

**MEMPERKASA EKONOMI UMMAH MELALUI PEMANTAPAN  
JARINGAN TEMPATAN DAN PENEROKAAN BERKESAN  
DALAM PASARAN GLOBAL: PERSIAPAN MENDEPANI  
CABARAN BARU EKONOMI DUNIA<sup>1</sup>  
OIC-FTA, Malaysia dan Strategi Lautan Biru**

Nordin Kardi & Abdul Rahim Anuar<sup>2</sup>  
Universiti Utara Malaysia

**ABSTRAK**

Kelemahan negara Islam dari segi ekonomi dan tentera, terutamanya selepas Perang Dunia Kedua, memberi ruang kepada negara Barat, terutamanya Amerika Syarikat (AS) dan Kesatuan Eropah (EU) untuk menentukan hala tuju ekonomi politik dunia. Merekalah arkitek kepada penubuhan Pertubuhan Bangsa-bangsa Bersatu (PBB), Dana Kewangan Antarabangsa (IMF) Bank Dunia dan Pertubuhan Perdagangan Dunia (WTO). Menerusi institusi antarabangsa itu, AS dan EU meluaskan pengaruh mereka menerusi bantuan keselamatan dan kewangan kepada negara yang sedang membangun, termasuk negara Islam. Konflik Israel-Palestin dan serangan regim Zionis ke atas Genting Gaza baru-baru ini mencerminkan kelemahan kerjasama geopolitik dalam kalangan negara Islam. Liga Arab (22 negara ahli) dan Pertubuhan Persidangan Islam (OIC, 57 negara ahli) tidak dapat mempengaruhi, apalagi menguasai konflik Israel-Palestin, sebaliknya bergantung kepada PBB untuk menyelesaikan konflik itu. Bagaimanapun, sebarang resolusi mengenai konflik Israel-Palestin yang ditentukan oleh PBB akan memihak kepada Israel dan disertai dengan sokongan padu daripada AS. Malah, pada satu ekstrim, AS berperanan sebagai polis dunia dan pendamai antarabangsa dalam sebarang konflik dunia jika ia menggugat kepentingannya. Bagaimanapun, krisis kewangan yang melibatkan berbilion *dollar* di AS dan *euro* di EU menunjukkan yang ekonomi negara Barat itu bukan tidak boleh digugat. Negara Islam perlu memanfaatkan kelemahan sistem pasaran bebas yang diamalkan oleh negara Barat

---

<sup>1</sup> Kertas kerja ini dibentang di Kongres Ekonomi Islam Ketiga di PWTC pada 13 Januari 2009, anjuran Yayasan Pembangunan Ekonomi Islam Malaysia, Kuala Lumpur.

<sup>2</sup> Tan Sri Dr. Nordin Kardi ialah Naib Canselor Universiti Utara Malaysia dan Abdul Rahim Anuar ialah Profesor Madya di Kolej Undang-Undang, Kerajaan dan Pengajian Antarabangsa, Universiti Utara Malaysia.

dengan mewujudkan wilayah perdagangan bebas sejagat dalam kalangan negara Islam (OIC-FTA). Misinya ialah menguasai hala tuju ekonomi politik dunia.

Kertas kerja ini dibahagikan kepada 4 bahagian. Bahagian 1 membincang kedudukan dan kekuatan ekonomi OIC dan negara Barat di peringkat dunia. Bahagian 2 menyentuh kedudukan Malaysia dan entiti perniagaannya dalam pelaburan dan perdagangan antarabangsa. Bahagian 3 menganalisa kepentingan pendekatan strategi lautan biru yang boleh dipraktikkan oleh entiti bisnes dalam negara Islam bagi mengukuhkan kekuatan ekonominya. Bahagian 4 ialah kesimpulan perbincangan dan gagasan untuk memperkasakan ekonomi ummah dalam negara Islam.

