

**IMPLEMENTASI TEKNIK *PITCHING* DIVISI
INVESTOR RELATION PADA CALON INVESTOR
(Studi Pada PT. Bento Group Indonesia)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk
Meraih Gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi



Arum Martikasari, M.Med.Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

**IMPLEMENTASI TEKNIK PITCHING DIVISI INVESTOR RELATION
PADA CALON INVESTOR**
(Studi Pada PT. Bento Group Indonesia)

Diajukan Oleh :

Muhammad Naufal Aqiel S
201910040311357

Telah disetujui
Rabu / 08 Januari 2025

Pembimbing I



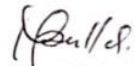
Arum Martikasari, M.Med.Kom

Wakil Dekan I



Najmuddin Kharur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Muhammad Naufal Aqiel S
201910040311357

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
L U L U S
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi
Rabu, 08 Januari 2025
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Nasrullah, M.Si ()
2. Jamroji, M.Comms ()
3. Arum Martikasari, M.Med.Kom ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Najamuddin Kholil Ar Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Naufal Aqiel S
NIM : 201910040311357
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Implementasi Teknik Pitching Divisi Investor Relation Pada Calon Investor (Studi Pada PT.Bento Group Indonesia)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang , 18 Desember 2024

Yang Menyatakan,



Muhammad Naufal Aqiel S



Kampus I
Jl. Bendang 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendang Suli No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 148 (Hunting)
F: +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umim.ac.id

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

ABSTRAK

Muhammad Naufal Aqiel S 2024, 201910040311357 “**Implementasi Teknik Pitching Divisi Investor Relation Pada Calon Investor (Studi Pada Pt. Bento Group Indonesia)**”. Dosen Pembimbing: Arum Martikasari, M. Med. Kom

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi dari teknik *pitching* yang dilakukan oleh divisi investor *relation* di PT Bento Group Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif agar dapat mendapatkan hasil penelitian yang natural sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Data didapatkan dengan metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan juga dokumentasi. Data yang didapatkan dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Hasil penelitian menemukan bahwa implementasi teknik *pitching* yang dilakukan divisi investor *relation* di PT Bento Group Indonesia telah memuat unsur pesan *benefit*, *approach*, dan *competition system*, namun belum memuat pesan mengenai *need*. Disamping itu, *pitching* yang dilakukan juga telah menggunakan visualisasi yang menarik dengan mempertimbangkan aspek umum presentasi bisnis. Selain itu, hasil penelitian juga menemukan bahwa *pitching* bisnis yang dilakukan belum mengimplementasikan teknik *public speaking* berdasarkan pertimbangan konteks dan *noise* sehingga interpretasi komunikasi masih memiliki potensi bias.

Kata Kunci: *Pitching, Investasi, Public Speaking*

UNIVERSITY OF MUHAMMADIYAH MALANG
FAKULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE
DEPARTEMENT OF COMMUNICATION SCIENCE

ABSTRACT

Muhammad Naufal Aqiel S 2024, 201910040311357 “***Implementation of Investor Relations Division Pitching Techniques for Prospective Investors (Study at PT. Bento Group Indonesia)***”. Supervisors: Arum Martikasari, M. Med. Kom

This research aims to describe the implementation of pitching techniques carried out by the investor relations division at PT Bento Group Indonesia. This research uses qualitative research methods in order to obtain natural research results in accordance with actual conditions. Data was obtained using data collection methods using interviews, observation and documentation. The data obtained was analyzed using descriptive analysis methods. The results of the research found that the implementation of the pitching technique carried out by the investor relations division at PT Bento Group Indonesia contained elements of benefit, approach and competition system messages, but did not contain messages regarding need. Apart from that, the pitching that was carried out also used attractive visualization by considering general aspects of business presentations. Apart from that, the research results also found that the business pitching carried out had not implemented public speaking techniques based on context and noise considerations so that communication interpretation still had the potential for bias.

