

Submission date: 03/09/2018

Accepted date: 23/12/2018

**PENGGUNAAN UNSUR ISLAM DALAM PERNIAGAAN: ANALISA DARI
PERSPEKTIF SYARIAH***The Use of Islamic Element in Business: Syariah Analysis*Suraiya Osman, Muhammad Hazim Bin Ahmad & Abdullaah Jalil
Universiti Sains Islam Malaysia

suraiya@usim.edu.my

Abstrak

Objektif utama kajian ini dijalankan adalah untuk mengetahui kedudukan dan perspektif syariah terhadap penggunaan unsur Islam dalam perniagaan. Tinjauan terhadap perspektif Islam merangkumi dalil-dalil yang disepakati daripada Al-Quran, As-Sunnah, Ijma', Qiyas, dan juga kaedah Sad Az-Zarai', maqasid syariah, fatwa-fatwa dari Muzakarah Jawatankuasa Fatwa Majlis Kebangsaan bagi Hal Ehwal Ugama Islam Malaysia dan Jawatankuasa Fatwa Negeri. Metodologi kajian adalah berbentuk kajian kepustakaan menggunakan pendekatan analisa terhadap dalil-dalil dari sumber yang disepakati dan tidak disepakati, serta pelbagai hujah sokongan daripada kitab-kitab syariah yang muktabar, artikel-artikel berkaitan yang diterbitkan dari dalam dan luar negara dan lain-lain untuk mendapatkan maklumat-maklumat penting beserta perinciannya bagi setiap permasalahan yang timbul berkaitan dengan isu penggunaan unsur agama Islam dalam perniagaan. Hasil kajian menunjukkan bahawa amalan eksploitasi agama Islam sama ada eksploitasi terhadap Al-Quran mahupun As-Sunnah adalah sesuatu yang diharamkan dan wajib ditegah oleh pihak-pihak berautoriti kerana hal ini boleh menimbulkan fitnah terhadap agama Islam, dapat memudaratkan kesihatan, bahkan dapat menggoyahkan pegangan akidah seseorang Muslim sekiranya terlalu bergantung dan mempercayai terhadap kehebatan-kehebatan produk yang dilabelkan dengan unsur-unsur agama. Oleh yang demikian, aktiviti ini perlu dibendung bagi menjaga kesucian agama Islam.

Kata kunci: eksploitasi, Islam, makanan sunnah.

Abstract

The main objective of this study is to find out the sharia position and perspective on the use of Islamic elements in the business. An overview of the Islamic perspective includes the dalils from Al- Quran, As-Sunnah, Ijma ', Qiyas, and the Sad-Zarai method, the maqasid syariah, the fatwa of the Muzakarah of the National Council for Fatwa Committee for Islamic Religious Affairs Malaysia, State Fatwa Committee, Lajnah Daimah Li Al-Buhuth wa Al-Ifta, and others. This research is a library study using analytical approaches by referring to syariah books, related articles in connection with the issue of the use of Islamic religious elements in the business. The findings show that the practice of Islamic exploitation either the exploitation of the Quran or As-Sunnah is prohibited as this may lead to defamation against Islam, may harm one's health and even may deviate the faith a Muslim. Therefore, this activity needs to be controlled in order to protect the sanctity of Islam.

Keywords: exploitation, Islam, prophetic food.

PENGENALAN

Penggunaan unsur-unsur Islam di dalam pemasaran dan pelabelan produk semakin berleluasa mutakhir ini. Lambakan produk menggunakan label makanan Sunnah, air terapi Al-Quran, air tulisan pinggan putih, ayam terapi Al-Quran, baju melayu Sunnah dan sebagainya sering menjadi tarikan pembeli dalam memilih produk. Selain itu, terdapat perkhidmatan yang menjadikan kesucian agama Islam sebagai daya tarikan contohnya bekam Sunnah, rawatan altrenatif menggunakan jampi ayat al-Quran, valet doa dan sewaktu dengannya telah menjadi punca pendapatan bagi sesetengah pihak. Tidak dapat dipastikan adakah perawatan Islam yang didakwa itu menggunakan metod yang dibenarkan oleh syara' atau telah menggunakan perkara syirik seperti menggunakan jin sebagai khadam di dalam perawatan tersebut? Apa yang dikhuatiri, kesucian agama Islam akan dicemari dengan perbuatan sesetengah pihak yang tidak bertanggungjawab ini (Khadher Ahmad, Faisal Ahmad Shah dan Monika @ Munirah Abd Razzak, 2015). Ayat-ayat Al-Quran dan Hadith nabi telah di salahguna serta tidak ada satu mekanisme yang khusus bagi mengawal penggunaan unsur-unsur ini. Lebih merisaukan, jika ia menyebabkan kesan yang mudharat kepada pengguna hasil dari penggunaan yang tidak betul, nama Islam akan tercemar dan menyebabkan fitnah terhadap agama Allah yang suci ini (Mohd Izzat Abd Shukur et. al, 2016). Dalam konteks yang lain, terdapat orang bukan Islam yang mengambil kesempatan menggunakan unsur-unsur Islam seperti nama orang Islam sebagai cap dagangan mereka. Sebagai contoh Pau Ahmad, Mi cap Masjid, P.Ramly Burger dan lain-lain bertujuan menarik ramai pelanggan untuk memilih produk keluaran mereka. Perkara ini seharusnya dikekang bagi mengelakkan para pengguna terkeliru dalam membuat pilihan. Ketiadaan peruntukan undang-undang yang khusus menyebabkan perkara ini disalahguna secara berleluasa di kalangan masyarakat. Sebagai negara yang meletakkan Islam sebagai agama rasmi Persekutuan, hal ini perlu diberi perhatian yang khusus bagi melindungi kesucian agama Islam.

METODOLOGI KAJIAN

Metodologi kajian adalah berbentuk kajian kepustakaan menggunakan pedekatan analisa terhadap dalil-dalil dari sumber yang disepakati dan tidak disepakati, serta pelbagai hujah sokongan daripada kitab-kitab syariah yang muhtabar, artikel-artikel berkaitan yang diterbitkan dari dalam dan luar negara dan lain-lain untuk mendapatkan maklumat-maklumat penting beserta perinciannya bagi setiap permasalahan yang timbul berkaitan dengan isu penggunaan unsur agama Islam dalam perniagaan.

PENEMUAN DAN PERBINCANGAN

Perbincangan terhadap hasil kajian dapat dibahagikan kepada tiga bahagian. Bahagian yang pertama membincangkan fenomena eksploitasi unsur-unsur Islam di kalangan masyarakat di Malaysia dan juga salah faham terhadap makanan Sunnah. Bahagian kedua membincangkan perspektif syariah tentang penggunaan unsur-unsur Islam yang merujuk kepada dalil-dalil Al-Quran dan Hadith, konsep sad al zarai', siyasah syar'iyah dan juga fatwa-fatwa yang berkaitan. Manakala bahagian ketiga merupakan penutup dan cadangan bagi menambahbaik perundangan yang sedia ada.

