

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN PENGGUNAAN
PLATFORM FINTECH UNTUK LAYANAN
PEMBAYARAN ESPORTS**

LAPORAN NON-REGULER

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Informatika



disusun oleh

RIZKI GUNAWAN

21.11.4074

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2024**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN PENGGUNAAN PLATFORM
FINTECH UNTUK LAYANAN PEMBAYARAN ESPORTS**

LAPORAN NON-REGULER

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Informatika



Disusun oleh :

RIZKI GUNAWAN

21.11.4074

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

JALUR NON-REGULER

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN PENGGUNAAN PLATFORM
FINTECH UNTUK LAYANAN PEMBAYARAN ESPORTS**

yang disusun dan diajukan oleh

RIZKI GUNAWAN

21.11.4074

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 2 Desember 2024

Dosen Pembimbing,

Nuri Cahyono, M.Kom

NIK. 190302278

HALAMAN PENGESAHAN

JALUR NON-REGULER

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN PENGGUNAAN PLATFORM
FINTECH UNTUK LAYANAN PEMBAYARAN ESPORTS**

yang disusun dan diajukan oleh

RIZKI GUNAWAN

21.11.4074

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 24 Desember 2024

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Arif Akbarul Huda, S.Si., M.Eng.
NIK. 190302287



Uyock Anggoro Saputro, S.Kom., M.Kom.
NIK. 190302419



Nuri Cahyono, M.Kom.
NIK. 190302278



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 24 Desember 2024

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Hanif Al Fatta S.Kom., M.Kom., Ph.D.
NIK. 190302096

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN NON SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Rizki Gunawan
NIM : 21.11.4074

Menyatakan bahwa Non Skripsi dengan judul berikut:
Analisis Strategi Pemasaran Dan Penggunaan Platform Fintech Untuk Layanan Pembayaran Esports

Dosen Pembimbing : Nuri Cahyono, M.Kom

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 10 November 2024

Yang Menyatakan,



Rizki Gunawan

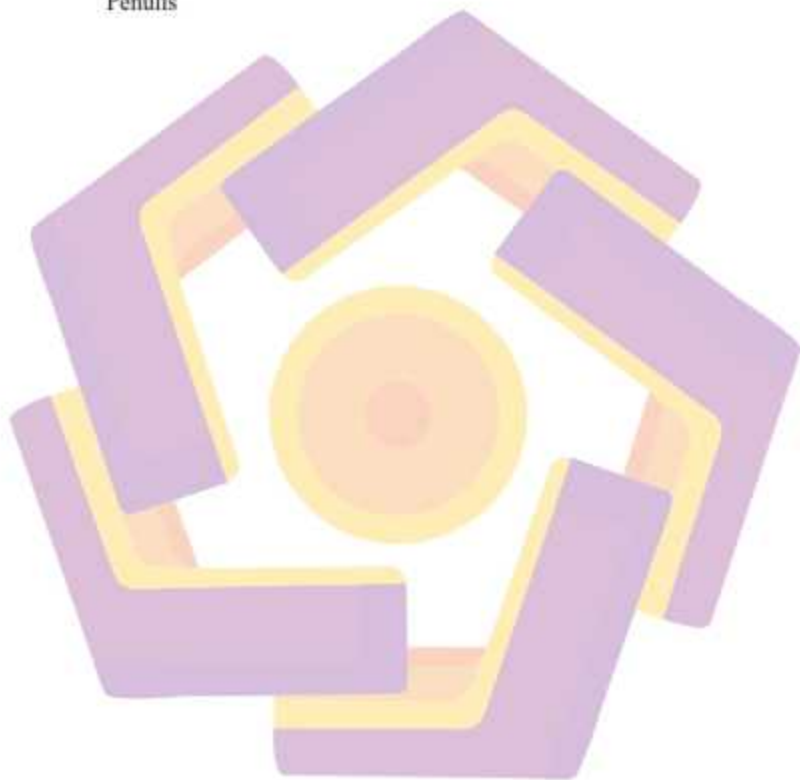
HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam, karya ini kupersembahkan kepada mereka yang telah menjadi sumber kekuatan, inspirasi, dan dukungan dalam perjalanan panjang ini. Tugas Akhir Non-Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran dan Penggunaan Platform Fintech untuk Layanan Pembayaran Esports” yang dianalisis pada PT Mabarin Kreasi Digital ini kutujukan khusus untuk:

1. Dosen Pembimbing, yang dengan penuh kesabaran, ketulusan, dan dedikasi telah membimbing, mengarahkan, serta memberikan masukan yang sangat berarti. Tanpa dukungan ilmu, wawasan, dan arahan yang bijak, tugas akhir ini tidak mungkin dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih atas waktu dan perhatian yang diberikan selama proses ini.
2. Tim Dosen Penguji, yang telah memberikan saran, kritik, serta masukan yang sangat berharga selama proses evaluasi. Terima kasih atas bimbingan dan masukan yang membuka wawasan serta memperdalam pemahaman saya terhadap penelitian ini.
3. Orang Tua Tercinta, yang selalu mendoakan, mendukung, dan memberikan cinta yang tulus tanpa batas. Setiap pencapaian dalam hidup ini tidak akan berarti tanpa restu, dukungan, dan pengorbanan yang telah kalian berikan. Kalian adalah alasan utama di balik setiap langkah dan usaha yang kulakukan.
4. Kakak-kakak Tercinta, yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada adiknya, baik secara moral maupun material. Terima kasih atas cinta, perhatian, dan dukungan yang kalian berikan selama ini.
5. Sahabat dan Teman Seperjuangan, yang telah menemani perjalanan ini dengan dukungan, kebersamaan, dan tawa. Terima kasih atas semangat dan kenangan indah yang tercipta selama proses ini.

Semoga karya ini dapat memberikan manfaat dan menjadi wujud nyata dari harapan dan doa kalian semua. Dengan penuh rasa terima kasih, kutuliskan persembahan ini sebagai bentuk apresiasi yang tulus dari hati terdalam.

Penulis



KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga tugas akhir non skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Pemasaran dan Penggunaan Platform Fintech untuk Layanan Pembayaran Esports" ini dapat terselesaikan dengan baik. Artikel ini disusun untuk memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai peran penting strategi pemasaran dan teknologi finansial dalam mendukung layanan pembayaran pada industri e-sport, sebuah bidang yang berkembang pesat di era digital ini.

Industri esports saat ini bukan hanya sekadar hiburan, namun telah menjadi sebuah ekosistem bisnis dengan potensi ekonomi yang besar. Seiring dengan pertumbuhan pesat tersebut, kebutuhan akan layanan keuangan yang cepat, aman, dan mudah diakses menjadi semakin mendesak. Di sinilah peran fintech menjadi vital, tidak hanya sebagai penyedia layanan pembayaran tetapi juga sebagai katalisator yang mendukung pengalaman pengguna di berbagai platform digital.

Artikel ini menyajikan analisis tentang bagaimana strategi marketing yang tepat dapat mengoptimalkan penggunaan platform fintech untuk pembayaran e-sport di PT Mabarin Kreasi Digital. Kami berharap artikel ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi para praktisi bisnis, akademisi, dan siapa pun yang tertarik dengan interaksi antara teknologi finansial dan industri esports. Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung tersusunnya tugas akhir ini. Semoga artikel ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan praktik bisnis di era digital.