Key Words: Pitching, Investation, Public Speaking

MOTTO

“Sejatinya Hujanlah Yang Membuat Bunga Mekar, Bukan Petir ”
-Rumi-



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah bermurah kasih memberikan saya waktu, usia, dan kesempatan untuk menyusun dan menyelesaikan penelitian yang menjadi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di program studi Ilmu Komunikasi dengan judul “Implementasi Teknik *Pitching* Divisi *Investor Relation* Pada Calon Investor (Studi Pada PT. Bento *Group* Indonesia)”. Salawat serta salam hangat penuh sayang pun tak lupa saya haturkan kepada nabi Allah SWT Nabi Muhammad SAW yang telah berjasa besar dalam menuntut umat muslim menuju ke zaman yang lebih baik daripada zaman jahilia sebelumnya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis berharap dapat belajar lebih banyak lagi dalam merealisasikan ilmu yang didapatkan. Skripsi ini tentunya tidak lepas dari bimbingan, masukan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S. E., M. Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Muslimin Machmud, M. Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Nasrullah M.si., selaku Ketua Program Studi Kesejahteraan Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Arum Martikasari, M. Med. Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang sudah meluangkan waktu, arahan, dan bimbingan sehingga penulis dapat

menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

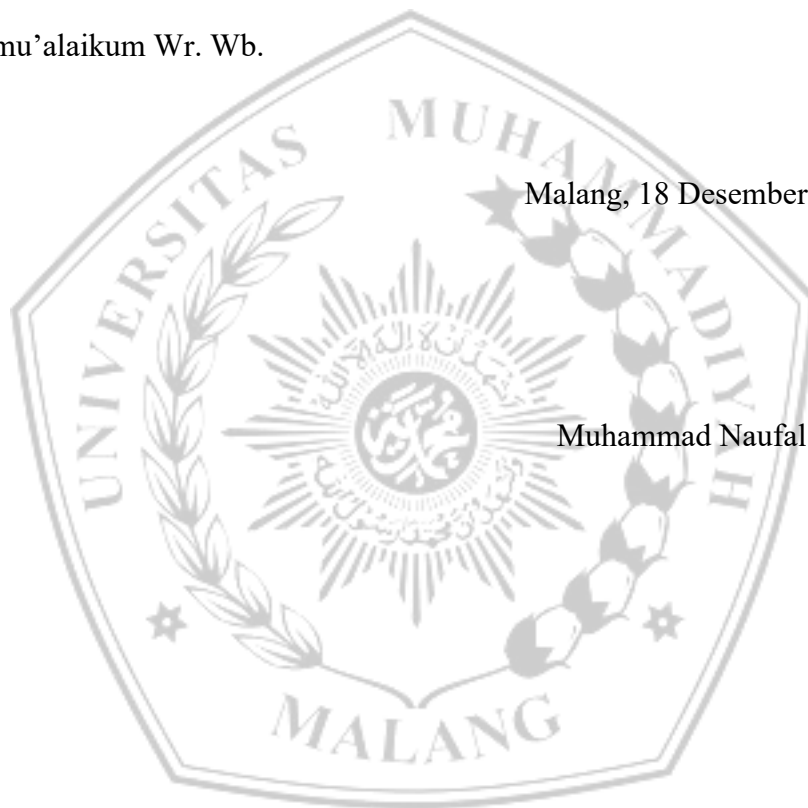
5. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang yang telah membimbing dan mengajar penulis dari semester 1 (satu) sampai dengan saat ini.

Semoga apa yang telah diberikan pada peneliti, akan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Malang, 18 Desember 2024

Muhammad Naufal Aqiel S



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
SURAT KETERANGAN	v
SURAT PERNYATAAN.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PLAGIASI.....	vii
TANDA TERIMA PLAGIASI	viii
BERITA ACARA SEMINAR	ix
BERITA ACARA DAFTAR HADIR SEMINAR.....	x
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	xi
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH.....	xii
PENGESAHAN ABSTRAK	xiii
MOTTO.....	xiv
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
ABSTRAK	xxiii
ABSTRACT	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5