Salah Faham Terhadap Makanan Sunnah

Istilah "makanan sunnah" adalah istilah semasa yang kini mendapat perhatian dan diterima dalam kalangan masyarakat Islam di Malaysia. Lambakan produk kesihatan berasaskan kepada tema "makanan sunnah" serta sambutan jualan yang memberangsangkan menjadi bukti kepada penerimaan dan pemakaian istilah ini dalam masyarakat. Bahkan, disebabkan oleh penggunaan tema "makanan sunnah" itu sendiri telah menjadi "pelaris" kepada produk-produk tersebut.

Persoalannya, adakah istilah “makanan sunnah” dan penggunaannya dalam kalangan masyarakat itu berbetulan dengan pemahaman yang sebenar terhadap konsep al-sunnah itu sendiri? Hasil penelitian mendapati bahawa istilah “makanan sunnah” digunakan secara meluas dalam kalangan masyarakat Islam di Malaysia berasaskan kepada pemahaman masyarakat bahawa “makanan sunnah” adalah makanan terbaik, makanan yang memenuhi kriteria penjagaan kesihatan tubuh badan, makanan yang bersifat wahyu (berasaskan kepada nas al-Qur’an dan hadith), dan makanan yang pernah diambil oleh Nabi SAW. Pada masa yang sama penggunaan istilah ini sering digunakan oleh para pengeluar produk kesihatan termasuk produk berasaskan kopi, jus (minuman kesihatan), ubatan dan sebagainya. Dengan itu, dicadangkan supaya dijana satu panduan khusus terhadap penggunaan istilah ini dalam kalangan masyarakat. Tujuannya adalah supaya istilah ini tidak disalahgunakan bagi tujuan komersial atau mencari keuntungan semata-mata. Sedangkan, sesuatu amalan sunnah itu sandaran utamanya adalah Nabi SAW, sebagai pembawa petunjuk dan bukan untuk dipergunakan sehingga tidak mencapai matlamat sunnah yang sebenar (Khader Ahmad et.al, 2015).

Menurut Moh Izzat Abd Shukur (2016), penjualan produk berasaskan sunnah mempunyai nilai keuntungan yang tinggi. Para penjual boleh memasarkan dengan label halal sahaja, tanpa menisbahkan dengan sunnah Nabi SAW. Ini kerana penggunaan sunnah dalam penghasilan produk secara komersial boleh mendatangkan kesan negatif terhadap sunnah Nabi SAW. Antara kesan secara tidak langsung akibat dari penggunaan ini adalah autoriti sunnah dipertikaikan. Keautoritian sunnah Nabi Muhammad SAW dipertikaikan sekiranya produk yang dihasilkan tersebut mendatangkan kesan mudarat atau tidak memberi manfaat seperti yang didakwa oleh pengeluar produk. Selain itu, ia juga akan menyebabkan pengguna berasa ragu dengan sunnah Nabi SAW. Antara kesan lanjutan adalah Sunnah Nabi SAW dipandang rendah dan mengundang fitnah. Penghasilan produk berasaskan sunnah menyebabkan ia dipandang rendah. Ini kerana umat Islam hanya mengamalkan sunnah Nabi SAW dalam pengambilan makanan sahaja, namun tidak secara komprehensif. Akibatnya penjenamaan ini hanya bersifat komersial semata-mata. Terdapat juga pihak-pihak yang memberi nilai tambah terhadap "produk sunnah" dengan bacaan ayat al-Quran, ayat ruqyah, doa-doa khusus bagi menambahkan keyakinan pengguna. Mungkin pihak pengeluar mempunyai niat yang baik untuk mempromosikan sunnah Nabi SAW, namun secara tidak sedar ia adalah bentuk penyalahgunaan sunnah Nabi SAW. Apa yang dibimbangkan, ia termasuk dalam pendustaan terhadap Nabi SAW. Sedangkan Nabi SAW mempunyai teknik dan cara pemakanan yang khusus terhadap produk tersebut. Baginda SAW tidak mencampurkan antara bahan makanan yang mempunyai nilai zat gizi yang sama, tidak dengan pewarna, perasa dan perisa khusus sepertimana produk yang dihasilkan secara komersial. Walaupun dipandang remeh oleh para pengeluar, menisbahkan produk dengan sunnah Nabi SAW adalah tindakan yang tidak wajar (Ramli & Jamaludin, 2018).

Mengambil berat mengenai isu ini, Muzakarah Jawatankuasa Fatwa Majlis Kebangsaan Bagi Hal Ehwal Ugama Islam Malaysia kali ke-108 yang bersidang pada 2-3 November 2015 telah membincangkan mengenai hukum penjualan produk menggunakan ayat ruqyah untuk tujuan komersial. Di antara keputusan penting yang telah diputuskan oleh jawatankuasa tersebut adalah penggunaan ayat ruqyah pada sesuatu produk bagi tujuan komersial tidak dibenarkan sama ada pada pelabelan, pengiklanan atau promosi. Natijahnya, Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) pada 4 Februari 2016 telah mengeluarkan pekeliling pensijilan halal Malaysia bilangan 2 tahun 2016 yang menyentuh mengenai larangan menggunakan ayat ruqyah, “makanan sunnah” dan seumpamanya pada pelabelan, pengiklanan atau promosi produk berkuatkuasa 15 Februari 2016 bagi semua syarikat pemohon sijil pengesahan halal Malaysia. Pekeliling tersebut telah diterbitkan berdasarkan Perintah Perihal Dagangan (Perakuan dan Penandaan Halal) 2011. Oleh itu, semua syarikat atau pemohon pensijilan halal Malaysia perlu mematuhi dan mengambil maklum mengenai perlaksanaan pekeliling ini. Tetapi

pekeliling ini hanya terpakai kepada produk yang memohon pengesahan halal, namun tidak terpakai kepada produk lain yang tidak memohon pengesahan halal. Ini akan menimbulkan persoalan pemakaian undang-undang yang tidak menyeluruh. Timbul juga persoalan, apakah akibat jika syarikat masih lagi menggunakan ayat ruqyah, makanan Sunnah dan seumpunya pada pelabelan mereka? Adakah terdapat hukuman yang akan dikenakan dan bagaimana bentuk penguatkuasaan yang akan dijalankan?

