

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gerakan Boycott, Divestment, and Sanctions (BDS) terhadap McDonald's dalam konteks konflik Israel–Palestina tahun 2023, mengkaji bagaimana gerakan tersebut berkembang sebagai bentuk resistensi masyarakat sipil global terhadap perusahaan multinasional, serta mengevaluasi efektivitasnya sebagai instrumen tekanan ekonomi dan politik dalam perspektif teori gerakan sosial Charles Tilly dan konsep boikot konsumen Monroe Friedman. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada Bab IVBB, penelitian ini menghasilkan lima kesimpulan utama yang saling berkaitan.

Pertama, gerakan BDS terhadap McDonald's pada tahun 2023 merupakan bentuk gerakan sosial modern yang terbentuk melalui tiga unsur utama dalam perspektif Charles Tilly (2004), yaitu identitas kolektif (*collective identity*), klaim kolektif (*collective claims*), dan mobilisasi sumber daya (*mobilization of resources*). Identitas kolektif dibangun melalui narasi solidaritas terhadap Palestina yang menghubungkan tindakan konsumsi individu dengan perjuangan kemanusiaan yang lebih luas, mengubah posisi konsumen dari aktor ekonomi pasif menjadi aktor politik yang memiliki kesadaran kolektif. Klaim kolektif diarahkan kepada McDonald's sebagai representasi perusahaan multinasional yang dianggap memiliki keterkaitan dengan konflik melalui tindakan franchise McDonald's Israel yang memberikan makanan gratis kepada tentara Israel pasca-Oktober 2023. Sementara itu, mobilisasi sumber daya berlangsung secara masif melalui platform media sosial yang memungkinkan penyebaran informasi dan koordinasi gerakan melampaui batas-batas geografis dan demografis tradisional. Selain ketiga unsur tersebut, kerangka WUNC Tilly yang meliputi *Worthiness*, *Unity*, *Numbers*, dan *Commitment* juga termanifestasi secara jelas dalam dinamika gerakan BDS: dimensi kelayakan moral terpancar dari framing isu hak asasi manusia, dimensi kesatuan terbangun melalui perluasan basis dukungan lintas etnis dan agama, dimensi jumlah tercermin dari skala partisipasi digital yang masif, dan dimensi komitmen terbukti melalui keberlanjutan gerakan yang melampaui siklus peristiwa

pemicu awalnya.

Kedua, dalam perspektif Monroe Friedman (1999), gerakan BDS terhadap McDonald's dapat dipahami sebagai hybrid boycott yang menggabungkan dimensi instrumental dan ekspresif secara bersamaan. Dimensi instrumental terlihat melalui upaya sistematis untuk memengaruhi kebijakan bisnis McDonald's melalui tekanan ekonomi kolektif, yang pada akhirnya mendorong McDonald's Corporation untuk mengambil langkah konkret berupa pembelian kembali franchise di Israel sebagai respons terhadap tekanan publik yang tidak dapat diabaikan. Dimensi ekspresif tercermin melalui penggunaan tindakan boikot sebagai medium untuk mengekspresikan solidaritas moral terhadap rakyat Palestina dan penolakan terhadap keterlibatan korporasi dalam konflik bersenjata, tanpa mensyaratkan adanya perubahan kebijakan perusahaan secara langsung sebagai ukuran keberhasilan. Keberhasilan gerakan dalam menggabungkan kedua dimensi ini menjadikan gerakan BDS terhadap McDonald's sebagai salah satu contoh paling signifikan dari boikot konsumen yang memiliki dampak nyata dalam sejarah gerakan sosial global era digital. Friedman (1999) menjelaskan bahwa efektivitas boikot tidak hanya ditentukan oleh dampak ekonomi langsung, tetapi juga oleh kemampuan gerakan dalam membangun tekanan reputasional dan menciptakan diskursus publik, dan kedua hal tersebut berhasil dicapai oleh gerakan BDS terhadap McDonald's secara bersamaan.

