

ORANG ISLAM DAN PERNIAGAAN TERLARANG DI MALAYSIA DARI PERSPEKTIF MAKRO

Oleh:

Wan Sabri Wan Hussin*

Abstract

The article based on the findings of a study which was done to observe how far Muslim businessmen in Malaysia are involved in businesses forbidden according to the Islamic Law. Three sources of information are used; firstly reading literature and collecting secondary data from government agencies, secondly observations and thirdly, discussions with some recognised Muslim scholars classified as gurus. Sources of hukm or rules are interpretations of Quran and fiqh books and discussions with those recognised scholars. Findings of the study is expected to be used in academic discussions and also subject for thought among Muslim entrepreneurs should or should not they be involved in those opportunities in businesses which are forbidden in Islam. The concept of prohibiting a Muslim from participating in certain businesses is based on two factors: trading products which are not allowed to be consumed or used by Muslims such as pork or pig products and those businesses comprised of activities against the principles of Islamic social interaction such as extreme social mixing males and females. The study reveals that, there are some Muslim participants in those kinds of businesses in Malaysia. The value of the businesses is huge in terms of trading and equity and the business is a contributing factor for their survival. The study concluded that, Muslims in the free country such as Malaysia are having freedom of choice either should or should not be involved in such kind of businesses. If they choose to be involved in developing such a business for the reason of material profit, then it is possible to state that, "It is the end of Islam in Malaysia."

* Wan Sabri Wan Hussin, Ph.D, ialah pensyarah di Fakulti Perniagaan dan Perakaunan, Universiti Malaya, Kuala Lumpur.

PENGENALAN

Tulisan ini merupakan sebahagian daripada penemuan kajian penulis bertajuk, “Nilai dan Etika Islam Dalam Perniagaan - Amalan dan Tanggapan Masyarakat Malaysia.”¹ Tajuk kepada artikel ini dijudulkan sebagai “Orang Islam dan Perniagaan Terlarang Di Malaysia Dari Perspektif Makro” adalah sebahagian daripada pengamatan tentang amalan orang-orang Islam di Malaysia dalam berniaga. Ia lebih merupakan huraian kepada penemuan yang diperolehi daripada sumber-sumber sekunder tentang peniaga dan perniagaan, dibuat dari perspektif makro, menyeluruh, umum dan dengan skop yang luas.

OBJEKTIF KAJIAN

Pada amnya tulisan ini bermatlamat untuk mengesan kegiatan perniagaan yang tidak diizin syarak di Malaysia. Secara khususnya kajian ini mempunyai objektif-objektif seperti berikut:

- untuk mengklasifikasikan jenis-jenis perniagaan yang diceburi oleh peniaga-peniaga di Malaysia mengikut syariat Islam, perniagaan yang diharus dan yang ditegah;
- untuk meninjau penglibatan masyarakat Islam dalam perniagaan yang ditegah syarak;
- meninjau implikasi kepada imej Islam akibat penglibatan orang-orang Islam dalam perniagaan yang bercanggah dengan hukum Islam; dan
- meninjau kekuatan nilai kewangan dan ekuiti perniagaan-perniagaan yang ditegah.

KAJIAN LITERATUR

Definisi Terminologi Yang Berkaitan Dengan Kajian

Rangka teori kajian ini adalah berpusat kepada definisi terminologi yang terdapat pada tajuknya. “Perniagaan” merupakan istilah pertama yang perlu didefinisikan dengan teliti. Menurut Syed Sabiq, perniagaan adalah dianggap

¹ Lihat Wan Sabri (2000), *Nilai dan Etika Islam Dalam Perniagaan - Amalan dan Tanggapan Masyarakat Malaysia*, disertasi Ph.D tidak diterbitkan, Institut Pengajian Siswazah, Universiti Malaya, Kuala Lumpur.

sebagai satu proses apabila perniagaan itu berfungsi melalui pertukaran harta dengan harta di atas persetujuan penjual dan pembeli mengikut cara-cara yang diizinkan oleh syarak.² Syed Sabiq telah memasukkan unsur-unsur "pengizinan syarak" sebagai sebahagian daripada definisi perniagaan. Sementara al-Shirbini³ pula meletakkan perniagaan sebagai pertukaran barang dengan wang yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Definisi perniagaan yang dibuat oleh al-Shirbini menunjukkan kesamaan dengan definisi perniagaan moden dan selari dengan definisi pemikir-pemikir Barat. Bagi Imam al-Razi,⁴ perniagaan ialah transaksi barang-barang yang telah wujud, belum atau tidak wujud. Imam al-Razi memberikan perspektifnya yang jauh ke hadapan sebagaimana amalan perniagaan kini yang telah melangkaui zaman dan serba sofistikated, misalnya transaksi perniagaan secara elektronik, satu perniagaan yang berlaku melalui satu kaedah yang sukar untuk dibayangkan.

Perniagaan adalah suatu bentuk kaedah pemusingan modal untuk tujuan keuntungan,⁵ dan perniagaan itu sebagai suatu cara memperluaskan modal.⁶ Keadaan ini adalah berasaskan sistem perakaunan di mana modal peniaga akan bertambah (kadang-kala berkurangan) disebabkan oleh penambahan keuntungan bersih yang diperolehi setiap tahun. Pemikiran al-Alusi dan Ibn Khaldun dilihat sebagai cenderung mentafsir proses perniagaan itu sebagai sesuatu yang selanjat atau berterusan, bukan terhenti setakat satu transaksi sahaja. Ini memperlihatkan kepada kita bahawa cara mereka berfikir menuju kepada entiti perniagaan berbentuk syarikat dan korporat.

Bagi penulis-penulis Barat pula, perniagaan diterjemahkan sebagai aktiviti yang mengarah kepada keuntungan. Pride, Hughes & Kapoor menyatakan perniagaan sebagai suatu usaha yang teratur oleh individu atau beberapa individu bagi mengeluarkan dan menjualkan barangan dan

² Dipetik daripada Syed Sabiq (1971), *Fiqh al-Sunnah*. Beirut: Dār al-Kitāb al-'Arabī.

³ Dipetik daripada al-Shirbini (1996), *Al-Iqna' fi Hall Alfaz Abi Syuja'*. Beirut: Dār al-Khayr.

⁴ Al-Razi (1307H), Muhammad Fakhrudin di dalam buku karangan beliau *Mafatih al-Ghayb al-Shahīr bi al-Tafsīr al-Kabīr al-Maktabah al-Khayriyah*.

⁵ Al-Alusi, Maḥmūd al-Alusi al-Baghdadi (1367H.), *Rūḥ al-Ma'ānī Wasab'u al-Mathani, Idrat al-Tiabaan al-Muniriyyah*.

⁶ Ibn Khaldun, Wali al-Dīn Abū Zayd 'Abd al-Raḥmān b. Muḥammad Ibn Khaldūn al-Hadramī al-Ishbili seperti yang terdapat dalam Aziz al-Azmah (1982), *Ibn Khaldun: An Essay Reinterpretation*. England: Frank Cass.

perkhidmatan yang boleh memuaskan keperluan masyarakat untuk tujuan keuntungan.⁷ Definisi ini mungkin lebih tertumpu kepada kaedah pengurusan seperti mana definisinya yang menuju kepada organisasi bersistem. Bagi Griffin & Ebert, perniagaan adalah organisasi yang berusaha untuk memperolehi keuntungan dengan menyediakan barangan dan juga perkhidmatan.⁸ Definisi ini menyerupai definisi Pride *et. al.*⁹ Walau apa pun definisi perniagaan yang diberikan oleh pemikir-pemikir teori perniagaan, landasan Islam sebagai asas definisi tidak akan melepaskan konsep syarak sebagaimana yang disebut oleh Syed Sabiq.¹⁰

Syarak adalah satu konsep hukum di dalam Islam yang membenar atau menegah sesuatu perbuatan daripada dilakukan.¹¹ Penegahan atau pun kebenaran tersebut adalah berdasarkan sumber hukum yang tercatat di dalam al-Qur'an dan Hadis. Fakta ini akan diperkuatkan oleh ijma' dan syura. Pembinaan hukum ataupun undang-undang di dalam Islam pada kebiasaannya dibuat oleh syura.¹² Ahli-ahli syura akan berijtihad¹³ untuk membentuk syariah. Syariah¹⁴ ataupun Perundangan Islam yang diputuskan daripada proses ijtihad itu dipanggil ijmak¹⁵ dan diiktiraf sebagai sumber hukum yang ketiga sesudah al-Qur'an dan al-Sunnah. Seterusnya peraturan yang telah diputuskan itu akan menjadi hukum yang perlu dipatuhi oleh orang-orang Islam. Konsep syarak yang digunapakai di sini ialah syarak dari segi muamalat yang khusus menjurus kepada perniagaan yang dibenarkan atau diharamkan daripada diamalkan oleh orang-orang Islam.

⁷ Pride, W.M., Hughes, R.J., Kapoor, J.R. (1993), *Business*, 4th Edition. New Jersey: Houghton Mifflin Company.

⁸ Griffin, R.W., Ebert, R.J. (1991), *Business*, 2nd Edition. New Jersey: Prentice Hall.

⁹ Pride, W.M., Hughes, R.J., Kapoor, J.R. (1993), *Business*, 4th Edition. New Jersey: Houghton Mifflin Company.

¹⁰ Syed Sabiq (1971), *op.cit.*

¹¹ Paizah Hj. Ismail & Ridwan Ahmad (2000), *Fiqh Malaysia: Ke Arah Pembinaan Fiqh Tempatan Yang Terkini*, Kuala Lumpur: Akademi Pengajian Islam, UM.