Menurut Mufti Kelantan Datuk Mohamad Shukri Mohamad, Islam tidak menggalakkan nama dan istilah dalam agama itu dieksploitasi untuk tujuan pemasaran sekali gus melariskan produk jualan. ini kerana pelabelan produk seperti 'makanan sunnah' atau 'minuman sunnah' boleh mengelirukan dan memperdayakan orang lain. Namun begitu, perkara ini tidaklah sampai ke tahap merosakkan akidah, tetapi harus dibendung kerana fenomena sunnah ini menyebabkan masing-masing berlumba-lumba mengeluarkan produk yang sunnah sedangkan tiada siapa dapat pastikan bahawa ia benar-benar sunnah. Selain itu, tiada kayu ukur atau justifikasi yang jelas bagi mendakwa bahawa produk tersebut memenuhi ciri-ciri sunnah. Perkara ini membimbangkan kerana semakin banyak golongan peniaga sudah berani menggunakan hadis semata-mata mahu melariskan perniagaan termasuk mendakwa produk mereka pernah digunakan oleh Nabi Muhammad SAW. Di dalam Islam, sebarang pengeluaran yang memenuhi konsep dan syariat halalan toyyiban (bersih) sudah jatuh dalam kategori sunnah kerana mengikut ajaran baginda Rasulullah. Apa yang penting dalam bermuamalat adalah mencari keredaan Allah dan kerana itu tidak perlulah mendakwa apa-apa produk sebagai sunnah dengan niat melariskan barangan. Tidak memperdaya, tidak menipu dan tidak ada sebarang muslihat sehingga sanggup mengaitkan dengan Islam, sedangkan Islam tidak menentukan sebarang produk mesti dilabelkan dengan perkataan sunnah. Ini termasuklah juga mendakwa air minuman yang telah ditawaf atau dibacakan dengan bacaan ayat-ayat suci al-Quran dan sebagainya. Sedangkan ia hanyalah air galian semata-mata. Jadi tidak perlulah dikaitkan dengan sebarang perbuatan ibadat dan kemudiannya dijual dengan harga yang mahal. Menurut beliau lagi, jika hanya kerana sesuatu produk itu menggunakan bahan-bahan yang istimewa sehingga harganya juga menjadi 'istimewa', maka itu tidak lagi sunnah. (Utusan Online, 8 Februari 2017).

Analisa Syariah

Pemasaran produk yang menyalahi etika Islam terlalu berleluasa terutamanya melalui kaedah pemasaran samada dalam bentuk tulisan, oral mahupun visual (Muhammad Arif, 2010) Berdasarkan kajian awal penulis, terdapat lima kategori penggunaan yang berlaku di pasaran iaitu:

1. Berkaitan dengan Quran seperti ruqyah di mana ayat-ayat al-Quran dibacakan atau ditulis pada produk tertentu.
2. Sunnah yang berkaitan seperti "makanan Sunnah" atau makanan Nabi dengan kombinasi tertentu antara mereka atau bahan lain dengan cara yang tidak dilaporkan dalam tradisi Nabi SAW.
3. Ikon dan gambar Islam seperti gambar masjid.
4. Pertunjukan syariat Islam seperti sujud dalam doa dan doa / solat.
5. Nama-nama Islam atau Muslim seperti masjid, sunnah dan Ahmad.

Samada tujuan perniagaan, pengiklanan atau pemasaran, Islam amat menitikberatkan konsep kejujuran, keadilan, peradaban dan bebas unsur penipuan dalam perniagaan patuh syariah sesuai dengan maqasid syariah iaitu memelihara harta.

Al-Qur'an dan al-Sunnah

Al-Quran dan al-Sunnah mempunyai garis panduan serta etika pengiklanan agar ianya tidak tersasar daripada landasannya. Etika Islam dalam pengiklanan dan penjualan amat mementingkan soal menolak kezaliman, penindasan, manipulasi, penipuan, syubhah, dan penghinaan agama yang mungkin berlaku hasil implikasi amalan yang membelakangi garis panduan yang dikuatkuasakan. Bahagian ini akan membincangkan dalil-dalil dari Al-Quran dan Hadith, siyasah syari'yyah, konsep saddu zarai' dan juga fatwa-fatwa berkaitan larangan menipu di dalam perniagaan yang boleh dikaitkan dengan kegiatan menggunakan unsur-unsur agama Islam dalam melariskan produk perniagaan.

Di dalam Al-Quran Allah SWT telah berfirman:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ (1) الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ (2) وَإِذَا كَالُواهُمْ أَوْ وَزَنُوا لَهُمْ يُخْسِرُونَ (3)

“Kecelakaan besar bagi orang-orang yang curang (dalam timbangan dan sukatan), iaitu mereka yang apabila menerima sukatan (gantang cupak) dari orang lain mereka mengambilnya dengan cukup, dan (sebaliknya) apabila mereka menyukat atau menimbang untuk orang lain, mereka curangi.” [Surah Al-Mutaffifin: 1-3]

Maka sesiapa yang menipu pada barangan jualan, mengelabui atau menambah pada jumlah, mengurangi atau menambah ukuran hasta, atau mengurangi, maka orang ini adalah orang yang curang dalam timbangan dan sukatan, mereka termasuk di dalam golongan yang dijanjikan ancaman (Asy-Syanqiti, Muhammad Al-Amin bin Muhammad 1995). Di dalam ayat yang lain Allah telah melarang mengambil harta orang lain dengan jalan yang salah:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

“Dan janganlah kamu makan (atau mengambil) harta (orang-orang lain) di antara kamu dengan jalan yang salah, dan jangan pula kamu menghulurkan harta kamu (memberi rasuah) kepada hakim-hakim kerana hendak memakan (atau mengambil) sebahagian dari harta manusia dengan (berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui (salahnya).” [Surah Al-Baqarah: 188]

Pada ayat ini Allah telah melarang mengambil harta orang lain dengan jalan yang salah termasuk larangan membuat helah atau menipu demi mendapatkan keuntungan (Al-Qurtubi, Muhammad bin Ahmad, 2006). Sebaliknya Allah telah menekankan konsep adil dan ihsan di dalam semua perkara seperti firman Allah di dalam Surah An-Nahl:90

إِنَّ اللَّهَ يُأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ (90)

“Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, dan berbuat kebaikan, serta memberi bantuan kepada kaum kerabat; dan melarang daripada melakukan perbuatan-perbuatan yang keji dan mungkar serta kezaliman. Ia mengajar kamu (dengan suruhan dan laranganNya ini), supaya kamu mengambil peringatan mematuhiNya.”

Persetujuan bersama dan keadilan dalam urusan perniagaan tidak dapat dibina atas penyelewengan. Penyalahgunaan elemen Islam dalam penjenamaan dan pemasaran makanan melanggar prinsip persetujuan dan keadilan bersama. Maklumat palsu atau maklumat yang

salah tentang produk disebabkan oleh penyalahgunaan unsur Islam boleh menyebabkan transaksi tidak sah atau boleh dibatalkan atau tidak mengikat kedua-dua belah pihak yang berkontrak.