## **1. OIC-FTA**

Kekuatan negara Islam terletak pada kesatuan geopolitiknyanya. Untuk mencapai hasrat itu, ekonomi negara-negara Islam perlu diperkukuhkan terlebih dahulu. Pergantungan kepada blok Barat dari segi bantuan keselamatan dan kewangan memberi implikasi yang tidak sihat. Akibatnya, negara Islam tidak bebas daripada pengaruh dasar luar terutamanya dari AS dan EU yang mengatur ekonomi politik dunia. Ekonomi negara Islam dapat dikukuhkan dengan penubuhan OIC-FTA yang sistematik. Perjanjian Perdagangan Keutamaan (PTA) yang berkuat kuasa 1 Januari 2009 sesama negara ahli OIC akan menyediakan laluan pembangunan kepada kejayaan penubuhan blok perdagangan bebas itu. Menerusi aliran pelaburan dan perdagangan tanpa halangan dan sekatan antara 57 negara ahli, ekonomi blok OIC-FTA akan dikukuhkan. Selain itu, (lihat Jadual 1), bilangan penduduk Islam di dunia yang hampir 1.8 bilion orang (2006) sudah menyediakan pasaran kepada negara Islam. Penduduk Islam menyumbang kira-kira 28 peratus kepada jumlah penduduk dunia seramai 6.3 bilion orang (2006).

Jadual 1: Penduduk Islam Mengikut Benua (2006)

Benua	Penduduk Dunia (juta)	Penduduk Islam, juta	% penduduk Islam
Afrika	923.2	490.92	53.18
Asia	3970.5	1237.36	31.16
• <i>Malaysia</i>	<b>26.9</b>	<b>15.4</b>	<b>2.0</b>
Eropah	731.7	50.70	6.93
Amerika Utara	331.7	7.12	2.15
Amerika Selatan	566.05	3.07	0.54
Oceania	33.54	0.60	1.79
Jumlah Penduduk	6313.78	1789.77	28.35

<http://www.islamicpopulation.com/>

Malah, kerjasama ekonomi yang teratur sesama negara Islam sudahpun dilaksanakan menerusi penubuhan D-8 pada tahun 1996. Bagaimanapun, blok dagangan itu berskala kecil kerana hanya melibatkan lapan negara ahli OIC terpilih iaitu Bangladesh, Mesir, Indonesia, Iran, Malaysia, Nigeria, Pakistan dan Turki. Idea kerjasama antara negara Islam yang terpilih dari Asia Tenggara hingga Afrika itu adalah untuk meningkatkan kerjasama dalam bidang perdagangan, pelaburan, pembangunan luar bandar, pembangunan sumber manusia, sains dan teknologi, tenaga, pertanian dan kesihatan, bagi meningkatkan status ekonomi negara anggota. Kejayaan blok OIC-FTA pada skel yang lebih luas dan secara kolektif, pada jangka panjang, mampu mempengaruhi blok Perjanjian Bebas Amerika Utara (NAFTA) dan EU dalam menentukan hala tuju ekonomi politik dunia yang kini memihak kepada dunia Barat.

Bagaimanapun, situasi semasa ekonomi negara OIC adalah lemah. Sumbangan OIC kepada output (Keluaran Dalam Negara Kasar, KDNK) dunia adalah kecil. Berdasarkan data 2006 (lihat Jadual 2), OIC menyumbang 8 peratus dalam output dunia, berbanding EU (27 negara ahli) sebanyak 30 peratus, dan AS menyumbang 23 peratus. Tidak ada negara Islam individu yang menduduki tangga 10 teratas dari segi sumbangan kepada KDNK dalam *ranking* dunia. Inilah gambaran jurang kekuatan ekonomi antara Barat dan Islam.

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

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

Sumber: IMF

Jadual 2 itu juga memaparkan AS, Eropah dan Asia Timur (China dan Jepun) adalah pelaku ekonomi dunia yang utama. Negara OIC tertinggal di belakang. Dalam suasana krisis kewangan di AS dan EU, dan Jepun, negara OIC perlu mengambil gagasan baru yang lebih agresif dengan menjadi antara pelaku utama dalam ekonomi politik dunia dan bersaing dengan AS dan EU. Ini boleh dilakukan dan telah dilakukan oleh negara Islam yang menjadi pelaku utama dalam geopolitik dunia sebelum kejatuhan Empayar Turki Uthmaniyyah. Dalam konteks OIC, negara Turki, Arab Saudi, Indonesia, Iran, Emirata Arab Bersatu, Nigeria, Malaysia, Mesir, Pakistan, dan Algeria merupakan 10 negara teratas dari segi sumbangannya ke output dunia. Negara Turki berada di tangga pertama dalam OIC tetapi di tangga ke-17 dalam *ranking* dunia. Ini ditunjukkan oleh Jadual 3. Bagi Malaysia pula, ia ditangga ke-6 dalam *ranking* OIC dan ke-41 dalam *ranking* dunia.

