

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Penelitian ini di mulai pertama kali karena adanya peraturan usaha waralaba yang di keluarkan Pemerintah Kota Yogyakarta melalui Peraturan Walikota Nomor 79 Tahun 2010 yang sudah berjalan di lingkungan masyarakat Kota Yogyakarta kurang lebih selama dua tahun. Dalam pelaksanaan kebijakan peraturan Walikota Yogyakarta tentang usaha waralaba terdapat beberapa permasalahan seperti usaha waralaba yang tidak sesuai dengan peraturan yang di tetapkan, ada juga yang memalsukan izin agar usaha waralabanya tidak di gusur pemerintah Kota Yogyakarta.

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, saat ini terdapat 33 pasar tradisional dan 54 minimarket waralaba di Kota Yogyakarta dimana 52 minimarket waralaba tersebut sesuai dalam ketentuan yang terdapat dalam Peraturan Walikota Yogyakarta No. 79 tahun 2010 tentang Pembatasan Usaha Waralaba Minimarket. Jumlah toko modern di Kota Yogyakarta mengalami pertumbuhan yang sangat pesat sejak tahun 2009 (Disperindagkoptan, 2013).

Pelanggaran lokasi usaha waralaba yang berdekatan dengan pasar tradisional menimbulkan permasalahan bagi pedagang di pasar tradisional ataupun pedagang kelontong karena usaha waralaba yang berdekatan dengan pasar tradisional atau usaha kelontong milik masyarakat membuat omset usaha pasar tradisional dan toko kelontong masyarakat menjadi berkurang (Subarsono,2012:186).

Baswir (2015) mengatakan salah satu dampak negatif globalisasi ekonomi pada perdagangan produk dalam negeri adalah semakin meminggirkan peranannya. Perdagangan produk lokal tidak mampu menahan “serangan” ekspansi dan penetrasi pasar yang sistematis oleh kekuatan permodalan atau kapitalisme global oleh negara-

negara tertentu atas nama mekanisme pasar bebas telah berdampak pada marginalisasi ekonomi rakyat atau potensi pengembangan produk lokal.

Modernisasi menjadi suatu yang tidak dapat di tolak kehadirannya. Apalagi di era modernisasi ini berbagai kebijakan liberalisasi perdagangan dan perjanjian pasar bebas dilaksanakan. Ketidak siapan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) untuk bertarung di kompetisi pasar bebas tersebut akan berdampak negatif bagi perkembangan produk-produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Oleh karena itu, menjadi urgen untuk mendorong potensi-potensi ekonomi lokal yang ada agar mampu bersaing di era nehadapi MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) ini cukup beralasan.

Meskipun selalu di klaim menjadi sektor ekonomi strategis bagi perekonomian nasional akan tetapi sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) masih menghadapi berbagai kendala. Misalnya masih lemahnya akses permodalan, organisasi dan manajemen yang masih tradisional, kurangnya sentuhan teknologi, inovasi desain yang masih kurang bagus serta jaringan pasar yang masih terbatas. Kelemahan tersebut masih ditambah dengan jaringan pasar yang masih terbatas. Kelemahan tersebut masih ditambah dengan minimnya produk-produk yang ada bisa melakukan ekspansi ke pasar yang lebih luas. Masih minimnya sertifikat produk yang dimiliki diperparah dengan pengetahuan para pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) mengenai tata cara ekspor dan impor. Hal inilah yang menjadi faktor penghambat penghambat bagi pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) untuk maju.

Dalam berbagai realitas yang ada proses perizinan seringkali menjadi masalah karena kurang memperhatikan aspek sosial dan ekonomi sebagai indikator pemberi izin. Dalam beberapa regulasi yang ada dampak sosial hanya sering diartikan sebagai

sosialisasi kepada warga masyarakat. Untuk meminimalkan resiko sosia yang ada di masyarakat seharusnya perizinan perlu mencantumkan persetujuan warga masyarakat dengan orbitrasi tertentu dari pendirian toko modern ke berbagai arah. Misalnya 50 meter. Dari aspek ekonomi, regulasi yang ada dalam Peraturan Presiden 112 Tahun 2007 maupun Perda yang ada hanya mengatur jarak antara toko modern dengan pasar tradisional atau warung tradisional tidak memberi batasan kepada toko modern yang satu dengan yang lainnya. Dalam konteks perizinan ini menjadi penting juga untuk memperhatikan pemberian kewenangan izin. Hempri Suyatna (2016:29).

Masyarakat Kota Yogyakarta sekarang lebih memilih berbelanja ke toko waralaba atau toko modern karena barang yang dibutuhkan lebih lengkap dan mudah diperoleh di toko modern dari pada di pasar tradisional dan juga kualitas yang di dapatkan konsumen lebih bagus di toko waralaba atau toko modern. Dengan adanya peraturan Walikota tentang pembatasan usaha waralaba membuat perubahan yang bertahap menjadi lebih baik. Di nilai dari kondisi sosial dan ekonomi di Kota Yogyakarta yang mendukung ataupun yang tidak mendukung dalam pelaksanaan kebijakan Pemerintah Walikota Yogyakarta tersebut. Jika dilihat dari kecenderungan implementor dalam melaksanakan kebijakan lebih memilah kepada masyarakat kecil atau golongan menengah atas. Implementasi kebijakan pembatasan usaha waralaba di nilai sangat efektivitas kebijakannya dinilai dari empat parameter atau indikator penentunya efektivitas kebijakan dilihat dari tujuan dari kebijakan pembatasan usaha waralaba untuk meningkatkan perekonomian tidak hanya untuk golongan menengah ke atas tapi juga golongan menengah ke bawah yang mempunyai usaha toko kelontong atau toko tradisional. Pelaksanaan kebijakan tentang pembatasan usaha waralaba berjalan dengan lancar. Target tujuan kebijakan sudah berjalan dengan tepat.

Indikator keberhasilan dari kebijakan pembatasan usaha waralaba ini adalah ketepatan dalam lingkungan internal dan lingkungan eksternal kebijakan. Dilihat dari lingkungan internal kebijakan dilihat dari interaksi antara perumus kebijakan dan pelaksana kebijakan dengan lembaga lain yang terkait sedangkan lingkungan eksternal kebijakan dilihat dari interaksi di antara lembaga perumus kebijakan dan pelaksana kebijakan dengan implementasi kebijakan. Dapat di tentukan dari hasil penelitian melalui empat indikator penentu efektivitas kebijakan. Dari hasil yang di peroleh dari efektivitas itu di tentukan dari rekomendasi kebijakan dalam meningkatkan efektivitas implementasi kebijakan pembatasan usaha Waralaba di Kota Yogyakarta.

Kepastian hukum tentang implementasi kebijakan waralaba di mulai dengan adanya Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil. Kemudian tanggal 18 Juni 1997 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah RI Nomor 16 1997 tentang waralaba yang kemudian Peraturan Pemerintah tersebut di cabut dan di gantikan dengan Peraturan Pemeritah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba waralaba dengan madsud untuk memberikan kepastian dan memberikan kepastian hukum bagi pemberi waralaba dan penerima waralaba dalam memasarkan produknya. Setelah itu di keluarkan peraturan tentang penyelenggaraan waralaba, yaitu tentang Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 32/M-DAG/8/2008 tentang penyelenggaraan waralaba.

Marina L Pandin mengatakan bahwa pertumbuhan bisnis minimarket sangat pesat selama lima tahun yaitu 2004-2008. Pertahun rata-rata 38,1% atau bisa melampaui pertmbuhan hypermarket sebesar 21,5%, dan supermarket 6,2%. Dari data tersebut dapat di tarik kesimpulan bahwa pasar tradisional dapat terancam dengan banyakna pasar modern seperti minimarket waralaba berjejaring di setiap sudut kota.

Pemerintah kota Yogyakarta mengeluarkan peraturan menteri perdagangan nomor 53/M-DAG-PER/12/2008 tentang pedoman penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan modern.