Berdasarkan analisa dari perspektif hadith pula, penyalahgunaan elemen Islam dalam perniagaan dan pemasaran dapat dirujuk kembali pada era Nabi SAW. Pada masa itu, menjadi tabiat pedagang untuk bersumpah dengan nama Allah bagi memujuk para pelanggan untuk membeli produk mereka. Untuk melarang amalan sedemikian, Nabi SAW dilaporkan berkata:

الْحَلْفُ مَنْفَقَةٌ لِلسَّلْعَةِ مُمَحَّقَةٌ لِلْبِرْكَاتِ

“ Sumpah boleh menjual produk, tetapi pada masa yang sama ia membatalkan berkat “.
(Hadith Riwayat Al-Bukhari, No.2087)

Di dalam hadith yang lain Rasulullah telah melarang menipu di dalam perniagaan;

وَعَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ مَرَّ عَلَى صُبْرَةِ طَعَامٍ فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا، فَنَالَتْ أَصَابِعُهُ بِلَأْلٍ فَقَالَ: «مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ؟» قَالَ: أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ. فَقَالَ: «أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ؛ كَيْ يَرَاهُ النَّاسُ؟ مَنْ عَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي». رَوَاهُ مُسْلِمٌ.

Dari Abu Hurairah RA: Bahawasanya Rasulullah SAW melewati timbunan makanan (yang dijual) seraya memasukkan tangannya ke dalam timbunan makanan tersebut dan mendapati jari-jemarinya basah. Rasulullah SAW bersabda, apakah semua ini wahai pemilik makanan? Lelaki itu menjawab; Makanan ini telah ditimpa hujan wahai Rasulullah SAW. Seraya Rasulullah bersabda: Kenapa tidak kamu jadikan yang basah itu di sebelah atas makanan agar manusia dapat melihatnya, barang siapa yang menipu maka ia bukan dari golonganku.” HR Muslim (102).

Hadis ini menunjukkan bahawa menipu adalah perbuatan yang dilarang menurut syarak dan pelakunya dicela menurut akal yang sihat. Menurut Al-Bassam, Abdullah bin Abdul Rahman (2003) terdapat hal-hal penting dari hadis ini:

1. Hadis ini merupakan dalil diharamkannya menipu orang di dalam jual beli dan muamalah (transaksi).
2. Adapun sabda Nabi SAW: “barang siapa yang menipu maka ia bukan dari golonganku”, para ulama berbeza pendapat mengenai tafsirannya. Sufyan bin ‘Uyainah berkata: “Kami memegang penafsiran tersebut agar ia lebih mengenai hati dan lebih kuat dalam pengharamannya.” An-Nawawi berkata: “Ertinya bukan termasuk orang yang mendapatkan hidayah dan mengikuti pengetahuanku serta jalanku yang baik.” Ibnu Taimiyah berpendapat: “Ia berhak mendapatkan ancaman apabila tidak ada orang yang mendorongnya atau dalam rangka meringankan perkerjaan.”
3. Menipu diharamkan dalam setiap pekerjaan, pembuatan barang dan muamalah. Ia diharamkan di dalam industry, pekerjaan-pekerjaan yang bersifat profesi, muamalah, akad, serta pada sesuatu yang sudah di atas kekuasaan mereka, baik berupa pekerjaan pemerintah atau pekerjaan untuk masyarakat.
4. Penipuan masuk ke dalam hal-hal umum yang dilakukan oleh manusia. Apabila seseorang bersikap lurus dan ikhlas terhadap hal-hal yang wajib baginya, bererti ia memakan rezeki yang halal. Tetapi, apabila ia berkhianat dan menipu, menzalimi dirinya sendiri dan menzalimi orang lain, maka ia memakan barang yang haram.

Majoriti ulama menyatakan bahawa melakukan penipuan adalah berdosa besar, dan sebahagian daripada mereka menyatakan bahawa mereka menipu adalah dikira fasik dan kesaksian ditolak. Berlaku banyak penipuan di dalam muamalah sama ada dalam peniagaan mahupun pembuatan. Segala penipuan di dalam muamalah ini boleh dibahagikan kepada dua jenis, iaitu penipuan dari segi percakapan, perbuatan dan pergambaran dan yang keduanya adalah penipuan yang menyebabkan ketidakadilan (Wizarah Al-Awqaf wa Asy-Syu'un Al-Islamiyyah Al-Kuwayt (1994).

Menurut Az-Zuhaili (1985) adapun perbuatan-perbuatan menipu dalam bermuamalah, semua itu adalah dilarang secara mutlak. Hal ini demikian kerana, perbuatan-perbuatan menipu dan tidak jujur menghancurkan kepercayaan di antara pihak-pihak yang melakukan transaksi dan menyebabkan kehidupan perniagaan menjadi kacau. Terdapat beberapa jenis penipuan yang diamalkan dalam bermuamalah, antaranya:

1. Khianat: Berbohong dalam kaitannya dengan kadar harga.
2. Tanaajusy: Berpura-pura melakukan penawaran dengan tujuan hendak menipu dan mengaburi orang lain supaya ia tertarik untuk membeli.
3. Taghriir: Memujuk orang lain dengan cara-cara dusta supaya ia tertarik untuk melakukan akad.
4. Tadliis: Menyembunyikan dan menutupi kecacatan yang tersembunyi pada objek akad.
5. Al-Ghabn Al-Faahisy: Penipuan nilai harga suatu barang hingga mencapai seperdua puluh dari nilai harga normal untuk harta bergerak, sepersepuluh untuk harta berupa binatang, dan seperlima untuk harta tidak bergerak

Bagi tujuan kertas kerja ini, jenis penipuan yang terlibat adalah taghriir kerana ia melibatkan penggunaan unsur-unsur agama yang berupaya menarik perhatian pengguna untuk memilih dan membeli produk mereka berbanding produk lain. Jika produk yang ditawarkan itu memang berkualiti tinggi tidak menjadi masalah, tetapi jika sebaliknya malah boleh memudaratkan kesihatan maka di sinilah terjadinya penipuan tersebut. Abdul Rahman (2006) dan Ad-Dubyan (1434H) menyatakan para ulama dan fuqaha bersepakat bahawa sekiranya pembeli mengetahui tentang aib yang ada pada barangan yang dijual ketika dia membelinya, maka urusan jual beli tersebut adalah sah, dan tidak sabit khiyar ke atas pembeli tersebut. Hal ini berdasarkan ijma' ulama seperti yang telah dinyatakan di dalam kitab Al-Majmu' Syarh Al-Muhazzab (11/311).