Yogyakarta, 10 November 2024



Penulis

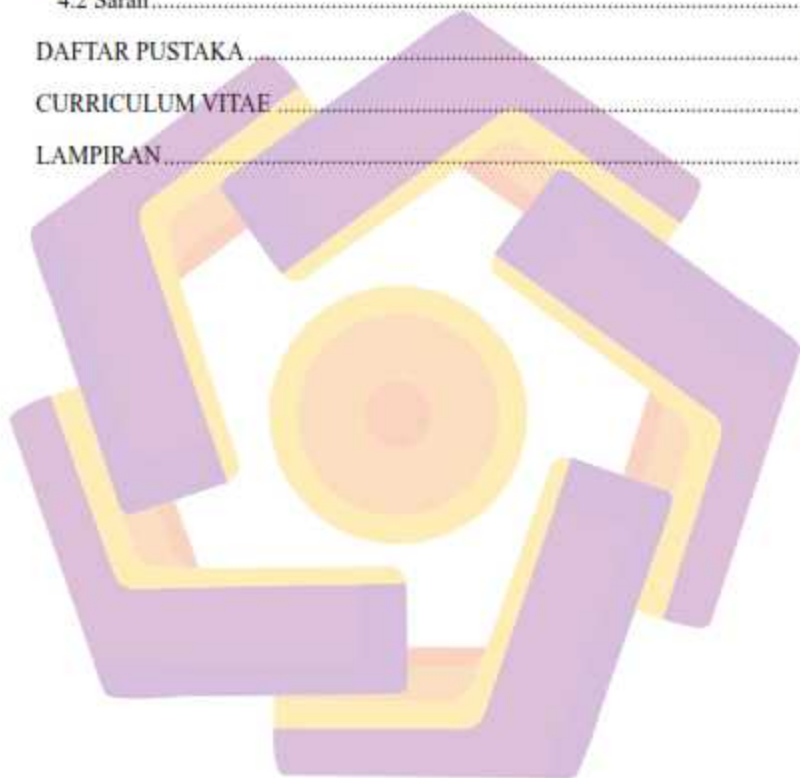
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN NON SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
DAFTAR LAMBANG DAN SINGKATAN.....	xvi
DAFTAR ISTILAH.....	xvii
INTISARI.....	xix
ABSTRACT.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan.....	4
BAB II TEORI DAN ANALISIS.....	5
2.1 Teori.....	5
2.1.1 Industri E-Sport.....	5
2.1.2 Fintech (Financial Technology).....	6

2.1.3 Pemasaran Digital (Digital Marketing).....	7
2.2 Analisis Strategi.....	9
2.2.1 Business Model Canvas.....	9
2.2.2 Analisis SWOT.....	16
2.2.3 Milestone Bisnis.....	20
2.3 Kompetitor.....	21
2.3.1 Platform Pembayaran <i>Game</i> Terdepan.....	22
2.3.2 <i>Influencer Gaming</i> dengan Layanan Top-Up Pribadi.....	23
2.3.3 Pendatang Baru dengan Inovasi Konten dan Promosi.....	24
2.4 Keunggulan Kompetitif.....	24
2.4.1 Legal dan Terpercaya.....	24
2.4.2 Keberadaan di Media Sosial yang Aktif dan Terarah.....	24
2.4.3 Situs Web yang Mudah Digunakan dan Ramah Pengguna.....	25
2.4.4 Opsi Pembayaran Beragam.....	25
2.4.5 Kerjasama dengan YouTuber <i>Gaming</i>	25
2.4.6 Kode Promo dan Diskon Khusus untuk <i>Viewers</i>	25
2.5 Target Pelanggan Dan Ketersediaan Pasar.....	26
2.5.1 Target Pelanggan.....	26
2.5.2 Ketersediaan Pasar.....	27
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
3.1 Profile Bisnis.....	29
3.1.1 Visi Perusahaan.....	30
3.1.2 Misi Perusahaan.....	30
3.1.3 Rencana Masa Depan.....	31
3.2 Alur Bisnis PT Mabarin Kreasi Digital.....	31

3.3 Platform yang Digunakan untuk Promosi	34
3.3.1 Instagram	35
3.3.2 Tiktok	36
3.3.3 Website	38
3.4 Fitur Utama Mabarin.com	40
3.4.1 Fitur Utama untuk Pengguna	41
3.4.2 Fitur Utama untuk Admin	42
3.4.3 Fitur Tambahan	44
3.4.4 Fitur Sistem Otomatis	45
3.5 Strategi Pemasaran	50
3.5.1 Analisis Efektivitas YouTuber Mitra Melalui Kode Kupon	50
3.5.2 Riset Terhadap YouTuber Gaming	53
3.5.3 Profil YouTuber Mitra	55
3.5.4 Kriteria Pemilihan YouTuber	57
3.5.5 Manfaat Kemitraan dengan YouTuber	58
3.5.6 Implementasi Strategi	59
3.6 Laporan Transaksi	63
3.6.1 Transaksi Penjualan di PT Mabarin Kreasi Digital	63
3.6.2 Kategori Game Terlaris di PT Mabarin Kreasi Digital	66
3.6.3 Platform Fintech Yang Paling Sering Digunakan Untuk Transaksi	68
3.6.4 Laporan Keuangan Bisnis/Laporan Pendapatan	70
3.6.5 Laporan Laba Rugi	72
3.6.6 Neraca Keuangan Mabarin	73
3.7 Rencana Pengembangan	74
3.7.1 Rencana Pengembangan Bisnis 3 Bulan Kedepan	74

