

YURAN DAN BANTUAN SEBAGAI ELEMEN ASAS DALAM PERNIAGAAN FRANCAIS DI MALAYSIA

FEES AND ASSISTANCE AS BASIC ELEMENT IN FRANCHISE BUSINESS IN MALAYSIA

Nurli Yaacob¹
Nasri Naiimi²
Munirah Kasim³

¹ Pusat Pengajian Undang-undang, Kolej Undang-undang, Kerajaan dan Pengajian Antarabangsa, Universiti Utara Malaysia. Email: nurli@uum.edu.my

² Pusat Pengajian Perniagaan Islam, Kolej Perniagaan, Universiti Utara Malaysia. Email: n.nasri@uum.edu.my

³ Calon PhD, Pusat Pengajian Perniagaan Islam, Kolej Perniagaan, Universiti Utara Malaysia. Email: munirahkasim@gmail.com

Accepted date: 16-12-2018

Published date: 31-12-2018

To cite this document: Yaacob, N., Naiimi, N., & Kasim, M. (2018). Yuran Dan Bantuan Sebagai Elemen Asas Dalam Perniagaan Francais Di Malaysia. *International Journal of Law, Government and Communication*, 3 (13), 54-70.

Abstrak: Perkembangan perniagaan francais di Malaysia disokong oleh kerangka perundangan dan kerangka institusi yang wujud. Melalui peruntukan Akta Francais 1998, elemen asas dalam perniagaan francais dibentuk. Antaranya ialah pembayaran yuran dan bantuan yang diberikan oleh franchisor kepada franchisee. Kedua-dua elemen ini kadang kala tidak dipatuhi oleh kedua-dua pihak. Oleh sebab itu, artikel ini bertujuan untuk membincangkan elemen asas berkaitan yuran dan bantuan dalam perniagaan francais beserta pandangan Islam secara ringkas mengenainya. Kaedah yang digunakan dalam kajian ini ialah kajian perundangan yang disokong oleh temubual ke atas franchisor. Dapatan kajian menunjukkan terdapat peruntukan yang jelas wujud di dalam Akta Francais 1998 tentang yuran dan bantuan. Dapatan daripada temubual ke atas franchisor juga menunjukkan kesemua mereka patuh kepada peruntukan undang-undang berkenaan perkara ini.

Kata Kunci: Bantuan, Elemen Asas, Francais, Malaysia, Yuran

Abstract: The development of the franchise business in Malaysia is supported by the existing legal framework and institutional framework. Through the provisions of the Franchise Act 1998, the basic elements of the franchise business are formed. Among them are payment of fees and assistance given by the franchisor to the franchisee. Both elements are sometimes not complied with by both parties. Therefore, this article aims to discuss the basic elements of fees and assistance in the franchise business with its Islamic perspectives in brief. The method used in this study is a legal study supported by interviews with the franchisor. The findings

show that there is a clear provision in the Franchise Act 1998 on fees and assistance. The findings from the interviews on the franchisor also show that all of them are in compliance with the provisions of the law on this matter.

Keywords: Assistance, Basic Element, Franchise, Malaysia, Fee

Pendahuluan

Perniagaan francais terus berkembang secara sihat di Malaysia dengan 27 bilion Keluaran Dalam Negara Kasar (GDP) pada tahun 2017 (Export Gov, 2018). Menurut Utusan Malaysia (April 25, 2017), industri francais disasarkan menyumbang RM35 bilion atau 4.4 peratus kepada GDP pada tahun 2020. Jumlah perniagaan francais yang didaftarkan dengan Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan sehingga Mac 2017 ialah 834. Ia merangkumi makanan dan minuman; pakaian dan aksesori; perkhidmatan dan penyelenggaraan; pusat pembelajaran dan asuhan kanak-kanak; kecantikan dan kesihatan; kedai serbaneka dan pasaraya; telekomunikasi dan elektronik; dan lain-lain (Mohamed@Arifin, 2017) seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 1.

Jadual 1: Statistik Pendaftaran Francais Sehingga Mac 2017

Bil	Sektor	Bumiputra	Bukan Bumiputra	Asing	Jumlah Daftar	Batal Francais	Jumlah Daftar Semasa
1.	Makanan & Minuman	80	248	6	334	(7)	327
2.	Pakaian & Aksesori	18	70	1	89	(2)	87
3.	Perkhidmatan & Penyelenggaraan	34	59	1	94	(1)	93
4.	Pusat Pembelajaran & Asuhan Kanak - Kanak	27	68	0	95	(1)	94
5.	Rawatan Kecantikan & Kesihatan	30	53	0	83	0	83
6.	Kedai Serbaneka & Pasaraya	7	12	1	20	0	20
7.	ICT & Elektronik	3	26	0	29	0	29
8.	Lain-Lain Perniagaan	26	79	0	105	(4)	101
	JUMLAH	225	615	9	849	(15)	834

Jadual 1 di atas menunjukkan sektor makanan dan minuman mendominasi perniagaan francais di Malaysia iaitu dengan jumlah 327. Sektor perniagaan makanan dan minuman ini majoritinya dimiliki oleh bukan bumiputra. Francaisor yang terlibat dengan sektor kedai serbaneka dan pasaraya adalah paling sedikit dengan jumlah 20.

Bagi memastikan perkembangan perniagaan ini, kerangka undang-undang dan institusi bagi perniagaan francais di Malaysia haruslah mantap. Undang-undang francais di Malaysia yang ditadbir melalui Akta Francais 1998 merupakan undang-undang yang spesifik. Akta ini terpakai bagi penjualan francais di seluruh Malaysia. Semua francaisor yang menjual francais mereka di Malaysia dikehendaki mendaftar dengan Pendaftar Francais. Akta Francais 1998 telah dipinda buat pertama kalinya pada bulan Jun 2012 dan telah beroperasi sejak 1 Januari 2013. Undang-undang ini berfungsi untuk mengukuhkan pentadbiran terutamanya dari segi pendaftaran dan penguatkuasaan undang-undang francais. Pindaan pula dibuat bagi memastikan akta ini sentiasa konsisten dan relevan dalam perkembangan terkini perniagaan francais.

Di samping itu, Akta Kontrak 1950 mengawal selia semua bentuk kontrak termasuklah kontrak francais. Dalam maksud lain, undang-undang kontrak mengawal selia kontrak francais secara umum. Sebagai contoh, akta ini memperuntukkan elemen asas pembentukan kontrak manakala undang-undang francais memfokuskan kepada elemen spesifik berkaitan francais. Undang-undang francais juga berkait dengan undang-undang lain khususnya undang-undang harta intelek.

Di samping kerangka perundangan, kerangka institusi juga amat penting dalam membantu perkembangan francais. Terdapat tiga institusi utama iaitu Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan (KPDNKK), Malaysian Franchise Association (MFA) dan Perbadanan Nasional Berhad (PNS). KPDNKK berperanan untuk menguruskan hal berkaitan dengan pendaftaran francais, pembangunan francais dan pematuhan undang-undang berkaitan francais. MFA yang telah ditubuhkan pada tahun 1994 bertujuan menyokong pelaksanaan program kerajaan bagi mempromosikan keusahawanan melalui francais. Ia juga menjadi pusat maklumat kepada francaisor, francais dan juga orang awam. PNS yang merupakan agensi yang ditubuhkan di bawah Perbadanan Kementerian Kewangan berperanan untuk menambah jumlah usahawan dalam perniagaan francais melalui servis dan produk berkualiti oleh tenaga pakarnya. PNS juga menyediakan pelbagai skim pembiayaan untuk francaisor dan francais. Pada tahun 2018, PNS memperuntukkan antara RM30 juta hingga RM35 juta untuk membiayai usahawan yang berminat menjalankan perniagaan francais Utusan Malaysia (27 Januari, 2018). Syarikat atau entiti perniagaan yang menjalankan perniagaan francais perlu dikategorikan kepada status maju, sederhana dan baru agar bantuan mudah diberikan (Utusan Malaysia, 25 April 2017).