Pemerintah Kota Yogyakarta dalam rangka memberdayakan usaha mikro kecil dan menengah agar tidak terjadi penguasaan oleh perorangan atau kelompok terkait toko berjejaring agar tidak merugikan usaha kecil dan menata usaha waralaba minimarket tidak mematikan usaha di pasar tradisional maupun toko kelontong milik masyarakat kecil maka Pemerintah Kota Yogyakarta mengeluarkan Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 10 Tahun 2010 tentang pembatasan usaha waralaba minimarket di Kota Yogyakarta. Masyarakat yang memiliki toko kelontong menyambut gembira kebijakan pembatasan usaha waralaba meskipun kebijakan tersebut dinilai sudah terlambat namun para pengusaha kecil-kecilan merasa senang dan memberikan harapan yang lebih baik bagi pelaku usaha kecil dalam hak pelayanan dan persaingan harga.

Berdasarkan Peraturan Walikota tersebut jumlah kuota minimarket waralaba di Kota Yogyakarta dibatasi sebanyak 30 minimarket yang terletak di 5 Kabupaten/Kota Yogyakarta (kecuali kecamatan Keraton) yang terletak di Kabupaten Bantul, Kabupaten Kulon Progo, Kabupaten Gunung Kidul, Kabupaten Sleman, Kota Yogyakarta (jurnal ombudsman daerah edisi:19/tahun XI/2016 tentang pelayanan publik berkualitas adalah hak warga negara). Dari tahun 2016-2017, kuota tersebut sudah terpenuhi sehingga izin usaha toko waralaba minimarket sudah tidak diberikan lagi. Sedangkan yang bisa diproses adalah pendirian toko kebutuhan sehari-hari meskipun tampilannya menyerupai minimarket waralaba, namun jika dikelola secara perseorangan dan bukan berjejaring masih diperbolehkan untuk didirikan.

Lembaga Ombudsman DI Yogyakarta (LO DIY) menemukan ada tujuh Minimarket berjejaring terindikasi melanggar aturan di Kota Yogyakarta. LO DIY merupakan lembaga ombudsman yang secara politik hukumnya berada pada jajaran pemda DIY dalam hal ini keberadaan LO DIY bertanggung jawab langsung kepada Gubernur DIY, dan kebetulan LO DIY ini satu-satunya milik pemerintah daerah yang ada di Indonesia. Ada empat minimarket berjejaring yang melanggar kuota dan tidak di jalan kolektor yaitu di Jl. Jogokariyan, J. Sugiyono, Jl. Batikan dan Jl. Bausasran. Minimarket yang melanggar kuota pendirian ada dua yaitu berada di Jl. Wachid Hasyim dan Jl. Tamansiswa. Satu minimarket melanggar jarak dengan pasar tradisional yang kurang dari 400 meter yaitu di Jl. Bhayangkara. Hampir semua minimarket yang di survey tidak melakukan sosialisasi terhadap warga sekitar. Ada minimarket di Jl.sugiyono Kecamatan Mergangsan yang sebelumnya ada toko eceran tradisional yang akhirnya tutup. LO DIY menemukan delapan minimarket yang di survey hanya ada satu minimarket yang ada gerai UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Dari 8 minimarket yang di survey ada enam minimarket yang berganti nama akan tetapi kepemilikannya tetap sama dengan nama yang terdahulu (Hanum Aryani.2016:120-121).

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana arah kebijakan Pemerintah Kota Yogyakarta dalam penataan waralaba minimarket di Kota Yogyakarta?
2. Bagaimana pengembangan kebijakan peraturan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta dalam rangka penataan waralaba minimarket di Kota Yogyakarta?

C. TUJUAN PENELITIAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Mengacu pada rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Mengetahui arah kebijak pemerintah Kota Yogyakarta dalam rangka penataan toko berjejaring di Kota Yogyakarta.
2. Penegakan kebijakan peraturan oleh pemerintah Kota dalam rangka penataan waralaba minimarket di Kota Yogyakarta.

Penelitian ini di harapkan memberikan manfaat baik secara teoritis dan secara praktis , yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi dan menambah ilmu khususnya tentang kebijakan publik di bidang usaha waralaba yang merupakan salah satu ranah dari kajian PKn serta dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya. Dan penelitian ini juga bermanfaat untuk mengetahui kesesuaian antara aturan yang ada dengan realitas pelaksanaannya di lapangan kehidupan.

2. Manfaat praktis

Bagi Mahasiswa penelitian ini bermanfaat sebagai sarana menerapkan teori yang sudah didapat di bangku kuliah serta sebagai acuan analisis terhadap kondisi sebenarnya di lapangan. Bagi Pemerintah Kota Yogyakarta Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk mengatasi masalah dan dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan kebijakan selanjutnya.

D. LITERATUR REVIEW

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
----	---------------	------------------	------------------

1	<p>Rasidin Karo-Kari Sitepu (2010)</p>	<p>Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Kinerja Ekonomi Regional</p>	<p>Dalam penelitian tersebut di jelaskan bahwa perkembangan pasar modern atau usaha waralaba memberikan efek yang positif karena dapat menumbuhkan perekonomian bangsa dan mengurangi pengangguran karena di sebuah usaha toko modern memerlukan banyak pegawai di dalamnya untuk memberikan pelayanan agar pembeli merasa nyaman saat berbelanja. Namun dalam sektor perdagangan justru mengalami penurunan karena di duga karena persaingan antara pasar modern dan pasar tradisional. Pengaruh penurunannya di dalam sektor perdagangan yang kebanyakan di sektor perdagangan pasar tradisional menyebabkan penurunan pada pendapatan asli daerah (PAD)</p>
---	--	---	--

			<p>karena rata-rata retribusi pasar tradisional menggunakan aset daerah yang akan dikenakan pajak untuk penambahan pendapatan asli daerah.</p>
2	<p>Meita Iffah, Fauzu Rizal Sutikno, Nindya Sari (2010)</p>	<p>Pengaruh Toko Modern terhadap Toko Usaha Kecil Skala Lingkungan (Studi Kasus: Minimarket kecamatan Blimbing, Kota Malang)</p>	<p>Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya perubahan kebiasaan masyarakat di kawasan kecamatan Blimbing dalam berbelanja sebelum dan sesudah berdirinya minimarket di kawasan tersebut. Dengan semakin mudahnya jangkauan di minimarket tersebut akan membuat masyarakat lebih memilih berbelanja di minimarket karena pelayanannya yang baik dan mudah. Menurut penelitian disatu minimarket dapat mempengaruhi 4 usaha kecil dengan rata-rata friksi 57,29%. Sebuah penelitian mengetakan</p>

			<p>semakin jauhnya usaha kecil dengan toko besar pengaruh yang di sebabkan akan semakin kecil dan semakin dekatnya toko kecil terhadap toko besar dampak yang di timbulkan akan semakin besar karena konsumen yang datang ke toko kecil akan semakin banyak jika berjauhan dengan toko besar sedangkan jika semakin dekat toko kecil dengan toko besar akan menyebabkan konsumen datang ke toko modern lebih banyak.</p>
3	<p>Pusat studi Ekonomi dan Kebijakan Publik (PSE-KP) Universitas Gadjah Mada</p>	<p>Kajian Dampak Keberadaan Toko Modern di Kota Yogyakarta tahun 2012.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa berbagai dampak dengan banyaknya pendirian toko modern di lingkungan masyarakat saat ini. Walaupun hal tersebut berdampak positif maupun negatif terhadap sosial dan ekonomi masyarakat kecil ataupun</p>

			<p>masyarakat yang mempunyai warung kelontong. Dilihat dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa menurut masyarakat pemilik usaha kecil atau toko kelontong adalah dengan adanya toko modern di sekitar toko kecil dianggap menjadi penyebab berkurangnya penghasilan toko kecil tersebut karena toko modern dianggap sebagai pesaing bagi pemilik toko kecil karena pemilik toko kecil menganggap toko modern tidak bisa di ajak bekerja sama.</p>
4	<p>Muhammad Yusuf, Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret Surakarta 2009</p>	<p>Tinjauan Konsep Bisnis Waralaba (<i>Franchise</i>) Berdasarkan Ketentuan Hukum Islam</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa bisnis waralaba tidak bertentangan dengan syariat islam. Namun untuk konsep waralaba sesuai dengan syariat islam harus yaitu maisir, asusila, gharar, haram, riba, ihtikar, dan berbahaya. Islam</p>

