

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi dan perdagangan bebas yang penuh persaingan sekarang ini, sistem usaha waralaba muncul sebagai salah satu komoditi usaha yang sangat menjanjikan. Dalam Pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, dikatakan bahwa : “Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan / atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan / atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba”. Di Indonesia usaha waralaba ini sudah mulai berkembang sejak tahun 1985 pada berbagai skala usaha terutama bisnis makanan seperti *Pizza Hut Kentucky Fried Chicken Mc Donald* dalam bisnis eceran seperti *Carrefour, Smart*, dan lain-lain. Fakta menunjukkan, bahwa waralaba yang lebih berkembang di Indonesia adalah waralaba yang sumber teknologinya datang dari luar negeri sebagai pemilik Hak Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property Right*).¹ Perkembangannya yang pesat mengindikasikan sebagai salah satu bentuk investasi yang menarik, sekaligus membantu pelaku usaha dalam memulai suatu usaha sendiri dengan tingkat kegagalan yang rendah.

¹ Sonny Sumarsono, 2009, *Manajemen Bisnis Waralaba*, Graha Ilmu, Yogyakarta, hlm.70

Bisnis waralaba memiliki beberapa keunggulan, yaitu dapat memperluas jaringan usaha dengan cepat, menciptakan kemitraan yang saling menguntungkan, meningkatkan lapangan kerja baru, mampu mempercepat alih teknologi dan meningkatkan peluang berusaha bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM), serta merupakan pilihan berwiraswasta dengan resiko yang kecil.²

Usaha waralaba ini berkembang dengan berbagai jenis usaha yang tersebar di seluruh dunia. Salah satu usaha waralaba yang perkembangannya sangat pesat yaitu waralaba minimarket. Minimarket memiliki gerai yang lebih banyak jumlahnya jika dibandingkan dengan kelompok ritel lainnya seperti hypermarket dan supermarket. Hal ini didorong pula oleh kecenderungan bahwa gerai-gerai minimarket berada di lingkungan perumahan yang mudah di jangkau oleh konsumen. Gerai minimarket berkembang karena di dukung oleh sistem waralaba (*franchise*) seperti Indomaret dan Alfamart.³ Waralaba minimarket biasanya dimiliki oleh pemegang modal besar, yang dengan modalnya itu mereka dengan mudah mengembangkan usahanya. Saat ini, tidak sedikit jenis waralaba lokal yang sudah benar-benar mantap menjaga kualitas dan membangun citra produknya sehingga sudah mulai go international dengan mengikuti berbagai expo di mancanegara dan sudah membuka cabangnya di luar negeri. Oleh karena itu, diharapkan suatu saat semua pihak waralaba di Indonesia, baik *franchisor* maupun *franchisee* sudah mempunyai profesionalisme dan etos kerja yang tinggi,

² Adrian Sutedi, 2008, *Hukum Waralaba*, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor, hlm. 127.

³ Bob Foster, 2008, *Manajemen Ritel*, Alfabeta, Jakarta, hlm. 22.

yang melahirkan sistem yang benar-benar teruji sehingga produk dan sumber daya manusia yang berkualitas dapat menjadi suatu epidemi di masyarakat Indonesia.⁴

Pertumbuhan ekonomi memang semakin maju dengan tumbuhnya toko modern ini, namun pertumbuhan ekonomi juga harus memperhatikan kesejahteraan, sehingga perlu adanya keselarasan dan keseimbangan antara toko modern dengan pedagang kecil seperti toko kelontong dan pasar tradisional. Tetapi kecenderungan bisnis sekarang semakin tidak memperhatikan masalah etika, sehingga kepentingan pasar dan jenis usaha ini akan saling bertabrakan sehingga dapat menciptakan persaingan atau iklim perdagangan yang tidak sehat.

Menjamurnya waralaba minimarket tidak hanya ditepi jalan besar tetapi juga masuk ke pemukiman. Tumbuh pesatnya minimarket di wilayah pemukiman, berdampak buruk bagi warung-warung tradisional yang berada di wilayah pemukiman tersebut. Minimarket lebih dipilih masyarakat karena lebih memiliki daya tarik di banding warung atau pasar tradisional. Minimarket menyediakan segala macam barang kebutuhan sehari-hari sama seperti yang di jual di warung atau pasar tradisional. Minimarket juga memiliki fasilitas yang menarik seperti tempat yang bersih, nyaman, terdapat pendingin ruangan (AC), sistem pembayaran dengan mesin kasir dan struk, sistem berbelanja dengan pelayanan mandiri, harga-harga yang lebih terjangkau serta sering mengadakan diskon maupun potongan-potongan harga terhadap produk-produk tertentu.

