

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR ILUSTRASI	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Hasil Penelitian	13
E. Kerangka Berpikir	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	21
A. Hasil Penelitian Terdahulu	21
B. Konsep Ekonomi Digital dan E-commerce	28
C. Daya Saing E-commerce	32
D. Indikator Kunci Daya Saing <i>E-commerce</i>	38
E. Konseptual Keunggulan Komparatif dan Kompetitif	41
F. Pemikiran Para Pemikir Ekonomi Islam	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	57
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	57
B. Jenis dan Sumber Data	60
C. Teknik Pengumpulan Data	64
BAB IV	70
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	70
A. Daya Saing <i>E-commerce</i> Indonesia	72
B. Daya Saing <i>E-commerce</i> Malaysia	193
C. Komparasi Daya Saing <i>E-commerce</i> Indonesia Dan Malaysia	352

D. Daya Saing <i>E-commerce</i> Indonesia berdasarkan Aspek Keunggulan Kompetitif dengan Malaysia	358
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	365
F. Penawaran Gagasan	417
G. Temuan Kebaruan dan Orisinalitas Penelitian.....	430
BAB V _PENUTUP.....	433
A. Simpulan	433
B. Saran	434
DAFTAR PUSTAKA	436
LAMPIRAN.....	xiii
RIWAYAT HIDUP.....	liii