			<p>harus selalu mengikuti perkembangan jaman atau mengikuti modernisasi sesuai dengan syariat islam. Revisi atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1989 yang telah di Undangkan dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2006 juga tidak dapat di lepas dengan adanya modernitas yang tengah terjadi di tengah-tengah masyarakat indonesia.</p>
5	Hempri Suyatna (2016)	Penguatan UMKM di Era Modernisasi	<p>Pada penelitian tersebut dijelaskan bahwa dengan adanya gobalisasi ekonomi jika di manfaatkan dengan baik akan menimbulkan sesuatu yang positif yaitu dengan memanfaatkan peluang yang di tawarkan dari globalisasi ekonomi ini merupakan solusi yang dapat di tawarkan. Dalam konteks</p>

			<p>inilah peran pemerintah di perlukan dalam membuat regulasi yang keberpihak pada ekonomi lokal. Pemberian proteksi maupun berbagai bentuk subsidi, insentif kepada para pelaku ekonomi loka dapat di lakukan oleh pemerintah.</p>
6	Hasto Wardoyo (2016)	<p>Praktek Sederhana Penguatan Ekonomi Lokal Berbasis Ekonomi Kerakyatan dan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Kulon Progo</p>	<p>Dari hasil penelitian tersebut adalah Pemerintah Kulon Progo bersama-sama dengan segenap komponen yang ada sangat memprioritaskan dan berkomitmen penuh terhadap keberhasilan program Bela Beli Kulon Progo dengan melakukan segala daya dan upaya untuk mengatasi permasalahan-permasalahan. Gerakan Bela Beli Kulon Progo adalah bagaimana kita membangun ekonomi dengan memberikan pemahaman dan</p>

			<p>membangkitkan kesadaran tersebut akan melahirkan tindakan untuk membeli barang/produk milik daerahnya karena hal tersebut adalah cara membela daerah dan saudaranya sendiri.</p>
7	<p>Ulfanora dan Andalusia</p>	<p>mengenai Eksistensi Ritel Minang Mart Ditinjau Dari Aspek Hukum Persaingan Usaha Di Kota Padang</p>	<p>Dari penelitian tersebut menghasilkan Minang Mart adalah usaha yang di kelola PT.Ritel Modern Minang yang belum go publik. Hingga saat ini usaha Minang Mart yang tersebar di kota Padang adalah sebanyak 15 uni, dimana 5 unit adalah minik PT.Ritel Minang Modern dan sisanya adalah milik mitra-mitra yang akan terus bertambah juimlahnya. Berdasarkan undang-undang nomor 5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, sesuai</p>

			dengan undang-undang tersebut PT.Ritek Minang Modern telah melanggar yaitu dengan melakukan monopoli perdagangan.
8	Sari Wahyu Aramiko (2011)	Dampak Pasar Ritel Modern Terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Kota Tangerang Selatan Dan Upaya Penanggulangannya	Dari penelitian tersebut menghasikan penanggulangan dampak yang ditimbulkan dsupermarket terhadap pasar tradisonal adalah peningkatan daya saing pasar tradisional, perbaikan insfrastruktur yang mencakup terjalannya sanitasi yang layak, kebersihan yang memadai, cahaya yang cukup,dan keseluruhan kenyamanan lingkungan pasar. Untuk itu pemda dan pengelolaan pasar tradisional swasta seyogyanya mengubah cara pandang agar tidak melihat pasar tradisional sebagai sumber pendapatan semata. Mereka harus secara

			<p>nyata berinvestasi pada perbaikan pasar tradisional dan menetapkan standar layanan minimum. Usaha bersama antara sektor pmda dan swata juga dapat menjadi solusi terbaik untuk meningkatkan daya saing pasar tradisional, seperti yang terjadi di pasar bumi serpong (BSD), Serpong.</p>
9	Firdaus Tidar Rabbani (2015)	Pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian (studi kasus di warung kopi cak wang jember)	<p>Dari penelitian tersebut menghasilkan yaitu Hasil pengujian koefisien dari analisis regresi linear berganda, menunjukkan bahwa kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek dan loyalitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Warung Kopi Cak Wang Jember. Berdasarkan hasil</p>

			<p>pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan, “ada pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian konsumen di Warung Kopi Cak Wang Jember” adalah diterima.</p>
10	<p>Reza Haditya Raharjo (2015)</p>	<p>Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong Di Sekitarnya (studi kasus kawasan Semarang Barat, Banyumanik, Pedurungan Kota Semarang</p>	<p>Hasil Penelitian adalah keberadaan minimarket akan berpengaruh negative terhadap warung tradisional. Semakin dekat jarak antar minimarket dengan warung tradisional maka keuntungan akan berkurang. Diversifikasi produk mempunyai pengaruh positif terhadap warung tradisional karena warung tradisional memiliki produk yang tidak dimiliki minimarket.</p>

11.	<p>Made Martarina Kusumayanti (2010)</p>	<p>IMPLEMENTASI PERLINDUNGAN HUKUM BAGI FRANCHISOR DALAM PERJANJIAN WARALABA (PADA EDAM BURGER DI DENPASAR)</p>	<p>Dari juranl ini dapat disimpulkan beberapa hal yaitu, Faktor penyebab sehingga franchisee Edam Burger disebut wanprestasi dikarenakan sistem ekonomi yang sedang melemah, untung yang sedikit, serta kemampuan membeli warga yang sedang melemah. Dalam perjanjian waralaba Edam Burger di Denpasar mencantumkan hak dan kewajiban para pihak di dalamnya. Kewajiban tersebut seharusnya dilakukan sesuai perjanjian yang telah disepakati sebelum usaha waralaba Edam Burger dapat dioperasikan. Dalam menjalankan bisnis waralaba Edam Burger, kewajiban yang tidak dipenuhi atau lalai oleh pihak franchisee ialah dalam membayar royalti yang seharusnya dibayarkan setiap tanggal 25 tiap bulannya. Lalu Upaya penyelesaian dalam hal franchisee Edam Burger wanprestasi ialah yaitu franchisor berkewajiban untuk memberitahu dan dapat juga menegur dengan memberikan surat. Bilamana pihak franchisee ingkar</p>

			janji dalam memenuhi pembayaran imbalan atas hak paten kepada pemilik hak paten, maka franchisor sebagai pemilik hak paten dapat membawa permasalahan yang terjadi ke pengadilan agar dibantu untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.
12	Mega setiawan, S.H (2010)	IMPLEMENTASI PP. NO. 42 TAHUN 2007 TENTANG PERIZINAN WARALABA (Studi pada Dinas Badan Penanaman Modal dan Perizinan Kota Bandar Lampung)	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan untuk Implementasi PP. No.42 Tahun 2007 Tentang Perizinan Waralaba Dalam Perspektif Politik Hukum Islam, adalah Implementasi PP No. 42 Tahun 2007 tentang Perizinan Waralaba di Kota Bandar Lampung belum sesuai dengan ketetapanannya. Terdapat beberapa pihak perusahaan waralaba yang mendirikan usahanya tidak sesuai dengan aturan yang ada di PP No. 42 Tahun 2007 dan peraturan Walikota Bandar Lampung No. 17 Tahun 2009 Pasal 2 butir (i), yang berbunyi bahwa bisnis waralaba dilarang mendirikan usahanya dengan jarak radius 500 m dari pasar tradisional

			<p>dan berjarak radius 250 m dari warung atau pedagang eceran yang berlokasi pada jalan lokal dan jalan lingkungan. Implementasi PP. No. 42 Tahun 2007 tentang Perizinan Waralaba dalam perspektif politik hukum Islambahwa „Urf (adat istiadat) yang tidak bertentangan dengan hukum Islam itu diperbolehkan. Salah satunya apabila para pihak waralaba mendirikan bisnisnya harus memperhatikan kepentingan lingkungan sekitarnya.</p>
--	--	--	--