¹² Syura ialah badan-badan perundangan seperti mahkamah atau lembaga yang terdiri daripada anggota-anggota tertentu yang dilantik. Pada zaman Khalifah Umar telah diwujudkan dua dewan syura, Majlis Syura Khas dan Majlis Syura Terbuka. Rujuk kepada Mahmood (1992), h. 7 dan 88.

¹³ Ijtihad bermaksud suatu penelitian atau penyelidikan tentang hukum, lihat Mahmood (1992), h. 75.

¹⁴ Syariah dari segi pengajian hukum Islam boleh difahami sebagai apa sahaja sistem tentang hidup, lihat Mahmood (1992), h. 1.

¹⁵ Ijmak bermaksud pendapat bersama, lihat Mahmood (1992), h. 89.

Haram adalah perkara yang tidak dibenarkan sama sekali dilakukan oleh seseorang Islam. Sekiranya dilakukan juga seseorang itu dikatakan berdosa. Oleh itu, perniagaan yang ditegah untuk diamalkan ke atas orang-orang Islam adalah kerana masalah hukumnya haram. Setiap perkara yang diharamkan itu mempunyai sejarah keburukan dan akibat yang tidak baik pada masa lalu.¹⁶

Pengelasan Perniagaan

Kebanyakan penulis mengelaskan perniagaan mengikut disiplin perniagaan atau jabatan sesebuah organisasi perniagaan dan secara lazimnya ia adalah mengikut terminologi ekonomi kepada sektor-sektor seperti peruncitan, pemborongan, pengilangan, pengedaran, pembekalan, dan perkhidmatan.¹⁷ Selain daripada pengelasan begitu, perniagaan juga boleh dikelaskan mengikut saiz.¹⁸ Perniagaan dikelaskan kepada kecil, sederhana dan besar. Satu lagi kaedah pengelasan perniagaan ialah mengikut aktiviti sesebuah perniagaan.¹⁹ Ini termasuklah perniagaan yang berbentuk pengeluaran dan perkhidmatan. Perniagaan berbentuk pengeluaran adalah terdiri daripada ekstraktif, barangan konsumer, barangan industri, pembuatan dan pemasangan. Sementara perniagaan berbentuk perkhidmatan termasuk aktiviti peruncitan, pemborongan, kewangan dan perbankan, professional, perhotelan dan pendidikan. Tidak ada penulis buku atau artikel yang mengelaskan perniagaan kepada yang diharus dan yang diharamkan.

Perniagaan Yang Terlarang

Afzalur Rahman telah menggariskan beberapa prinsip asas perniagaan berasaskan contoh-contoh amalan Rasulullah s.a.w di dalam mengendalikan perniagaannya.²⁰ Prinsip-prinsip amalan itu berkisar kepada prinsip pengurusan yang saksama, hak-hak pihak yang terlibat di dalam urusan niaga, urusan perniagaan, persetujuan bersama, kejujuran dan jualbeli yang baik.

¹⁶ Mohamad Kamal Abdul Aziz (1995), *Halal dan Haram Dari Pandangan al-Quran dan Sains*, terj. Daud Mohd. Salleh, Johor Bharu: Bismi Publishers.

¹⁷ Sabri Hj. Hussin (2002), *Pengenalan Kepada Perniagaan: Mengurus Perniagaan Dalam Perspektif Malaysia*. Singapore: Thomson Learning.

¹⁸ Mohd. Rosli Mohamad (2000), *Industri Kecil dan Sederhana: Landasan Pembangunan Usahawan*. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.

¹⁹ Sabri Hj. Hussin (2002), *op.cit.*

²⁰ Afzalur Rahman (1988), *Ensiklopedia Sirah*, terj. Norhayati Mohd Nor *et.al.* (1995). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

Prinsip pengurusan yang saksama mengandungi empat nilai asas yang perlu ada pada diri seseorang peniaga Islam. Empat nilai yang baik itu ialah mendapatkan rezeki daripada usaha sendiri; menjauhi diri daripada perniagaan yang dilarang; tidak berniaga barangan haram; dan mengamalkan sikap yang baik di dalam urusan perniagaan.

Dengan menggunakan sumber *Fiqh dan Perundangan Islam*, dapat dibuat kesimpulan bahawa untuk menentukan sama ada sesuatu perniagaan itu dibolehkan ataupun tidak mengikut syariat Islam,²¹ penentuan boleh dibuat dengan meneliti dua faktor yang besar iaitu jenis produk yang diniaga dan aktiviti perniagaan yang dijalankan. Sekiranya produk yang diniagakan seperti menjual daging khinzir, memproses arak, menjual produk judi atau seumpamanya, ia adalah haram di sisi Islam. Ini bermakna perniagaan itu juga adalah haram pada keseluruhannya. Begitu juga peniaga yang meniadakan produk yang halal tetapi majoriti aktivitinya bercanggah dengan syariat, seperti produk perbankan yang pada asasnya adalah harus, tetapi aktivitinya yang melibatkan riba, perniagaan itu adalah haram.

Menurut Beekun,²² terdapat sebelas perkara tentang prinsip halal dan haram sesuatu perniagaan dan ini boleh diperhatikan dalam Jadual 1. Beekun menghuraikan prinsip-prinsip tersebut dengan beberapa contoh tentang bagaimana sesuatu pendapatan itu dikira sebagai haram. Ini termasuklah perdagangan berkaitan dengan alkohol, dadah, menjadi pengukir patung dan sebagai artis, pengeluaran dan penjualan barangan haram seperti arak dan khinzir, pelacuran, *al-gharar*,²³ serta bentuk perkongsian tanaman yang dilarang.

Prinsip Perniagaan dan Asas Sesuatu Larangan

Menurut Sobri Salamon, perniagaan dari sudut pandangan Islam mestilah berlandaskan kepada beberapa prinsip.²⁴ Prinsip-prinsip tersebut ialah kebebasan, urusan tanpa riba, adil, layanan baik, bersama melindungi hak

²¹ Md Akhir Hj. Yaacob *et. al.* (1995), *Fiqh dan Perundangan Islam*, Jilid IV, (terj. daripada Wahbah al-Zuhaili). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

²² Lihat Beekun, R.I (1998), *Etika Perniagaan Islam*, terj. Zainab Abd. Kadir. Kuala Lumpur: The International Institute of Islamic Thought (IIIT), h. 40-44.

²³ Perdagangan yang melibatkan ketidakpastian, kuantiti yang tidak spesifik untuk ditukar dan dihantar. Lihat Beekun, *ibid*, h. 37-38.

²⁴ Sobri Solomon (1992), *Perniagaan Menurut Pandangan Islam*. Kuala Lumpur: Bahagian Hal Ehwal Islam, Jabatan Perdana Menteri.

penjual dan pembeli, jujur/amanah, serta rajin dan tekun. Pada zaman Rasulullah, terdapat sembilan jenis perniagaan yang dilarang. Perniagaan-perniagaan tersebut ialah perniagaan berasaskan sistem riba, menjual tanaman yang baru tumbuh, menjual buah-buahan yang masih putik, menjual anak binatang dalam kandungan, menjual tamar muda yang dicampur dengan tamar masak, membeli barang dalam pemindahan kerana penjual belum mengetahui harga pasaran, mendesak pembeli membatalkan belian setelah dipersetujui untuk menjual dan pembelian di luar kehendak.

Jadual 1:
Prinsip-prinsip Islam Berhubung Halal dan Haram

-
- 1 Prinsip asas adalah perkara-perkara yang dibenarkan.
 - 2 Menentukan dibenarkan atau dilarang adalah hak Allah SWT sahaja.
 - 3 Melarang yang halal dan membenarkan yang haram adalah sama dengan melakukan syirik.
 - 4 Larangan sesuatu itu bergantung pada ketidaksuciannya dan bahayanya.
 - 5 Apa yang halal mencukupi, sementara yang haram adalah berlebihan.
 - 6 Apa sahaja yang membawa kepada yang haram adalah haram.
 - 7 Menyatakan yang haram sebagai yang halal adalah dilarang.
 - 8 Niat yang baik tidak akan boleh menghalalkan yang haram.
 - 9 Perkara-perkara yang syubhat perlu dielakkan.
 - 10 Perkara yang haram adalah dilarang kepada sesiapa sahaja.
 - 11 Dalam keadaan yang terdesak membenarkan pengecualian.
-

Sumber: *Etika Perniagaan Islam*, Beekun (1998).

