

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN .....	iii
PRAKATA .....	iv
ARTI LAMBANG DAN SINGKATAN .....	vi
ABSTRACT .....	vii
INTISARI .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Keaslian penelitian .....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI .....	11
2.1 Tinjauan Pustaka .....	11
2.2 Landasan Teori .....	17
2.2.1 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) .....	17
2.2.2 Website .....	19
2.2.3 E-commerce .....	19
2.2.3.1 Perspektif dalam <i>E-commerce</i> .....	20
2.2.3.2 Penerapan <i>e-commerce</i> .....	20
2.2.3.3 Penggolongan <i>e-commerce</i> .....	21
2.2.4 <i>E-marketplace</i> .....	23
2.2.4.1 Evolusi <i>E-marketplace</i> .....	24
2.2.4.2 Kategori <i>E-marketplace</i> .....	26
2.2.4.3 Komponen <i>E-marketplace</i> .....	26

2.2.4.4 Aktor Dalam <i>E-marketplace</i> .....	27
2.2.4.5 Keunggulan <i>E-marketplace</i> .....	28
2.2.5 Perancangan Sistem .....	28
2.2.6 Rekayasa Perangkat Lunak .....	29
2.2.6.1 <i>Prototype Model</i> .....	29
2.2.7 <i>Content Management System (CMS)</i> .....	33
2.2.8 CMS Prestashop .....	37
2.2.9 Pengujian Sistem .....	39
2.2.10 <i>Skala Likert</i> .....	40
2.2.11 Populasi dan Sampel .....	42
2.3 Pertanyaan Penelitian .....	43
<b>BAB III METODOLOGI</b> .....	<b>44</b>
3.1 Bahan Penelitian .....	44
3.2 Alat Penelitian .....	44
3.2 Jalannya Penelitian .....	45
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>50</b>
4.1 Analisis dan Pengembangan E-marketplace .....	50
4.1.1 Profil UMKM di Kabupaten Temanggung .....	50
4.1.2 Pengembangan <i>E-marketplace</i> .....	53
4.1.2.1 Tahap Inisiasi .....	53
4.1.2.2 Tahap Analisis .....	59
4.1.2.3 Tahap Desain .....	77
4.1.2.4 Tahap Pengujian .....	105
4.1.2.5 Tahap Implementasi .....	120
4.2. Pembahasan .....	121
4.2.1 Pemilihan <i>E-marketplace Tipe Public</i> .....	121
4.2.2 <i>Responsif Website E-marketplace</i> .....	122
4.2.3 Karakteristik <i>Customized Design</i> .....	123
4.2.4 Kesesuaian dengan Skema <i>E-marketplace</i> .....	125
4.2.5 Jaminan Keamanan Bertransaksi dalam <i>E-marketplace</i> .....	127
4.2.6 Evaluasi Sistem <i>E-marketplace</i> .....	129
4.2.7 Hasil Evaluasi .....	130

4.2.8 Manajemen Perubahan ( <i>Change Management</i> ) .....	139
4.2.9 Tim yang Berperan dalam Manajemen Perubahan .....	142
4.2.10 Langkah yang Diusulkan dalam Tahapan Implemetasi .....	145
4.2.11 <i>E-marketplace</i> Dibandingkan dengan Aplikasi Sejenis ....	147
4.2.12 Kelebihan <i>E-marketplace</i> yang Dikembangkan .....	148
4.2.13 Kekurangan <i>E-marketplace</i> yang Dikembangkan .....	149
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>150</b>
5.1 Kesimpulan .....	150
5.2 Saran .....	151
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>152</b>
<b>LAMPIRAN ...</b>	<b>L1</b>
Lampiran 1 : Perbandingan 10 CMS <i>E-Commerce Open Source</i> .....	L1
Lampiran 2 : Kuesioner Evaluasi Sistem <i>E-marketplace</i> .....	L7