

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Penelitian Terdahulu.....	11
1.6 Kerangka Berfikir.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Persaingan	20
2.1.1 Pengertian Persaingan	20
2.1.2 Kelebihan Persaingan Ekonomi.....	21
2.1.3 Bentuk Bentuk Persaingan	23
2.1.4 Fungsi-Fungsi Persaingan	25
2.2 Industri Fashion	26
2.2.1 Pengertian Industri.....	26
2.2.2 Pengertian Fashion.....	28
2.2.3 Pengertian Industri Fashion dan Fungsinya.....	30
2.3 Pedagang	33

2.3.1 Definisi Pedagang.....	33
2.3.2 Pedagang Konvensional	34
2.3.3 <i>E-Commerce</i>	37
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Metode Penelitian.....	41
3.2 Sumber Data	42
3.2.1 Data Primer	42
3.2.2 Data Sekunder	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.3.1 Wawancara.....	43
3.3.2 Observasi	43
3.3.3 Dokumentasi.....	44
3.4 Teknik Analisis Data	44
3.5 Tempat dan Waktu Pelaksanaan.....	45
3.5.1 Tempat Penelitian	45
3.5.2 Waktu Pelaksanaan.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Kondisi Objek Kajian Penelitian	47
4.1.1 Kondisi Geografi	47
4.1.2 Kondisi Demografi	49
4.1.3 Visi Misi Pasar Kembar	51
4.1.4 Struktur Organisasi Pasar Kembar Kecamatan Regol	52
4.1.5 Tugas dan Tanggung Jawab Pasar Kembar	52
4.2 Persaingan Antara Pedagang Pasar Kembar dengan <i>E-Commerce</i>	54
4.3 Dampak yang Terjadi pada Pedagang Konvensional di Pasar Kembar	
Akibat dari Faktor Perkembangan <i>E-Commerce</i>	62
4.3.1 Periode Usaha.....	62
4.3.2 Perkembangan <i>E-Commerce</i>	67
4.3.3 Dampak yang Dialami	74
4.3.4 Omset Pendapatan Para Pedagang Pasar Kembar Setelah	
Berkembangnya <i>E-Commerce</i>	80

4.4 Upaya Yang Dilakukan Pedagang Pasar Kembar Dalam Mempertahankan Usahanya dengan <i>E-Commerce</i>	83
4.4.1 Strategi Para Pedagang Konvensional.....	83
4.4.2 Perubahan Pendapatan Para Pedagang Konvensional Setelah Melakukan Strategi Dalam Berdagang	86
4.5 Aplikasi Teori Konflik, Terhadap Persaingan yang Terjadi Antara Pedagang Konvensional Dengan <i>E-Commerce</i>	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN.....	101
RIWAYAT HIDUP.....	114

