

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL LUAR.....	i
HALAMAN JUDUL DALAM.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Penegasan Istilah.....	12
F. Sistematika Pembahasan.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	16
A. Kajian Tentang <i>E-commerce</i>	16
1. Pengertian <i>E-commerce</i>	16
2. Jenis-Jenis <i>E-commerce</i>	24
3. Kelebihan dan Kelemahan <i>E-commerce</i>	28
4. Indikator <i>E-commerce</i>	30
B. Kajian Tentang Daya Saing.....	31
1. Pengertian Tentang Daya Saing.....	31
2. Daya Saing dari Segi Mutu dan Kemasan.....	38
3. Daya Saing dari Segi Promosi dan Pemasaran.....	45
4. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Daya Saing.....	53
C. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	54
1. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah.....	54
2. Klasifikasi Usaha Mikro.....	57
3. Karakteristik Usaha Mikro Usaha Kecil.....	58
4. Kekuatan dan Kelemahan Usaha Mikro.....	60
5. Usaha Mikro Kecil dan Menengah Perspektif Islam.....	64
D. Kajian Penelitian Terdahulu.....	70

E. Kerangka Konseptual	91
BAB III METODE PENELITIAN	92
A. Rancangan Penelitian	92
1. Pendekatan Penelitian.....	92
2. Jenis Penelitian	93
B. Lokasi Penelitian	95
C. Kehadiran Peneliti	95
D. Sumber Data.....	95
1. Sumber Data Primer	96
2. Sumber Data Sekunder	96
E. Teknik Pengumpulan Data	97
1. Metode Observasi	97
2. Metode Wawancara	99
3. Metode Dokumentasi.....	101
F. Teknik Analisis Data.....	101
1. Reduksi Data	102
2. Penyajian Data.....	103
3. Penarikan Data.....	104
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	105
1. Kredibilitas (Keterpercayaan Penelitian).....	105
2. Transferabilitas (<i>Transferability</i>)	107
3. Dependabilitas (<i>Dependability</i>).....	108
4. Konfirmabilitas (<i>Confirmability</i>).....	108
H. Tahap-Tahap Penelitian	109
1. Tahap Pra-lapangan	109
2. Tahap Pekerjaan Lapangan.....	110
3. Tahap Analisis Data	110
4. Tahap Penulisan Laporan	110
BAB IV HASIL PENELITIAN	112
A. Deskripsi Umum.....	112
1. Sejarah Usaha	112
2. Visi dan Misi	113
3. Akun <i>E-commerce</i> UMKM UD. Rajawali Hanger	113
B. Paparan Data	117
1. Implementasi Pemanfaatan <i>E-commerce</i> dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di UD. Rajawali Hanger	117
2. Kendala dan Solusi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di UD. Rajawali Hanger Melalui Pemanfaatan <i>E-commerce</i>	129
C. Temuan Penelitian	154
1. Implementasi Pemanfaatan <i>E-commerce</i> dalam Meningkatkan Daya	

Saing UMKM di UD. Rajawali Hanger	154
2. Kendala dan Solusi yang Dihadapi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di UD. Rajawali Hanger Melalui Pemanfaatan <i>E-commerce</i>	159
BAB V PEMBAHASAN	166
A. Implementasi pemanfaatan <i>e-commerce</i> dalam meningkatkan daya saing UMKM di UD. Rajawali Hanger	166
1. Pemasaran Produk Melalui <i>E-commerce</i>	166
2. Kemudahan dalam pemberian informasi produk	169
B. Kendala dan Solusi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di UD. Rajawali Hanger Melalui Pemanfaatan <i>E-commerce</i>	176
1. Banyak kompetitor	176
2. Ketersediaan Produk	178
3. Konten harus kreatif	181
4. Penyesuaian <i>trend</i>	182
5. Rawan di Blokir	184
6. Komentar dan Ulasan Pelanggan	187
BAB VI PENUTUP	190
A. Kesimpulan	190
B. Saran	191
1. Bagi Akademik	191
2. Bagi UD. Rajawali Hanger	192
3. Bagi Peneliti Selanjutnya	192
DAFTAR RUJUKAN	193
Lampiran 1: Dokumentasi	206
Lampiran 2: Foto Produk UD. Rajawali Hanger	216
Lampiran 3: Instrumen Penelitian	218
Lampiran 4: Instrumen Observasi	221
Lampiran 5: Pernyataan Keaslian Tulisan	222
Lampiran 6: Daftar Riwayat Hidup	223
Lampiran 7: Surat Izin Penelitian	224