

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL LAHAN SIKAM SEBAGAI *FINTECH P2P LENDING* DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN KONSUMEN

Oleh

Aulia Dwi Wulandari

Perkembangan *financial technology (fintech)*, khususnya *P2P Lending* memberikan kemudahan akses pembiayaan bagi masyarakat. Namun, rendahnya literasi keuangan serta maraknya pinjaman *online* ilegal menyebabkan menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap layanan *P2P Lending* legal. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi digital yang efektif untuk membangun kepercayaan konsumen. Penulisan laporan akhir ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Lahan Sikam dalam membangun kepercayaan konsumen. Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa Lahan Sikam menerapkan strategi komunikasi digital melalui situs web dan media sosial yang mencakup transparansi informasi, keamanan data, penggunaan konten edukatif, dan komunikasi interaktif melalui media sosial. Berdasarkan analisis menggunakan indikator ABI (*Ability, Benevolence, Integrity*), strategi komunikasi digital yang diterapkan Lahan Sikam telah berperan dalam membangun kepercayaan konsumen. Namun, pada indikator *benevolence* masih belum berjalan secara optimal. Selain itu, efektivitas komunikasi digital masih menghadapi hambatan berupa keterbatasan kreativitas dalam produksi konten dan belum optimalnya pemanfaatan iklan digital.

Kata Kunci: *Fintech, P2P Lending*, Kepercayaan Konsumen, Komunikasi Digital.

ABSTRACT

DIGITAL COMMUNICATION STRATEGY LAHAN SIKAM AS A P2P LENDING FINTECH IN BUILDING CONSUMER TRUST

By

Aulia Dwi Wulandari

The development of financial technology (fintech), especially P2P Lending, provides easy access to financing for the public. However, low financial literacy and the rise of illegal online lending have led to a decline in public trust in legal P2P Lending services. Therefore, an effective digital communication strategy is needed to build consumer trust. The purpose of writing this final report is to find out and describe the digital communication strategy implemented by Lahan Sikam in building consumer trust. The method used in this writing is qualitative descriptive with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The results of the discussion showed that Lahan Sikam implemented a digital communication strategy through websites and social media which includes information transparency, data security, the use of educational content, and interactive communication through social media. Based on analysis using ABI (Ability, Benevolence, Integrity) indicators, the digital communication strategy implemented by Lahan Sikam has played a role in building consumer trust. However, the benevolence indicator is still not running optimally. In addition, the effectiveness of digital communication still faces obstacles in the form of limited creativity in content production and the use of digital advertising has not been optimal.

Keywords: *Fintech, P2P Lending, Consumer Trust, Digital Communication.*