Jadual 3: KDNK nominal di peringkat benua/negara (2006) dan pergantungan eksport ke AS (2007)

Ranking		Negara/Benua	KDNK nominal (juta USD)	Sumbangan		Pergantungan eksport kepada AS (2007, %)
				Dunia	OIC	
Dunia			64,167,960	---	---	---
OIC	Dunia	OIC -57	5,125,489	8.0%	---	---
<b>1</b>	<b>17</b>	<b>Turki</b>	<b>789,072</b>	<b>1.2%</b>	<b>15%</b>	<b>Tumpuan EU</b>
2	19	Arab Saudi (OPEC)	568,853	0.9%	11%	17%
3	20	Indonesia (OPEC)	552,328	0.9%	11%	10%
<b>4</b>	<b>26</b>	<b>Iran (OPEC)</b>	<b>442,635</b>	<b>0.7%</b>	<b>9%</b>	<b>Tumpuan Asia</b>
5	34	Emirate Arab Bersatu (OPEC)	293,526	0.5%	6%	Tumpuan Asia
6	40	Nigeria (OPEC)	256,482	0.4%	5%	52%
<b>7</b>	<b>41</b>	<b>Malaysia</b>	<b>231,105</b>	<b>0.4%</b>	<b>5%</b>	<b>16%</b>
8	45	Mesir	203,009	0.3%	4%	10%
9	48	Pakistan	171,538	0.3%	3%	18%
10	50	Algeria (OPEC)	171,070	0.3%	3%	29%

Nota:

OPEC - Pertubuhan Negara-negara Pengeksport Petroleum

Sumber: IMF dan CIA

Meningkatkan perdagangan dan pelaburan sesama negara Islam adalah merupakan satu amanah bagi membantu negara Islam lain yang mundur. Kerjasama perniagaan, perdagangan dan pelaburan antara negara Islam dalam industri primer, sekunder dan perkhidmatan akan memperkasakan ekonomi ummah Islam. Dalam pada itu, ia memantapkan jaringan tempatan dan penerokaan berkesan dalam pasaran global. Pada masa yang sama ia dapat mengurangkan pergantungan ekonomi kepada Barat, khususnya negara AS dan EU. Jadual 3 juga menunjukkan pergantungan eksport negara Islam terpilih ke aras pasaran eksport. Apa yang menarik ialah, negara Iran memberi

tumpuan kepada pasaran Asia dan Eropah dan masih mampu membangunkan ekonominya walaupun dengan sekatan dan halangan perdagangan daripada AS.

#### Kekuatan Rezab Kewangan Negara Islam

Krisis kewangan yang melibatkan berbilion *dollar* di AS dan *euro* di EU menunjukkan yang sistem ekonomi negara Barat itu sebenarnya adalah rapuh. Khususnya bagi AS dan juga beberapa negara Eropah, kedudukan rezab mereka yang terdiri daripada wang tukaran asing dan emas boleh disaingi oleh negara Islam. Rezab tukaran asing dan emas adalah antara beberapa petunjuk kekuatan ekonomi sesebuah negara. Jadual 4 menunjukkan kedudukan rezab tukaran asing dan emas dalam kalangan 25 negara teratas dalam dunia.

Jadual 4: Kedudukan rezab tukaran asing dan emas dalam kalangan negara 25 teratas, 2007

Rank	Negara	Blok Dagangan	Rezab tukaran asing dan emas (AS bilion)
1	China	---	1,534
2	Jepun	---	954
3	Russia	---	476
4	India	---	275
5	Taiwan	---	275
6	Korea Selatan	---	262
7	Brazil	---	180
8	Singapura	---	163
9	Hong Kong	---	153
10	Germany	EU	136
11	France	EU	116
<b>12</b>	<b>Algeria</b>	<b>OIC/OPEC</b>	<b>111</b>
<b>13</b>	<b>Malaysia</b>	<b>OIC</b>	<b>101</b>
14	Italy	EU	94
15	Thailand	---	87