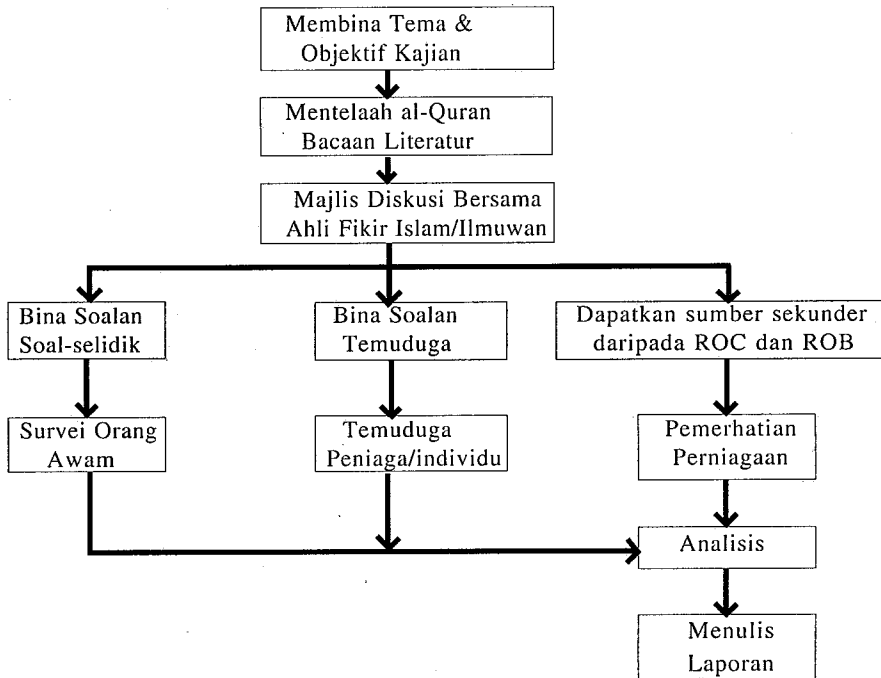
Di antara jenis-jenis perniagaan yang pada asasnya adalah harus atau dibolehkan dari segi hukum tetapi telah menjadi tidak dibolehkan kerana dicampur-adukkan dengan aktiviti-aktiviti yang tidak dibenarkan. Misalnya perniagaan pajak gadai pada asasnya adalah dibolehkan, tetapi aktiviti yang melibatkan riba menjadikan perniagaan tersebut dipandang serong dan menjadi haram hukumnya.²⁵ Begitu juga dengan perniagaan pengangkutan yang melibatkan penyediaan minuman arak, syarikat perfileman dan muzik yang melibatkan aktiviti-aktiviti yang melencong dari segi pergaulan dan kaedah publisiti.

²⁵ Berpandukan tulisan Hassan Haji Ahmad (1994), "Kaedah dan Peraturan Pajak Mengikut Kehendak Islam" dalam *Syariah*, Siri Monograf Fakulti Syariah, UM, h. 67-83.

METODOLOGI

Metodologi kajian ini dirangka bermula dengan pembinaan tema dan penyenaiaan objektif kajian. Bagi menyampaikan matlamat kajian, langkah seterusnya ialah mentelaah al-Qur'an dan membuat pembacaan literatur. Senarai larangan ke atas sesuatu perniagaan yang diperolehi dalam pembacaan literatur dan al-Qur'an dibawa kepada perbincangan di dalam satu bengkel bersama beberapa orang ilmuwan dan pemikir-pemikir ilmu Islam yang mana sebahagian besarnya terdiri daripada para pensyarah daripada Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya (Lihat Rajah 1). Seterusnya kajian ini dilakukan dengan pembinaan soalan soal-selidik untuk memungut pendapat umum, soalan temuduga untuk menemuduga sesetengah peniaga serta usaha-usaha digerakkan untuk mendapat maklumat sekunder daripada pihak berkuasa kerajaan terutamanya pihak Pendaftar Syarikat (Registrar of Company - ROC) dan Pendaftar Perniagaan (Registrar of Business - ROB). Soalan soal-selidik dan temuduga yang dibina digunakan untuk survei penduduk yang menjadi sampel.²⁶

Rajah 1: Aliran Metodologi



²⁶ Lihat keterangan lanjut dalam Wan Sabri (2000), *op.cit.*

PENEMUAN

Klasifikasi Jenis-Jenis Perniagaan Yang Ditegah Syarak

Jadual 2 menunjukkan jenis-jenis perniagaan yang dilarang di dalam Islam dan sedang beroperasi di Malaysia. Jadual berkenaan juga menunjukkan sebab-sebab kenapa larangan bagi orang-orang Islam daripada terlibat dengan perniagaan tersebut. Islam melarang umatnya menceburkan diri di dalam perniagaan-perniagaan berkenaan adalah berasaskan kepada dua faktor utama: produk yang diharam mengikut perspektif hukum Islam dan aktiviti operasinya yang bercanggah dengan syarak.

Jadual 2:
Jenis-Jenis Perniagaan Di Malaysia dan Sebab-Sebab Dilarang

Jenis-Jenis Perniagaan	Punca Penegahan
Kilang Arak	Produk (arak) diharamkan
Pemborong & peruncitan arak	Produk dan aktiviti memabukkan
Industri & Pusat perjudian	Produk (judi) & aktiviti (perjudian)
Ternakan & memproses khinzir	Produk (hasil khinzir)
Perbankan dan kewangan	Aktiviti (riba)
Pusat Hiburan	Produk (arak) & aktiviti yang melalaikan
Pajak gadaai	Aktiviti (riba)
Industri Muzik dan Filem	Aktiviti sosial yang bercanggah dengan Islam dan melalaikan
Insurans	Produk dan aktiviti (riba)

Sumber: Hasil perbincangan dengan beberapa orang tokoh agama dan maklumat yang dikumpul daripada buku-buku agama serta penelitian jenis-jenis perniagaan yang didaftar di Pendaftar Perniagaan dan Pendaftar Syarikat.

ORANG ISLAM DAN PERNIAGAAN YANG DITEGAH

Kajian ini telah cuba untuk mencari jumlah entiti perniagaan yang ditegah mengikut kategori seperti dalam Jadual 2. Jadual 3 pula adalah hasilnya yang menunjukkan, terdapat 8,613 perniagaan di Malaysia secara berdaftar yang dianggap sebagai perniagaan yang tidak mengikut syarak. Walaupun perniagaan-perniagaan besar seperti perbankan dan lain-lain syarikat kewangan mempunyai cawangan yang banyak, tetapi di dalam spesifikasi bilangan perniagaan dikira sebagai induknya sahaja kerana yang berdaftar sebagai entiti perniagaan adalah induk tersebut sahaja, yang lain-lainnya

didaftarkan sebagai cawangan. Namun begitu bilangan cawangan tidak mampu menggugat nilai relatif bila dibahagi dengan bilangan perniagaan di Malaysia yang berjumlah 1.5 juta.

Jadual 3:
Malaysia – Entiti Perniagaan Ditegah dan Peratusan

Jenis-Jenis Perniagaan	Bilangan	Peratus*
Kilang Arak	15	0.001
Pemborongan dan peruncitan arak [®]	607	0.004
Pasaraya dan <i>hypermarket</i>	1,253	0.083
Hotel sebagai outlet runcit arak	631	0.042
Syarikat berorientasikan perjudian	17	0.001
Ternakan & memproses khinzir	151	0.010
Perbankan dan Kewangan	148	0.009
Pusat Hiburan	3,078	0.206
Pajak gadai	140	0.009
Industri Muzik dan Filem	2,573	0.172
Jumlah	8,613	0.575

Sumber: Maklumat yang dikumpul daripada Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna, Jabatan Haiwan, Jabatan Perangkaan, maklumat industri yang berkaitan dan anggaran berdasarkan maklumat daripada sumber-sumber yang boleh diterima.

Nota:

*Peratusan bilangan perniagaan berkenaan berbanding dengan jumlah entiti perniagaan yang berdaftar di Malaysia, seperti contoh:

x = bilangan perniagaan berkenaan,

n = jumlah keseluruhan perniagaan (seperti di dalam Jadual 3,

n=1,497,446), oleh itu peratusan = $(x/n) \times 100 = (x/1,497,446) \times 100$.

[®] Diberi lesen khas melalui pengisytiharan awam, tidak termasuk perniagaan yang diberi kebenaran khusus bersama lesen perniagaan kerana sifat perniagaan seperti kelab malam dan *hypermarket*).

Sebagaimana yang akan dihuraikan seterusnya, pasaraya mempunyai masalah dari segi perniagaan mengikut syarak kerana ia terlibat dengan pengedaran arak. Kehadiran pasaraya di Malaysia seolah-olah menceriaikan industri peruncitan dan pengedaran arak yang selama ini hanya dibina oleh industri perhotelan dan kedai-kedai arak yang khusus, di samping kemunculan 15 buah kilang arak.

Sementara industri-industri lain yang dikelaskan sebagai perniagaan yang ditegah mempunyai komposisi yang lebih kecil seperti industri perjudian (17 buah syarikat), pajagadai (140 buah), pemprosesan khinzir (babi - 151) dan sebagainya. Perkembangan mutakhir di dalam industri khinzir di Malaysia ialah tentang merebaknya penyakit *Japanese Encyphalitis*, melalui sentuhan daging haiwan tersebut yang dijangkiti. Ini turut menjadi faktor mengecutnya industri yang sedang berkembang apabila lebih daripada sejuta khinzir telah dimusnahkan.

Pengilangan Arak

Malaysia mempunyai dua buah kilang arak yang besar selain daripada tiga belas buah lagi syarikat yang beroperasi dengan saiz yang kecil. Kilang-kilang arak utama ialah yang Carlsberg (Carlsberg Brewery Malaysia Berhad), terletak di Shah Alam dan Guinness (Guinness Anchor Berhad) yang terletak di Petaling Jaya.

Jadual 4 menunjukkan pemilikan modal ke atas syarikat Carlsberg Brewery Malaysia Berhad mengikut pengelasan Bumiputera dan bukan Bumiputera. Daripada Jadual 4, didapati pemilikan saham oleh orang-orang Islam di dalam syarikat ini ialah 12.3 peratus. Ini termasuk pemilikan secara individu, institusi dan proksi penama kepada sesebuah organisasi atau individu lain. Sementara warga asing pula memiliki saham di dalam Carlsberg Brewery sebanyak 37.5 peratus. Saham yang dimiliki oleh orang-orang bukan Islam tempatan ialah melebihi 50 peratus (50.2 peratus).