3.7.2 Rencana Pengembangan Bisnis 1 Tahun Kedepan	76
3.7.3 Kebutuhan Dana Pengembangan	77
BAB IV KESIMPULAN	79
4.1 Kesimpulan.....	79
4.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
CURRICULUM VITAE	92
LAMPIRAN	94



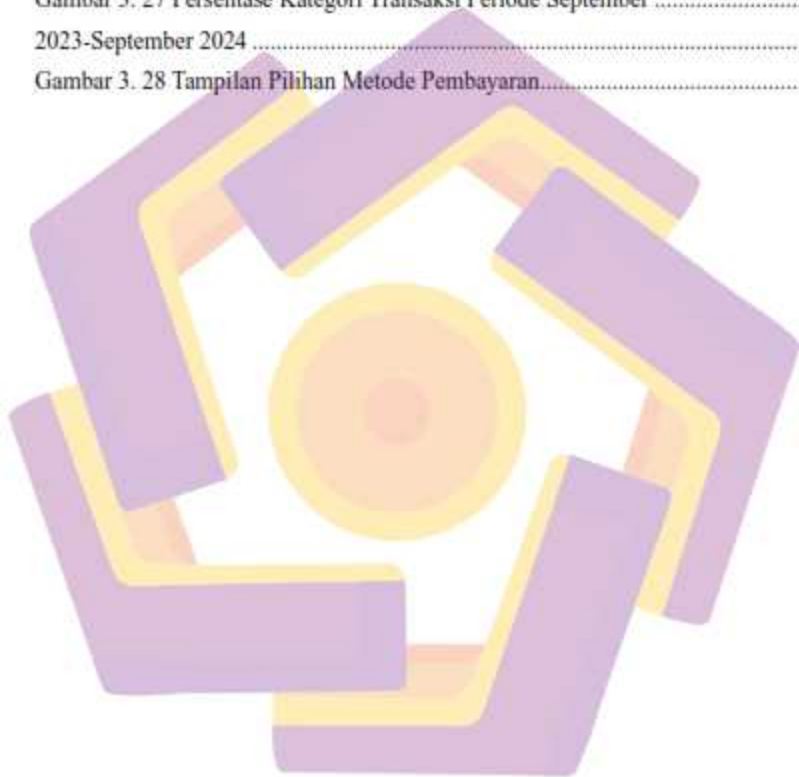
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Analisis Swot.....	16
Tabel 2. 2 IFAS (Internal Factor Analysis Summary).....	18
Tabel 2. 3 EFAS (External Factor Analysis Summary).....	19
Tabel 2. 4 Karakteristik Target Pelanggan PT Mabarin Kreasi Digital.....	27
Tabel 3. 1 Profil PT Mabarin Kreasi Digital	29
Tabel 3. 2 Kupon Transaksi Periode September 2023-September 2024	50
Tabel 3. 3 Profil YouTuber Mitra PT Mabarin Kreasi Digital	56
Tabel 3. 4 Kategori Transaksi periode September 2023-September 2024	64
Tabel 3. 5 Jumlah Transaksi Pelanggan pada tiap Kategori Game	66
Tabel 3. 6 Metode Pembayaran periode September 2023-September 2024	68
Tabel 3. 7 Laporan Pendapatan PT Mabarin Kreasi Digital Selama Periode	
September 2023-September 2024	71
Tabel 3. 8 Laporan Laba Rugi.....	72
Tabel 3. 9 Neraca Keuangan Mabarin.....	73
Tabel 3. 10 Kebutuhan Dana untuk Pengembangan	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Business Model Canvas PT Mabarin Kreasi Digital.....	10
Gambar 2. 2 Milestone Bisnis PT Mabarin Kreasi Digital	20
Gambar 2. 3 Produk yang dijual melalui website Mabarin.com.....	26
Gambar 3. 1 Logo Perusahaan PT Mabarin Kreasi Digital	30
Gambar 3. 2 Alur Bisnis PT Mabarin Kreasi Digital	32
Gambar 3. 3 Fitur Invoice Otomatis	33
Gambar 3. 4 Tampilan Akun Instagram PT Mabarin Kreasi Digital	35
Gambar 3. 5 Tampilan Insight Instagram Mabarin	36
Gambar 3. 6 Tampilan Akun Tiktok PT Mabarin Kreasi Digital	37
Gambar 3. 7 Tampilan Insight Tik Tok Mabarin.....	37
Gambar 3. 8 Tampilan Website PT Mabarin Kreasi Digital	38
Gambar 3. 9 Data Performa Website PT Mabarin Kreasi Digital dari Google Analytics	39
Gambar 3. 10 Menu pada Website Mabarin.com.....	40
Gambar 3. 11 Tampilan Validasi Nickname Otomatis	41
Gambar 3. 12 Fitur Kode Promo.....	42
Gambar 3. 13 Tampilan Fitur Pengecekan Transaksi.....	42
Gambar 3. 14 Tampilan Dashboard Admin.....	43
Gambar 3. 15 Tampilan Fitur Berita pada Website Mabarin.com.....	45
Gambar 3. 16 Tampilan Mesin Otomatis Pada Website Mabarin.com	46
Gambar 3. 17 Grafik Kode Kupon Pada Transaksi Pembelian Periode.....	51
September 2023-September 2024	51
Gambar 3. 18 Bukti Transaksi Menggunakan Kupon	52
Gambar 3. 19 Profil Mitra Youtuber “Whize Ngopskuy”	53
Gambar 3. 20 Profil Mitra Youtuber “Rico Bpanda”	54
Gambar 3. 21 Profil Mitra Youtuber “Jester Lyn”	55
Gambar 3. 22 Tampilan Konten Bersponsor	60
Gambar 3. 23 Konten Bersponsor yang Mempromosikan PT Mabarin Kreasi Digital	61

