

ABSTRAK

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Tasikmalaya Untuk Mendapatkan Peserta Baru, Nama : Akbar Yansahnur, NIM : 44320120034, Dosen Pembimbing : Berliani Ardha, SE. M. Si

Di Indonesia pekerja wajib diberikan jaminan sosial ketenagakerjaan yang diselenggarakan oleh BPJS Ketenagakerjaan. Agar memastikan setiap pekerja terlindungi maka dilakukan usaha untuk memasarkan program jaminan sosial ketenagakerjaan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Tasikmalaya untuk mendapatkan peserta baru.

Teori dan konsep pendukung pada penelitian ini yang disampaikan yaitu bagaimana menjaring peserta baru BPJS Ketenagakerjaan Tasikmalaya lewat metode Analisis SWOT, STP (*Segmentation, Targetting, Positioning*), dan Bauran Pemasaran Jasa. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan studi kasus dengan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan wawancara, studi kepustakaan dan studi dokumentasi. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan ialah triangulasi.

Berdasarkan hasil penelitian BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Tasikmalaya menggunakan beberapa macam strategi pemasaran melalui analisis SWOT, STP dan Bauran Pemasaran jasa didapatkan bahwa sosialisasi masif dan promosi menjadi hal utama untuk menjaring peserta baru di BPJS Ketenagakerjaan Tasikmalaya.

BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Tasikmalaya dalam strategi STP, bauran pemasaran, dan analisis SWOT yang diterapkan dapat dikatakan efektif untuk mencapai target kepesertaan. Strategi ini juga memberikan pengaruh pada tingkat pemahaman masyarakat mengenai jaminan sosial yang diselenggarakan oleh BPJS Ketenagakerjaan.

Kata kunci; strategi komunikasi pemasaran, BPJS Ketenagakerjaan, promosi, konsumen baru

ABSTRACT

Title: Marketing Communication Strategy of BPJS Ketenagakerjaan Tasikmalaya Branch Office to Get New Participants, Name: Akbar Yansahnur, NIM: 44320120034, Supervisor: Berliani Ardha, SE. M. Si

In Indonesia, workers must be provided with social security organized by BPJS Ketenagakerjaan. In order to ensure that every worker is protected, efforts are made to market the employment social security program. The purpose of this study is to determine the marketing strategy of BPJS Ketenagakerjaan Tasikmalaya Branch Office to get new participants.

The supporting theories and concepts in this research presented are how to capture new participants of BPJS Ketenagakerjaan Tasikmalaya through the SWOT Analysis method, STP (*Segmentation, Targetting, Positioning*), and Service Marketing Mix. In this study, researchers used case studies with qualitative research methods. Data collection techniques used interviews, literature studies and documentation studies. The technique of checking the validity of the data used is triangulation.

Based on the results of research by BPJS Ketenagakerjaan Tasikmalaya Branch Office using several kinds of marketing strategies through SWOT, STP and Service Marketing Mix analysis, it was found that massive socialization and promotion are the main things to attract new participants in BPJS Ketenagakerjaan Tasikmalaya.

BPJS Ketenagakerjaan Tasikmalaya Branch Office in STP strategy, marketing mix, and SWOT analysis applied can be said to be effective in achieving participation targets. This strategy also has an influence on the level of public understanding of social security organized by BPJS Ketenagakerjaan.

Keywords; marketing communication strategy, BPJS Ketenagakerjaan, promotion, new consumer