⁴ Adrian Sutedi, *Op. Cit.*, hlm. 21.

Bahkan sebagian besar minimarket juga menyediakan fasilitas ATM untuk lebih menarik pembeli. Beberapa diantaranya memberlakukan sistem operasional selama 24 jam yang menjadi nilai plus tersendiri bagi minimarket di mata masyarakat luas, sehingga masyarakat cenderung lebih memilih berbelanja kebutuhan sehari-hari di minimarket daripada ke warung tradisional, karena di warung tradisional mereka merasa kurang nyaman dengan fasilitas tempatnya yang kecil dan jika ramai sedikit sudah berdesak - desakkan. Di warung tradisional para pembeli tidak dapat memilih ataupun mengambil barang yang akan dibeli sendiri dan sistem pembayarannya pun juga masih menggunakan sistem manual.

Keberadaan minimarket tersebut akan membawa dampak negatif terhadap warung atau pasar tradisional, karena keberadaannya yang sudah tersebar dimana-mana, bahkan jarak antara minimarket dengan warung atau pasar tradisional sangat berdekatan sehingga di khawatirkan dapat mematikan pasar tradisional. Para pedagang kelontong dan pasar tradisional yang telah berkembang sebelum munculnya waralaba minimarket akan mengalami kerugian karena pendapatan mereka otomatis akan berkurang. Pendirian waralaba minimarket seperti banyak yang tidak memperhatikan pengaturan mengenai penataan tentang toko modern. Didalam pasal 4 ayat (1) Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern, dijelaskan bahwa pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern wajib :

- a. Memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tradisional, usaha kecil dan usaha menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan.
- b. Memperhatikan jarak antara Hypermart dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya

Di Kota Yogyakarta sendiri keberadaan waralaba minimarket sudah tersebar diberbagai wilayah, termasuk diwilayah pemukiman warga. Di kota ini terdapat berbagai perguruan tinggi, keberadaan berbagai perguruan tinggi tersebut mendatangkan ribuan pelajar, mahasiswa dan pendatang yang berdomisili di daerah ini. Pertumbuhan minimarket di Kota Yogyakarta sudah tidak bisa dicegah lagi, minimarket di Kota Yogyakarta hampir setiap jalan dan pemukiman warga ada 1 atau 2 minimarket yang berdiri.

Permasalahan yang muncul adalah banyaknya minimarket yang berdiri di Kota Yogyakarta yang tidak sesuai dengan Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 79 Tahun 2010 tentang Pembatasan Usaha Waralaba Minimarket Dikota Yogyakarta. Diantaranya mengenai jarak antara minimarket dengan pasar tradisional yang tidak sesuai dengan Peraturan Walikota tersebut. Padahal dalam pasal 6 ayat (1) di jelaskan mengenai jarak minimal pendirian usaha waralaba minimarket, yaitu berjarak paling dekat 400 meter dari pasar tradisional. Didalam peraturan ini juga terdapat aturan mengenai jalan-jalan yang diperbolehkan untuk usaha waralaba minimarket dan mengenai jumlah maksimal usaha waralaba minimarket yang di perbolehkan yaitu 52 gerai. Sedangkan di Kota Yogyakarta

sejak tahun 2009 lalu untuk jumlah pendirian minimarket sudah terpenuhi, sehingga tidak di mungkinkan ada penambahan waralaba minimarket baru.⁵ Berdasarkan catatan Dinas Perizinan Pemerintah Kota, terdapat dua minimarket jejaring yang berjarak kurang dari 100 meter dari pasar tradisional. Pertama berada di Jalan Bhayangkara yang berseberangan dengan Pasar Pathuk. Kedua berada di Jalan Parangtritis berseberangan dengan Pasar Prawirotaman. Keduanya sudah beroperasi dan diberi izin sebelum Perwal diterbitkan. Mengenai hal tersebut, Dinas Perizinan Kota Yogyakarta hanya memberikan perpanjangan izin gangguan satu kali, setelahnya toko tersebut harus memenuhi ketentuan Peraturan Walikota.⁶

Oleh karena itu, peran pemerintah sangat penting di dalam melakukan pengaturan terkait dengan usaha waralaba minimarket ini. Jika hal ini tidak ditindak tegas, maka dikhawatirkan akan memicu lebih banyak lagi minimarket berjejaring yang tidak sesuai dengan peraturan walikota. Tentu saja kalau ini terjadi pedagang kecil dan pasar-pasar tradisional akan terkena imbasnya dan bisa menimbulkan pandangan negatif dari masyarakat.