Jadual 4:
Carlsberg Brewery Malaysia Berhad – Pemilikan Ekuiti

Pemilikan		Jumlah Modal	Peratus Modal
Individu	Bumiputera	211,665	0.208
	Bukan Bumi	10,904,277	10.690
	Milik Asing	5,131,507	5.031
Badan Korporat	Bumiputera	11,173,663	10.955
	Bukan Bumi	29,218,874	28.646
	Milik Asing	30,988,336	30.381
Penama	Bumiputera	1,245,208	1.22
	Bukan Bumi	10,974,671	10.759
	Milik Asing	2,151,799	2.110
Jumlah		102,000,000	100

Sumber: Laporan BSKL 1996.

Jadual 5 pula menunjukkan pemilikan modal ke atas syarikat Guinness Anchor Malaysia Berhad mengikut pengelasan Bumiputera dan bukan Bumiputera. Pemilikan saham oleh orang-orang Bumiputera (Islam) di dalam syarikat ini ialah 1.40 peratus termasuk milik individu, institusi, sebagai proksi atau penama dan juga oleh satu agensi kerajaan (juga dikelaskan sebagai pemilikan Islam). Warga asing pula memiliki saham di dalam syarikat Guinness Anchor sebanyak 78.8 peratus, yang mana menjadikan saham milik orang-orang bukan Islam tempatan ialah 19.7 peratus. Ini bermakna pemilikan orang-orang Islam sebagai pemilik kilang arak adalah kecil berbanding dengan orang bukan Islam tempatan, iaitu lebih kurang 12 peratus untuk Carlsberg dan 1 peratus untuk Guinness dengan jumlah modal RM253 juta. Selain daripada Carlsberg dan Guinness, arak untuk pasaran Malaysia adalah diimport oleh pemborong-pemborong seperti *hypermarket*, pengimport khas dan diedar melalui rangkaian seperti yang digunakan oleh kedua-dua syarikat utama, Carlsberg dan Guinness Anchor. Selain daripada dua kilang arak yang utama itu, terdapat beberapa jenama pengilang tempatan yang lain seperti tersenarai di dalam Jadual 6. Semua kilang membotolkan arak tersebut adalah milik orang bukan Islam kecuali kilang Duncan, Gilbey & Mathesan (M) Sdn. Bhd. dimiliki oleh seorang pelabur Muslim. Kilang ini membotolkan arak untuk dieksport ke pasaran antarabangsa.

Jadual 5:
Guinness Anchor Berhad – Pemilikan Ekuiti

Pemilikan		Jumlah Modal	Peratus Modal
Individu	Bumiputera	240,862	0.08
	Bukan Bumi	25,967,796	8.58
	Milik Asing	49,195,822	16.29
Badan Korporat	Bumiputera	70,000	0.02
	Bukan Bumi	11,698,268	3.87
	Milik Asing	175,027,770	57.94
Penama	Bumiputera	560,600	0.19
	Bukan Bumi	22,054,298	7.30
	Milik Asing	13,969,489	4.62
Agensi Kerajaan		3,353,095	1.11
Jumlah		151,049,000	100.00

Sumber: Laporan BSKL 1996.

Pemborong dan Peruncitan Arak

Usaha-usaha pengedaran arak di Malaysia sebahagian besarnya dibuat sendiri oleh pengilang iaitu Carlsberg dan Guinness Anchor melalui anak-anak syarikat mereka seperti Carlsberg Marketing Sdn. Bhd. dan Guinness Anchor Marketing Sdn. Bhd. Edaran dibuat secara bersistem melalui pemborong-pemborong utama seperti *hypermarket/supermarket* dan pemborong biasa, serta kebanyakan salurannya adalah dibekalkan terus kepada peruncit-peruncit di seluruh negara.²⁷

Jadual 6:
Kilang Arak dan Pemilikan Selain Guinness & Carlsberg

Nama Syarikat Pengilang Arak	Pemilikan Pemodal Islam
Caldbeck MacGregor (M) Sdn. Bhd.	0 %
Duncan, Gilbey & Mathesan (M) Sdn. Bhd	51 %
Food and Beverage (Pte.) Ltd.	0 %
Ewein Winery (M) Sdn. Bhd.	0 %
Henxa-Mather Sdn. Bhd.	0 %
Morrison Wine Sdn. Bhd.	0 %
Spanish Cellar Sdn. Bhd.	0 %
Winepak Corporation (M) Sdn. Bhd.	0 %
Marlbo Liquor Manufacturing. (M) Sdn.Bhd.	0 %
Joo Lee Chan Sdn. Bhd.	0 %
Bennison Distillery Sdn. Bhd.	0 %
Nam Khung Sdn. Bhd.	0 %
Malayan-Breweries (M) Sdn. Bhd.	0 %

Sumber: Malaysian - Food & Beverage Mfs. & Exporters Directory 1998, h. 140-141 dan survei.

Sementara peruncit-peruncit pula boleh dikategorikan kepada dua jenis mengikut kategori pemberian izin atau lesen oleh pihak berkuasa. Kategori yang pertama ialah penjualan arak yang dibenarkan kerana bentuk semulajadi sesebuah perniagaan yang memerlukan minuman arak disajikan sebagai sebahagian daripada perniagaan. Ini termasuklah penjualan dan penyajian arak di hotel-hotel, kelab-kelab rekreasi (resort), kelab-kelab malam, pub-pub, syarikat penerbangan, pusat-pusat pelancongan dan juga pusat-pusat hiburan tertentu. Kategori yang kedua pula ialah peruncit-peruncit yang memerlukan izin khas daripada pihak berkuasa melalui notis

²⁷ Perbincangan dengan eksekutif pemasaran Carlsberg Brewery Malaysia Berhad, Encik Michael Chin, pada 6 Januari 1999.

iklan. Taburan pekedai dari jenis yang kedua dapat dilihat di dalam Jadual 7.

Jadual 7:
Malaysia – Pemilikan Kedai Arak Ikut Negeri

Negeri	Bilangan	Pemilik Melayu	Peratus
W. Persekutuan	102	21	20.6
Selangor	119	23	19.3
N. Sembilan	37	7	18.9
Pahang	34	10	29.4
Johor	77	10	13.0
Melaka	27	5	18.5
Kelantan	15	7	46.7
Terengganu	4	1	25.0
Kedah	40	5	12.5
Perlis	3	1	33.3
Pulau Pinang	53	2	0.4
Perak	86	13	15.1
Sabah	t.m	t.m	t.m
Sarawak	t.m	t.m	t.m
Jumlah	607	105	17.3

Sumber: Maklumat Berkomputer Pendaftar Perniagaan bertarikh 30 September 1998 dan hasil semakan-lintang secara temuduga telefon atau bersemuka dengan pegawai-pegawai syarikat.

Nota: t.m = tiada maklumat.

Jadual 7 juga menunjukkan secara keseluruhannya, jumlah kedai-kedai yang menjual arak yang berdaftar di atas nama orang-orang Melayu (Islam) di seluruh Semenanjung Malaysia ialah sebanyak 105 buah daripada 607 buah yang berdaftar (17.3 peratus).

Semua negeri di Semenanjung Malaysia mempunyai kedai arak dari kategori yang memerlukan lesen khas ini. Dengan sejumlah besar bilangan kedai-kedai tersebut yang didaftarkan di atas nama peniaga Melayu atau pun Islam, adalah penting untuk dibuat semakan lintang secara rawak bagi memastikan kesahihan status pemilikan dan kebenaran laporan Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna yang telah digunakan di dalam kajian ini. Beberapa buah kedai arak telah dilawati di sekitar Selangor, Wilayah Persekutuan dan Kelantan. Hasil daripada lawatan itu didapati keadaan yang sebenarnya ialah pendaftaran perniagaan adalah betul di atas nama orang-orang Islam tetapi operasi jualan dibuat oleh orang-orang bukan Islam. Misalnya kesemua kedai-kedai arak yang

didaftarkan di atas nama orang Islam di Kelantan dijalankan oleh orang-orang Cina, malah nama kedai itu pun pada papan tanda dibuat dengan nama perniagaan orang Cina.

Walau bagaimanapun, di atas prinsip metodologi kajian yang telah menetapkan pemilikan dari segi nama (kerana kajian tidak dapat mengenalpasti kedudukan sebenar yang memungkinkan juga penamaan kedai - orang-orang Islam - walaupun tidak mengurus kedai-kedai itu tetapi kekal menerima komisyen atau sebahagian daripada keuntungan perniagaan), bilangan yang ada tetap juga digunakan untuk laporan kajian. Secara keseluruhannya, terdapat lebih kurang 17.3 peratus premis perniagaan yang menjual arak secara memohon izin beriklan adalah di atas nama pemilik Islam. Peratus ini adalah kecil berbanding dengan orang bukan Islam dengan nilai penglibatan sebanyak 83 peratus. Sebagaimana yang telah disebutkan bahawa pengedaran dan jualan arak juga dibuat melalui pasaraya-pasaraya di seluruh Malaysia. Jadual 8 menunjukkan bilangan pasaraya mengikut negeri dan peratus pemilikan pelabur Islam yang terdapat di Malaysia.

Jadual 8:
Bilangan Pasaraya Mengikut Negeri dan Status Pemilikan*

Negeri	Bilangan	Pemilik Melayu	Peratus
W. Persekutuan	124	2	0.2
Selangor	184	2	0.1
N. Sembilan	47	0	0.0
Pahang	31	1	0.3
Johor	389	1	0.0
Melaka	29	0	0.0
Kelantan	49	0	0.0
Terengganu	57	0	0.0
Kedah	104	0	0.0
Perlis	12	0	0.0
Pulau Pinang	66	0	0.0
Perak	147	0	0.0
Labuan	2	0	0.0
Sarawak	t.m	t.m	t.m
Jumlah	1,241	6	0.0

Sumber: Maklumat Berkomputer Pendaftar Perniagaan bertarikh 19 Disember 1998.

