



## Aplikasi Al-Wakalah Terhadap Sistem Perniagaan Francais di Malaysia

### *Al-Wakalah Application to Franchise Business Systems in Malaysia*

Mohd Huefiros Efizi Husain\*<sup>1</sup>, Noor Naemah Abdul Rahman<sup>1</sup>, Fahimah Mohd Razif<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Academy of Islamic Studies, Universiti Malaya, 50603 Kuala Lumpur, Malaysia

**ABSTRAK-** Sistem francais merupakan medium utama melibatkan keizinan mendapatkan hak francais daripada pemberi francais kepada penerima francais mengikut Akta Francais 1998 (Pindaan) 2012. Ia didirikan dalam tempoh waktu dibenarkan berdasarkan jenis produk yang dipasarkan. Mekanisme *al-wakalah* adalah prinsip dalam muamalat Islam dengan meletakkan kerjasama untuk saling memerlukan di kalangan seluruh pihak yang berkenaan dalam satu majlis perjanjian. Objektif kajian ini meneroka keupayaan tindakan pihak terbabit dalam perniagaan francais di Malaysia berdasarkan kepada ketepatan prinsip *al-wakalah*. Oleh itu, kajian ini mengaplikasikan metodologi kualitatif untuk mencapai objektif kajian menerusi kaedah perpustakaan berdasarkan bahan rujukan seperti tesis, jurnal dan buku. Selain itu, sesi temubual turut dilakukan bersama pihak berkepentingan dalam perniagaan francais sama ada pengusaha francais dan organisasi sokongan berkaitan. Hasil kajian mendapati prinsip *al-wakalah* diterapkan dalam menjayakan perniagaan francais terutama kepada aspek pendaftaran, pemasaran produk dan publisiti. Kajian ini mencadangkan prinsip *al-wakalah* dihayati dengan tekun dalam sistem francais melibatkan perkara yang diharuskan dan ditegah oleh syarak dalam memastikan sistem terbabit dapat berkembang dengan pesat mengikut matlamat yang disasarkan bersama.

**ABSTRACT** - *The franchise system is a key medium involved in obtaining franchise rights from franchisors to franchisees under the Franchise Act 1998 (Amendment) 2012. It is set up within the allowed time frame based on the type of product being marketed. Whereas al-wakalah is a principle in the Islamic muamalat practice by establishing cooperation among all relevant parties in an agreement. The objective of this study is to explore the capabilities and the actions of the parties involved in the franchise business in Malaysia based on the accuracy of al-wakalah principles. Therefore, this study applied a qualitative methodology to achieve the research objectives using library research methods; by reviewing related reference materials such as theses, journals and books. In addition, interviews were held with stakeholders in the franchise business such as the franchisee and related support organizations. The results show that al-wakalah principles were applied in the success of the franchise business especially in terms of registration, product marketing and publicity. This study suggests that the principle of alwakalah is deeply embedded in the franchise system especially involving the things that are permitted and forbidden in Islamic law in ensuring that the system is able to grow rapidly in line with its shared goals.*

**Keywords:** *Al-wakalah, franchise, franchisors and franchisees*

#### ARTICLE HISTORY

**Received:** 11<sup>th</sup> September 2019

**Revised:** 24<sup>th</sup> February 2020

**Accepted:** 30<sup>th</sup> March 2020

**Published:** 30<sup>th</sup> May 2020

#### KATA KUNCI

Al-wakalah, francais, franchisor dan franchisee

## PENDAHULUAN

Pelaksanaan perwakilan dalam menguruskan perniagaan sering ditemui tanpa dibatasi oleh jenis produk yang dipasarkan melibatkan sebahagian proses seperti pembayaran, penjualan dan pelaburan modal. Walaupun didirikan terhadap persetujuan dari dua hala, namun ia tidak menghalangi kepada berlakunya isu yang boleh melemahkan prinsip *al-wakalah* disebabkan pelbagai faktor. Antara isu yang berbangkit dalam pelaksanaan perniagaan francais membabitkan urusan perwakilan di kalangan pelaksana perniagaan tersebut adalah sikap sambil lewa terhadap pengagihan barangan gantian francais yang ditempah tidak menyerupai sepenuhnya atau sebahagian daripada itu berdasarkan katalog asal. Maka, akan berlakunya penjejasan sepanjang perniagaan francais beroperasi apabila kualiti barangan tersebut dapat dipertikaikan (Khairuddin, komunikasi personal, 3 Jun 2018)

Selain itu, tugas yang sepatutnya disediakan oleh pemberi francais dapat disangkal apabila tidak mampu menyediakan silibus skim latihan dan pengantaranya dengan baik. Kesan daripada itu, Khairul Imran (2018) menyatakan bahawa sebahagian daripada penerima kecil terpaksa menjalankan perniagaan mengikut kehendak diri sendiri dan melaburkan perbelanjaan untuk menghadiri kelas bimbingan di luar. Hal ini dipersoalkan oleh penerima francais berikutan hal sedemikian telah termasuk dalam kandungan kontrak yang disepakati beserta kadar bayaran tertentu. Kekeliruan yang timbul ini tergolong dalam kelemahan kontrak di sisi muamalat Islam dan boleh mengakibatkan terbatalnya sesebuah akad. Begitu juga yang ditemui dalam perniagaan francais, penerapan konsep *al-wakalah* jelas ditemui melibatkan beberapa sudut pelaksanaan dan memerlukan kepada pemerhatian sewajarnya. Ia tidak dapat lari daripada tujuan menegakkan prinsip Islam yang mampan di samping pengekalan usaha mencapai objektif francais.