Ketiga, gerakan BDS terhadap McDonald's menunjukkan bahwa konsumsi telah berkembang menjadi ruang politik baru di mana masyarakat sipil global dapat berpartisipasi dalam dinamika internasional. Melalui konsep political consumerism yang dikembangkan oleh Micheletti (2003), penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan konsumsi tidak lagi bersifat netral secara politik, melainkan merupakan bentuk ekspresi nilai dan sikap terhadap isu-isu global. Fenomena ini menandai perubahan mendasar dalam hubungan antara perusahaan multinasional dan konsumen, di mana perusahaan tidak lagi hanya dinilai berdasarkan kualitas produk dan kinerja ekonomi, tetapi juga berdasarkan posisi moral dan tanggung jawab sosialnya terhadap isu-isu internasional yang memiliki resonansi kemanusiaan. Struktur bisnis franchise McDonald's yang memungkinkan ekspansi global justru menjadi sumber kerentanan reputasi ketika

masyarakat global tidak memisahkan antara tindakan cabang lokal dan identitas merek secara keseluruhan, memperlihatkan bahwa dalam era globalisasi, perusahaan multinasional menghadapi bentuk akuntabilitas publik yang semakin luas dan tidak dapat dikelola secara terpisah dari konteks politik global.

Keempat, efektivitas gerakan boikot BDS terhadap McDonald's bersifat multidimensional dan tidak dapat diukur semata-mata melalui indikator ekonomi langsung seperti penurunan pendapatan perusahaan. Dampak yang paling signifikan dari gerakan ini berada pada dimensi reputasi dan legitimasi korporasi, di mana gerakan berhasil menciptakan asosiasi antara merek McDonald's dengan isu konflik yang memiliki resonansi kemanusiaan kuat di seluruh dunia. Dalam jangka panjang, erosi legitimasi ini memiliki dampak yang jauh lebih besar terhadap keberlangsungan bisnis McDonald's dibandingkan penurunan penjualan jangka pendek yang diakibatkan oleh gerakan boikot. Meskipun demikian, gerakan BDS juga menghadapi keterbatasan yang inheren: struktur bisnis franchise yang terdesentralisasi menciptakan jarak antara keputusan korporasi dan tindakan cabang lokal, perusahaan multinasional memiliki sumber daya besar untuk menghadapi tekanan jangka pendek, dan mobilisasi digital rentan terhadap fenomena slacktivism di mana partisipasi simbolik tidak selalu diterjemahkan menjadi perubahan perilaku konsumsi yang nyata dan berkelanjutan. Keterbatasan-keterbatasan ini tidak meniadakan efektivitas gerakan, tetapi menunjukkan bahwa boikot paling efektif ketika berfungsi sebagai komponen dari strategi advokasi yang lebih luas dan komprehensif.

Kelima, analisis terhadap gerakan BDS memberikan kontribusi pada pemahaman mengenai transformasi hubungan antara masyarakat sipil, perusahaan multinasional, dan kekuasaan dalam sistem kapitalisme global kontemporer. Tren meningkatnya politisasi konsumsi, berkembangnya infrastruktur mobilisasi digital, dan semakin kuatnya tuntutan terhadap akuntabilitas korporasi merupakan tren jangka panjang yang akan terus membentuk dinamika gerakan sosial dan perilaku perusahaan multinasional di masa mendatang. Dalam perspektif Strange (1996), masyarakat sipil global semakin berhasil membangun counter-power yang mampu menantang structural power perusahaan multinasional melalui mekanisme yang tersedia dalam sistem kapitalisme itu sendiri, yaitu konsumsi sebagai instrumen

tekanan politik. Fenomena ini memperlihatkan bahwa dalam era globalisasi dan digitalisasi, batas antara ranah ekonomi dan ranah politik semakin kabur, dan perusahaan multinasional tidak dapat lagi beroperasi seolah-olah aktivitas bisnis mereka berada di luar domain pertanggungjawaban sosial dan politik yang semakin diharapkan oleh masyarakat global.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian ini, penulis menyampaikan beberapa saran yang ditujukan untuk pengembangan kajian akademis dalam bidang Hubungan Internasional, khususnya studi gerakan sosial transnasional, konsumsi politis, dan akuntabilitas perusahaan multinasional, serta untuk pemangku kepentingan terkait tata kelola korporasi global dan advokasi masyarakat sipil. Saran ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi penelitian selanjutnya dan pertimbangan bagi pengambilan kebijakan dalam menghadapi kompleksitas hubungan antara masyarakat sipil dan perusahaan multinasional dalam sistem kapitalisme global. Saran tersebut dibagi menjadi dua kategori, yaitu saran akademik dan saran praktis.