* Berdasarkan pemegang saham majoriti.

Jadual 8, dengan jelas membuktikan bahawa penglibatan orang-orang Melayu atau Bumiputera adalah kecil di dalam perniagaan pasaraya. Begitu juga penglibatan institusi yang boleh dikategorikan sebagai milik orang Islam amat berkurangan. Misalnya di Wilayah Persekutuan dan Selangor, pasaraya-pasaraya milik institusi Islam wujud kerana pelaburan pihak Baitulmal Wilayah dan juga kerana adanya syer Tabung Haji. Begitu juga dengan kewujudan *hypermarket* seperti Makro adalah atas inisiatif pelaburan Perbadanan Kemajuan Negeri Selangor (PKNS). Sekiranya dikatakan seratus peratus pasaraya ada menjual minuman keras adalah tidak menghairankan kerana jika dilihat pada Jadual 8, hampir seratus peratus juga pasaraya adalah milik orang-orang bukan Islam.

Di dalam industri perhotelan dan pelancongan (*resort* - kemudahan percutian dan rekreasi), majoriti hotel-hotel, kelab-kelab eksklusif dan *resort* menyediakan kemudahan dewan makan atau restoran yang ada *bar* bagi menghidangkan minuman keras. Jika diandaikan semua hotel-hotel, *resort* dan kelab-kelab percutian eksklusif begini menyediakan minuman keras, tentunya akan membuatkan peratus penglibatan peniaga di dalam industri yang tidak diizinkan syarak meningkat. Penyelidikan ini telah memperolehi maklumat bahawa terdapat sekurang-kurangnya sebanyak 631 buah dari kelas yang terkemuka seperti di dalam Jadual 9.

Jadual 9:
Malaysia – Hotel dan Rumah Tumpangan Yang Terkemuka

Hotel Dan Resort	Bilangan
Hotel dan Resort Di Semenanjung	266
Hotel & Resort Di Sabah dan Sarawak	311
Motel	54
Jumlah	631

Sumber: Telekom Publications, 1995 & dikemaskini pada 20 Disember 1998.

Jika diambil kira peruncitan arak sebagai faktor utama, perniagaan perhotelan ini tidak dibenarkan oleh syarak, kita dapat memastikan bahawa hotel-hotel, kelab-kelab dan resort yang besar tentunya menyediakan minuman keras sebagai sebahagian sajian di kafe atau restoran-restoran mereka. Kebiasaannya juga resort dan hotel-hotel ini merupakan suatu rangkaian yang dikuasai oleh beberapa kumpulan syarikat-syarikat besar. Kumpulan-kumpulan syarikat yang menguasai hotel-hotel besar di Malaysia adalah seperti di dalam Jadual 10.

Jadual 10:
Kumpulan Syarikat – Penguasaan Rangkaian Hotel

Kumpulan Syarikat	Contoh-contoh Hotel
Shangri-la Hotels (Malaysia) Bhd.	Hotel Shangri-la.
Pernas Sdn. Bhd.	Hotel Hilton, Holiday Inn, Istana, Mutiara dan lain-lain.
Faber Group Bhd.	Hotel Faber, Merlin, Inter Heritage dan lain-lain.
Saujana Resort Sdn. Bhd.	Saujana Resort, Hotel Saujana Hyatt dan lain-lain.
Grand Central (KL) Sdn. Bhd.	Hotel Grand Olympic dan Grand Island.
Grand Hotel Group	Hotel Grand dan Grand Continental.
Landmarks Hotel	Landmarks Hotel, Archipelago Resorts, Tiara Labuan dan lain-lain.

Sumber: Annual Companies Handbook Vol. 22 Book, 1997.

Penglibatan orang-orang Islam secara langsung di dalam perniagaan perhotelan dan pusat peranginan adalah di dalam bilangan yang minimal. Jika diteliti dari segi pemilikan institusi yang mewakili orang-orang Islam, institusi-institusi besar yang terlibat adalah datangnya sama ada dari agensi-agensi yang kerajaan sendiri mempunyai saham seperti Pernas, Perbadanan Kemajuan Ekonomi Negeri-negeri atau pun dari badan-badan pelaburan rakyat yang diwujudkan oleh kerajaan seperti Permodalan Nasional Berhad (PNB), Mara dan sebagainya. Peratusan pemilikan di sini juga tidaklah begitu besar. Ini boleh dilihat kepada syarikat-syarikat atau institusi yang menjadi pemegang saham kumpulan hotel-hotel di dalam Jadual 10.²⁸

4.2.3 Industri Perjudian

Perniagaan berbentuk judi ini boleh dikategorikan kepada dua jenis, satunya berbentuk loteri ataupun ramalan nombor (pembelian tiket dan menunggu keputusan nasib baik seperti Toto, Empat-Nombor-Ekor dan loteri (*Big Sweep*) dan yang keduanya ialah perjudian di mana penjudi akan mengambil bahagian secara langsung dengan permainan judi seperti bermain poker, *jackpot* dan sebagainya di tempat khas yang selalunya disebut sebagai kasino.

²⁸ Annual Companies Handbook Vol. 22 Book, 1997.

Jadual 11 menunjukkan syarikat utama yang menerajui industri perjudian di Malaysia dan peratus pemilikan saham oleh orang-orang Islam. Bilangan syarikat-syarikat perjudian yang dikira adalah berjumlah 17 buah termasuk anak-anak syarikat yang ditubuhkan oleh peneraju mereka. Peratusan pemilikan saham pelabur-pelabur Islam di dalam syarikat-syarikat perjudian adalah amat kecil. Pada tahun 1995/96, hanya 5.71 peratus saham Genting dan Resort World secara bergabung dimiliki oleh orang-orang Islam. Mungkin di dalam sesetengah pemilikan itu adalah secara tidak sengaja kerana tidak tahu aktiviti perniagaan Resort World, di mana pengerusi eksekutifnya adalah orang Islam dan juga sebahagian yang lain adalah dimiliki oleh spekulator Islam. Sebanyak 2.71 peratus saham Berjaya Sports Toto juga dimiliki oleh orang-orang Islam dan 3.23 peratus pula memiliki saham Magnum Corporation. Di dalam syarikat-syarikat lain pula tidak ada langsung saham orang-orang Islam di dalamnya. Peratusan-peratusan ini adalah amat kecil sekiranya dibandingkan dengan keseluruhan saham syarikat-syarikat perjudian tersebut. Pemilikan tersebut mungkin dapat dikaitkan dengan pengaruh ke atas penglibatan tokoh-tokoh Melayu tertentu yang menjawat jawatan tinggi di dalam syarikat-syarikat berkenaan.

Jadual 11:
Syarikat-syarikat Berasaskan Perjudian

Nama Syarikat Berasaskan Perjudian	Bentuk Perjudian	Peratus Pemilikan Saham Pelabur Islam
Genting Berhad (Resort World)	Kasino	5.71%
Leisure Management Bhd.	Ramalan nombor	0.00%
Berjaya Sports Toto Bhd.	Ramalan nombor	2.71%
Pan Malaysia Pools Sdn. Bhd.	Ramalan nombor (3D)	0.00%
Magnum Corporation Bhd.	Ramalan nombor (4D)	3.23%
Big Sweep Malaysia Sdn. Bhd.	Loteri	0.00%
Metroplex Berhad	Kasino	0.00%

Sumber: Laporan BSKL 1996 & laporan tahunan syarikat-syarikat berkaitan bagi 1997.

4.2.4 Ternakan dan Memproses dan Penjualan Khinzir

Ladang-ladang ternakan khinzir kesemuanya tidak berdaftar dengan pendaftar perniagaan atau pun pendaftar syarikat tetapi kegiatan itu perlu mendapat kebenaran khas kerajaan negeri yang berkuasa terhadap

penggunaan tanah di negeri masing-masing. Oleh itu ladang-ladang ternakan khinzir tidak termasuk di dalam status kajian ini. Tetapi pusat-pusat pemrosesannya termasuklah rumah-rumah sembelihan adalah didaftarkan sebagai institusi perniagaan. Mengikut statistik daripada Jabatan Haiwan, terdapat 151 buah pusat penyembelihan khinzir di seluruh Malaysia, 7 dikawalselia oleh Jabatan Haiwan sendiri dan selebihnya dikawalselia oleh kerajaan-kerajaan tempatan masing-masing dengan operasi penyembelihan dikendalikan oleh syarikat-syarikat memproses khinzir dan keseluruhan (100 peratus) syarikat-syarikat tersebut adalah milik orang-orang Cina. Sementara penjualan daging khinzir pula dipercayai melalui pengilang-pengilang besar seperti Yeo Hiap Seng, pasaraya dan *hypermarket*, di samping oleh peniaga-peniaga kecil di pasar-pasar yang mana pada keseluruhannya adalah dilakukan oleh orang-orang Cina dan langsung tidak melibatkan orang-orang Islam.

