

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. SOLID FINTEK INDONESIA
DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN MASYARAKAT
(STUDI KUALITATIF PADA PRODUK PINJAMAN ONLINE
(FINTECH))**

SKRIPSI



Tegar Abi Prasetyo

17.96.0319

**PROGRAM STRATA SATU
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2023**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. SOLID FINTEK INDONESIA
DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN MASYARAKAT
(STUDI KUALITATIF PADA PRODUK PINJAMAN ONLINE
(FINTECH))**



Disusun Oleh
Tegar Abi Prasetyo
17.96.0319

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Tegar Abi Prasetyo

NIM. 17.96.0319

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 13 juli 2023

Dosen Pembimbing,



Alvia Alrasid Ajibulloh. S.Ikom.

NIK. 190302486.

**LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. SOLID FINTEK INDONESIA DALAM
MEMBANGUN KEPERCAYAAN MASYARAKAT
(STUDI KUALITATIF PADA PRODUK PINJAMAN ONLINE
(FINTECH))**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Tegar Abi Prasetyo

NIM. 17.96.0319

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 13 juli 2023

Nama Penguji

Tanda Tangan

Alvian Alrasid Ajibulloh, S.Ikom.,M.I.Kom
NIK. 190302486

Andreas Tri Pamungkas, M.A
NIK. 190302522

Audith M. Turmudhi, Drs.,MM
NIK. 190302358



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal 13 juli 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK.190302125

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 18 Desember 2023



Nama : Tegar Abi Prasetyo

NIM : 17.96.0319

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan karunianya yang tidak pernah putus kepada seluruh hamba-Nya. Khususnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Sholawat serta salam penulis curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat dan pengikutnya ila yaumul qiyamah. Penelitian ini berjudul “” sebagai syarat lulus menempuh Pendidikan di jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, MM. Selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta
4. Alvian Alrasid Ajibulloh. S.Ikom., M.Ikom selaku dosen Pembimbing yang selalu membimbing dan memberikan arahan kepada penulis selama perkuliahan dan selama penyusunan skripsi ini.
5. Kepada orang tua dari penulis yang selalu memberi motivasi, uang dan restu sehingga selesainya studi dan penulisan skripsi ini.
6. Kepada teman-teman kost yang telah menamani dan membantu dalam segala hal.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini masih banyak kekurangan. Sehingga penulis mengharapkan segala kritik dan sarannya apabila terdapat kekurangan didalam skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembacanya serta dapat mengambil ilmu yang terkandung didalamnya

