

Satu Tinjauan Ke Atas Langkah Strategik Kerajaan, Swasta Dan NGO Dalam Melaksanakan Hukum Boikot Barangan Israel

Dr. Anas bin Mohd Yunus

Fakulti Pengajian Kontemporari Islam,
Universiti Sultan Zainal Abidin,
Kampus Gong Badak, 21300 Kuala Terengganu.
anas@unisza.edu.my

Dr. Najihah binti Abd Wahid

Fakulti Pengajian Kontemporari Islam,
Universiti Sultan Zainal Abidin
Kampus Gong Badak, 21300 Kuala Terengganu.
anajihah@unisza.edu.my

Dr. Mustafa Bin Che Omar

Fakulti Pengajian Kontemporari Islam,
Universiti Sultan Zainal Abidin
Kampus Gong Badak, 21300 Kuala Terengganu.
mustafa@unisza.edu.my

ABSTRAK

Kertas ini membincangkan langkah strategik yang boleh dilakukan oleh kerajaan Malaysia, pihak swasta dan NGO bagi melaksanakan hukum boikot ke atas barangan dan perkhidmatan Israel dan sekutunya untuk memberi tekanan ke atas pencerobohan dan pencabulan mereka ke atas wilayah dan hak-hak rakyat Palestin. Hukum pemboikotan ini telah dijelaskan oleh para ulama semasa. Namun pelaksanaannya menghadapi beberapa masalah seperti tindakbalas undang-undang daripada beberapa negara yang mempunyai akta anti boikot di samping kesan ekonomi yang bukan sahaja merugikan negara, bahkan juga boleh memberi kesan kepada rakyat Palestin. Maka, apakah langkah-langkah strategik yang boleh dilakukan oleh pihak-pihak tersebut bagi isu ini. Kertas ini akan menghuraikan hukum boikot tersebut ke atas kerajaan Malaysia, implikasinya kepada kerajaan Malaysia dan rakyat Palestin serta langkah-langkah strategik yang boleh dilakukan oleh pihak kerajaan, swasta dan NGO. Ini penting untuk mengimplementasikan hukum boikot dalam suasana yang kondusif dan selamat. Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif dengan pendekatan analisis kandungan. Ia juga menggunakan kaedah-kaedah fiqh dan prinsip siyasah syar'iyah untuk mengetahui hukum dan langkah strategik yang boleh dilakukan berdasarkan kepada Syariah Islamiyyah. Hasil kajian mendapati kerajaan Malaysia dan pihak-pihak swasta serta NGO boleh melaksanakan hukum tersebut dalam beberapa kapasiti dan sebahagiannya telah dilakukan secara tidak langsung.

Keywords: Langkah strategik, boikot, Israel, Palestin

Boikot produk Israel dan Amerika di Malaysia bergerak secara agresif ketika serangan Israel ke atas Gaza walaupun ianya telah berjalan sebelum daripada peristiwa tersebut lagi. Beberapa premis perniagaan dan badan bukan kerajaan menjalankan kempen ini secara tersusun sejak serangan tersebut. Tindakan-tindakan tersebut boleh dianalisis dari sudut Perancangan Strategik dan dijadikan model tindakan bagi isu-isu Palestin, isu-isu yang mendatang tanpa jangka dan isu-isu lain yang boleh diberikan tindakbalas melalui boikot.

Perancangan strategik melibatkan perancangan sistematik yang memerlukan beberapa langkah tindakan yang boleh mengenalpasti situasi terkini sesuatu institusi, termasuk visi, misi, nilai operasi, keperluan (kekuatan, kekangan, peluang, ancaman), matlamat, keutamaan tindakan dan strategi, pelan tindakan dan pelan pemantauan.

Dalam melaksanakan pemboikotan yang berdepan dengan halangan dan kekangan sebagaimana yang akan dibincangkan, beberapa tindakan dan pelaksanaan boikot secara langsung atau tidak langsung adalah menjadi sumber model pelan tindakan dalam mengaplikasikan hukum boikot dan menyelesaikan halangan dan kekangan yang wujud.

FATWA BOIKOT

Bagi krisis Israel-Palestin. Salih Lahidan (2012) menyatakan boikot ke atas barangan Amerika, Britain dan Australia adalah merupakan sebahagian daripada jihad. Boikot juga dinyatakan wajib oleh `Abd `Aziz al-Rajihl (2012).

Fatwa daripada Rabitah Ulama' Palestin (2011) menyatakan adalah menjadi kewajiban agama dan negara berjuang dengan apa jua cara yang diharuskan syarak menentang musuh termasuklah memboikot barangan Israel dan konco-konconya yang dikepalai oleh Amerika Syarikat. Sebarang belian akan menyumbangkan kepada peluru yang membunuh rakyat dan umat kita. Pembelian apa jua barangan dan produk mereka adalah dosa besar dan haram di sisi syarak.

Fatwa tersebut berasaskan kepada jihad dengan harta. Jika beberapa aspek tidak mampu dilakukan maka tidak semestinya kesemua barangan wajib diboikot. Boikot ini adalah untuk menimbulkan kerugian pada musuh dengan serius dan pencetus kepada kebangkitan ekonomi setempat meskipun mengambil tempoh masa yang panjang. Ia tidak dilihat hanya sebagai kerugian material bagi musuh tetapi dipandang sebagai jati diri, pendirian seorang Muslim dengan Allah dan sebagai sokongan kepada saudara-saudara kita, yang tidak dapat dinilai dengan wang ringgit.

Yusufal-Qaradawi (2007) menyatakan bahawa umat Islam adalah diperintahkan untuk berjihad ke atas musuh-musuh agama dan negara dengan segala bentuk kekuatan samada dengan kuasa, lisan, hati dan juga melalui boikot. Apa jua yang boleh melemahkan musuh dan menundukkan mereka mestilah

dilaksanakan. Jihad ini adalah wajib ke atas umat Islam dari timur hingga barat. Sesungguhnya umat Islam yang mencecah lebih 1.3 bilion orang mampu memberi tekanan ke atas Israel dan Amerika dengan melakukan pemboikotan. Bahkan adalah haram membeli barangan keluaran mereka. Maka perbuatan mengambil syarikat-syarikat tersebut sebagai francais atau wakil merupakan dosa yang lebih besar daripada membeli barangan sahaja.

`Abd al-Rahman al-Sa`di (2011) menegaskan bahawa jihad berkembang selaras dengan perkembangan semasa. Setiap langkah dan tindakan yang menjadi senjata umat Islam, yang dapat menangkis kemudaratan terhadap umat, menyebabkan kemudaratan kepada musuh dan bantuan kewangan kepada para mujahidin adalah dihitungkan sebagai jihad. Beliau juga menekankan bahawa boikot merupakan salah satu rukun besar dalam jihad berbentuk aman dan perang.

Dr. Sa`id Ramadan al-Buti (2011) menegaskan bahawa hukum boikot makanan dan barangan Amerika dan Israel adalah wajib secara `aini. Ia merupakan jihad yang mudah untuk dilaksanakan oleh umat Islam bagi menghadapi musuh-Israel dan penyokongnya. Antara jihad yang besar kedudukannya dan berkesan ialah memenuhi keperluan makanan asas para pejuang, membuka ruang usaha, kerja dan perniagaan mereka. Begitu juga dengan memboikot barangan musuh dengan menutup terus peluang mereka daripada pasaran umat Islam. Cukuplah umat Islam berpada dengan produk watan mereka dan mengimport barangan yang mereka perlukan daripada negara yang bukan musuh. Demikian juga tidak mengeluarkan untuk musuh hasilan dan barangan daripada negara Islam terutamanya yang memberi kekuatan kepada musuh seperti minyak. Sesungguhnya ini merupakan jihad yang besar.

Penegasan yang lebih lanjut diberikan oleh Husin Shahatah (2011): Boikot ini merupakan tugas dan kewajipan agama, ketaatan kepada Allah dan Rasul-Nya dan telah difatwakan oleh para ulama. Setiap Muslim yang beriman kepada Allah sebagai Tuhan dan Islam sebagai agama mestilah mengambil pendirian bahawa boikot yang dilakukan adalah ibadah kepada Tuhan Yang Maha Esa dan merupakan pendirian dirinya dan pendiriannya dengan Allah. Justeru, tiada kaitan dengan perintah presiden atau pemerintah. Namun adalah lebih baik bekerjasama dengan pemerintah bagi mencapai tujuan tersebut.

Hakikatnya, boikot merupakan tanggungjawab individu, masyarakat, tanggungjawab kerajaan dan tanggungjawab dari negara Islam yang merupakan kewajipan ke atas setiap lelaki Muslim dan wanita. Jika pemerintah Arab dan kerajaan Islam tidak mengendahnya, sebagai seorang Islam tidak sepatutnya turut tidak memperdulikannya. Jika dilakukan kerana Allah, maka Allah s.w.t. akan menolongnya dan memberi kebaikan yang banyak.

