**IMPLEMENTASI MARKETING PLAN PROGRAM JAMINAN SOSIAL TENAGA KERJA DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPESERTAAN BPJS KETENAGAKERJAAN CABANG MANADO**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sains Terapan (SST) Pada Program Study Manajemen Bisnis*

**Oleh RUNTUNUWU E. TRINI NIM : 14 053 046**



**POLITEKNIK NEGERI MANADO JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS**

**2018**

**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL........................................................................................ i ABSTRAK................................................................................... .................... ii MOTTO................................................................................... ........................ iv LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN................................. ...... v LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING................................. ................. vi LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI................................. ................................... vii BIOGRAFI................................................................................... .................... viii KATA PENGANTAR .................... ................................................................ ix DAFTAR ISI................................. ................................................................... xi DAFTAR TABEL................................. ........................................................... xiii DAFTAR GAMBAR................................. ...................................................... xiv DAFTAR LAMPIRAN................................. ................................................... xv

**BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang ....................................................................... 1

1.2 Identifikasi Masalah ............................................................... 6

1.3 Fokus Dan Subfokus .............................................................. 6

1.3.1 Fokus ............................................................................ 6

1.3.2 Subfokus....................................................................... 6

1.4 Pembatasan Masalah .............................................................. 7

1.5 Rumusan Masalah .................................................................. 7

1.6 Tujuan Penelitian................................................................. 7

1.7 Manfaat Penelitian............................................................... 8

**BAB II KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS**

2.1 Landasan Teori ....................................................................... 9

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 2.2.1 | | Pengertian Marketing .................................................... | 9 |
| 2.2.2 | | Pengertian Marketing plan ............................................ | 10 |
| 2.2.3 | | Komponen Marketing plan ........................................... | 11 |
| 2.2.4 | | Karakteristik Rencana pemasaran ................................. | 12 |
| 2.2.5 | | Isi Rencana pemasaran .................................................. | 13 |
| 2.2 | Peserta dan syarat-syarat kepesertaan .................................... | | 15 |
| 2.3 | Kerangka teoritik.................................................................... | | 17 |
| 2.4 | Hasil Penelitian yang relevan ................................................. | | 18 |
| 2.5 | Alur pikir penelitian ............................................................... | | 21 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **BAB III** | **METODOLOGI PENELITIAN** |  |
|  | 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian ................................................ | 23 |
|  | 3.1.1 Tempat Penelitian ........................................................ | 23 |
|  | 3.1.2 Waktu Penelitian .......................................................... | 23 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 3.2 | Latar Penelitian ...................................................................... | 24 |
| 3.3 | Metode dan Jenis Penelitian................................................... | 24 |
| 3.4 | Situasi Sosial dan Informan Penelitian .................................. | 25 |
| 3.5 | Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan data........................... | 28 |
| 3.6 | Prosedur Pengumpulan Data .................................................. | 29 |
| 3.7 | Prosedur Analisa Data ............................................................ | 30 |
| 3.8 | Pemeriksaan Keabsahan Data ................................................ | 31 |
|  | 3.8.1 Kredibilitas ................................................................... | 31 |
|  | 3.8.2 Transferabilitas............................................................. | 32 |
|  | 3.8.3 Dependabilitas.............................................................. | 32 |
|  | 3.8.4 Konfirmabilitas ............................................................ | 33 |
|  | 3.8.5 Logging Data................................................................ | 33 |

**BAB IV GAMBARAN UMUM ORGANISASI**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 4.1 | Gambaran Umum Instansi ...................................................... | 34 |
| 4.2 | Visi dan Misi ........................................................................... | 36 |
|  | 4.2.1 Motto perusahaan ......................................................... | 37 |
|  | 4.2.2 Uraian Pekerjaan .......................................................... | 37 |
| 4.3 | Sumber Daya Perusahaan........................................................ | 42 |
| 4.4 | Struktur Organisasi ................................................................. | 44 |

**BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN TEMUAN PENELITIAN**

5.1 Profil Informan ....................................................................... 46

5.2 Kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan ...................................... 47

5.3 Marketing Plan BPJS Ketenagakerjaan cabang Manado ....... 48

5.3.1 Pelaksanaan Ikhtisar Eksekutif ..................................... 49

5.3.2 Pelaksanaan Analisi Situasi .......................................... 49

5.3.3 Pelaksanaan Strategi Pemasaran ................................... 50

5.3.4 Pelaksanaan Proyeksi Finansial .................................... 50

5.3.5 Pelaksanaan Pengendalian Implementasi...................... 50

5.4 Implementasi Marketing Plan BPJS Ketenagakerjaan ....... 51

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 5.4.1 | | Implementasi Ikhtisar Eksikutif .................................... | 53 |
| 5.4.2 | | Implementasi Analisis situasi........................................ | 54 |
| 5.4.3 | | Implementasi Analisi SWOT ........................................ | 55 |
| 5.4.4 | | Implementasi Strategi Pemasaran ................................. | 57 |
| 5.4.5 | | Implementasi Proyeksi Finansial .................................. | 61 |
| 5.3.5 | | Implementasi Pengendalian Implementasi.................... | 63 |
| **BAB VI** | **PENUTUP**  6.1 Kesimpulan ........................................................................... | | 110 |
|  | 6.2 Saran...................................................................................... | | 111 |

