

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
INTISARI	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Pertanyaan Penelitian	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Batasan Penelitian	9
1.4.1. Lokus Penelitian	9
1.4.2. Fokus Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	10
1.5.1. Manfaat bagi Perusahaan	10
1.5.2. Manfaat bagi Pemerintah dan Masyarakat	10
1.5.3. Manfaat bagi Pengembangan Ilmu	10
1.6. Keaslian Penelitian	11
1.7. Kerangka Pikir Penelitian	13
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 14
2.1. Ritel	14
2.1.1. Definisi dan Fungsi Ritel	15
2.1.2. Tipe Kepemilikan Ritel	16
2.1.3. Klasifikasi Ritel	17
2.1.4. Pelayanan Ritel	20
2.1.4.1. Pelayanan Ritel Berdasarkan Standar	20
2.1.4.2. Pelayanan Ritel Berdasarkan Teori <i>Trade Area</i>	22
2.2. Teori Tempat Sentral	25
2.2.1. Definisi Tempat Sentral	25
2.2.2. Syarat Teori Tempat Sentral	26
2.2.3. Konsep Teori Tempat Sentral	26
2.2.3.1. <i>Threshold</i>	26
2.2.3.2. <i>Range</i>	29
2.2.3.3. Hubungan <i>Threshold</i> dan <i>Range</i>	30
2.2.4. Bentuk, Ukuran, dan Jarak Kota	31
2.2.5. Sistem Tempat Sentral	34
2.2.6. Aplikasi Teori	36

BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1. Pendekatan/Paradigma Penelitian	42
3.2. Penentuan Unit Amatan dan Unit Analisis	43
3.3. Alat/Instrumen Penelitian	44
3.4. Metode Pengumpulan Data	46
3.5. Metode Analisis Data.....	47
3.6. Populasi dan Sampel	50
BAB IV DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN.....	52
4.1. Deskripsi Wilayah Penelitian.....	52
4.1.1. Deskripsi Wilayah Administrasi.....	52
4.1.2. Deskripsi Fisik dan Keruangan.....	53
4.1.3. Deskripsi Kependudukan.....	54
4.1.4. Deskripsi Ekonomi Wilayah.....	56
4.1.5. Deskripsi Sosial Budaya.....	57
4.2. Minimarket Waralaba di Kota Yogyakarta	60
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	63
5.1. Jangkauan Pelayanan Minimarket Waralaba Berdasarkan NSPK	63
5.2. Jangkauan Pelayanan Minimarket Waralaba Berdasarkan <i>Desire Lines</i> Konsumen.....	66
5.3. Pengujian Jangkauan Minimarket Waralaba Berdasarkan Teori Tempat Sentral	73
5.3.1. Hirarki Minimarket Waralaba	73
5.3.2. Jangkauan Pelayanan Minimarket secara Normatif dan Empiris	75
5.3.3. Bentuk Jangkauan Pelayanan Minimarket Waralaba	78
5.4. Temuan Penelitian.....	88
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
6.1. Kesimpulan	97
6.2. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	99

LAMPIRAN.....	105
Lampiran 1: Hasil Analisis <i>Nearest Neighbourhood Analysis</i>	105
Lampiran 2: Tabel Populasi dan Sampel	105
Lampiran 3: Tabel Jumlah Konsumen Minimarket Waralaba Kota Yogyakarta.....	106
Lampiran 4: Tabel Jarak <i>Desire Lines</i> Minimarket Waralaba Kota Yogyakarta.....	107
Lampiran 5: Peta Administrasi Kota Yogyakarta	115
Lampiran 6: Peta Jangkauan Pelayanan Minimarket Waralaba Kota Yogyakarta Berdasarkan SNI/03/1733/2004	116
Lampiran 7: Peta Jarak Tempuh Minimarket Waralaba Kota Yogyakarta...	117
Lampiran 8: Peta <i>Desire Lines</i> Minimarket Waralaba Kota Yogyakarta	118
Lampiran 9: <i>Overlay</i> Peta Jangkauan Pelayanan Minimarket Waralaba Kota Yogyakarta Berdasarkan SNI dan <i>Desire Lines</i>	119
Lampiran 10: Peta <i>Voronoi Polygons</i> Minimarket Waralaba Kota Yogyakarta.....	120