KAEDAH FIQH WAQI' DALAM PELAKSANAAN FATWA BOIKOT

Namun begitu, pelaksanaan fatwa tersebut bukanlah boleh dilakukan secara langsung. Ia juga perlu melihat kepada realiti dan halangan yang

ada. Ini dikenali sekarang dalam disiplin Fiqh al-Waqi'. Fiqh al-Waqi' didapati secara umum dalam disiplin Usul Fiqh. Ialah dilaksanakan secara tidak langsung apabila ulama fiqh yang dahulu mengeluarkan fatwa dan kemudiannya diangkat sebagai satu disiplin. Menurut Yusuf al-Qaradawi (2012), Fiqh al-Waqi' merupakan fiqh yang berdasarkan kajian mendalam realiti kehidupan dalam semua aspek berdasarkan maklumat, data dan statistik yang tepat. Ia mesti disepadukan dengan syarak agar mencapai keseimbangan ilmu yang benar dan tidak melampau atau terabai. Tanpanya ia akan menjurus kepada penghakiman yang sesat, kesilapan dalam fatwa, kejumudan pemikiran, terburu-buru dalam membuat kesimpulan yang membawa kepada kesulitan dan kegagalan dakwah risalah Islam. Perubahan hukum boleh berlaku dengan sebab perubahan masalah, faktor masa dan keadaan (لاوح أل ري غت ب م الك أل ري غت) (2005). Dalam takrif yang lebih rinci, Dr. Nasir al-Umar (t.t.) menyatakan Fiqh al-Waqi' ialah satu ilmu yang membicarakan tentang fiqh keadaan semasa dari sudut faktor-faktor yang memberi kesan kepada masyarakat, negara, pemikiran-pemikiran yang mendepani penyelewengan akidah dan juga tentang jalan-jalan syarak bagi memelihara umat dan kemajuan umat pada masa sekarang dan akan datang. Al-Shatibi (2000) menjelaskan fiqh ini melalui kaedah :

ة ع ق ا و ا ب ة ف ت ح م ل ا ة ص ا خ ل ا ف و ر ظ ل ا ر ا ب ت ع ا م ت ح ي ل ا م ل ا ي ف ر ظ ن ل ا

Penilaian sesuatu natijah perbuatan bergantung kepada pertimbangan zuruf (keadaan) khusus yang selari dengan realiti

Penilaian zuruf juga bukanlah wewenang kerana ia perlu disandarkan kepada hukum syarak yang asal. Oleh itu, beliau menggariskan kaedah tersebut dengan mendahulukan kaedah :

ة ف ل ا خ م و ا ة ف ق ا و م ل ا ع ف ا ل ا ت ن ا ك ا ع ر ش د و ص ق م ر ب ت ع م ل ا ع ف ا ل ا ت ا ل ا م ي ف ر ظ ن ل ا

Pertimbangan natijah sesuatu perbuatan yang dikehendaki syarak adalah bergantung sama ada ia menepati kehendak syarak atau sebaliknya (Al-Shatibi, 2000)

Pelaksanaan Islam tidaklah bermakna hanya semata-mata penerapan hukum secara paling sempurna dan dalam keadaan kemampuan yang paling ideal. Walhal ia juga turut mengambil kira pelaksanaan hukum secara tanzil dari sudut kemampuan yang ada di mana batasan taklif turut bergantung padanya. Apabila kemampuan tersebut sedaya upaya dipenuhi meskipun tidak sempurna kerana keterbatasan kemampuan yang ada, maka terhasillah pelaksanaan Islam khusus bagi masalah tersebut. Ini tidak bermakna berlaku pengambilan hukum secara pilih-memilih atau penerapannya secara juz'i (mengambil sebahagian dan meninggalkan yang lain), cuma ia merupakan penerapan yang paling sempurna berdasarkan kemampuan yang paling maksimum boleh dicapai. Justeru ia menentukan situasi yang boleh diterima dan mampu untuk dilaksanakan. (Ahmad Bu`ud, 2006)

Hukum wajib boikot secara tekstualnya atau pun yang berasaskan kepada syariat Allah s.w.t adalah mutlak. Namun ia tidaklah sebegitu ketat jika dinilai dari segi fiqh atau pun pemahaman terhadap hukum tersebut untuk dilaksanakan yang meraihan beberapa keadaan. Hukum tersebut di peringkat pelaksanaan khususnya di Malaysia bahkan di seluruh dunia Islam, perlukan pengubahsuaian bagi mengelakkan kemudaratan yang lebih besar buat umat Islam berbanding kemaslahatan yang diperolehi.(Mahmud Zuhdi, 2011)

Justeru, perlu dilihat halangan-halangan dan kekangan-kekangan yang perlu ditangani secara berhema.

HALANGAN ANTARABANGSA UNTUK TINDAKAN BOIKOT

Antaranya ialah tekanan dari sudut undang-undang dari negara-negara yang ada kepentingan perdagangan dan memberi kesan kepada ekonomi negara. Beberapa negara seperti Amerika Syarikat telah mengeluarkan perintah menerusi akta percukaian pada tahun 1975 untuk tidak memberi insentif pengecualian cukai bagi mana-mana syarikat yang terlibat dengan gerakan boikot tersebut. Begitu juga dalam tahun 1975, Amerika Syarikat melarang mana-mana pihak untuk berurusan dengan mana-mana pihak yang terbabit dengan gerakan boikot Israel. Amerika Syarikat menggunakan beberapa akta untuk mempertahankan Israel daripada gerakan pembokikotan ini seperti Section 535 of the Foreign Operations, Export Financing, and Related Programs Appropriations Act, 2006, melalui World Trade Organization dan U.S. Antiboycott Laws (Martin A. Weiss, 20016).

Kanada juga telah mengeluarkan akta Canadian Bill of Rights pada 13 Mac, 1975 bahawa melarang mana-mana pihak untuk menjalankan urusan komersial jika mereka melakukan urusan atas dasar bangsa, negara asal, warna kulit, agama atau jantina samada dalam Kanada atau di luar Kanada. Bahkan Menteri Industri, Perdagangan dan Perniagaan Kanada, Donald Jamieson menegaskan kepatuhan kepada kempen boikot yang digerakkan oleh negara Arab adalah tidak diterima (Jack G. Kaikati, 1978).

Jelasnya, Israel tidak berdiam diri dengan gerakan boikot oleh negara-negara Arab tersebut sebaliknya menyusun strategi menerusi Kementerian Luarnya pada tahun 1960 untuk mengatasi gerakan pemboikotan ini. Mereka telah menyiasat syarikat-syarikat yang terbabit dengan pemboikotan dan melobi negara-negara di dunia khususnya Barat untuk melakukan pemboikotan ke atas syarikat-syarikat yang terbabit.

Ini menjejaskan perniagaan syarikat-syarikat antarabangsa Arab dan memberi kesan kepada ekonomi negara itu sendiri. Selain dari itu, perjanjian perdagangan antara negara-negara Arab dengan negara-negara seperti Amerika Syarikat tidak memungkinan mereka mengambil risiko melakukan pemboikotan. Ini seperti Bahrain dan Arab Saudi yang telah memeterai perjanjian perdagangan bebas (WTO) dengan Amerika Syarikat (Mughawari Shalabi, 2010).

Ekonomi umat Islam khususnya di Malaysia bukanlah tergolong sebagai kuasa besar dari sudut penguasaan ekonomi. Bukan sekadar Malaysia, negara-negara Islam lain juga tidaklah dikategorikan sebagai kuasa besar ekonomi dunia meskipun kaya dengan sumber-sumber alam.

Di Malaysia, perangkaan menunjukkan bahawa setakat ini umat Islam yang mewakili lebih kurang 60 % penduduk negara ini hanya menguasai lebih kurang 20 % sahaja daripada ekonomi. Walaupun ini menunjukkan satu peningkatan di mana kita hanya menguasai lebih kurang 5 % sahaja ekonomi negara pada tahun 1970, penguasaan kita masih rendah berbanding kaum Cina yang menguasai 60 % daripada ekonomi (IKIM, 2011).

Di peringkat antarabangsa yang melibatkan umat Islam secara lebih global, penguasaan ekonomi juga tidak menunjukkan kekuatan yang sepatutnya ada bagi negara-negara Islam khususnya kerana mereka memiliki sumber asli yang besar. Situasi semasa ekonomi negara OIC adalah lemah. Sumbangan OIC kepada output (Keluaran Dalam Negara Kasar, KDNK) dunia adalah kecil. Berdasarkan data di atas, OIC menyumbang 8 % dalam output dunia, berbanding EU (27 negara ahli) sebanyak 30 %, dan AS menyumbang 23 %. Tidak ada negara Islam individu yang menduduki tangga 10 teratas dari segi sumbangan kepada KDNK dalam ranking dunia. (IKIM, 2011) (Lihat jadual 2)

Jadual 2: KDNK nominal di peringkat dunia, benua dan negara, 2006

Ranking Dunia	Negara / Benua	KDNK nominal (juta USD)	Sumbangan kepada Dunia(%)
	Dunia	64,167,960	100%
	OIC-57	5,125,489	8.0%
	EU-27	19,329,557	30.1%
1	AS	14,571,382	22.7%
2	Jepun	4,803,336	7.5%
3	China	4,772,362	7.4%
4	Germany	3,773,305	5.9%
5	France	3,011,101	4.7%
6	United Kingdom	2,734,161	4.3%
7	Italy	2,407,263	3.8%
8	Russia	2,066,900	3.2%
9	Spain	1,703,406	2.7%
10	Brazil	1,587,725	2.5%

Sumber: IMF dalam Nordin Kardi & Abdul Rahim Anuar (2009)

Sekretariat World Muslim Consumers Association (WMCA) telah membuat kajian mendalam semenjak beberapa tahun lalu dan mendapati antara punca utama kelemahan umat Islam adalah tiadanya perpaduan dan koordinasi dalam hampir segala bidang kehidupan. (Izham Nayan, 2011). Negara Islam bukanlah kekeringan sumber. Sebagai contoh, daripada 13 buah negara Pertubuhan Negara-negara Pengeksport Petroleum (OPEC), 10 adalah negara Islam dengan Arab Saudi, Iran, Iraq dan Kuwait mempunyai rizab minyak mentah yang terbesar

di dunia. Namun, minyak yang dikeluarkan sebegitu banyak oleh negara Islam OPEC tetapi malangnya tidak membawa apa-apa formula demi survival negara-negara Islam di dunia, khususnya untuk menyelesaikan konflik Israel-Palestin dan Barat-Islam. Ini kerana pemimpin negara Islam tidak bergerak secara kolektif sebagaimana blok AS dan EU sering bekerjasama menerusi badan dunia yang disahkan oleh masyarakat antarabangsa dan juga negara Islam seperti PBB, IMF, Bank Dunia dan WTO untuk menjaga kepentingan mereka dan masyarakatnya. (IPISLAM, 2011)

Sekiranya kesemua Negara Islam bersatu dan bersepakat, ia boleh membawa impak yang besar dari segi ekonomi. Berdasarkan kepada kedudukan rizab tukaran asing dan emas dalam kalangan negara 25 teratas, 2007, China mempunyai rizab tukaran asing dan emas yang tertinggi, iaitu AS1.5 trilion dan diikuti Jepun (AS954 bilion), dan Rusia (AS476 bilion). AS yang merasakan ia mempunyai kekuatan ekonomi dalam bentuk sumbangannya kepada output dunia, berada di tangga ke-21 (AS71 bilion) berbanding negara Islam seperti Algeria (ke-12 dengan AS111 bilion), Malaysia (ke-13 dengan AS101 bilion) dan Libya (ke-17 dengan AS80 bilion). Ini bererti, jika rizab tukaran asing dan emas digabungkan di bawah payung OIC-FTA, negara Islam secara kolektifnya mempunyai kekuatan ekonomi dan mampu bersaing dengan AS atau negara Barat lain. (Nordin Kardi & Abdul Rahim Anuar, 2009)

Justeru, masalahnya ialah realitinya Negara-negara Islam belum bersatu dan bekerjasama secara kolektif meskipun duduk bersama di bawah payung OIC. Ini amat menyukarkan pelaksanaan hukum boikot dalam sesebuah negara apabila berdepan dengan tindak balas kuasa ekonomi yang lebih besar seperti Amerika Syarikat. Krisis ekonomi negara akan menyebabkan berlakunya krisis sosioekonomi, ketidakstabilan politik, pengangguran dan inflasi yang membawa kepada banyak implikasi sosial dan lain-lain impak negatif. Sebagai contoh, ketika kemelesetan ekonomi Amerika-Eropah pada tahun 2008/09, jumlah eksport Malaysia telah jatuh 16.6%. Pada masa yang sama, import negara kita pada tahun yang sama juga menurun 16.6%, kerana hampir 80% import kita adalah bahan perantaraan yang digunakan untuk pemprosesan semula bagi dieksport semula. 13% produk Malaysia yang dieksport ke China digunakan untuk diproses semula, dan dieksport ke negara Amerika-Eropah kemudiannya. Dengan kata lain, kebergantungan negara kita terhadap pasaran Amerika-Eropah lebih tinggi daripada angka yang dipaparkan (Neo Chee Hua, 2011).

