

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Bentuk kebijakan pembatasan usaha waralaba terutama minimarket berjejaring ini adalah suatu bentuk kebijakan yang bersifat melindungi/proteksi terhadap UMKM-UMKM dalam bentuk warung tradisional dan toko kelontong yang memiliki komoditas barang yang dijual sama dengan minimarket yaitu barang kebutuhan sehari-hari. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya menunjukkan bahwa efektivitas kebijakan pembatasan usaha waralaba masih kurang dalam pelaksanaannya. Hal tersebut dikarenakan dalam implementasi pernah ditemukan adanya beberapa pelanggaran, yang pada akhirnya mendapatkan penindakan dan sanksi sesuai pelanggaran yang dilakukan. Pelanggaran tersebut dapat terjadi karena kurangnya pengawasan dari dinas terkait serta penyalahgunaan izin yang dilakukan oleh pemilik usaha. Terkait indikator empat tepat efektivitas kebijakan pembatasan usaha waralaba secara lebih lanjut diuraikan sebagai berikut:

1. Tepat Kebijakan

Ketepatan kebijakan ditinjau dari tujuan kebijakan dalam mendukung ekonomi masyarakat lokal terutama toko kelontong dan warung tradisional sudah sesuai dengan sasaran kebijakan itu sendiri, akan tetapi hasil yang dari kebijakan tersebut tidak bisa secara langsung berdampak besar terhadap kegiatan usaha toko kelontong dan warung tradisional. Hal

tersebut, disebabkan karena kurang lengkapnya kebijakan terutama dalam pencapaian tujuan secara internal yaitu dalam usaha pemerintah Kota Yogyakarta memberdayakan UMKM untuk dapat bersaing dengan usaha waralaba berjejaring yang ada.

2. Tepat Pelaksanaannya

Ditinjau dari ketepatan pelaksanaan kebijakan bahwa kebijakan pembatasan usaha waralaba ini sudah efektif dilihat dari implementor kebijakan terkait yaitu Dinas Perizinan, Dinas Perindagkoptan dan Dinas Ketertiban yang telah melaksanakan tugas dan fungsi sesuai Perwal yang berlaku. Namun, penonaktifan Tim Teknis dari perwal yang berlaku, menunjukkan adanya tidak konsistennya kebijakan tersebut karena kebijakan tersebut masih berlaku dan belum ada kebijakan lainnya sebagai pengganti, maka seharusnya keberadaan Tim Teknis masih aktif sampai sekarang. Jadi pelaksanaan seluruh ketentuan dalam kebijakan belum dilaksanakan sepenuhnya.

3. Tepat Target

Target kebijakan pembatasan usaha waralaba ini terutama adalah para pelaku UMKM dan investor/swasta yang akan mendirikan usaha waralaba berjejaring di wilayah kota Yogyakarta. Kebijakan pembatasan usaha waralaba berjejaring ini dirasa kurang efektif bagi UMKM yang berbentuk toko kelontong dan warung tradisional yang berada dekat dengan minimarket, karena mereka kalah bersaing dari berbagai hal. Di pihak investor sendiri hal ini dirasa cukup efektif, karena ketatnya peraturan

yang dilaksanakan oleh para implementor, sehingga mereka tidak dapat mendirikan minimarket lagi apabila kuota telah terpenuhi.

4. Tepat Lingkungan

Adanya sinkronisasi yang dilakukan antar lembaga satu dengan lainnya secara internal dalam pelaksanaan kebijakan membuat kebijakan ini dapat berjalan dengan efektif disesuaikan dengan fungsi dan peran masing-masing lembaga terkait. Sedangkan lingkungan eksternal kebijakan meliputi persepsi publik terhadap kebijakan dan implementasi kebijakan. Kebijakan ini dirasa lebih memihak kepada ekonomi masyarakat lokal yaitu UMKM di Kota Yogyakarta, dilihat dari tujuan yang ditetapkan dalam Perwal Nomor 79 Tahun 2010 tersebut.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan pembatasan usaha waralaba memiliki implikasi pada terbatasnya jumlah usaha waralaba berjejaring yang ada di Kota Yogyakarta, yang disesuaikan dengan Peraturan Walikota Nomor 79 tahun 2010 yang membatasi keberadaan usaha waralaba berjejaring dari ketentuan penggal jalan dan jumlah maksimal setiap kecamatan. Pembatasan usaha waralaba berjejaring di Kota Yogyakarta belum mencapai tujuan kebijakan secara keseluruhan, terutama dalam pemberdayaan UMKM, karena dalam kebijakan tersebut belum adanya program untuk pemberdayaan UMKM terutama bagi toko kelontong dan warung tradisional. Salah satu hal yang tercapai dari kebijakan ini adalah meminimalisir timbulnya monopoli perdagangan antara toko modern dan

toko kelontong serta warung tradisional. Selain itu, juga tercapainya pemerataan kesempatan dalam kegiatan ekonomi Kota Yogyakarta dari pihak pemilik gerai waralaba berjejaring dan UMKM. Sedangkan dari sisi pelaku usaha waralaba berjejaring juga dirasakan bahwa kebijakan tersebut turut membatasi eksplorasi kegiatan usaha yang mereka lakukan di Kota Yogyakarta untuk mengembangkan usahanya guna mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Kurang lengkapnya isi mengenai ketentuan pemberdayaan UMKM dalam pencapaian tujuan kebijakan, juga akan membuat terkendalanya pencapaian tujuan secara maksimal.

C. Saran

1. Perlu adanya evaluasi mengenai keberadaan usaha waralaba berjejaring yang ada di Kota Yogyakarta, karena banyaknya ketidakcocokan antara data yang diperoleh dengan realita yang ada di lapangan terutama mengenai letak/alamat pasti usaha waralaba berjejaring yang mengajukan izin usaha.
2. Mengingat adanya beberapa ketidaksesuaian jumlah waralaba berjejaring yang ada di setiap penggal jalan yang diperbolehkan pendirian usaha waralaba berjejaring, hendaknya Pemerintah Kota Yogyakarta perlu kontrol ketat dan mempertajam peraturan yang berlaku dengan implementasi kebijakan tersebut.
3. Pembuatan regulasi maupun kebijakan mengenai pendiferensiasian produk-produk yang dijual di minimarket terutama sembako, karena

menurut hasil penelitian bahwa sembako merupakan urutan ketiga dari barang yang menjadi tujuan utama pembelian konsumen di minimarket.

4. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden dari pedagang kelontong dan warung tradisional yang menunjukkan bahwa minimarket merupakan saingan usaha mereka, maka diharapkan bahwa pemerintah kota lebih memperhatikan kebutuhan pedagang kelontong dan warung tradisional, seperti membuat kebijakan akan adanya bantuan ketrampilan, permodalan, manajemen usaha dan fasilitas bagi UMKM untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha mereka dalam bersaing dengan minimarket.
5. Perlunya peraturan yang mengatur adanya kewajiban usaha waralaba untuk bekerja sama atau menjalin kemitraan dengan UMKM-UMKM setempat, seperti misalnya menyediakan tempat usaha kecil di wilayah usaha waralaba berjejaring yang menjual produk yang berbeda dengan yang dijual di usaha waralaba berjejaring, karena yang ada selama ini hanya melalui kesadaran maupun melalui pungutan biaya yang dilakukan oleh pemilik usaha waralaba berjejaring. Oleh karena itu, mereka dapat bekerja bersama-sama dalam mencapai keuntungan.