

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iv
HALAMAN PERSETJUAN DOSEN PEMBIMBING TESIS	v
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI TESIS	vi
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Kegunaan Penelitian.....	8
1.5. Sistematika Penulisan.....	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR.....	12
2.1. Tinjauan Pustaka	12
2.1.1. Perkembangan <i>E-Commerce</i> dan Ekonomi Digital	13
2.1.2. <i>E-Commerce</i> dan Kebijakan Pemerintah	19
2.2. Kerangka Berpikir.....	24
2.2.1. Neo-Merkantilisme sebagai Respons terhadap Perdagangan Global.....	25
2.2.2. Neo-Merkantilisme Digital Sebagai Respons terhadap Ekonomi Digital	37
2.2.3. Disrupsi Pasar	46
2.2.4. Kebijakan Pemerintah sebagai Respons terhadap Disrupsi Pasar.....	60

2.3. Kerangka Analisis	62
2.4. Argumen Penelitian	65
BAB 3 METODOLOGI.....	66
3.1. Pendekatan Penelitian	66
3.2. Metode Penelitian	68
3.3. Proses Pengumpulan Data	70
3.4. Proses Analisis Data.....	72
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	73
4.1. Perdagangan Global dan Ekonomi Digital	73
4.2. Disrupsi Pasar Domestik Indonesia.....	86
4.3. Kebijakan Pemerintah Indonesia dalam Memitigasi Disrupsi	103
BAB 5 PENUTUP.....	125
5.1. Kesimpulan	125
5.2. Rekomendasi	128
DAFTAR PUSTAKA.....	130

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Analisis.....	64
Gambar 4. 1 Grafik Perubahan Tahunan (%) dalam Pertumbuhan Nilai dan Volume Ekspor Barang Dagang	75
Gambar 4. 2 Grafik Perubahan Tahunan (%) dalam Pertumbuhan Nilai dan Volume Impor Barang Dagang	76
Gambar 4. 3 Grafik Perubahan Tahunan (%) dalam Pertumbuhan Nilai dan Volume Ekspor Perdagangan Jasa	78
Gambar 4. 4 Grafik Perubahan Tahunan (%) dalam Pertumbuhan Nilai dan Volume Impor Perdagangan Jasa	79
Gambar 4. 5 Grafik Pertumbuhan Penjualan <i>E-Commerce</i> 2016 – 2022	81
Gambar 4. 6 Diagram <i>Global Dropshipping Market Size</i> (2023 – 2033).....	84
Gambar 4. 7 Diagram <i>Digital Economy GMV vs GDP Growth</i> di Asia Tenggara	89
Gambar 4. 8 Diagram <i>Digital Economy GMV</i> (\$B)	89
Gambar 4. 9 Diagram Kontribusi Berbagai Sektor Industri Ekonomi Digital dalam GMV (\$B)	94
Gambar 4. 10 Pelaku Usaha <i>E-Commerce</i> Menurut Peran Usaha (2019)	96
Gambar 4. 11 Diagram Kontribusi Produk Asing/Impor dan Lokal Terhadap 30 Produk Terlaris di Shopee Untuk Kategori Perlengkapan Rumah.....	98
Gambar 4. 12 Laman Khusus Shopee Pilih Lokal	120
Gambar 4. 13 Diagram <i>Marketplace</i> yang Dipandang Paling Menguntungkan bagi <i>Brand</i> Lokal dan Pelaku UMKM (2024)	121
Gambar 4. 14 Laman Khusus Tokopedia Beli Lokal.....	122

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Peta Ekosistem <i>E-Commerce</i> di Indonesia dan Asia Tenggara	91
--	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 *Curriculum Vitae*

Lampiran 2 Hasil Uji Turnitin