DAFTAR TABEL

1.1. Pertumbuhan Jumlah Minimarket Kota Yogyakarta.....	4
2.1. Jenis dan Perbedaan Toko Swalayan	19
2.2. Pedoman Penyediaan Fasilitas Perdagangan dan Jasa	21
2.3. Hirarki Tempat Sentral di Barat Daya Jerman	33
2.4. Hirarki Tempat Sentral di Snohomish, Washington	37
2.5. Hubungan Jenis Barang dan Jasa dengan Jarak Tempuh.....	41
4.1. Angka Partisipasi Sekolah Kota Yogyakarta dan DIY Tahun 2020	58
5.1. Perbandingan Jumlah Penduduk dan Jumlah Minimarket Waralaba.....	64
5.2. Jarak <i>Desire Lines</i> Minimarket Waralaba Kota Yogyakarta	68
5.3. Rata-Rata Jarak <i>Desire Lines</i> Minimarket Waralaba Kota Yogyakarta ..	70
5.4. Pedoman Penyediaan Fasilitas Perdagangan dan Jasa	74
5.5. Jenis dan Perbedaan Toko Swalayan	75
5.6. Bentuk Jangkauan Pelayanan Minimarket Waralaba Kota Yogyakarta ..	80
5.7. Luas Poligon Minimarket Waralaba Kota Yogyakarta	83
5.8. Analisis Luas Poligon Minimarket Waralaba Kota Yogyakarta.....	87
5.9. Hasil Analisis Hubungan Merek dan Jangkauan Pelayanan Minimarket Waralaba Kota Yogyakarta	92
5.10. Hasil Analisis Hubungan Kelas Jalan dengan Jangkauan Pelayanan Minimarket Waralaba Kota Yogyakarta	95

DAFTAR GAMBAR

1.1. <i>Desire Lines</i> Barang Tingkat Rendah di Yaounde, Afrika Barat.....	6
1.2. Hirarki Tempat Sentral.....	7
1.3. Kerangka Pikir Penelitian	13
2.1. Jalur Distribusi Produk.....	14
2.2. Metode Analisis <i>Trade Area</i>	23
2.3. <i>Thiessen Polygons</i> pada <i>Convenience Store</i> di Jakarta Barat	24
2.4. Hubungan <i>Threshold</i> dan <i>Range</i>	30
2.5. Bentuk Jangkauan Pelayanan	31
2.6. Hirarki Tempat Sentral.....	32
2.7. <i>Market Optimizing Principle</i>	34
2.8. <i>Traffic Optimizing Principle</i>	35
2.9. <i>Administrative Optimizing Principle</i>	36
2.10. Pola Perjalanan Konsumen di Bagian Barat Daya Iowa.....	39
2.11. <i>Desire Lines</i> Pelayanan Makanan dan Alat Optik di Ontario Timur	40
4.1. Peta Administrasi Kota Yogyakarta.....	53
4.2. Persentase Penggunaan Lahan Kota Yogyakarta Tahun 2020.....	54
4.3. Piramida Penduduk Kota Yogyakarta Tahun 2020.....	55
4.4. Pertumbuhan Penduduk Kota Yogyakarta Tahun 2015-2020	56
4.5. Pertumbuhan PDRB Kota Yogyakarta Tahun 2016-2020	57
4.6. Jumlah Penduduk Miskin Kota Yogyakarta Tahun 2014-2020.....	59
4.7. Indeks Kedalaman Kemiskinan dan Indeks Keparahan Kemiskinan Kota Yogyakarta Tahun 2015-2020.....	60
4.8. Indeks Pembangunan Manusia Kota Yogyakarta Tahun 2016-2020.....	61
5.1. Peta Jangkauan Pelayanan Minimarket Waralaba Kota Yogyakarta Berdasarkan SNI	65
5.2. Peta Jarak Tempuh Minimarket Waralaba Kota Yogyakarta	66
5.3. Peta <i>Desire Lines</i> Minimarket Waralaba Kota Yogyakarta.....	67
5.4. Histogram <i>Desire Lines</i> Minimarket Waralaba Kota Yogyakarta	69
5.5. <i>Overlay</i> Peta Jangkauan Pelayanan Minimarket Waralaba	76
5.6. Peta <i>Voronoi Polygons</i> Minimarket Waralaba Kota Yogyakarta	79
5.7. Histogram Luas Poligon Minimarket Waralaba Kota Yogyakarta	88