UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PENYUSUNAN RENCANA PEMASARAN PT RINGAN TEKNOLOGI INDONESIA
ANDY WILLIAM B, Ike Janita Dewi, Dr., M.B.A.,
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRAK

Financial technology atau yang biasa disebut *fintech* merupakan inovasi yang telah dikembangkan manusia pada sektor jasa keuangan dan memiliki tujuan untuk memberikan kemudahan akses bagi para penggunannya. Sebagai pengertian yang lebih luas, *fintech* didefinisikan sebagai industri yang terdiri dari perusahaan-perusahaan yang telah menggunakan teknologi dengan bertujuan agar sistem keuangan dan layanan keuangan menjadi lebih efisien. *Peer-to-peer lending* merupakan salah satu kategori *fintech* yang saat ini sudah diakui sebagai kelompok usaha dari industri *fintech* oleh OJK. Menurut Peraturan OJK 77/2016, *peer-to-peer lending* adalah layanan pinjam meminjam uang secara langsung antara kreditur (pemberi pinjaman) dan debitur (penerima pinjaman) berbasis teknologi informasi.

Perkembangan pesat pada industri *peer-to-peer lending* di Indonesia membuat perhatian sendiri bagi para pelaku bisnis di industri layanan finansial, salah satunya merupakan Ping An Insurance Group, sebuah perusahaan finansial asal Tiongkok yang berfokus kepada pengembangan teknologi finansial. Melalui anak perusahaan bernama PT Ringan Teknologi Indonesia, Ping An Insurance telah memulai menjalankan bisnis secara resmi di Indonesia pada tahun 2019.

Penelitian ini berfokus kepada permasalahan serta tantangan yang dihadapi oleh PT Ringan Teknologi Indonesia dalam memulai bisnis di industri *peer-to-peer lending* di Indonesia, selain itu penelitian ini bertujuan untuk menyusun rancangan pemasaran bagi PT Ringan Teknologi Indonesia untuk mengenalkan produk yang dimiliki saat ini kepada pasar sasaran yang tepat. Adapun desain penelitian yang digunakan merupakan penelitian kualitatif dengan instrumen penelitian berupa wawancara dengan beberapa narasumber. Hasil yang diperoleh adalah rekomendasi strategi pemasaran yang telah disusun dalam penelitian ini menggunakan serangkaian landasan teori seperti strategi segmentasi, target dan posisi serta bauran pemasaran.

Kata Kunci: Perencanaan Pemasaran, *peer-to-peer lending*, PT Ringan Teknologi Indonesia

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PENYUSUNAN RENCANA PEMASARAN PT RINGAN TEKNOLOGI INDONESIA
ANDY WILLIAM B, Ike Janita Dewi, Dr., M.B.A.,
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

Financial technology, commonly called fintech, is an innovation developed by humans in the financial services sector and aims to provide easy access for its users. In a broader sense, fintech is defined as an industry consisting of companies that have used technology to make the financial system and financial services more efficient. Peer-to-peer lending is one of the fintech categories that is currently recognized as a business group of the fintech industry by OJK. According to OJK Regulation 77/2016, peer-to-peer lending is a service to borrow money directly between creditors (lenders) and debtors (loan recipients) based on information technology.

The rapid development of the peer-to-peer lending industry in Indonesia is attracting business people's attention in the financial services industry, one of which is Ping An Insurance Group, a Chinese financial company focused on developing financial technology. Through a subsidiary called PT Ringan Teknologi Indonesia, Ping An Insurance started running a business in Indonesia in 2019.

This research focuses on the problems and challenges faced by PT Ringan Teknologi Indonesia in starting a business in the peer-to-peer lending industry in Indonesia. Hence this research aims to draw a marketing plan for PT Ringan Teknologi Indonesia to introduce its products to the right target. The research design used is qualitative research with research instruments in the form of interviews with several sources. The results obtained are marketing strategy recommendations that have been compiled in this study using a series of theoretical foundations such as STP strategies (segmentation, targets, and positions) and marketing mix.

Keywords: Marketing Planning, peer-to-peer lending, PT Ringan Teknologi Indonesia