Lantaran itu, jaringan antara negara-negara Islam adalah amat perlu dalam memperkukuh hubungan ekonomi yang mampu menstabilkan krisis ekonomi sesebuah negara Islam berikutan jumlah umat Islam yang sebanyak 1.3 bilion sebagai kuasa pengguna. Memahami masalah ini, maka hukum boikot terhadap sesetengah barangan adalah tidak mungkin dapat dilaksanakan dengan mutlak. Ia perlu pendekatan-pendekatan tertentu khususnya yang melibatkan hubungan diplomatik antarabangsa. Di sinilah peranan besar sesebuah negara untuk bergerak dalam konteks al-Siyasah al-Shar'iyah bagi menjunjung hukum boikot tanpa perlu berdepan dengan kekangan-kekangan tersebut melalui dasar-dasar

kerajaan dalam penggalakan pembelian barangan tempatan atau pusat bagi hub halal serantau, kempen-kempen barangan Muslim seperti konsep halalan tayyiba dan peningkatan hubungan dagangan negara-negara OIC.

Berdasarkan kepada realiti-realiti ini, pihak kerajaan, swasta dan NGO boleh berperanan dalam beberapa sudut untuk meraikan fatwa boikot sambil mengeneipkan halanga-halangan tersebut.

STRATEGI KERAJAAN DALAM BOIKOT

Kerajaan merupakan tulang belakang yang kukuh dalam proses boikot ini. Bahkan sekiranya kerajaan mewajibkan kempen boikot ini, rakyat mesti mematuhi dan berdosa jika engkar. Tindakan kerajaan merupakan induk tindakan bagi sektor-sektor yang lain dan menjadi syiar dan maruah sebuah negara Islam. Sebagaimana kata-kata ibn Khaldun (2002):

اطكولم نبيد يلع سانلا

Rakyat meneladani cara dan amalan-amalan para pemimpinnya

Maksudnya di sini ialah rakyat akan terkesan dan terikut dengan pemerintahan pemimpinnya. Lantaran itulah Nabi s.a.w. menegaskan bahawa pemimpin adalah dipertanggungjawabkan ke atas rakyatnya atau orang yang dipimpinnya.

Namun untuk kerajaan menerajui kempen boikot yang sebahagian besarnya melibatkan kerajaan Amerika Syarikat adalah dianggap sukar. Malaysia telah mula menerima pelaburan Amerika Syarikat dalam bidang semikonduktor pada akhir 1960an dan menguasai 37% import Amerika Syarikat pada tahun 1987 (Noorah Yusuf, (2011).

Timbalan Perdana Menteri Datuk Seri Najib Tun Razak (kini Perdana Menteri) berkata terpulang kepada individu sama ada mahu memboikot atau tidak tiga produk utama Amerika Syarikat di negara ini seperti minuman kopi berjenama Starbucks, Coca-Cola dan ubat gigi Colgate seperti yang disaran oleh Persatuan Pengguna Islam Malaysia serta badan bukan kerajaan yang lain. Beliau berkata langkah itu adalah hak individu sebagai pengguna. Timbalan perdana menteri berkata langkah pemboikotan agak kompleks kerana ia akan membabitkan ahli perniagaan tempatan yang menjalankan perniagaan secara francais barangan Amerika Syarikat.(BERNAMA, 2012) Menurut Menteri Perdagangan Antarabangsa dan Industri, YB Dato' Seri Mustapha Mohamed, Amerika Syarikat merupakan sumber pelaburan asing terbesar pada 2010 dengan jumlah pelaburan sebanyak RM11.7 bilion.(Dato' Seri Mustapha Mohamed,2012) Di samping itu, Malaysia tidak mampu memboikot barangan dari Amerika Syarikat kerana akan berhadapan dengan akta anti-boikot Amerika Syarikat di samping tindakan tersebut akan menyebabkan pelaburan asing menarik diri daripada Malaysia.

Sekiranya kerajaan Malaysia menerajui kempen ini dan menerima tindakbalas dari Amerika Syarikat sahaja, ia sudah cukup untuk menggoyahkan ekonomi negara. Pada ketika ini sahaja, Malaysia menerima kesan daripada

sebarang prestasi ekonomi Amerika Syarikat. Menurut Menteri Perdagangan Antarabangsa dan Industri, kesan krisis ekonomi Amerika Syarikat bermula pada tahun 2008 juga memberi kesan kepada ekonomi Malaysia. Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) menguncup sebanyak 3.8% pada sembilan bulan pertama tahun 2009. (Dato' Seri Mustapha Mohamed, 2012) Justeru kebergantungan ekonomi negara kepada Amerika menjadikan tindakan boikot secara rasmi daripada kerajaan Malaysia adalah amat luarbiasa dan memerlukan satu kekuatan besar untuk menerima kesannya.

Apa yang menjadi keutamaan dan kemestian ialah Malaysia mesti mengelakkan untuk mengadakan hubungan perdagangan dengan Israel khususnya secara langsung. Ia bukan hanya sekadar memenuhi tuntutan keadilan dan kemanusiaan global, bahkan ia adalah tuntutan Islam dalam membela rakyat Palestin yang dizalimi. Kenyataan ini adalah berikutan laporan-laporan yang mengaitkan hubungan dagang Malaysia-Israel.

Dalam laman web Israel Funding Corporation, ia mendedahkan bahawa pihaknya adalah ejen langsung (direct agent) urusniaga minyak kelapa sawit Malaysia. (Israel Funding Corporation, 2012) Malaysia dilaporkan dalam Israel Ministry of Industry, Trade and Labour mencatatkan beberapa hubungan perdagangan dengan Malaysia. Sejak tahun 2000, di kilang Intel di Kiryat Gat mula beroperasi menghasilkan cip yang ke kilang ke Malaysia untuk proses seterusnya. Jumlah perdagangan di antara Israel dan Malaysia adalah lebih daripada 700 juta dolar dengan lebih 98% daripada eksport Israel adalah daripada loji Intel. Israel mengimport barangan dari Malaysia dengan saiz anggaran sebanyak \$ 20 juta. Malaysia tidak mewakili syarikat Israel secara langsung. Aktiviti telah dijalankan melalui ejen-ejen, anak syarikat atau wakil syarikat di Singapura. Israel mengimport produk jentera dan alat-alat (40%), plastik dan getah (18%), makanan dan minyak - khususnya minyak sawit (20%), kimia (10%). Eksport utama ke Malaysia pula merupakan produk : Semikonduktor - Intel Kiryat Gat (98% daripada perdagangan), kimia (bromin dan baja), infrastruktur telekomunikasi. (Malaysia Economic Overview, 2012)

Dalam laporan Kesatuan Eropah berkenaan Bilateral Trade antara Israel dan Malaysia tahun 2010 menunjukkan jumlah eksport Malaysia ke Israel adalah sebanyak 69.3 juta Euro manakala jumlah importnya pula adalah sebanyak 603.7 juta Euro. Hubungan perdagangan (Major Trade Partner) antara Malaysia dan Israel mencecah 667.6 juta Euro. (EU Bilateral Trade, 2012) Meskipun urusan perdagangan ini adakalanya melibatkan pihak ketiga khususnya melalui Singapura, ia bukanlah satu kewajaran yang mutlak pada ketika Kerajaan Malaysia dilihat begitu bersungguh-sungguh memperjuangkan nasib Palestin. Justeru, Kerajaan Malaysia perlu kembali kepada pendirian tegas tidak berurusan dengan rejim Zionis Israel samada melalui hubungan dagang atau pun diplomatik.

