



KEMPEN “BUY MUSLIM FIRST”: ANALISIS MENURUT MAQASID SHARIAH

Nurul Zubaidah Mustaffa*, Sarah Aqilah Mazuki, Sharifah Musfirah Tuan Azmi, Wan Nor Naimah Husna
Wan Mansor, Wan Nur Syahirah Wan Yusof & Wan Mohd Yusof Wan Chik
nurulzubaidahmustaffa@gmail.com

Faculty of Islamic Contemporary Studies, Universiti Sultan Zainal Abidin, Malaysia

ABSTRAK

Kempen ‘Buy Muslim First’ (BMF) merupakan satu kempen yang dilihat mempunyai impak besar terhadap ekeonomi negara. Kempen yang tercetus sekitar akhir tahun 2018 ini dikatakan mampu membantu peniaga Muslim untuk lebih maju dalam sektor ekonomi Malaysia. Sungguh pun begitu, kempen ini mempunyai pro dan kontra dari pelbagai pihak. Namun, apakah asas yang menyebabkan berlakunya kempen ini dan bagaimana pengaplikasiannya di Malaysia. **Objektif:** Kertas kerja ini bertujuan untuk menganalisis kempen *Buy Muslim First* dari aspek bagaimana ia tercetus dan kewajarannya menurut maqasid syariah. **Metodologi:** kajian ini berbentuk kualitatif akan melibatkan pengumpulan bahan-bahan kepustakaan dan kemudiannya dianalisis secara deduktif dan induktif. **Dapatan:** Kajian mendapati kempen seperti ini pernah dilaksanakan pada zaman Rasulullah SAW di Madinah dengan objektif mengukuhkan ekonomi yang sewaktu itu dikuasai oleh bangsa Yahudi. Dalam konteks Malaysia, kempen ini berlaku sebagai respon masyarakat Islam selepas kerajaan memperkenalkan pengajaran tulisan Jawi di semua sekolah termasuk Sekolah Jenis Kebangsaan Cina dan Sekolah Jenis Tamil. Pelbagai NGO telah berusaha untuk memperkenalkan pengaplikasian kempen ini dalam kalangan masyarakat yang mula disebarluaskan melalui media sosial dan sebagainya. **Implikasi:** Hasilnya kempen BMF ini sesuai dengan kehendak maqasid syariah dengan menggunakan konsep *hifz mal* dalam menjaga ekonomi umat Islam sekaligus menjaga kesemua aspek yang melibatkan kehidupan masyarakat Islam di Malaysia. Selain itu, kempen ini juga dilihat amat relevan untuk dilaksanakan di Malaysia untuk kemaslahatan ekonomi umat Islam itu sendiri.

Kata kunci : ‘Buy Muslim First’, ekonomi, produk Muslim, kemaslahatan, Maqasid Syariah.

PENGENALAN

Kempen *Buy Muslim First* (BMF) merupakan kempen yang baru dimulakan dan dipelopori oleh badan bukan kerajaan (NGO) Islam Malaysia. *Buy Muslim First* boleh didefinisikan satu kempen yang menggalakkan pembeli Muslim untuk mengutamakan pembelian produk keluaran Muslim. Kempen BMF bukan bertujuan untuk memboikot produk *non-muslim* tapi lebih mengutamakan produk keluaran Muslim yang berkonsepkan *halalan toyyiban* yang lebih terjamin kualitinya. Kempen ini mula tercetus rentetan daripada isu sentimen perkauman yang mana golongan penjual non-Muslim lebih cenderung untuk

mengurangkan pengambilan produk muslim untuk dipasarkan. Ini membimbangkan kepada peniaga-peniaga muslim Selain itu, wujudnya kempen ini kerana diskriminasi daripada pembekal non-muslim kepada peniaga muslim di mana mereka mengenakan harga tinggi kepada peniaga muslim. Rentetan daripada jurang perbezaan harga inilah yang menjatuhkan ekonomi umat Islam. Oleh sebab itu, Gerakan Pembela Ummah melancarkan kempen ini bagi memberi kesedaran kepada masyarakat dalam mempromosikan produk keluaran usahawan di Malaysia itu sendiri. Secara umumnya, kempen ini memberi kepentingan kepada umat Islam berdasarkan kemaslahatannya dalam maqasid syariah.

METODOLOGI KAJIAN

Metodologi kajian merupakan satu kaedah yang sistematik dalam menyesuaikan pendekatan kajian dan analisis data yang mempunyai peraturan tertentu untuk mencapai matlamat penyelidikan dengan tepat dan baik (Othman Mohamed, 2001). Kajian ini adalah bertujuan untuk menjelaskan hujah-hujah yang digunakan dalam menyokong kempen ini dari sudut maqasid syariah dan situasi ekonomi semasa. Oleh itu, kajian ini akan menggunakan kaedah kualitatif. Kaedah ini dipilih kerana kajian kualitatif merupakan kajian yang cenderung kepada metode pengumpulan data melalui penganalisan kandungan dokumen. Bagi kaedah pengumpulan data, kajian ini menggunakan kajian perpustakaan untuk mendapatkan maklumat berkenaan kempen ini. Setelah itu, metode analisis kandungan secara induktif dan deduktif digunakan bagi menganalisis data yang telah dikumpulkan. Hal ini kerana, kajian ini melibatkan penilaian terhadap dokumen-dokumen berbentuk teks. Di samping itu juga, rujukan terhadap laman web serta akhbar juga dilakukan. Hal ini kerana, kajian ini merupakan kajian penerokaan dan masih belum ada kajian yang mendalam mengenainya. Kaedah ini diaplikasikan dengan menganalisis kempen *Buy Muslim First* ini serta melihat sejauh mana keselarian kempen ini dengan maqasid syariah.

