

Sampai ke mana kempen beli produk Muslim?



**Maaf
Cakap**

NORDEN
MOHAMED

Kempen beli produk Muslim nampaknya berkesan sebagai sebuah kempen apabila Perdana Menteri Tun Dr Mahathir Mohamad sendiri telah memberi komen tidak menyetujuinya.

Kata Dr Mahathir, ia adalah tindakan mereka yang cetek pemikiran dan menimbulkan api kemarahan.

Menteri Pembangunan Usahawan, Datuk Seri Mohd Redzuan Md Yusof pula berkata, kempen itu tidak sesuai dengan konteks Malaysia yang terdiri daripada pelbagai kaum.

Menteri Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna, Datuk Seri Saifuddin Nasution pula mengulas, ia tidak mendedahkan keuntungan pada sesiapa.

Menteri itu juga berkata, beliau belum menerima laporan daripada mana-mana syarikat bahawa perniagaan mereka terjejas berikutan dengan kempen itu.

Boikot produk oleh pengguna merupakan salah satu senjata yang berkesan.

Seandainya ia tidak memberi kesan kepada jualan, kesan kepada imej sudah cukup untuk merisaukan tauke perniagaan dan pemegang saham syarikat yang terlibat.

Bila kempen dibuat, bukan sekejap masa dan bukan sedikit wang yang harus dilaburkan untuk membersihkan imej yang tercalar.

Beberapa tahun dahulu, terjadi kempen boikot produk Cadbury's kerana dikatakan mengandungi lemak babi.

Kempen itu cukup merosakkan imej syarikat itu.

Begitu juga apabila McDonald's Malaysia dikatakan turut menyalurkan dana ke Israel, boikot terhadap syarikat itu telah menyepikan premis-premisnya.

Namun, apa yang terjadi dengan boikot itu?

Setelah beberapa bulan berlalu coklat Cadbury's semakin popular dan masyarakat Islam kembali melangani McDonald's.