

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
PRAKATA	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.1.1. Kontribusi waralaba pada negara dan kondisinya di Indonesia	1
1.1.2. TOMIRA dan konflik waralaba	3
1.1.3. Waralaba Pasif sebagai inovasi kemitraan untuk UMKM.....	8
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	12
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Manfaat Penelitian	14
1.5. Keaslian Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	21
2.1. Tinjauan Pustaka	21
2.1.1. Kemitraan.....	21
2.1.1.a. Pola inti Plasma	23
2.1.1.b. Pola Kontrak Beli	24
2.1.1.c. Pola Sub Kontrak	24
2.1.1.d. Pola Dagang Umum	25
2.1.1.e. Pola Keagenan	26
2.1.2. UMKM di Indonesia dan Dukungan Pemerintah.....	27
2.1.3. Konsep Ritel dan Jenisnya	29
2.2. Landasan Teori.....	32
2.2.1. Teori Kemitraan	32
2.2.2. Waralaba (<i>Franchise</i>)	34

2.2.3. <i>Public Policy</i>	37
2.2.3.a. Analisis Kebijakan	37
2.2.3.b. Inovasi Kebijakan.....	40
2.3. Kerangka Pemikiran.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1. Desain Penelitian.....	45
3.2. Kerangka Konseptual Penelitian	47
3.3. Unsur Penelitian	49
3.4. Informan Penelitian.....	50
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.6. Teknis Analisis Data	57
BAB IV PENILAIAN KEBIJAKAN WARALABA DI TOMIRA.....	61
4.1. Kebijakan Waralaba di TOMIRA	61
4.2. Penilaian Kebijakan Menurut <i>Collaborative Governance</i>	65
4.2.1. Perspektif pemerintah.....	68
4.2.2. Perpektif retail (swasta).....	75
4.2.3. Perspektif koperasi	80
4.2.4. Perspektif UMKM.....	83
4.2.5. Perspektif Masyarakat/Konsumen	91
4.2.5.a. Daya Tarik TOMIRA	94
4.2.5.b. Pemanfaatan TOMIRA oleh Masyarakat.....	98
4.2.5.c. Pelayanan TOMIRA dan Tingkat Kepuasan Masyarakat	101
4.3. Hasil Penilaian Kebijakan Waralaba di Tomira.....	104
4.3.1. Mas alah kebijakan waralaba di TOMIRA	104
4.3.2. Toko retail berbasis ekonomi kerakyatan	108
BAB V IMPLEMENTASI WARALABA PASIF SEBAGAI MITIGASI MASALAH KEBIJAKAN DI TOMIRA	114
5.1. Munculnya Inovasi Waralaba Pasif	114
5.1.1. Perbedaan Waralaba Aktif dan Pasif.....	116
5.1.2. Model Waralaba Pasif di Tomira	123
5.2. Komitmen Waralaba Pasif antara <i>Franchisee</i> dan <i>Franchisor</i>	129
5.2.1. <i>Delegation System</i>	129
5.2.2. <i>Temporary Credit Fund System</i>	133
5.3. Kelebihan Waralaba Pasif di Tomira	135

5.3.1. Waralaba pasif menurut koperasi.....	135
5.3.2. Waralaba pasif menurut UMKM	140
BAB VI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WARALABA PASIF DALAM PENGEMBANGAN JARINGAN TOKO	144
6.1. Keterlibatan dan Dukungan Pemerintah Daerah.....	144
6.2. Kebijakan Retail.....	149
6.2.1. Sistem Pembayaran	150
6.2.2. Sistem Penempatan Produk.....	152
6.2.3. Sistem Penggunaan Barcode	154
6.2.4. Sistem Pemasokan Barang	156
6.2.5. Adanya koperasi sekunder	158
6.3. Sumber Daya Manusia	163
6.4. Manajemen.....	167
BAB VII PROSES INOVASI WARALABA PASIF SEBAGAI KEBARUAN PENELITIAN.....	173
7.1. <i>Standard and Objective</i>	174
7.2. <i>Characteristic of the Implementing Agencies</i>	176
7.3. <i>The Dispositions of Implementors</i>	182
7.4. <i>Economic, Social and Political Condition</i>	185
BAB VIII PENUTUP	191
8.1. Kesimpulan	191
8.2. Rekomendasi	192
DAFTAR PUSTAKA	195
LAMPIRAN	
I. PEDOMAN PENELITIAN	
II. INDEPTH INTERVIEW	