4.2.5 Perbankan, Kewangan dan Insurans

Jika berpandukan kepada syarikat-syarikat yang berasaskan kewangan yang tersenarai di Bursa Saham Kuala Lumpur, hanya dua buah syarikat sahaja yang berjaya melepasi syarat pengiktirafan panel syariah Suruhanjaya Sekuriti daripada jumlah 68 buah. Syarikat-syarikat yang berasaskan kewangan tersebut ialah Bank Islam Malaysia Berhad dan Takaful Malaysia Berhad. Jadual 12 menunjukkan bilangan bank-bank, syarikat-syarikat kewangan dan insurans yang beroperasi di Malaysia. Terdapat 36 buah bank perdagangan, 11 buah bank saudagar, 39 buah syarikat kewangan dan 62 buah syarikat insurans yang sedang beroperasi di Malaysia. Berdasarkan syarat-syarat panel syariah Suruhanjaya Sekuriti, memang diyakini bahawa tidak ada satu pun institusi-institusi itu boleh melepasi syarat perniagaan yang diharus mengikut Islam kecuali Bank Islam dan Takaful Malaysia Berhad.

Jadual 12:

Malaysia – Bilangan Bank, Syarikat Kewangan & Insurans

Institusi	Bilangan
Bank Perdagangan	36
Bank Saudagar	11
Syarikat Kewangan	39
Syarikat Insurans	62
Jumlah	148

Sumber: Laporan Kementerian Kewangan, 1998.

Sektor perbankan adalah satu sektor yang kritikal dari segi penglibatan orang-orang Islam kerana masalah keperluan dan alternatif yang ada terlalu sedikit, adalah dianggarkan pegangan ekuiti di antara orang Islam dan bukan Islam adalah 50-50. Institusi-institusi berkenaan boleh dibahagikan kepada tiga kategori mengikut pemilikan. Kategori yang pertama ialah institusi yang berasaskan pegangan ekuiti orang-orang Islam (individu dan institusi) di Malaysia sebagai pemilik majoriti (melebihi 70 peratus) seperti Bank Bumiputera, Maybank, RHB dan sebagainya. Kategori kedua pula ialah berasaskan pemilikan kaum Cina seperti Public Bank, MBf Finance, Ban Hin Lee Bank dan sebagainya. Namun begitu, terdapat juga pemegang saham dari kalangan individu dan institusi Islam sebagai memenuhi kuota Bumiputera. Ini menjadikan kedudukan penglibatan di antara orang Islam dan bukan Islam di dalam perniagaan berkaitan dengan kewangan adalah seimbang. Sementara kategori yang ketiga pula tidak begitu berkait dengan kajian ini kerana institusi berkenaan dimiliki oleh pelabur-pelabur asing sepenuhnya seperti Citibank, American International Assurance, Swiss Reinsurance Co. dan sebagainya.

4.2.6 Pusat Hiburan

Pusat-pusat hiburan pada keseluruhannya tidak menepati ciri-ciri keperluan perniagaan di dalam Islam. Paling tidak perniagaan ini bercanggah dengan Islam di atas dasar memberi *lagha* kepada para pengunjungnya. Kajian ini meletakkan pusat hiburan kepada tiga kategori. Kategori-kategori itu ialah kelab malam, pub dan lain-lain pusat hiburan (berbentuk riadhah, permainan dalaman seperti snuker, permainan video dan lain-lain).

Kelab Malam dan Pub

Kelab malam dan pub adalah dua jenis pusat hiburan yang disediakan untuk para pengunjung bersukaria dan bergembira dengan penyediaan bar untuk minum dan dewan untuk tari menari. Perbezaan di antara keduanya ialah dari segi izin untuk beroperasi oleh pihak berkuasa. Kelab malam dibenarkan beroperasi sehingga larut malam tertakluk kepada arahan pihak berkuasa tempatan. Misalnya arahan terbaru Datuk Bandar Kuala Lumpur menghadkan kelab malam yang terletak berhampiran dengan kawasan kediaman dibenarkan beroperasi sehingga pukul dua pagi, tetapi jika tidak berdekatan dengan kawasan kediaman boleh beroperasi sehingga pukul tiga pagi.²⁹ Manakala pub adalah tempat eksklusif untuk pengunjung minum-minum dan bergembira bersama kumpulan kawan-kawan.

²⁹ · *The Malay Mail*, January 27, 1999.

Hampir 99 peratus pub dan kelab malam menyediakan minuman keras untuk dilanggani pelanggan.³⁰ Jadual 13 menunjukkan bilangan kelab malam dan pub mengikut negeri dan pemilikan perniagaan tersebut oleh orang-orang Melayu atau orang-orang Islam.

Jadual 13:
Kelab Malam & Pub Mengikut Negeri Dan Pemilikan

Negeri	Bilangan	Pemilik Melayu	Peratus
Wilayah Persekutuan & Selangor	430	51	11.9
N. Sembilan	60	0	0.0
Pahang	38	1	0.2
Johor	116	8	0.7
Melaka	68	0	0.0
Kelantan	6	0	0.0
Terengganu	5	0	0.0
Kedah	15	0	0.0
Perlis	3	0	0.0
Pulau Pinang	56	2	0.4
Perak	65	4	0.6
Jumlah	912	66	0.7

Sumber: Maklumat Berkomputer Pendaftar Perniagaan pada 30 Sept. 1998 dan hasil semakan-lintang secara temuduga telefon/bersemuka dengan pegawai-pegawai syarikat.

Terdapat 912 buah pub dan kelab malam yang beroperasi di seluruh Malaysia (tidak termasuk Sabah dan Sarawak, kerana tiada maklumat diperolehi) dengan Selangor dan Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur mencatat bilangan yang terbanyak. Sebanyak 430 buah pub dan kelab malam beroperasi di Selangor dan Wilayah menjadikannya hampir separuh daripada bilangan yang terdapat di Semenanjung Malaysia. Telah dikenalpasti sekurang-kurangnya 66 buah perusahaan ini adalah didaftarkan dengan nama pemilik yang berbangsa Melayu atau pun beragama Islam. Ini menunjukkan 7.2 peratus daripada industri ini telah diceburi oleh orang-orang Islam. Peratus ini masih boleh dikatakan nisbahnya kecil berbanding dengan 92.8 peratus lagi dimiliki oleh orang-orang bukan Islam. Seseengah kelab malam atau pub didaftarkan di atas nama syarikat sendirian berhad.

³⁰ Kenyataan seorang pegawai penguatkuasa DBKL di dalam suatu perbualan serta pemantauan rambang penyelidikan ini ke atas pub-pub dan kelab malam di sekitar Kuala Lumpur.

Namun begitu pemilikan ke atas syarikat-syarikat sendirian berhad (beberapa buah sahaja) telah dikenalpasti melalui Pendaftar Syarikat. Sekiranya pemegang saham majoritinya adalah orang Islam, kelab malam atau pub itu telah diandaikan sebagai dimiliki oleh pemilik Islam.

Lain-lain Pusat Hiburan

Kategori ketiga adalah pusat-pusat hiburan selain daripada pub dan kelab malam. Ini termasuklah pusat karaoke, permainan video, snuker dan lain-lain. Dari beberapa perspektif mungkin pusat-pusat ini bukannya tempat peruncitan minuman keras walaupun sebahagian daripadanya ada menyediakan minuman tersebut. Walaupun begitu, di dalam kajian ini, pendekatan yang diambil ialah meletakkan perniagaan-perniagaan sebegini sebagai lebih memberi *lagha* (melalaikan). Oleh itu lebih tepat kalau ia dikategorikan sebagai perniagaan yang tidak menepati syarak.

Jadual 14 menunjukkan bilangan pusat-pusat hiburan dari kategori yang ketiga tersebut. Lebih daripada 2,000 buah pusat hiburan seperti ini didaftarkan di Semenanjung Malaysia dengan Wilayah Persekutuan dan Selangor mendahului bilangan tersebut (hampir 50 peratus daripada keseluruhan bilangan).

Jadual 14:
Pemilikan Lain-Lain Pusat Hiburan Mengikut Negeri

Negeri	Bilangan	Pemilik Melayu (Islam)	Peratus
Wilayah Persekutuan	557	66	11.8
Selangor	480	89	18.5
N. Sembilan	229	28	12.2
Pahang	170	18	10.6
Johor	244	78	32.0
Melaka	85	27	31.8
Kelantan	7	2	28.6
Terengganu	19	8	42.1
Kedah	101	25	24.8
Perlis	6	2	33.3
Pulau Pinang	138	21	15.2
Perak	130	10	7.7
Jumlah	2,166	374	17.3

Sumber: Maklumat Berkomputer Pendaftar Perniagaan bertarikh 30 September 1998 dan hasil semakan-lintang secara temuduga telefon atau bersemuka dengan pegawai-pegawai syarikat.

Daripada jumlah tersebut 17.3 peratus adalah dimiliki oleh orang-orang Melayu mengikut pendaftaran (374 buah). Selain daripada Selangor dan Wilayah Persekutuan, Negeri Sembilan dan Johor juga adalah negeri yang mempunyai bilangan lain-lain pusat hiburan yang banyak. Kedua-dua negeri tersebut mempunyai lebih daripada 200 buah lain-lain pusat hiburan bagi setiap negeri. Sementara Kelantan dan Perlis mempunyai bilangan pusat hiburan selain daripada pub dan kelab malam yang paling sedikit (Kelantan 7 buah dan Perlis 6 buah). Dari segi pemilikan pusat-pusat hiburan oleh orang-orang Melayu yang beragama Islam, didapati tidaklah begitu besar dari segi peratusannya. Terengganu, Perlis dan Johor menunjukkan peratusan pemilikan Melayu yang tinggi, tetapi setelah dibuat beberapa semakan rawak, didapati pusat-pusat hiburan mereka lebih kepada pusat permainan video dan snuker tanpa penjualan minuman keras.