KEMPEN KERAJAAN

Antara langkah yang paling strategik dilakukan ialah perlaksanaan kempen

memilih produk halal yang baik. Ia merupakan satu langkah boikot yang tidak di atas namakan boikot. Justeru, ia tidak mencabar mana-mana undang-undang anti-boikot atau tindakbalas daripada pihak-pihak yang diboikot. Di sini, kerajaan boleh memainkan peranan yang utama sebagaimana pelancaran kempen '1 Halal 1 Malaysia'. Objektif utama kempen 1M1H ini adalah bagi memberi kesedaran kepada pengguna terhadap pengurusan halal di Malaysia secara menyeluruh termasuk aspek Halalan Toyyiban, Standard Halal, analisis halal, R&D, sistem kualiti dalam sistem pensijilan halal Malaysia, e-halal, promosi, piawaian halal dan sebagainya. Ia juga meningkatkan kesedaran dan keprihatinan kepada pengguna terhadap logo halal Malaysia serta memberi maklumat kepada pengguna supaya membeli produk yang mempunyai logo halal Malaysia sahaja. Di samping itu kempen ini menyediakan satu platform bagi pengusaha industri kecil dan sederhana (IKS) untuk memperkenalkan produk yang bermutu dan halal. (Islam, 2012)

Di samping beberapa kempen seperti 'Belilah Barangan Buatan Malaysia' yang lebih bersifat umum. Kempen Belilah Barang Buatan Malaysia dilancarkan pada 4 April 1984 oleh Perdana Menteri ketika itu, Datuk Seri Dr. Mahathir Mohamad dengan pelbagai tujuan termasuklah menjana ekonomi industri tempatan tidak kira industri berat, sederhana mahupun industri kecil. Perdana Menteri menjelaskan bahawa pada tahun 1998 juga dilancarkan satu kempen yang bernama Kempen Ekspo Cintailah Malaysia dengan harapan dapat memperkenalkan dan menarik minat orang ramai terhadap barangan tempatan. (Utusan, 2012) Kempen tersebut dilancarkan semula oleh Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDNHEP) pula melancarkan Kempen Beli Barangan Malaysia pada 16 Januari 2009. Kempen ini dijalankan sepanjang tahun dengan promosi untuk semua jenis barang buatan Malaysia. Kempen ini diperluaskan ke seluruh negara untuk memberi impak kepada sektor ekonomi. Pejabat-Pejabat Negeri dan Cawangan-Cawangan KPDNHEP bertanggungjawab memainkan peranan masing-masing untuk menjayakan kempen tersebut. (Penerangan Malaysia, 2012)

Kempen-kempen sedemikian adalah antara wahana yang mampu digerakkan oleh kerajaan secara rasmi dan tidak mengundang tindakbalas pihak yang diboikot. Justeru, semua pihak boleh menggembeleng tenaga dan usaha dalam menjayakan kempen ini dan sekaligus menjadikan tindakan boikot dipraktikkan tanpa dikempenkan.

INDUSTRI KECIL SEDERHANA

Kempen-kempen tersebut sebenarnya menyokong industri IKS yang boleh menjadi sebahagian alternatif untuk menangani kekangan-kekang boikot yang telah dinyatakan. Industri Kecil dan Sederhana (IKS) ditakrifkan sebagai perusahaan perkilangan atau syarikat yang menyediakan perkhidmatan berkaitan

perkilangan dengan pusing ganti tahunan tidak melebihi RM25 juta dan menggaji kakitangan sepenuh masa tidak melebihi 150 orang. Di Malaysia terdapat pelbagai peluang usaha niaga berbentuk IKS yang mendapat sokongan penuh daripada kerajaan. (Penerangan Malaysia, 2012)

IKS memainkan peranan yang amat penting dalam menjana ekonomi Malaysia. IKS merupakan enjin pelaburan domestik yang mesti diperkukuhkan dan mestilah menjadi peneraju utama ekonomi negara. Sebagai peneraju utama ekonomi negara, IKS sewajarnya berkeupayaan untuk berkembang bukan sahaja dalam sektor domestik negara tetapi juga berjaya melangkaui pelaburan serantau dan global. (Rohaimi Shafie, 2012)

Kerajaan menawarkan pelbagai bentuk bantuan pembiayaan, khidmat nasihat, latihan dan pemasaran kepada pengusaha IKS. Bantuan ini disalurkan melalui agensi-agensi bertanggungjawab dan juga melalui institusi-institusi kewangan seperti Skim kewangan di bawah Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri (MITI), Perbadanan Pembangunan Industri Kecil & Sederhana (SMIDEC), Perbadanan Pembangunan Perdagangan Luar Malaysia (MATRADE), Perbadanan Produktiviti Negara (NPC), Lembaga Kemajuan Perindustrian Malaysia (MIDA), Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (MECD), Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani (MOA), Kementerian Sains, Teknologi dan Inovasi (MOSTI), Kementerian Kemajuan Bandar dan Wilayah (KPLB), Majlis Amanah Rakyat (MARA) dan Skim geran penyelidikan dan pembangunan Koridor Raya Multimedia (MSC). Di samping itu, Bank Negara telah menubuhkan Unit Khas Enterpris Kecil dan Sederhana yang bertujuan membantu perusahaan IKS yang berdaya maju untuk memperolehi pembiayaan. (Penerangan Malaysia, 2012)

Kadar pertumbuhan ekonomi yang pesat iaitu pada purata 8.4% setahun dalam tempoh masa 1989-1994 ternyata tidak akan tercapai tanpa sumbangan dan sokongan besar IKS. Sumbangan IKS semakin terserlah dan ini dapat dilihat dalam beberapa bidang seperti jumlah pertubuhan, jumlah pekerjaan, nilai keluaran dan harta tetap. Pada tahun 1994 misalnya, IKS terdiri 84.1% dari jumlah keseluruhan pertubuhan pengilang dalam sektor perkilangan di Malaysia. IKS juga menyediakan sebanyak 44.2% peluang pekerjaan dari jumlah tenaga kerja dalam sektor perkilangan, 48.9% dan 31.7% masing-masing dalam jumlah nilai keluaran dan jumlah nilai harta tetap. (Mohd Asri Abdullah, 2012)

Lebih penting daripada peratusan perangkaan di atas ialah peranan sebenar yang dimainkan oleh IKS dalam pertumbuhan sektor perkilangan dan keseluruhan pembangunan ekonomi negara. Secara umumnya, IKS membuka banyak peluang pekerjaan, sumbangan dalam meningkatkan jumlah simpanan negara dan menjimatkan tukaran wang asing, mewujudkan distribusi pendapatan yang lebih baik, membantu dalam melahirkan dan meningkatkan kemahiran di kalangan tenaga kerja terlibat baik di peringkat pekerja mahupun pada peringkat pengurusan dan membantu dalam meningkatkan arus pemindahan teknologi asing. (Mohd Asri Abdullah, 2012)

Dengan sebegitu banyaknya kemudahan dan insentif yang diberikan oleh

pihak kerajaan serta keberkesanan IKS dalam menyumbang sumber pendapatan negara serta peluang pekerjaan, sektor ini merupakan satu potensi besar dan sepatutnya menjadi agenda utama dalam menangani soal boikot. Ia bukan sahaja mampu mengetepikan barangan yang diboikot secara tidak langsung, sebaliknya ia tidak hanya sekadar menjadi barangan alternatif dengan kemampuannya menawarkan peluang pekerjaan dan sumbangan pendapatan negara dan individu

GLC dan GLIC

Kerajaan juga boleh memperanankan GLC dan GLIC untuk tujuan boikot. Terdapat dua kategori syarikat dalam kategori ini iaitu syarikat yang menjurus terus kepada aktiviti-aktiviti komersial perniagaan dan satu lagi ialah syarikat yang menumpukan kepada bidang pelaburan. GLC terdiri daripada syarikat yang berada di bawah kawalan Kerajaan Negeri dan agensi peringkat Negeri masing-masing. Ini termasuklah syarikat yang di bawah kawalan langsung Kerajaan sebagai agensinya, seperti Khazanah Nasional, Kementerian Kewangan Diperbadankan, KWAP dan Bank Negara Malaysia. Ini termasuk syarikat yang GLC sendiri mempunyai kawalan kepentingan, iaitu anak syarikat dan syarikat bersekutu GLC. (lihat lampiran). GLIC ditakrif sebagai syarikat pelaburan berkaitan Kerajaan Persekutuan, yang memperuntuk sebahagian atau semua dananya kepada pelaburan GLC. Ditakrif mengikut pengaruh Kerajaan Persekutuan dalam; melantik/melulus anggota Lembaga dan pengurusan atasan, dan menetapkan supaya individu ini melapor terus kepada Kerajaan, selain Kerajaan menawarkan dana untuk operasi dan/atau menjamin modal (dan sedikit pendapatan) yang diletakkan oleh pemegang unit. Takrif ini meliputi tujuh GLIC: KWSP, Khazanah, KWAP, LTAT, LTH, MKD dan PNB. (Khazanah, 2012)

GLC dilihat penting khususnya memastikan kemajuan Malaysia pada masa hadapan, usaha peningkatan prestasi syarikat di bawah penyeliaan atau pengawasan - Kerajaan boleh memberikan kesan penunjuk positif kepada sektor awam pada keseluruhannya, merupakan sebahagian struktur ekonomi negara yang amat penting - Kira-kira 5% daripada tenaga kerja kebangsaan berkhidmat untuk GLC dan hampir 36% dan 54% daripada permodalan pasaran Bursa Malaysia dan ukur rujuk Indeks Komposit Kuala Lumpur disumbangkan oleh GLC dan

Pembekal utama negara bagi kemudahan awam strategik dan juga perkhidmatan (Khazanah, 2012)

Dengan kapasiti tersebut, GLC boleh menjadi nadi kekuatan ekonomi negara dan menguasai pasaran dalam negara sebelum menjadi lebih dominan di peringkat antarabangsa. Tindakan ini adalah lebih bersifat problem solving kepada masalah ketidakmampuan boikot kerana kelemahan ekonomi umat Islam. Apabila pasaran negara dari sudut bekalan dan penawaran barang khususnya dapat dikuasai oleh syarikat milik negara atau umat Islam, kemampuan boikot akan menjadi lebih daya tahan untuk dilaksanakan.

Jaringan antarabangsa GLC dengan negara-negara alternatif dari sudut

ekonomi seperti negara-negara Timur Tengah, Afrika, Amerika Latin atau Eropah Timur memberi pilihan pelan tindakan selain daripada kebergantungan kepada ekonomi Amerika Syarikat secara khusus. GLC lebih diberi tumpuan kerana faktor kawalan kerajaan yang wujud. Kerajaan boleh menjadikan GLC sebagai mekanisme tindakan yang tidak bersifat rasmi yang melibatkan masalah diplomatik dan tekanan politik antarabangsa secara langsung.

Bahkan syarikat-syarikat GLC seperti Petronas (Petronas, 2012) dan Sime Darby (Sime Darby, 2010) telah dikategorikan sebagai syarikat gergasi antarabangsa. Ini menjadikannya mampu berperanan sebagai mekanisme penguasaan ekonomi negara dari segi sumber perolehan, penguasaan pasaran dan jenama. Lantaran itu, syarikat-syarikat sepertinya mampu mengukuhkan dan menstabilkan kedudukan negara dari segi ekonomi khususnya yang mampu menjadi sumber kekuatan untuk proses pemboikotan secara tersirat.