E. KERANGKA TEORI

Kerangka teori berfungsi untuk menjawab rumusan masalah di atas. mendiskripsikan teori yang menerapkan suatu aturan tertentu yang dapat di kaitkan dengan penelitian yang lama yang sudah pernah di amati sebelumnya. Teori jga berguna mensistematisakan suatu penemuan dari yang akan menjadi pendorong penulisan kesimpulan ataupun kesimpulan untuk menunjukan sebuah penelitian menemukan atas masalah-masalah yang ada dalam penelitian dan menjelaskan apa saja jawaban hasil dari penelitian tersebut. Penulis dalam kajian teori ini akan membahas tentang implementasi,kebijakan, efektivitas, pasar modern, pasar tradisional, pelindungan hukum, dan pemberdayaan masyarakat

1. Kebijakan

Menurut Budiardjo (1988) kebijakan adalah sekumpulan keputusan yang di ambil oleh seorang pelaku atau kelompok politik dalam usaha memilih tujuan-tujuan dan cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut. Sedangkan menurut pendapat Carter V.Good (1959) kebijakan adalah suatu pertimbangan yang didasarkan atas suatu nilai dan beberapa penilaian terhadap faktor-faktor yang bersifat situonal untuk menjalankan rencana yang bersifat umum dan memberikan bimbingan dalam pengambilan keputusan demi tercapainya suatu tujuan.

Secara etimologis suatu kebijakan berasal dari bahasa Yunani yang artinya adalah Negara, Kota yang kemudian masuk ke dalam bahasa latin yang menjadi "policie" yang berarti administrasi pemerintah.

Budi Winarno (2007:16) berpendapat bahwa sebuah kebijakan digunakan untuk menunjukan suatu perilaku seseorang misalnya pejabat, pemerintah atau sekelompok orang atau suatu organisasi dalam bidang tertentu. Pengertian kebijakan tersebut dapat kita gunakan dalam suatu pembicaraan yang lebih luas ataupun suatu pembicaraan secara ilmiah. Oleh karena itu di perlukan konsep kebijakan publik yang lebih tepat atau lebih ilmiah lagi. Friedrich di kutip oleh Solichin Abdul Wahab (1997:3), mengatakan :

"Kebijakan merupakan suatu tindakan yang mengarah pada tujuan yang diusulkan oleh seseorang, kelompok atau pemerintah dalam lingkungan tertentu sehubungan dengan adanya hambatan-hambatan tertentu seraya mencari peluang-peluang untuk mencapai tujuan atau sasaran yang diinginkan".

Suatu kebijakan publik adalah sekumpulan keputusan yang sudah ditetapkan pemerintah yang dibuat untuk kebaikan masyarakat. Kebijakan publik lebih dikenal dalam bidang sosial yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat atau orang banyak akan mempunyai kehidupan yang lebih baik.

Kebijakan sosial terdiri kerangka kerja, petunjuk, rencana, peta, dan strategi yang dibuat agar program yang akan dibuat agar tercapai sesuai dengan yang direncanakan sejak awal.

Frederickson dan Hart dalam Tangklisan (2003:19), mengatakan bahwa : Suatu adalah sebuah kebijakan yang kebijakan adalah suatu tindakan yang mengarah pada tujuan yang telah diusulkan oleh seseorang, kelompok atau pemerintah dengan adanya hambatan yang menghadang sambil mencari sebuah peluang untuk mencapai tujuan yang akan dicapai.

Gordon seperti yang dikutip oleh Nurhadi (2007:54) menyatakan bahwa :

Kebijakan sosial merupakan sebuah nama yang digunakan untuk menyebut kebijakan-kebijakan pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya dengan ilmu yang mempelajari hal-hal tersebut .

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa pemerintah Kota Yogyakarta membuat kebijakan pembatasan usaha waralaba adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat atau orang banyak dan juga untuk menstabilkan perekonomian masyarakat Kota Yogyakarta. Efektivitas kebijakan publik sangat ditentukan oleh formulasi, implementasi, dan evaluasi. Ketiga kebijakan tersebut akan berimplikasi secara terus menerus sampai tujuan tercapai.

2. Efektivitas Kebijakan

Dalam bahasa Inggris efektivitas “*effectiveness*” artinya adalah suatu keberhasilan atau suatu yang ada pengaruhnya. Efektivitas adalah suatu keadaan yang mengandung suatu efek ataupun akibat yang di rencanakan jika seseorang melakukan perbuatan dengan maksud tertentu yang memang di kehendaki maka orang itu di nyatakan efektif jika menimbulkan sesuatu seperti yang telah di rencanakan dari awal. H. Emerson dalam Handayani (1995:16), menyatakan :

“efektivitas merupakan pengukuran terhadap tercapai tidaknya suatu rencana yang sudah di jalankan”

sedangkan menurut Richard M. Streeb (1990:1) menjelaskan bahwa:

” efektivitas di nilai menurut seberapa jauhnya organisasi mencapai tujuan keberhasilannya dengan layak dan optimal”

Menurut Michael E. Mc.Gil (1992:7) menyatakan efektivitas adalah proses suatu organisasi dalam mencapai tujuan.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat di kemukakan bahwa hasil dari manajemen publik adalah dampak dari. Jika dilihat dari sebuah aspek organisasi dalam mencapai suatu tujuan yang telah di rencanakan sejak awal.

Nugroho (2003:179) menyatakan bahwa ada empat aspek yang mencakup efektivitas implementasi kebijakan, yaitu yang pertama tepat kebijakan, yang kedua tepat pelaksanaannya, yang ketiga targetnya tepat, dan yang ke empat yaitu lingkungannya. Sebuah implementasi kebijakan akan dinyatakan efektif jika sudah memenuhi target yang di inginkan sesuai rencana. Suatu proses implementasi kebijakan akan mengahami perubahan dengan yang di harapkan dan kenyataan implementasi yang telah di capai.

Menurut Williams dalam Wahab (1997:61) menyatakan jika kebijakan dapat tercapai jika para aktor kebijakan dapat menjalankan kebijakannya tepat sasaran sesuai dengan efektivitas implementasi kebijakan yang sudah di setujui. Suatu kebijakan dapat di katakan efektif jika kebijakan tersebut dapat berdampak positif sebagaimana yang telah di rencanakan.

Menurut Islami (2000:107) mengemukakan bahwa suatu kebijakan akan dikatakan efektif jika menimbulkan dampak positif dan menimbulkan suatu perubahan yang lebih baik bagi masyarakat. Dengan kata lain keinginan masyarakat sama dengan keinginan pemerintah dan negara. Jika masyarakat tidak bertindak seperti yang di inginkan negara maka kebijakan yang di lakukan di nyatakan tidak berjalan efektif. Menurut teori suatu skuntabilitas publik dan teori sistem dapat di kemukakan jika sebuah implementasi sudah yang digunakan sesuai dengan yang di rencanakan dan menimbulkan suatu hasil yang positif dan berdampak baik bagi masyarakat.

Teori akuntabilitas publik dan teori sistem dapat di ambil kesimpulan bahwa implementasi kebijakan dinilai sangat efektif jika masukan yang digunakan efisien, dan hasil yang di didapat nantinya berdampak positif bagi masyarakat.

Kebijakan pembatasan usaha waralaba perlu di ketahui tingkat keefektifannya untuk mengetahui proses implementasinya serta untuk mencari tau hasilnya sudah sesuai dengan rencana pemerintah atau belum.

Jadi penelitian ini di fokuskan dalam pelaksanaan dan tujuan yang berhasil di capai untuk memperhatikan dampak yang di sebabkan oleh kebijakan tersebut.