D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Konsep Komunikasi Bisnis.....	7
1. Definisi.....	7
2. Karakteristik.....	7
3. Etika	8
B. Konsep Investasi	9
1. Definisi.....	9
2. Bentuk-bentuk.....	9
3. Indikator.....	11
4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Investasi.....	13
5. Tujuan Investasi.....	15
6. Proses Investasi.....	16
7. Pengukuran	17
C. Konsep <i>Pitching</i>	18
1. Definisi.....	18
2. Tujuan <i>Pitching</i>	19
3. Pengaruh <i>Pitching</i> Pada Keputusan Investasi.....	20
4. Kriteria Untuk <i>Pitching</i> Bisnis Yang Sukses.....	21
5. Cara Membuat <i>Pitch Deck</i> dengan Efektif	23
6. Hubungan antara Kualitas <i>Pitching</i> dengan Keputusan Investor	26
7. Teknik <i>Pitching</i>	26
D. Teori <i>Public Speaking</i>	27
1. Definisi <i>Public Speaking</i>	27
2. Unsur <i>Public Speaking</i>	28
E. Penelitian Terdahulu	30

F. Kebaharuan Penelitian	33
G. Kerangka Konsep.....	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	35
B. Tempat dan Waktu Penelitian	35
C. Subjek Penelitian.....	35
D. Sumber Data Penelitian.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	36
F. Teknik Analisis Data.....	37
G. Teknik Keabsahan Data	38

BAB IV TEMUAN LAPANGAN

A. Gambaran Umum	42
1. Profil Perusahaan.....	42
2. Lokasi.....	42
3. Visi Misi.....	42
4. Struktur Organisasi.....	43
B. Temuan Lapangan	43
1. Deskripsi Jobdisk Divisi Investor <i>Relation</i> PT Bento <i>Group</i> Indonesia	43
2. Alur Komunikasi Divisi Investor <i>Relation</i> PT Bento <i>Group</i> Indonesia dengan Calon Investor.....	44

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil.....	45
1. Implementasi Teknik <i>Pitching</i> Divisi Investor <i>Relation</i> Pada Calon Investor di PT Bento <i>Group</i> Indonesia	45
2. Implementasi Public Speaking Divisi Investor Relation Berdasarkan Unsur Public Speaking di PT Bento Group Indonesia.....	59
B. Pembahasan	62
1. Implementasi Teknik <i>Pitching</i>	62

2. Implementasi Public Speaking	64
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	68
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	77



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	31
---------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep.....	34
Gambar 5.1 Strategi Pemecahan Masalah Dengan Visi Misi di PT Bento <i>Group</i>	47
Gambar 5. 2 Strategi Pemecahan Masalah Dengan Peluang Kemitraan di PT Bento Group Indonesia.....	48
Gambar 5. 3 Strategi Pemecahan Masalah Dengan Ilustrasi Investasi di PT Bento Group Indonesia.....	48
Gambar 5. 4 Alur Kemitraan PT Bento Group Indonesia.....	49
Gambar 5. 5 Isi Konten Presentasi Bisnis Divisi Investor <i>Relation</i> PT Bento <i>Group</i> Indonesia Mengenai Keunggulan Yang Dimiliki.....	51
Gambar 5. 6 Visual Produk dan Outlet PT Bento Group Indonesia.....	57



DAFTAR PUSTAKA

- Adhandayani, A. (2020). *Modul Metode Penelitian 2 (Kualitatif)*. Jakarta: Universitas Esa Unggul.
- Adlini, M. N. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul Vol. 6(1)*, 974- 980.
- Adnyana, I. M. (2020). *Manajemen Investasi dan Portofolio*. Jakarta Selatan: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional.
- Amanda, A. L. (2019). Analisis Pengaruh Kandungan Informasi Komponen Laba dan Rugi Terhadap Koefisien Respon Laba (ERC) Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesehatan Vol. 7(1)*, 187-199.
- Anggini, N. D. (2020). Pengaruh Self-Attribution Bias, Mental Accounting, dan Familiarity Bias terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi Vol. 6(3)*, 97-106.
- Anggraini, C. (2022). Komunikasi Interpersonal. *Jurnal Multidisiplin Dehasen Vol. 1(3)*, 337-342.
- Anggraini, F., & Mulyani, E. (2022). Pengaruh Informasi Akuntansi, Persepsi Risiko dan Citra Perusahaan dalam Pengambilan Keputusan Investasi di Masa Pandemi Covid-19. In *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)* (Vol. 4, Issue 1). Online. <http://jea.ppj.unp.ac.id/index.php/jea/index>
- Antony, R., Oktavianti, R., Kredibilitas, P., Terhadap, K., Pembelian, K., Terhadap, S., Ahha, P., & Halilintar, A. (n.d.). *Pengaruh Kredibilitas Komunikator Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Produk AHHA Atta Halilintar)*. <https://www.brilio.net/selebritis/atta-halilintar-youtuber->
- Ardhani, F., Gunaningrat, R., Taufiq, R., & Muftiyanto, N. (2024). Terhadap Minat Masyarakat Dalam Berinvestasi Di Ajaib. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi (MRI)*, 2(2), 53–63. <https://doi.org/10.55606/jimas.v2i2.2474>
- Arthawati, S. N. (2023). Pengembangan Masyarakat Melalui Penerapan Pengelolaan Kampung KB Untuk Meningkatkan Kualitas Hidup Masyarakat Desa Bale