⁵ <http://jogja.antaranews.com/m/berita/333808/yogyakarta-menerbitkan-tiga-surat-peringatan-minimarket-waralaba> diakses pada tanggal 8 Oktober 2015

⁶ <http://jogja.tribunnews.com/2013/11/20/pemkot-yogya-kaji-kembali-ijin-52-minimarket-berjejaring> diakses pada tanggal 8 Oktober 2015

B. Rumusan Masalah

Bagaimanakah Pelaksanaan Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 79 Tahun 2010 Tentang Pembatasan Usaha Waralaba Minimarket Di Kota Yogyakarta ?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Pelaksanaan Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 79 Tahun 2010 tentang Pembatasan Usaha Waralaba Minimarket Di Kota Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai Pembatasan Usaha Waralaba Minimarket di Kota Yogyakarta.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah yang terkait dalam memberikan kebijakan dalam pendirian Usaha Waralaba Minimarket khususnya di Kota Yogyakarta.

E. Keaslian Penelitian

Penulisan hukum ini merupakan hasil karya asli penulis dan bukan merupakan duplikasi atau plagiasi dari hasil karya penulis lain, melainkan sebagai pelengkap dari hasil penulisan hukum sebelumnya. Apabila usulan penulisan hukum atau skripsi ini terbukti merupakan duplikasi ataupun plagiasi dari hasil karya penulis lain, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik atau sanksi hukum yang berlaku. Berikut penulis memaparkan hasil penulisan hukum atau skripsi dari penulis sebelumnya sebagai bukti keaslian :

1. Judul :

Arah Kebijakan Pemerintah Kota Yogyakarta Dalam Penataan Usaha Waralaba Minimarket

2. Identitas Penulis :

Nadia Ditasari, Universitas Negeri Yogyakarta (07401241017)

3. Tujuan Penelitian :

Untuk mendeskripsikan tujuan kebijakan yang diambil oleh Pemerintah Kota Yogyakarta dalam penataan waralaba minimarket di Kota Yogyakarta dan untuk mengetahui pengembangan kebijakan terkait dengan tindakan Pemerintah Kota Yogyakarta dalam penataan waralaba minimarket.

4. Kesimpulan :

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tujuan dari kebijakan Pemerintah Koya Yogyakarta dalam penataan waralaba minimarket adalah untuk melindungi

para pedagang pasar tradisional, toko kelontong serta UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah), adapun tindakan yang dilakukan mengarah pada :

- a. Pembentukan Peraturan Daerah terkait dengan penataan waralaba minimarket
- b. Pengembangan kebijakan penataan waralaba minimarket di Kota Yogyakarta yang disesuaikan dengan kondisi social, ekonomi dan lingkungan masyarakat Yogyakarta.

1. Judul :

Pengaturan Tentang Posisi Dominan Minimarket Dengan Sistem Franchise dan dampaknya terhadap toko-toko tradisional

2. Identitas Peneliti :

Dianovi Putri Mandasari, Universitas Atma Jaya Yogyakarta (070509643)

3. Rumusan masalah :

- a. Bagaimanakah pengaturan posisi dominan dengan keberadaan minimarket Indomaret bersistem franchise (waralaba) yang bertentangan dengan pasal 1 ayat (4) Jo. Pasal 25 ayat (1) Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak sehat ?
- b. Bagaimanakah pelaksanaan dalam pasal 6 Peraturan Bupati Sleman Nomor 13 tahun 2010 tentang penataan lokasi toko modern dan pusat

perbelanjaan terhadap jarak yang kurang dari 500 meter dari toko-toko tradisional ?