3. Waralaba

Menurut pendapat Charles L. Vauhn istilah *franchise* dipahami sebagai bentuk kegiatan pemasaran dan distribusi yang dalam menjalankan bisnisnya diberikan hak tertentu dan dalam waktu tertentu dan tempat tertentu kepada individu atau perusahaan yang relatif lebih kecil. Sedangkan menurut Douglas J. Queen (2012) memberikan pengertian *franchise* sebagai metode pemasaran dan bisnis. Pemegang *franchise* yang memberli suatu bisnis menarik pembeli dengan merk dagang dan semua kemudahan yang diberikan oleh pemilik *franchise* yang membuat pembeli merasa nyaman saat berbelanja.

Lalu menurut Roosebi Harjowigdo (2008) mengemukakan *franchise* sebagai berikut, kerjasama di bidang perdagangan atau jasa yang di pandang sebagai salah satu cara untuk mengembangkan sistem usaha di lain tempat, dimana *franchisor* secara ekonomi sangat untung karena ia mendapatkan *management fee* dari *franchise*, barang produknya bisa tersebar di banyak tempat dimana *franchise* mengusahakan franchisenya, dan bagi konsumen yang membutuhkan barang produk *franchise* cepat di dapat dan dalam keadaan yang *fresh* dan tidak rusak.

Balack's Law Dictionary dalam Widjaja (2001) mengemukakan bahwa waralaba adalah pemberi hak kepada pedagang untuk dapat menjual barang dagangnya menggunakan merek dagang penerima waralaba tersebut dan penerima waralaba wajib mengikuti cara dan prosedur yang di tetapkan penerima waralaba. Penerima waralaba juga memanfaatkan merk dagang dari pemberi waralaba untuk menjaankan usahanya. Dari penjelasan di atas dapat di tarik garis bawahnya atau kesimpulannya adalah penerima waralaba akan berdagang dengan menggukan merek dagang dari pemberi waralaba untuk menjalankan usahanya sendiri dengan metode prosedur yang telah di berikan

oleh pemberi waralaba. Kewajiban menggunakan metode dan prosedur yang sudah ditetapkan pemberi waralaba membuat penerima waralaba tidak dapat menggabungkan usahanya dengan usaha lain milik penerima waralaba.

Pengertian waralaba adalah pemberian konsultasi, promosi, dan pembiayaan serta manfaat lain yang diberikan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba dengan pertukaran laba penjualan dari penerima waralaba.

Pengertian lain John Downes dan Jordan Elliot Goodman (2007) mengatakan penerima waralaba biasanya memenuhi syarat awal investasi tunai oleh pemberi waralaba.

Waralaba mewajibkan penerima waralaba menggunakan sistem yang sudah diberikan oleh pemberi waralaba termasuk merek dagang yang akan dijual oleh penerima waralaba. Pengertian waralaba dibedakan menjadi dua yang pertama adalah waralaba yang memang akan melakukan perdagangan dengan menggunakan merek dagang yang akan diberikan oleh pemberi waralaba oleh penerima waralaba setelah ada investasi tunai antara keduanya dan yang kedua adalah waralaba yang memang menjual merek dagangnya sendiri untuk menjual suatu produk tertentu. Penerima waralaba harus menjual merek dagang dan harga yang sudah ditentukan oleh pemberi waralaba. Jadi harga produk yang dipasarkan di setiap waralaba harganya akan relatif sama bahkan tidak ada perbedaan.

Penentuan harga waralaba yang sudah ditentukan oleh pemberi waralaba harus ditaati oleh penerima waralaba, penerima waralaba tidak boleh melanggar ketentuan yang sudah disetujui oleh pemberi waralaba. Dari metode, sistem, tata cara, prosedur, metode pemasaran dan penjualan

ditentukan sepenuhnya oleh pemberi waralaba. Hal tersebut menyakibatkan seolah-olah waralaba bersifat eksklusif.

Seorang penerima waralaba tidak diperbolehkan melakukan kegiatan perdagangan di lingkungan usaha waralaba yang didapatnya dari pemberi waralaba karena hal tersebut di khawatirkan akan membuat persaingan di lingkungan waralaba. Jadi tidak boleh ada persaingan di lingkungan waralaba tersebut. Dalam peraturan pemerintah RI Nomor 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 membahas tentang toko waralaba yang dimana salah satu pihaknya diberikan hak untuk menentukan ciri khas suatu produk yang akan di jual yang sama dengan pihak lain dengan imbalan berdasarkan persyaratan dan penjualan barang dan jasa (pasal 1 ayat 1).

Waralaba adalah sebuah usaha di bidang bisnis dan memiliki dua kegiatan yaitu yang pertama waralaba sebuah produk dan sebuah merek dagang, lalu yang kedua adalah waralaba format bisnis. Waralaba yang paling sederhana dan mudah di temui adalah bentuk waralaba produk dan merk dagang. Pemberi waralaba mengizinkan penerima waralaba untuk menjual suatu produk dengan merk dagang yang telah di berikan kepada penerima waralaba. Perizinan penggunaan merk dagang di berikan untuk menjual produk di waralaba tersebut. Dengan menggunakan merk dagang dari pemberi waralaba tersebut nantinya penerima waralaba akan memberikan loyalti kepada pemberi waralaba tersebut karena telah menggunakan merk dagang dari pemberi waralaba.

Waralaba produk sering menggunakan agen untuk mengambil barang dan menggunakan distributor. Menurut pendapat Martin Mandesohn adalah pemberian merk dagang kepada penerima waralaba. Pemberi waralaba

memberikan hak kepada penerima waralaba untuk menjalankan bisnis waralabanya dengan merek dagang yang di berikan oleh pemberi waralaba agar penerima waralaba lebih terlatih dalam menjalankan bisnisnya pemberi waralaba memberikan hak atas keseluruhan paket yang di terima dari seluruh elemen (Mandelsohn dalam Widjaja,2001).

Martin Mandelsohn mengatakan bahwa waralaba format bisnis terdiri dari yang pertama adalah konsep bisnis yang menyeluruh dari pemberi waralaba yaitu dengan meminimaliskan resiko bisnis yang baru di buka untuk memumingkan seorang pengelola bisnis secara langsung yang beum terlatih dapat membuka bisnis waralaba dan dengan penjelasan yang detail bagaimana bisnis waralaba tersebut di jalakan (Mandesohn dalam Widjaja,2001).

4. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat berasal dari kata “daya” yang artinya adalah kekuatan atau kemampuan. Sedangkan pemberdayaan sendiri di maknai dengan suatu pemberian kekuatan atau proses pemberian daya atau kekuatan kepada pihak yang kurang berdaya.

Sebuah pemberdayaan sama artinya dengan sebuah motivasi atau dorongan, bimbingan atau dampingan dalam meningkatkan kemampuan seseorang agar masyarakat tersebut dapat menjadi lebih mandiri dan mempunyai kekuatan. Perberdayaan tersebut bisa dikatakan suatu proses mengubah sebuah kebiasaan lama menjadi lebih baik lagi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun pemberdayaan tersebut hanya bisa berjalan sesuai harapan atau rencana jika semua pihak terlibat baik pemerintah ataupun masyarakat. Maka dapat di ambil kesimpulan bahwa konsep pemberdayaan masyarakat ini harus melibatkan semua pihak agar dapat mencapai tujuan

yang di harapkan. Pemberdayaan bisa dibidang proses pemberdayaan sumber daya masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat tersebut dari yang belum berdaya menjadi masyarakat yang berdaya.

Proses akan merujuk pada perubahan sikap masyarakat yang lebih baik lagi lebih mempunyai keterampilan yang baik. Makna “memperoleh” daya/kekuatan/kemampuan menunjuk pada sumber inisiatif dalam rangka mendapatkan atau meningkatkan daya, kekuatan atau kemampuan sehingga memiliki keberdayaan. Dengan demikian masyarakat meminta pihak lain untuk memberikan daya/kekuatan/kemampuan. Situasi seperti itu akan tercipta jika masyarakat menyadari ketidak berdayaan mereka.

