



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar belakang	1
1.2. Rumusan masalah	6
1.3. Pertanyaan penelitian	7
1.4. Tujuan penelitian	8
1.5. Manfaat penelitian	8
1.6. Lingkup penelitian	9
1.7. Sistematika penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1. Teknologi 4.0 dan konsep ekonomi digital	13
2.2. Definisi dan tipologi e-business	14
2.3. Desain produk/layanan (quality function deployment).....	15



2.3.1. Instrumen analisis qfd.....	17
2.3.2. House of quality (hoq)	18
2.4. Pendekatan identifikasi kebutuhan dan layanan e-business	21
2.4.1. Tahapan keputusan pembelian	21
2.4.2. Tahapan aktivitas proses bisnis	22
2.5. Variabel kebutuhan pengguna e-business	24
2.6. Variabel layanan e-business	28
2.6.1. Sistem layanan.....	29
2.6.2. Dimensi dan variabel layanan	29
2.7. Strategi blue ocean.....	31
2.8. Model bisnis	32
2.8.1. Kanvas model bisnis	33
2.8.2. Pola model bisnis.....	35
2.8.3. Metode desain model bisnis	38
2.9. Kerangka konseptual.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1. Desain penelitian.....	41
3.2. Metode pengumpulan data	42
3.2.1. Jenis dan sumber data	44
3.2.2. Metode penyampelan	44
3.2.3. Teknik dan waktu pengumpulan data	46
3.3. Instrumen penelitian.....	47
3.3.1. Definisi operasional	47



3.3.2. Pengembangan instrumen	48
3.3.3. Metode pengukuran dan uji reliabilitas.....	50
3.4. Metode analisis data.....	52
3.5. Profil objek penelitian.....	54
3.5.1. Profil e-business di indonesia.....	54
3.5.2. Profil umkm di indonesia.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1. Verifikasi, uji reliabilitas dan profil responden.....	58
4.1.1. Verifikasi dan uji reliabilitas hasil kuesioner	58
4.1.2. Profil responden.....	60
4.2. Analisis kebutuhan pengguna e-business	63
4.2.1. Identifikasi kebutuhan pengguna e-business.....	63
4.2.2. Analisis prioritas kebutuhan pengguna e-business	63
4.3. Analisis layanan e-business (voice of quality).....	70
4.3.1. Identifikasi respon teknis layanan e-business	70
4.3.2. Analisis tingkat kepentingan respon teknis e-business.....	74
4.4. Analisis strategi blue ocean.....	76
4.5. Desain model e-business	83
4.6. Pentahapan rencana aksi.....	89
BAB V SIMPULAN.....	92
5.1. Simpulan.....	92
5.2. Implikasi.....	96
5.2.1. Implikasi teoritis.....	96



5.2.2. Implikasi praktis	97
5.3. Keterbatasan penelitian	98
5.4. Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	100



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kesenjangan Sistem dan Lingkup Layanan <i>E-business</i> di Indonesia	7
Tabel 2.1 Karakteristik Konsep Ekonomi Digital	14
Tabel 2.2 Tipologi Umum <i>E-business</i>	16
Tabel 2.3 Dimensi Kebutuhan Pengguna Layanan <i>E-business</i>	24
Tabel 2.4 Variabel Kebutuhan Informasi	27
Tabel 2.5 Variabel Kebutuhan Efisiensi Sistem Layanan	27
Tabel 2.6 Variabel Kebutuhan Keandalan	27
Tabel 2.7 Variabel Kebutuhan Privasi dan Keamanan	28
Tabel 2.8 Variabel Kebutuhan Komunikasi	28
Tabel 2.9 Variabel Kebutuhan Layanan Nilai Tambah	28
Tabel 2.10 Komponen Dimensi Layanan pada Tahap Pengumpulan Informasi dan Negosiasi	30
Tabel 2.11 Komponen Dimensi Layanan pada Tahap Pelaksanaan Kontrak	30
Tabel 2.12 Komponen Dimensi Layanan pada Tahap Kolaborasi	31
Tabel 2.13 Blok Kanvas Model Bisnis pada Area Sumber Daya	33
Tabel 2.14 Blok Kanvas Model Bisnis pada Area Proposisi Nilai	34
Tabel 2.15 Blok Kanvas Model Bisnis pada Area Pengguna	34
Tabel 2.16 Blok Kanvas Model Bisnis pada Area Finansial	35
Tabel 2.17 Pola <i>MultiSided Platforms</i>	37
Tabel 2.18 Pola Bisnis Gratis	37
Tabel 2.19 Sintesis Konsep Sistem Layanan <i>E-business</i>	38
Tabel 3.1 Konstruksi, Konsep dan Definisi Operasional	49