- Kencana Kecamatan Mancak. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol. 2(10)*, 6703-6712.
- Asmara, G. I. (2021). Urgensi Pertemuan dan Presentasi dalam Organisasi Bisnis . *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting Vol. 1(2)*, 109-119.
- Astuti, D. D (2017). Pengaruh Laporan Keuangan Auditan, Resiko Investasi, Dan Image Perusahaan Terhadap Respon Investor Dalam Pengambilan Keputusan Investasi (Studi Kasus Pada Perusahaan Investasi Di Jember). *Jurnal Ekonomi*. STIE Mandala Jember
- Ayuningtyas, F. (n.d.). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Komunikasi*. <https://www.researchgate.net/publication/360091407>
- Balakhonskaya, L. V. (2021). Pitching as a Communication Technology and Pitch as a Tool for Investor Relations in the Digital Environment. *Communication Strategies in Digital Society Seminar*, 167-172.
- Bragg, B. ;, Nsi, S., Cooley, ;, Cooley, A. ;, Hinck, R. ;, Kitsch, S. ;, & Look, Q. (n.d.). *Transactional Communication Model*.
- Bukhari. (2020). Komunikasi Interpersonal dalam Situasi Pertemuan Antar Budaya (Studi di Area Pelabuhan Lasdap Kuala Tungkal). *At-Tadabbur: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan Vol. 10(2)*, 45-66.
- Cassenti, D. N., Roy, H., & Kase, S. E. (2019). *Cognitive Processing of Visually Presented Data in Decision Making*. *Human Factors*, 61(1), 78–89. <https://doi.org/10.1177/0018720818796009>
- Clark, C. (2008). The impact of entrepreneurs' oral 'pitch' presentation skills on business angels' initial screening investment decisions. *International Journal of Entrepreneurial Finance Vol. 10(3)*, 257-279.
- Dancer, A. D. (2024). Peran Public Relations Dalam Membangun Citra Baik Bagi Perusahaan PT.Fengtay Indonesia. *e-Proceeding of Management Vol. 11(2)*, 2172-2175.
- Eberhard, K. (2023). The effects of visualization on judgment and decision-making: a systematic literature review. *Management Review Quarterly*, 73(1), 167–214. <https://doi.org/10.1007/s11301-021-00235-8>

- Efendi, E., Pulungan, W., Nadia Ritonga, P., & Islam Negeri Sumatera Utara, U. (n.d.). *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting Komunikasi yang Terjadi dalam Konteks Ruang dan Waktu*. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v3i4.459>
- Faktor, I., Bisnis, K. P., Upaya, D., Barang, P., Jasa, A., Organisasi, S., Suhairi, B., Anggara, D. E., Nainggolan, S. B., & Jubaidah, S. (2023). Jurnal Mirai Management. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 439–446.
- Fitrianingsih, E. N. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Galeri Investasi Syariah BEI Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *IAIN Purwokerto*, 1-111.
- Grinberg, Anna (2016). *The development of a start-up from idea to feasible business concept*. Laurea University of Applied Sciences.
- Hamid, D. M. (2020). *Komunikasi Bisnis (Teori dan Konsep)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Handayani Puspita Sari, S., Muhdar, I., Soegandar, D., Ghafur Wibowo, M., Ekonomi Syariah, M., Ekonomi dan Bisnis Islam, F., Sunan Kalijaga, U., Fakultas Ekonomi dan Bisnis, D., sitasi, S., & Faktor-Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Investasi Saham Syariah Di Yogyakarta, P. (n.d.). Pengaruh Faktor-Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Investasi Saham Syariah Di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1581–1593. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3149>
- Hariyanto, D. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Ichsan, R. N. (2019). *Studi Kelayakan Bisnis*. Medan: CV. Manhaji.
- Herla K, Almilia, L. S (2015). Pola Penyajian Informasi Dan Keputusan Investor Yang Irasional. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*. 22(2). 140-153.
- Ivana, R., & Kurniawati, D. (2023). Komunikasi Efektif Dengan Pendekatan Psikologi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(7), 351–363. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7817556>
- Kamil¹, I. (n.d.). *Jurnal Komunikasi dan New Media Pengaruh Public Speaking Terhadap Kepercayaan Diri Dan Kinerja Pelaku Bisnis Sektor Usaha Menengah Kecil Mikro (Umkm) Di Masa Pandemi Covid-19*. <http://jurnal.undira.ac.id/index.php/jknm>