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang**

Pekerja adalah orang yang bekerja dengan menerima upah atau imbalan dalam bentuk lain. Pekerja terbagi dua yaitu Pekerja di sektor Formal dan non Formal, yaitu pekerja formal bisa dikatakan adalah pekerja yang bekerja disebuah perusahaan, lembaga pemerintah non pemerintah yang mempunyai struktur organisasi perusahaan non formal sebaliknya mempunyai penghasilan tetap atau tidak tetap yang bukan diterima dari perusahaan. Contoh formal yaitu PNS dan non formal Sopir pribadi. Maka pekerja selalu di berikan target pekerjaan dan selalu di kontrol agar tercapai tujuan dari pekerjaan yang dilakukan. Pekerja tentunya melakukan pekerjaan dengan berbagai macam resiko yang akan menimpanya. resiko tersebut di kategorikan sebagai faktor penyebab kecelakaan kerja, yaitu faktor manusia, faktor lingkungan, faktor peralatan.

Di Indonesia ada dua lembaga dari pemerintah yang membantu menjalankan tanggung jawab dan kewajiban negara untuk memberikan perlindungan sosial ekonomi kepada masyarakat sesuai dengan kondisi kemampuan keuangan Negara yaitu yang pertama Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan dan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Ketenagakerjaan yang dapat meng-*cover* resiko-resiko tersebut. Di Indonesia setiap perusahaan wajib mendaftarkan pekerjanya sebagai anggota BPJS Ketenagakerjaan cabang Manado, Karena berdasarkan pada undang-undang Nomor 40 Tahun 2004 tentang sistem jaminan sosial nasional dan 24 tahun 2011 yaitu Badan Penyelenggara Jaminan

Sosial. Dalam BPJS Ketenagakerjaan cabang manado, untuk pekerja di sektor informal juga bisa mendapatkan BPJS Ketenagakerjaan cabang manado dengan membayar sendiri uang kepesertaan sesuai dengan Upah Minimum Provinsi. BPJS Ketengakaerjaan cabang manado sangat di perlukan untuk tenaga kerja karena memiliki program-program perlindungan dasar yang menjamin masa depan anda sebagai pekerja. Termasuk perlindungan dari ketidakpastian seperti resiko sosial dan ekonomi yang bisa terjadi. Contoh resiko adalah kecelakaan kerja, sakit, kematian, masa pensiun dan lain-lain. Sehingga pekerja tidak harus menanggung beban tadi sendirian karena akan dibantu oleh program BPJS Ketenagakerjaan cabang Manado itu juga.

BPJS Ketenagakerjaan cabang manado ingin terus memperluas cakupan kepesertaan. Dengan Marketing Plan dan Implementasi Marketing Plan yang menjadi *Road* Map BPJS Ketenagakerjaan cabang Manado memperjelas sampai memperinci semua proses dari bagaimana akan di capai kepesertaan tersebut. Untuk itu, Marketing Plan dan implementasi Marketing Plan sangatlah penting. Khususnya para pekerja yang ada di sektor informal seperti pada pasar perum, Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan cabang manado mempunyai program-program jaminan sosial yang dapat menjembatani untuk kesejahteraan para pekerja di sektor informal. Adapun program-program jaminan sosial tenaga kerja dari BPJS Ketenagakerjaan untuk pekerja sektor informal ialah jaminan kecelakaan kerja yang meng-*cover* kecelakaan akibat kerja, jaminan hari tua yang memberikan jaminan sosial ekonomi untuk masa tua, jaminan kematian yang memberikan manfaat santuan uang tunai yang diberikan kepada ahli waris

peserta, jaminan pensiun adalah jaminan sosial yang bertujuan mempertahankan derajat kehidupan yang layak bagi peserta atau ahli waris dengan memberikan penghasilan setelah peserta memasuki usia pensiun. Program-program jaminan sosial BPJS Ketenagakerjaan cabang manado ini menjamin mulai dari pekerja melakukan awal aktifitas kerja sampai pada pulang ke rumah selesai bekerja. Didapati lewat salah satu acara yang dilaksanakan oleh bidang pemasaran BPJS Ketenagakerjaan cabang Manado yang dilaksanakan di pasar perum yaitu acara grebek pasar, pihak BPJS Ketenagakerjaan menawarkan program yang ada, namun ketika dijelaskan dan ditanya pekerja di pasar perum tidak mengetahui tentang BPJS Ketenagakerjaan bahkan tidak dapat membedakan ketenagakerjaan dan kesehatan lewat acara tersebut diketahui bahwa program-program BPJS Ketenagakerjaan cabang manado ini belum banyak dikenal oleh para pekerja sektor informal khususnya di pasar perum sehingga masih banyak pedagang- pedagang di pasar perum yang kurang sejahtera dan belum menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan cabang manado dengan alasan tidak tahu tentang adanya Program-program jaminan sosial BPJS Ketenagakerjaan atau bahkan banyak yang tidak tahu perbedaan BPJS Kesehatan dan BPJS Ketenagakerjaan oleh karena pekerja sektor informal tidak mengetahui apa itu BPJS Ketenagakerjaan maka belum tercapainya Visi BPJS Ketenagakerjaan yaitu Menjadi Badan penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) berkelas dunia, terpercaya, bersahabat dan unggul dalam Operasional dan Pelayanan terhadap pekerja di sektor informal pasar perum, hal ini membuat pengaruh negatif terhadap peningkatan kepesertaan di BPJS Ketenagakerjaan cabang manado.

