

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIAT	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Batasan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.5.1 Manfaat Teoritis	11
1.5.2 Manfaat Praktis	11
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Grand Theory	13
2.2 Regulasi Permendag No. 31 Tahun 2023.....	13
2.3 Permendag No 36 Tahun 2023.....	16

2.4	Permendag No 7 Tahun 2024.....	19
2.5	<i>Social Commerce</i>	20
2.5.1	Karakteristik <i>Social Commerce</i>	21
2.5.2	Kelebihan dan Kekurangan <i>Social Commerce</i>	21
2.5.3	Perbedaan <i>E-Commerce</i> dan <i>Social Commerce</i>	23
2.6	Kelangsungan Usaha (<i>Going Concern</i>)	24
2.6.1	Pengertian Usaha.....	24
2.6.2	Tujuan Usaha	24
2.6.3	Jenis-jenis Usaha.....	25
2.6.4	<i>Going Concern</i> / Kelangsungan Usaha.....	26
2.7	Penelitian Terdahulu	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		30
3.1	Rancangan Penelitian.....	30
3.2	Lokasi dan Waktu	30
3.3	Populasi dan Sampel	31
3.3.1	Populasi Penelitian.....	31
3.3.2	Sampel Penelitian.....	31
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	31
3.5	Operasionalisasi Variabel.....	31
3.6	Metode Analisis Data.....	32
3.7	Kerangka Pemikiran.....	34
3.8	Hipotesis.....	35
3.8.1	Pengaruh Kesulitan Mendapatkan Komoditas Terhadap Kelangsungan Usaha	35

3.8.2	Pengaruh Tingkat Keuntungan Terhadap Kelangsungan Usaha.....	36
3.8.3	Pengaruh Kemudahan dalam Menjangkau Konsumen Terhadap Kelangsungan Usaha.....	37
3.8.5	Pengaruh Kemudahan dalam Menjangkau Konsumen Terhadap Tingkat Keuntungan	38
BAB IV HASIL PENELITIAN		39
4.1	Gambaran Objek Penelitian	39
4.2	Uji Normalitas	39
4.3	Uji Homogenitas	45
4.4	Uji Regresi	49
4.4.1	Pengaruh Kesulitan Mendapatkan Komoditas Terhadap Kelangsungan Usaha	50
4.4.2	Pengaruh Tingkat Keuntungan Terhadap Kelangsungan Usaha.....	54
4.4.3	Pengaruh Kemudahan dalam Menjangkau Konsumen Terhadap Kelangsungan Usaha.....	57
4.4.4	Pengaruh Kesulitan Mendapatkan Komoditas Terhadap Tingkat Keuntungan	61
4.4.5	Pengaruh Kemudahan dalam Menjangkau Konsumen Terhadap Tingkat Keuntungan	64
4.5	Perbedaan Permendag No. 31 Tahun 2023 dengan Permendag No. 36 Tahun 2023 dan Permendag No. 8 Tahun 2024.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		68
5.1	Kesimpulan	68
5.2	Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA		71
LAMPIRAN		79