

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM 1	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN JUDUL DALAM 2	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN PANITIA PENGUJI	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
HALAMAN UCAPAN TERIMAKASIH	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
I.1. Latar Belakang Masalah.....	I-1
I.2. Rumusan Masalah	I-6
I.3. Tujuan Penelitian.....	I-6
I.4. Manfaat Penelitian	I-6
I.4.1. Manfaat Akademis	I-7
I.4.2. Manfaat Praktis.....	I-7
I.5. Tinjauan Pustaka	I-7
I.5.1. Kompetensi Literasi Digital	I-7
1.5.1.1. Pencarian di Internet (<i>Internet Searching</i>)	I-8
1.5.1.2 <i>Hypertext Navigation</i>	I-9
1.5.1.3 Evaluasi konten informasi	I-9

1.5.1.4 Penyusunan Pengetahuan	I-10
1.5.2 Keuntungan Usaha	I-11
1.5.2.1 Dampak Literasi Digital Terhadap Keuntungan Usaha	I-11
I.6. Variabel Penelitian	I-14
I.6.1. Defenisi Konseptual	I-14
1.6.1.1 Literasi Digital	I-14
1.6.1.2 Keuntungan Usaha	I-16
I.6.2. Defenisi Operasional	I-16
1.6.2.1 Literasi Digital	I-16
1.6.2.2 Keuntungan Usaha	I-17
I.7. Metode dan Prosedur Penelitian	I-17
I.7.1. Metode Penelitian	I-17
I.7.2. Lokasi Penelitian	I-18
I.7.3. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	I-18
I.7.3.1. Populasi Penelitian.....	I-18
I.7.3.2. Teknik Pengambilan Sampel	I-18
I.7.4. Teknik Pengumpulan Data	I-19
I.8. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data	I-20
I.8.1. Teknik Pengolahan Data	I-20
I.8.2. Teknik Analisis Data	I-21
 BAB II GAMBARAN UMUM	
II.1. Pengertian Pelaku Usaha.....	II-1
II.2. Usaha Mikro Kecil dan Menengah	II-2
II.3 Gambaran Pelaku Usaha Skala Kecil Di Kota Surabaya	II-6

BAB III TEMUAN DATA

III.1. Karakteristik Responden	III-1
III.2 Gambaran Kemampuan Literasi Digital Pada Pelaku Usaha	III-2
III.3 Keuntungan Usaha.....	III-21

BAB IV ANALISIS DATA

IV.1. Gambaran Kompetensi Literasi Digital Pada Usaha Skala Kecil.....	IV-1
IV.2 Gambaran Keuntungan Usaha Pada Pelaku Usaha Skala Kecil Di Kota Surabaya.....	IV-9
IV.3. Hubungan Kemampuan Literasi Digital Terhadap Keuntungan Usaha Milik Pelaku Usaha Skala Kecil Di Kota Surabaya	IV-10

BAB V PENUTUP

V.1. Kesimpulan	V-1
V.1.1. Gambaran Kemampuan Literasi Digital Pada Pelaku Usaha Skala Kecil Di Kota Surabaya.....	V-1
V.1.2. Gambaran Keuntungan Usaha Pada Pelaku Usaha Skala Kecil Di Kota Surabaya	V-3
V.1.3. Hubungan Kemampuan Pemasaran Online Terhadap Omset Penjualan Dalam Satu Bulan.....	V-5
V.1.4 Hubungan Intensitas Mengikuti Forum Di Media Sosial Dengan Laba Bersih Dalam Satu Tahun.....	V-3
V.2. Saran	V-5

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN**

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Karakteristik Kategori Usaha Responden.....	III-1
Tabel 3.2 Gambaran Kemampuan Mengelola Akun Email.....	III-2
Tabel 3.3 Gambaran Penggunaan Internet Untuk Keperluan Pengembangan Usaha	III-3
Tabel 3.4 Gambaran Pemahaman Terkait Kata Kunci Yang Digunakan Untuk Mencari Informasi Yang Dibutuhkan	III-4
Tabel 3.5 Gambaran Pemahaman Situs-situs Yang Berkaitan Dengan Bidang Usaha.....	III-5
Tabel 3.6 Kemampuan Pemasaran Online Dengan Media Online	III-6
Tabel 3.7 Gambaran Intensitas Pemanfaatan Multimedia Melalui Internet	III-7
Tabel 3.8 Gambaran Pemahaman Dan Pengetahuan Cara Kerja <i>Hypertext</i> Dan <i>Hyperlink</i>	III-8
Tabel 3.9 Gambaran Pemahaman Perbedaan Membaca Buku Teks Dengan Browsing Di Internet.....	III-9
Tabel 3.10 Gambaran Kemampuan Dalam Menemukan Informasi Di Internet...	III-10
Tabel 3.11 Pemahaman Petunjuk Yang Mengarahkan Ke Link.....	III-11
Tabel 3.12 Gambaran Kemampuan Menemukan Informasi Melalui Media Sosial	III-12
Tabel 3.13 Gambaran Kemampuan Memilah Informasi	III-13
Tabel 3.14 Gambaran Menganalisa Dan Memahami Informasi Di Internet	III-14
Tabel 3.15 Gambaran Intensitas Melakukan Pencarian Lebih Jauh Informasi	III-15
Tabel 3.16 Gambaran Kemampuan Memberikan Penilaian Di Internet	III-16
Tabel 3.17 Gambaran Intensitas Mengikuti Forum Kewirausahaan Di Media Sosial	III-17
Tabel 3.18 Gambaran Kemampuan Crosscheck Informasi Yang Diperoleh.....	III-18
Tabel 3.19 Intensitas Langganan Artikel Dan Majalah Online	III-19
Tabel 3.20 Gambaran Kemampuan Mengevaluasi Informasi Di Internet.....	III-20
Tabel 3.21 Pajak Yang Harus Di Bayar	III-21
Tabel 3.22 Omset Penjualan Dalam Satu Tahun	III-22
Tabel 3.23 Omset Penjualan Dalam Satu Bulan.....	III-22
Tabel 3.24 Laba Bersih Penjualan Dalam Satu Tahun	III-23
Tabel 4.1 Hubungan Kemampuan Pemasaran Online Terhadap Omset Penjualan	

Dalam Satu Bulan	IV-11
Tabel 4.2 Hubungan Intensitas Mengikuti Forum Di Media Sosial Dengan Laba Bersih Dalam Satu Tahun	III-13