

Daftar Isi

Lembar Pengesahan	ii
Surat Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	vii
Daftar Istilah dan Singkatan.....	x
Abstrak	xii
<i>Abstract</i>	xiii
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	2
1.3 Tinjauan Literatur.....	2
1.3.1 Difusi dan Adaptasi <i>E-commerce</i>	4
1.3.2 Peluang dan Tantangan <i>E-commerce</i>	4
1.3.3 Kualitas yang Dimiliki <i>E-commerce</i> Agar Dapat Bersaing.....	6
1.4 Kerangka Konseptual	8
1.5 Argumen Utama	15
1.6 Metodologi Penelitian	16
1.7 Tujuan Penelitian.....	18
1.8 Sistematika Penulisan.....	18
BAB II	
KONTEKS DAN PROFIL SHOPEE	20
2.1 Profil perusahaan Shopee	21
2.2 Kebijakan dan Infrastruktur <i>E-commerce</i>	26
2.2.1 Peran Pemerintah Indonesia di Industri <i>E-commerce</i>	27
2.2.2 Peran Pemerintah Malaysia di Industri <i>E-commerce</i>	35
2.3 Perkembangan <i>E-commerce</i> di Asia Tenggara	38

UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING ECOMMERCE SHOPEE MELALUI <i>ECOMMERCE COMPETITIVENESS</i>	44
3.1 Peningkatan Daya Saing Melalui <i>Resources</i>	44
3.1.1 <i>Intangible Resources</i>	45
3.2 Peningkatan Daya Saing Melalui <i>Capabilites</i>	55
3.2.1 <i>Organizational</i>	56
3.3 Peningkatan Daya Saing Melalui <i>Knowledge</i>	58
3.3.1 Monitoring Firm Performance, Industry Developments and Competitor's Activities	59
3.3.2 <i>Innovativeness</i>	62
3.4 Perbandingan Kebijakan Pemerintah dalam Membangun Ekosistem <i>E-commerce</i>	64
3.4.1 Indonesia.....	67
3.4.2 Malaysia.....	70
BAB IV	
KESIMPULAN	74
Referensi	78