SOROTAN LITERATUR

Terdapat beberapa kajian lepas yang berkaitan dengan tajuk ini. Kajian Anas Mohd Yunus, Najihah Abd Wahid dan Wan Saifuldin W Hassan (2015) dan Siti Anisah (2015) menjelaskan berkaitan dengan menentukan hukum boikot barangan Israel berdasarkan kepada disiplin jihad fi sabilillah yang mana ia merupakan satu kempen pemuluan

pembelian barangan khususnya ke atas barangan yang pengeluarnya menyokong rejim Zionis Israel dan dalam masa yang sama menjelaskan pengaturan serta penegakan hukum pemboikotan dan bertujuan sebagai sumber rujukan dalam persaingan syarikat.

Kajian ini juga menilai hukum boikot daripada perspektif fiqh al-jihad dan melihat perubahan-perubahan hukum fardu ain dan fardu kifayah berikutan factor-faktor keadaan dan tempat. Manakala, kajian Noor Atika Shafinaz Nazri (2017), membincangkan tentang Viva Palestina Malaysia yang merupakan salah satu NGO dari Malaysia yang bergiat aktif di Palestin. Kajian ini juga akan menunjukkan peranan organisasi bukan kerajaan dalam memperjuangkan kebenaran, meningkatkan isu kesedaran, menyediakan bantuan dan menjalankan aktiviti kemanusiaan di Palestin. Selain itu, kajian oleh Anas Mohd Yunus, Wan Mohd Yusof Wan Chik dan Mahani Mohamad (2010) berkaitan dengan prinsip halalan tayyiban dalam Islam dan pengaplikasiannya di Sabasun HyperRuncit Kuala Terengganu. Kajian ini juga telah membuktikan bahawa pengaplikasian elemen halalan tayyiban telah dilaksanakan dalam syarikat tersebut.

Di samping itu, kajian oleh Mohd Anuar Ramli dan Mohamad Aizat Jamaludin (2011), berfokuskan kepada ijihad kontemporari serta kepentingannya dalam memperkasa Fiqh Kepenggunaan berasaskan kepada realiti semasa dan setempat. Selaras dengan itu, dengan perkembangan sains dan teknologi, pelbagai isu dalam kepenggunaan dengan pesat yang mana ia menimbulkan kerisauan terhadap pengguna Muslim. Berdasarkan kepada kajian-kajian yang lepas terdapat kajian mengenai konsep halal dan haram dalam Islam, peranan NGO dari Malaysia di Palestin dan mengenai hukum boikot barangan Israel berdasarkan kepada fiqh jihad. Namun begitu, masih belum terdapat kajian mengenai kempen '*Buy Muslim First*' di Malaysia. Hal ini merupakan satu lompong kajian yang perlu diisi oleh kajian yang sistematik khususnya bagi menganalisis kempen ini dari sudut maqasid syariah.

PERBINCANGAN

Konsep Maqasid Syariah

Para ilmuwan dan sarjana Islam telah mengemukakan beberapa definisi maqasid syariah menurut perspektif Islam. Antara definisi-definisi tersebut adalah seperti berikut:

Imam al-Ghazali memberi maksud maqasid syariah sebagai satu tujuan untuk memelihara lima perkara asas dalam kehidupan manusia (usul al-khams) iaitu memelihara agama, jiwa, akal, keturunan dan harta (Mustafa Al-Zarqa, 1998). Dalam hal ini, setiap perbuatan yang dibuat bertujuan untuk memelihara usul al-khams ini dikenali sebagai *maslahah* (kebaikan), manakala setiap perbuatan yang boleh memberi kesan kemudaratan kepada *usul al-khams* ini dikenali sebagai *mafsadah* (kerusakan) (Abu Hamid Al-Ghazali, 1973).

Antara dalil yang menjadi petunjuk kepada *maqasid Syariah* adalah firman Allah yang bermaksud:

مَا يُرِيدُ اللَّهُ لِيَجْعَلَ عَلَيْكُمْ مِنْ حَرَجٍ وَلَكِنْ يُرِيدُ لِيُطَهِّرَكُمْ وَلِيُنِيبَ نِعْمَتَهُ عَلَيْكُمْ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Maksudnya: "Allah tidak mahu menjadikan kamu menanggung sesuatu kesusahan (kepayahan), tetapi ia berkehendak membersihkan (menyucikan) kamu dan hendak menyempurnakan nikmat-Nya kepada kamu supaya kamu bersyukur.

Maqasid syariah dibincangkan oleh fuqaha bagi menggambarkan bahawa Islam yang diturunkan oleh Allah adalah untuk memberi kebaikan dan kemaslahatan kepada manusia. Menurut al-Syatibi misalnya menggunakan surah al-Anbiya', 21:107 menguatkan premisnya bahawa rahmat adalah cerminan keada meraih kebaikan (masalah) dan menghindari keburukan (*mafsadah*) disebalik misi kerasulan Muhammad SAW ke dunia. Begitu juga firman Allah SWT dalam surah al-Nisa' 4:165, yang menggunakan lafaz kebaikan dan keburukan bagi menyatakan misi para Rasul sebelum Rasulullah SAW. Petikan-petikan al-Quran seumpama di atas bagi al-Syatibi menjelaskan bahawa syariat Islam dibina bagi tujuan menjamin kepentingan manusia untuk dunia dan akhirat (Abu Musa Ibrahim, 1998).