Prijono & Pranarka (1996:77) mengemukakan bahwa : pemberdayaan memiliki dua arti, yang pertama adalah pemberian kekuasaan otoritas dan yang kedua adalah untuk memberikan kemampuan atau mendorong kemampuan seseorang. Dari pengertian yang pertama dapat di ambil kesimpulan bahwa kita dapat memberikan kekuatan kepada orang yang kurang berdaya. Lalu dari pengertian yang kedua kita dapat mengambil kesimpulan bahwa memberikan kemampuan dan memberikan kekuatan kepada seseorang untuk melakukan sesuatu.

Namun berbeda lagi dengan pendapat dari Pranarka, Sumodiningrat (Sumodiningrat, 2000 dalam Ambar Teguh, 2004:78-79) mengatakan : pemberdayaan adalah istilah yang sering di dengar di Indonesia dari padar di luar negeri. Pemberdayaan yang di maksud disini adalah daya bukan kekuasaan dalam pemberdayaan. Atau yang lebih tepatnya adalah memberikan kekuatan kepada seseorang agar orang tersebut bisa lebih mandiri lagi.

Bertolak dengan pengertian dari barat tentang daya adalah kekuasaan namun pengertian tersebut sangat wajar karena konsep pemberdayaan sudah ada sejak dahulu kala sedangkan jika di indonesia pemberdayaan masyarakat adalah suatu peningkatan usaha untuk memberikan daya kepada masyarakat.(Tri Winarni, 1998:75-76).

Sedangkan menurut Winarni pemaknaan pemberdayaan masyarakat ada tiga hal yaitu pengembangan, memperkuat potensi, lalu terciptanya kemandirian (Tri Winarni, 1998:75).

Pemberdayaan juga memiliki makna bahwa pemberdayaan dapat menaikan kesempatan masyarakat untuk hidup lebih sejahtera agar keterampilan masyarakat lebih meingkat dan menjadikan masa depannya lebih cerah (Suparjan dan Hempri, 2003:43).

Pemberdayaan memiliki makna membangkitkan daya keterampilan masyarakat agar lebih mandiri melakukan sesuatu masa depan yang lebih sejahtera (Suparjan dan Hempri,2003:43). Konsep utama dari pemberdayaan masyarakat adalah agar masyarakat dapat menentukan sendiri arah tujuan masa depan mereka sendiri dan masa depan komunitasnya. Konteks pemberdayaan, sebenarnya terkandung unsur partisipasi yaitu bagaimana masyarakat dilibatkan dalam proses pembangunan, dan hak untuk menikmati hasil pembangunan.

Pemberdayaan mementingkan adanya pengakuan subyek akan kemampuan atau daya yang di miliki oleh suatu obyek. Secara garis besar proses ini penting untuk mengubah suatu individu yang tadinya obyek menjadi subyek (Suparjan dan Hempri, 2003:44).

Tujuan pemberdayaan masyarakat yang ingin dicapai dari pemberdayaan adalah untuk membentuk individu dan masyarakat menjadi mandiri. Pemberdayaan masyarakat lebih mengarah pada pembentukan kognitif masyarakat yang lebih baik. Kondisi kognitif pada hakikatnya merupakan kemampuan berfikir yang di landasi oleh pengetahuan dan wawasan seseorang atau masyarakat dalam rangka mencari solusi atas permasalahan yang di hadapi. Dengan adanya empat aspek yang terjadi pada pemberdayaan tersebut kemandirian masyarakat dapat terwujud karena masyarakat akan di bekali dengan wawasan yang cukup luas, dan keterampilan yang memadai, melalui sebuah proses untuk mencapai kemandirian masyarakat.

Masyarakat akan mengalami perubahan secara bertahap agar masyarakat bisa menjadi lebih mandiri lagi dan berharap pemberdayaan ini dapat mewujudkan masyarakat yang lebih baik lagi dan lebih sejahtera lagi. (Ambar Teguh, 2004:80-81).

Jika dilihat dari pemberdayaan masyarakat menurut Sumodiningrat yaitu sebuah pemberdayaan tidak bisa bersifat permanen tetapi sampai masyarakat menjadi mandiri, namun tentu saja akan terus di awasi agar terus berkembang menjadi masyarakat yang sejahtera. (Sumodiningrat, 2000 dalam Ambar Teguh, 2004:82).

Jika dilihat pendapat tersebut dapat dilihat bahwa pemberdayaan tersebut melalui proses hingga terwujudnya masyarakat yang mandiri dan lebih maju lagi. Sebagaimana yang telah di sampainya pemberdayaan masyarakat akan berlangsung secara bertahap. Tahap yang harus dilalui adalah sebagai berikut yang pertama tahap penyadaran dan tahap pembentukan

perilaku menuju perilaku sadar dan peduli sehingga merasa membutuhkan kapasitas diri. Yang kedua adalah tahap transformasi kemampuan berupa wawasan pengetahuan, kecakapan keterampilan agar terbukanya semua wawasan dan memberikan keterampilan dasar sehingga dapat mengambil peran dalam pembangunan. Yang ketiga adalah tahap peningkatan kemampuan intelektual, kecakapan keterampilan sehingga terbentuknya inisiatif dan kemampuan inovatif untuk mengantarkan pada kemandirian (Ambar Teguh, 2004:83). Bisa dilihat untuk menjadi contoh yaitu Kabupaten Kulon Progo mempunyai 18 toko modern yang terpaksa harus tutup namun untuk memberdayakan toko kecil atau usaha kecil di Kabupaten Kulon Progo Pemerintah Kabupaten menggabungkan toko modern dengan Usaha Kecil, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Lalu dari hasil yang penggabungan tersebut muncullah nama TOMIRA yang kepanjangannya adalah Toko Milik Rakyat. Dengan adanya Perda No. 11 Tahun 2011 Tentang Perlindungan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional Serta Penataan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern di Kabupaten Kulon Progo. Dalam peraturan daerah tersebut diatur bahwa toko berjejaring harus berjarak 1000 m dengan pasar tradisional jika terbukti melanggar maka toko berjejaring tersebut akan di tutup. Awalnya Perda tersebut menimbulkan polemik dan pro dan kontra di masyarakat mengingat ada 18 toko berjejaring yaitu terdiri dari alfamart dan indomaret yang melanggar perda tersebut. Namun bapak Bupati Kulon Progo Hasto Wardoyo mengatakan pihaknya akan mencari solusi terbaik.

Setelah di temukannya solusi yaitu dengan menawarkan kerja sama dengan indomaret dan alfamart akhirnya pihak toko berjejaring menyetujui

untuk berpihak membangun ekonomi masyarakat di Kulon Progo melalui program Toko Milik Rakyat (TOMIRA).

3. Perlindungan Hukum

a. Teori perlindungan hukum

Para ahli yang antara lain Fitzgerald, Satjipto Raharjo, Philipus M Hanjon dan Lily Rasyidi. Fitzgeras mengutip istilah teori perlindungan hukum dari Salmond bahwa hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu kepentingan dalam masyarakat dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu dapat dilakukan dengan cara membatasi berbagai kepentingan di lain pihak. Hukum sangat penting untuk mengatur kehidupan masyarakat sehingga hukum memiliki otoritas yang tinggi untuk menentukan kepentingan manusia yang perlu di atur dan di lindungi.

Menurut Satjipto Rahardjo, perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati hak-hak yang di berikan oleh hukum sejak manusia lahir.

Menurut Philipus M. Harjon bahwa perlindungan hukum bagi rakyat sebagai tindakan pemerintah yang bersifat preventif dan respresif. Perlindungan hukum yang bersifat preventif mencegah terjadinya sengketa, yang membuat pemerintah bersikap hati-hati dalam pengambilan keputusan

berdasarkan diskresi dan perlindungan yang resprensif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa.