Walaupun Malaysia mempunyai undang-undang dan institusi yang dikaitkan dengan francais, namun terdapat juga masalah yang dikaitkan dengan elemen asas francais seperti yuran dan bantuan. Terdapat francaisor yang meletakkan yuran francais yang terlalu tinggi yang menyebabkan francais di sukarkan mendapat keuntungan. Perkara ini adalah tidak baik kerana ia akan menyukarkan proses pemasaran francais baru (MSA Worldwide, 2018). Francais juga akan menghadapi masalah untuk terus membayar yuran francais yang tinggi jika sistem yang disediakan tidak baik. Terdapat juga francais yang tidak membayar royalti atau yuran lain kepada francaisor. Dengan membayar yuran tertentu kepada francaisor, francais turut mengharapkan bantuan dan sokongan daripada francaisor. Quinn (1999) dan Hanson (2014) menyatakan terdapat banyak pertelingkahan akibat ketidakpuasan hati oleh francais berkaitan dengan bantuan. Oleh itu, objektif artikel ini ialah untuk membincangkan hal berkaitan dengan yuran atau fi dan juga sokongan atau bantuan dalam perniagaan francais beserta sedikit pandangan Islam mengenainya.

Sorotan Karya

Francais adalah kaedah pemasaran yang efektif jika dijalankan dengan baik, namun disebabkan kekurangan undang-undang dan kes, kadangkala sistem francais disalahgunakan. Francaisor dan francaisi perlu menjaga hubungan dua hala dengan baik. Di Albania, *The Albanian Civil Code*, memperuntukkan bahawa hubungan di antara francaisor dan francaisi tidak terhad kepada hubungan yang biasa seperti dalam lain-lain bentuk perniagaan (Ikonomi, 2014). Ini kerana kedua-dua pihak iaitu francaisor dan francaisi mempunyai tanggungjawab yang besar dalam membina hubungan yang berpanjangan (Mohamad Yusop, 2013). Ikonomi (2014) menjelaskan bahawa kedua-dua pihak berkewajipan untuk saling membantu dalam mempromosikan dan membangunkan produk francais.

Menurut Khairol dan Muhamad (2010), francaisor dan francaisi saling memerlukan di antara satu sama lain dalam mencapai matlamat perniagaan. Nathan (2000) turut menyimpulkan bahawa hubungan di antara francaisor dan francaisi sangat berkait rapat dengan kejayaan sesebuah perniagaan francais. Walau bagaimanapun, Jones (2015) berpendapat bahawa francaisor dan francaisi masing-masing berperanan untuk mengukuhkan hubungan francais. Menurut Jones (2015) lagi, francaisor dan francaisi masing-masing mempunyai peranan yang tersendiri, malah mereka turut berkongsi beberapa peranan. Di antara peranan francaisor adalah sentiasa memberikan tunjuk ajar kepada francaisi, menolong francaisi dan menurunkan kepakaran yang berkaitan kepada francaisi. Manakala peranan francaisi pula adalah sentiasa terbuka dalam menerima nasihat, menunjukkan kesungguhan untuk belajar dan patuh kepada ketetapan francaisor. Dua peranan yang dikongsi bersama adalah sentiasa berkomunikasi dengan baik dan menonjolkan sifat kepimpinan yang baik.

Giddings et al. (2009) dalam kajiannya pula menekankan bahawa, francaisor dan francaisi berperanan untuk memastikan mereka saling menerima sesuatu maklumat dengan lengkap. Giddings et al. (2009) menambah, prinsip keadilan dan kesaksamaan juga perlu diterapkan dalam mewujudkan hubungan francais yang baik. Amalan perkongsian dan pertukaran maklumat melalui sistem teknologi maklumat dipercayai mampu mengukuhkan lagi hubungan di antara francaisor dan francaisi (Ekelund, 2014). Amalan perkongsian dan pertukaran maklumat ini juga secara tidak langsung membantu francaisor dan francaisi untuk menjadi lebih peka dengan isu-isu terbaru dan seterusnya dapat meningkatkan produktiviti dan prestasi dalam perniagaan (Titus, 2017; Ekelund, 2014 dan Chiou & Droge, 2015).

Seterusnya, elemen komitmen dan kepercayaan turut dikenal pasti sebagai asas kepada kekuatan hubungan di antara francaisor dan francaisi (Berry & Parasuraman, 1991; Morgant & Hunt, 1994; Colquitt et al., 2002; Harmon & Griffiths, 2008 dan Khairol & Muhamad, 2010). Menurut Croonen & Brand (2011) dan Jones (2015), kepercayaan sangat penting dalam memastikan sesebuah perniagaan itu dapat berkembang dengan baik. Komitmen dalam konteks francais diterjemahkan sebagai keupayaan francaisi untuk mematuhi terma dan syarat yang telah termaktub di dalam kontrak francais dan lain-lain perjanjian yang berkaitan (Williamson, 1993). Definisi ini seiring dengan apa yang diperkatakan oleh Khairol & Muhamad (2010) di mana pematuhan sepenuhnya terhadap kontrak dan perjanjian francais mampu melihatkan komitmen francaisi terhadap perniagaan yang diuruskannya.

Menurut Hunt dan Nevin (1974) dan Tuunanen (1999) sokongan yang berterusan dari pihak francaisor juga mampu mempengaruhi tahap kepuasan francaisi. Namun, Frazer et al. (2012)

berpendapat bahawa sokongan yang berterusan oleh franchisor tidak sekadar mempengaruhi tahap kepuasan francais, malah ianya penting dalam memupuk semangat kerjasama dan rangkaian perniagaan yang selesa. Dalam kajian yang sama, Frazer et al. (2012) menegaskan bahawa, keberkesanan komunikasi dan kepercayaan turut mempengaruhi kepuasan francais. Frazer et al. (2012) seterusnya mengenal pasti dua elemen penting dalam membina kepercayaan dalam hubungan francais, iaitu tahap keterbukaan franchisor dan tahap sokongan yang diberikan franchisor.

Kebanyakan francais memasuki perjanjian francais dengan satu pengharapan yang tinggi berkenaan dengan pendapatan, sokongan franchisor, dan bantuan promosi dan pemasaran (Abdullah, Alwi, Lee, & Ho, 2008). Sebelum francais berlangsung, francais haruslah membayar pelbagai yuran termasuklah yuran asas, yuran yang sekali bayar dan yuran yang berterusan (MSA Worldwide, 2018). Walau bagaimanapun, francais tidak boleh diandaikan untuk terus membayar harga yuran yang tinggi tanpa pulangan nilai terutamanya jika mereka tidak mendapat pulangan pelaburan yang memuaskan. Menurut Adams, Hickey & Jones (2006), yuran yang tidak dijangkakan dan tinggi adalah perlu dielakkan bagi mengelak pertelingkahan. Franchisor juga tidak boleh mengenakan yuran yang tinggi kecuali konsep atau sistem yang dibekalkan adalah baik dengan bantuan serta sokongan franchisor. Franchisor perlu memastikan sokongan atau bantuan yang baik atas nilai yuran yang dibayar.

