Experts

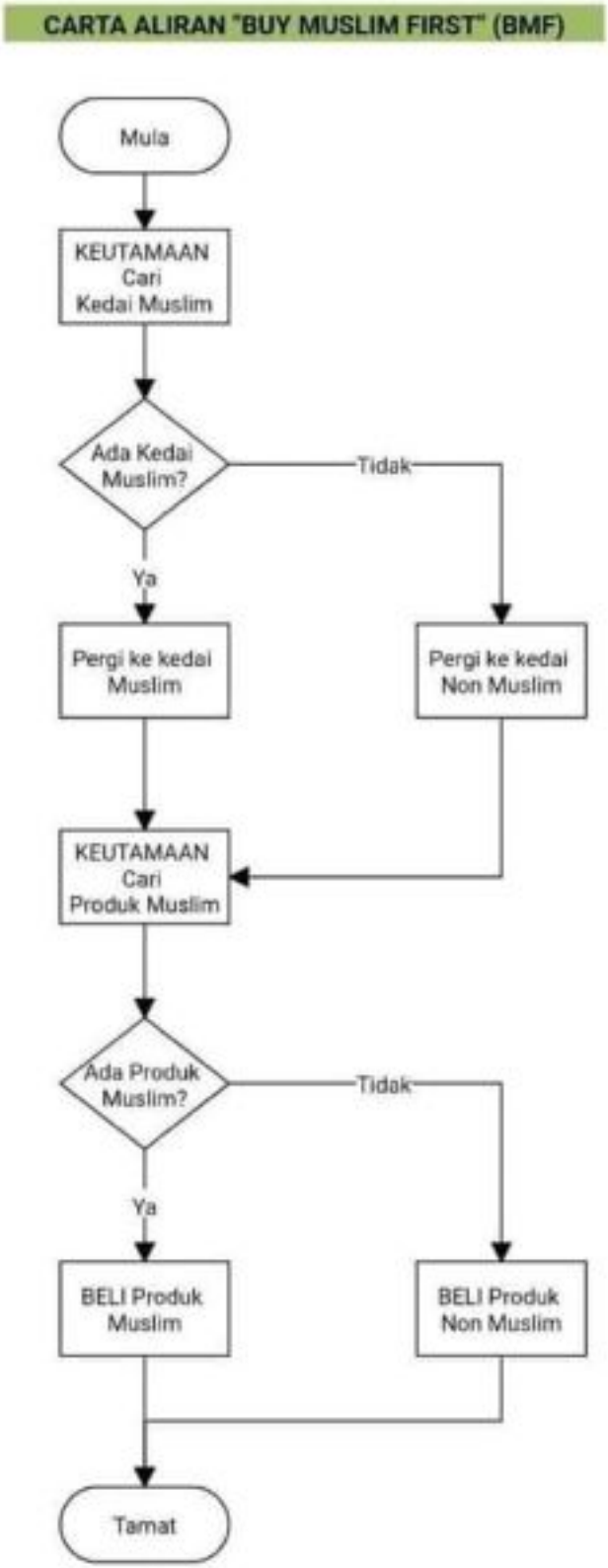
Utamakan Produk Muslim

Wed, 04/21/2021 - 15:04

Kempen *Buy Muslim First* atau BMF sedang hangat diperkatakan oleh masyarakat tidak kira dalam perbualan harian, media cetak mahupun elektronik. Ia turut menjadi topik perdebatan beberapa tokoh ahli politik terkemuka. Bagi penulis, usaha ini akan lebih menggalakkan pengguna untuk membeli produk keluaran Muslim yang secara terang-terangan diyakini halal dan bersih. Namun, ada segelintir pihak yang merasakan kempen ini cuba membawa masuk konotasi yang berbaur perkauman dan memboikot produk keluaran bukan Muslim secara tidak langsung.

Baru-baru ini, satu kenyataan telah dimuat naik oleh seorang personaliti komedi di laman *Twitter* miliknya yang mengecam kempen ini dan mempersoalkan hanya produk Muslim disokong dan tidak dari aspek yang lain seperti sukan. Walau bagaimanapun, pelbagai komentar yang membidas kenyataan tersebut dengan menekankan frasa *First,* iaitu mengutamakan produk keluaran Muslim, bukan hanya membelinya.