Yogyakarta, 13 Juli 2023

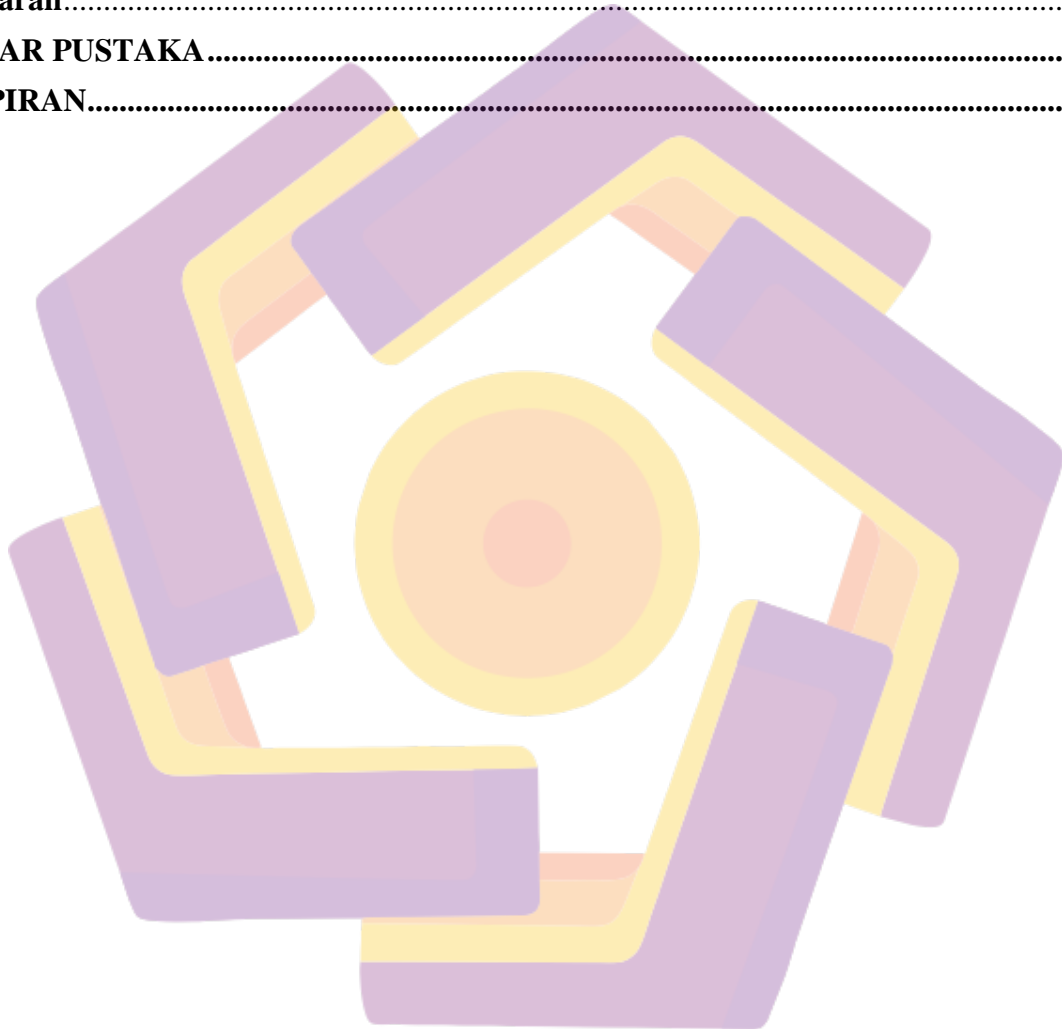


Tegar Abi Prasetyo

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
INTISARI	vii
ABSTRACT.....	viii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Masalah.....	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II	5
KAJIAN TEORITIS.....	5
2.1. Kajian Teori.....	5
2.1.1. Strategi pemasaran	5
2.1.2. Teori Philip Kotler (<i>Marketing Communication Mix</i>).....	6
2.1.3. Tinjauan Tentang Masyarakat.....	7
2.1.4. Pengertian <i>Financial Technology</i> (Fintech).....	8
2.1.5. Sejarah Perusahaan (PT. Solid Fintek Indonesia).....	9
2.2. Penelitian Relevan.....	10
BAB III.....	12
METODE PENELITIAN.....	12
3.1. Paradigma Penelitian.....	12
3.2. Objek Penelitian.....	12
3.3. Subjek Penelitian.....	13
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	13
3.4.1 Sumber data primer	13
3.4.2 Sumber data sekunder.....	14
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	14
3.5. Teknik Analisis Data.....	15
3.5.1. Pengumpulan data	15
BAB IV.....	17
4.1 Hasil Penelitan	17

4.1.1 Sejarah Asosiasi Fintech Indonesia.....	17
4.1.2 VISI DAN MISI.....	18
4.1.3 Struktur Perusahaan.....	19
4.1.4 Deskripsi Informan.....	20
4.1.5 Hasil Penelitian.....	20
BAB V	27
5.1. Kesimpulan	27
5.2 Saran.....	28
DAFTAR PUSTAKA.....	29
LAMPIRAN.....	30



INTISARI

Di era digital saat ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di Indonesia sangat pesat dan mampu mempengaruhi segala kebutuhan manusia kapan pun dan di mana pun. Salah satu perkembangan teknologi yang sedang ramai di saat ini ialah layanan *Financial Technology (Fintech)*. Namun semakin ramainya perusahaan-perusahaan *fintech*, timbul juga oknum-oknum perusahaan *fintech* yang tidak resmi dan tidak terdaftar dalam Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menyebabkan banyak korban terjerat kasus pinjaman online. Sehingga, terjadi penurunan rasa kepercayaan masyarakat kepada layanan *Financial Technology (Fintech)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan perusahaan *fintech* yaitu PT. Solid Fintek Indonesia dalam membangun kepercayaan masyarakat dalam menggunakan produk *Fintech*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memahami fakta secara kompleks yang berguna untuk memberikan data yang solid dan terpercaya. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah observasi dan wawancara. Setelah data terkumpul maka dilakukan analisis data menggunakan teori Kotler. Hasil dari penelitian ini adalah perusahaan membuat iklan dengan cara menampilkan legalitas perusahaan serta suku bunga yang telah ditetapkan menurut aturan. Perusahaan juga mengeluarkan iklan produk berupa aplikasi yang sudah berdiri sejak tahun 2013.

Kata kunci: *Marketing Communication Mix, Fintech*



ABSTRACT

In the current digital era, the development of science and technology in Indonesia is very rapid and is able to influence all human needs anytime and anywhere. One of the technological developments that is currently busy is Financial Technology (Fintech) services. However, with the increasing number of fintech companies, there are also unofficial fintech companies that are not registered with the Financial Services Authority (OJK), which has resulted in many victims being caught up in online loan cases. Thus, there is a decrease in public trust in Financial Technology (Fintech) services. This study aims to find out and understand the Marketing Communication Strategy carried out by a fintech company, namely PT. Solid Fintek Indonesia in building public trust in using Fintech products. The method used in this study is a qualitative research method that aims to understand complex facts that are useful for providing solid and reliable data. Data collection techniques used in this study were observation and interviews. After the data is collected, the data is analyzed using Kotler's theory. The result of this research is that companies make advertisements by displaying company legality and interest rates that have been set according to the rules. The company also issues product advertisements in the form of applications that have been established since 2013.

Key words: Marketing Communication Mix, Fintech

