

Kempen bezakan halal, haram



**Noor Mohamad
Shakil Hameed**

PENULIS percaya ramai yang keliru apabila timbul gesaan untuk membeli atau mengutamakan produk Muslim. Tindakan beberapa pertubuhan bukan kerajaan (NGO) yang melancarkan kempen untuk membeli produk Muslim terus dilabel sebagai usaha untuk memboikot produk bukan Muslim.

Kita akui mungkin pada peringkat awal ada pihak cuba menanggung di air keruh dengan melancarkan kempen boikot produk bukan Muslim sebagai membalas tindakan sesetengah anggota masyarakat bukan Islam negara ini yang terbabit dalam isu sensitif berkaitan kedudukan agama Islam, orang Melayu, bahasa Melayu dan juga isu tulisan khat. Namun hakikatnya kempen sebenar yang diusahakan ialah membeli dan mengutamakan produk Muslim tanpa memboikot mana-mana pihak.

Justeru, pelancaran kempen ini wajar diberi penerangan dan penjelasan yang betul dan tepat agar masyarakat tidak salah faham sehingga dikhuatiri mencetuskan perbalahan kaum. Malah ia dilihat agak serius apabila Jemaah Menteri sendiri berbincang dan mengeluarkan kenyataan supaya tidak diadakan sebarang bentuk kempen memboikot barangan keluaran penguasa bukan Islam.

Jemaah Menteri menolak pemikiran dan pendirian sempit berasaskan sentimen perkauman yang cuba dimainkan oleh pihak tertentu kerana ia boleh menjejaskan keharmonian dan kesejahteraan negara. Secara prinsipnya kita menyokong pendirian kerajaan ini dan memang tidak wajar mana-mana pihak menganjur atau menyokong kempen seperti itu kerana kita hidup dalam negara dan masyarakat majmuk yang berbilang agama dan bangsa.

BUKAN PERANGI KAUM

Perlu ditegaskan di sini bahawa kempen ini sama sekali tidak berbentuk memboikot produk bukan Muslim, apatah lagi seolah-olah melancarkan peperangan terhadap kaum lain. Secara logiknya mana mungkin kita



**KEMPEN sokong produk pengeluar Islam membuka ruang lebih luas untuk mengetengahkan produk keluaran Muslim yang selama ini seolah-olah dipinggirkan.-
MEDIA SOSIAL**



Kempen seperti ini dilihat boleh membantu melenyapkan kerisauan status halal tersebut dalam kalangan umat Islam kerana sudah semestinya kita tidak perlu meragui status produk, makanan atau perkhidmatan yang disediakan atau dihasilkan oleh pengusaha Muslim.

melancarkan kempen boikot kerana kempen seperti itu akan banyak mendatangkan kesan negatif kepada umat Islam sendiri.

Misalnya kita perlu akui umat Islam belum mampu mengeluarkan semua produk kegunaan harian, maka kita masih perlu membeli produk keluaran rakan-rakan bukan Islam. Juga perlu sedar ramai orang Melayu dan Islam bekerja di kilang dan syarikat orang bukan Islam, maka bukankah kedudukan pekerjaan mereka akan terjejas teruk jika dilancarkan kempen seperti ini? Dan sudah semestinya kita juga tidak mahu mencetuskan perbalahan antara kaum hanya kerana kempen seperti ini kerana perpaduan antara kaum adalah tonggak kejayaan kita selama ini.

Jadi, kita perlu jelaskan apa sebenarnya yang dihasratkan melalui kempen

membeli produk Muslim ini yang sebenarnya tidak akan memberi apa-apa kesan pada orang lain. Bagi penulis, ia sangat penting untuk meningkatkan kedudukan ekonomi umat Islam negara ini. Kita perlu sedar ekonomi adalah kuasa penting sesebuah negara dan masyarakat dan sesiapa yang berjaya menguasai ekonomi, mereka akan mengawal segala-galanya dengan mudah.