Tambahan pula, terdapat kajian yang dilakukan oleh para sarjana menyentuh kepentingan *al-wakalah* dalam pelbagai ruang bagi memastikan sesebuah perjanjian yang dilakukan itu berjaya mencapai matlamat pihak berkontrak. Ia dapat dilihat seperti kajian oleh Mohd Napiyah (1995), Ahmad dan Wahid (2017) dan Suarni (2016). Kajian yang dilakukan itu, mendedahkan ciri-ciri *al-wakalah* dengan tepat dan perkara yang menjejaskan setiap urusan perwakilan mencakupi hal yang dibangunkan sama ada perundangan, ekonomi dan hal yang berkait. Justeru, kajian ini mampu membantu para pengkaji di luar sana mengenalpasti konsep *al-wakalah* sebagai sandaran hukum Islam dan aplikasinya dalam perniagaan francais.

## SISTEM FRANCAIS

Perniagaan francais dapat didefinisikan sebagai bentuk keizinan yang diberikan berdasarkan etika dan jumlah peruntukan tertentu oleh pemilik syarikat kepada pengusaha francais (Kamus Dewan, 2010). Pemahaman Mendelsohn (1995) pula adalah hubungan persepakatan di antara francaisor dan francais dalam menjalankan perniagaan. Peranan francaisor adalah menawarkan penyeliaan dan bimbingan kepada francais yang terlibat, manakala tugas francais pula menjurus kepada menyediakan pelaburan berbentuk bayaran dalam kadar kos tertentu. Manakala Cave dan Murphy (1976) dan Rubin (1978), francais dilihat sebagai usaha memasarkan produk menerusi cara hebahan dengan meluas berdasarkan jenama barangan atau perkhidmatan daripada pengusaha francais kepada pelanggan akhir.

Al-Bakri (2011) menegaskan akan setiap sesuatu perkara yang hendak dibangunkan perlu bermula dari asas yang kukuh supaya matlamat mampu dilestarikan dengan jayanya. Pun begitu, industri francais memiliki asas perniagaan yang tersendiri berbanding perniagaan lain yang kebiasaannya bergantung penuh kepada keputusan pemilik secara persendirian. Menurut buku karangan Abdul Aziz (1999), asas pembangunan perniagaan francais bermula dengan sikap mengambil kira setiap sudut kekuatan yang tersedia, peluang dan risiko yang bakal dihadapi di kemudian hari, memiliki keperluan modal untuk proses pembangunan perniagaan melibatkan infrastruktur yang baik dan perkhidmatan yang berterusan, mempunyai nama yang berdaftar

dengan identiti tersendiri dan berbeza dengan jenama yang sedia ada di pasaran sebagai awasan untuk mengelakkan dari kekeliruan ketika proses pemasaran.

Durack (1998) turut menekankan perihal perlantikan satu kumpulan pengurusan yang mahir terutama dalam kewangan serta perihal promosi, mudah berkomunikasi, mampu melaksanakan tugas mengikut keperluan syarikat dan dipercayai untuk melaksanakan perniagaan seumpama ini, merencana dan menetapkan pelan operasi bermula daripada awal supaya difahami dengan jelas kepada mereka yang terlibat, menyediakan skim latihan dan penerangan untuk membangunkan operasi perniagaan francais mengikut ketetapan dari francaisor kepada francais berlandaskan acuan yang selari, menyelia setiap francais yang bernaung di bawah pemilik francais induk dan mengadakan lawatan berkala agar kualiti operasi perniagaan dalam pengawalan.

Bukan itu sahaja, malah pengurusan fail merupakan medium terpenting yang memacu perjalanan sesebuah perniagaan, bermula dari pernyataan undang-undang tubuh, perjanjian sehingga kawalan kewangan secara efektif yang dapat diteliti dengan sempurna di antara yang terbabit secara langsung untuk perniagaan ini. Tambahan pula, setiap francaisor berhak memilih barisan francais yang akan mengemudi setiap cawangan perniagaan francais ini termasuk latar belakang, kelayakan, minat yang dipamerkan dan kecekapan beserta kerelevanan terhadap pemilihan lokasi perniagaan tertentu pada sesi temuduga yang telah dirancang. Tambahan pula keperluan menjalankan penyelidikan secara telus terhadap perniagaan francais ini juga wajar dipandang serius berikutan usaha mencapai hasrat sebagai negara maju dan berdaya saing dengan negara contoh yang lain.