Sungguhpun begitu, berlaku juga perbezaan pendapat di kalangan ulama dan fuqaha pada perkara menyembunyikan aib barangan daripada pengetahuan pembeli. Dalam hal ini, dapat dibahagikan kepada dua kelompok pendapat. Pertama, urusan jual beli tersebut adalah terbatal. Ini ialah pendapat mazhab Az-Zahiri dan pendapat Abu Bakar dari mazhab Hanbali. Kedua, urusan jual beli tersebut adalah sah tetapi berdosa, dan pembeli yang membeli barangan tersebut mempunyai pilihan sekiranya aib yang disembunyikan itu membawa kepada pengurangan pada harga barangan, dan tiada apa-apa perkara yang berlaku pada barang jualan yang dapat menghalang pembeli. Sekiranya berlaku keadaan sebegini, berbalik kepada dibuang aib tersebut sahaja, ini ialah pendapat mazhab Hanafi, Syafii, dan pendapat yang sahih dari mazhab Hanbali, dan dipersetujui oleh mazhab Maliki. Akan tetapi dalam pendapat kedua ini, mereka berbeza pendapat sekiranya, aib yang wujud itu tidak mengurangkan harga barangan, maka menurut mazhab Maliki, pembeli tersebut mempunyai pilihan (khiyar).

Menurut An-Nawawi (n.d) 'illah dilarang jual beli penipuan ini adalah disebabkan terdapat mudarat yang jelas pada penyembunyian aib barangan jualan, dan pembeli telah mengorbankan harga asal untuk mengambil barangan tersebut dengan sangkaan bahawa barangan itu selamat dari sebarang kecacatan. Pembeli tersebut boleh memulangkan barangan tersebut ketika dia nampak kecacatan yang ada pada barangan itu.

Siyasah Syar'iyah

Memelihara maqasid al-Shariah adalah salah satu tugas asas yang dipegang atas dan menjadi tanggungjawab pihak berkuasa dan pemerintah. Salah satu jalan untuk fungsi ini adalah melalui Siyasah Shar'iyah. Siyasah Shar'iyah merujuk kepada amalan baik dalam pengurusan dan peraturan yang mematuhi prinsip-prinsip Islam. Penyalahgunaan elemen Islam dalam penjenamaan dan pemasaran makanan dapat merosakkan imej Islam dan telah menyeleweng dari matlamat asal pelanggan yang mencari halal. Oleh itu, pihak berkuasa Islam harus mempertimbangkan Siyasah Shar'iyah dengan menghalang penggunaan unsur-unsur Islam dalam penjenamaan dan pemasaran makanan untuk memelihara kesucian Islam dan mengelakkan salah faham terhadap Islam.

Sadd al- Dhari'ah

Sadd al-dhari'ah secara harfiah bermaksud menyekat cara-cara. Prinsip ini bermaksud bahawa Syariah boleh melarang beberapa perkara kerana akibatnya yang tidak baik dengan beberapa syarat yang ditetapkan dalam kaedah Usul al-Fiqh. Penyalahgunaan elemen Islam dalam penjenamaan dan pemasaran makanan boleh menyebabkan salah faham di kalangan pengguna. Mereka terpaksa membayar harga yang tidak munasabah kerana penampilan unsur Islam pada sesuatu produk. Walaupun, pada hakikatnya, produk tersebut tidak menepati konsep Islam yang dibawa. Oleh itu, amalan ini boleh dilarang dan dikekang berdasarkan prinsip sadd al-dhari'ah.

Fatwa-fatwa Kebangsaan dan Negeri

Terdapat fatwa-fatwa yang telah dikeluarkan oleh Muzakarah Jawatankuasa Fatwa Majlis Kebangsaan dan juga Majlis Fatwa Negeri-negeri berkaitan penggunaan unsur-unsur agama Islam di dalam produk dan pemasaran.

Hukum Penjualan Produk Menggunakan Ayat Ruqyah (Ayat Al-Quran) untuk Tujuan Komersial

Muzakarah Jawatankuasa Fatwa Majlis Kebangsaan Bagi Hal Ehwal Ugama Malaysia Kali Ke-108 yang bersidang pada 2-3 November 2015 telah membincangkan mengenai Hukum Penjualan Produk Menggunakan Ayat Ruqyah (Ayat Al-Quran) Untuk Tujuan Komersial. Muzakarah telah membuat keputusan bahawa isu produk yang dilabelkan sebagai 'makanan sunnah' dan makanan/minuman yang diruqyahkan dengan ayat Al-Quran serta zikir semakin berleluasa dan menjadi pelan pemasaran pengusaha produk-produk makanan dan barangan di negara ini. Ia telah menjadi kaedah untuk melariskan produk bersandarkan perkataan 'makanan sunnah' dan ruqyah. Sebagai sadd az-Zarai' kepada unsur-unsur penipuan dan penyalahgunaan ayat-ayat Al-Quran untuk tujuan komersial, Muzakarah bersetuju memutuskan bahawa penggunaan ruqyah dan istilah 'makanan sunnah' secara tidak bertanggungjawab untuk tujuan mengaut keuntungan dan melariskan produk perlu dihentikan kerana dibimbangi ia termasuk dalam perbuatan memperdagangkan ayat-ayat Al-Quran yang ditegah oleh ajaran Islam. Oleh hal yang demikian, Muzakarah menggesa supaya perbuatan tersebut ditangani segera supaya istilah 'makanan sunnah' ini tidak difahami oleh masyarakat dalam konteks yang tidak tepat, dan penggunaan ruqyah tidak disalahgunakan sehingga menggugat akidah sekiranya masyarakat meyakini keberkesanan ruqyah pada sesuatu produk tersebut mengatasi usaha dan ikhtiar serta kekuasaan Allah S.W.T. Muzakarah juga bersetuju memutuskan supaya penggunaan ruqyah pada sesuatu produk untuk tujuan komersial tidak dibenarkan sama ada untuk tujuan pelabelan, pengiklanan atau promosi.

Hukum Menjual Produk yang diruqyah dengan Alatan Elektronik

Pihak Mufti Wilayah Persekutuan bersetuju dengan keputusan Muzakarah Jawatankuasa Fatwa Majlis Kebangsaan Bagi Hal Ehwal Ugama Malaysia Kali Ke-108 yang bersidang pada 2-3 November 2015 telah membincangkan mengenai Hukum Penjualan Produk Menggunakan Ayat

Ruqyah (Ayat Al-Quran) Untuk Tujuan Komersial. Malahan, pihak mufti turut menyeru orang ramai agar tidak memasarkan produk yang diruqyah, sama ada dijampi secara lisan mahupun secara elektronik, agar tidak mendatangkan fitnah kepada agama. Semoga kita menjadi orang yang berniaga mengikut apa yang diajar Rasulullah dan Syariat Islam dengan menjarakkan diri daripada unsur gharar supaya Allah memberkati perniagaan kita. Pihak Mufti Negeri Pahang dan Perlis juga telah sependapat dengan Muzakarah Fatwa Kebangsaan dan memutuskan bahawa sesuatu produk menggunakan perkataan makanan sunnah untuk tujuan komersial adalah dilarang kerana dibimbangi berlakunya unsur penipuan terhadap produk-produk tersebut. Menurut Mufti Perlis menjual bahan-bahan jampian secara komersial adalah sesuatu yang tidak diamalkan oleh Salaf al-Soleh dan boleh menimbulkan kekeliruan dan berlaku penyalahgunaan nama Allah untuk keuntungan duniawi. Menjual bahan-bahan jampian secara komersial adalah ditegah kerana terdapat gharar (ketidakpastian) dalam proses jual beli seperti penentuan harga dan keberkesanan manfaat. Oleh yang demikian, Jawatankuasa Fatwa Negeri Perlis menggesa supaya perbuatan tersebut ditegah dengan segera supaya istilah makanan sunnah dan yang seumpama dengannya tidak disalahfahami oleh masyarakat dalam konteks yang tidak tepat. Jawatankuasa dengan ini memutuskan bahawa penggunaan ruqyah pada sesuatu produk untuk tujuan komersial adalah dilarang sama ada untuk tujuan pelabelan, pengiklanan atau promosi.

