

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	2
1.3 Perumusan Masalah .....	7
1.4 Pertanyaan Penelitian .....	7
1.5 Tujuan Penelitian .....	8
1.6 Manfaat Penelitian .....	8
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.6.2 Manfaat Praktis .....	8
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	8
1.8 Sistematika Penulisan Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Teori-Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu .....	11
2.1.1 Ekonomi Kreatif.....	11

2.1.2 <i>Sharing Economy</i> .....	11
2.1.3 Manajemen Proses Bisnis .....	12
2.1.4 Model Bisnis .....	12
2.1.5 <i>Sharing Business Model Compass</i> .....	13
2.1.6 Penelitian Terdahulu .....	16
2.2 Kerangka Pemikiran.....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
3.1 Karakteristik Penelitian.....	31
3.2 Alat Pengumpulan Data .....	32
3.3 Tahapan Penelitian .....	35
3.4 Populasi dan Sampel .....	36
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	37
3.6 Validitas dan Reliabilitas .....	39
3.7 Teknik Analisis Data.....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>45</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	45
4.2 Hasil Penelitian .....	46
4.2.1 Proses Bisnis pada Clicksquare Indonesia .....	47
4.2.2 Model Bisnis yang Diterapkan Clicksquare Indonesia menggunakan <i>Sharing Business Model Compass</i> .....	50
4.2.2.1 <i>Technology</i> .....	50

4.2.2.2 <i>Transaction</i> .....	52
4.2.2.3 <i>Business Approach</i> .....	53
4.2.2.4 <i>Shared Resources</i> .....	54
4.2.2.5 <i>Governance Model</i> .....	55
4.2.2.6 <i>Platform Type</i> .....	57
4.2.3 Strategi yang Diterapkan Clicksquare Indonesia dalam Meningkatkan Industri Kreatif di Indonesia Khususnya di Kota Bandung .....	59
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	62
4.3.1 Proses Bisnis pada Clicksquare Indonesia .....	62
4.3.2 Model Bisnis yang Diterapkan Clicksquare Indonesia menggunakan <i>Sharing Business Model Compass</i> .....	63
4.3.3 Strategi yang Diterapkan Clicksquare Indonesia dalam Meningkatkan Inudstri Kreatif di Indonesia Khususnya di Kota Bandung .....	65
4.4 Analisa Penulis .....	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	67
5.1 Kesimpulan .....	67
5.2 Saran .....	69
5.2.1 Saran untuk Perusahaan .....	69
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya .....	69
<b>VERBATIM</b> .....	71

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>111</b>
-----------------------------	------------