4.2.7 Pajak Gadai

Jadual 15 menunjukkan terdapat 140 buah kedai pajak gadai yang berdaftar di Malaysia. Daripada senarai tersebut, didapati lesen-lesen telah dikeluarkan kepada 138 orang peniaga-peniaga Cina dan dua lesen telah dikeluarkan di atas nama peniaga Bumiputera (Islam).

Jadual 15:
Malaysia – Pemilikan Pajak Gadai Mengikut Negeri

Negeri	Bilangan	Pemilik Melayu (Islam)	Peratus
Wilayah Persekutuan	9	0	0.0
Selangor	17	0	0.0
N. Sembilan	12	0	0.0
Pahang	7	0	0.0
Johor	20	0	0.0
Melaka	10	0	0.0
Kelantan	11	1	0.9
Terengganu	9	1	1.1
Kedah	19	0	0.0
Perlis	1	0	0.0
Pulau Pinang	11	0	0.0
Perak	14	0	0.0
Jumlah	140	2	0.1

Sumber: Maklumat Berkomputer Pendaftaran Perniagaan bertarikh 30 September 1998 dan hasil semakan-lintang secara temuduga telefon atau bersemuka dengan pegawai-pegawai syarikat.

Daripada jumlah keseluruhan 140 buah lesen yang dikeluarkan di seluruh Semenanjung Malaysia, didapati 0.1 peratus perniagaan ini menjadi milik orang-orang Melayu atau Islam, menjadikan di antara peratusan yang amat kecil dari segi penglibatan orang-orang Islam.

4.2.8 Industri Filem dan Muzik

Industri filem dan muzik adalah satu lagi industri berbentuk hiburan yang tidak diluluskan sebagai perniagaan yang diharus kerana sifatnya yang membawa kepada *lagha*. Jadual 16 menunjukkan bilangan syarikat yang terlibat di dalam penerbitan dan pengeluaran filem/video, lagu, pengedaran dan peruncitannya (tidak termasuk stesen penyiaran). Ia juga memaklumkan bahawa penglibatan orang-orang Islam di dalam industri tersebut adalah kecil.

Jadual 16:
Syarikat-syarikat Filem dan Muzik & Pemilikan

Industri	Bilangan	Milik Melayu
Syarikat Pengeluar Filem & Video	76	32
Syarikat Pengeluar Album Lagu & Berkaitan	67	25
Syarikat Penedar Filem (termasuk pawagam)	80	3
Syarikat Penedar/Peruncit Album Lagu	2,350	870
Jumlah	2,573	930

Sumber: Finas, Persatuan Industri Rakaman Malaysia dan Syarikat Piring Hitam EMI.

4.3 Penglibatan Peniaga Islam Dalam Perniagaan Dilarang: Implikasi Imej Islam

Kajian ini menggunakan responden dan soalan soal-selidik yang sama dengan penyelidikan "Nilai dan Etika Islam Dalam Perniagaan – Amalan dan Tanggapan Masyarakat Malaysia," yang dibuat oleh penulis dalam tesis Ph.D pada tahun 2000,³¹ tetapi dengan beberapa soalan tambahan seperti yang terdapat dalam Rajah 2.

³¹ Wan Sabri (2000), *op. cit.*

tahu. Ini menunjukkan bahawa sebahagian besar masyarakat Malaysia menyedari akan pembabitan orang-orang Islam di dalam perniagaan yang tidak dibolehkan tersebut.

Jadual 17:
Responden Mengikut Jantina, Umur, Etnik dan Agama

	Perkara	Kekerapan	Peratus
Jantina	Lelaki	577	51.1
	Perempuan	552	48.9
	N	1,129	100.0
Umur	21 – 40 tahun	662	59.0
	41 – 50 tahun	257	22.8
	51 – 60 tahun	172	15.2
	61 tahun ke atas	34	3.0
	N	1,129	100.0
Etnik	Melayu	556	49.2
	Cina	341	30.2
	India	142	12.6
	Lain-lain	90	8.0
	N	1,129	100.0
Agama	Islam	559	49.5
	Kristian	84	7.4
	Buddha	399	35.3
	Hindu	75	6.6
	Lain-lain	12	1.1
	N	1,129	100.0

Jadual 18:
Maklumbalas Masyarakat Terhadap Kegiatan Perniagaan Terlarang

Soalan	Jawapan	Frekuensi	Peratus
1. Tahukan bahawa Islam tidak benarkan perniagaan arak dan judi?	Tahu	938	83.1
	Tidak Tahu	191	16.9
		n=1,129	100.0
2. Adakah orang-orang Islam terlibat dengan perniagaan tersebut?	Ada	289	25.6
	Rasanya ada	542	48.0
	Tidak tahu	298	26.4
		n=1,129	100.0
3. Jika ada, apa pandangan?			
4. Apakah ini boleh menjejaskan imej Islam?	Ya	335	29.7
	Tidak	426	37.7
	Tidak Pasti	368	32.6
		n=1,129	100.0
5. Alasan			

Responden memberi reaksi yang berbeza-beza apabila ditanyakan tentang pandangan mereka terhadap penglibatan orang-orang Islam di dalam perniagaan sebegini. Jawapan yang ekstrim membenci ialah seperti "mereka itu hanya Islam pada nama, mereka tiada ilmu agama, mereka mengejar kemewahan dunia." Sementara jawapan yang lembut berbunyi seperti, "Malaysia adalah sebuah negara yang bebas, asalkan tidak salah dari segi undang-undang, mereka boleh berniaga apa-apa sahaja."

Kepada soalan tentang apakah kegiatan orang-orang Islam di dalam perniagaan tersebut akan menjejaskan imej Islam, hanya 29.7 peratus berpendapat bahawa ini memberi kesan imej yang buruk. Sebanyak 37.7 peratus berpendapat "tidak," sementara 32.6 peratus tidak pasti. Isu-isu sentimen terutamanya daripada responden beragama Islam sendiri serta kefahaman penganut agama lain yang berpegang kepada konsep yang salah tetap salah adalah mempengaruhi jawapan. Mereka yang menjawab tidak dan tidak pasti (70.3 peratus) memberi alasan-alasan yang menarik yang boleh menjadi panduan, bagaimana fahaman mereka tentang Islam. Misalnya ramai yang berpendapat "itu adalah hak masing-masing." Selain daripada itu ramai juga yang berpendapat bahawa "amat sedikit mereka yang terlibat, tidak memberi kesan yang besar." Daripada jawapan-jawapan yang ada serta peratusan tentang menyatakan tidak menjejaskan imej, dapat digambarkan bahawa kepekaan kepada kehendak agama Islam sudah kakis. Faktor etnik sedikit sebanyak boleh menggambarkan agama yang dianuti, tetapi lebih penting daripada itu kajian ini ingin melihat sejauh mana fahaman orang Melayu sendiri tentang agama mereka, iaitu agama Islam.

Jadual 19 menunjukkan hampir keseluruhan orang-orang Islam (99.3 peratus) tahu bahawa perniagaan yang melibatkan arak dan judi adalah dilarang. Sementara sebahagian besar orang India (133 orang daripada 142 responden atau 93.7 peratus) memahami keadaan tersebut, tetapi hanya 68.9 peratus daripada etnik Cina yang mengetahui tentang larangan itu. Terdapat empat orang (0.7 peratus) orang Islam yang menjawab mereka tidak tahu bahawa Islam melarang perniagaan yang melibatkan arak dan perjudian. Mungkin ini juga menggambarkan peratusan orang-orang Islam yang boleh terlibat di dalam apa sahaja jenis perniagaan, asalkan ia diharamkan oleh perundangan negara. Sebanyak 14.6 peratus daripada orang-orang Melayu pula menyatakan bahawa mereka mengetahui dengan pasti bahawa terdapat orang-orang Islam yang terlibat dengan kedua-dua jenis perniagaan yang dilarang itu, sementara 43.5 peratus lagi mengagak kemungkinan ada orang Islam yang terlibat.

Dari segi imej Islam didapati 25.5 peratus daripada orang-orang Melayu merasakan ini tentu sekali menjejaskan. Sementara 31.8 peratus merasakan tidak menjejaskan dan 42.6 peratus pula tidak pasti. Ini mungkin memberi gambaran bahawa perasaan kejiwaan Islam di kalangan orang-orang Melayu semakin kakis. Tetapi memeranjatkan juga apabila didapati 58.5 peratus daripada orang-orang India merasakan bahawa penglibatan orang-orang Islam di dalam perniagaan yang dilarang oleh Islam sendiri boleh menjejaskan imej Islam.

4.4 Nilai Kewangan Dan Ekuiti Perniagaan Yang Ditegah Syarak

Jumlah keseluruhan entiti perniagaan yang berdaftar secara sah di Malaysia pada tahun 1998 adalah menghampiri 1.50 juta buah dengan nilai ekuiti yang tentu sekali amat banyak.³³ Adalah sukar untuk dibuat penjumlahan terhadap nilai ekuiti syarikat-syarikat perniagaan di dalam kajian ini. Ini adalah disebabkan ketiadaan butir-butir rasmi terutamanya bagi entiti perniagaan tunggal dan perkongsian. Tidak pernah diadakan bancian terhadap syarikat-syarikat perniagaan, kecuali bagi syarikat-syarikat sendirian berhad, mereka ada melaporkan modal berbayar mereka kepada pendaftar syarikat serta syarikat berhad pula ada membuat laporan terperinci pada setiap tahun fiskal operasi mereka.