Sokongan atau bantuan merupakan isu penting dalam sesebuah perniagaan francais. Ini adalah kerana francais yang baik mempunyai sistem sokongan yang berjaya (Hanson, 2014). Antara sebab francais memilih franchisor ialah bila franchisor memberi bantuan sebagaimana yang diharapkan francais (Hanson, 2014). Franchisor mestilah menyediakan tahap sokongan asas dalam sesebuah perniagaan francais dan bantuan semasa proses pembukaan outlet francais adalah merupakan sokongan utama (Quinn, 1999). Doherty (2007) bersetuju berkenaan dengan sokongan intensif langkah demi langkah perlu diberikan sewaktu pembukaan outlet francais demi memastikan keseragaman jenama. Menurut Quinn (1999), terdapat banyak pertelingkahan disebabkan francais tidak berpuashati dengan tahap sokongan yang diberikan oleh franchisor. Oleh itu Hanson (2014) mendapati aduan paling banyak direkodkan ialah tentang franchisor yang tidak memberi sokongan. Latihan merupakan salah satu sokongan atau bentuk bantuan yang biasa diberikan oleh franchisor (Doherty, 2007). Contohnya, di Korea, latihan bagi francais yang menjalankan perniagaan aiskrim ialah antara satu hingga dua minggu (Korea Franchising Association, 2006).

Di Malaysia, karya undang-undang yang berkaitan dengan francais amatlah sedikit. Tidak terdapat satu karyapun di Malaysia yang menyentuh tentang yuran dan bantuan yang dikaitkan dengan pandangan daripada pihak franchisor.

Kaedah Penyelidikan

Kajian ini menggunakan pendekatan kajian undang-undang yang disokong oleh temubual. Dua jenis data digunakan bagi mencapai objektif kajian ini iaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui dokumen perundangan iaitu akta dan juga melalui temubual. Manakala, data sekunder diperolehi melalui buku dan jurnal daripada Perpustakaan Sultanah Bahiyah, Universiti Utara Malaysia. Temubual telah dijalankan ke atas enam franchisor yang terlibat dalam perniagaan makanan, pusat dialisis, pendidikan, pajak gadai Islam dan optometrik. Protokol temubual telah dibangunkan dengan mengenalpasti elemen-elemen asas dalam perniagaan francais di Malaysia di bawah Akta Francois 1998. Data

daripada dokumen undang-undang di analisis menggunakan kaedah undang-undang iaitu kaedah analitikal dan kritikal. Manakala, data daripada temubual dianalisis menggunakan kaedah tematik.

Dapatan

Dapatan daripada kajian ini boleh dibahagikan kepada dua iaitu daripada analisis ke atas dokumen dan juga analisis ke atas temubual seperti yang dibincangkan di bawah.

Yuran

Dalam sistem francais, yuran atau fi yang dikenali sebagai yuran francais atau lain-lain yuran akan dikenakan sebagai balasan kepada hak untuk menggunakan sistem perniagaan francaisor beserta hak harta inteleknya. Menurut seksyen 30 (2) seseorang francais hendaklah membayar yuran francais, royalti, fi promosi atau apa-apa bayaran lain sebagaimana yang diperuntukkan di bawah perjanjian francais. Oleh sebab itu, menurut Mendelsohn & Bynoe (2006), francais mestilah mampu menjana pendapatan yang mencukupi agar dapat mencapai keuntungan yang diharapkan oleh francaisor. Melalui perniagaan francais, francaisor memperoleh pendapatan pada dua tahap iaitu sewaktu kontrak ditandatangani dan sewaktu pelaksanaan kontrak (Mendelsohn & Bynoe, 1996). Ini bermakna, fi atau yuran juga perlu dibayar di peringkat kontrak ditandatangani dan di peringkat kontrak berlangsung. Menurut Adams, Hickey & Jones (2006), bayaran yang perlu dibayar sewaktu kontrak ditandatangani akan diberitahu kepada francais contohnya francais perlu membayar yuran francais atau deposit.

Biasanya, yuran utama yang harus dibayar pada peringkat permulaan ialah yuran francais. Menurut The Florida Bar (1996) francaisor biasanya mengenakan yuran asas francais. Ia mungkin ditetapkan agak rendah di mana francaisor memfokuskan untuk mendapat keuntungan daripada operasi yang berterusan. Yuran yang berterusan ini penting kerana ia menjadi sumber pendapatan jangka panjang francaisor (Mendelsohn & Bynoe, 1996). Francaisor yang menawarkan latihan akan meletakkan yuran francais yang agak tinggi atau mengenakan yuran itu secara berasingan (Florida Bar, 1996). Yuran lain yang biasanya dikenakan berasingan ialah yuran latihan, yuran perundingan untuk pembinaan dan pembangunan outlet, yuran pemilihan tapak, yuran arkitek atau rekabentuk, dan yuran untuk lesen perisian asas.

Menurut Florida Bar (1996), royalti dikenakan berdasarkan pendapatan kasar dan biasanya ditetapkan dengan peratusan tertentu. Sebahagian francaisor meletakkan kadar royalti minima tanpa mengambilkira pendapatan atau jualan. Ini biasanya melibatkan francais dengan teritori yang berpotensi untuk mendapat keuntungan. Sebahagian francaisor mengenakan yuran periklanan dan pemasaran dengan pelbagai cara. Bagi tujuan periklanan, francaisor biasanya akan mengawal dengan membuat kutipan yuran dengan peratus tertentu daripada francais (Mendelsohn & Bynoe, 1995).

Penetapan jenis yuran hendaklah dinyatakan sejak dari awal lagi dan ianya mesti dimasukkan dalam dokumen penzahiran dan perjanjian francais. Francaisi tidak seharusnya dikejutkan dengan yuran baharu. Menurut Adams, Hickey & Jones (2006), yuran yang tidak dijangkakan oleh francais harus dielakkan kerana ia boleh menyebabkan pertelingkahan sejak awal hubungan dan ianya tidak elok bagi perniagaan francais. Amaun atau jumlah bayaran bagi fi atau yuran tersebut seterusnya menjadi persoalan. Menurut Keup (2004), kebanyakan francaisor gagal apabila mereka mengharapkan keuntungan yang cepat dengan mengenakan

yuran francais, royalti dan yuran periklanan yang tinggi. Disebabkan francais memainkan peranan penting dalam pemasaran jenama francais, adalah memadai jika francais hanya mendapat pulangan modal pada permulaan perniagaan. Ini adalah kerana kadangkala sukar bagi francais mendapat keuntungan yang besar di peringkat permulaan perniagaan. Kebanyakan francais yang meletakkan yuran yang tinggi akan mendapat jumlah francais yang sedikit (Keup, 2004). Oleh sebab itu amatlah perlu bagi francais membuat anggaran tentang jumlah keuntungan yang diharapkan. Terdapat juga francais yang menghadapi masalah kewangan untuk membayar yuran francais. Menurut The Florida Bar (1996), terdapat juga francais yang memberikan pinjaman untuk fi francais kepada francais.

Dapatan daripada temubual dengan francais berkenaan pembayaran yuran kepada francais seperti yang ditunjukkan oleh Jadual 2 di bawah.