JOHOR CORPORATION

Johor Corporation (JCorp) adalah syarikat berkaitan Kerajaan (GLC) Negeri Johor. Ia kini merupakan salah satu Konglomerat bisnes utama di Malaysia dengan mempunyai lebih 280 anak syarikat dan 60,000 anggota pekerja di Malaysia dan rantau ini. (Ali Hashim, 2012) Matlamat utama JCorp sebagai perbadanan pelaburan negeri adalah untuk menjanakan kekayaan dan mewujudkan nilai secara berterusan melalui usahakan, perniagaan dan tindakan korporat. (JCORP < 2012)

7 anak syarikatnya tersenarai di Bursa Malaysia, satu tersenarai di Port Moresby (Papua New Guinea) dan Bursa Saham London. Nilai pasaran modal (market capitalisation) 8 buah syarikat tersenarai ini berjumlah RM10.4 bilion pada akhir Disember 2009 (dengan nilai pegangan Kumpulan JCorp berjumlah lebih RM5 bilion. Bagi tahun kewangan 2008, nilai perolehan Kumpulan JCorp berjumlah RM6.2 bilion. (Ali Hashim, 2012) Pada tahun 2010, perolehan Kumpulan JCorp telah melebihi RM7.5 bilion dan keuntungan sebelum cukai sebanyak RM962 juta. Nilai permodalan pasaran 8 yang tersenarai di Bursa Malaysia, iaitu Kulim (Malaysia) Berhad (Kulim), KPJ Healthcare Berhad (KPJ), Sindora Berhad (Sindora), Damansara Realty Berhad (DBhd), QSR Brands Bhd (QSR), KFC Holding (Malaysia) Bhd (KFC), Al-'Aqar KPJ REIT (Al-'Aqar) dan anak syarikat Kulim iaitu New Britain Palm Oil Ltd (NBPOL) yang disenaraikan di Papua New Guinea dan Bursa Saham London menjelang akhir tahun 2010 terkumpul sebanyak RM16 bilion. (JCORP, 2012)

Bisnes-bisnes strategik Johor Corporation merangkumi Bisnes Sawit (dengan lebih 82,000 hektar ladang di Malaysia, Papua New Guinea dan Kepulauan Solomon), Oleokimia dan Bio-fuel (sumber tenaga boleh diperbaharui), Prinsip atau Penjagaan Kesihatan (25 Hospital Pakar di Malaysia, Indonesia, Bangladesh dan Arab Saudi), Perniagaan Makanan dan Restoran (dengan 800 rangkaian Restoran KFC, Pizza Hut dan Rasamas di Malaysia, Singapura, Brunei dan Cambodia), Penternakan dan Produk Penternakan (di bawah jenama Ayam),

Perhotelan, Hartanah Industri & Komersil, Intrapreneur Venture, Perkapalan dan Logistik. (Ali Hashim, 1996)

Kejayaan ini bukanlah sesuatu yang dicapai kerana faktor saluran kerajaan. Hakikatnya ia dicapai dengan pengurusan dan pentadbiran yang dinamik dan berstrategi yang diterajui oleh Tan Sri Mohd Ali Hj. Hashim (mantan). Ini dijelaskan oleh beliau yang menyatakan :

Pendekatan PKENJ adalah pendekatan institusi berpandangan jauh yang menonjolkan kepentingan jangka panjang iaitu kepentingan kesinambungan hak ramai dengan mengutamakan peranan kolektif semua yang terlibat sebagai asas dorongan dan motivasi. Pencapaian dan track record PKENJ di dalam hal ini penting dinilai bersama oleh masyarakat. Di sisi anggotanya pendekatan PKENJ adalah berteraskan nilai-nilai utama masyarakat Melayu yang berintipatikan nilai-nilai Islam.

Penguasaan pemilikan ekuiti sesebuah syarikat merupakan contoh langkah yang telah dilaksanakan oleh Jcorp. Antara kes-kes syarikat-syarikat yang di ambalalih di bawah penguasaan Jcorp ialah Sindora Berhad, ditubuhkan pada tahun 1972 dan beroperasi secara usahasama dengan syarikat Perancis dan Lembaga Kemajuan Johor Tenggara dalam aktiviti pembalakan dan pemprosesan kayu. Pada tahun 1977 Jcorp (PKENJ pada ketika itu) telah mengambilalih kepentingan Perancis dalam syarikat tersebut. Sindora kemudiannya menjadi satu-satunya syarikat industri perkayuan bersepadu terbesar di Malaysia. Antara syarikat lain yang diambilalih oleh Jcorp ialah Eastern Plantation Agencies (Johore) Sdn. Bhd. (EPA) 100% pada tahun 1979 melalui pemilikan secara berperingkat. Syarikat ini mempunyai pemegang saham beberapa individu Inggeris. (Ali Hashim, 1996) Jcorp terlibat dalam pelbagai sektor perladangan, kesihatan, hartanah, perhotelan, rangkaian makanan segera dan memiliki anak-anak syarikat dan syarikat bersekutu lebih 260 buah yang begitu besar serta mengkagumkan.

Peranan institusi seperti JohorCorp ini bukanlah melakukan pemboikotan secara langsung. Ia menjurus kepada satu tindakan alternatif bersepadu yang menjadi salah satu langkah penyelesaian yang lebih tuntas dan mendasar melalui pengukuhan ekonomi umat secara umum dan secara khususnya, pemilikan syarikat-syarikat asing seperti KFC yang menjadikannya satu langkah strategik yang terbaik.

NGO (PERSATUAN PENGGUNA ISLAM MALAYSIA) (MUSLIM CONSUMER, 2012)

Badan Bukan Kerajaan (NGO) memainkan peranan penting dalam tindakan pemboikotan ini atas konsep al-Ta`Éwun. Ini adalah kerana mereka mewakili sebahagian besar rakyat Malaysia dan bersedia menyumbang untuk

badan yang mereka anggotai secara sukarela. NGO yang terlibat secara langsung dalam perjuangan rakyat Palestin di Malaysia sahaja mencecah 23 pertubuhan. (lampiran) Dalam kajian ini, Persatuan Penguna Islam Malaysia (PPIM) telah menganjurkan satu demonstrasi besar-besaran yang menghimpunkan pelbagai pihak untuk melancarkan boikot produk Israel.

Persatuan Penguna Islam Malaysia (2684/97) (Muslim Consumers Association Of Malaysia) beralamat di 70x, Jalan Keramat Hujung, Bukit Keramat, 54000 Kuala Lumpur ditubuhkan pada 14 Jun 1997 antara badan bukan kerajaan yang berpengaruh dalam isu kempen pemboikotan barangan Israel dan sekutunya.

Moto PPIM ialah 'BERSAMA KEMBALIKAN HAK DAN MARUAH DENGAN BIJAKSANA' dengan misi 'PERCAYA BAHAWA TINDAKAN PROAKTIF MENCARI PENYELESAIAN ADALAH LEBIH BERKESAN DARI MENANTI ORANG LAIN MENYELESAIKANNYA'. Visi PPIM ialah 'Memajukan ummah dengan kecemerlangan minda, keutuhan ekonomi dan peradaban'.

Ahli-ahli PPIM adalah istimewa kerana mereka menyertai kumpulan pejuang kepenggunaan Islam paling berpengaruh di Malaysia di samping menjadi mata dan telinga PPIM bagi menangani pelbagai permasalahan ummah. PPIM memperolehi dana daripada sumbangan pihak kerajaan dan para dermawan untuk menjalankan pelbagai aktiviti kepenggunaan dan kemasyarakatan. Terdapat beberapa cawangan Bahagian Pasukan Pemantau Halal PPIM yang dianggotai oleh lebih 5000 ahli aktif; UUM Kedah, Ipoh, Tanah Merah Kelantan, Kajang, Rawang, Kelang, Seremban dan beberapa tempat yang sedang dalam perancangan.

PPIM dan Jakim mempunyai kaitan rapat dalam memperjuangkan isu halal haram dan masing-masing bersama melaksanakan pelbagai usaha untuk keselamatan dan kemakmuran ummah. PPIM percaya tindakan menuntut hak semata-mata tidak berkesan melainkan umat Islam juga faham dan melaksanakan tanggungjawab masing-masing dalam memelihara hak ummah.

PPIM juga merupakan antara penggerak terawal dalam produk ubat gigi Mu'min. Pada tahun 2004, PPIM telah mengenalpasti produk keluaran American Lion Toothpaste Manufacturing Sdn. Bhd. (ALTMSB) sebagai kilang yang mengeluarkan ubat gigi yang mengikut piawaian halal JAKIM. Seterusnya PPIM menggerakkan usaha bersama yang diterajui oleh al-Meswa' Mu'min Sdn. Bhd. (AMMSB) yang ditubuhkan pada tahun 2001 untuk mengambilalih syarikat tersebut dengan kerjasama peniaga Muslim yang memahami aspirasi PPIM. Akhirnya pada tahun 2006, syarikat ALTMSB telah dikuasai oleh Bumiputera Muslim sepenuhnya. AMMSB dan ALTMSB telah menjalinkan kerjasama yang strategik dalam produk tersebut hingga mampu bersaing dengan produk-produk antarabangsa. (Halal Toothpaste, 2012)

Ahli PPIM juga diorganisasikan secara beretika dengan mengambilkira dasar aqidah kepada Allah s.w.t. serta garis panduan etika yang dikenakan ke atas setiap ahli. Semua ahli mempunyai kelebihan tersendiri. Persatuan menjadi wadah supaya kelebihan tersebut disemai sesama ahli untuk melahirkan kekuatan

pengguna Islam berteraskan ketaatan kepada Allah s.w.t. Persatuan Pengguna Islam Malaysia (PPIM) berhasrat untuk menyemai dan menyuburkan nilai-nilai persahabatan yang kukuh antara pengguna «-» pengguna, pengguna «-» peniaga, pengguna «-» kerajaan.

PEMBOIKOTAN OLEH PPIM

Pada 4 Januari 2009, Persatuan Pengguna Islam Malaysia (PPIM) melancarkan kempen memboikot barangan dan perkhidmatan yang ada hubung kait dengan Yahudi dan Amerika Syarikat (AS) dengan mengenal pasti 108 barangan yang digunakan oleh 15 juta umat Islam di negara ini. Setiausaha Agungnya, Datuk Dr. Maamor Osman berkata, gerakan tersebut adalah sebagai bantahan terhadap sikap tidak berperikemanusiaan rejim Zionis ke atas para penduduk Palestin selain memberi kesedaran kepada umat Islam agar lebih peka dengan barangan harian yang digunakan.

