

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Keaslian Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Teori Adopsi Inovasi	19
2.2.1 Model Proses Pengambilan Keputusan Inovasi	21
2.2.2 Kategori Adopter	22
2.4 Teori Difusi Inovasi.....	31
2.5 Inovasi SiBakul Markethub Free Ongkir	36
2.6 Usaha Mikro Kecil Menengah	40
2.7 Proposisi Teoritik	42
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Desain Penelitian	46
3.2 Sumber Data	49
3.3 Teknik Pengumpulan Data	49
3.4 Lokasi Penelitian dan Subyek Penelitian	53
3.5 Teknik Pengolahan Data	56
3.6 Pengujian Keabsahan Data.....	57

BAB IV MARKETHUB: UPAYA UMKM GO DIGITAL DI ERA PANDEMI.....	59
4.1 Inovasi SiBakul Markethub Free Ongkir	59
4.2 Stakeholder dalam Penerapan dan Pengembangan Inovasi SiBakul Markethub.....	68
BAB V ANALISIS PROSES DIFUSI INOVASI SIBAKUL MARKETHUB FREE ONGKIR.....	74
5.1 Elemen Difusi Inovasi SiBakul Markethub Free Ongkir	74
5.1.1 Inovasi	76
5.1.2 Saluran Komunikasi	83
5.1.3 Waktu	88
5.1.4 Sistem Sosial	90
5.2 Proses Adopsi Inovasi SiBakul Markethub Oleh UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta	91
5.3 Tingkat kecepatan Adopsi berdasarkan kategori Adopter ...	98
5.3.1 Inovator	99
5.3.2 Early Adopter	100
5.3.3 Early Majority	101
5.3.4 Late Majority	103
5.3.5 Leggard.....	105
5.4 Hasil Difusi dan Adopsi Inovasi SiBakul Markethub Free Ongkir.....	106
5.5 Relevansi Inovasi SiBakul Markethub Pasca Pandemi	108
5.6 Faktor yang mempengaruhi Difusi dan Adopsi Inovasi SiBakul Markethub.....	109
5.6.1 Faktor Pendukung	109
5.6.2 Faktor Penghambat.....	111
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	114
6.1 Kesimpulan.....	114
6.2 Saran	115
DAFTAR PUSTAKA	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses Pengambilan keputusan Inovasi.....	22
Gambar 2. 2 Perkembangan Anggota SiBakul Jogja	39
Gambar 3. 1 Kerangka Penelitian Studi Kasus	47
Gambar 4. 1 Laman pendaftaran SiBakul markethub.....	63
Gambar 4. 2 Laman website SiBakul Markethub Free Ongkir.....	64
Gambar 4. 3 SiBakul di Apliasi Jogjakita dan Kontak CS Markethub.....	65
Gambar 4. 4 Cara Belanja di Markethub	66
Gambar 5. 1 Gambaran elemen difusi inovasi pada SiBakul markethub free ongkir	75
Gambar 5. 2 Sosialisasi SiBakul markethub di Kelurahan	85
Gambar 5. 3 Pelayanan Pendaftaran mitra SiBakul Markethub	86
Gambar 5. 4 Sosialisasi Markethub melalui media sosial Instagram.....	87
Gambar 5. 5 Sosialisasi Markethub melalui media sosial Youtube.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tahapan Pengambilan Keputusan Adopsi	20
Tabel 2. 2 Komposisi Kategori Adopter	25
Tabel 2. 3 Studi Literatur Faktor pendorong dan Penghambat	25
Tabel 2. 4 Operasionalisasi Konsep	45
Tabel 3. 1 Kisi-kisi Amatan	48
Tabel 3. 2 Informan Kategori Adopter.....	51
Tabel 3. 3 Data Informan	54
Tabel 5. 1 Transformasi inovasi SiBakul Markethub	77
Tabel 5. 2 Karakteristik Inovasi SiBakul markethub	82
Tabel 5. 3 Tahapan Adopsi Inovasi SiBakul Markethub	97
Tabel 5. 4 Transaksi SiBakul markethub 2020-2021	107