³³ Wan Sabri (2000), *ibid.*

Jadual 19:
Frekuensi Dan Peratus Tanggapan Responden Berdasarkan Etnik

Soalan	Jawapan	Frekuensi	Peratus	% Jumlah Etnik Sendiri	
1. Tahukan bahawa Islam tidak benarkan perniagaan arak dan judi?	Tahu	Melayu	552	58.8	99.3
		Cina	235	25.1	68.9
		India	133	14.2	93.7
		Lain-lain	18	1.9	20.0
			938	100.0	
	Tidak Tahu	Melayu	4	2.1	0.7
		Cina	106	55.5	31.1
		India	9	4.7	6.3
		Lain-lain	72	37.7	80.0
			191	100.0	
2. Adakah orang-orang Islam terlibat dengan perniagaan tersebut?	Ada	Melayu	81	28.0	14.6
		Cina	133	46.0	39.0
		India	54	18.7	38.0
		Lain-lain	21	7.3	23.3
		289	100.0		
	Rasa Ada	Melayu	242	44.6	43.5
		Cina	182	33.6	53.4
		India	79	14.6	55.6
		Lain-lain	39	7.2	43.3
		542	100.0		
Tidak Tahu	Melayu	233	78.2	41.9	
	Cina	26	8.7	7.6	
	India	9	3.0	6.3	
	Lain-lain	30	10.1	33.3	
	298	100.0			
4. Apakah ini boleh menjejaskan imej Islam?	Ya	Melayu	142	42.4	25.5
		Cina	92	27.5	27.0
		India	83	24.8	58.5
		Lain-lain	18	5.4	20.0
		335	100.0		
	Tidak Tahu	Melayu	177	41.5	31.8
		Cina	156	36.6	45.7
		India	47	11.0	33.1
		Lain-lain	46	10.8	51.1
		426	100.0		
Tidak Pasti	Melayu	237	64.4	42.6	
	Cina	93	25.3	27.3	
	India	12	3.3	8.5	
	Lain-lain	26	7.1	28.9	
	368	100.0			

Bagi syarikat-syarikat yang perniagaannya tidak menepati hukum Islam juga banyak. Daripada Jadual 3, kajian ini dapat mengesan sebanyak 8,613 buah entiti perniagaan yang dianggap melanggar etika perniagaan Islam yang pertama. Daripada bilangan itu kita hanya perlu melihat kepada beberapa industri besar yang dominan dan tidak boleh ditutup. Industri tersebut seperti perbankan, perhotelan, perjudian dan kilang arak. Jika diubah seluruh sistem perbankan, perhotelan akan melibatkan terlalu banyak kos lain yang terpaksa ditanggung seperti peluang pekerjaan dan pendapatan negara. Kilang arak Guinness Anchor dan Carlsberg juga mempunyai nilai yang besar dengan keuntungan yang banyak. Adalah tidak mungkin kedua-dua kilang tersebut boleh ditutup dengan begitu mudah sedangkan banyak lagi permohonan baru sedang menunggu untuk memulakan operasi pengilangan. Ini menggambarkan permintaan yang tinggi terhadap produk tersebut.

Jadual 20 menunjukkan nilai ekuiti, nilai perdagangan dan keuntungan bersih beberapa buah syarikat yang perniagaannya dilarang menurut hukum Islam. Perniagaan membuka sebuah kilang arak dengan modal tidak sampai 200 juta ringgit memberi pulangan 30 hingga 50 juta ringgit setahun. Pemilik hotel dengan perkhidmatan yang sedia ada dengan mengadakan kaunter bar juga turut menarik ramai pelanggan sehingga memberi keuntungan yang amat lumayan.

Jadual 20:
Perniagaan "Dilarang": Ekuiti, Pendapatan dan Untung
Bagi Tahun 1995

Syarikat	Ekuiti	Jualan atau Hasil Perolehan	Untung
Carlsberg	102,000,000	447,734,000	47,665,000
Guinness Anchor	151,049,000	481,180,000	33,552,000
Faber Group	1,620,166,627	172,963,000	142,702,000
Pernas Int. Hotel	372,812,551	192,266,000	31,967,000
Genting	351,045,977	2,004,194,000	597,799,000
Magnum	497,750,000	2,248,482,000	369,308,000
Maybank	1,143,413,707	2,324,264,000	643,768,000

Sumber: Laporan BSKL 1996

Berdasarkan jumlah pelaburan serta keuntungan, adalah tidak mungkin ada pihak yang sanggup menutup perniagaan sebegini. Tidak ada apa yang boleh dilakukan dengan syarikat pengeluaran arak dan perjudian bagi

dimodifikasikan kaedah perniagaan supaya mendapat status “halal”, tetapi ia tidak mungkin akan ditutup dengan begitu mudah sahaja.

KESIMPULAN

Penemuan kajian memberi dua implikasi yang nyata, pertama ialah penglibatan orang-orang Islam di dalam perniagaan yang bercanggah dengan Islam walaupun sedikit, ibarat duri dalam daging yang boleh merosakkan keseluruhan imej Islam. Kedua ialah, kekuatan nilai kewangannya adalah amat kukuh yang tidak mampu ditolak oleh sistem ekonomi negara. Ini memberi isyarat kepada kita, siapakah pelanggan kepada perniagaan-perniagaan ini semua? Siapakah pengguna arak keluaran Carlsberg dan Guinness Anchor, siapakah pengunjung kasino di Genting Highlands, pusat-pusat hiburan, pub-pub dan kelab-kelab malam? Siapakah pendengar lagu-lagu yang dikatakan melalaikan itu, begitu juga dengan penonton-penonton filem? Begitu juga dengan mereka yang membeli premium-premium insurans yang bukan takaful dan pelanggan kepada bank-bank yang bukan di dalam sistem perbankan tanpa faedah.

Hasil kajian ini juga menunjukkan imej agama Islam tidak begitu terjejas dari tanggapan responden. Namun begitu, kajian ini memberi satu petunjuk yang lain iaitu kekuatan pegangan agama Islam bagi penganutnya semakin terhakis atau paling tidak pun mereka menunjukkan sikap tidak peduli. Apa lagi kajian ini secara ringkas dapat menunjukkan betapa nilai ekuiti dan kewangan perniagaan-perniagaan yang dilarang adalah begitu besar, tentu sekali tidak mungkin akan ada orang yang telah terlibat untuk mengundur diri. Berbagai alasan boleh diberikan, misalnya tempat kasino bukannya secara mutlak perjudian, tetapi untuk berhibur, sedangkan hiburan adalah diharuskan dalam Islam.

BIBLIOGRAFI

- Afzalur, Rahman (1988), *Ensiklopedia Sirah*, terj. Norhayati Mohd Nor *et.al.* Kuala Lumpur: Dewan Bahasa Dan Pustaka.
- Al-Shirbini (1996), *Al-Iqna' fi Hall Alfaz Abi Syuja'*. Beirut: Dār al-Khayr.
- Aziz al-Azmah (1982), *Ibn Khaldun: An Essay Reinterpretation*. England: Frank Cass.
- Beekun R.I (1998), *Etika Perniagaan Islam*, terj. Zainab Abd. Kadir, Kuala Lumpur: The International Institute of Islamic Thought (IIIT).
- Griffin, R.W., Ebert, R.J. (1991), *Business*, 2nd Edition, New Jersey: Prentice Hall.
- Hassan Haji Ahmad (1994), "Kaedah Dan Peraturan Pajak Mengikut Kehendak Islam" dalam *Syariah*, Siri Monograf Fakulti Syariah, UM.
- Ibn Khaldun (1979), *al-Muqaddimah*: Kaherah.
- Mahmood Zuhdi Abdul Majid (1992), *Sejarah Pembinaan Hukum Islam*, Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
- Md. Akhir Hj. Yaacob *et. al.* (1995), *Fiqh dan Perundangan Islam*, Jilid IV, (terj), Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Mohamad Kamal Abdul Aziz, (1995), *Halal dan Haram Dari Pandangan al-Quran dan Sains*, terj. Daud Mohd. Salleh. Johor Bharu: Bismi Publishers.
- Mohd. Rosli Mohamad (2000), *Industri Kecil dan Sederhana: Landasan Pembangunan Usahawan*, Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
- Paizah Hj. Ismail & Ridwan Ahmad (2000), *Fiqh Malaysia: Ke Arah Pembinaan Fiqh Tempatan Yang Terkini*. Kuala Lumpur: Akademi Pengajian Islam, UM.
- Pride, W.M., Hughes, R.J., Kapoor, J.R. (1993), *Business*, 4th Edition. New Jersey: Houghton Mifflin Company.
- Sabri Hj. Hussin (2001), *Amalan Etika di Tempat Kerja*. Petaling Jaya: ALJ Publications.
- Sabri Hj. Hussin (2002), *Pengenalan Kepada Perniagaan: Mengurus Perniagaan Dalam Perspektif Malaysia*. Singapore: Thomson Learning.
- Sobri Solomon (1992), *Perniagaan Menurut Pandangan Islam*. Kuala Lumpur: Bahagian Hal Ehwal Islam, Jabatan Perdana Menteri.
- Syed Sabiq (1971), *Fiqh al-Sunnah*. Beirut: Dār al-Kitāb al-'Arabī.
- Wan Sabri Wan Hussin (2000), *Nilai dan Etika Islam Dalam Perniagaan - Amalan dan Tanggapan Masyarakat Malaysia*, desertasi Ph.D tidak diterbitkan, Institut Pengajian Siswazah, Universiti Malaya.
- Yusuf al-Qaradawi (1998), *Peranan Nilai & Akhlak Dalam Ekonomi Islam*, terj. Mufti Labib & Arsil Ibrahim, Kuala Lumpur: Blue-T Sdn Bhd.