## **AL-WAKALAH: SISTEM PERWAKILAN BERTERASKAN ISLAM**

### **Pengenalan al-Wakalah**

Ibn Manzur (1997) mengemukakan *al-wakalah* berasal daripada perkataan bahasa arab **وكال** (yang bermaksud wakil. Majma' al-Lughah al-'Arabiyyah (1985) menyatakan *al-wakalah* sebagai tindakan mewakilkan ini berlaku di atas kepercayaan seseorang ke atas wakil yang dilantik untuk melalukan sesuatu perkara. Difahamkan juga dengan memohon pertolongan daripada orang lain untuk melaksanakan perkara bagi dirinya. Manakala *al-wakalah* menurut istilah daripada Mustafa al-Khin (2005) adalah pengagihan sesuatu perkara yang boleh ditunaikan sendiri dan boleh diwakilkan kepada pihak lain bersandarkan kepada akad yang jelas dan ditunaikan mengikut tempoh waktu yang ditentukan sahaja. Al-Zuhayli (1999) tampil mengemukakan pandangan imam empat mazhab yang bersepakat bahawa *al-wakalah* itu merupakan perlakuan seseorang mewakilkan sesuatu perkara yang terdaya untuk dilaksanakan dengan sendiri kepada individu atau pihak lain yang bersetuju untuk menunaikan hasrat mewakilkan tersebut sepanjang tempoh yang dinyatakan.

Menerusi pengertian yang dikemukakan, *al-wakalah* dapat disimpulkan sebagai penyerahan sesuatu perkara atau tanggungjawab yang tidak melanggar hukum syara' dan boleh dilaksanakan kepada individu atau pihak lain mengikut waktu tertentu. Disamping itu, ia perlu dilaksanakan dengan akad yang jelas dan dipersetujui di antara pihak terlibat beserta sejumlah bayaran sebagai upahan jika diperlukan. Perkara yang diwakilkan tersebut pada kebiasaannya meliputi urusan jual beli, perubatan dan tugas harian.

### **Asas Pensyariatian al-Wakalah**

Pengharusan melaksanakan konsep *al-wakalah* dalam membantu pelaksanaan sesuatu tugas atau keperluan seseorang dapat ditemui menerusi dalil daripada nas syara'. Allah Taala berfirman di dalam Surah al-Isra' yang bermaksud:

“*Sesungguhnya hamba-hambaKu (yang beriman dengan ikhlas), tiadalah engkau (hai iblis) mempunyai sebarang kuasa terhadap mereka (untuk menyesatkannya); cukuplah Tuhanmu (wahai Muhammad) menjadi Pelindung (bagi mereka)*” (Al-Isra', 17: 65).

Ibn Kathir (2000) menghuraikan ayat di atas akan kebesaran kuasa Allah SWT yang mampu melindungi setiap umat manusia yang sebenar-benar percaya dan ikhlas kepadaNya daripada terjerumus ke lembah kebinasaan lagi menyesatkan. Allah SWT menjadi wakil untuk pemeliharaan kesejahteraan hidup Muslimin dan Mulimat berdasarkan sifatNya yang Maha Kuasa daripada tersasar jauh berpandukan kepercayaan dan pematuhan ajaran Islam yang sebenar. Menurut al-Asqalani (1995), Rasulullah SAW juga bersabda yang bermaksud:

“*Rasullah SAW mengutuskan al-Su'at untuk memungut zakat*”

Kesimpulan daripada dalil-dalil di atas, *al-wakalah* dijadikan medium yang menghubungkan di antara sesuatu perkara dan keperluan untuk ditunaikan dengan syarat tertentu melalui wakil yang dipilih. Keharusan untuk melaksanakannya ditonjolkan melalui penekanan maksud ayat yang dinyatakan dan pengamalan yang dilakukan oleh baginda Rasulullah SAW.

### **Rukun dan Syarat al-Wakalah**

Empat rukun *al-wakalah* diperkenalkan para fuqaha' adalah pewakil, wakil, perkara yang diwakilkan dan *sighab*, (al-Zuhaily, 1985). Pertama, al-Jaziri (2000) menetapkan akan pewakil yang hendak mewakilkan perkara atau harta tersebut disyaratkan terdiri daripada individu atau pihak yang berhak dan berkelayakan untuk menguruskannya sebelum diserahkan kepada wakil. Menurut al-Sharbini (1997) pula, orang gila atau kanak-kanak yang belum *mumayyiz* dikecualikan memiliki hak dan bertindak sebagai pewakil. Al-Zuhayli (1984) berpendapat bahawa kanak-kanak yang telah *mumayyiz*, diberi keizinan sebagai pewakil hanya kepada perkara yang bermanfaat sahaja dan sekiranya diberi keizinan oleh walinya. Contohnya, dalam urusan jual beli dan sewa menyewa. Dalam hal ini, Shafi'i, Maliki dan Hanbali berpandangan berbeza dengan tidak mengharuskannya.