Pendapat berbeda di utarakan oleh Lili Rasjidi dan I. B Wya Putra bahwa hukum dapat juga diartikan sebagai sebuah wujud perlindungan yang sifatnya fleksibel dan adaptif melainkan juga antipatif dan prediktif. Menurut pendapat keempat ahli dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum adalah suatu wujud perlindungan hukum yang menggambarkan suatu proses hukum sedang berjalan untuk mencapai suatu tujuan hukum untuk mencapai keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum tersebut.

b. Teori Perlindungan Konsumen

Prinsip mengenai kedudukan konsumen dengan pelaku usaha dikenal dengan teori perkembangan sejarah hukum perlindungan konsumen, antara lain :

a. *Let the buyer beware (caveat emptor)*

Caveat emptor adalah dasar dari lahirnya sebuah sengketa di bidang transaksi antar konsumen. Dalam teori ini di simpulkan bahwa pelaku usaha mempunyai kedudukan yang seimbang dengan konsumen. Asas ini berasumsi bahwa pedagang dan pembeli mempunyai kedudukan yang sama sehingga tidak di perlukan perlindungan bagi konsumen. Prinsip ini mengandung kelemahan bahwa konsumen tidak dapat memilih barang atau jasa yang akan di konsumsinya. Hal tersebut terjadi karena kurangnya keterbukaan pelaku usaha dalam menjual produknya terhadap konsumen. Dengan demikian jika konsumen mengalami kerugian

atau barang tidak sesuai yang di harapkan, pelaku usaha tidak hanya akan menyalahkan konsumen bahwa tidak teliti dalam membeli barang.

b. *The due care theory* prinsip ini menyatakan bahwa pelaku usaha harus berhati-hati dalam menjalankan usaha baik barang dan jasanya agar pelaku usaha tidak di persalahkan jika ada protes kerugian oleh konsumen . Pada prinsip ini berlaku pembuktian siapa mendalilkan maka dialah yang membuktikan. Hal ini sesuai dengan hukum privat Indonesia yaitu pembuktian ada pada penggugat, sesua dengan Pasal 1865 BW yang secara tegas menyatakan bahwa barangsiapa yang mendalilkan mempunyai suatu hak atau untuk meneguhkan haknya atau membantah hak orang lain, atau menunjuk pada suatu peristiwa, maka diwajibkan membuktikan adanya hak dan peristiwa tersebut terjadi.

c. *The privity of contract* doktrin ini menyatakan pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melindungi konsumennya, namun semua itu terjadi jika kedua belah pihak terjalin suatu hubungan kontraktual. Pelaku usaha tidak dapat dipersalahkan diluar ha-hal yang ada dalam perjanjian. Dengan demikian konsumen dapat menggugat berdasarkan wanprestasi. Hal ini sesuai dengan ketentuan dalam pasal 1340 BW yang menyatakan bahwa ruang lingkup berlakunya perjanjian

hanyalah antara pihak-pihak yang membuat perjanjian saja. Asas dan tujuan perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan lima asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yakni: yang pertama Asas manfaat adalah segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Asas yang kedua adalah asas keadilan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil. Asas yang ketiga adalah memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materil maupun spriritual. Asas yang keempat adalah asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen Adalah untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Asas yang kelima adalah Asas Kepastian Hukum Adalah pelaku maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen serta negara menjamin kepastian hukum.

1. TEORI IMPLEMENTASI KEBIJAKAN

Implementasi kebijakan adalah aktivitas yang terlihat setelah dikeluarkan pengarahannya yang sah dari suatu kebijakan yang meliputi upaya mengelola input untuk menghasilkan output atau outcomes bagi masyarakat. Tahap implementasi kebijakan dapat dicirikan dan dibedakan dengan tahap pembuatan kebijakan. Pembuatan kebijakan di satu sisi merupakan proses yang memiliki logika bottom-up, dalam arti proses kebijakan diawali dengan penyampaian aspirasi, permintaan atau dukungan dari masyarakat. Sedangkan implementasi kebijakan di sisi lain di dalamnya memiliki logika top-down, dalam arti penurunan alternatif kebijakan yang abstrak atau makro menjadi tindakan konkrit atau mikro.

Grindle menyatakan, implementasi merupakan proses umum tindakan administratif yang dapat diteliti pada tingkat program tertentu. Sedangkan Van Meter dan Horn menyatakan bahwa implementasi kebijakan merupakan tindakan yang dilakukan oleh pemerintah dan swasta baik secara individu maupun secara kelompok yang dimaksudkan untuk mencapai tujuan. Grindle menambahkan bahwa proses implementasi baru akan dimulai apabila tujuan dan sasaran telah ditetapkan, program kegiatan telah tersusun dan dana telah siap dan telah disalurkan untuk mencapai sasaran.

Implementasi sebagai sebuah upaya untuk menciptakan hubungan yang memungkinkan bagi kebijakan dapat terealisasi sebagai sebuah hasil aktivitas pemerintah. Upaya-upaya tersebut didesain dengan harapan untuk dapat mewujudkan hasil akhir yang telah dipikirkan. Tujuan dan sasaran dari kebijakan diterjemahkan ke dalam sebuah program yang bertujuan untuk mencapai hasil akhir yang diinginkan.

Singkatnya, implementasi merupakan sebuah proses untuk mewujudkan rumusan kebijakan menjadi tindakan kebijakan guna mewujudkan hasil akhir yang diinginkan. Kebijakan dalam penelitian ini bermakna juga, bagaimana langkah-

langkah pemerintah dalam menjawab pilihan tindakan yang ditempuh oleh pemerintah dapat: (1) kebijakan yang diambil dapat berjalan secara terus-menerus, (2) dapat diimplementasikan dengan baik

Berdasarkan pengertian di atas, maka kebijakan menurut karakternya adalah langsung mempraktekkan dalam bentuk program-program dalam proses pembuatan kebijakan. Analisis kebijakan meneliti sebab, akibat, kinerja dan program publik. Kebijakan tersebut sangat diperlukan dalam praktek pengambilan keputusan di sektor publik, dan karenanya dibutuhkan oleh para politisi, konsultan, dan pengambilan keputusan oleh pemerintah. Program-program yang dilakukan oleh pemerintah senantiasa bisa berjalan dengan baik, hal ini dikarenakan bisa memajukan daerahnya dalam menghadapi kemajuan masa yang akan datang. Kebijakan diciptakan untuk mengatur kehidupan masyarakat untuk mencapai tujuan yang telah disepakati bersama.

F. DEFINISI KONSEPTUAL DAN OPERASIONAL

a. DEFINISI KONSEPTUAL

1. Kebijakan

Pemerintah kota Yogyakarta melakukan kebijakan pembatasan usaha waralaba adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menyetabilkan perekonomian masyarakat Kota Yogyakarta. Efektivitas kebijakan ini sangat ditentukan oleh formulasi, implementasi, dan evaluasi. Ketiga kebijakan tersebut akan bersiklus secara terus menerus sampai tujuan tercapai.

2. Efektivitas kebijakan

Kebijakan pembatasan usaha waralaba perlu diketahui tingkat keefektifannya untuk mengetahui proses

implementasinya serta untuk mencari tau hasilnya sudah sesuai dengan rencana pemerintah atau belum.

3. Waralaba

Waralaba mewajibkan penerima waralaba menggunakan sistem yang sudah di berikan oleh pemberi waralaba termasuk merek dagang yang akan dijual oleh penerima waralaba. Pengertian waralaba di bedakan menjadi dua yang pertama adalah waralaba yang memang akan melakukan perdagangan dengan menggunakan merek dagang yang akan di berikan oleh pemberi waralaba oleh penerima waralaba setelah ada investasi tunai antara keduanya dan yang kedua adalah waralaba yang memang menjual merek dagangnya sendiri untuk menjual suatu produk tertentu.

4. Pemberdayaan Masyarakat

konsep pemberdayaan masyarakat ini harus melibatkan semua pihak agar dapat mencapai tujuan yang di harapkan. Pemberdayaan bisa dibidang proses pemberdayaan sumber daya masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat tersebut dari yang belum berdaya menjadi masyarakat yang berdaya.

5. Perlindungan Hukum

perlindungan hukum adalah suatu wujud perlindungan hukum yang menggambarkan suatu proses hukum sedang berjalan untuk mencapai suatu tujuan hukum untuk mencapai keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum tersebut.

