

INTISARI

Setelah diberlakukannya Peraturan Walikota No. 56 tahun 2018, pembatasan jumlah minimarket waralaba Kota Yogyakarta dihapuskan sehingga jumlah minimarket waralaba meningkat secara signifikan. Pelayanan minimarket waralaba dapat diukur dengan NSPK (Norma, Standar, Pedoman, dan Kriteria). Untuk menggambarkan pelayanan minimarket waralaba berdasarkan kondisi di lapangan, diperlukan analisis *desire lines*. Minimarket waralaba adalah fasilitas perdagangan dan jasa. Salah satu teori keruangan dan ekonomi yang membahas pelayanan fasilitas adalah teori tempat sentral. Tujuan penelitian ini adalah mengukur jangkauan pelayanan minimarket waralaba di Kota Yogyakarta berdasarkan NSPK, mengukur jangkauan pelayanan minimarket waralaba di Kota Yogyakarta berdasarkan *desire lines* konsumen, dan menguji jangkauan pelayanan minimarket waralaba di Kota Yogyakarta pada teori tempat sentral.

Penelitian analisis jangkauan pelayanan minimarket waralaba di Kota Yogyakarta menggunakan pendekatan deduktif-kuantitatif. Pengumpulan data penelitian dilakukan melalui wawancara dengan teknik *convenience sampling*. Analisis penelitian dilakukan dengan perhitungan statistik menggunakan SPSS dan pemetaan menggunakan QGIS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jangkauan pelayanan minimarket waralaba secara empiris lebih jauh daripada secara normatif. Pengujian teori tempat sentral pada jangkauan pelayanan minimarket waralaba menunjukkan bahwa pelayanan minimarket waralaba kurang sesuai dengan teori tempat sentral. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor yaitu gerai minimarket yang tidak tersebar merata, topologi wilayah yang tidak *uniform*, adanya jalan searah, teknologi yang sudah maju, dan persebaran penduduk yang kurang merata.

ABSTRACT

After the enactment of Peraturan Walikota Yogyakarta No. 56 of 2018, the restriction on the number of minimarket franchises in the City of Yogyakarta is no longer valid. As a result, the number of minimarket increased significantly. Minimarket's coverage can be measured by standards. Furthermore, desire lines analysis is needed to describe the minimarket's range of services based on how the consumers access it. One of the spatial and economic theories that explain facility services is the central place theory. The purpose of this study was to measure the range of minimarket franchise services in the city of Yogyakarta based on standards; to measure the range of minimarket franchise services in the city of Yogyakarta based on consumer desire lines; and to verify the central place theory on the range of minimarket franchise services in the City of Yogyakarta.

This study uses a deductive-quantitative approach. The data collection was carried out through interviews with convenience sampling techniques. Research analysis was carried out using statistics and mapping via QGIS.

The study indicate that the range of minimarket service is further than standards. The range of minimarket service is not in accordance with the central place theory. This is caused by several factors, such as the minimarket distribution, the region topology, the existence of one-way roads, the advanced technology, and the population distribution.