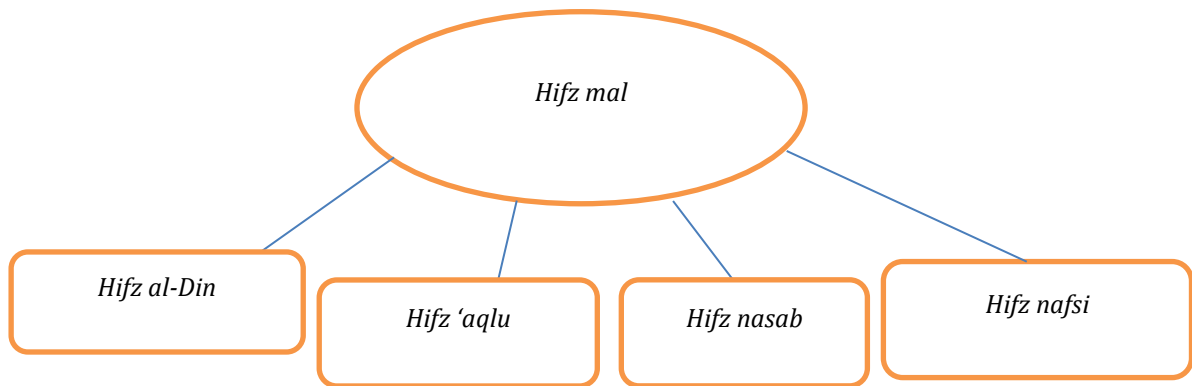
Menurut Ibn Qayyim mengatakan bahawa syariat keseluruhannya bersifat adil, memberi rahmat kepada semua umat manusa, membawa masalah kepada semua serta mempunyai hikmat yang menyeluruh. Maka setiap masalah yang terkeluar dari masalah

kepada mafsadah, terkeluar daripada kebijaksanaan kepada kebodohan, maka kesemuanya adalah bukan dari syariat Islam (Ibn Qayyim, t.t).

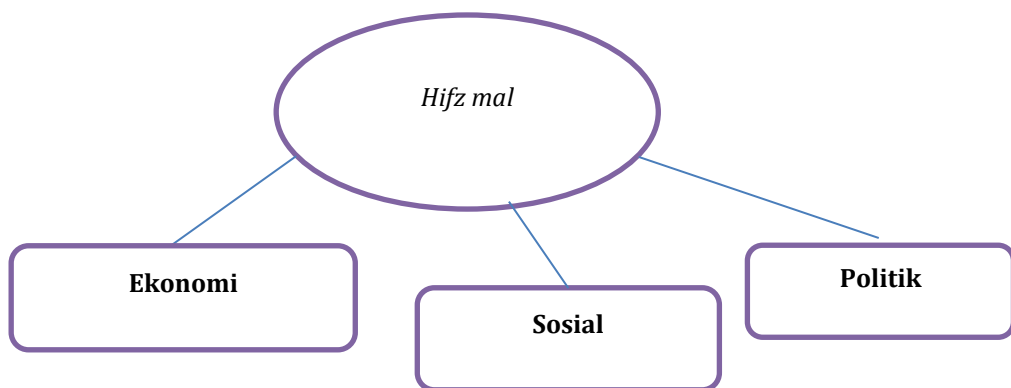
Para sarjana Islam kontemporari telah mengemukakan perbincangan mengenai perkara tersebut sebagai asas definisi maqasid al-syariah. Ibnu Asyur mentakrifkannya sebagai pengertian dan rahsia yang dapat difahami daripada syariat Islam dalam keseluruhan atau sebahagian besar proses pensyariaan (Muhammad al-Tahir, 1998). 'Alal al-Fast turut memberikan maksud maqasid al-syariah dengan maksud tujuan atau objektif yang dating dari syariah dan rahsiarahsia yang diletakkan oleh pembuat syariah bagi setiap hukum hakamnya ('Alal al-Fast, 1966). Al-Raysuni pula memuat kesimpulan kedua-dua takrif tersebut sebagai tujuan dan objektif yang ditentukan oleh syariat supaya dapat dicapai untuk kepentingan manusia (Ahmad Raysuni, 1995).

Berdasarkan kepada perbincangan di atas dapat disimpulkan dan dijelaskan bahawa syariat mempunyai objektif dan tujuan tertentu dalam penentuan sesuatu hukum. Tujuan ini boleh disimpulkan kepada "untuk menarik kebaikan dan menolak kemudaratan" yang terkandung dalam pensyariaan sesuatu hukum. Oleh itu, kempen BMF ini dapat dikaitkan dengan setiap maqasid syariah iaitu dalam menjaga agama, harta, keturunan, nyawa dan akal. Dalam konteks ini, maqasid yang utama adalah *hifz mal* kerana ia merupakan satu alat kepada politik, ekonomi dan sosial. Selain itu, *hifz mal* juga menjadi satu langkah dalam memperkasakan maqasid yang lain iaitu dalam penjagaan agama yang dapat dikaitkan dengan *halalan toyyiban*.

Melalui kempen BMF ini, ia dapat menjamin kebersihan dan kesihatan yang baik kerana penyediaan makanan telah disediakan oleh orang muslim dan ini dapat mencapai maqasid syariaah dalam penjagaan akal dan nyawa. Kempen ini juga dapat menjamin masa depan anak-anak jika ibu bapa mendidik anak-anak mereka dengan mendahulukan produk keluaran muslim dan pada masa yang ia dapat memelihara keturunan maruah dalam sesebuah keluarga. Kesimpulannya, hubungan kempen BMF dengan maqasid syariah adalah dengan mengutamakan konsep harta sebagai mekanisme dalam pengukuhan aspek yang lain sekaligus menjadi alat kepada ekonomi, politik dan sosial. Rajah 1 dan 2 di bawah menunjukkan *hifz mal* menjadi tonggak utama dalam penjagaan maqasid syariah dan kaitannya dengan aspek-aspek yang lain.