Rukun kedua adalah wakil. Al-Zuhayli (1984) menyatakan keperluan untuk wakil terdiri daripada individu atau pihak yang berakal. Shafi'i, Maliki dan Hanbali bersepakat bahawa tidak sah jika wakil tersebut di kalangan kanak-kanak kerana mereka belum sampai pada tahap menggalas tanggungjawab yang dilakukan oleh mukallaf. Namun, Hanafi membenarkannya setelah mendapat keizinan daripada wali mereka. Seterusnya, al-Nawawi (2003) menjelaskan rukun ketiga adalah perkara yang hendak diwakilkan. Ia syatinkan perlu diketahui secara jelas di antara wakil dan pewakil bagi mengelakkan daripada kekeliruan dan penipuan. Seterusnya, perkara atau harta yang hendak diwakilkan itu tidak bercanggah dengan hukum syar'i, urusan *al-wakalah* tersebut menjadi tidak sah jika didapati perkara tersebut adalah haram di sisi Islam. Kemudian, dimiliki secara pasti oleh pewakil yang hendak mewakilkan kepada wakil dilantik.

Tambahan pula, al-Zuhayli (1999) menghuraikan *al-wakalah* hanya boleh didirikan terhadap mewakilkan perkara yang harus diwakilkan atau dikendalikan sahaja. Ia meliputi bahagian harta, hutang dan perundangan. Manakala dalam hal berkaitan ibadat, *al-wakalah* diharuskan terhadap beberapa perkara seperti zakat, kafarah dan sedekah. Manakala haji dan umrah, ia ditujukan kepada pewakil yang berada dalam keadaan uzur syari'i. Rukun terakhir pula ialah *sighab*. Ia merupakan lafaz atau ikrar semasa memberi atau menyerahkan keizinan atau hak dari satu pihak kepada pihak yang lain. Al-Khin (2005) menyatakan keperluan kepada lafaz tersebut sebagai batasan daripada urusan perwakilan yang hendak dilaksanakan itu menjadi tidak sah dan dilarang.

## **Kategori al-Wakalah**

Al-Khin (1996) menjelaskan kategori *al-wakalah* terbahagi kepada empat kategori bergantung kepada kesesuaian jenis pelaksanaan. Kategori pertama adalah *al-wakalah* terhad (*mukayyad*) yang mengehendkan tindakan wakil untuk menguruskan permintaan pewakil berdasarkan syarat tertentu seperti jenis pelaksana, tempat, masa dan harga. Ia tidak akan terlaksana sekiranya menjangkai kemampuan wakil untuk menguruskannya, Deen (1995). Kategori kedua pula adalah *al-wakalah* Mutlak. Ia dilaksanakan dengan tidak dibatasi oleh syarat tertentu, bahkan dibuka kebebasan kepada wakil untuk melaksanakan urusan perwakilan selagi mana tidak berlawanan dengan matlamat dan terlebih dahulu mendapat keizinan oleh pewakil, Deen (1995). Kategori ketiga adalah *al-wakalah* dengan upah yang menyaksikan pelaksanaan perwakilan dengan disertakan se bentuk upahan. Hal tersebut bertujuan untuk memastikan kualiti urusan perwakilan berjaya dikawal dengan sebaiknya. Namun begitu, al-Zuhayli (1985) menemukan terhadap larangan yang perlu dipatuhi di kalangan wakil apabila melibatkan pengunduran diri selepas dibekalkan upahan tersebut sebelum melaksanakan atau menyelesaikan urusan perwakilan terbabit. Manakala kategori keempat pula ialah *al-wakalah* tanpa upah yang lebih menfokuskan kepada urusan perwakilan yang dijalankan secara sukarela dan tidak disyaratkan pewakil untuk pewakil menyediakan se bentuk upahan kepada wakil. Tindakan perwakilan ini lebih tertumpu kepada matlamat tolong-menolong dan kasih sayang di kalangan masyarakat, al-Zuhaily (1985).

## **METODOLOGI**

Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif yang melibatkan kaedah perpustakaan bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena berkaitan persoalan kajian. Ia menjurus kepada bentuk konsep hukum *al-wakalah* yang diaplikasikan dalam pembangunan sistem perniagaan francais. Di samping itu, kajian ini menggunakan kaedah temubual bagi memperincikan lagi setiap permasalahan yang berlaku dalam francais. Temubual yang dilakukan adalah menerusi secara langsung dan panggilan telefon mengikut kaedah semi berstruktur. Selain itu, kaedah observasi turut dilakukan dengan pengkaji mengunjungi sendiri ke outlet francais yang diketengahkan dalam kajian ini. Kajian ini mengkhususkan kepada perniagaan francais yang dijalankan dalam tempoh lima tahun kebelakangan ini dalam Malaysia melibatkan pelbagai produk yang dipasarkan.

## **DAPATAN KAJIAN**

Setelah mengenalpasti penerapan konsep *al-wakalah* jelas terdapat dalam perniagaan francais yang giat dibangunkan dari pelbagai sektor, pengkaji menampilkan dapatan kajian tersebut dari sudut pemberi francais atau dikenali francaisor dan penerima francais iaitu francaisi. Pengkelasan tersebut merangkumi beberapa aspek utama yang dijalankan sepertimana kandungan dalam perjanjian di kalangan pengusaha francais. Ia dapat difahami seperti berikut:

### **Dari Sudut Francaisor**

#### **Aspek Pendaftaran**

Proses pendaftaran francais merujuk kepada pembukaan syarikat, izin penggunaan cap dagang dan penjualan jenis produk. Ketulenan penglibatan dalam francais dapat disaksikan dengan pendaftaran yang sah terhadap pendaftar yang mewakili barisan kepimpinan negara atau kerajaan di sesebuah negara bersandarkan kepada akta yang telah ditetapkan. Setiap pemberi francais atau penerima francais perlu membuat pendaftaran terlebih dahulu kepada pendaftar yang dilantik dengan mematuhi syarat-syarat tertentu sebelum memastikan syarikat francais terbabit dapat dijalankan dengan sah (Akta Francais 1998 (Pindaan) 2012). Menerusi skim pendaftaran yang

disediakan, francais bergantung sepenuhnya kepada francaisor untuk menguruskan hal terbabit di atas kepercayaan yang tidak berbelah bahagi. Kaedah pendaftaran boleh dilakukan dengan mengemukakan dokumen penzahiran francais yang lengkap, sampel perjanjian, manual latihan, salinan penyata kewangan yang disahkan dan apa juga butiran yang difikirkan perlu (Mohamad Yusof, 2013).

Oleh yang demikian, Juarjir (1995) dalam kajian beliau menghuraikan prinsip *al-wakalah* diaplikasikan dengan sepenuhnya apabila penerima francais bertindak sebagai pewakil menyerahkan tugas kepada pemberi francais sebagai wakil untuk mendaftarkan penglibatan mereka. Pendaftaran francais tersebut boleh dilakukan kepada Pendaftar yang dilantik dan Kementerian Perdagangan Dalam negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDNHEP) adalah organisasi berautoriti menguruskan pendaftaran francais di Malaysia. Pendaftaran tersebut harus dilakukan selepas kontrak francais berlangsung dengan sempurna. Hal tersebut menunjukkan jalinan hubung di antara wakil dan pewakil yang berfungsi untuk memastikan sasaran matlamat dalam perniagaan francais tercapai.

### **Aspek Latihan dan Bimbingan**

Skim bimbingan dalam perniagaan merupakan satu usaha yang wajar diterapkan sedar dari awal penubuhan sebuah syarikat. Terkandung di dalamnya elemen utama dan diperakukan oleh badan berautoriti supaya perniagaan yang dibangunkan dapat mengikut aturan yang ditetapkan dengan baik. Sistem francais tampil sebagai pakej perniagaan yang memperuntukkan setiap penerima francais berdaftar perlu menjalani sesi latihan dan bimbingan sama ada berperingkat atau pun sebaliknya. Sesi tersebut dirancang oleh pemilik syarikat francais dengan dikendalikan oleh kumpulan yang berpengalaman luas dan terlatih dalam sesebuah syarikat. Menurut Hassan (2009), kepentingan sesi bimbingan dan latihan ini mampu membantu lebih ramai usahawan untuk menjalankan perniagaan dengan terancang dan diyakini sementelah setiap ruang asas di dalam francais dibimbing dengan berkesan.

Setiap sesi berkenaan dijadikan sebagai pendorong kepada usahawan francais dan dilakukan berbeza berpandukan prinsip syarikat, jenis produk dan sasaran perniagaan masing-masing. Melihatkan kepada kepentingan di atas, maka pemberi francais bertindak sebagai wakil menyediakan sesi latihan dan bimbingan secara efektif kepada pewakil yang terdiri daripada penerima francais. Penerima francais berhak mendapatkan sesi latihan tersebut bagi memastikan perjalanan francais yang akan dibangunkan bertepatan dengan kehendak dan ciri-ciri pemberi francais. Justeru, wakil dan pewakil dalam aspek ini dilihat berganding bahu mendapatkan hasil yang terbaik. Namun, adalah menjadi keperluan kepada wakil iaitu wakil daripada pemberi francais yang menyampaikan sesi latihan ini memiliki kefahaman terhadap urusan francais dengan jitu dan kebolehan dalam bidang penyampaian dengan baik agar tidak berlaku percanggahan maklumat mengendalikan francais. Hal ini dilihat secara teku'j kerana terdapat syarat menjadi *ahwakil* adalah *al-rushd* iaitu bijak menguruskan sesuatu perkara.

### **Aspek Penyelidikan dan Pengagihan Sumber**

Penyatuan usahasama dalam francais menjadikan perniagaan yang mengamalkan cara ini terus diyakini dan berkemampuan dalam menjana pendapatan kepada golongan yang terlibat. Aspek penyelidikan perlu dilaksanakan terlebih dahulu oleh pemberi francais secara tertib dan tepat supaya ia berjaya menarik minat penerima francais untuk terlibat membangunkan francais daripada jenis produk dan syarikat yang diyakini. Aspek penyelidikan tersebut merangkumi modul francais, ketahanan sumber, keupayaan produk, penyelenggaraan, pemasaran dan perangkaan jumlah keuntungan boleh dicapai. Penyelidikan yang baik akan membentuk hasil pelaksanaan yang padu jika ia selari mengikut perancangan dibuat. Kemudian, telah menjadi tugas kepada pemberi francais menyusun atur urusan pengagihan sumber asas francais kepada rangkaian francais yang telah berdaftar.