Jadual 2: Yuran

Responden	Ringkasan Dapatan
R1	<ul style="list-style-type: none"> - Setiap koperasi yang ingin menjadi francais dikenakan bayaran sebanyak RM105, 000 (yuran francais berjumlah RM35,000 untuk setiap 5 tahun, yuran sistem/perisian berjumlah RM20, 000 dan deposit jaminan berjumlah RM50, 000) - Bayaran royalti adalah pada kadar 8% setiap bulan dari fi simpanan setelah upah simpan diterima. - 2% daripada keuntungan dikenakan sebagai sumbangan kepada Dana Pemasaran Nasional bagi tujuan pemasaran. - Deposit jaminan dipegang oleh Rakyat Management Services, sekiranya francais tersebut melanggar atau membuat salah-laku atau tidak berminat lagi untuk meneruskan perniagaan. Deposit jaminan diletakkan dalam akaun simpanan, jadi setiap keuntungan yang diraih daripada akaun simpanan, akan diberi balik kepada francais.
R2	<ul style="list-style-type: none"> - Yuran francais berjumlah RM35, 000 untuk 5 tahun. - Pembaharuan kali kedua berjumlah RM25, 000. - Tiada bayaran dikenakan untuk sistem/perisian kerana Menara Optometrist membangunkan sistem sendiri. - Bayaran royalti adalah 5% setiap bulan. - Bayaran untuk pemasaran sebanyak 2% setiap bulan dan dipulangkan kembali jika tidak digunakan. - Yuran pengurusan berjumlah RM700 pada setiap bulan.
R3	<ul style="list-style-type: none"> - Royalti fi 15% dan pemasaran 3%. - Anggaran untuk bangunan satu francais adalah dalam lingkungan RM200,000 ke RM250,000 mengambil kira kos perabot dan ubahsuaian yang dilakukan pihak Children Islamic Centre
R4	<ul style="list-style-type: none"> - Mengikut perjanjian, royalti 5% manakala periklanan dan promosi 1%. - Ani Sup Utara 'write off' royalti disebabkan francais hanya mampu bayar pada tahun pertama sahaja namun francais menaikkan sedikit harga barang yang diambil francais dengan persetujuan francais. - Pakej kiosk berjumlah RM20,000 dan tiada deposit bahan mentah. - Pakej restoren adalah berdasarkan keluasan kedai (satu kaki persegi RM350) dan deposit bahan mentah berjumlah RM25,000.
R5	<ul style="list-style-type: none"> - Yuran francais RM20,000, RM5,000 untuk kos pengurusan dan 3%

	<p>untuk jualan setiap bulan.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tiada royalti. - Terdapat yuran periklanan 2% tahunan tapi tidak dipungut.
R6	<ul style="list-style-type: none"> - Bayaran 'sekali bayar' RM100,000. - 6 sen per 100 (Royalti 5 sen dan promosi 1 sen) ke atas upah simpan dikenakan untuk tiap-tiap bulan.

Dapatan daripada pandangan responden berkenaan pembayaran yuran kepada francaisor menunjukkan kesemua responden mematuhi peruntukan tersebut. Responden-responden telah ditanya sama ada perniagaan francais yang mereka jalankan sekarang memberikan tanggungjawab kepada francais untuk membayar fi/yuran atau bentuk balasan yang lain.

Menurut R1:

“Setiap francais ni dia dikenakan bayaran-bayaran seperti berikut: royalty pada kadar 8% dari fi simpanan, dibayar setiap bulan...fi simpanan ni yang tadi tu iaitu Al-Ujrah yang upah simpan tu, yang itu dibayar, dikutip ataupun diambil setelah upah simpan itu diterima. Bukannya accrual... sumbangan kepada Dana Pemasaran Nasional 2%... yuran francais RM35 ribu, yuran perisian RM20 ribu, deposit jaminan RM50 ribu, yuran francais dibayar setiap 5 tahun sekali...Deposit jaminan pula ke atas apa-apa jugak berlaku jika dia melanggar ataupun buat salah laku apa semua, deposit jaminan itu kami pegang RM50 ribu sehingga dia tidak berminat lagi untuk menjalankan perniagaan Arrahnu, kami akan pulangkan. Di mana deposit jaminan tu kami letakkan dalam akaun simpanan. Jadi setiap keuntungan yang diraih daripada simpanan tu, kami beri balik kepada francais.”

R2 pula menyatakan tentang yuran yang termasuk yuran pengurusan seperti berikut:

“Yuran pengurusan berjumlah RM700 pada setiap bulan. Fi francais yang mula-mula masuk tu ada la...RM35,000. Kalau kata dah habis 5 tahun, kalau nak renew RM25,000...Per month...yang 5 percent. Lepas tu ada diorang punya advertisement fee (2 %) ...tapi tu la bila...kalau tak guna kita pulang balik.”

Kebanyakan yuran yang dikenakan termasuklah yuran untuk tujuan pemasaran. Perkara ini disokong oleh R3 *“Kos permulaan, sebab renovation apa semua, perabot... Kita tengok depends on...biasanya kita bagi ranging dalam RM200 ke RM250 ribu macam tu lah. Royaltinya 18 percent, 15 percent untuk memang royalti untuk fi tu lah, another 3 percent adalah marketing.”*

Terdapat juga francaisor yang menawarkan yuran francais mengikut pakej tertentu serta deposit bahan mentah. Perkara ini diamalkan oleh R4 yang menyatakan:

“Ada package dia, kita ada package restaurant, kita ada package kiosk, package kiosk saya hanya RM20 ribu, talking about kiosk ialah food court.....Restaurant saya based on square feet, satu square feet RM350 ringgit...Bayaran lain, dia ada deposit bahan mentah, deposit bahan mentah adalah RM25 ribu for restaurant, for kiosk tak ada, kiosk free.”

R4 juga mengenakan royalti dan yuran pemasaran dan periklanan iaitu *“royalty fee 5 percent, satu percent dipanggil A&P, Advertising and Promotion. ... selepas setahun semua*

default...kami dah buat write off dah dekat RM6 juta, royalty based, so kami write off, dan kami write-off selama-lamanya.”

R5 pula hanya memungut yuran francais dan yuran pengurusan walaupun royalty dan yuran periklanan turut ditetapkan. Ia dapat dibuktikan melalui *“Ada tadi, fi RM20 ribu, advertisement 2 percent tahunan, sales 3 percent setiap bulan.. Memang tak collect pon.... then RM5k untuk saya uruskan that's all.Manakala R6 pula menyatakan “Sebenarnya dalam perjanjian tu, RM100 ribu tadi kan, bayaran yuran francais tu dia ada pulak kita kenakan yang 5 sen ke atas 100, upah simpan, royalti, dan juga 1 sen untuk promosi.”*

Bantuan

Seksyen 18(2)(k) memperuntukkan bahawa perjanjian francais wajib memperuntukkan hal berkaitan dengan jenis dan butir-butir bantuan yang diberikan oleh pemberi francais. Seksyen 30 (3) pula menyatakan *“pemberi francais hendaklah memberikan bantuan kepada pemegang francais untuk mengendalikan perniagaannya, seperti peruntukan atau pembekalan bahan dan perkhidmatan, latihan, pemasaran dan bantuan perniagaan atau teknik.”*

Peruntukan akta ini seiring dengan Hanson (2014) yang menyenaraikan lima perkara yang perlu dilihat tentang sokongan ialah sistem yang baik dan membangun; latihan yang berterusan; bantuan pemasaran yang komprehensif; program yang berkesan yang disediakan oleh francaisor untuk memaksimumkan untung francais dan persatuan francais yang baik. Roh & Yoon (2009) menyatakan di Korea Selatan, francaisor memberikan bantuan dari segi lokasi perniagaan. Dalam hal ini francais tidak mempunyai suara dan penentuan lokasi haruslah mendapat persetujuan daripada francaisor. Mereka juga berpandangan francais tidak dibenarkan mengubah hiasan dalaman premis perniagaan mereka.

Roh dan Yoon (2009) berpendapat sokongan yang berterusan juga melibatkan pembelian berpusat dengan tujuan untuk memelihara jenama, reputasi dan keseragaman kualiti; komunikasi dengan cara membangun dan memelihara komunikasi yang baik dengan semua pihak; dan bantuan perniagaan seperti pemasaran secara bersekali, analisis pasaran dan pembangunan produk baru. Sherry (1996) juga bersetuju bahawa perniagaan francais melibatkan pembelian barang daripada pembekal spesifik.