Tabel 3.2 Profil Media <i>E-business</i> di Indonesia	55
Tabel 3.3 Kriteria Usaha Berdasarkan Aset dan Omset	56
Tabel 3.4 Karakteristik UMKM di Indonesai	56
Tabel 4.1 Koefisien Reliabilitas	60
Tabel 4.2 Profil Demografi Responden	61
Tabel 4.3 Profil Aktivitas Penggunaan <i>E-business</i>	62
Tabel 4.4 Dimensi, Variabel dan Atribut Kebutuhan Pengguna <i>E-Business</i>	64
Tabel 4.5 Urutan Prioritas Atribut Kebutuhan Pengguna <i>E-Business</i>	65
Tabel 4.6 Urutan Prioritas Variabel Kebutuhan Pengguna <i>E-Business</i>	67
Tabel 4.7 Perbedaan Prioritas Kebutuhan antar Segmen Pengguna <i>E-Business</i> ...	69
Tabel 4.8 Translasi Variabel Kebutuhan ke dalam Respon Teknis <i>E-Business</i> ...	71
Tabel 4.9 Dimensi dan Variabel Respon Teknis <i>E-Business</i>	73
Tabel 4.10 Kategori Tingkat Kepentingan Variabel Respon Teknis <i>E-Business</i> .	78
Tabel 4.11 Layanan Dasar <i>E-business</i>	79
Tabel 4.12 Variabel Kebutuhan <i>E-Business</i> dengan Kondisi Layanan Buruk	79
Tabel 4.13 Variabel Respon Teknis <i>E-Business</i> yang Perlu Ditingkatkan.....	81
Tabel 4.14 Variabel Respon Teknis <i>E-Business</i> yang Perlu Diciptakan	81
Tabel 4.15 Kerangka Empat Aksi Variabel Respon Teknis <i>E-Business</i>	82
Tabel 4.16 Proposisi Blok Kanvas Model <i>E-Business</i>	85
Tabel 4.17 Proposisi Sistem Layanan Model <i>E-Business</i>	85
Tabel 4.18 Proposisi Nilai dan Mekanisme Penetapan Harga	86
Tabel 4.19 Relasi antar Blok Kanvas Model <i>E-Business</i>	87
Tabel 4.20 Strategi Inisiasi Penerapan Model <i>E-Business</i>	90



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Penelitian.....	12
Gambar 2.1 Tipologi E-business Berdasarkan Jenis Barang dan Metode Pembelian	
17	
Gambar 2.2 Kerangka Komponen <i>HoQ</i>	20
Gambar 2.3 Tahapan Kunci Proses Bisnis.....	23
Gambar 2.4 Kerangka Empat Aksi.....	32
Gambar 2.5 Kanvas Model Bisnis.....	36
Gambar 2.6 Kerangka Konseptual	40
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	43
Gambar 4.1 Kerangka Proses desain Model <i>E-business</i>	59
Gambar 4.2 <i>House of Quality E-business</i>	75
Gambar 4.3 Strategi <i>Blue Ocean E-business</i>	83
Gambar 4.4 Arsitektur Proposisi Nilai <i>E-Business</i>	84
Gambar 4.5 Proposisi Model <i>E-business</i>	88



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Hasil Kajian Dimensi Kebutuhan Pengguna Media <i>e-business</i>	103
Lampiran II	Kuesioner Penelitian.....	108
Lampiran III	Struktur Variabel Kuesioner	117
Lampiran IV	Formulir Wawancara	119
Lampiran V	Rekapitulasi Data Kuesioner.....	131
Lampiran VI	Transkrip Wawancara.....	151
Lampiran VII	Hasil Perhitungan Statistika Menggunakan SPSS.....	168
Lampiran VIII	Prioritas Kebutuhan Berdasarkan Segmen Pengguna	177
Lampiran IX	Kondisi Tingkat Pemenuhan Kebutuhan	183