Hal tersebut perlu melalui penelitian yang baik oleh kumpulan petugas yang dilantik supaya francais dapat berjalan dengan lancar, ketulenan produk dipelihara dan menepati etika francais sebenar. Pemilik francais akan memenuhi permintaan penerima francais berhubung dengan sumber jualan mengikut jadual yang ditetapkan atau keperluan semasa. Pemberi francais berperanan sebagai wakil apabila kumpulan ini ditanggungjawabkan menjalankan penyelidikan dengan menyeluruh sebelum membuka tawaran kepada bakal penerima francais berminat untuk turut terlibat bersama. Maka, konsep *al-wakalah* sesuai dijadikan sandaran kepada aspek tersebut apabila melihat kekuatan yang terdapat padanya perlu diselaraskan dengan baik.

### **Aspek Kewangan dan Promosi**

Pendorong kuat setiap usahawan dalam penglibatan francais adalah kesediaan dan pengurusan kewangan yang baik. Skala kewangan memainkan peranan besar kepada corak urus niaga yang ingin ditawarkan kepada masyarakat. Para usahawan akan memiliki kuasa yang luas untuk menentukan perancangan perniagaan dengan bersandarkan kepada modal yang besar dan begitu juga sebaliknya, Rohaizat (2002). Sistem francais merupakan sistem membantu usahawan yang bernaung di bawah syarikat berkaitan dalam hal kewangan seperti permohonan pinjaman dan tindakan penyelarasan akaun francais. Perkara ini turut disokong oleh Daud et al. (2015) yang menjelaskan fungsi kewangan yang perlu diuruskan dengan baik sebagai langkah membantu memastikan sumber pendapatan dan perbelanjaan agar tidak berlaku lebih pengeluaran kepada perkara yang tidak menjadi keutamaan sebagai bentuk pembaziran. Namun begitu, terdapat banyak saluran kewangan yang sedia dibuka kepada francais sama ada dengan cara pinjaman atau pun pemberian dana.

Ia dapat dilihat menerusi bentuk pinjaman oleh institusi perbankan yang diiktiraf dalam negara seperti CIMB Bank Berhad dan Maybank Berhad di bawah bahagian skim pembiayaan francais (SPF) dengan kerjasama Kementerian Perdagangan Dalam Negeri Dan Hal Ehwat Pengguna serta Credit Guarantee Corporation (CGC) dengan syarat yang telah ditentukan. Tidak hanya di situ, Gruber (2004) menjelaskan bahawa francaisor juga berperanan menyusun dan melaksanakan beberapa promosi francais yang dibangunkan sama ada menggunakan cara tradisi atau pun medium terkini bergantung kepada faktor jenis produk, kesesuaian waktu seperti musim perayaan dan juga saluran hebahan.

Menerusi aspek pelaksanaan dalam perniagaan francais oleh francaisor sebagai pemberi francais yang dikemukakan di atas, maka pengkaji mengenalpasti peranan aspek tersebut mempunyai hubung kait dengan penerapan konsep *al-wakalah*. Ia menunjukkan golongan tersebut berperanan besar bagi mengembangkan industri francais dengan menjadi wakil kepada penerima francais sepertimana yang terkandung dalam perjanjian francais. Nilai persefahaman, persepakatan dan pertolongan menjadi teras matlamat francais untuk membantu usahawan di kalangan penerima francais memulakan dan menjalankan perniagaan francais.

### **Dari Sudut Francaisi**

#### **Aspek Pemasaran**

Kotler (2009) menghuraikan pemasaran merupakan peranan sesebuah institusi atau persendirian untuk membina, mengendalikan proses, menghebahkan dan memperkenalkan produk kepada masyarakat sebagai orang ketiga dalam piramid perniagaan yang mampu memberi pulangan keuntungan kepada institusi berkenaan melalui urusan jual beli. Dalam hal ini, francais sebagai kumpulan yang menerima keizinan untuk melaksanakan francais berusaha akan sebaik mungkin memasarkan produk yang telah ditetapkan oleh syarikat francais. Teknik pemasaran tersebut mengikut garis panduan yang direncanakan sepanjang kontrak berlangsung tanpa dibenarkan melakukan perkara di luar kandungan perjanjian kontrak dan penetapan syarat-syarat yang bersesuaian.

Fuad et al. (2009) dalam kajiannya menekankan akan setiap francais mempunyai teknik pemasaran yang berbeza bergantung kepada jenis produk dan kepentingan syarikat yang dapat

memenuhi keperluan pengguna. Justeru, penerima francais menjadi agen yang penting sebagai wakil kepada pemberi francais dalam pengembangan francais yang dijalankan dengan memastikan produk francais dapat dipasarkan dengan tertib dan baik. Selain itu, francais juga perlu menyediakan kumpulan kakitangan terlebih dahulu bagi melancarkan lagi urusan pemasaran francais sepertimana yang disasarkan. Namun, terdapat juga perniagaan francais yang tidak memerlukan kakitangan sokongan pada kadar tertentu atau dalam kadar yang rendah seperti perniagaan francais layan diri yang didirikan.