Rank	Negara	Blok Dagangan	Rezab tukaran asing dan emas (AS bilion)
16	Mexico	NAFTA	87
<b>17</b>	<b>Libya</b>	<b>OIC/OPEC</b>	<b>80</b>
<b>18</b>	<b>Emirat Arab Bersatu</b>	<b>OIC/OPEC</b>	<b>77</b>
<b>19</b>	<b>Turki</b>	<b>OIC</b>	<b>77</b>
20	Switzerland	---	75
<b>21</b>	<b>Amerika syarikat</b>	<b>NAFTA</b>	<b>71</b>
22	Iran	OIC/OPEC	69
23	Poland	EU	66
24	Norway	---	61
25	United Kingdom	EU	57

Sumber: IMF dan CIA

China mempunyai rezab tukaran asing dan emas yang tertinggi, iaitu AS1.5 trilion dan diikuti Jepun (AS954 bilion), dan Rusia (AS476 bilion). Ironinya, AS yang merasakan ia mempunyai kekuatan ekonomi dalam bentuk sumbangannya kepada output dunia, berada di tangga ke-21 (AS71 bilion) berbanding negara Islam seperti Algeria (ke-12 dengan AS111 bilion), Malaysia (ke-13 dengan AS101 bilion) dan Libya (ke-17 dengan AS80 bilion). Ini bererti, jika rezab tukaran asing dan emas digabungkan di bawah payung OIC-FTA, negara Islam secara kolektifnya mempunyai kekuatan ekonomi dan mampu bersaing dengan AS atau negara Barat lain.

Di peringkat kerajaan dengan kerajaan, apa yang perlu dipadukan ialah *political will* dan menyelesaikan konflik *Sunni-Syiah* dalam kalangan pemimpin Islam dalam OIC untuk menjayakan blok OIC-FTA yang bersepadu. Ini kerana kekuatan ekonomi akan dituruti dengan kekuatan politik. Malah ada yang berpandangan kekuatan ekonomi akan mengatasi kekuatan politik. Pada masa yang sama, di peringkat perniagaan antarabangsa, entiti bisnes atau syarikat-syarikat dalam negara Islam perlu mencipta pasaran baru menerusi persepakatan daripada persaingan sesama sendiri. Ini kerana persaingan membawa kepada *zero sum game*, iaitu merugikan pihak yang lain.

## 2. PETRONAS dan MALAYSIA

Dalam perniagaan antarabangsa, tidak banyak syarikat transnasional (TNCs) dalam kalangan negara Islam. Berdasarkan *World Investment Report 2008*, senarai TNCs yang 10 teratas dari segi pegangan aset asing ialah TNCs daripada AS, United Kingdom, Jepun, Netherlands, dan France. Kekayaan yang ada pada TNCs itu boleh menjadikan ia sebagai entiti negara. Mereka mempunyai kuasa melobi ke atas kerajaan dan pada tahap ekstrim boleh menentu dan menjatuhkan kerajaan. Jadual 5 menunjukkan TNCs mengikut negara asalnya dan industri yang terlibat.

Jadual 5: Senarai TNCs 10 teratas dari segi aset asing, 2006

Ranking	TNCs	Negara Asal	Industri
1	General Electric	AS	Peralatan elektrik dan elektronik
2	British Petroleum Co. Plc	United Kingdom	Petroleum
3	Toyota Motor Corporation	Jepun	Automotif
4	Royal Dutch/Shell Group	United Kingdom/Netherlands	Petroleum
5	Exxonmobil Corporation	AS	Petroleum
6	Ford Motor Company	AS	Automatif
7	Vodafone Group Plc	United Kingdom	Telekomunikasi
8	Total	France	Petroleum
9	Electricite De France	France	Eletrik, gas, dan air
10	Wal-Mart Stores	AS	Peruncitan
<b>51</b>	<b><i>Petronas</i></b>	<b><i>Malaysia</i></b>	<b><i>Petroleum</i></b>

Sumber: World Investment Report 2008

Dalam kalangan negara Islam, hanya Petronas (Malaysia) termasuk dalam ranking 100 TNCs terbesar di dunia, iaitu di tangga ke-55. Ironisnya, walaupun terdapat syarikat minyak yang terbesar di dunia (dari segi rezab petroleum) dalam kalangan negara Islam, seperti *Saudi Arabian Company* (Arab Saudi), *National Iranian Oil Company* (Iran) dan *Qatar General Petroleum Corporation* (Qatar), mereka ini tidak disenaraikan dalam 100 TNCs terbesar (dari segi pegangan aset asing) di dunia. Ini kerana mereka bukanlah syarikat transnational yang melakukan pelaburan rentas negara.