6.2.1 Saran Akademik

Penelitian ini membuka beberapa arah penelitian lanjutan yang perlu dikembangkan untuk memperdalam pemahaman mengenai gerakan BDS, boikot konsumen, dan dinamika aksi kolektif transnasional dalam konteks sistem kapitalisme global kontemporer.

Pertama, diperlukan penelitian komparatif yang membandingkan efektivitas gerakan boikot konsumen dalam berbagai konteks konflik geopolitik yang berbeda, baik dari sisi intensitas gerakan, karakteristik perusahaan yang menjadi sasaran, maupun konteks sosial-politik di mana gerakan berlangsung. Penelitian ini secara konsisten menunjukkan bahwa efektivitas boikot bersifat multidimensional dan sangat dipengaruhi oleh konteks, namun perbandingan sistematis antara berbagai kasus gerakan boikot transnasional dalam era digital masih belum banyak tersedia dalam literatur. Kajian komparatif semacam ini dapat memberikan kontribusi teoritis yang penting bagi pengembangan kerangka analitis yang lebih

komprehensif mengenai faktor-faktor penentu keberhasilan gerakan boikot konsumen dalam sistem kapitalisme global.

Kedua, terdapat kebutuhan mendesak bagi penelitian yang secara langsung mengkaji perspektif dan motivasi konsumen yang berpartisipasi maupun yang menolak berpartisipasi dalam gerakan BDS di berbagai konteks regional dan kultural. Penelitian ini dan sebagian besar literatur yang ada masih cenderung menganalisis gerakan boikot dari perspektif makro tanpa memperhatikan secara mendalam heterogenitas motivasi, persepsi, dan pengalaman individu-individu yang terlibat. Pendekatan metodologi yang berpusat pada perspektif konsumen melalui survei, wawancara mendalam, maupun analisis perilaku digital dapat menghasilkan pemahaman yang lebih kaya mengenai kondisi-kondisi yang mendorong atau menghambat partisipasi dalam gerakan konsumsi politis sebagaimana dikonseptualisasikan oleh Micheletti (2003) dan Friedman (1999).

Ketiga, kajian yang secara spesifik mengevaluasi dampak jangka panjang gerakan BDS terhadap perubahan kebijakan korporasi McDonald's dan norma-norma akuntabilitas perusahaan multinasional secara lebih luas akan memberikan kontribusi yang sangat relevan. Seiring berjalannya waktu dan tersedianya data yang lebih komprehensif mengenai kinerja bisnis McDonald's pasca-kampanye boikot, penelitian longitudinal yang memantau perubahan kebijakan, strategi komunikasi, dan perilaku korporasi sebelum dan sesudah tekanan gerakan dapat mengisi celah pengetahuan mengenai mekanisme melalui mana gerakan sosial menghasilkan perubahan kebijakan korporasi dalam jangka panjang.

Keempat, perlu dikembangkan penelitian yang secara spesifik mengkaji dinamika mobilisasi digital dalam gerakan sosial transnasional kontemporer, khususnya mengenai hubungan antara partisipasi simbolik di ruang digital dengan perubahan perilaku nyata dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini mengidentifikasi fenomena slacktivism sebagai salah satu keterbatasan inheren dari gerakan berbasis digital, namun mekanisme yang dapat mengonversi partisipasi digital menjadi komitmen

perilaku jangka panjang masih memerlukan eksplorasi yang lebih mendalam. Temuan penelitian semacam ini akan sangat relevan tidak hanya untuk memahami gerakan BDS, tetapi juga untuk berbagai bentuk gerakan sosial digital yang semakin menjadi moda dominan aksi kolektif dalam era globalisasi.

6.2.2 Saran Praktis

Selain saran akademik, penelitian ini juga menghasilkan rekomendasi praktis yang ditujukan kepada berbagai pemangku kepentingan yang terlibat langsung dalam isu akuntabilitas perusahaan multinasional, gerakan sosial transnasional, dan tata kelola kapitalisme global.

