

DAFTAR ISI

BEBAS PLAGIASI	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan dan Penelitian	5
1.3 Tujuan dan Manfaat	6
1.4 Ruang Lingkup Penelitian	7
1.4.1 Subjek dan Objek Penelitian	7
1.4.2 Wilayah Penelitian	7
1.4.3 Kerangka Waktu	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Model Pendekatan Inkremental	8
2.2 Konsep <i>E-Commerce</i>	12
2.3 Konsep <i>Social Commerce</i>	15
2.4 Kerangka Berpikir	18
BAB III Metodologi Penelitian	21
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Teknik Pengumpulan Data	21
3.2.1 Observasi	22
3.2.2 Wawancara	22
3.2.3 Catatan Lapangan	22
3.2.4 Studi Kepustakaan	22
3.3 Teknik Pengambilan Sampel/Pemilihan Informan	23
3.4 Teknik Analisis Data	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	25



4.1 Deskripsi Objek Penelitian	25
4.2 Perkembangan dan Tantangan Isu Kebijakan <i>E-commerce</i> pada Era Digital di Indonesia	26
4.3 Memahami Peran UMKM Digital pada Platform <i>E-commerce</i> dalam Era Ekonomi Digital.....	30
4.4 Studi Kasus TikTok Shop: Analisis <i>Social Commerce</i>	32
4.4.1 Sejarah dan Pertumbuhan TikTok Shop.....	32
4.4.2 Strategi dan Praktik TikTok Shop di Indonesia.....	33
4.4.3 Dampak Sosial dan Ekonomi	34
4.5 Implementasi dan Dampak Permendag 31/2023 pada <i>E-Commerce</i>	35
4.6 Evaluasi Formulasi Kebijakan E-Commerce: Permendag 31/2023	37
4.6.1 Proses Formulasi Kebijakan Permendag 31/2023	37
4.6.2 Identifikasi Temuan Studi Literatur terhadap Pendekatan Inkrementalis.....	40
4.6.3 Perspektif Aktor Pemerintah terhadap pendekatan Inkrementalis.....	44
4.6.4 Tantangan Proses Formulasi Kebijakan Permendag 31/2023	58
4.7 Modifikasi Pendekatan Inkrementalis melalui Strategi <i>Fishbone Analysis</i>	60
4.8 Refleksi dan Implikasi Kebijakan <i>Social Commerce</i> di Era Digital	61
BAB V KESIMPULAN	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran.....	63
Daftar Pustaka	65