Doherty (2007) berpandangan sokongan boleh terjadi apabila francaisor menyediakan servis arkitek dan rekabentuk outlet francais dengan harga kos. Beliau juga berpendapat francaisor harus membantu pembukaan outlet dan juga latihan berterusan. Lawatan berterusan juga perlu demi memastikan keseragaman produk. Terdapat juga permasalahan dalam hal berkaitan dengan sokongan atau bantuan ini. Quinn (1999) menghadapi masalah berkenaan dengan ketidakstabilan pasaran, harga bahan sokongan yang tinggi dan sokongan yang lambat.

Dapatan daripada tembual dengan francaisor berkenaan dengan pemberian bantuan oleh francaisor kepada francais seperti yang ditunjukkan oleh Jadual 3 di bawah.

Jadual 3: Bantuan

Responden	Ringkasan Dapatan
R1	<ul style="list-style-type: none"> - Latihan dan khidmat Arrahnu (Rakyat Management Services menyediakan modul latihan yang khas, menekankan aspek pemasaran dan latihan yang diadakan sekali sahaja manakala khidmat rundingan adalah secara berterusan.) - Promosi (Rakyat Management Services akan mengadakan iklan dan promosi seperti <i>banner</i>, <i>pamphlet</i> atau risalah melalui Dana Pemasaran Nasional setelah dipersetujui oleh Ahli Lembaga Pengarah.)
R2	<ul style="list-style-type: none"> - Latihan (kali pertama adalah wajib dan ianya percuma manakala untuk kali kedua dikenakan bayaran; Latihan diadakan pada setiap bulan disebabkan sifat atau jenis perniagaan. Kebanyakan latihan berbentuk pengetahuan produk; - Staf (Jika kekurangan staf, Menara Optometrist membenarkan staf untuk membuat kerja lebih masa.)
R3	<ul style="list-style-type: none"> - Latihan (Menyediakan latihan untuk staf francais) - Staf (Menghantar konsultan jika francais mengalami masalah.)
R4	<ul style="list-style-type: none"> - Membantu mendapatkan pinjaman dari PNS.
R5	<ul style="list-style-type: none"> - Bantuan kewangan dari PNS. - Latihan, cari staf, cara nak layan pesakit dan cara nak terus kekal dalam perniagaan.
R6	<ul style="list-style-type: none"> - Latihan (3 kali kursus, memberi latihan menguji emas, mengendalikan sistem dan juga dari segi kewangan) - Staf (Untuk pembukaan cawangan tu, Yapeim Smart Venture akan bantu pada minggu pertama dengan meletakkan staf di situ; Staf yang diambil francais secara latihan teori akan pergi dipinjamkan ke cawangan Yapeim Smart Venture selama minimum sebulan; Francaisi boleh menghubungi staf Yapeim Smart Venture jika terdapat sebarang isu kerana terdapat pakar yang akan memantau perjalanan operasi.)

Dapatan daripada pandangan responden berkenaan bantuan oleh francaisor kepada francais untuk menjalankan perniagaan francaisor menunjukkan kesemua responden memberikan bantuan kepada francais. Responden-responden telah ditanya sama ada perniagaan francais yang mereka jalankan sekarang memberikan tanggungjawab kepada francaisor untuk memberikan bantuan kepada francais untuk mengendalikan perniagaan mereka.

Menurut R1 yang menjalankan perniagaan pajak gadai Islam:

“...kita ada beri latihan dari segi pemasaran, kita ada bagi latihan dari segi penilaian emas, macam mana mengenal emas, macam mana nak menggunakan, nak mengenal pasti mutu...macam nak tau menggunakan machine densimeter tu...nanti saya akan tunjukkan gambar. Dia ada guna dua cara la, dua cara ni memang pada kami, setakat inilah, memang terbukti dia punya bacaan yang tepat menggunakan densimeter dan lagi satu menggunakan ujian tradisional iaitu menggunakan asid hydrochloric dan juga asid nitric. Itu latihan. Selain daripada tu, selain daripada emas, kami juga

ada polisi dan prosedur. Makna itu, hanya itu sahaja garis panduan operasi, hanya ikut manual operasi tu, insyaAllah, orang yang tak tahu, tak boleh, ataupun tak ada pengetahuan dalam Arrahnu, boleh menjalankan...”

R6 yang turut menjalankan perniagaan pajak gadai Islam memberikan bantuan dari segi latihan dari awal sehingga akhir perniagaan. Ini dibuktikan

“...dalam konteks Arrahnu kan, latihan menguji emas, untuk sistem pun ada latihan, macam mana dia nak kendalikan sistem tu, macam mana latihan dari segi kewangan, kita akan ajar sampailah dia, mudahnya daripada dia nak bukak cawangan tu, daripada cawangan tak ada, sehingga dia boleh tutup cawangan balik. Semua kita kena ajar sebab benda tu dah ada modul kursus kan, dan dia mesti melalui 3 kali kursus, yuran francais tadi tu, dia akan melalui kursus yang kita tawarkan, sebenarnya yuran tadi tu adalah untuk kursus...”

Latihan juga menjadi salah satu elemen yang dikaitkan dengan bantuan. Menurut R2:

“Kita...macam training tu, kita ada bagi training untuk first tu...ada yang percuma...sebab tu wajib kan...kita bagi percuma. Tapi lepas tu, bila second upgrade and then baru kita start charge. Walau macam manapun, kebanyakan training ni adalah training berbentuk product knowledge. Jadi biasanya takda charge because kita engage dengan supplier.”

R4 dan R5 memfokuskan bantuan ke arah mendapatkan pinjaman. Menurut R4:

“Kita bantu loan je, tapi loan bukan daripada saya, loan daripada PNS, tapi saya evaluate mereka, saya audit diri mereka tu untuk memastikan mereka tu layak ke dapat ...kebanyakan orang Melayu yang nak bukak Ani Sup Utara ni, yang nak ambil loan ni, semua nak suruh kita buat jadi 100 percent loan. Sekupang pun tak nak keluar duit, hat tu yang payah tu. Sebenarnya depa kena bayar 20 percent, depa kena ada duit sendiri 20 percent. Orang yang macam ni akan meruntuhkan berniaga...kena ada modal sikit dulu, jangan dok harapkan bantuan orang...”

R3 menumpukan kepada bantuan untuk staf. Menurut beliau:

“Selalunya masalah-masalah ni memang staf lah. Sebab kita memang consultant kita akan hantar...atas sekali Compliance Officer (CO), bawah CO tu ada CM, so kalau ada masalah staf tu, CM lah yang akan pergi, kita pon akan provide training untuk staf diorang...”

Menurut R5 pula, bantuan diberikan melalui latihan, mendapatkan staf, melayan pesakit, cara untuk terus kekal dalam perniagaan dan juga mendapatkan pinjaman. Ini dibuktikan melalui kenyataannya seperti berikut: *“Training dia, cari staf, cara nak entertain patient, cara nak survive macam mana, taktik dia apa semua lah...kalau dari segi kewangan tu kita akan mintak bantuan kat PNS lah...”*

Perbincangan

Pembayaran fi atau yuran juga elemen utama perniagaan francais yang menjadi sebagai satu balasan kepada pemberian hak menduplikasikan perniagaan francaisor. Seksyen 30 (2) Akta Francais 1998 memperuntukkan tentang jenis yuran atau fi yang perlu dibayar kepada francaisor. Yuran atau fi inilah yang menjadi pendapatan pada francaisor. Biasanya francaisor

memperoleh pendapatan pada dua tahap iaitu sewaktu kontrak ditandatangani dan sewaktu pelaksanaan kontrak (Mendelsohn & Bynoe, 1995). Menurut Adams, Hickey & Jones (2006), bayaran yang perlu dibayar sewaktu kontrak ditandatangani akan diberitahu kepada francais contohnya francais perlu membayar fi francais atau deposit perniagaan.