Pertama, bagi McDonald's dan perusahaan multinasional secara umum, penelitian ini menegaskan urgensi pengembangan sistem tata kelola korporasi yang lebih responsif terhadap dinamika politik global, termasuk mekanisme pengawasan yang efektif terhadap seluruh bagian dari jaringan bisnis global, termasuk mitra franchise dan afiliasi lokal. Kasus McDonald's menunjukkan secara nyata bahwa tindakan yang dilakukan oleh satu cabang lokal dapat dengan cepat menghasilkan konsekuensi reputasional yang melampaui batas wilayah operasional secara masif, terutama dalam ekosistem informasi digital yang memungkinkan konten menjadi viral dalam hitungan jam. Selain itu, perusahaan multinasional perlu mengembangkan kapasitas untuk merespons isu-isu sosial dan politik secara cepat, transparan, dan konsisten, mengingat keterlambatan atau ambiguitas respons perusahaan justru dapat memperkuat narasi gerakan boikot dan mendorong lebih banyak konsumen untuk berpartisipasi dalam aksi kolektif tersebut.

Kedua, bagi masyarakat sipil dan organisasi advokasi yang mengelola atau berpartisipasi dalam gerakan boikot transnasional, penelitian ini merekomendasikan agar gerakan boikot dikembangkan sebagai bagian dari strategi advokasi yang lebih komprehensif, bukan sebagai satu-satunya instrumen tekanan. Friedman (1999) dan Tilly (2004) sama-sama menunjukkan bahwa gerakan boikot paling efektif ketika

dikombinasikan dengan bentuk-bentuk aksi advokasi lainnya seperti lobi kebijakan, litigasi konsumen, kampanye kesadaran publik, dan dialog dengan pemangku kepentingan. Selain itu, gerakan sipil perlu memperhatikan dengan serius keakuratan informasi yang disebarkan dalam kampanye digital, mengingat penyebaran informasi yang tidak akurat atau tidak terverifikasi dapat secara serius melemahkan kredibilitas dan efektivitas gerakan dalam jangka panjang, sekaligus memberikan argumen kepada perusahaan sasaran untuk menolak tuntutan gerakan dengan alasan informasi yang tidak berdasar.

Ketiga, bagi pembuat kebijakan di tingkat nasional maupun internasional, penelitian ini menegaskan urgensi pengembangan kerangka regulasi yang dapat memaksa akuntabilitas perusahaan multinasional tidak hanya dalam domain ekonomi, tetapi juga dalam domain sosial dan politik yang semakin tidak dapat dipisahkan dari aktivitas bisnis global. Dalam perspektif Tilly (2008), efektivitas gerakan sosial dalam menghasilkan perubahan struktural sangat bergantung pada ketersediaan mekanisme institusional yang dapat mengonversi tekanan sosial menjadi kebijakan yang mengikat. Tanpa kerangka regulasi yang memadai, tekanan gerakan BDS dan gerakan boikot konsumen serupa akan terus menghadapi keterbatasan dalam menghasilkan perubahan yang bersifat struktural dan berkelanjutan, melampaui sekadar penyesuaian reputasional jangka pendek yang dilakukan oleh perusahaan untuk meredam tekanan publik.

Keempat, bagi peneliti dan akademisi yang akan mengembangkan penelitian lanjutan dalam tema ini, penelitian ini merekomendasikan penggunaan pendekatan metodologi campuran yang menggabungkan analisis dokumen dan literatur dengan data primer berupa wawancara mendalam kepada berbagai pemangku kepentingan, termasuk aktivis gerakan BDS, konsumen yang berpartisipasi maupun yang tidak berpartisipasi dalam boikot, serta perwakilan korporasi. Triangulasi sumber data semacam ini akan menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif dan bernuansa mengenai dinamika gerakan boikot transnasional yang tidak dapat sepenuhnya ditangkap melalui analisis

dokumen semata. Dengan demikian, kontribusi akademis terhadap pemahaman mengenai gerakan sosial global, konsumsi politis, dan akuntabilitas korporasi dalam sistem kapitalisme global dapat terus berkembang dan memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun kebijakan publik.