

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
INTISARI.....	x
ABSTRACT.....	xi
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Pembahasan.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 <i>Electronic Commerce</i>	7
2.2 Keuntungan Perdagangan Elektronik.....	11
2.3 Kerugian Perdagangan Elektronik.....	15
2.4 Penghambat E-Commerce di Indonesia.....	17
2.5 Kontribusi Ekonomi Usaha Kecil dan Menengah.....	22
2.6 Penggunaan E-Commerce Oleh Usaha Kecil dan Menengah.....	27
2.7 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	31

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Objek Penelitian	34
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5 Definisi Operasional	37
3.6 Metode Pengukuran Data.....	38
3.7 Pengujian Instrumen	39
3.8 Metode Analisis Data	41

IV. ANALISIS DATA

4.1 Deskripsi Sampel Penelitian	42
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	44
4.3 Analisis Motif Penggunaan E-Commerce	46
4.4 Analisis Faktor Hambatan Penggunaan E-Commerce	51
4.5 Analisis Faktor Pendukung Penggunaan E-Commerce.....	55

III. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	62
5.2 Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jumlah UKM di Indonesia Tahun 1999-2005	28
Tabel 4.1 Sampel Penelitian Berdasarkan Daerah.....	42
Tabel 4.2 Karakteristik Sampel Penelitian	43
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Kuesioner	44
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.5 Motif Penggunaan E-Commerce oleh UKM <i>Handicraft</i>	46
Tabel 4.6 Prioritas Motif Penggunaan E-Commerce Oleh UKM <i>Handicraft</i> 47	
Tabel 4.7 Hambatan Penggunaan E-Commerce oleh UKM <i>Handicraft</i>	51
Tabel 4.8 Prioritas Hambatan Penggunaan E-Commerce	52
Tabel 4.9 Pendukung Penggunaan E-Commerce Oleh UKM <i>Handicraft</i> ..	56
Tabel 4.10 Prioritas Pendukung Penggunaan E-Commerce	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 <i>Pie Cart</i> Tanggapan UKM Terhadap Motif Untuk Mempromosikan Produk.....	45
Gambar 4.2 <i>Pie Cart</i> Tanggapan UKM Terhadap Motif Karena E-Commerce Dapat Memberikan Pelayanan Tanpa Batas Waktu	46
Gambar 4.3 <i>Pie Cart</i> Tanggapan UKM Terhadap Motif Untuk Mendapatkan Mitra Bisnis	47
Gambar 4.4 <i>Pie Cart</i> Tanggapan UKM Terhadap Motif Hambatan Karena Alasan Keamanan Dalam Bertransaksi.....	50
Gambar 4.5 <i>Pie Cart</i> Tanggapan UKM Terhadap Motif Hambatan Karena Keterbatasan Sumber Daya Manusia	51
Gambar 4.6 <i>Pie Cart</i> Tanggapan UKM Terhadap Motif Hambatan Karena Keterbatasan Pengetahuan Tentang Teknologi	52
Gambar 4.7 <i>Pie Cart</i> Tanggapan UKM Terhadap Fakta Pendukung karena Meningkatnya Infrastruktur Perusahaan Jasa Telekomunikasi	55
Gambar 4.8 <i>Pie Cart</i> Tanggapan UKM Terhadap Motif Hambatan Karena E-Commerce Dapat Memberikan Pelayanan Tanpa Batas....	56
Gambar 4.9 <i>Pie Cart</i> Tanggapan UKM Terhadap Motif Hambatan Karena Keterbatasan Pengetahuan Tentang Teknologi	52