Dan hakikatnya kedudukan ekonomi dan pendapatan umat Islam negara ini jauh ketinggalan berbanding rakan-rakan kita daripada agama dan kaum lain. Ironinya, walaupun kita merupakan penduduk majoriti tetapi kuasa ekonomi tidak berada di tangan kita. Ini satu senario cukup menyedihkan dan persekitaran tidak sihat untuk masa depan negara. Maka matlamat utama kempen ini adalah untuk meningkatkan kedudukan sosioekonomi umat Islam di negara ini agar setaraf dengan orang lain tanpa meminggirkan kaum lain, apatah lagi memboikot produk bukan Muslim.

GAGAL PROMOSI

Satu lagi kewajaran kempen seperti ini ialah membuka ruang lebih luas untuk mengetengahkan produk keluaran Muslim yang selama ini seolah-olah dipinggirkan atau boleh dikatakan umpama hidup segan, mati tak mahu. Kita perlu akui ramai dalam kalangan pengusaha Muslim yang gagal melaksanakan

promosi dan pemasaran berkesan sehingga produk mereka langsung tidak dikenali.

Ini ditambah pula persaingan hebat daripada produk lain yang sering dilihat lebih baik dan berkualiti. Anehnya orang Melayu dan Islam sendiri seringkali memandang rendah produk keluaran pengusaha Muslim atas pelbagai alasan. Jadi dengan adanya kempen seperti ini, kita mampu menggarap segala peluang dan platform yang ada untuk mempromosi dan mengetengahkan semua produk keluaran Muslim ke pasaran agar dikenali oleh masyarakat termasuk pengguna bukan Muslim.

Kita yakin satu lagi agenda penting kempen ini adalah untuk memberi perhatian serius terhadap soal produk dan perkhidmatan halal. Perkara ini sangat wajar dan amat signifikan kerana soal halal dan haram adalah isu wajib kepada umat Islam.

Kita sama sekali tidak akan berkompromi atau tolak ansur dalam soal halal ini. Kita perlu akui sudah banyak kali umat Islam negara ini menjadi mangsa keadaan dan tertipu apabila ada pihak salah guna logo halal sehingga mencetuskan kemarahan dalam kalangan umat Islam. Baik dari segi makanan mahupun produk kegunaan lain sudah ada banyak kes yang dilaporkan sebelum ini.

Keadaan ini menyebabkan kita seringkali was-was, sangat berhati-hati dan sampai ke tahap terpaksa

curiga terhadap sesuatu produk atau makanan yang berada di pasaran. Maka kempen seperti ini dilihat boleh membantu melenyapkan kerisauan status halal tersebut dalam kalangan umat Islam kerana sudah semestinya kita tidak perlu meragui status produk, makanan atau perkhidmatan yang disediakan atau dihasilkan oleh pengusaha Muslim.

Penulis juga percaya dengan adanya kempen seperti ini akan membantu melahirkan lebih ramai lagi usahawan Muslim. Kita harap kempen ini akan mencetuskan kesedaran betapa kita masih jauh ketinggalan dalam dunia perniagaan yang sebenarnya menjanjikan pulangan pendapatan yang lumayan.

Akuilah tatkala rakan-rakan kita terutama orang Cina begitu berjaya dalam bidang perniagaan, kita masih terkial-kial untuk memulakan perniagaan atas 1,001 alasan seperti tiada pengalaman, tiada kemahiran dan tiada modal. Oleh itu jadikan kempen ini sebagai pembakar semangat untuk berani terjun ke dalam bidang perniagaan bagi membangunkan diri, keluarga dan umat Islam secara keseluruhannya. Ini juga sekali gus akan membantu mengurangkan kadar pengangguran di negara kita.

PENULIS ialah Timbalan Pengarah Pejabat Strategi Korporat dan Komunikasi, Universiti Putra Malaysia (UPM).