



STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK FINPAY PT. FINNET INDONESIA

DEWINITHA RIZKIANI UTAMI



PROGRAM STUDI KOMUNIKASI
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2020

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan laporan akhir Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Finpay PT. Finnet Indonesia adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2020



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Dewinitha Rizkiani Utami
J3A917497

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



RINGKASAN

DEWINITHA RIZKIANI UTAMI. Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Finpay PT. Finnet Indonesia. *Marketing Strategy Communication of Finpay Product PT Finnet Indonesia*. Dibimbing oleh MUHAMMAD AL FARISSY

Komunikasi berfungsi untuk bertukar informasi, yang dilakukan dua orang atau lebih, seiring perkembangan teknologi, manfaat komunikasi semakin meluas untuk memasarkan suatu produk atau jasa. Komunikasi pemasaran merupakan proses penyampaian pesan dengan cara bujukan atau ajakan untuk menawarkan suatu produk baik barang atau jasa, maka dari itu komunikasi pemasaran mampu mengenalkan produk kepada khalayak luas.

Perusahaan pasti membutuhkan komunikasi dalam menjalan strategi pemasaran. Strategi pemasaran adalah rencana yang dibuat oleh perusahaan untuk menentukan bagaimana dapat meningkatkan volume penjualan produknya dan dapat memenuhi serta memberikan kepuasan konsumen. Finpay merupakan layanan pembayaran berbasis digital, finpay bisa disebut juga sebagai kasir untuk transaksi online.

Proses pengumpulan data yang digunakan untuk melengkapi Laporan Akhir ini dengan berpartisipasi secara aktif pada kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Finnet Indonesia yang berlokasi di Gedung Telkom Landmark Tower Lantai 28 di Jalan Gatot Subroto Kavling 52. Proses pengumpulan data dilakukan pada tanggal 8 Januari 2020 hingga 6 Maret 2020. Data yang diperoleh berupa data primer dan data sekunder. Instrumen yang digunakan dalam proses penyusunan Laporan Akhir yaitu, daftar pertanyaan, handphone, komputer dan flashdisk. Teknis pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan observasi langsung, wawancara, partisipasi aktif, dan studi pustaka.

Suatu perusahaan akan membutuhkan strategi komunikasi pemasaran untuk memasarkan produk atau jasanya, dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran memerlukan bauran pemasaran yang terdiri dari 4P yaitu, *product, price, place, promotion*. Setelah melakukan bauran pemasaran dalam pemasaran harus menganalisa pangsa pasar yang terdiri dari, segmentasi pasar, *targeting, positioning* dan berbagai media pemasaran untuk mengenalkan produk kepada khalayak menggunakan, media sosial, pameran, media cetak. Dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran tentu mengalami hambatan berupa hambatan teknis dan non teknis, namun dalam hambatan tersebut dapat diselesaikan dengan solusi dari tim marketing dan product.

Kata kunci: Komunikasi, Pemasaran, Strategi komunikasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

©Hak Cipta milik IPB, tahun 2020
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebaqaian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK FINPAY PT. FINNET INDONESIA

DEWINITHA RIZKIANI UTAMI

Laporan Akhir
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Ahlul Madya pada
Program Studi Komunikasi

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2020**

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Penguji pada ujian laporan akhir: Abung Supama Wijaya, S.I.Kom, M.Si

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural Univer

Judul Laporan Akhir : Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Finpay PT. Finnet
Indonesia

Nama : Dewinitha Rizkiani Utami
NIM : J3A917497

Disetujui oleh

Pembimbing : Muhammad Al Farissy, MSc



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Diketahui oleh

Ketua Program Studi : Dr. Ir. Wahyu Budi Priatna, M.Si
NIP 196704101991031001

Dekan : Dr. Ir. Arief Darjanto, Dip.Ag.Ec., M.Ec.
NIP 196106181986091001



Tanggal Ujian:
4 Agustus 2020

Tanggal Lulus:
(Tanggal Yudisium) 15 Agustus 2020

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