Kempen membeli dan menyokong produk Muslim yang dijalankan khususnya di laman-laman sosial tidak akan mencetuskan ketegangan serta menjejaskan keharmonian kaum di negara ini. Perkara itu dinyatakan oleh penganalisis parti politik, Dr. Rosdi Omar, yang berkata sebaliknya kempen ini mampu memupuk semangat kerjasama antara kaum dan menaikkan ekonomi negara. Beliau juga berpendapat bahawa golongan bumiputera tidak mampu memboikot produk bukan Muslim kerana semua kaum memerlukan antara satu sama lain dengan kekuatan masing-masing. Jika dikaji dengan lebih mendalam, kempen *Buy Muslim First* ini bukan suatu usaha yang baharu diperkenalkan. Pelbagai manfaat yang diperoleh hasil daripada kempen ini dan tidak lupa juga cabaran yang dihadapi oleh pelbagai pihak.



https://afyan.com/carta-aliran-buy-muslim-first.html/

Menerusi kempen *Buy Muslim First*, pelbagai manfaat yang akan diperoleh, antaranya dapat membantu meningkatkan kutipan zakat. Apabila ramai peniaga Muslim berhasil memungut keuntungan daripada perniagaan, mereka dapat menunaikan tanggungjawab membayar zakat perniagaan untuk manfaat orang Islam yang memerlukan.

Menurut laman web Lembaga Zakat Selangor (LZS), mudah bagi kita mengetahui tahap kekayaan

umat Islam iaitu dengan melihat prestasi kutipan zakat. Jika zakat merudum, jelaslah kekayaan umat Islam juga turut merudum. Begitu juga jika berlaku pengurangan zakat perniagaan, ia berpunca daripada segelintir peniaga yang tidak mampu mengeluarkan zakat. Dalam pada itu, peniaga Muslim mesti memahami bahawa zakat membawa keberkatan dalam perniagaan. Dengan kefahaman sebenar zakat perniagaan, sekali gus dapat memastikan tiada peniaga Muslim memberi alasan enggan membayar zakat kerana tiada keuntungan.

Ketua Aktivis Persatuan Pengguna Islam Malaysia (PPIM), Datuk Nadzim Johan berkata, berdasarkan pemantauan dibuat, pihaknya mengenal pasti beberapa premis pasar raya Muslim sekitar Lembah Klang berjaya meningkatkan hasil jualan harian daripada RM50,000.00 kepada RM150,000.00 sehari. Menurutnya, senario positif itu menunjukkan kempen BMF benar-benar menampakkan kesungguhan luar biasa dan kerjasama yang lebih utuh dalam kalangan masyarakat Islam negara ini untuk menjayakannya berbanding kempen hampir serupa pernah dilancarkan sebelum ini. Beliau juga berhasrat untuk memperluaskan Kempen BMF ke seluruh dunia bagi memberi kesedaran kepada komuniti Islam antarabangsa terhadap kepentingan usaha menyokong peniaga pembayar zakat.

Selain itu, kempen BMF juga berupaya mengurangkan jurang ekonomi Muslim dengan kaum yang lain. Secara tidak langsung, usaha memupuk perpaduan dalam kalangan rakyat Malaysia akan lebih berkesan jika jurang ekonomi antara kaum berada dalam kedudukan yang lebih seimbang. Ekonomi negara Islam seperti Malaysia seharusnya dikuasai oleh rakyat yang beragama Islam. Jika usaha ini disokong oleh orang ramai, nescaya kualiti produk Muslim dapat ditingkatkan sehingga mencapai standard yang disasarkan. Produk yang dihasilkan dan dikeluarkan oleh perusahaan Muslim sudah pasti menepati piawaian-piawaian yang telah digariskan oleh Persatuan Pengguna Islam Malaysia (PPIM) dan Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM).



https://www.thestar.com.my/news/nation/2019/09/08/039buy-muslim-made-first039-campaign-kicks-off-in-penang

Kempen *Buy Muslim First* ini juga adalah untuk membantu perniagaan orang-orang Islam yang jauh ketinggalan jika dibandingkan dengan perniagaan orang-orang bukan Islam di negara ini. Jika dilihat secara positif, kempen ini tidak sama sekali menggesa pengguna untuk boikot mana-mana pihak tetapi hanya menggalakkan pengguna Islam untuk memilih barangan keluaran orang Islam dahulu

jika mereka mempunyai pilihan lebih-lebih lagi sesetengah barang atau produk tidak dijual di pasar raya yang diusahakan oleh orang Islam.

Berikut merupakan susunan atau hierarki yang dicadangkan dalam mengutamakan produk keluaran Muslim iaitu membeli produk Muslim di kedai Muslim, membeli produk Muslim di kedai bukan Muslim, membeli produk bukan Muslim di kedai Muslim dan membeli produk bukan Muslim di kedai bukan Muslim.

Setiap kempen pasti menghadapi cabaran dan tidak terkecuali kempen *Buy Muslim First*. Pertama, kempen ini awal-awal lagi sudah dikonotasi sebagai isu perkauman kerana disalah tafsir memboikot produk buatan bukan Muslim. BMF juga disalah anggap menekankan produk Melayu sahaja walhal sudah banyak produk yang dikeluarkan oleh golongan mualaf seperti masyarakat Cina dan India Muslim.