- Khairiyati, C. (2019). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Pada Masyarakat Kota Bandung. *Almana : Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol. 3(2)*, 301-312.
- Kopus, T. L. (2020). Reimagine Pitch As A Speech Genre in Business Communication. *ВЕСТНИК ПЕРМСКОГО УНИВЕРСИТЕТА. РОССИЙСКАЯ И ЗАРУБЕЖНАЯ ФИЛОЛОГИЯ Vol. 3(12)*, 31-40.
- Kusuma Vardhani, N., Siwi Purwaning Tyas, A., Studi Bahasa Inggris, P., Bahasa, D., dan Manajemen Budaya, S., & Vokasi, S. (n.d.). *Agnes Siwi Purwaning Tyas-Strategi Komunikasi dalam Interaksi dengan Mahasiswa Pertukaran Asing*.
- Kusumaningrum, F. (2018). *Discourse Analysis of Argumentative and Persuasive Texts on GO-JEK Advertisement Text*.
- Lunarindiah, G. (2020). *Buku Ajar Komunikasi Bisnis dan Negosiasi*. Jakarta: Universitas Trisakti.
- Marisa, S. (n.d.). Komunikasi Verbal dan Non Berbal dalam Pembelajaran. In *ANALYTICA ISLAMICA* (Vol. 11, Issue 2). <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/analytica/index>
- Nadhmy Dhia, R., & Alya Pramesthi, J. (n.d.). ANALISIS RETORIKA ARISTOTELES PADA KAJIAN ILMIAH MEDIA SOSIAL DALAM MEMPERSUASI PUBLIK. In *JANUARI* (Vol. 4, Issue 1).
- Nashrullah, M. (2023). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data)*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Natasya, A. F. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Pada PT. Sepakat Teknologi Nusantara di Jakarta Pusat. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Industri dan Rantai Pasok Vol. 4*, 180-188.
- Nirwana., Manginda, W, D, S. (2020). *Teori Dan Praktek Public Speaking (Perspektif Agama Dan Budaya)*. Alauddin University Press. ISBN: 978-602-328-265-4.

- Nugraha, G. (2022, 04 13). *Arti Pitching dalam Bisnis & Tips Sukses Melakukannya*. Retrieved from Mekari Jurnal: <https://www.jurnal.id/id/blog/arti-pitching-dalam-bisnis-sbc/>
- Nur'aini, R. D. (2020). Penerapan Metode Studi Kasus Yin dalam Penelitian Arsitektur dan Perilaku. *Inersia Vol. 15(1)*, 92-104.
- Nurasiah. (2021). Efektivitas Komunikasi Interpersonal Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Kinerja Guru. *Jurnal MUDARRISUNA: Media Kajian Pendidikan Agama Islam Vol. 11(4)*, 658-676.
- Nurchayani, T. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Investment Opportunity Set (IOS) Terhadap Kualitas Laba (Pada Perusahaan Food and Beverage yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2019). *Seminar Nasional Perbanas Institute* , 241-255.
- Nusa, Y. (2023). Edukasi Terhadap Remaja untuk Meningkatkan Minat Berinvestasi. *ABDI DAYA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Vol. 1(1)*, 1-11.
- Pamungkas, S. R. (2024). Strategi Memenangkan Pitching Pada Social Media Marketing.
- Paramita, S. (n.d.). *Kredibilitas Komunikator Dalam Menyampaikan Pesan (Analisis Opini Generasi Milenial Pada Kepala Penerangan Kodam Jaya)*. <http://www.kodam5-brawijaya.mil.id>
- Perdana, A., Robb, A., & Rohde, F. (2018). Does Visualization Matter? The Role of Interactive Data Visualization to Make Sense of Information. In *Australasian Journal of Information Systems Perdana* (Vol. 22).
- Pidada, I. A. (2019). The Effectiveness of Online Marketing Using B2C and B2B at MovenpickResort and Jimbaran Bali. *Jurnal Bisnis Hospitaliti Vol. 8(1)*, 15-23.
- Prameswari, H. (2024). Pengaruh Budaya Organisasi dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Produktivitas Kerja Rumah Sakit AK Gani Palembang. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (Jebma) Vol. 4(1)*, 172-181.
- Pratiwi, L. (n.d.). Memahami Pentingnya Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Bagi Investor: Sebuah Kajian Literatur.

