutup melemah 0,44% di tengah kekhawatiran geopolitik global*. <https://databoks.katadata.co.id>
- King, B. G. (2011). The tactical disruptiveness of social movements: Sources of market and mediated disruption in corporate boycotts. *American Journal of Sociology*, 116(6), 1878–1921. <https://doi.org/10.1086/659315>
- MacKinlay, A. C. (1997). Event studies in economics and finance. *Journal of Economic Literature*, 35(1), 13–39.
- Majelis Ulama Indonesia. (2023, November 8). *Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 tentang Hukum Dukungan terhadap Perjuangan Palestina*. <https://mui.or.id/info-fatwa>
- McMahon, S. F. (2014). The Boycott, Divestment, Sanctions campaign: Contradictions and challenges. *Race & Class*, 55(4), 65–81. <https://doi.org/10.1177/0306396813519939>
- Moch Argandaro Rajendra & Renny Renny. (2024). Dampak pemboikotan produk pada masa konflik Israel-Palestina terhadap harga saham dan volume transaksi pada perusahaan sektor makanan dan minuman. *Jurnal Akuntansi Strategis Indonesia*, 10(1).
- Morris, B. (2001). *Righteous Victims: A History of the Zionist-Arab Conflict, 1881–2001*. Vintage Books.
- Oktavia, Noval, M. R., Hanipah, R., & Handayani, M. F. (2024). Pengaruh dampak boikot produk Amerika terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMIA)*, 2(1), 318–319. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i1.2377>
- Pujiastuti, A. (2023). Mengungkap dampak boikot terhadap nilai pasar perusahaan. *Jurnal Ekonomika*, 11(1), 675–687.

- Rahmani, A. N. (2023). Dampak Perang Israel–Hamis terhadap Harga Saham dan Minat Beli Masyarakat Produk Pendukung Israel. *Jurnal Pasar Modal dan Investasi*, 5(2), 23–33.
- Rajendra, M. A., & Renny, R. (2024). Dampak Pemboikotan Produk pada Masa Konflik Israel-Palestina terhadap Harga Saham dan Volume Transaksi pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Indonesia*, 16(1), 55–65.
- Retnowati Jasa. (2024). *Dampak aksi boikot terhadap harga saham perusahaan yang berafiliasi dengan Israel: Studi kasus pasca agresi genosida di Palestina*. *Jurnal Ekonomi Global*, 12(1), 78–89.
- Roll, R. (1984). Orange juice and weather. *The American Economic Review*, 74(5), 861–880.
- Sawidji Widoatmodjo. (1996). *Pasar modal Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Shiller, R. J. (2003). *From efficient markets theory to behavioral finance*. *Journal of Economic Perspectives*, 17(1), 83–104. <https://doi.org/10.1257/089533003321164967>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tandelilin, E. (2001). *Portofolio dan investasi: Teori dan aplikasi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Tempo.co. (2023, November 9). *McDonald's dan Starbucks jadi target boikot di Indonesia*. <https://bisnis.tempo.co/read/1778522/mcdonalds-dan-starbucks-jadi-target-boikot-di-indonesia>
- Tumandung, L. M., Kalangi, L., & Tumbuan, W. A. (2017). Pengaruh return on asset, return on equity, dan net profit margin terhadap harga saham pada perusahaan LQ45 di BEI. *Jurnal EMBA*, 5(2), 1–10.
- Utami, W., Andriana, M. I., & Saputra, H. (2022). Pendekatan kuantitatif dalam pengukuran performa perusahaan. *Jurnal Akuntansi Terapan*, 6(2), 121–130.
- Wardani, D. K., Primastiwi, A., & Budiarto, Y. C. (2022). Analisis perbedaan harga saham sebelum dan sesudah wabah SARS pada IHSG di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 17(2), 45–58.
- Wijaya, A., & Hermanto, B. (2022). *Analisis dampak boikot produk multinasional terhadap kinerja keuangan perusahaan di Indonesia*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 7(1), 33–42.
- Wulandari, R., & Hidayat, W. (2018). *Pengaruh informasi publik terhadap volume perdagangan saham di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 13(2), 45–54.
- YKMI. (2024, Maret 15). *Diskusi Ramadhan Tanpa Produk Genosida: 10 perusahaan afiliasi Israel di Indonesia terdata oleh YKMI*.