

STRATEGI MARKETING DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME TRANSAKSI PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN MOBILE FINTECH APPLICATION OVO

Oleh : Lusiana Dianingsih

Ovo merupakan salah satu perusahaan startup yang bergerak di bidang financial technology. Financial technology adalah inovasi di bidang jasa keuangan yang menjadikan transaksi menjadi lebih mudah dengan kemampuan teknologi.

Salah satu cara sebuah perusahaan startup untuk memasarkan produk atau brand nya kepada konsumen adalah melalui strategi marketing. Pelaksanaan strategi pemasaran yang baik haruslah memperhatikan aspek-aspek yang menjadi sasaran utama dalam melebarkan sayap bisnis perusahaan tersebut. Menciptakan suatu brand baru bukanlah hal yang mudah, oleh. sebab ita suatu perusahaan harus memperhatikan aspek-aspek yang menjadi kajian dalam menentukan arah bisnis seperti perlu mengenali adanya product, price, place, promotion, atau yang lebih sering dikenal dengan 4P. Sehingga perusahaan dapat menentukan posisi brand yang diwakilkan dan meningkatkan upaya yang dapat menguntungkan dalam suatu bisnis.

Strategi pemasaran yang dilakukan OVO sebagai startup fintech diharapkan dapat membantu masyarakat Indonesia untuk memilih pembayaran cashless daripada tunai sehingga sesuai dengan ketentuan pemerintah dengan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT).

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui pembagian kuesioner kepada 100 responden yang menggunakan aplikasi OVO. Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk mengakur setup item variable. Penelitian metode analisis yang digunakan adalah regresi liner berganda menggunakan uji t dan uji f untuk menguji pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen yang di tetapkan dengan signifikansi 0,05

Hasil penelitian menunjuldcan bahwa variabel produk, harga/cashback, promosi, tempat terdapat pengaruh yang signifilcan terhadap keputusan pemakaian, baik secara simultan maupun secara parsial. Variabel yang memiliki pengaruh dominan adalah produk.