4. Tujuan Penelitian :

Untuk mengetahui pengaturan tentang posisi dominan minimarket khususnya indomaret didaerah sleman, mengingat bahwa pelaku usaha menengah yang telah melakukan praktek bisnis monopoli dengan usaha mereka bertentangan dengan pasal 1 ayat (4) Jo. Pasal 25 ayat (1) Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 , dan juga untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan dalam pasal 6 peraturan bupati sleman nomor 13 tahun 2010 tentang penataan lokasi toko modern mengani jarak yang sudah ditentukan oleh bupati sleman, tetapi dengan kenyataannya masih banyak minimarket indomaret yang jaraknya kurang dari 500 meter dengan toko-toko tradisional.

5. Keismpulan :

Bahwa pengaturan posisi dominan minimarket indomaret khususnya didaerah sleman yang bersistem franchise berdampak negative terhadap toko-toko tradisional. pihak pelaku usaha menengah yang mendominasi letak minimarket sehingga kurang memperhatikan Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 pasal 25 ayat (1). Pelaku usaha kecil atau pemilik toko-toko tradisional akan berdampak sulit untuk mempunyai akses memperoleh

barang dan atau jasa baik dari segi harga maupun kualitas kepada para produsennya karena adanya persaingan yang tidak sehat.

1. Judul :

Implementasi Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 68/M-DAG/PER/10/2012 Tentang Waralaba Untuk Jenis Usaha Toko Modern

2. Identitas Peneliti :

Jimmy, Universitas Atma Jaya Yogyakarta (090510124)

3. Rumusan Masalah :

- a. Bagaimanakah prosedur pengalihan outlet / gerai pada PT.Indomarco Prismatama dengan pemberlakuan Peraturan Perdagangan Nomor 68/M-DAG/PER/10/2012 ?
- b. Bagaimana kendala-kendala yang timbul dengan pemberlakuan Peraturan Perdagangan Nomor 68/M-DAG/PER/10/2012 ?

4. Tujuan Penelitian :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis prosedur pengalihan outlet / gerai pada PT.Indomarco Prismatama
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis kendala-kendala yang timbul dengan pemberlakuan Peraturan Perdagangan Nomor 68/M-DAG/PER/10/2012

5. Kesimpulan

- a. Prosedur pengalihan outlet Indomaret dilakukan dengan cara Take over outlet Indomaret. Yaitu melepas outlet yang sudah berjalan kepada calon penerima waralaba, kemudian Indomaret diharuskan melepas 231 outlet dalam 4 tahun kedepan dengan rata-rata melepas 58 outlet dalam 1 tahun
- b. Mengalami beberapa kendala seperti :
 - (1) Sulitnya mencari investor local yang hendak menjadi pewaralaba
 - (2) Kurangnya kesadaran masyarakat tentang manfaat berwirausaha dengan system waralaba

F. Batasan Konsep

Dalam penelitian ini, batasan konsep dibuat untuk memberikan batas pembahasan pemahaman sesuai dengan judul yang diangkat oleh penulis, yaitu mengenai “Pelaksanaan Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 79 Tahun 2010 Tentang Pembatasan Usaha Waralaba Minimarket Di Kota Yogyakarta”.

1. Pelaksanaan

Pengertian Pelaksanaan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu proses, cara, perbuatan melaksanakan (rancangan, keputusan, dan sebagainya).

2. Pembatasan

Pengertian Pembatasan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu proses, cara, perbuatan membatasi.

3. Waralaba

Menurut Pasal 1 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap system bisnis dengan cirri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

4. Usaha Waralaba

Menurut Pasal 1 ayat (10) Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 79 Tahun 2010 tentang Pembatasan Usaha Waralaba Di Kota Yogyakarta adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha yang sudah mempunyai jaringan secara nasional terhadap system bisnis dengan cirri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

5. Minimarket

Menurut Pasal 1 ayat (11) Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 79 Tahun 2010 tentang Pembatasan Usaha Waralaba Di Kota Yogyakarta adalah toko modern dengan batasan luas lantai penjualan kurang dari 400 m² (empat ratus meter persegi).

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian dalam penulisan hukum ini adalah penelitian hukum empiris, yaitu penelitian yang dilakukan dengan melihat sesuatu kenyataan hukum di dalam masyarakat.⁷ Penelitian ini dilakukan secara langsung kepada responden sebagai data utamanya yang didukung dengan data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

2. Sumber Data

Data yang digunakan dalam usulan penelitian hukum ini merupakan data primer dan data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

- a. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, baik melalui wawancara, observasi maupun laporan dalam bentuk dokumen tidak resmi yang kemudian diolah oleh peneliti.⁸
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian, hasil penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, tesis, disertasi, dan peraturan perundang-undangan.⁹

⁷ Zainuddin Ali, 2011, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 105.