Menurutnya, PPIM juga sedang giat melakukan kajian dan penyelidikan barang-barang lain keluaran negara berkenaan bagi tujuan yang sama. Maamor memberitahu, umat Islam di negara ini juga perlu bersatu untuk melemahkan ekonomi kuasa besar AS yang turut menjadi sekutu Israel. Beliau menyatakan :

“Pengguna Islam juga tidak perlu risau kerana kita mempunyai banyak produk yang setanding dengan keluaran mereka serta turut diiktiraf kerajaan. Antaranya produk Industri Kecil dan Sederhana (IKS) tempatan yang patut kita sokong agar dapat menjana kembali ekonomi negara,”

Beliau berkata, perjuangan untuk memboikot barangan keluaran Yahudi dan AS itu perlu berterusan dan bukan hanya selepas berlaku peperangan semata-mata. (Utusan, 2012)

Pada 9 Januari 2009 (Jumaat) Persatuan Pengguna Islam Malaysia (PPIM) bersama NGO lain melancarkan Kempen Boikot Produk Terpilih Yahudi/ Menyokong Yahudi – COKE, STARBUCKS, COLGATE peringkat Negara. Majlis pelancaran ini diadakan selepas solat Jumaat di perkarangan Masjid Negara. Majlis Pelancaran Boikot Produk Yahudi/Berkaitan Yahudi peringkat Negara ini bertujuan bagi menggesa semua masyarakat pengguna di dalam Negara ini khususnya masyarakat pengguna Islam untuk memboikot produk terpilih milikan /menyokong Yahudi. Ini bagi membantah kebiadapan, kezaliman Israel dan sekutunya ke atas rakyat Palestin. Masyarakat pengguna Islam di negara ini harus turut serta dengan tidak menyokong produk terpilih ini bagi membantah kezaliman Israel dan sekutunya.

Rasional Kempen Boikot Terpilih adalah bagi memberikan kesan maksimum terhadap kempen boikot ini. Dengan menggunakan kuasa kepenggunaan iaitu dengan ‘hanya tidak membeli’ pengguna dapat melumpuhkan ekonomi syarikat terbabit dan menghantar isyarat yang jelas kepada Israel dan sekutunya Amerika Syarikat agar tidak menzalimi umat Islam di Palestin.

PPIM juga menggesa HDC menarik balik sijil halal yang diberikan kepada

syarikat terbabit kerana ia 'tidak halal' kepada umat Islam kerana produk milikan Yahudi /menyokong Yahudi tidak sepatutnya diberi pengiktirafan dan status 'halal' di Negara ini. Industri serta premis perniagaan juga wajar turut serta di dalam kempen ini dengan tidak menggunakan serta menyenaraikan produk milikan Yahudi / menyokong Yahudi di premis perniagaan mereka. Persatuan Pengusaha Restoran Muslim Malaysia (PRESMA) telah lama tidak menjual COKE di rangkaian restoran milikan mereka bagi membantah kezaliman Israel dan sekutunya.

Pihak kerajaan dinasihatkan supaya menamatkan kontrak dengan syarikat milikan Amerika Syarikat bagi membantah kekejaman ini. Tindakan seperti ini perlu dimangkinakan dan pembabitan dengan syarikat di Negara ini perlu dihapuskan atau diminimakan semampu mungkin.

Pembabitan sepenuhnya masyarakat pengguna Islam amatlah diharapkan agar mampu untuk memberikan amaran jelas kepada Israel dan sekutunya supaya tidak terus menzalimi umat Islam.(PPIM, 2009)

Setiausaha Agung PPIM, Dato' Dr. Ma'amor Osman menyatakan bahawa tindakan memboikot adalah perlu diseirinkan dengan tindakan menghasilkan produk-produk atas jenama Islam yang dihasilkan oleh tangan-tangan umat Islam sendiri. Ini penting sebagai 'produk alternatif' kepada produk yang diboikot. Di samping itu, beliau pemboikotan bukanlah hanya kerana mereka Amerika atau Yahudi tetapi syarikat-syarikat tersebut telah memberi sumbangan dalam isu kependudukan haram.(Masjid al-Aqsa, 2013) Kecuali rokok, umat Islam sewajarnya amat perlu melahirkan produk-produk yang berkonsepkan "halalan toyyiba" bagi memenuhi tuntutan fardhu kifayah dan yang lebih penting lagi adalah untuk melindungi ekonomi umat Islam daripada dimanipulasi pihak Barat dan musuh-musuh Islam.(Mazlan Zainol, 2009)

Sekiranya Jcorp merupakan contoh institusi besar yang menjadi contoh tindakan progresif, PPIM pula adalah contoh penggerak pengambilalihan secara sederhana ubat gigi jenama Mu'min.Meskipun al-Meswa' Mu'min Sdn. Bhd. (AMMSB) di bawah teraju En. Amirullah Haji Abdullah telah mengambilalih syarikat American Lion Toothpaste Manufacturing Sdn. Bhd. (ALTMSB), namun mereka telah menjalinkan kerjasama strategik untuk menembusi penguasaan jenama antarabangsa bagi produk penjagaan gigi. ALTMSB telah dilantik oleh AMMSB menjadi agen meneroka pasaran bagi jenama Mu'min.(HalalToothpaste, 2013) Dalam hal ini, kekurangan syarikat AMMSB dalam memasarkan produk Mu'min diatasi dengan kerjasama strategik dengan ALTMSB.

Pada asasnya, kedua-dua institusi telah melakukan satu tindakan yang selaras dengan pendekatan progresif dalam kajian ini. Cuma yang membezakannya ialah saiz dan kemampuan masing-masing yang ditindak dan diatasi menurut situasi dan keperluan tersebut. Penguasaan-penguasaan syarikat-syarikat ini khususnya pemilikan asing merupakan satu alternatif besar dan berkesan bukan sahaja untuk ekonomi ummah, bahkan ia juga turut memberi sumbangan besar secara tidak langsung dalam soal kempen boikot.

Peranan sektor swasta dianggap penting kerana ia merupakan penyumbang terbesar dalam struktur ekonomi sesebuah negara demokrasi. Dalam sejarah Islam, sektor ini berperanan begitu ampuh sekali dalam menyokong pemerintahan Islam sebagaimana yang ditunjukkan oleh Saydina Uthman yang telah menyumbangkan gandum, minyak dan kismis yang dibawa oleh 1,000 ekor unta kepada orang Islam yang miskin ketika krisis ekonomi melanda Madinah semasa pemerintahan Khalifah Sayyidina Abu Bakar As Siddiq meskipun pedagang-pedagang Madinah ingin membelinya dengan harga lima kali ganda tinggi daripada harga asal, namun Sayidina Uthman menolaknya. Sebaliknya beliau bersedeqah kesemua barangannya untuk dikongsi oleh penduduk Madinah yang sangat memerlukan kerana beliau yakin bahawa Allah akan memberi sepuluh kali ganda daripada nilainya (Syed Ahmad Semait, 1995). Begitu juga apabila beliau berjaya mengenyahkan seorang usahawan Yahudi yang cuba mengaut keuntungan hasil sumber air dari perigi al-Rumah. Perigi ini dibelinya dari seorang Yahudi, mulanya dengan harga 12,000 dirham bagi separuh pemilikan dengan syarat kedua-duanya bergilir penguasaan terhadap perigi itu selang sehari. Pada hari giliran Sayyidina Uthman bin Affan berkuasa, beliau menyuruh orang-orang Islam mengambil air itu untuk keperluan mereka selama dua hari, dengan percuma, sedangkan pada hari Yahudi itu berkuasa, Yahudi itu mengenakan bayaran. Akhirnya si Yahudi menjualkan separuh lagi perigi itu dengan harga 8,000 dirham kerana pada giliran hari beliau berkuasa, tiada sesiapa yang datang membeli air darinya. Mereka telah mengambil air dengan percuma pada hari Sayyidina Uthman berkuasa. Beliau telah mewakafkan perigi ini untuk kegunaan umat Islam. (Syed Ahmad Semait, 1995) Kedua-dua tindakan Saydina Uthman ini memberikan contoh tindakan yang boleh diperanankan oleh sektor swasta.

Sektor ini boleh mempengaruhi gelagat pengguna dengan skala yang besar samada melalui institusi yang besar dan multi-nasional yang menguasai pasaran atau dalam skala yang kecil melalui institusi yang kecil yang boleh mendekati pengguna di mana sahaja. Dalam hal ini, kajian menjadikan Sabasun HyperRuncit Sdn. Bhd mewakili entiti perniagaan berskala kecil dan JohorCorp yang mewakili entiti persyarikatan skala besar sebagai model tindakan yang praktikal dalam konteks kontemporari.

INSTITUSI PERNIAGAAN (SABASUN HYPERUNCIT SDN. BHD.)(Che Salmi Che Ibrahim, 2010)

Sabasun HyperRuncit mula ditubuhkan pada April 1995, di atas nama Sabasun Sendirian Berhad sebelum ditukarkan kepada Sabasun HyperRuncit Sendirian Berhad pada tahun 1999. Sabasun dikenali ramai dengan motto 'Harge Murah Sokmo'. Ia diterajui oleh Che Salmi Che Ibrahim. Konsep HyperRuncit bermaksud Hypermarket dengan sentuhan kedai runcit tempatan secara layanan atau

gabungan teknologi global dengan citarasa tempatan. Ini termasuk laman web (www.sabasun.com) yang menyediakan pelbagai maklumat barangan, email dan peti cadangan bagi sebarang cadangan dan teguran. Bahkan premisnya dilengkapi dengan 24 buah projector tv di dalam premis dan 1 layar besar di atas bangunan yang memaparkan pelbagai maklumat barangan, kempen-kempen kesedaran dan pelbagai lagi dalam bentuk multimedia Ia menepati konsep global yang diwar-warkan oleh Timbalan Perdana Menteri Malaysia Dato' Seri Najib Tun Razak (kini Perdana Menteri Malaysia).