Rajah 1: *hifz mal* juga menjadi satu langkah dalam memperkasakan maqasid yang lain



Rajah 2: *hifz mal* merupakan satu alat kepada politik, ekonomi dan sosial.

Maksud Fiqh Kepenggunaan

Ungkapan fiqh kepenggunaan terbina dari dua istilah iaitu fiqh dan kepenggunaan. Sebelum menjelaskan tentang fiqh kepenggunaan, terlebih dahulu dijelaskan maksud *fiqh*. Perkataan *fiqh* berasal dari bahasa Arab yang bermaksud memahami, mengerti, mengetahui dan menuntut ilmu (al-Razi, 1997) Maksud fiqh menurut istilah adalah satu kefahaman yang mendalam tentang perkara usul dan amali yang menjadi panduan kepada mukallaf untuk memahami sesuatu hukum Islam (Rahimin Afendi Abdul Rahim, 2014). Manakala maksud kepenggunaan didefinisikan sebagai hal-hal yang berkaitan pengguna iaitu individu yang membeli, mengguna dan sesuatu perkhidmatan yang diperolehi dalam usaha untuk mencapai kepuasan yang maksimum (Nurizan Yahya, 2002). Selain itu, kepenggunaan adalah sesuatu perilaku yang dijalankan dalam seharian yang berkaitan dengan etika dan tatacara (Wan Mohd Yusof Wan Chik, 2007).

Apabila digabungkan antara istilah fiqh dan kepenggunaan, maka dapat disimpulkan bahawa fiqh kepenggunaan dapat ditakrifkan sebagai satu prinsip ilmu yang menjelaskan tiga elemen asas iaitu pengguna, pengusaha serta barangan guna dari perspektif hukum-hukum Islam yang merangkumi persoalan halal-haram dalam setiap urusan harian manusia (Siti Masturah Muhammad: T.T). Ketiga-tiga elemen ini berkait rapat antara satu sama lain agar dapat berfungsi dengan baik.

Pengusaha dan pengguna adalah memainkan peranan penting dalam pasaran yang bermula dari pengeluaran, pemprosesan, pengedaran, peruncitan dan perkhidmatan dalam perniagaan produk (Mohammad Aizat Jamaludin, et.al, 2012). Manakala pengguna merupakan seseorang yang membeli atau yang menerima barangan dan perkhidmatan yang digunakan samada untuk disimpan atau dibuang, dan mereka mempunyai pelbagai kehendak untuk dipenuhi bagi mendapatkan kepuasan mereka (Mohd Hamdan Adnan, 1994). Kesimpulannya, fiqh kepenggunaan membincangkan tentang komponen pengguna, pengusaha, serta barangan berdasarkan hukum-hukum Islam dan berkait rapat tentang konsep halal dan haram.

Pemboikotan Dan Pemuluan Barangan Israel

Boikot boleh didefinisikan sebagai suatu paksaan atau tekanan yang dikenakan oleh sekumpulan manusia atau peniaga untuk menghentikan urusan kewangan atau sosial antara individu, syarikat atau negara.

Isu pemboikotan barangan yahudi di palestin bukan lagi satu isu yang baharu. Hal ini kerana palestin merupakan antara salah satu negara yang sangat bermakna bagi umat Islam dan perlu dipelihara dan diberi perhatian oleh setiap pelusuk dunia. Kekejaman Israel terhadap negara Palestin jelas dapat dilihat apabila pihak Israel bertindak ganas terhadap negara tersebut dengan mencabuli hak asasi manusia tambahan pula tanah tersebut bukan hak milik Zionis (Nurdi, H. (2010). Pihak Israel juga bertindak menyekat bekalan perubatan, makanan, bahan binaan sehingga mengakibatkan penduduk Palestin hidup dalam kemiskinan dan serba kekurangan. Sekatan ekonomi ini berlaku sejak tahun 2006. Menurut Md Roslan Hashim (2010), walaupun bantuan makanan telah dihantar oleh pelbagai negara, tetapi pihak Israel bertindak dengan menghalang bekalan tersebut daripada sampai ke Palestin. Sedangkan negara Palestin kaya dengan pertanian dan hasil

lautan, disebabkan penindasan yang dilakukan terhadap negara Palestin, mereka tidak dapat menikmati hasil tersebut.

Menurut Ahmad Zaharuddin Sani Sabri (2009), antara usaha yang dapat dilakukan untuk membantu kaum muslimin di Palestin ialah dengan melupuhkan kekuatan ekonomi Israel. Hal ini dapat dilaksanakan dengan memboikot barangan atau produk keluaran mereka. Yahudi yang merupakan antara salah satu pihak yang menyalurkan bantuan kepada penegakan rejim Zionis di Palestin melalui syarikat multi nasional yang bernilai ratusan juta. Malahan, syarikat multi nasional tersebut berkembang ke seluruh pelusuk dunia termasuk negara Islam. Walaupun sumbangan yang diberikan ini terdiri daripada pelbagai bentuk, namun, umum mengetahui bahawa bantuan utama yang diberikan ialah membeli senjata serta kelengkapan perang dan mendirikan penempatan haram Yahudi di Palestin yang telah dirobohkan.