### **Aspek Penyediaan Modal**

Modal merupakan asas utama dalam pelaksanaan perniagaan termasuk francais yang dibangunkan. Menerusi perniagaan francais, bentuk modal terbabit ditentukan sendiri oleh syarikat francais melalui francaisor yang mengasaskan francais dan bertanggungjawab terhadap urusan pentadbiran francais. Modal yang perlu disediakan merangkumi kepentingan terhadap pendaftaran francais, penyediaan sumber, urusan pembukaan francais, promosi, penyediaan produk dan sebagainya yang dapat dibuktikan melalui obligasi yang sah. Perkara ini perlu dijelaskan sebaik sahaja perjanjian francais dilakukan. Dalam hal ini, Mathewson & Winter (1985) berpendirian bahawa francais berperanan sebagai wakil dalam perniagaan francais membantu pengembangan francais dengan penyediaan modal tertentu. Tidak dinafikan, modal yang sedia ditawarkan daripada francais berpotensi kepada pembentukan jenis francais mengikut skala yang tertentu. Oleh itu, terdapat modal yang disediakan pada permulaan perjanjian sebagai pendaftaran dan sepanjang perniagaan beroperasi sebagai modal sokongan francais.

Justeru, konsep *al-wakalah* dilihat terhadap perkara yang dijalankan bersandarkan kepada keperluan francais untuk memasarkan produk dan menyediakan modal untuk pelaksanaan perniagaan francais. Dalam hal ini, francais menjadi wakil kepada pewakil yang terdiri daripada francaisor. Konsep perwakilan yang didirikan akan terus berlangsung selagimana padanya tiada berlaku penipuan, pengkhianatan dan kecuaiian tanggungjawab. Hal sedemikian menepati rukun *al-wakalah* apabila memenuhi rukun konsep tersebut dengan tepat iaitu francaisor dan francais sebagai pewakil mengikut kesesuaian tugas yang dilaksanakan, begitu juga terhadap wakil dalam kalangan mereka sepertimana yang dijelaskan oleh pengkaji di atas, perkara yang diwakilkan iaitu hal-hal yang berkaitan dengan francais seperti tugas pendaftaran, insurans francais, pemasaran serta penyediaan modal dan *sighab* menerusi perjanjian yang disepakati dalam kontrak francais.

### **KESIMPULAN**

Kajian ini memberi fokus terhadap penerapan konsep *al-wakalah* yang boleh ditemui dalam perniagaan francais melibatkan tugas francaisor dan francais bermula dari perjanjian berlangsung. Francais pula merupakan bentuk perniagaan yang dibangunkan secara serentak dan konsisten berpandukan syarat dan dasar yang ditentukan. Oleh yang demikian, kajian ini menemui hubungan yang erat terhadap penerapan konsep *al-wakalah* dalam perniagaan francais menerusi beberapa aspek utama seperti pendaftaran, pengagihan sumber dan pemasaran yang berhubung di antara satu sama lain. Jika melihatkan kepada sistem francais yang diperkenalkan, pemberi francais merupakan pemegang mutlak sistem francais ke atas produk yang dipasarkan. Manakala penerima francais pula bertindak sebagai agen terhadap pemilik syarikat atau pemberi francais berdasarkan kepada tugas utama pembabitan mereka memasarkan produk yang diperkenalkan. Namun begitu, terdapat sebahagian tugas yang menyaksikan kepada pemberi francais perlu bertindak menjadi wakil kepada penerima francais yang telah melakukan kontrak francais dengan sempurna. Hal tersebut dapat dilihat kepada beberapa tindakan seperti pendaftaran, penyelidikan dan publisiti berdasarkan jumlah pelaburan yang disediakan oleh penerima francais. Oleh yang demikian, pengkaji merumuskan bahawa tiada penetapan secara khusus di kalangan pemberi francais sebagai pewakil dan penerima francais pula sebagai wakil secara berterusan, bahkan juga sebaliknya berdasarkan aspek yang tertentu dalam usahasama



memajukannya dengan mengikut perundangan tempatan. Ini adalah kerana masing-masing berperanan besar terhadap pembangunan francais menerusi aspek tugas tersendiri selepas meneliti akan keperluan tersebut. Ada ketikanya pemberi francais berfungsi sebagai wakil dalam aspek tertentu tetapi menjadi pewakil dalam aspek yang lain, tidak terkecuali juga kepada penerima francais seperti yang terkandung pada bahagian dapatan kajian. Selain daripada fokus kajian yang sama, kajian ini boleh dilanjutkan kepada penyataan isu berbangkit dalam perniagaan francais dari sudut pandang konsep *al-wakalah* di Malaysia dan langkah mengatasinya. Ini kerana, ia dapat membuktikan kepada masyarakat akan keutuhan konsep perwakilan dalam Islam sebagai jaminan membangunkan sistem francais khususnya dan keberkesanan untuk tempoh yang panjang.

## PENGHARGAAN

Pengkaji mengambil kesempatan merakamkan sekalung penghargaan ucapan terima kasih kepada University of Malaya Student Financial Aid (UM Financial Aid), Institut Pengurusan dan Perkhidmatan Penyelidikan Universiti Malaya (IPPP UM) di atas usaha menyalurkan bantuan pembelajaran sepanjang pengajian di peringkat ini dan seterusnya melancarkan lagi proses penyelidikan yang sedang dijalankan mengikut tempoh waktu ditetapkan.

