

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2. Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3. Perumusan Masalah .....	9
1.4. Tujuan Penelitian .....	10
1.5. Manfaat Penelitian .....	10
1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PERPUSTAKAAN</b> .....	<b>12</b>
2.1. Teori dan Penelitian Terdahulu.....	12
2.1.1. <i>Fintech</i> .....	12
2.1.2. <i>Fintech Aggregator</i> .....	16
2.1.3. Model Bisnis ( <i>Business Model</i> ) .....	10
2.1.3.1. <i>Business Model Canvas</i> (BMC) .....	20
2.1.3.2. <i>Value Design Model</i> .....	31
2.2. Penelitian Terdahulu .....	33
2.3. Kerangka Pemikiran.....	49
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>50</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	50
3.1.1. Tujuan Penelitian .....	50
3.1.2. Paradigma Penelitian .....	50

3.1.3. Pendekatan Terhadap Pengembangan Teori .....	50
3.1.4. Metodologi Penelitian .....	51
3.1.5. Strategi Penelitian .....	52
3.1.6. Unit Analisis .....	52
3.1.7. Keterlibatan Penelitian .....	52
3.1.8. Latar Penelitian .....	53
3.1.9. Waktu Pelaksanaan .....	53
3.2. Operasional Variabel .....	54
3.3. Tahapan Penelitian .....	60
3.4. Situasi Sosial .....	63
3.5. Pengumpulan Data Dan Sumber Data.....	65
3.5.1. Jenis Data .....	65
3.5.2. Sumber Data .....	66
3.5.3. Teknik Pengumpulan Data .....	66
3.6. Uji Validitas .....	67
3.7. Teknik Analisis Data.....	68
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>68</b>
4.1. Karakteristik Narasumber .....	69
4.2. Hasil Penelitian .....	70
4.2.1. <i>Business Model Canvas</i> (BMC) Cermati .....	70
4.2.1.1. <i>Key Partnership</i> (Kemitraan Utama) .....	70
4.2.1.2. <i>Key Activities</i> (Aktivitas Utama) .....	71
4.2.1.3. <i>Value Proposition</i> (Proposisi Nilai) .....	73
4.2.1.4. <i>Customer Relationship</i> (Hubungan Pelanggan) .....	76
4.2.1.5. <i>Customer Segment</i> (Segmen Pelanggan) .....	78
4.2.1.6. <i>Key Resources</i> (Sumber Daya Utama) .....	79
4.2.1.7. <i>Channels</i> (Saluran) .....	83
4.2.1.8. <i>Cost Structure</i> (Struktur Biaya) .....	84
4.2.1.9. <i>Revenue Stream</i> (Arus Pendapatan) .....	85
4.2.2. <i>Value Design Model</i> (VDM) Cermati .....	86
4.2.2.1. <i>Value Drivers</i> (Penggerak Nilai) .....	86

4.2.2.2. <i>Value Nodes</i> (Simpul Nilai) .....	87
4.2.2.3. <i>Value Exchanges</i> (Pertukaran Nilai) .....	88
4.2.2.4. <i>Value Extracts</i> (Ekstrak Nilai) .....	90
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian .....	91
4.3.1. Pembahasan Business Model Canvas (BMC) Cermati .....	91
4.3.1.1. Analisis <i>Key Partnership</i> (Kemitraan Utama) .....	91
4.2.1.2. Analisis <i>Key Activities</i> (Aktivitas Utama) .....	92
4.2.1.3. Analisis <i>Value Proposition</i> (Proposisi Nilai) .....	92
4.2.1.4. Analisis <i>Customer Relationship</i> (Hubungan Pelanggan)..	94
4.2.1.5. Analisis <i>Customer Segment</i> (Segmen Pelanggan) .....	95
4.2.1.6. Analisis <i>Key Resources</i> (Sumber Daya Utama) .....	96
4.2.1.7. Analisis <i>Channels</i> (Saluran) .....	97
4.2.1.8. Analisis <i>Cost Structure</i> (Struktur Biaya) .....	98
4.2.1.9. Analisis <i>Revenue Stream</i> (Arus Pendapatan) .....	100
4.3.2. Pembahasan <i>Value Design Model</i> (VDM) Cermati .....	102
4.3.2.1. Analisis <i>Value Drivers</i> (Penggerak Nilai) .....	102
4.3.2.2. Analisis <i>Value Nodes</i> (Simpul Nilai) .....	103
4.3.2.3. Analisis <i>Value Exchanges</i> (Pertukaran Nilai) .....	104
4.3.2.4. Analisis <i>Value Extracts</i> (Ekstrak Nilai) .....	105
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	107
5.1. Kesimpulan .....	107
5.2. Saran .....	110
5.2.1. Saran Teoritis .....	110
5.2.2. Saran Praktis .....	111
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	113
<b>LAMPIRAN</b> .....	125
1. Daftar Pertanyaan Wawancara .....	125
2. Jawaban atas Daftar Pertanyaan Wawancara .....	130
3. <i>Consent Form</i> .....	150