Menurut Noor Atika Shafinaz Nazri (t.t), Dr.Yusuf al-Qaradawi telah mengeluarkan fatwa pada tahun 2002 yang menyatakan bahawa setiap wang yang dibelanjakan untuk membeli produk-produk Israel dan Amerika seumpama telah membeli sebutir peluru yang akan menusuk tubuh saudara seIslam di Palestin. Selain itu, pemboikotan umat Islam Mesir terhadap makanan McDonald telah memberi kesan yang besar terhadap jualan syarikat tersebut. Hal ini berlaku pada tahun 2000 iaitu sewaktu pasca intifadah yang kedua. Mereka juga terpaksa membuat beberapa promosi untuk meningkatkan kembali jualan syarikat tersebut (Abdul Qayyum M. Suhaimi, 2014).

Sekiranya ekonomi mereka lemah, mereka terpaksa menumpukan kepada soal kebajikan dan kesejahteraan rakyat mereka dan sekali gus memberi kesan kepada usaha merampas dan membunuh umat Islam di Palestin. Pertimbangan inilah yang menjadi asas dalam maqasid secara keseluruhan iaitu penentangan terhadap kekuatan ekonomi musuh. Lebih besar lagi ialah bagaimana sistem ekonomi riba yang diamalkan dan dianjurkan oleh mereka boleh ditangani melalui boikot sebagai salah satu cara untuk memperkukuhkan ekonomi umat Islam dan menjadi alternatif kepada sistem riba.

Menurut Anas Mohd Yunus, Najihah Abd Wahid & Wan Saifuldin W Hassan (2014), merujuk kepada tindakan boikot ke atas barangan Israel dan Amerika, ia merupakan satu

perbuatan yang terkandung dalamnya maqasid. Maqasid dari segi makna yang umum ialah tujuan yang dikehendaki daripada sesuatu perbuatan. Maqasid Syari'yyah menurut `Alal al-Fasi ialah kemuncak dan rahsia syarak yang diberikan oleh Allah ketika menetapkan sesuatu hukum. Dari segi makna yang lebih khusus, maqasid ialah perbuatan-perbuatan yang tertakluk ke atasnya hukum, sama ada ia mengandungi masalah atau mafsadah pada perbuatan tersebut atau pun membawa secara langsung kepada suatu tindakan lain dan tidak menjadi sekadar perantaranya.

Pengeluaran hukum atau istinbat hukum melalui perspektif maqasid yang dikenali sebagai al-ijtihad al- maqasid adalah merujuk kepada kaedah iaitu menilai impak atau kesan sesuatu perkara. Inilah yang dimaksudkan oleh al-Shatibi apabila beliau menjelaskan penilaian terhadap impak sesuatu perbuatan yang diterima syarak adalah dengan pertimbangan ia menepati syarak atau sebaliknya (Anas Mohd Yunus, Najihah Abd Wahid & Wan Saifuldin W Hassan, 2014).

Dari sudut pertimbangan maqasid, dapat dilihat impak kezaliman yang dilakukan oleh rejim Zionis merupakan satu perkara yang mesti dihentikan. Ia bukan sekadar pembunuhan dan pencerobohan kedaulatan Palestin, tetapi ia juga melanggar batas-batas kemanusiaan secara sejagat (Siti Aisyah Zakaria, Sanep Ahmad & Hairunnizam Wahid, 2015). Bahkan tanpa melakukan tindakan boikot, seolah-olah umat Islam merelakan perbuatan kezaliman tersebut.

Dalam masalah boikot, barangan yang diboikot bukanlah kerana haram dengan sebab zatnya seperti buah-buahan, mesin-mesin, jentera dan sebagainya. Pengharaman tersebut adalah disebabkan kerana faktor luarnya iaitu dengan pembelian barangan tersebut, ia mengukuhkan ekonomi Israel dan sekutunya Amerika Syarikat. Apabila ekonomi mereka kukuh, mereka boleh menumpukan perhatian kepada usaha merampas dan menguasai bumi umat Islam di Palestin dengan kekuatan ekonomi yang dimiliki (Heri Sudarsono, 2008).

Oleh itu, umat Islam di Malaysia adalah juga berkewajipan untuk membantu umat Palestin dengan memboikot barangan Israel. Kalaupun jumlah mereka memadai, namun kelengkapan dan persediaan peperangan mereka masih belum mencukupi. Tambahan

lagi jika sokongan kepada pihak musuh dalam bentuk sokongan ekonomi melalui pembelian dan penggunaan barangan dan perkhidmatan mereka dan sekutu-sekutunya (Siti Aisyah Zakaria, Sanep Ahmad dan Hairunnizam Wahid, 2015).

Berdasarkan kepada pensyariatian boikot sebagai salah satu bentuk sokongan kita kepada negara Palestin, ia dilihat terkandung dalam perintah umum ayat al-Quran:

“Dan hendaklah kamu bertolong-tolongan untuk membuat kebajikan dan bertakwa, dan janganlah kamu bertolong-tolongan pada melakukan dosa (maksiat) dan pencerobohan. Dan bertakwalah kepada Allah, kerana sesungguhnya Allah Maha Berat azab seksaNya (bagi sesiapa yang melanggar perintahNya).”

(Surah al-Mai'dah : 2)

Perkara inilah yang perlu diberi perhatian dan penekanan oleh umat Islam di Malaysia secara khususnya untuk sentiasa berusaha berijtihad untuk melemahkan ekonomi bangsa Yahudi dan dalam masa yang sama membantu umat Islam untuk terus maju dan tidak ditindas.