Visi Sabasun ialah untuk menjadi peruncit mukmin yang berdaya tahan dan berdaya saing dalam menghadapi cabaran global. Pentafsiran visi ini dari pandangan pihak pengurusan Sabasun ialah apabila dikatakan Peruncit Muslim, ia tidak boleh lari dari mengamalkan sepenuhnya ajaran, panduan, hukum dan ketetapan yang telah digariskan dalam Islam itu sendiri. Untuk memenuhi tuntutan Islam, Produk Halal menjadi syarat utama dalam penentuan jualan di Sabasun Hyperruncit. Sabasun tidak akan sama sekali menjual mana-mana barangan yang disangsikan tahap Halal isi kandungan dan cara pembuatannya oleh Jabatan Agama Islam negeri-negeri, Jabatan Kemajuan Islam Malaysia dan Badan-badan Agama Islam Luar Negara yang diiktiraf oleh JAKIM. Pihak Sabasun akan sentiasa memastikan pelanggan dapat membeli barangan keperluan tanpa rasa ragu.

Misi yang digariskan oleh Sabasun ialah :

- a) Menjadikan Islam sebagai paksi dalam pentadbiran, pengurusan, urusan jualbeli dan pemilihan produk.
- b) Mengamalkan budaya pengurusan dengan bersandarkan kepada kebenaran, keadilan dan kemuafakatan.
- c) Menjadikan budaya ilmu sebagai teras dalam pembangunan jati diri dan juga jabatan.
- d) Memastikan pembaikan berterusan terhadap mutu perkhidmatan, produk serta kakitangan.
- e) Memupuk serta mewujudkan suasana harmoni antara sesama warga kerja, pembekal dan pelanggan.
- f) Menjadikan Sabasun sebagai penjana dakwah dan ekonomi Islam.

Syarikat ini menjalankan aktiviti perniagaan runcit di alamat 1125 jalan Bukit Kecil, 21100 Kuala Terengganu, Terengganu Darul Iman. Pada tahun 2000, syarikat telah berjaya mendirikan sebuah bangunan milik sendiri yang bernilai rm 2.4 juta bersebelahan bangunan yang sedia ada iaitu dengan penambahan kawasan jualan sebanyak 27000 kaki persegi beserta juga dengan penambahan tenaga kerja meningkat seramai 200 orang. Pada masa yang sama syarikat juga telah membeli sebuah gudang di kawasan Chendering yang bernilai 1 juta bagi kemudahan penyimpanan barang-barang sebagai stok. Selain itu syarikat juga telah membeli beberapa aset bagi melicinkan lagi perjalanan dan aktiviti syarikat seperti 2 unit lori 5 tan dan sebuah jentera forklif. Pada masa yang sama

juga Sabasun telah membuka 2 anak syarikat yang dikenali dengan nama wet-d bahagian sejuk yang menyediakan barangan sayuran, buah-buahan dan bekalan mentah serta Deli S-pu yang berfungsi sebagai restoran. Bahkan Sabasun juga mempunyai barangan jenamanya sendiri hasil dari operasi pembungkusannya sendiri. Sabasun juga membuka satu unit untuk menjual akhbar dan majalah serta barangan computer di samping menyediakan khidmat fotostat. Kini, Sabasun memiliki tenaga pengurusan seramai 32 orang dan seramai 240 orang pekerja terdiri daripada Muslim dan Non-Muslim yang komited dalam melaksanakan tugas mereka. Ia memiliki 18 vendor dan 170 pembekal dari sektor IKS (Industri Kecil Sederhana).

PEMBOIKOTAN

Sabasun telah mengambil pendekatan yang keluar dari kepompong peruncit besar-besaran yang lain. Di kala keuntungan yang maksima dan pengurangan kos sebagai satu sasaran, Sabasun mengambil satu langkah yang yang jelas berbeza. Pemboikotan barangan yang berkaitan dengan Amerika dan Israel merupakan satu pendekatan yang diambil bertujuan :

- a) Untuk suatu tarbiyah dalam bentuk baru agar umat Islam dapat dilatih bebas dari kongkongan musuh Islam.
- b) Untuk satu penegasan terhadap semangat persaudaraan dan kesatuan umat Islam yang tidak rela mengkhianati saudara sesama Islam yang lain.
- c) Untuk pernyataan ketidakpuashatian terhadap dasar luar Amerika melalui kuasa membeli.

Mekanisme dalam pemboikotan ini terbahagi kepada beberapa peringkat disebabkan kerana kebergantungan kepada sesetengah barangan yang diperlukan oleh pengguna. Perlaksanaan pemboikotan berlaku dengan cara :

a) Kempen

Melalui 24 buah projektor tv yang dipasang diseluruh bangunan Sabasun, iklan-iklan multimedia bagi kempen tersebut telah dijalankan. Kempen 3B dijalankan oleh Sabasun dengan Berdoa, Boikot dan Berderma.

b) Bantahan

Sabasun telah menghantar surat bantahan kepada beberapa syarikat gergasi seperti Nestle berkaitan pembabitian mereka di Israel contohnya melalui pelaburan dalam skala yang besar bagi industri mereka di tanah-tanah Palestin yang dirampas.

c) Edaran

Sabasun telah menerbitkan beberapa risalah dan diedarkan kepada pengunjung bagi menyedarkan mereka betapa perlunya usaha dilakukan bagi membantu

saudara-saudara seIslam sekadar yang termampu. Satu sudut boikot Israel dan Amerika telah diwujudkan oleh Sabasun di mana segala bahan edaran, risalah, maklumat, jualan amal dan tabung derma untuk Palestin disediakan khusus di pintu masuk utama premis.

d) Boikot sepenuhnya

Antara barangan yang diboikot sepenuhnya ialah Pepsi, Coca Cola, Dunhill, Marlboro, Dentyne dan sebagainya.

e) Hadkan ruangan jualan dan boikot sebahagian

Antara barangan dalam kategori ini ialah produk-produk Nestle, Colgate Palmolive, P&G, Unilever dan lain-lain.

Pihak pengurusan Sabasun merasakan perlunya pemboikotan ini kerana setiap yang pengguna belanjakan untuk barangan tersebut akan menyumbangkan kepada kekukuhan ekonominya. Ini digunakan untuk membiayai pembunuhan dan keganasan ke atas negara-negara Islam seperti Afghanistan dan Iraq. Apabila penduduk negara-negara Timur Tengah dan sebahagian rakyat Eropah memulaukan barangan ini, penjualan telah merosot sebanyak 10% dan jumlah ini bagi syarikat-syarikat gergasi merupakan satu angka yang sangat besar. Justeru, wajarlah bagi umat Islam khususnya di Malaysia mengambil langkah yang serupa.

Jadual 5.1 : Senarai barangan yang diboikot dan tindakan oleh Sabasun.

Tarikh	Jenlis	Tempat	Tindakan
Nov, 2002	Coca Cola	USA	Bolkot sepenuhnya
Nov, 2002	Pepsi, Mirinda	USA	Bolkot sepenuhnya
Jan, 2003	Sprite, Aquarius mineral water	USA	Bolkot sepenuhnya
Feb, 2003	Ice Cream Nestle	SWITZERLAND	Bolkot sepenuhnya
Feb, 2003	Rokok- Marlboro, Benson, Dunhill, dll	USA/ UK	Bolkot sepenuhnya
Feb, 2003	Schwappes	USA	Bolkot sepenuhnya
Mac, 2003	Coklat Hershey's	USA	Bolkot sepenuhnya
July, 2003	Barangan makanan Nestle (82 jenis)	SWITZERLAND	Hadkan ruangan jualan & bolkot sebahagian
03-Julai	Scottex (Iisu Pooh Kleenex)	USA	Bolkot sepenuhnya
July, 2003	Pringles	USA	Bolkot sepenuhnya
2006	Wigley's	USA	Bolkot sepenuhnya
Feb, 2003	Nestle Chilled (yogurt, chamyo)	SWITZERLAND	Bolkot sepenuhnya
2004	Nestle Petcare	SWITZERLAND	Hadkan ruangan jualan & bolkot sebahagian
2005	Nestle Confectionary	SWITZERLAND	Hadkan ruangan jualan & bolkot sebahagian
2006	Johnson & Johnson	USA	Hadkan ruangan jualan & bolkot sebahagian
2006	Kotex	USA	Hadkan ruangan jualan & bolkot sebahagian
2005	Scott	USA	Hadkan ruangan jualan & bolkot sebahagian
Jan, 2005	Unilever	ENGLAND	Hadkan ruangan jualan & bolkot sebahagian
2005	Colgate Palmolive	USA	Hadkan ruangan jualan & bolkot sebahagian
2005	P&G	USA	Hadkan ruangan jualan & bolkot sebahagian
2004	Danone - Twistles & Jacob	FRANCE	Hadkan ruangan jualan & bolkot sebahagian
2004	Campbell soup	USA	Hadkan ruangan jualan & bolkot sebahagian
2006	Listerine	ENGLAND	Hadkan ruangan jualan & bolkot sebahagian
2005	Huggles	ENGLAND	Hadkan ruangan jualan & bolkot sebahagian
2005	Gillette	USA	Bolkot sepenuhnya
2005	Schick	USA	Bolkot sepenuhnya
2005	SC Johnson - glade, kit	USA	Hadkan ruangan jualan & bolkot sebahagian
2006	Dentyne	USA	Bolkot sepenuhnya
2005	Kartun Walt Disney (Pooh, Mickey mouse, dll)	USA	Bolkot sepenuhnya
2005	Perilambangan KFC, McDonald, Pizza Hut	USA	Bolkot sepenuhnya

Alternatif boleh didapati mutakhir ini bagi barangan-barangan yang diboikot tersebut. Contohnya seperti Colgate, ada ubat gigi Mukmin dan lain-lain, Fab dan Breeze boleh digantikan dengan Daiya, Puteri Emas dan lain-lain serta barangan-barangan lain lagi.

Berkaitan dengan pemuluan barangan kesemuanya, Sabasun mengambil pendekatan apabila tidak dapat melakukan kesemuanya maka lakukanlah sekadar yang termampu. Justeru, beberapa barangan yang begitu diperlukan oleh pengguna dihadkan ruangnya dan tidak dipromosikan. Sementara barangan yang boleh diboikot terus tidak akan mendapat tempat dan ruang lagi.

