

ABSTRAK

Pengguna aktif *smartphone* di Indonesia kini sudah mencapai 290 juta pengguna yang menjadi salah satu pengaruh besar bagi perkembangan bisnis-bisnis *startup* di Indonesia. Hal ini diyakini dengan maraknya perusahaan bisnis lokal yang memanfaatkan *smartphone* sebagai layanan keuangan yang dikenal dengan Fintech. Kredivo adalah salah satu aplikasi jasa finansial di Indonesia yang didirikan untuk dijadikan solusi bagi masyarakat yang belum ataupun tidak memiliki kartu kredit. Di Indonesia terdapat sekitar 19% penduduk yang menggunakan bank, maka sekitar 81% penduduk yang tidak menggunakan bank. Sehingga aplikasi ini mempunyai misi untuk memperluas layanan jasa keuangan di Indonesia.

Selama berjalan hingga 2 tahun ini, Kredivo belum berhasil mencapai target penggunanya. Setelah wawancara dengan pihak dari Kredivo, tercatat bahwa target pengguna mereka adalah 3 juta pengguna hingga akhir tahun 2018 sedangkan hingga saat ini baru mencapai 1,5 juta pengguna. Metode yang dilakukan dalam membuat Perancangan Promosi Aplikasi Kredivo dengan cara wawancara kuesioner dan observasi, serta dengan menganalisis AISAS dan SWOT untuk menentukan strategi promosi. Strategi promosi ini diharapkan dapat memenuhi target pengguna tersebut, sehingga Kredivo akan lebih dikenal dan bisa berpengaruh besar bagi pertumbuhan layanan jasa keuangan di Indonesia.

Kata-kata kunci: Promosi, Kredit, Pengguna.