

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 <i>Research Gap</i>	10
1.2.1 Empirical Gap	10
1.2.2 Theoretical Gap.....	10
1.2.3 Methodological Gap.....	11
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	13
1.4.1 Tujuan Penelitian	13
1.4.2 Kegunaan Penelitian.....	13
1.5 Outline Tesis.....	14
 BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN	 17
2.1 Telaah Pustaka.....	17
2.1.1 Perilaku Pedagang dan Keputusan Pemasaran	17
2.1.2 Modal Sosial dan Kepercayaan dalam Ekosistem Pasar	18
2.1.3 Manajemen Rantai Pasok	18
2.1.4 Dinamika Permintaan dan Segmentasi Pasar.....	19

2.1.5	Kebijakan Pemerintah	20
2.1.6	Ketersediaan Stok Daging Impor	20
2.1.7	Harga Pasar	21
2.1.8	Daya Beli Masyarakat	21
2.1.9	Persepsi Masyarakat Terhadap Isu Halal	22
2.1.10	Fluktuasi Permintaan	22
2.1.11	Modal Kerja	22
2.1.12	Kapasitas Cold Storage	23
2.1.13	Persepsi Risiko	23
2.1.14	Pengalaman Berdagang.....	24
2.1.15	Komunikasi oleh Distributor	24
2.1.16	Fleksibilitas Pengiriman oleh dis.....	25
2.2	Penelitian Terdahulu	26
2.3	Kerangka Pemikiran	30
BAB III METODE PENELITIAN		33
3.1	Jenis dan Sumber Data	33
3.2	Profil Informan Penelitian dan Teknik Penentuan Informan	34
3.3	Metode Pengumpulan Data	36
3.4	Teknik Analisis Data.....	38
3.5	Triangulasi.....	39
3.6	Kredibilitas dan Keabsahan Data	40
3.7	Asumsi-Asumsi Penelitian	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian dan Data Deskriptif.....	44
4.2	Hasil Penelitian	44
4.2.1	Segmentasi Permintaan Berbasis Karakteristik Konsumen (B2C vs B2B).....	45
4.2.2	Strategi Penentuan Harga, Pengorbanan Margin, dan Modulasi Modal Sosial	51

4.2.3	Relasi Distributor dan Pemanfaatan Teknologi Informasi via WhatsApp	55
4.2.4	Manajemen Risiko Rantai Dingin dan Keterbatasan Infrastruktur	58
4.2.5	Sikap, Pemaknaan, dan Daya Tanggap Pedagang terhadap Kebijakan Impor Pangan.....	63
4.2.6	Sintesis Antar-Tema: Pedagang sebagai Aktor Adaptif yang Terbenam dalam Jaringan Sosial-Ekonomi	67
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	68
BAB V PENUTUP.....		70
5.1	Kesimpulan Penelitian	70
5.1.1	Persepsi dan Pemaknaan Pedagang terhadap Daging Impor ...	70
5.1.2	Strategi Adaptasi Pedagang dalam Mengelola Permintaan Daging Impor	71
5.1.3	Faktor-faktor Dominan dalam Keputusan Menjual Daging Impor.....	72
5.2	Implikasi Penelitian.....	73
5.2.1	Implikasi Teoritis	73
5.2.2	Implikasi Praktis.....	74
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	76
5.4	Rekomendasi Penelitian Selanjutnya	77
DAFTAR PUSTAKA.....		79
LAMPIRAN.....		82