KESIMPULAN

Fatwa boikot yang dijelaskan oleh para ulama kontemporari berdepan dengan beberapa halangan yang perlu ditangani secara berhemah dari segi pelaksanaannya. Kerajaan, swasta dan NGO boleh memartabatkan fatwa tersebut dengan secara langsung jika punya kemampuan atau secara tidak langsung jika ada kekangan. Pemboikotan secara tidak langsung bersifat serampang dua mata. Ia mengelakkan tindakbalas provokatif dan agresif dari segi politik, undang-undang dan ekonomi pihak yang diboikot. Di samping itu, ia mengukuhkan ekonomi dan jaringan umat Islam dengan pemilihan barangan alternatif. Boikot juga boleh menjadi tanjakan alternatif program membasmi kemiskinan melalui IKS. Labih dari itu, ia mampu menonjolkan imej dan pasaran Halal sebagai ciri istimewa ekonomi umat Islam. Merujuk kepada PPIM sebagai NGO yang melancarkan boikot tersebut, perkara yang dapat dilihat ialah pengaruh NGO yang besar dalam sesuatu tindakan, jaringan (networking) sesama NGO yang kukuh, pelbagai pihak termasuk kerajaan dan pembangkang yang boleh dilibatkan melalui NGO, kekuatan ahli yang mendukung NGO, disiplin dan etika NGO yang membentuk fikrah dan daya tindak ahli. Ia bahkan menjadi pendesak alternatif yang amat berkesan terhadap pihak yang berautoriti. Strategi (كردى ال ام ملك كردى ال ملك) - Apa yang tidak boleh diambil kesemuanya, tidak ditinggalkan kesemuanya. Penumpuan boikot ke atas 3 barangan oleh PPIM dilihat sebagai strategi keberkesanan boikot yang boleh mengelakkan kekalahan moral sekiranya dibandingkan dengan boikot pelbagai jenis barangan yang gagal memberi impak. Bagi pihak swasta, berdasarkan kepada tindakan yang dilaksanakan Sabasun, pemboikotan bukan sahaja dilaksanakan secara langsung, bahkan juga terdapat tindakan sokongan dan tindakan alternatif yang menjadikan program pemboikotan barangan Israel dan Amerika Syarikat yang menyokong Israel agak teratur dan sistematik. Pemboikotan oleh Sabasun adalah pendekatan yang menyeluruh merangkumi pemboikotan langsung dan tidak langsung. Pemboikotan langsung dilaksanakan dengan dua kaedah iaitu boikot sepenuhnya dan boikot sebahagian. Kaedah sokongan boikot yang merupakan pemboikotan tidak langsung adalah menjurus kepada tindakan berdoa, berderma dan aktiviti-aktiviti pendidikan dan kesedaran tentang nasib rakyat Palestin dan perlunya pemboikotan barangan Israel. Dengan itu, fatwa boikot dilaksanakan secara selamat, berhemah dan tidak mengundang impak yang negatif.

`Abd al-`Aziz Muhammad `Azam(2005), *al-Qawa'id al-Fiqhiyyah*, Kaherah : Dar al-Hadith

Ahmad Bu`ud (2006), *Fiqh al-Waqi`*, Usul wa Dawabit, Misr : Dar al-Salam

Al-`Umar, Nasir bin Sulayman (t.t.), *Fiqh al-Waqi`*, t.t.p.: t.p.

Al-Buti, Sa`id Ramadan, <http://www.fikr.com/bouti>, 23 Mac, 2011

Al-Kaylani, `Abd al-Rahman bin Zayd, (2000), *Qawa'id al-maqasid `inda al-Imam al-Shatibi `ardan wa dirasatan wa ta`lilan*, Damsyik : DÉR al-Fikr, h 382

Al-Qaradawi, Yusuf (1996) *Fatawa al-Mu`asirah*, c.6, Kuwait : Dar al-Qalam

Al-Qaradawi, Yusuf (2007), *Fatawa on Palestine*, Ahmad M. Hassan & Ahmad Saad (terj.), Kaherah, al-Falah Foundation

Al-Qaradawi, Yusuf, <http://qaradawi.net/library/59/4451-2011-10-12-08-04-06.html> 14 Jun, 2012

Al-Rajih, `Abd `Aziz, <http://www.islamgold.com/view.php?gid=10&rid=938> 8 Ogos, 2012

Al-Sa`di, `Abd al-Rahman, <http://www.islamway.com>, 23 Mac, 2011

Bernamea, http://www.bernama.com/bernama/v3/bm/news_lite.php?id=383052, (12 Januari, 2012)

Che Salmi bin Che Ibrahim, Pengarah Urusan Sabasun HyperRuncit Sdn. Bhd. Temubual pada(15 Februari, 2012)

Dato' Seri Mustapha Mohamed, Menteri Perdagangan Antarabngsa dan Industri, Kenyataan Media pada 18 Januari, 2011.

Dato' Seri Mustapha Mohamed, Menteri Perdagangan Antarabngsa dan Industri, Kenyataan Media pada 4 Februari, 2010.

<http://www.halaltoothpaste.com.my/>

<http://masjidalaqsa.wordpress.com/2009/01/19/a-meeting-with-dr-mamor-osman-head-of-muslim-consumer-association-of-malaysia/>

<http://pmr.penerangan.gov.my/index.php/component/content/article/178-kepenggunaan/2646-kempen-belilah-barangan-buatan-malaysia.html>(15 Januari, 2012)

<http://pmr.penerangan.gov.my/index.php/component/content/article/81-rad/1233-iks.html>(15 Januari, 2012)

<http://pmr.penerangan.gov.my/index.php/component/content/article/81-rad/1233-iks.html>(15 Januari, 2012)

<http://www.halaltoothpaste.com.my/bahasa/img/sejarahpenubuhan.jpg>(16 Januari, 2012)

<http://www.islam.gov.my/jom-halal-kempen-satu-malaysia-satu-halal-mendapat-sambutan-luarbiasa> (15 Januari, 2012)

<http://www.jcorp.com.my/about-johor-corporation-3.aspx>(12 Januari, 2012)

<http://www.jcorp.com.my/about-johor-corporation-3.aspx>(12 Januari, 2012)

<http://www.khazanah.com.my/faqbm.htm#ques14>(16 Januari, 2012)

<http://www.khazanah.com.my/faqbm.htm#ques9> (16 Januari, 2012)

<http://www.petronas.com.my/media-relations/media-releases/pages/article/petronas-announces-shareholding-in-centrica-plc.aspx>

<http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2011/snapshots/6418.html>
(15 Februari, 2012)

<http://www.sabasun.com./v1>

Husayn Shahatah, <http://www.islamonline.net>, 23 Mac, 2011

Ibn Khaldun, `Abd al-Rahman bin Mu`ammad (2002), Muqaddimah ibn Khaldun, (terj.) Kuala Lumpur : Dewan Bahasa dan Pustaka

http://www.ikim.gov.my/v5/index.php?lg=2&opt=com_article&grp=2&sec=&key=645&cmd=resetall 12 November, 2011

<http://www.ipislam.edu.my/index.php/artikel/read/712/ekonomi-barat-boleh-digugat> 12 November, 2011

Israel Funding Corporation, http://www.israelfundingcorp.com/palm_oil_for_sale.

Izham Nayan, <http://www.scribd.com/doc/3845748/KERTAS-KERJA-AGENDA-UMMAH> 12 November, 2011

Jabhah `ulama' al-Filastin, <http://www.palestine-info.info/arabic/moqata/index.htm> 16 Mac, 2011

Jack G. Kaikati (1978), *The Arab Boycott Middle East Business Dilemma*, California Management Review, SPRING, Vol XX No 3

Laporan EU Bilateral Trade and Trade with the World, 10 Januari, 2012 h.6

Malaysia Economic Overview, <http://www.moital.gov.il/CmsTamat/search.aspx?w=malaysia>

Mazlan bin Zainol (2009), "Produk Amerika-Israel, Cukupkah Kita Sekadar Memboikot?" Cahaya -JAKIM, Bil. 92 Tahun 21, Mac-April 2009, h.10-12

Moha Asri Abdullah, <http://znr.tripod.com/rencana3.htm> (15 Januari, 2012)

Mohd Ali Hj. Hashim (1996), *Membujur Lalu... Satu Pengalaman Orang Melayu Dalam Pengurusan*, Kuala Lumpur, Utusan Melayu Publications & Distributions Sdn. Bhd. H.155-156

Mohd Ali Hj. Hashim http://www.businessjihad.com/?page_id=8 (12 Januari, 2012)

Mohd Ali Hj. Hashim http://www.businessjihad.com/?page_id=8(12 Januari, 2012)

Mughawari Shalabi, <http://www.islamonline.net>, 12 Januari, 2010
http://www.muslimconsumer.org.my/v2/index.php?option=com_content&view=article&id=207&Itemid=249 (12 Januari, 2012)

Neo Chee Hua, http://www.merdeka-review.com/bm/news_v2.php?n=12218 12 November, 2011

Noorah Yusof (2011), "Pelaburan Asing dan Pembangunan Industri Barangan Elektrik dan Elektronik di Negeri Pulau Pinang, 1970-2007", *Journal Kemanusiaan*, Vol. 18. No. 2, (2011)

Nordin Kardi & Abdul Rahim Anuar (2009), *Memperkasa Ekonomi Ummah Melalui Pemantapan Jaringan Tempatan Dan Penerokaan Berkesan Dalam Pasaran Global: Persiapan Mendepani Cabaran Baru Ekonomi*

Dunia Oic-Fta, Malaysia Dan Strategi Lautan Biru,
(Kertas kerja Kongres Ekonomi Islam Ketiga di PWTC), 13 Januari 2009

Persatuan Pengguna Islam Malaysia, Pelancaran Kempen Boikot Terpilih
Produk Yahudi/Menyokong Yahudi - Coke, Starbucks Dan Colgate Di
Peringkat Negara, Kenyataan media pada 6 Januari, 2009.

Prof Emeritus Datok Paduka Mahmud Zuhdi, UIAM. Temubual pada 18hb
November, 2011. Rohami Shafie,

http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2009&dt=0105&pub=Utusan_Malaysia&sec=Muka_Hadapan&pg=mh_07.htm (25 Januari, 2012)

http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2009&dt=0109&pub=Utusan_Malaysia&sec=Rencana&pg=re_06.htm(15 Januari, 2012)

http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2010&dt=0217&pub=Utusan_Malaysia&sec=Rencana&pg=re_05.htm(15 Januari, 2012)

Salih Lahidan (2004), <http://www.islamgold.com/view.php?gid=10&rid=92> 8
Ogos, 2012

Sime Darby Annual Report 2010

Syed Ahmad Semait, (1995), Sepuluh Yang Dijamin Masuk Syurga, Singapura:
Pustaka Islamiyyah Pte Ltd., h.162-165)