

KENYATAAN MEDIA



KEMENTERIAN PERDAGANGAN DALAM NEGERI DAN HAL EHWAL PENGGUNA
No. 13 Persiaran Perdana, Presint 2,
62623 Putrajaya
No. Telefon : 03-8882 5562
No. Fax : 03-8882 5569

PERASMIAN PAVILION MALAYSIA DI INTERNATIONAL FRANCHISE, LICENSE & BUSINESS CONCEPT EXPO 2022, JAKARTA, INDONESIA

JAKARTA, 6 Ogos 2022 – Delegasi Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (MDTCA) di dalam Misi Perdagangan Francais ke Jakarta, Indonesia diketuai Dato' Rohaizi Bin Bahari, Pengarah Kanan, Sektor Perdagangan, Pengedaran dan Perniagaan, KPDNHEP ke *International Franchise, Licence & Business Concept Expo (IFRA) 2022* Jakarta, Indonesia Dari 5 – 7 Ogos 2022

2. Misi Perdagangan Francais Malaysia ini adalah bawah program *Enhanced Franchise Development Programme (EFDP)* dengan kerjasama Persatuan Francais Malaysia (MFA). Misi perdagangan ke Indonesia adalah misi ke-4 yang dijadualkan tahun ini selepas misi perdagangan ke Arab Saudi, Bosnia-Herzegovina dan Afrika Selatan.

3. Delegasi itu turut disertai oleh empat belas (14) jenama francaisor Malaysia iaitu Ar-Rahn, Bubblebee, CIC Where Leaders Are Born, Genius Aulad, Home Maths Theraphy, Kenny Rogers Roasters, Laundrybar, Little Caliphs, Marrybrown, Oldtown White Coffee, Poney , Siti Khadijah, Smart Readers Kids dan US Pizza.

4. **Francais Pavilion Malaysia di IFRA 2022 telah dirasmikan oleh Encik Adlan Bin Mohd Shaffieq, Kuasa Usaha Sementara Kedutaan Besar Malaysia di Indonesia. Dalam uapptama pada majlis perasmian, beliau menyatakan bahawa Malaysia dan Indonesia adalah negara jiran dan ‘Serumpun’ yang membolehkan kita mempunyai kerjasama yang baik dalam sektor ekonomi dan diplomatik. Kerana hubungan yang baik ini, maka terdapat banyak syarikat francaisor Malaysia yang berjaya menembusi pasaran Indonesia dan juga syarikat-syarikat Indonesia ke Malaysia. Di peringkat global, jenama francais Malaysia juga telah berkembang sebagai jenama terkemuka di seluruh dunia, dengan lebih daripada 68 jenama di 74 negara.**

5. Dalam program yang sama juga, ucapan alu-aluan oleh Dato’ Rohaizi Bin Bahari ada menyebut bahawa Malaysia telah menghasilkan banyak jenama francaisor yang menembusi pasaran antarabangsa sejak 1980. Bagi tujuan ini Malaysia telah memperkenalkan Program Pembangunan Francais sejak 1994 dan Malaysia adalah negara pertama di Asia Tenggara yang mengadakan Akta Francais pada tahun 1998.

6. Di samping itu, Dato’ Rohaizi Bin Bahari berkata misi yang dirancang di EFDP berhasrat untuk menggalakkan pengembangan jenama Malaysia ke pasaran antarabangsa dan mencari pelabur berpotensi yang sesuai melalui program pepadanan perniagaan. Jenama Francais Malaysia juga telah berkembang sebagai jenama terkemuka di seluruh dunia, dengan lebih daripada 68 jenama di 74 negara. **Pada tahun 2021, industri francais di Malaysia telah mencatatkan jumlah jualan RM13 bilion, iaitu**

peningkatan 16.4% berbanding 2018, dengan jualan lengkap RM11.16 bilion.

7. Untuk mencapai lebih banyak jenama francais tempatan menembusi pasaran antarabangsa, Kementerian juga telah bekerjasama rapat dengan pihak berkepentingan iaitu Perbadanan Pembangunan Perdagangan Luar Malaysia (MATRADE) dan Persatuan Francais Malaysia (MFA) untuk membantu francais berkembang dalam dan luar negara.

**Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna
Jakarta, 6 Ogos 2022**

LATAR BELAKANG

Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDNHEP) telah ditubuhkan pada 27 Oktober 1990. Matlamat penubuhan Kementerian adalah untuk menggalakkan pembangunan perdagangan dalam negeri yang berdaya maju, berdaya saing, dan berdaya mampan, khususnya di dalam sektor perdagangan pengedaran. Sektor perdagangan pengedaran adalah antara penyumbang utama KDNK negara dan ia bertindak sebagai benteng kestabilan ekonomi, terutama semasa situasi ekonomi luaran berada di dalam keadaan ketidakpastian. Perdagangan pengedaran perlu kukuh bagi menampunkan sebarang ketidakstabilan dalam ekonomi negara.

Dalam masa yang sama, Kementerian juga komited dalam melindungi kepentingan dan hak-hak pengguna. Ini termasuk membangunkan ekosistem pengguna dan peniaga yang bersifat melengkap dan ke arah *self-regulated*, seiring dengan aspirasi ke arah masyarakat negara maju. Ia diharapkan akan melahirkan pengguna dan peniaga yang matang dan beretika dalam berurusan niaga, dan hasilnya adalah negara yang seimbang dari segi ekonomi dan sosial.

Agensi di bawah KPDNHEP :