Latar Belakang Kempen 'Buy Muslim First'

Saban hari, kita dihidangkan dengan video-video yang tular di media sosial yang memaparkan tentang peniaga-peniaga makanan yang tidak mengamalkan kebersihan dan mengabaikan kualiti dalam penyediaan makanan kepada para pelanggan. Antara video yang tular serta mendapat perhatian adalah kerja-kerja pembersihan pinggan mangkuk di restoran mamak yang menggunakan air daripada lopak di jalanan bagi mencuci pinggan yang telah digunakan sebelum dihidangkan kembali kepada para pelanggan. Hal ini sepatutnya tidak wajar berlaku dalam kalangan peniaga sedangkan Kementerian Kesihatan Malaysia telah membuat pantauan dan memberikan gred kebersihan mengikut keadaan yang sewajarnya.

Selain itu, tular juga video penternak ikan patin dari negeri Perak yang mendakwa memberi makan kepada ikan ternakannya yang diusahakan secara haram dengan bangkai babi. Sejajurnya, isu ini amatlah sensitif dan perlu diambil perhatian dengan serius kerana

sedia maklum bahawa kaum lain sebenarnya tidak peka dalam menyediakan makanan kepada umat Islam memandangkan arak dan babi dijual merata-rata. Golongan kaya bukan Islam juga mengambil kesempatan terhadap orang Islam dengan menjual barangan kepada peniaga Islam dengan harga yang tinggi berbanding peniaga bukan Islam. Banyak hal yang telah terjadi ini telah menyebabkan orang Islam sedar akan pentingnya dalam mencari sesuatu yang terbaik buat mereka. Tuntutan dalam mencari perkara yang halal juga amat ditekankan dalam Islam dalam menjalani kehidupan sebagai seorang Muslim yang taat akan perintah Allah kerana mencari yang halal itu fardhu ke atas setiap Muslim. Sesungguhnya yang halal itu jelas dan yang haram itu juga jelas.

Secara umumnya, kempen ini mula mendapat perhatian dalam kalangan masyarakat Islam dan mula tersebar di media massa setelah kempen ini diuar-uarkan oleh badan-badan bukan kerajaan yang mula menyedari pentingnya perkara ini setelah berlaku peristiwa-peristiwa yang menimbulkan kesedaran untuk melakukan perubahan. Kempen ini tercetus setelah timbul kesedaran daripada senario yang berlaku seperti orang bukan Islam tidak prihatin serta tidak menghormati orang Islam dalam isu pemakanan. Selain itu, golongan kaya bukan Islam juga mengambil kesempatan terhadap orang Melayu juga menjadi faktor kesedaran kepada orang Melayu untuk meningkatkan tahap ekonomi orang Islam sendiri. Dalam aspek pemakanan, sudah sedia maklum bahawa orang Islam akan menyediakan makanan yang sudah pasti bertepatan dengan konsep halalan toyyiban di samping menjaga kebersihan dan kualiti yang terjamin bertepatan dengan seperti yang dianjurkan Islam. Kesimpulannya, Islam sentiasa memandu umatnya ke arah kebenaran dan menjauhi kebatilan yang boleh merosakkan diri sendiri kerana sesungguhnya perkara halal itu jelas dan yang haram itu juga jelas dan antara keduanya ada perkara syubhah.

Faktor-Faktor Terjadinya Kempen BMF

Pada awalnya Kempen Buy Muslim First (BMF) telah bermula sejak tahun 2018, tetapi kempen ini hanya bergerak secara perlahan dan tidak aktif. Namun kempen ini tercetus sekali lagi selepas kerajaan memperkenalkan pengajaran tulisan Jawi di semua sekolah termasuk Sekolah Jenis Kebangsaan Cina dan SJK Tamil dan juga selepas tercetusnya isu Dr Zakir Naik. Hal ini telah menjadi isu perkauman yang dibawa oleh sesetengah pihak yang membawa kepada penghinaan kepada Umat Islam. Oleh sebab itu, diadakan kempen

sebegini bagi menyatukan kembali orang-orang Islam di Malaysia. Kempen ini dilancarkan oleh Gerakan Pembela Ummah yang diketuai oleh Aminuddin Yahya bagi menggalakan pembelian produk Muslim dan meminta rakyat supaya tidak memboikot mana-mana produk keluaran *non-Muslim*.

Pada asasnya, kempen ini saling membantu di kalangan umat Islam kerana ia merupakan satu ushan dalam memperkasakan ekonomi orang Islam. Usaha ini sewajarnya disokong oleh semua umat Islam di Malaysia dan meletakkan kesetiaan sesama umat sebagai asas utama.

Islam juga mengalakkan umatnya supaya saling membantu dalam memajukan negara terutamanya dalam sektor ekonomi. Oleh itu, kempen ini telah disokong penuh oleh Mufti Perlis iaitu Prof. Dato' Dr Mohd Asri Zainul Abidin yang menyifatkan kempen ini sebagai pilihan yang baik bagi memajukan ekonomi di Malaysia dan tidak dihalang dalam Islam. Beliau juga mengkritik kempen boikot produk *non-Muslim* kerana perkara ini akan membawa kepada perpecahan pelbagai kaum di Malaysia.

Kepentingan Kempen BMF Dalam Masyarakat

Dalam meniti era arus kemodenan masa kini yang serba mencabar, kita digemparkan dengan kempen yang sebenarnya telah lama diperkenalkan iaitu kempen BMF (Buy Muslim First). Kempen ini bertujuan untuk memupuk sikap pengguna untuk membeli dan mengutamakan produk-produk keluaran orang Islam terutama sekali dalam kalangan tempatan. Malah pelaksanaan kempen secara holistik ini amat penting bagi mengelakkan umat Islam daripada terlalu bergantung terhadap produk yang dikeluarkan dari pihak lain (Ab. Aziz Yusof, 2008).