Penjelasan tentang Valet Doa

Menurut Mufti Wilayah Persekutuan, Dato' Dr. Zulkifli Al-Bakri, setelah meneliti isu Valet Doa yang disertakan pula dengan pakej-pakej dengan harga yang berbeza seolah-olah mengikut tahap kemustajaban doa, beliau berpendapat, ia adalah sama sekali tidak menepati Islam yang sebenarnya, dan tidak mengikut syariat. Ini kerana, tiada dalam sejarah dan juga adab di kalangan salafussoleh berbuat demikian. Hatta bila Nabi SAW mahu menyertakan doa Saidina Umar RA dengannya, tiada sebarang syarat kewangan, upah atau bayaran yang dikenakan oleh Saidina Umar RA. Penamaan pakej-pakej seperti Pakej Raja Salman dan Pakej VIP adalah sangat tidak berakhlak dan mengelirukan. Sementelahan lagi, ia jelas menunjukkan sifat komersialnya dan manipulasi doa.

Perbincangan di atas jelas menunjukkan larangan mengeksploitasi unsur-unsur berkaitan agama Islam bagi tujuan mengaut keuntungan kerana ia jelas bertentangan dengan apa yang dilakukan oleh Rasulullah dan para sahabat serta dapat memberi imej yang negatif kepada agama Islam itu sendiri.

KESIMPULAN DAN CADANGAN

Pengeksploitasian dan penggunaan unsur-unsur Islam di dalam perniagaan bagi melariskan produk adalah tidak wajar. Aktiviti ini perlu dibendung serta diikat dengan garis panduan yang betul. Ia memerlukan pengamatan yang kondusif dan perlu menepati kriteria yang dianjurkan bagi memelihara integriti Islam dan Sunnah Nabi itu sendiri. Produk-produk yang menggunakan label Islam dan Sunnah ini perlulah dibuat kajian secara saintifik, teliti dan menyeluruh. Ia perlu dibuktikan kesahihan khasiat dan manfaatnya untuk kesihatan. Ini bagi mengelakkan para pengguna tertipu atau mendapat mudarat dari produk tersebut dan seterusnya mencalarakan nama baik Islam itu sendiri. Garispanduan dan undang-undang khusus perlu dibuat bagi membendung kegiatan ini.

PENGHARGAAN

Kajian ini dibiaya oleh Universiti Sains Islam Malaysia di bawah projek penyelidikan PPPI/FSU/0217/051000/12418.

RUJUKAN

- Abdul Rahman, Ramadan Hafiz. (2006). *Buhuth muqaranah fi asy-syari'ah al-Islamiyah 'an al-buyu' ad-darrah: Bi al-amwal, bi ad-din, bi al-'aql, bi al-ansab wa hukm bay' ad-dam wa at-tabarru' bihi*. Cetakan kedua. Kaherah: Dar As-Salam.
- Ad-Dubyan, Dubyan bin Muhammad. (1434H). *Al-Mu'amalat al-maliyyah asalah wa mu'asarah*. Cetakan kedua. Riyadh: Fihriyah Maktabah Al-Milk Fahad Al-Wathaniah Asna' Al-Nasyr. Jil. 5.
- Ahmad, Khadher & Yakub @ Zulkfli Mohd Yusoff, Mohd & Abd Razzak, Munirah & Sarah Izham, Siti & Md Ariffin, Mohd. (2016). Salah faham terhadap istilah "makanan sunnah" dalam kalangan masyarakat Islam di Malaysia: Satu analisis penyelidikan tentang makanan perspektif nabawi dan saintifik. Jabatan Al-Quran dan Hadith, Universiti Malaya, pp 137-156.
- Al-Baji, Sulaiman bin Khalaf. (2000). *Al-Isyarah fi usul al-fiqh al-Maliki*. Tahkik Nuruddin Mukhtar. Cetakan pertama. Beirut: Dar Ibnu Hazm.
- Al-Bassam, Abdullah bin Abdul Rahman. (2003). *Tawdih al-ahkam min bulugh al-maram*. Cetakan kelima. Mekah: Maktabah Al-Asadi. Jil. 4.
- Al-Burnu, Muhammad Sidqi bin Ahmad. (2002). *Al-Wajiz fi idah qawa'id al-fiqh al-kuliyah*. Cetakan kelima. Beirut: Dar Al-Risalah Al-'Alamiah.
- Al-Burnu, Muhammad Sidqi bin Ahmad. (2003). *Mawsu'ah al-qawa'id al-fiqhiyyah*. Cetakan pertama. Beirut: Mu'asasat Ar-Risalah. Jil. 4.
- Al-Ghazali, Muhammad bin Muhammad. (2004). *Ihya' 'ulum ad-din*. Tahkik Sayyid Imran. Kaherah: Dar Al-Hadith. Jil. 2.
- Al-Ghazali, Muhammad bin Muhammad. (2009). *Al-Mustafa min 'ilm al-usul*. Beirut: Al-Maktabah Al-'Asriyyah. Jil. 1.
- Ali Haidar. (2010). *Duraru al-hukkam syarh majallah al-ahkam*. Tahkik Fahmi Al-Husaini. Amman: Dar Al-Thaqafah. Jil. 1.
- Ali Hasan, Ali Abdul Satar. (2011). *Al-Arbah at-tijariah min manzur al-fiqh al-Islami*. Cetakan pertama. Jordan: Dar An-Nafais.
- Al-Kafi #397. (2018). Hukum menjual produk yang diruqyah dengan alatan elektronik. (2016, September). Diakses pada 10 September 2018 daripada <http://muftiwp.gov.my/ms/artikel/al-kafi-li-al-fatawi/1351-al-kafi-397-hukum-menjual-produk-yang-diruqyah-dengan-alatan-elektronik?highlight=WyJtYWthbmFuIwiJ21ha2FuYW4iLCJzdW5uYWgiLCInc3Vu bmFoJyIsInN1bm5haCciLCJtYWthbmFuIHN1bm5haCJd>
- Al-Qaradawi, Yusuf. (1995). *Dawr al-qiyam wa al-akhlaq fi al-iqtisadi al-Islami*. Kaherah: Maktabah Wahbah.
- Al-Qaradawi, Yusuf. (1997). *Al-Halal wa al-haram fi al-Islam*. Cetakan kedua puluh dua. Kaherah: Maktabah Wahbah.
- Al-Qarafi, Ahmad bin Idris. (2004). *Syarh tanqih al-fusul fi ikhtisar al-mahsul fi al-usul*. Tahkik: Maktab Al-Buhus wa Ad-Dirasah. Dimashq: Dar Al-Fikr.
- Al-Qarafi, Ahmad bin Idris. (2010). *Kitab al-furuq: Anwar al-buruq fi anwa' al-furuq*. Tahkik: Muhammad Ahmad Siraj & Ali Jum'ah Muhammad. Kaherah: Dar As-Salam. Jil. 2.
- Al-Qurtubi, Muhammad bin Ahmad. (2006). *Al-Jami' li ahkam al-Quran*. Tahkik Abdullah bin Abdul Muhsin. Cetakan pertama. Beirut: Muasasat Ar-Risalah. Jil. 3.
- An-Nawawi, Yahya bin Syarf. (1995). *Al-Majmu' syarh al-muhazzab*. Tahkik Muhammad Najib Al-Muti'i. Beirut: Dar Ihya' At-Turath Al-'Arabi. Jil. 10 & 11.
- An-Nawawi, Yahya bin Syarf. (t.t.). *Tahzib al-asma' wa al-lughat*. Beirut: Dar Al-Kutb Al-'Ilmiah. Jil. 4.
- As-San'ani, Muhammad bin Ismail. (2000). *Subul as-salam syarh bulugh al-maram min jam'i adillah al-ahkam*. Tahkik: Muhammad Abdul Qadir Ahmad 'Atha. Beirut: Dar Al-Kutb. Al-'Ilmiah. Jil. 2.