## RUJUKAN

- Abdul Aziz, A. (1999). *Perniagaan francais di Malaysia: Perspektif dan panduan*. Creative Energy Enterprise.
- Ahmad, A. & Wahid, H. (2017). Kontrak wakalah dalam agihan zakat: Kajian di Majlis Agama Islam Wilayah Persekutuan. In Wahid, H., Mohd Noor, M. A., Abdul Wahab, A., & Abdul Rahim, M. T. (Eds.), *Pengurusan zakat di Malaysia: Satu pendekatan analisis gelagat* (pp. 171-188). UKM.
- Al-Asqalani, Ahmad bin Ali bin Hajar. (1995). *Talkhis al-Habir fi Takhrij Ahadith al-Rafi'i al-Kabir*. t.t: Dar al-Misykat.
- Al-Bakri, Z. M. (2011). *Kewangan Islam dalam Fiqh Syafi'i*. IBFIM.
- Al-Jaziri, Abd al-Rahman Muhammad Aud (2001). *Al-fiqh 'ala al-mazahib al-arba'ah*. Muassasah al-Mukhtar.
- Al-Nawawi, Abu Zakaria Yahya Sharf. (2003). *Raudah al-talibin*. Dar al-Kutub al-'Ilmiah.
- Al-Quran al-Karim
- Al-Sharbini, Shams al-Din Muhammad al-Khatib. (1997). *Mughni al-mubtaji*. Dar alMa'rifah.
- Caves, R. E., & Murphy, W. F. (1976). Franchising: Firms, markets and intangible assets. *Southern Economic Journal*, 42(4), 572-586. DOI: 10.2307/1056250
- Daud, M. Z., Rosland, A., & Hasbulah, M. H. (2015). Kepentingan dan keperluan perancangan harta dalam Islam: Penilaian menurut perspektif maqasid syariah. *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, 12(1), 6-88.
- Durack, K. T. (1998). Authority and audience-centered writing strategies: Sexism in 19<sup>th</sup> Century sewing machine manuals. *Technical Communication*, 45(2), 180-196.
- Fuad, M., Christine, H., & Nurlela. (2009). *Pengantar bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Gruber, M. (2004). Marketing in new ventures: Theory and empirical evidence. *Schmalenbach Business Review*, 56(2), 164-199. DOI: 10.1007/BF03396691
- Hassan, Z., Silong, A. D., & Muslim, N. (2009). Kepimpinan beretika dan kecemerlangan organisasi dalam perkhidmatan awam. *Jurnal Pengajian Umum Asia Tenggara*, 10, 39-52.
- Ibn Kathir, Abi al-Fida' Ismail bin Umar bin Kathir. (2000). *Tafsir al-Qura'an al-Azim*. Dar Ibn Hazm.
- Ibn Manzur. (1997). *Lisan al-'arab*. Dar Ihya' al-Turath al-'Arabi.

- Juarjir, S. (1995). *Aspek-Aspek hukum francais dan perusahaan trans nasional*. Citra Aditya Bakti.
- Kamus Dewan. (2010). Edisi Keempat. Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Khairul Imran Adnan (Eksekutif Bahagian Pemasaran dan Pembangunan Perniagaan Francais, Perbadanan Nasional Berhad(PNS), Aras 12, Menara PNS, bangunan 7, Bandar Bangsar South, No. 8 Jalan Kerinchi, 59200 Kuala Lumpur.
- Kotler P. (2009). *Marketing management* (12th ed.). Pearson Education.
- Majma' al-Lughah al-'Arabiyyah. (1985). *Al-Mu'jam al-Wasit*.
- Mathewson, G. F., & Winter R. A. (1985). The economics of franchise contracts. *Journal of Law and Economics*, 28(3), 503-526. DOI: 10.1086/467099
- Mendelsohn, M. (1995). *The guide to franchising*. Cassell Publisher Limited.
- Mohamad Yusof, M. J. (2013). *Akta Francais 1998 (Pindaan) 2012: Melindungi hak francaisor dan francaisi*. Universiti Utara Malaysia.
- Mohd Napih, M. D. (1995). *The theory of the ejency (al-wakalah) in Islamic law* (PhD thesis). Glasgow Caledonian University, United Kingdom.
- Mustafa al-Khin et. al. (2005). *Kitab Fiqh Mazhab al-Shafi'i*. Pustaka Salam.
- Mustafa al-Khin et.al. (1996). *Al-Fiqh al-Manhaji*. Dar al-Ulum al-Insaniah.
- Rohaizat, B. (2002). *Kejayaan atau kegagalan dalam perniagaan*. *Dewan Ekonomi*. Edisi Jun. Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Rubin, P. H. (1978). The theory of the firm and the structure of the franchise contract. *Journal of Law and Economics*, 21(1), 223-233. DOI: 10.1086/466918
- Suarni. (2016). *Analisis penerapan akad wakalah bil ujab pada produk bringin investama syariah* (Tesis Sarjana). Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar.
- Wahbah al-Zuhaily. (1999). *Fiqh dan perundangan Islam*. Trans. by Salamon, A. S. et. al. Dewan Bahasa dan Pustaka.