Antara kepentingan kempen BMF yang dijalankan ini adalah terutama sekali bertujuan untuk menaikkan taraf ekonomi dalam kalangan Islam. Dengan cara ini, peniaga-peniaga Islam dapat meningkatkan produktiviti melalui sokongan yang diberikan dari kalangan pembeli dan pengguna khususnya orang Islam. Justeru itu, menerusi kempen ini, pemborong dan penjual Islam dapat memperkukuh kedudukan ekonomi negara seiring dengan negara-negara luar. Hal ini dapat membuatkan taraf ekonomi negara kita akan lebih berdaya saing oleh kerana perkembangan ekonomi yang pesat membangun. Oleh

itu, orang Islam juga tidak lagi akan dipandang enteng oleh sesetengah pihak selaras dengan perlembagaan perseketuan iaitu agama Islam sebagai agama rasmi. Selain daripada itu, dalam menunaikan rukun Islam yang keempat, kempen ini juga secara tidak langsung dapat meningkatkan jumlah kutipan zakat agar dapat membantu kepada golongan yang memerlukan dengan pengeluaran zakat oleh peniaga-peniaga Islam yang bertambah baik sejajar dengan ketetapan Maqasid Shariah.

Selain itu, peranan Muslim itu sendiri adalah diwajibkan untuk mencari sumber yang halal dalam kehidupan seharian. Pembelian produk orang Islam lebih diyakini daripada sumber yang halal, bersih dan selamat digunakan dalam kehidupan seharian. Hal ini juga dapat mengelakkan unsur syubhah dalam penggunaan produk dan menjadikan pengguna lebih yakin menggunakan produk orang Islam tanpa diragui. Kempen ini akan membuatkan orang Islam lebih peka terhadap unsur-unsur halal dan haram dalam kehidupan harian. Dalam memenuhi rukun fardu kifayah, peniaga Islam dapat mengeluarkan produk yang terjamin dari segi kebersihan dan mematuhi hukum syarak. Sebagai pengguna pula, mereka tidak perlu risau atau was-was dalam menggunakan produk keluaran orang Islam. Apabila kategori barangan sudah dikenalpasti dan konsep penggunaan Islam difahami, maka keseimbangan pengguna yang rasional dalam Islam akan dapat ditentukan (Jaafar Ahmad, 2011).

Hal ini demikian sudah menepati asas Syariah itu sendiri dimana asas Syariah itu adalah hukum-hakam dalam kegiatan perokonomian dan kehidupan masyarakat Islam seperti halal, haram, mubah, sunat dan makruh yang telah ditentukan oleh SWT melalui alQuran dan as-Sunnah Rasulullah SAW. Pelaksanaan asas ini akan memastikan segala aktiviti ekonomi adalah berjalan atas landasan Islam dan ini akan menyebabkan tiada berlakunya penipuan, rasuah, aktiviti penyorokan barang dan sebagainya dalam kegiatan ekonomi. (Sanep Ahmad, 2011).

Di samping itu, dalam menyahut seruan kerajaan menerusi kempen yang dijalankan iaitu Kempen Beli Barangan Malaysia (KBBM) dan Kempen Pengguna Bijak oleh KPDNHEP, kita juga turut serta dalam menyahut kempen BMF ini. Menerusi kempen BMF, pembelian produk-produk keluaran Islam ini adalah selaras dengan konsep KBBM iaitu membeli barangan tempatan. Tambahan pula, dengan pelaksanaan kempen BMF juga dapat

melihat para pembeli dan pengguna lebih bijak dalam memilih barangan yang dipasarkan. Pembeli akan meluangkan sedikit masa untuk menganalisa setiap produk yang berada di pasaran. Ini juga seiring dengan kempen Pengguna Bijak yang dilancarkan kerajaan. Hal ini dapat memupuk sikap proaktif dalam kalangan pengguna khususnya agar tidak membeli produk sembarangan tanpa usul periksa.

Secara konklusinya, kempen BMF ini bukanlah satu kempen yang memboikot mana-mana produk lain seperti yang disalah tafsir oleh sesetengah pihak. Kempen ini yang meletakkan pembeli untuk lebih bijak memilih dan menggunakan produk keluaran orang Islam sebagai objektif utama kempen bagi menyokong perniagaan Islam bertetapan dengan Maqasid Shariah. Dengan kepantasan penyebaran maklumat melalui media sosial membuatkan pengguna lebih bersemangat melalui perpaduan yang diterapkan, diharapkan agar kempen ini akan terus berjalan dengan jayanya tanpa ada titik noktah. Pembeli dan pengguna juga diharapkan agar terus konsisten dalam menjalankan kempen ini dan tahap kesedaran yang diterapkan melalui kempen ini terus berkekalan. Peniaga juga memainkan peranan yang sangat penting dimana peniaga juga perlu menjaga dan menambah baik kualiti barangan setaraf dengan barangan terkemuka sehingga produk-produk ini dapat dieksport ke pasaran global.