Ini bertepatan dengan konsep balasan yang wujud dibawah Akta Kontrak 1950. Balasan merupakan elemen penting bagi membentuk sesebuah kontrak di samping tawaran, penerimaan, niat, ketentuan dan keupayaan. Balasan merupakan suatu harga yang dibayar oleh satu pihak untuk membeli suatu janji. Sesuatu balasan mesti mempunyai unsur timbul balik, iaitu pihak-pihak pembuat janji mempunyai balasan masing-masing. Balasan tidak semestinya datang daripada penerima janji dan sesuatu balasan tidak semestinya berpadanan. Balasan yang diberikan oleh penerima janji tidak semestinya berharga dan mempunyai nilai yang berpadanan dengan sesuatu yang diberikan oleh pembuat janji. Bagi perniagaan francais, balasan ini boleh terjadi dalam bentuk yuran francais, royalti, yuran periklanan, yuran pengurusan, yuran bagi sewaan perisian dan lain-lain lagi.

Hasil temubual menunjukkan kesemua francaisor mengenakan bayaran yuran seperti yang dinyatakan sebelum ini. Terdapat juga francaisor mengenakan yuran francais mengikut pakej yang disediakan sama ada ianya berbentuk lot kedai ataupun kiosk. Yuran francais juga dikurangkan bagi pembaharuan tempoh selepas tamatnya tempoh kontrak yang pertama. R4 telah mengutarakan satu pandangan yang amat menarik berkenaan dengan konsep saham akhirat. Syarikat beliau telah menghalalkan royalti yang telah gagal dibayar oleh kesemua francaisinya yang berjumlah hampir enam juta ringgit. Selepas tempoh tersebut beliau tidak lagi memungut royalti daripada francais-francaisinya walaupun peruntukan tersebut wujud dalam perjanjian. Sebaliknya beliau meningkatkan sedikit harga bahan mentah yang dijual kepada francais. Keadaan ini tidak bertentangan dengan undang-undang memandangkan ia dilakukan dengan pengetahuan dan keizinan daripada kedua-dua pihak. Ianya juga tidak merosakkan struktur francais kerana elemen penting seperti royalti wujud dalam perjanjian. Pihak francaisor hanya mengeluarkan satu surat kepada francais tentang pengecualian bayaran royalti tersebut dari masa ke semasa.

R5 juga mengambil langkah yang sama dengan tidak menuntut jumlah royalti dan fi pemasaran yang termaktub dalam perjanjian. Alasan yang diberikan ialah perniagaan ini bukan bermotifkan untung tetapi lebih kepada menjaga kebajikan pesakit. Sekali lagi francaisor yang terlibat mengharapkan balasan akhirat daripada balasan dunia. Hasil temubual juga menunjukkan R4 berhadapan dengan masalah segelintir francais Melayu yang tidak mahu langsung mengeluarkan modal sendiri dan memohon beliau menaikkan kos agar mendapat jumlah pinjaman yang tinggi. Ini adalah salah satu faktor yang boleh merosakkan perniagaan francais itu sendiri.

Disebabkan francaisor dan francais saling bergantung antara satu sama lain, jadi elemen bantuan merupakan elemen penting sepanjang perjanjian berlangsung. Bagi memastikan perniagaan yang baru diceburi francais dapat berjalan dengan jayanya, bantuan daripada francaisor adalah amat diperlukan. Oleh sebab itu, seksyen 18(2)(k) memperuntukkan bahawa perjanjian francais wajib memperuntukkan hal berkaitan dengan jenis dan butir-butir bantuan yang diberikan oleh pemberi francais. Seksyen 30 (3) pula menyatakan jenis bantuan yang diberikan seperti bantuan tentang pembekalan bahan dan perkhidmatan, latihan, pemasaran dan bantuan perniagaan atau teknik.

Kesemua *francaisor* yang ditemubual menyatakan bahawa mereka telah memberikan bantuan kepada *francaisi* dalam menjalankan perniagaan. Ianya adalah dalam bentuk bantuan dari segi latihan, staf, promosi dan juga untuk mendapatkan pinjaman wang. Bantuan diberikan dengan mengadakan latihan kepada staf sama ada secara percuma atau berbayar. Terdapat *francaisor* yang memberikan bantuan dalam bentuk promosi. Terdapat juga *francaisor* yang memberikan bantuan pinjaman wang atau dalam bentuk sokongan kepada *francaisi* untuk mendapatkan pinjaman daripada pihak lain.

Yuran dan Bantuan Dari Sudut Pandangan Islam

Perbincangan berkaitan permasalahan yuran dan bayaran dalam Islam adalah termasuk dalam persoalan '*al-ujrah*' yang bermaksud upah. Secara umumnya, persoalan upah ini biasanya dibincangkan dalam muamalat Islam dalam perbincangan mengenai akad *al-ijarah*. Dari sudut bahasa, ia bermaksud '*iwadh*' atau bayaran ganti ke atas sesuatu manfaat yang diperoleh (Zuhayli, 2002). Sebaliknya dari sudut istilah syarak pula, ia ditakrifkan sebagai pemilikan manfaat dengan bayaran pertukaran (*iwadh*) di mana *iwadh* tersebut boleh berlaku dalam bentuk yang nyata, '*ayn* (aset ketara) atau pun bentuk yang tidak nyata, sama ada *dayn* (hutang) atau manfaat (Zuhayli, 2002; Yahya, 2010) dalam sesuatu tempoh masa tertentu (Zuhayli, 2002; Muhammad Nasri, et al., 2013).

Hukum *al-ujrah* adalah harus (Zuhayli, 2002). Ia bersumberkan al-Qur'an, Hadis dan Ijma' ulama'. Dalam al-Qur'an, Allah SWT berfirman yang bermaksud:

“Salah seorang di antara kedua wanita itu berkata: Wahai ayah, ambillah dia menjadi orang upahan (mengembala kambing kita), sesungguhnya sebaik-baik orang yang ayah ambil bekerja ialah orang yang kuat, lagi amanah.”

(Surah al-Qasas, 28: 26)

Menurut Imam al-Qurtubi, ayat di atas membuktikan *al-ujrah* ini telah pun disyariatkan oleh Allah SWT pada waktu tersebut iaitu pada zaman Nabi Musa a.s. (Qurtubi, 1993). Selain ayat di atas, terdapat firman Allah lain yang membicarakan juga persoalan tentang *al-ujrah* ini yang bermaksud :

“Kemudian jika mereka menyusukan anak untuk kamu, maka berikanlah kepada mereka upahnya dan berundinglah di antara kamu (dalam hal menyusunya) dengan cara yang baik dan (sebaliknya) jika kamu (dari kedua pihak) mengalami kesulitan, maka bolehlah perempuan lain menyusukannya.”

(Surah al-Talaq, 65: 6)

Selanjutnya, Rasulullah SAW bersabda:

“Berikanlah upah kepada orang yang mengambil upah sebelum kering peluhnya.”

(Riwayat Ibnu Majah dan Tabrani)

Manakala dalil *ijma'* pula, umat Islam semenjak dari zaman para sahabat telah bersepakat mengharuskan *al-ujrah* ini kerana mereka berhajat untuk menggunakan manfaat sesuatu sama seperti keperluan mereka kepada barang-barang. Justeru itu, sebagaimana jual beli barang-barang diharuskan, maka begitulah juga *al-ujrah* ini juga diharuskan (Yahya, 2010).