Gambar 3. 24 Contoh Kode Promo Khusus Yang Dibagikan Oleh Youtuber.....	62
Gambar 3. 25 Tampilan Deskripsi Mitra Youtuber saat Mempromosikan PT Mabarin Kreasi Digital.....	62
Gambar 3. 26 Contoh Giveaway Yang Diadakan Oleh..... PT Mabarin Kreasi Digital.....	63
Gambar 3. 27 Persentase Kategori Transaksi Periode September 2023-September 2024	64
Gambar 3. 28 Tampilan Pilihan Metode Pembayaran.....	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Sertifikat Pendaftaran Pendirian Perseroan Perorangan.....	94
Lampiran 2 Pernyataan Pendirian Perseroan Perorangan.....	95
Lampiran 3 Nomor Induk Berusaha.....	96
Lampiran 4 Nomor NPWP Perusahaan.....	97
Lampiran 5 Nomor NPWP Rizki Gunawan.....	98
Lampiran 6 Bukti Terdaftar Pada PSE KOMINFO (Penyelenggara Sistem Elektronik).....	99
Lampiran 7 Rekening Koran.....	100



DAFTAR LAMBANG DAN SINGKATAN

FINTECH	Finansial Technology
VPS	Virtual Private Server
Top-Up	Mengisi Ulang
UID	User Identification / User ID
SEO	Search Engine Optimization
Tech-savvy	Pandai Dalam Menggunakan Teknologi
QRIS	Quick Response Code Indonesian Standard
PT	Perseroan Terbatas
Mabarin	Main Bareng Indonesia
PSE	Penyelenggara Sistem Elektronik