Kelayakan Petronas sebagai TNCs bertaraf dunia ialah kerana pelaburannya dalam industri *upstream* dan *downstream* petroleum di 32 negara. Daripada 32 negara itu, Petronas melabur dalam 15 buah negara ahli OIC iaitu Algeria, Benin, Cameroon, Chad, Mesir, Indonesia, Iran, Mauritania, Morocco, Mozambique, Nigeria, Pakistan, Sudan, Turkmenistan, dan Uzbekistan. Pelaburan Petronas dalam negara OIC itu secara langsung memperkasa ekonomi ummah melalui pemantapan jaringan tempatan dan penerokaan berkesan dalam pasaran global.

Oleh itu, kejayaan Petronas dan Malaysia mempunyai implikasi dasar ke atas entiti bisnes atau syarikat-syarikat dalam negara ahli OIC. Kekuatan ekonomi dan kekayaan sesebuah negara bermula dengan kekuatan entiti bisnesnya yang dapat menjana pendapatan menerusi perdagangan dan pelaburan antarabangsa. Kejayaan entiti bisnes itu pula bergantung kepada strategi korporatnya untuk berdaya saing dalam persekitaran global yang penuh saingan untuk menguasai pasaran. Petronas menggunakan strategi lautan biru untuk berjaya dalam perniagaan antarabangsanya. Ia sentiasa mencari pasaran baru bagi mengelak persaingan dalam pasarannya.

### 3. STRATEGI LAUTAN BIRU

Strategi lautan biru diperkenalkan oleh Kim dan Mauborgne (2005)<sup>3</sup> dan menumpu kepada strategi pengurusan korporat. Intipatinya ialah persaingan bukanlah ciri penting untuk menguasai pasaran. Persaingan menjadi tidak relevan apabila syarikat mencipta pasaran baru yang belum diterokai. Sebaliknya, pasaran yang sedia ada dikategorikan sebagai lautan merah. Merah merujuk kepada persaingan. Syarikat bersaing sesama mereka untuk menguasai pasaran. Syarikat yang kuat akan bertahan, manakala syarikat yang kecil dan lemah akan terkeluar daripada pasaran. Satu situasi yang merugikan pihak lain. Ini tidak sihat dalam amalan perniagaan Islam.

#### Contoh AirAsia<sup>4</sup>

Sekadar contoh selain Petronas, AirAsia juga mengaplikasi strategi lautan biru dalam pengurusan korporat dan perniagaannya. Ia mencari pasaran baru. Entiti bisnesnya menumpu kepada pasaran penerbangan tambang rendah di Asia yang selama ini tidak diterokai. AirAsia telah berkembang dengan pantas sejak 2001 dan menjadi penerbangan tambang rendah terbesar di Asia. Memiliki 72 pesawat, AirAsia terbang merentasi 61 destinasi domestik dan antarabangsa dengan 108 perjalanan dan mengendalikan 400 penerbangan sehari dari hab yang terletak di Malaysia, Thailand dan Indonesia.

Sehingga kini, AirAsia telah menerbangkan lebih 55 juta penumpang menyeberangi rantau dan seterusnya melebarkan sayapnya untuk mencipta jaringan yang lebih luas melalui syarikat bersekutu seperti Thai AirAsia dan Indonesia AirAsia. AirAsia percaya kepada tidak berlebihan, bebas-kepayahan, konsep perniagaan tambang rendah dan merasakan dengan mengekalkan kos yang rendah secara efisien akan meningkatkan permintaan di setiap bahagian perniagaan seterusnya akan menjimatkan dan penumpang berkemampuan menjadikan perjalanan udara satu realiti.