6. Implementasi kebijakan

implementasi merupakan sebuah proses untuk mewujudkan rumusan kebijakan menjadi tindakan kebijakan guna mewujudkan hasil akhir yang diinginkan.

b. Definisi Operasional

1. Kebijakan

- 1) Pembatasan usaha waralaba di Kota Yogyakarta.
- 2) Sekumpulan kebijakan yang di buat oleh suatu kelompok untuk mencapai tujuan kebijakan tersebut.

2. Efektivitas Kebijakan

- 1) Efek dari kebijakan yang dibuat oleh pemerintah di Kota Yogyakarta
- 2) Mencapai tujuan dari apa dampak yang akan di timbulkan oleh kebijakan tersebut.

3. Waralaba

- 1) Penggunaan merk dagang yang di berikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba
- 2) Bagaimana usaha waralaba tesebut menjalankan kebijakan pemerintah yang susah di tetapkan

4. Pemberdayaan Masyarakat

- 1) Proses yang merujuk pada perubahan sikap masyarakat agar dapat berkembang menjadi lebih baik lagi.
- 2) Tujuan pemberdayaan masyarakat adalah untuk membentuk individu masyarakat menjadi mandiri

5. Perlindungan Hukum

- 1) Let the buyer beware adalah dasar dari lahirnya sengketa di bidang transaksi konsumen.
- 2) The due care theory bahwa pelaku usaha harus berhati-hati dalam menjalankan usaha baik barang maupun jasa
- 3) The privity of contract adalah pelaku usaha dapat melakukan suatu perjanjian untuk melindungi konsumen.

6. Implementasi Kebijakan

- 1) Implementasi kebijakan dibutuhkan dikarenakan bisa memajukan daerahnya dalam menghadapi kemajuan masa yang akan datang.
- 2) Kebijakan diciptakan untuk mengatur kehidupan masyarakat untuk mencapai tujuan yang telah disepakati bersama.

G. METODE PENELITIAN

a. JENIS PENELITIAN

Jenis penelitian adalah kualitatif deskriptif, karena peneliti menjelaskan dampak yang dirasakan pemilik usaha toko kelontong kecil-kecilan akibat pesatnya pertumbuhan minimarket waralaba di Kota Yogyakarta. Jenis penelitian kualitatif deskriptif akan lebih memudahkan penelitian yang akan dilakukan. Karena melalui metode ini akan mencari tau bagaimana minimarket waralaba tersebut melakukan pelanggaran dan bagaimana minimarket waralaba mempengaruhi lingkungan sekitarnya. Data yang diperoleh pun bisa melalui observasi mengenai pelanggarannya ,lalu

wawancara melalui individu yang mempunyai usaha toko kelontong di sekitar minimarket waralaba.

Permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah kapasitas Pemerintah Daerah Yogyakarta sebagai instansi dalam melakukan intervensi minimarket waralaba tanpa IUTM. Pemerintah kota Yogyakarta yang dimaksud disini adalah beberapa SKPD yang terkait dengan permasalahan minimarket waralaba (BAPPEDA, Setda, BPMPPT, Disperidagkop, Satpol PP). Penggunaan jenis penelitian kualitatif ini mengarahkan peneliti dalam melihat kapasitas Pemerintah kota Yogyakarta sebagai pihak negara dalam mengintervensi kegagalan pasar yang ditandai dengan adanya minimarket waralaba yang tidak memiliki IUTM (Izin Usaha Toko Modern).

b. WAKTU DAN LOKASI PENELITIAN

Lokasi penelitian adalah di minimarket waralaba di Kota Yogyakarta yang melanggar pendirian karena tidak memiliki izin yang resmi dan melanggar aturan di Kota Yogyakarta.

c. JENIS DATA

Disini ada dua jenis data yang akan digunakan yaitu data primer dan data sekunder :

1. Data primer

Penelitian ini menggunakan data primer yang akan di dapatkan dari observasi, wawancara dengan narasumber yang akan memberikan informasi terkait dengan objek yang akan di teliti. Data primer yang di maksudkan adalah data hasil wawancara kepada narasumber yang nantinya hasil dari

wawancara tersebut dapat menambah informasi untuk penelitian yang akan di lakukan.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang digunakan untuk mendukung penelitian. Data sekunder dapat di peroleh dari dari buku-buku, jurnal, arsip, peraturan/perundang-undangan, penelitian terdahulu yang sesuai dengan topik yang akan di teliti.

H. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data yang di gunakan yaitu dengan metode wawancara, observasi,dan dokumentasi.

1. Wawancara

Menurut Setyadin (2013) Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik. Setyadin dalam Gunawan (2013:160).

Menurut Esterberg (2013) wawancara adalah pertemuan antara dua orang atau lebih untuk bertukar pikiran atau mencari jawaban dari pertanyaan yang di berikan kepada narasumber, sehingga dapat di kontruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Esterberg dalam Sugiono (2013:231).

2. Observasi

Menurut Sutrisno (2013) observasi adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan

psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Sutrisno dalam Sugiono (2013:145).

3. Dokumentasi

Menurut Sugiono (2013) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah beralu. Dokumentasi dapat berbentuk tulisan, lisan, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Kebijakan yang berbentuk gambar misalnya adalah foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya adalah sebuah karya seni, yang berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Studi dokumentasi adalah pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Sugiono (2013:240).

4. Kajian Pustaka

Menurut Ratna (2012) kajian pustaka memiliki tiga pengertian berbeda. Yang pertama kajian pustaka adalah seluruh bacaan yang mungkin pernah di baca dan di analisis, kajian pustaka yang sudah di publikasikan maupun sebagai koleksi pribadi. Yang kedua kajian pustaka sering dikaitkan dengan kerangka teori atau landasan teori, yaitu teori-teori yang di gunakan untuk menganalisis objek penelitian. Oleh sebab itu, sebagian penelitian menggabungkan kajian pustaka dengan kerangka teori. Yang ketiga pustaka adalah bahan bacaan yang secara khusus di kaitkan dengan objek penelitian yang sedang dikaji. Ratna dalam Prabowo (2012:80).

5. TEKNIK ANALISIS DATA

Tahap yang dilakukan untuk mengumpulkan data-data untuk memperkuat penelitian adalah dengan melakukan observasi dan wawancara untuk memperoleh data dari narasumber yang valid dan mampu memperoleh penelitian. Tahap selanjutnya ialah pembuatan kesimpulan hasil wawancara. Terdiri dari lima pertanyaan dengan jawaban yang akan langsung di ungkapkan oleh narasumber. Untuk melengkapi data yang ada akan dilakukan pengumpulan data pustaka sebagai sumber kedua penelitian ini sekaligus sebagai acuan atau referensi dalam penarikan data yang di dapat dari lapangan. Setelah semua data terkumpul penulis akan mengumpulkan semua data yang sudah di peroleh dari berbagai metode. Dan penulis akan merangkum hasil wawancara tersebut untuk dimasukkan ke pembahasan nantinya. Dilanjutkan dengan memberikan data yang benar atau fakta langsung dari aturan peraturan daerah dan peraturan pemerintah terkait pendirian minimarket waralaba. Dan yang terakhir penulis akan menarik kesimpulan dari seluruh pembahasan yang sudah di buat dalam penelitian ini. Di sertai dengan saran yang akan menjadi acuan pemecahan masalah di penelitian ini. Kewajiban pemerintah yang di harapkan untuk seluruh tujuan penelitian ini.

6. Reduksi Data

Reduksi data adalah memfokuskan penelitian agar mempunyai batasan yang jelas. Dengan demikian akan memberikan gambaran yang jelas terhadap yang di teliti serta mempermudah penulisan peneliti yang akan dilakukan. Nantinya hasil dari penelitian tersebut

akan di sajikan dengan bentuk yang mudah di cerna dan di pahami oleh semua orang yang akan membacanya.

7. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah sebagai jawaban dari rumusan masalah atau hasil dari pembahasan. Penarikan kesimpulan ini di lakukan terakhir kali untuk mendapatkan jawaban suatu permasalahan yang sedang di teliti oleh peneliti.