DAFTAR ISTILAH

Fintech (Financial Technology)	inovasi teknologi yang digunakan untuk mendukung dan meningkatkan layanan keuangan, yang mencakup berbagai aspek seperti pembayaran, pinjaman, investasi, dan manajemen keuangan
E-Sport	Electronic Sports (E-Sport) adalah bentuk kompetisi permainan video yang dimainkan secara profesional. Biasanya melibatkan pemain individu atau tim yang bersaing dalam berbagai genre game seperti MOBA, FPS, atau Battle Royale di turnamen besar.
Game	Game adalah aplikasi atau perangkat lunak yang dirancang untuk tujuan hiburan atau edukasi, dimainkan melalui komputer, konsol, perangkat mobile, atau platform lainnya. Game dapat berupa single-player, multiplayer, atau online.
Platform	Platform adalah tempat atau sistem yang memungkinkan pengguna mengakses layanan, seperti aplikasi, website, atau sistem operasi. Dalam dunia game, platform bisa berupa konsol (PlayStation, Xbox), PC, atau mobile.
Brand Awareness	Brand Awareness adalah tingkat pengenalan atau kesadaran konsumen terhadap suatu merek. Dalam bisnis, meningkatkan brand awareness bertujuan agar merek lebih dikenal dan diingat oleh audiens.
Hosting/VPS	Hosting adalah layanan yang menyediakan ruang server untuk menyimpan data atau aplikasi, seperti website. VPS (Virtual Private Server) adalah tipe hosting yang memberikan server virtual pribadi dengan sumber daya yang lebih terdedikasi dibandingkan shared hosting.
Search Engine Optimization (SEO)	SEO adalah proses mengoptimalkan situs web agar muncul di peringkat atas hasil pencarian mesin pencari seperti Google. Teknik ini bertujuan meningkatkan visibilitas, lalu lintas organik, dan konversi situs web.

Influencer	Influencer adalah individu yang memiliki pengaruh besar di media sosial atau platform digital karena audiensnya yang luas. Mereka sering bekerja sama dengan merek untuk mempromosikan produk atau layanan.
Gamers Mobile	Gamers Mobile adalah para pemain yang memainkan game melalui perangkat seluler seperti smartphone atau tablet. Segmen ini terus berkembang seiring populernya game seperti PUBG Mobile dan Mobile Legends.
e-wallet	E-wallet (dompet elektronik) adalah aplikasi atau layanan digital yang digunakan untuk menyimpan uang secara virtual dan melakukan pembayaran tanpa uang tunai. Contohnya adalah OVO, GoPay, dan DANA di Indonesia.



INTISARI

Industri e-sport telah menciptakan lapangan kerja baru dan peluang bisnis yang beragam, dari pengembangan game hingga pemasaran digital. PT Mabarin Kreasi Digital adalah platform terkemuka dalam penyediaan layanan pembayaran dan voucher e-sport di Indonesia, yang dikenal karena keamanan, kehandalan, dan kemudahan akses. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi marketing pada layanan esports payment PT Mabarin Kreasi Digital. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Jenis data berupa catatan transaksi perusahaan dari tahun 2023 sampai dengan tahun 2024. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Lapangan (Field Research) Pengamatan (Observasi), dan Dokumentasi. Analisis data dilakukan secara deskriptif. Dari banyaknya metode pembayaran yang digunakan dalam transaksi di PT Mabarin Kreasi Digital QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) merupakan metode pembayaran yang paling dominan, dengan total 23,504 transaksi. Strategi pemasaran yang paling memberikan dampak bagi transaksi yang terjadi di PT Mabarin Kreasi Digital adalah promosi produk melalui Influencer via YouTube.

Kata Kunci: PT Mabarin Kreasi Digital, Olahraga Elektronik, Pembayaran, Finansial Teknologi, Permainan

ABSTRACT

The e-sport industry has created new jobs and diverse business opportunities, from game development to digital marketing. PT Mabarin Kreasi Digital is a leading platform in providing e-sport payment and voucher services in Indonesia, known for its security, reliability and ease of access. This study aims to analyse the effectiveness of marketing strategies on PT Mabarin Kreasi Digital's esports payment service. This research is a quantitative descriptive research. The type of data is in the form of company transaction records from 2023 to 2024. The data collection techniques used in this research are Field Research, Observation, and Documentation. Data analysis is done descriptively. Of the many payment methods used in transactions at PT Mabarin Kreasi Digital QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) is the most dominant payment method, with a total of 23,504 transactions. The marketing strategy that has the most impact on transactions that occur at PT Mabarin Kreasi Digital is product promotion through Influencers via YouTube.

Keywords: *PT Mabarin Kreasi Digital, E-sport, Payment, Fintech, Game*