- Priliswari, S. M., Imaddudin, I., & Athalarik, F. M. (2023). Pesan Persuasif Menjangking Peluang Investasi dalam Promosi Grand Batang City oleh Kementerian Investasi. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.31289/jipikom.v5i1.1304>
- Rahman, Z. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif Berbasis Blended Learning*. Malang: Wineka Media.
- Ramadhan, A. M. (2018). Makna Kaos Islami Distro Kalam (Studi Fenomenologi Tentang Kaos Islami Distro Kalam Bandung di Kalangan Pemakai). *Idea : Jurnal Humaniora*, 1–12. <https://doi.org/10.29313/idea.v0i0.4168>
- Ramadhani, A. P. (2022). Investasi Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi dan Ekonomi Islam. *Jurnal Indonesia Sosial Sains Vol. 3(12)*, 1579-1589.
- Restendy, M. S. (2021). Teknik Presenter dalam Membaca Berita (Gaya Bahasa Program MataNajwa). *Khabar (Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam) Vol. 3(2)*, 159-176.
- S., Y. S. (2024). Pelatihan Kemampuan Business Pitching Bagi Pelaku UMKM Sebagai Skill Penting untuk Beradaptasi dalam Era Bisnis 5.0 . *Krepa: Kreativitas Pada Abdimas Vol. 2(6)*, 31-40.
- Sa'adah, M. (2022). Strategi dalam Menjaga Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Al 'Adad: Jurnal Tadris Matematika Vol. 1(2)*, 54-64.
- Santina, R. O. (2021). Analisis Peran Orang Tua dalam Mengatasi Perilaku Sibling Rivalry Anak Usia Dini. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Vol. 2(1)*, 1-13.
- Santoso, B. (2019). Keterbukaan Informasi (Full Disclosure) Perusahaan Publik di Sektor Industri Pertambangan Batu Bara PT. Bumi Resource, Tbk. dalam Menjaga Likuiditas Saham (Stock Liquidity). *Jurnal Publisitas Vol. 1(1)*, 1-14.
- Santoso, S., Arifin, A, Z. (2023). Pengaruh Kepribadian Terhadap Bias Perilaku Investor Individual Di Indonesia Dengan Mediasi Motivasi Sosial. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan. 8(2)*, 321-332.
- Sari, A. P. (2024). Pengaruh Pengungkapan Informasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di