Dalam konteks *francais*, *francaisi* perlu membayar yuran *francais* yang merupakan suatu pembiayaan sebagai balasan atas manfaat yang diberikan oleh *francaisor* seperti cap dagangan dan sistem perniagaan. Selain yuran ini, *francaisi* juga dikehendaki membayar beberapa yuran atau *fi* lain seperti yuran periklanan di mana *francaisor* membantu *francaisi* untuk

mempromosikan perniagaan tersebut. Pembayaran yang dilakukan oleh *francaisi* hanya dikenakan selama mana *francaisi* masih menjalankan perniagaan *francaisor*. Ini bermaksud, *al-ujrah* tidak berkesudahan dengan pindahan hak milik, tetapi hanya dengan manfaat yang diperoleh sahaja. Akad ini akan terbatal apabila *francaisi* dan *francaisor* sudah tidak lagi terikat dengan perniagaan *francais* yang dijalankan.

Oleh yang demikian, pembayaran yuran atau *fi* yang dikenakan oleh *francaisor* ke atas *francaisi* adalah sesuatu yang harus dan tidak menyalahi perundangan Islam. Ini kerana *francaisi* memperolehi manfaat daripada *francaisor* dari segi cap dagangan, tanda niaga, sistem perniagaan, bantuan promosi dan pengiklanan, latihan dan lain-lain bagi memajukan perniagaan tersebut. Dan sebagai imbalannya, *francaisi* dikehendaki membayar yuran atau *fi* kepada *francaisor*. Kesimpulannya, *al-ujrah* adalah salah satu cara bagi *francaisor* memperoleh pendapatan yang sah menurut Islam.

Persoalan berhubung bantuan pula telah dijelaskan dalam al-Quran secara umum. Setiap insan digesa agar bantu-membantu dalam setiap amalan kebajikan. Hal ini termasuklah yang bersangkutan dengan muamalat Islam seperti dalam bidang perniagaan dan keusahawanan. sebagaimana yang difirmankan oleh Allah dalam al-Quran, “*wa ta ‘awanu ‘ala birri wa taqwa, wa la ta ‘awanu ‘ala ithmi wa al- ‘udwan*” yang bermaksud;

“Dan tolong menolonglah kamu dalam kebajikan dan takwa dan janganlah kamu tolong menolong dalam dosa dan permusuhan (terhadap Allah)”.

(Surah al-Ma’idah, 5: 2)

Berdasarkan ayat al-Quran sebagaimana terjemahan di atas, perkataan “*ta ‘awanu*” adalah dari kata terbitan “*mu ‘awanah*” yang bererti bantu membantu (HAMKA, 1984). Oleh itu, Allah memberi peringatan dan anjuran agar hidup bantu membantu. Diperintahkan setiap insan agar bantu membantu dalam setiap perkara “*al-birr*” atau kebajikan dan maksud kebajikan ini pula adalah segala bentuk yang baik dan memberi faedah yang didasari kepada takwa. Sebaliknya, ia bukan didasari atas sebab dosa atau menimbulkan permusuhan kerana kedua-duanya mendatangkan keburukan kepada insan (HAMKA, 1984).

Tambahan lagi, terdapat ulama tafsir yang berpandangan bahawa maknanya Allah memerintahkan hamba-hambanya yang beriman untuk sentiasa tolong menolong dalam berbuat kebaikan, itulah yang disebut dengan “*al-birr*” atau kebajikan serta meninggalkan segala bentuk kemungkaran dan itulah dinamakan dengan *al-taqwa*. Allah melarang mereka tolong menolong dalam hal kebatilan, berbuat dosa dan mengerjakan hal-hal yang haram (Ibn Kathir, 1992). Ibnu Jarir berkata bahawa yang dimaksudkan dengan dosa itu bererti meninggalkan apa yang Allah perintahkan untuk dikerjakan, sedangkan permusuhan itu bermakna melanggar apa yang telah ditetapkan Allah dalam urusan agama dan melanggar apa yang telah diwajibkan Allah kepada sekalian umatnya (Ibn Kathir, 1992).

Sehubungan dengan itu, Ibnu Katsir mengatakan bahawa dalam sebuah hadis ada disebutkan sesiapa yang menyeru kepada petunjuk, maka baginya pahala seperti pahala yang diterima oleh orang yang mengikutinya sampai hari kiamat, tanpa mengurangi pahala mereka yang mengikuti petunjuk tersebut sedikitpun. Sebaliknya, sesiapa yang menyeru pada kesesatan, maka baginya dosa seperti dosa yang dilakukan oleh orang yang mengikutinya sampai hari kiamat dan ianya tidak mengurangi sedikitpun dari dosa-dosa mereka yang mengikuti saranannya itu (Ibn Kathir, 1992).

Berpandukan kepada apa yang telah dibincangkan di atas, nyatalah bahawa bantuan ini suatu amalan yang cukup berharga menurut pandangan Islam. Namun demikian, sesuatu bantuan yang hendak dianggap sebagai kebajikan tersebut hendaklah sesuatu perkara yang berharga dan kita merasakan sayang terhadapnya. Hal ini diperjelaskan oleh Allah dalam firmanNya yang bermaksud,

“Kamu tidak sekali-kali akan dapat mencapai (hakikat) kebajikan (yang sempurna) sebelum kaum memberikan sesuatu yang kamu sayangi dan sesuatu yang kamu beri itu maka sesungguhnya Allah mengetahuinya”.

(Surah Ali Imran, 2: 92)

Oleh yang demikian, pemberian bantuan tunjuk ajar kepada insan lain yang berminat untuk maju dalam usaha perniagaan yang bakal diceburinya melalui bimbingan berbentuk pengetahuan sesuatu (*know how*) adalah dikira sebagai sesuatu bentuk bantu-membantu yang berharga dan bermanfaat serta merupakan satu bentuk kebajikan yang selari dengan ayat di atas. Bantuan tunjuk ajar ini merupakan satu ciri yang utama dalam sesuatu perniagaan francais yang merupakan salah satu bentuk perniagaan yang agak popular dewasa ini. Ringkasnya, ia merupakan sesuatu bantuan yang digalakkan dalam Islam. Cuma sama ada bantuan tersebut perlu diberikan secara tanpa balasan atau dengan balasan adalah bergantung kepada perbincangan yang lebih meluas berdasarkan kepada keperluan *maqasid syariah*.

Kesimpulan

Sebagai kesimpulannya, wujud peruntukan undang-undang tentang yuran dan bantuan yang perlu dipatuhi oleh francaisor dan francais. Pembayaran yuran adalah bersifat harus dan bantuan amatlah digalakkan dari sudut pandangan Islam. Responden yang ditemubual juga menunjukkan mereka patuh kepada peruntukan undang-undang di bawah Akta Francais 1998 berkenaan yuran dan bantuan. Respon daripada responden yang menunjukkan mereka tidak menguatkuasakan ketidakpatuhan kepada perjanjian boleh dipandang secara positif atau negatif. Secara positifnya, ini menunjukkan mereka tidak menumpukan kepada keuntungan dunia semata-mata sebaliknya mengharapkan ganjaran akhirat ke atas kejadian yang berlaku. Contohnya, francaisor yang membuat keputusan untuk ‘write off’ hampir enam juta ringgit royalti yang tidak dibayar oleh francais-francaisinya. Namun demikian, dari sudut negatifnya, ia seolah-olah memberikan ruang kepada francais untuk melakukan kesalahan dengan tidak mematuhi peruntukan perjanjian. Secara tidak langsung, dikhuatiri ketidakpatuhan kepada perjanjian akan menjadi amalan dan dalam waktu yang sama francais mungkin mengambil kesempatan ke atas francaisor. Kebaikan francaisor untuk ‘write off’ hak mereka mungkin tidak menjadi pengajaran ke atas francais atas pelanggaran perjanjian mereka. Adalah dicadangkan agar elemen seperti royalti turut dimasukkan ke dalam perjanjian cuma ianya boleh dikenakan dengan kadar yang minima agar francais memberikan komitmen ke atas perniagaan mereka.