'Buy Muslim First' kempen sokong produk umat Islam

KUALA LUMPUR 2 Sept. - Kempen yang dijalankan oleh pertubuhan bukan kerajaan (NGO) mengenai utamakan produk keluaran Muslim tidak bertujuan memboikot produk atau perkhidmatan bukan bumiputera.



Menurut seorang konsultan INFAQ Consultancy Sdn. Bhd., Afyan Mat Rawi (**gambar**), kempen yang dijalankan oleh NGO terbabit adalah menyokong produk Muslim dan ia kelihatan dilakukan secara serius oleh beberapa pihak.

Katanya, dari sudut rantaian ekonomi, sangat sukar satu produk keluaran Muslim sekalipun yang tidak ada langsung kaitan dengan bukan Muslim.

"Jadi, gerakan kempen sokong produk Muslim lebih praktikal, lebih praktikal untuk dijalankan.

"Kempen 'Buy Muslim First' membawa pengertian bahawa jika ada dua produk yang sama tapi ada pilihan produk dikeluarkan oleh orang Islam, utamakan produk Muslim dahulu. Produk Muslim mahal? Ya, itu tidak mustahil," katanya menerusi ciapan yang dimuat naik semalam.

Tambah Afyan, dari sudut harga, tidak dapat dinafikan dalam banyak situasi produk bukan Muslim mungkin lebih murah berbanding produk keluaran Muslim.

Ini kerana, jelasnya, ia melibatkan pelbagai kos termasuk bahan mentah, pengeluaran, sumber manusia dan lain-lain.

"Produk Muslim yang dikeluarkan 10,000 unit di kilang-kilang kecil tentulah tidak mampu untuk mengatasi kos per unit bagi produk dikeluarkan 100,000 unit oleh syarikat bukan Muslim.

"Anggap sahajalah ia sebagai jihad ekonomi kita membantu rakan seakidah seagama. Ia terpakai dalam segenap aspek produk daripada produk makanan, barangan harian, pakaian, sehinggalah kepada produk perbankan, kewangan dan takaful," ujarnya.

https://afyan.com/buy-muslim-first-kempen-sokong-produk-umat-islam.html/

Kedua, segelintir individu mempertikaikan harga produk Muslim jauh lebih mahal berbanding produk bukan Muslim. Hal ini kerana ia melibatkan pelbagai kos termasuk bahan mentah, pengeluaran, sumber manusia dan lain-lain. “10,000 unit produk Muslim yang dikeluarkan di kilang-kilang kecil tentulah tidak mampu untuk mengatasi kos per unit bagi produk yang dikeluarkan oleh syarikat bukan Muslim sebanyak 100,000 unit”, jelas konsultan dari INFAQ Consultancy Sdn. Bhd., Afyan Mat Rawi. Selain daripada harga yang mahal, kuantiti sesetengah produk Muslim yang sering dikatakan ‘indah khabar dari rupa’ menyebabkan pelanggan mudah beralih arah ke produk yang lebih berbaloi. Perkara ini sudah pasti menyebabkan semangat niaga pengusaha kecil-kecilan akan merudum, hilang, terhakis sedikit demi sedikit dek kerana diperlekehkan oleh masyarakat setempat.

Kempen *Buy Muslim First’* ini merupakan satu inisiatif alternatif yang cukup memberangsangkan. Hal yang demikian, kempen ini dapat menyatupadukan umat Islam dalam membuka minda mereka untuk menyokong barangan Muslim demi keutuhan ekonomi Islam itu sendiri. Selain itu, dengan kempen ini juga, Persatuan Ekonomi Islam Malaysia juga telah ditubuhkan di laman sosial untuk memudahkan pengguna mendapatkan informasi terkini mengenai produk-produk buatan Muslim yang terdapat di pasaran.

Selain itu, pengguna juga boleh menyemak senarai produk yang diyakini logo halal yang sah dan bebas daripada bahan-bahan yang terlarang. Selain daripada penubuhan badan persatuan, satu usaha yang dilakukan adalah dengan menubuhkan laman carian khas untuk mengakses produk-produk jenama Muslim yang dijual berdekatan dengan kediaman pengguna, iaitu *semestinya.com.*

Secara keseluruhannya, pilihan terletak di tangan pengguna dan pilihan yang tepat datangnya daripada pengguna yang bijak memilih persis peribahasa ‘tepuk dada, tanya selera’. Harapan penulis agar kempen ini dapat mencetus perubahan yang positif dalam aliran ekonomi negara dalam masa yang sama tetap menjaga kesejahteraan negara yang diwarnai dengan pelbagai kaum dan agama. ‘Kalau bukan kita yang menyokong produk keluaran Muslim, siapa lagi?’



Disediakan Oleh: Ameerah Humaira’ Mohamad Hilmi, Penerbit UMP

- 2220 views

View PDF