

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Nota Persetujuan Pembimbing.....	ii
Pengesahan Munaqosyah.....	iii
Pernyataan Keaslian.....	iv
Abstrak.....	v
Motto.....	ix
Persembahan.....	x
Pedoman Transliterasi Arab latin.....	xi
Kata Pengantar.....	xiv
Daftar Isi.....	xvi
Daftar Gambar.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan.....	9
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Layanan <i>E-commerce</i>	11
1. Pengertian <i>E-commerce</i>	11
2. Jenis-Jenis <i>E-commerce</i>	14
3. Dimensi dan Indikator <i>E-commerce</i>	18
4. Pandangan Islam tentang Penggunaan Layana <i>E-commerce</i> dalam berbisnis.....	21
5. Kelebihan dan Kekurangan <i>E-commerce</i>	23
B. UMKM di Indonesia.....	28
1. Pengertian UMKM.....	28
2. Karakteristik UMKM.....	32
3. Masalah dan Tantang UMKM di Indonesia.....	35
C. Daya Saing (Competitive Advantage).....	40

1.	Pengertian Daya Saing (Competitive Advantage).....	40
2.	Indikator-Indikator Daya Saing.	46
3.	Jenis-Jenis Persaingan dalam Bisnis.....	48
4.	Peran Motivasi Kerja dalam Meningkatkan Daya Saing	54
D.	Penelitian Terdahulu.....	59
E.	Kerangka Teoritik.....	69
BAB III	METODE PENELITIAN	
A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian	71
B.	Sumber Data	72
C.	Subjek dan Objek Penelitian.....	73
D.	Teknik Penumpulan Data.....	73
E.	Pengujian Keabsahan Data	75
F.	Teknik Analisis Data	76
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A.	Gambaran Umum UMKM Konveksi Kecamatan Gebog.....	78
1.	Gambaran Umum UMKM Konveksi Kecamatan Gebog.....	78
2.	Gambaran Umum Responden ...	79
B.	Motivasi Pengusaha Konveksi di Kecamatan Gebog dalam Menggunakan Layanan <i>E-commerce</i>	83
C.	Strategi Penggunaan <i>E-commerce</i> oleh Pengusaha Konveksi di Kecamatan Gebog dalam Meningkatkan Daya Saing Usahanya.....	89
D.	Manfaat Menggunakan Layanan <i>E-commerce</i> oleh Pengusaha Konveksi	99
E.	Problematika yang Dihadapi oleh Pengusaha Konveksi di Kecamatan Gebog dalam Menerapkan <i>E-commerce</i> untuk Meningkatkan Daya Saing Usahanya	103

F. Peran Pemerintah dalam Mendorong UMKM dalam Menggunakan Layanan <i>E-commerce</i>	108
--	-----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	111
B. Saran	112

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Dimensi Daya Saing Menurut Man, Lau & Chan (2002)	48
2.2 Kerangka Teoritik.....	69
4.1 Motivasi Pengusaha Konveksi di Kecamatan Gebog dalam Menggunakan Layanan <i>E-commerce</i>	84
4.2 Contoh Laman media sosial sebagai sarana penjualan Menggunakan Layanan <i>E-commerce</i> .	87
4.3 Strategi Pengusaha Konveksi di Kecamatan Gebog dalam Menggunakan Layanan <i>E-commerce</i>	91
4.4 Testimoni bukti transfer pelanggan sebagai langkah giat promosi.....	97
4.5 Testimoni kepuasan pelanggan sebagai langkah giat promosi	97