ANALISIS BAURAN PROMOSI PEMBAYARAN DARING GOPAY DALAM PENCAPAIAN EVOLUSI DOMPET DIGITAL

SKRIPSI

BISMI RAHARIMALA ILMI
0441 16 433

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JUNI 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh

Nama : Bismi Raharimala Ilmi

NPM : 0441 16 433

Judul : Analisis Bauran Promosi Pembayaran Daring Gopay Dalam Pencapaian Evolusi Dompet Digital

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : **Intan Trikusumaningtias, M .I.Kom.**
NIP. 1.0616049761

Pembimbing 2 : **Dr. Sardi Duryatmo, M .Si.**
NIP. 1.0715022649

Pembaca : **Qoute Nuraini C, M .I.Kom.**
NIP. 1.0113001608

Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 23 Juni 2021

Oleh

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya,

Dr. Agnes Setyowati. H, M .Hum.
NIP. 1.0.596 088 229

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,

Muslim, M .Si.
NIP. 1.0909 048 513

ABSTRAK

BISMI RAHARIMALA ILMI. 2020. Analisis Bauran Promosi Pembayaran Daring Gopay Dalam Pencapaian Evolusi Dompet Digital. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: **Intan Trikusumaningtias dan Sardi Duryatmo.**

Bauran promosi merupakan perpaduan beberapa alat promosi yang digunakan oleh perusahaan atau pemasar untuk meningkatkan permintaan produk atau jasa. Gopay adalah uang elektronik atau dompet digital berupa saldo dapat digunakan untuk membayar berbagai fitur layanan dalam aplikasi Gojek. Penelitian ini bertujuan untuk mengidektifikasi bauran promosi yang dilakukan dilakukan pada Gopay berpengaruh dalam pencapaian evolusi dompet digital dan hambatan-hambatan yang diterima ketika menerapkan bauran promosi. Penelitian ini menggunakan teknik bauran promosi yang terdiri dari enam elemen menurut Morissan meliputi *advertising*, *direct marketing*, *interactive/internet marketing*, *sales promotions*, *publicity/public relations* dan *personal selling*. Penelitian ini dilakukan di Go Food Festival 2020 di kawasan Gelora Bung Karno Jl. Pintu Satu Senayan RT.1/RW.3, Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta 10270, kost Siaga Raya di Jl. Siaga Raya No.6a RT.5/RW.5 Pejaten Barat, Kecamatan Pasar Minggu, Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta 12510, dan PT Mitra Sukses Agrindo (*factory*) di Jl. K. Haji Soleh Iskandar No. 59 RT.03/RW.08 Tanah Sareal, Kedung Halang, Kota Bogor 16166, terhitung dari bulan Februari 2020 sampai dengan bulan April 2020. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara penelitian ini meliputi *key informan* (*public relations* Gopay), informan utama (marketing Gopay) serta informan tambahan (masyarakat pengguna Gopay). Triangulasi dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Pertumbuhan Gojek dari *ride hailing* kecil sampai dengan platform pembayaran peringkat satu di Indonesia menjadi faktor utama yang menarik perhatian. Untuk mempertahankan posisi sebagai pemimpin pasar dompet digital di Indonesia, Gopay tidak hanya tentang biaya dan margin, tetapi juga memahami konsumen dengan menerapkan bauran promosi. Dalam mengembangkan bauran promosi, Gopay merancang berbagai ide, citra dan perasaan. Bauran promosi merupakan kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling dan alat-alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa pemasaran menggunakan teknik bauran promosi yang diterapkan Gopay sangat efektif dan berpengaruh signifikan. Hal ini dapat dilihat dari pencapaian evolusi yang telah di raih Gopay dari pertama diluncurkan sampai dengan saat ini. Saran yang dapat berikan dalam penelitian ini adalah dibutuhkan *intelegent marketing* yang handal, agar dapat mempertahankan kualitas dan pelayanan yang baik serta melakukan inovasi kegiatan pemasaran seperti mengadakan acara (*event*) khusus Gopay dengan menghadirkan bintang tamu, kuis, games serta keseruan lainnya.

Kata kunci: bauran promosi, dompet digital, gopay.