Penghargaan

Penulis-penulis ingin merakamkan penghargaan kepada Kementerian Pendidikan Malaysia atas pembiayaan penyelidikan ini melalui geran FRGS dengan kod S/O 12937.

Rujukan

Abdullah, F., Alwi, M.R., Lee, N. & Ho, V.B. (2008). Measuring and managing franchisee satisfaction: A study of academic franchising. *Journal of Modelling in Management*, 3 (2), 182-199. Doi: <https://doi.org/10.1108/17465660810890144>

- Adams, J.N., Hickey, J. & Jones, K.V.P. (2006). *Franchising – Practice and precedents in business format franchising* (5th ed.). Tottel Publishing : Great Britain.
- Berry, L., & Parasuraman, A. (1991). *Marketing services*. New York: The Free Press.
- Chiou, J. S., & Droge, C. (2015). The effects of standardization and trust on franchisee's performance and satisfaction: A Study on franchise systems in the growth stage. *Journal of Small Business Management*, 53 (1), 129-144.
- Colquitt, J. A., Noe, R. A., & Jackson, C. L. (2002). Justice in teams: Antecedents and consequences of procedural justice climate. *Personnel Psychology*, 55 (1), 83-109.
- Croonen, E. P., & Brand, M. J. (2011). What makes franchisees trust their franchisors? *EMNET 2011 Conference*, The Netherlands.
- Doherty, A.M. (2007). Support mechanisms in international retail franchise networks. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 35 (10), pp.781-802. Doi: <https://doi.org/10.1108/09590550710820676>
- Ekelund, C. (2014). Franchisor-franchisee relationships: An interaction approach. *World Journal of Management*, 5 (1), 76-92.
- Export Gov. (2018). Malaysia-franchising. Retrieved from <https://www.export.gov/article?id=Malaysia-Franchising>
- Frazer, L., Weaven, S., Giddings, J., & Grace, D. (2012). What went wrong? Franchisors and franchisees disclose the causes of conflict in franchising. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 15 (1), 87-103.
- Giddings, J., Frazer, L., Weaven, S., & Grace, A. (2009). understanding the dynamics of conflict within business franchise systems. *Australasian Dispute Resolution Journal*, 24-32.
- HAMKA. (1984). *Tafsir al-Azhar* (1st ed). Jakarta : Yayasan Nurul Islam.
- Hanson, P. (2014). Good franchise support – What to look for. American Association of Franchisees & Dealers - The Center for Total Quality Franchising. Retrieved from <https://www.aafd.org/good-franchise-support-what-to-look-for/>
- Harmon, T. R., & Griffiths, M. A. (2008). Franchisee perceived relationship value. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 23 (4), 256-263.
- Hunt, S. D., & Nevin, J. R. (1974). Power in a channel of distribution: Sources and consequences. *Journal of Marketing Research*, 11 (2), 186-193.
- Ibn Kathir, A. a.-F. I., (1992). *Tafsir al-Quran al-'Azim*. Damsyik: Dar al-Fayha.
- Ikonomi, E. (2014). Franchise contract and good faith. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5 (22), 313-319.
- Jones, A. (2015, August 4). *Forging and effective franchisor-franchisee relationship*. Retrieved on May 8, 2017, from Elite Franchise: <http://elitefranchisemagazine.co.uk/people/item/forging-an-effective-franchisor-franchisee-relationship>
- Keup, E.J. (2004). *Franchise bible – How to buy a franchise or franchise your own business* (5th ed.). Canada: Entrepreneur Press.
- Khairul, I. A., & Muhamad, J. (2010). The franchising relationship quality: Is it important? *International Conference on Marketing 2010*. Kuala Lumpur.
- Korea Franchising Association. (2006). Retrieved from <http://www.ikfa.or.kr>.
- Mendelsohn, M. & Bynoe, R. (1995). *Franchising*. FT Law & Text: London.
- Mohamed@Arifin, A.R. (2017). Ketua Penolong Pengarah, Bahagian Pembangunan Francais, Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan, (Temubual Peribadi)
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58 (3), 20-38.

- MSA Worldwide. (2018). Pricing of franchises: How to charge for fees, area development fees, etc establishing service and continuing other fees. Retrieved from <https://www.msaworldwide.com/blog/pricing-of-franchises/>
- Muhammad Nasri, M. H., Nasri, N. & M. Sollehudin, S., 2013. *Mengurus Harta Menurut Fiqh Muamalat* (2nd ed.). Sintok: UUM Press.
- Nathan, G. (2000). *Profitable partnerships*. Brisbane: Nathans Corporate Psychology.
- Parker, E. (2017). *Critical review of franchise fees*. Retrieved from <http://www.franchisingplus.co.za/news-articles/258-a-critical-review-of-franchise-fees>
- Quinn, B. (1999). Control and support in an international franchise network, *International Marketing Review*, 16 (4/5), pp.345-362. Doi: <https://doi.org/10.1108/02651339910281884>
- Qurtubi, A. 'A. M. b. A. a.-. (1993). *al-Jami' li Ahkam al-Qur'an, 20 juz, 10 j. c.1.*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyah.
- Roh, E.Y. & Yoon, J.H. (2009). Franchisor's ongoing support and franchisee's satisfaction: A case of ice cream franchising in Korea. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21(1), 85-99. Doi: <https://doi.org/10.1108/09596110910930205>
- Sherry, J. (1996), Antitrust implications of food-service franchising agreements. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 37 (4) 18-19.
- The Florida Bar. (1996). *Franchise law and practice* (2nd ed.) USA: The Florida Bar
- Titus, R. (2017). *The Power of Positive Franchisor-Franchisee Communications*. Retrieved on May 18, 2017, from United Franchise Group: <https://unitedfranchisegroup.com/news/the-power-of-positive-franchisor-franchisee-communications/>
- Tuunanen, M. (1999). Franchisees' satisfaction: Preliminary findings from national study. *Academy of Marketing Studies Journal*, 3 (2), 43-58.
- Utusan Malaysia. (25 April, 2017). Kategorikan syarikat francais untuk majukan industri francais. Retrieved from <http://www.utusan.com.my/bisnes/ekonomi/kategorikan-syarikat-francaisor-untuk-majukan-industri-francais-1.473714>
- Utusan Malaysia. (27 Januari, 2018). PNS sedia dana RM35 juta biaya usahawan francais. Retrieved from <http://www.utusan.com.my/bisnes/korporat/pns-sedia-dana-rm35-juta-biaya-usahawan-francais-1.597990>
- Williamson, O. E. (1993). Calculativeness, trust and economic organization. *The Journal of Law and Economics*, 36 (1), 453-486.
- Yahya, A. S. (2010). *Ijarah Dari Konteks Aplikasi, Perundangan Dan Syariah*. [Online] Available at: <https://zulkiflihasan.files.wordpress.com/2009/12/ijarah-1.pdf> [Accessed 12 8 2018].
- Zuhayli, W. A. (2002). *Fiqh dan Perundangan Islam (terjemahan Ahmad Shahbari Salamon)*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.