- Indeks Kompas Periode 2023). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(2), 1864. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i2.5366>
- Sari, A. R. (2022). Pengaruh keputusan investasi, keputusan pendanaan, profitabilitas, dan tingkat suku bunga (BI Rate) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2016-2020. *Forum Ekonomi Vol. 24(1)*, 1-12.
- Sariwati, Y., Akhsin Azhar, D., Retnasary, M., Rahmayani, R., & Ngare, F. (2024). *Krepa: Kreativitas Pada Abdimas Pelatihan Kemampuan Business Pitching Bagi Pelaku Umkm Sebagai Skill Penting Untuk Beradaptasi Dalam Era*
- Satria Rangga Pamungkas, Duddy Zein, & Teddy Kurnia Wirakusumah. (2023). Strategi Memenangkan Pitching Pada Social Media Marketing. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 11–26. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i1.678>
- Setiari, N. K. (2023). Pengaruh Pengalaman Kerja, Etika Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Akana Boutique Hotel Sanur. *Jurnal Emas Vol. 4(5)*, 1143- 1155.
- Setiawan, M. A., & Kn, J. (n.d.). *Implementasi Word Of Mouth Marketing Di Era Digital Pada Pt. Zuzu Teknologi Servis (Zuzu Hospitality)*. <http://jurnal.utu.ac.id/JIMSI>
- Setiawati, S. D. (2018). Membangun Kemampuan Presentasi Bisnis Sebagai Upaya dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah . *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol. 1(2)*, 252-258.
- Sidik, R. F. (2021). Pengaruh Komitmen Organisasional, Kepuasan Kerja dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan pada Bento Kopi Yogyakarta . *Jurnal Widya Manajemen Vol. 3(1)*, 86-96.
- Suhairi. (2023). Implementasi Faktor Keberhasilan Presentasi Bisnis Dalam Upaya Pemasaran Barang Atau Jasa Suatu Organisasi Bisnis. *Jurnal Mirai Management Vol. 8(2)*, 439- 446.
- Suprasta, N., & Mn, N. (n.d.). *Suprasta dan Nuryasman: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Investasi Saham*. <https://doi.org/10.24912/je.v24i2.669>

- Surya, E. (2022). Analisis Penerapan Komunikasi Lintas Budaya dalam Perusahaan Multinasional (Suatu Telaah Pustaka). *Jurnal Dimensi Vol. 2(2)*, 63-74.
- Suwanti Handayani, & Ririh Dwiantari. (2023). Pemberdayaan Publik Dalam Berinvestasi Melalui Peran Komunikasi Persuasif Influencer Sebagai Public Relations. *SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi*, 2(1), 152–168. <https://doi.org/10.59841/saber.v2i1.675>
- Suyani, E. (2019). Strategi Komunikasi Bisnis dalam Menerapkan Program Corporate Social Responsibility (Studi Di PT. Coca Cola Bottling Indonesia Cabang Medan). *Jurnal Warta Edisi 59*, 1-35.
- Tarsinih, E., & Juidah, I. (n.d.). Kemampuan Public Speaking Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia Fkip Universitas Wiralodra Di Masa Pandemi Covid-19. *Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora Vol. 2(1)*, 11-26.
- Van Werven, R., Bouwmeester, O., & Cornelissen, J. P. (2019). *Pitching a business idea to investors: How new venture founders use micro-level rhetoric to achieve narrative plausibility and resonance. International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 37(3), 193–214. <https://doi.org/10.1177/0266242618818249>
- Wibowo, A. (2022). *Studi Kelayakan dan Perencanaan Bisnis*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik Bekerja sama dengan Universitas Sains & Teknologi Komputer.
- Wijaya, A. (2020). *The Art of Digital Marketing: Strategi Pemasaran Generasi Milenial*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Yuwono, W. Erika. (2020). Analisis Pengaruh Citra Perusahaan, Informasi Akuntansi, Informasi Netral, Rekomendasi Penasehat Dan Kebutuhan Finansial Terhadap Keputusan Investasi Di Pasar Modal. *SEIKO: Journal of Management & Business*. 3(3). 143-155.

LEMBAR PERSETUJUAN PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL: “ Implementasi Teknik Pitching Divisi Investor Relation Pada Calon Investor (Studi Pada PT.Bento Group Indonesia) ”

Oleh:

Nama : Muhammad Naufal Aqiel S

NIM : 201910040311357

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 18 Desember 2024

Pembimbing I/Promotor

Arum Martikasari, M. Med. Kom

NIP. 151224031987

(*) Coret yang tidak perlu




Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No. 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 562 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id


TANDA TERIMA PLAGIASI

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : Muhammad Naufal Aqiel S
NIM : 201910040311357

Hasil Plagiasi : $\frac{19}{12}$

BAB I	14				BAB IV	13			
BAB II	11				BAB V	11			
BAB III	18				BAB VI	8			

Malang, 19-12-2024
Prodi Plagiasi Prodi,
 **ILMU KOMUNIKASI**
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
M. Dasuki