- As-Suyuti, Abdul Rahman bin Abu Bakar. (2013). *Al-Asybah wa an-naza'ir fi qawa'id wa furu' asy-Syafi'iyah*. Cetakan keenam. Kaherah: Dar As-Salam. Jil. 1.
- Asy-Syanqiti, Muhammad Al-Amin bin Muhammad Al-Mukhtar. (2006). *Tatimmah adawa' al-bayan fi idah al-Quran bi al-Quran*. Tahkik Muhammad Abdul Aziz Al-Khalidi. Beirut: Dar Al-Kutb Al-'Ilmiah. Jil. 9
- Asy-Syatibi, Ibrahim bin Musa. (2011). *Al-Muwafaqat fi usul asy-syari'ah*. Tahkik Ahmad bin Ali. Cetakan pertama. Kaherah: Dar Al-Ghas Al-Jadid. Jil. 4.
- Asy-Syawkani, Muhammad bin Ali. (1999). *Irsyad al-fuhul ila tahkik al-haq min 'ilm al-usul*. Tahkik Muhammad Hasan Muhammad Hasan. Beirut: Dar Al-Kutb Al-'Ilmiah. Jil. 2.
- Az-Zarkashi, Muhammad bin Bahadur. (2000). *Al-Bahr al-muhit fi usul al-fiqh*. Tahkik Muhammad Muhammad Tamir. Cetakan pertama. Beirut: Dar Al-Kutb Al-'Ilmiah. Jil. 4.
- Az-Zarqa, Ahmad bin Muhammad. (2012). *Syarh al-qawa'id al-fiqhiyyah*. Cetakan kesepuluh. Dimashq: Dar Al-Qalam.
- Az-Zuhaili, Muhammad bin Mustafa. (2009). *Al-Qawaid al-fiqhiyyah wa tathbiqatuha fi al-mazahib al-arba'ah*. Cetakan ketiga. Dimashq: Dar Al-Fikr. Jil. 1.
- Az-Zuhaili, Wahbah bin Mustafa. (2004). *Al-Fiqh al-Islami wa adillatuhu*. Cetakan kedua. Dimashq: Dar Al-Fir. Jil. 5 & 7.
- Az-Zuhaili, Wahbah. (2003). *At-Tafsir al-munir fi al-aqidah wa as-syariah wa al-manhaj*. Cetakan kedua. Dimashq: Dar Al-Fikr. Jil. 1, bahagian kedua.
- Basmeih, Abdullah bin Muhammad. (1997). *Tafsir pimpinan ar-Rahman kepada pengertian al-Qur'an 30 juzuk*. Cetakan keempat belas. Kuala Lumpur: Dar Al-Fikr.
- Bayan Linnas Siri Ke-85: Penjelasan tentang valet doa. (2017, Februari). Diakses pada 10 September 2018 daripada <http://muftiwp.gov.my/ms/artikel/bayan-linnas/1026-bayan-linnas-siri-ke-85-penjelasan-tentang-valet-doa>
- Fatawa Al-Lajnah Al-Daimah li Al-Buhuth Al-'Ilmiah wa Al-Ifta'. (2005). Fatawa al-lajnah al-daimah. Dikumpul dan disusun oleh: Ahmad bin Abdul Razak Duwaysh. Himpunan kedua.
- Hukum penjualan produk menggunakan ayat rukyah (ayat Al-Quran) untuk tujuan komersil. (2015, Disember). Diakses pada 10 September 2018 daripada <http://mufti.pahang.gov.my/index.php/perkhidmatan/bahagian-fatwa/keputusan-fatwa/17-2015/53-hukum-penjualan-produk-menggunakan-ayat-rukyah-ayat-al-quran-untuk-tujuan-komersil>
- Hukum penjualan produk menggunakan ayat ruqyah (ayat al-Quran) untuk tujuan komersial. (2016, Mac). Diakses pada 10 September 2018 daripada <http://www.muftins.gov.my/index.php/arkib2/himpunan-fatwa/171-keputusan-mesyuarat-fatwa/935-hukum-penjualan-produk-menggunakan-ayat-ruqyah-ayat-al-quran-untuk-tujuan-komersial>
- Hukum penjualan produk menggunakan ayat ruqyah (ayat Al-Quran) untuk tujuan komersial. (2016, Februari). Diakses pada 10 September 2018 daripada <https://www.perlis.gov.my/mufti/index.php/ms/fatwa/category/9-fatwa?download=37:fatwa>
- Ibnu 'Asyur, Muhammad At-Tahir bin Asyur. (2012). *Maqasid asy-syari'ah al-Islamiyyah*. Cetakan kelima. Kaherah: Dar As-Salam.
- Ibnu Abd As-Salam, Abdul Aziz bin Abd As-Salam. (1999). *Qawa'id al-ahkam fi masalih al-anam*. Cetakan pertama. Beirut: Dar Al-Kutub Al-'Ilmiah. Jil. 1.
- Ibnu Al-Athir, Al-Mubarak bin Muhammad. (1997). *An-Nihayah fi gharib al-hadith wa al-athar*. Tahkik Salah bin Muhammad. Beirut: Dar Al-Kutb Al-'Ilmiah. Jil. 3.
- Ibnu Al-Najjar, Muhammad bin Ahmad. (2009). *Syarh al-kawkab al-munir*. Tahkik Muhammad Az-Zuhaili & Nazih Hammad. Cetakan kedua. Riyadh: Maktabah Al-'Abikan. Jil. 4.
- Ibnu Hajr Al-'Asqalani, Ahmad bin Ali. (1997). *Bulugh al-maram min adillah al-ahkam*. Cetakan kedua. Riyadh: Maktabah Dar As-Salam.