KESIMPULAN

Maqasid syariah adalah satu objektif dan tujuan yang ingin dicapai oleh syarak di dalam semua peringkat hukum sama ada secara umum, khusus atau *juz'i* manakala Islam merupakan agama yang lengkap merangkumi seluruh aspek yang berkaitan dengan kepentingan yang memenuhi *masalah* seluruh manusia dengan mengikut konsep menarik kebaikan dan menolak kemudharatan. Islam yang bersifat *Rabbani* akan dapat ditegakkan melalui keadilan dan kesaksamaan dalam menjamin keseimbangan masyarakat supaya tidak berlaku penganiayaan kepada mana-mana pihak. Menurut Pengerusi Gerakan Pembela Ummah iaitu Aminudin Yahya menyifatkan bahawa kempen ini merupakan satu jalan alternatif yang lain untuk masyarakat Islam dalam meningkatkan pendapatan mereka. Melalui kempen ini juga, maqasid syariah dapat dicapai melalui penjagaan harta yang dikait dengan objektif utama kempen ini dalam meningkatkan ekonomi umat Islam. Dengan adanya objektif yang jelas, ini membolehkan

bahawa segala usaha yang dilakukan dapat bergerak selari dengan objektif yang telah digariskan.

RUJUKAN

- Mohd Hamdan Adnan. (1994). *Konsep Asas Kepenggunaan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa & Pustaka.
- Nurizan Yahaya & Mohd. Amim Othman. (2002). *Pengenalan Sains Pengguna*, Serdang: UPM
- Al-Razi, Muhammad b. Abi Bakr 'Abd al-Qadir. (1997). *Mukhtar al-Sihhah*, Beirut: Dar al-Fikr
- Siti Masturah Muhammad. (t.t). *Keperluan Tingkat Fiqh Kepenggunaan berasaskan Maqasid Syariah*, Pulau Pinang: Universiti Sains Malaysia.
- Rahimin Affendi Abdul Rahim. (2014). *Merekonstruksikan Metodologi Konsep Fiqh Kepenggunaan Islam*. Kuala Lumpur: Akademi Pengajian Islam Universiti Malaya.
- Mohammad Aizat Jamaludin, Mohd Anuar Ramli & Suhaimi AB Rahman. (2012). *Ijtihad Kontemporari Dalam Pembinaan Fiqh Kepenggunaan Semasa Di Malaysia*, Serdang: Universiti Putra Malaysia.
- Md Roslan Hashim. (2010). *Membongkar Kejahatan Israel*. Kuala Lumpur : JIMedia & Pace
- Nurdi, H. (2010). *Membongkar Perancangan Israel Raya*. Kuala Lumpur: Alam Raya.
- Abdul Qayyum M. Suhaimi. (2014). *Intifadah al-Aqsa (2000) dan Kesannya ke Atas Proses Damai di Palestin*. Kuala Lumpur: Universiti Malaya.
- Heri Sudarsono. (2008). *Telaah Dampak Boikot Produk Amerika terhadap Perekonomian Nasional*. Indonesia: Universitas Islam Indonesia.
- Siti Aisyah Zakaria, Sanep Ahmad dan Hairunnizam Wahid. (2015). *Boikot McDonald: Hukum Perlaksanaanya di Malaysia dan Kesan Terhadap Guna Tenaga*. Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Mohammad Aizat Jamaludin, Mohd Anuar Ramli & Suhaimi Ab Rahman. (2011). *Ijtihad Kontemporari dalam Pembinaan Fiqh Kepenggunaan Semasa di Malaysia*. Putrajaya: Universiti Putra Malaysia.
- Tuan Sidek T. Muda & Ridzwan Ahmad. (2016). *Halal Haram Makanan Menurut Imam Syafie: Analisis dari Perspektif Maqasid al-Shari'ah*. Bangi: Universiti Malaya.
- Anas Mohd Yunus, Najihah Abd Wahid & Wan Saifuldin W Hassan. (2014). *Hukum Boikot barangan Israel Berdasarkan kepada Fiqh al-Jihad*. Terengganu: Universiti Sultan Zainal Abidin.
- Ahmad Zaharuddin Sani Sabri. (2009). *Berjayakah Amerikan dan Zionis Diboikot*. Kedah: Universiti Utara Malaysia.
- Md Hasri Rajali. (t.t). *Jihad, Palestin dan Isu Boikot*. Kedah: Universiti Sains Malaysia.
- Noor Atika Shafinaz Nazri. (t.t). *Sejarah dan Isu-isu Palestin*. Terengganu: Universiti Suktan Zainal Abidin.
- Wan Mohd Yusof Wan Chik, Anas Mohd Yunus, Mahani Mohamad, Anisah Abd Ghani (2013), *An Understanding of Contemporary Problems on the Ruling of Compulsory Boycott f KFC Malaysia*, Terengganu: Universiti Sultan Zainal Abidin.
- Wan Mohd Yusof Wan Chik. (2003). *Fiqh kepenggunaan: Asas-asas dan aplikasinya dalam era globalisasi*. Prosiding Seminar Kebangsaan Fiqh Semasa anjuran bersama Universiti Kebangsaan Malaysia dan Kolej Islam Selangor Darul Ehsan, Selangor.
- Wan Mohd Yusof Wan Chik. (2007). *Fiqh kepenggunaan: Satu tinjauan awal*. Kuala Terengganu: Universiti Sultan Zainal Abidin

Akhbar

Muhamad Saifulbakri Yusoof, Disember, 'AS, Boikot dan Perpaduan Islam', *Berita Harian*, h.11, 2017.

Sirajuddin Suhaimee, Ahad 22 September, 'Buy Halal First' lebih sesuai', *Berita Harian*, h.1,12-13, 2019.

Laman web

<https://www.utm.my/news-clipping/files/2014/08/boikot.pdf> (9 November 2019).

<https://www.hidayatullah.com/kajian/oase-iman/read/2014/06/25/23904/islam-membolehkan-aksi-boikot.html> (9 November 2019)