---

<sup>3</sup> Kim W. C. dan Renée Mauborgne. (2005). *Blue ocean strategy: how to create uncontested market space and make the competition irrelevant*. Boston: Harvard Business Press.

<sup>4</sup> [www.airasia.com](http://www.airasia.com)

Berdasarkan falsafah Air Asia iaitu 'Kini Sesiapapun Boleh Terbang', AirAsia telah mencetuskan satu revolusi dalam perjalanan udara dengan lebih ramai orang di rantau ini memilih AirAsia sebagai pilihan pengangkutan utama. AirAsia berusaha untuk mempromosikan perjalanan udara, dan juga sentiasa mencipta sesuatu yang baru dan mengujakan untuk penumpang dengan perkhidmatan dan layanan secara peribadi.

Oleh itu, kekuatan ekonomi blok OIC-FTA perlu dimulakan dengan entiti bisnesnya mencari, meneroka dan mencipta pasaran baru. Penggabungan dan kerjasama antara entiti bisnes dalam kalangan negara OIC adalah penting. Sekadar contoh, sejajar dengan resolusi OIC, *Foras Investment Company* (FIC) telah ditubuhkan pada 2007 untuk membangunkan industri berteknologi tinggi seperti automatif, kapal terbang dan satelit menjelang tahun 2012. FIC adalah anak syarikat kepada Dewan Perniagaan dan Industri Islam (ICCI) yang beribu pejabat di Karachi, Pakistan. ICCI iaitu sebuah institusi gabungan di bawah naungan OIC telah merancang mewujudkan 200 syarikat membuat kereta, kapal terbang dan satelit dalam masa lima tahun.

Bagi memastikan langkah ini dapat dilaksanakan dengan jayanya, FIC telah menubuhkan lima syarikat subsidiari utama di Karachi, Kuala Lumpur, Istanbul, Kaherah dan Dakar. FIC turut bertanggungjawab mempromosikan kerjasama negara OIC dalam bidang pelancongan, pembangunan infrastruktur dan mewujudkan kawasan perdagangan bebas. Penubuhan FIC dengan modal berbayar sebanyak USD\$100 juta adalah selaras dengan **gesaan Malaysia** supaya diadakan kerjasama di kalangan negara OIC bagi mempercepatkan pembangunan ekonomi negara Islam dan ummahnya.

#### **4. KESIMPULAN DAN GAGASAN**

Kertas kerja ini mempunyai gagasan bagi memperkasa ekonomi ummah Islam melalui pemantapan jaringan tempatan dan penerokaan berkesan dalam pasaran global bagi persiapan mendepani cabaran baru ekonomi dunia yang dibahagikan kepada Barat dan Islam sebagaimana sebelumnya jatuh blok komunis, berlaku konflik Barat dan Komunis (USSR).

Gagasan pertama ialah di peringkat kerajaan, untuk menjayakan misi blok OIC-FTA sebagai pengatur utama hala tuju ekonomi politik dunia, ia perlu diketuai oleh Turki kerana kekuatan ekonominya dan hubungan diplomasinya yang rapat dengan blok EU dan AS. Pada masa yang sama, pemimpin Islam menyelesaikan konflik *Sunni-Syiah* terlebih dahulu supaya wujud pandangan kolektif OIC yang kuat tentang konflik Barat-Islam pada masa depan.

Gagasan kedua ialah di peringkat entiti bisnes. Syarikat-syarikat dalam blok OIC-FTA perlu menerokai pasaran baru untuk menguasai industri dunia seperti yang sedang dilakukan oleh TNCs Petronas di peringkat global atau syarikat AirAsia di peringkat serantau. Apabila wujud kekuatan ekonomi entiti bisnes yang mencapai status sebuah 'negara', ia boleh menguasai TNCs dari blok Barat. Negara Barat pula akan bergantung kepada pasaran OIC-FTA yang mempunyai penduduk hampir 1.8 bilion orang.

Walaupun negara Islam menguasai bekalan minyak dunia dan negara AS dan EU pula sangat bergantung kepadanya, OPEC masih tidak dapat mengatur hala tuju ekonomi politik dunia. Situasi ini boleh diubah dengan resolusi gagasan pertama dan kedua itu menerusi blok OIC-FTA.