- Ibnu Hazm, Ali bin Ahmad. (2013). *Al-Muhalla 'ala ma awjabahu al-quran wa as-sunan at-thabitah 'an Rasulullah sallallahu 'alaihi wasallam*. Tahkik Idarah At-Thiba'ah Al-Muniriyyah. Cetakan pertama. Lubnan: Dar An-Nawadir. Jil. 9
- Ibnu Juzay, Muhammad bin Ahmad. (2005). *Al-Qawanin al-fiqhiyyah*. Tahkik Abdullah Al-Minsyawi. Kaherah: Dar Al-Hadith.
- Ibnu Manzur, Muhammad bin Mukarram. (1992). *Lisan al-'Arab*. Cetakan kedua. Beirut: Dar Sadir. Jil. 1 & 8.
- Ibnu Nujaym, Zainuddin bin Ibrahim. (1997). *Al-Bahr al-ra'iq syarh kanz al-daqa'iq fi furu' al-Hanafiyah*. Tahkik Syeikh Zakariya Umairat. Cetakan pertama. Beirut: Dar Al-Kutb Al-'Ilmiah. Jil. 6.
- Ibnu Qayyim, Muhammad bin Abu Bakar. (1423H). *I'lam al-muwaqi'in 'an Rab al-'alamin*. Tahkik Masyhur bin Hasan. Cetakan pertama. Jedah: Dar Ibn Hazm. Jil. 5.
- Ibnu Qudamah, Abdul Rahman bin Muhammad. (2005). *Asy-Syarh al-kabir 'ala al-muqni'*. Tahkik Abdullah bin Abdul Muhsin Al-Turki. Cetakan kedua. Riyad: Dar 'Alim Al-Kutb. Jil. 11.
- Ibnu Rushd, Muhammad bin Ahmad. (1988). *Al-Muqadimat al-mumahadat*. Tahkik Said Ahmad A'rab. Beirut: Dar Al-Gharb Al-Islami. Jil. 2.
- Ibnu Taimiah, Ahmad bin Abdul Halim. (1998). *Majmu'ah al-fatawa*. Tahkik Amir Al-Jazzar & Anwar Al-Baz. Cetakan kedua. Beirut: Dar Al-Wafa'. Jil. 10.
- Jabatan Kemajuan Islam Malaysia. (2016). Kompilasi pandangan hukum muzakarah jawatankuasa fatwa majlis kebangsaan bagi hal ehwal ugama Islam Malaysia. Cetakan pertama. Putrajaya: Jabatan Kemajuan Islam Malaysia Bahagian Pengurusan Fatwa.
- June 02 2017, Jakim tiada kaedah bezakan produk pemilik Islam, kafir - Ismaweb - 1/6/2017. <http://babab.net/out/3777-jakim-tiada-kaedah-bezakan-produk-pemilik-islam-kafir-ismaweb-1-6-2017.html>
- Mahyuddin Bin Ismail, Penyelewengan akidah dan syariat dalam perkhidmatan rawatan alternatif, isu kepenggunaan. Kertas kerja dibentangkan di Seminar Hukum Islam Semasa Peringkat Kebangsaan 14-15 Disember 2011 anjuran Jabatan Fiqh dan Usul Akademi Pengajian Islam Universiti Malaya.
- Mohd Ramizu bin Abdullah. (2013, Disember). konsep masalah dan etikanya dalam perniagaan menurut Islam. *Jurnal KIAS*, 8, 43-56.
- Muhammad Arif (2010). Etika Periklanan dalam Hukum Islam. Skrip Tesis, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Munazzamah Al-Mu'tamar Al-Islami. (1988). Tahdid al-arbah at-tijar. *Majallah Majma' Al-Fiqh al-Islami*, 5, 2771-2920
- Munazzamah Al-Mu'tamar Al-Islami. (1996). Sad az-zarai'. *Majallah Majma' Al-Fiqh al-Islami*, 5(3), 621-622
- Peralat agama lariskan produk, Mohd Radzi Mohd Zin, 10 Februari 2017, <http://www.utusan.com.my/rencana/utama/peralat-agama-lariskan-produk-1.442722> retrieved at 5/11/2017.
- Ramli, M. A., & Jamaludin, M. A. (2016). Budaya Makanan Dan Pemakanan Halal Dalam Kalangan Masyarakat Melayu Menurut Perspektif Islam, Bab dalam buku *Penyelidikan Tentang Makanan: Perspektif Nabawi dan Sainifik* (195–206). Department al-Quran & al-Hadith APIUM: Kuala Lumpur.
- Utusan Online, 8 Februari 2017. Jangan salah guna nama Islam bagi lariskan produk <http://www.utusan.com.my/mobile/berita/nasional/jangan-salah-guna-nama-islam-bagi-lariskan-produk-1.441801> retrieved at 5/11/2017.
- Wahbah Az-Zuhaili, Wahbah bin Mustafa. (2013). *Usul al-fiqh al-Islami*. Cetakan keduapuluh. Dimashq: Dar Al-Fikr. Jil. 2.
- Wizarah Al-Awqaf wa Syu'un Al-Islamiyyah. (1990). *Al-Mawsu'ah al-fiqhiyyah al-Kuwaitiah*. Cetakan pertama. Kuwait: Wizarah Al-Awqaf wa Syu'un Al-Islamiyyah. Jil. 24, 31.

- Zaidan, Abdul Karim. (2011). *Al-Wajiz fi syarh al-qawa'id al-fiqhiyyah fi asy-Syari'ah al-Islamiyyah*. Cetakan pertama. Beirut: Mu'asasat Ar-Risalah.
- Zaidan, Abdul Karim. (2012). *Al-Madkhal li dirasat asy-syariah al-Islamiyyah*. Cetakan pertama. . Beirut: Mu'asasat Ar-Risalah.
- Zaidan, Abdul Karim. (2013). *Al-Wajiz fi usul fiqh*. Cetakan pertama. Beirut: Mu'asasat Ar-Risalah.