⁸ *Ibid*, hlm. 106.

⁹ *Ibid*.

1) Bahan Hukum Primer, berupa bahan-bahan hukum yang mengikat terdiri dari peraturan perundang-undangan yang terkait dengan objek penelitian,¹⁰ meliputi :

- a) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba
- b) Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perdagangan dan Toko Modern
- c) Peraturan Walikota Nomor 79 Tahun 2010 Tentang Pembatasan Usaha Waralaba Minimarket Di Kota Yogyakarta

2) Bahan Hukum Sekunder, adalah buku-buku dan tulisan-tulisan ilmiah hukum yang terkait dengan objek penelitian.¹¹ Meliputi : buku-buku tentang hukum waralaba (franchise), buku-buku tentang minimarket bersistem waralaba (franchise), asas-asas hukum, dan pendapat hukum dalam literature, tinjauan pustaka, jurnal, hasil penelitian, surat kabar, internet, dan wawancara yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti.

3. Metode pengumpulan data

Dalam pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan dua langkah, yaitu:

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ *Ibid.*

- a. Studi kepustakaan, adalah data kepustakaan yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan yang bersumber dari peraturan perundang-undangan, buku-buku, dokumen resmi, publikasi, dan hasil penelitian.¹²
- b. Studi lapangan, adalah data lapangan yang diperlukan sebagai data penunjang diperoleh melalui informasi dan pendapat-pendapat dari responden.¹³

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan kepada narasumber tentang obyek yang diteliti berdasarkan pedoman wawancara yang telah disusun sebelumnya.

Di dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara berfokus, yaitu wawancara yang dilakukan biasanya terdiri dari pertanyaan yang tidak mempunyai struktur tertentu, tetapi selalu terpusat pada satu pokok permasalahan tertentu.¹⁴

Wawancara akan dilakukan kepada pihak Dinas Perizinan Kota Yogyakarta, Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi (Disperindagkop) Kota Yogyakarta, dan Dinas Ketertiban Kota Yogyakarta.

4. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Yogyakarta, dalam hal ini yaitu Dinas Perizinan Kota Yogyakarta, Dinas Perindustrian Perdagangan dan

¹² *Ibid*, hlm. 107.

¹³ *Ibid*.

¹⁴ Amiruddin, 2012, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, hlm. 85.

Koperasi (Disperindagkop) Kota Yogyakarta, dan Dinas Ketertiban Kota Yogyakarta.

5. Responden

Responden adalah subyek yang memberikan jawaban langsung atas pertanyaan peneliti berdasarkan kuesioner atau wawancara yang berkaitan langsung dengan rumusan masalah hukum yang diteliti.

Responden dalam penelitian ini adalah Dinas Perizinan Kota Yogyakarta, Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi (Disperindagkop) Kota Yogyakarta, dan Dinas Ketertiban Kota Yogyakarta.

H. Metode Analisis data

Metode analisis data yang digunakan dengan cara mengolah dan menganalisis data yang di peroleh selama penelitian adalah analisis kualitatif, yaitu analisis yang dilakukan dengan cara merangkai data yang telah dikumpulkan dengan sistematis, sehingga didapat suatu gambaran tentang apa yang di teliti. Sedangkan metode berpikir yang digunakan dalam mengambil kesimpulan ialah metode induktif, yaitu penyimpulan dari pengetahuan yang bersifat khusus, kemudian digunakan untuk menilai suatu peristiwa yang bersifat umum. Metode induktif merupakan analisis data dari hasil wawancara dengan para informan terhadap Pelaksanaan Peraturan Walikota Nomor 79 Tahun 2010 Tentang Pembatasan Usaha Waralaba Minimarket Di Kota Yogyakarta untuk menentukan kesimpulan umum.

I. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran secara menyeluruh sesuai dengan aturan dan penulisan karya ilmiah, sistematika penulisan hukum ini terdiri dari tiga bab, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, keaslian penelitian, batasan konsep, metode penelitian.

BAB II : PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari tinjauan umum mengenai waralaba (*franchise*). Pelaksanaan Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 79 Tahun 2010 Tentang Pembatasan Usaha Warakaba Minimarket Di Kota Yogyakarta.

BAB III : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.