

Daftar Isi

Daftar Isi.....	3
BAB I Pendahuluan.....	6
1.1 Latar Belakang.....	6
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Hasil Penelitian.....	15
BAB II Tinjauan Pustaka.....	16
2.1 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.....	16
2.2 <i>E-Commerce</i>	19
2.3 Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	27
2.4 Peran Pemerintah.....	35
2.4.1 Peran dalam Mengembangkan UMKM.....	35
2.4.2 Perlindungan Konsumen.....	37
2.4.3 Peraturan Pemerintah dalam Mengatur UMKM.....	40
BAB III Metode Penelitian.....	43
3.1 Metode Penelitian.....	43

3.2 Penelitian Kualitatif.....	43
3.3 Unit Analisis.....	44
3.4 Lokus dan Sasaran Penelitian.....	44
3.5 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6 Teknik Analisis Data.....	48
3.7 Teknik Menguji Keabsahan / Validitas Data.....	49
BAB IV Profil.....	51
4.1 UMKM <i>Orgonite Scalar</i>	51
4.2 Perkembangan UMKM dengan Media Internet.....	57
4.3 Faktor Pendukung Mengapa E-Commerce Dipilih Sebagai Instrumen Perkembangan UMKM	60
BAB V Perkembangan UMKM dengan Penerapan <i>E-commerce</i>.....	64
5.1 Penerapan <i>E-Commerce</i> dalam UMKM.....	64
5.2 Analisis Perkembangan UMKM <i>Orgonite Scalar</i>	65
5.2.1 Perkembangan UMKM <i>Orgonite Scalar</i> dengan Media Sosial.....	67
5.2.2 Perkembangan UMKM <i>Orgonite Scalar</i> dengan <i>E-Commerce</i>	71
5.2.3 Perbandingan Perkembangan UMKM dengan Media Sosial dan <i>E-Commerce</i>	76

5.3 Faktor-Faktor Utama Pendukung Perkembangan UMKM <i>Orgonite Scalar</i>	77
5.4 Peran Pemerintah.....	77
5.4.1 Peran Pemerintah dalam Mengembangkan UMKM.....	80
5.4.2 Peran Pemerintah dalam Melindungi Konsumen.....	81
5.5 Implikasi Penggunaan <i>E-Commerce</i>	84
5.6 Kepuasan Konsumen.....	87
BAB VI Kesimpulan dan Saran.....	90
6.1 Kesimpulan.....	90
6.2 Saran.....	91
Daftar Pustaka.....	94