Maka dari itu, lemahnya Marketing Plan pada BPJS Ketenagakerjaan cabang Manado seperti strategi umum yang disusun berdasarkan analisis kondisi eksternal dan internal yang diselaraskan dengan urgensi untuk mendukung operasional BPJS Ketenagakerjaan cabang manado. Pada tahun 2014 Strategi *Building Sustainability in Benefit and Service* kepuasan peserta yang tinggi terhadap manfaat dan layanan dapat berdampak pada tingkat kepesertaan.

Hal ini membuat BPJS Ketenagakerjaan memiliki basis peserta yang kuat akhirnya proses ini akan menciptakan suatu model bisnis yang berkelanjutan untuk masa depan BPJS Ketenagakerjaan. Strategi ini dilakukan berdasarkan 6 pilar salah satunya meningkatkan kepesertaan dan perluasan pangsa pasar yang masih belum maksimal. Tahun 2015 yaitu *Full Program Operating* menjalankan semua program secara penuh di semua segmen kepesertaan strategi ini dilakukan dengan cara antara lain sosialisasi masif dan gerakan nasional jaminan sosial ketenagakerjaan yang masih kurang di lakukan. Tahun 2016 *Delivering Operational Excellence* yaitu memberikan kemudahan akses baik jenis maupun jumlah dan kemudahan operasional bagi peserta perusahaan dan tenaga kerja. Tenaga kerja Indonesia yang tersebar di seluruh pelosok daerah baik di kota besar, kota kecil, bahkan sampai ke daerah pinggiran harus dapat menjangkau pelayanan BPJS Ketenagakerjaan dengan mudah. Strategi ini dilakukan dengan cara salah satunya memperkuat brand *awareness* dan meningkatkan kepercyaan upublik yang masih belum maksimal. Tahun 2017 *Delivering service excellence* memberikan pelayanan yang memuaskan untuk peserta baik perusahaan maupun tenaga kerja. Luasnya distribusi jaringan pelayanan yang akan dikembangkan

untuk melayani seluruh teaga kerja di Indonesia tentunya menuntut standarisasi pelayanan kepada peserta. Agar memberikan dampak dan kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, maka pelayanan ekselen peru didukung oleh segenap elemen organisasi sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya. Strategi ini dilakukan antara lain dengan cara salah satunya optimalisasi layanan dan penanganan keluhan yang kenyataannya belum maksimal. Kemudian tahun

2018 *Workers welfare establishment* di mana BPJS Ketenagakerjaan memposisikan diri sebagai jembatan menuju kesejahteraan peserta strategi ini dilakukan dengan cara antara lain memberikan benefit program JHT, JKK, JKM, dan JP yang setara dengan Negara ASEAN yang masih kurang maksimal. Sehingga mengakibatkan kurangnya pengetahuan para pekerja di sektor informal pasar perum tentang BPJS Ketenagakerjaan cabang Manado ini, seperti pedagang ikan, pedagang sayur, karena para pekerja di pasar perum ini pekerjaan mereka mempunyai resiko yang sebetulnya dapat di *cover* BPJS Ketenagakerjaan cabang Manado seperti pedagang ikan cakalang fufu mereka menangkap sendiri ikan dan di angkut menggunakan motor bukan menggunakan mobil pengangkut, oleh sebab itu mereka bisa saja terjadi kecelakan motor ataupun pada saat proses pengasapan ikan cakalang mereka tidak menggunakan perlengkapan yang seharusnya mereka gunakan mereka akan punya resiko gangguan paru-paru lewat asap tersebut. Dan dampaknya di tunjukan lewat belum meningkatnya kepesertaan sektof informal di pasar perum.

Dari masalah di atas yang membuat tujuan dari BPJS Ketenagakerjaan sulit untuk dicapai, dengan begitu akan berdampak negatif bagi perusahaan.

berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengambil judul **“Implementasi Marketing Plan Program Jaminan Sosial Tenaga Kerja Dalam Upaya Meningkatkan Kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan cabang Manado”.**

**1.2 Identifikasi Masalah**

Adapun identifikasi dari masalah yang ada di BPJS Ketenagakerjaan cabang Manado:

1. Program-program BPJS Ketenagakerjaan cabang Manado belum banyak dikenal oleh para pekerja sektor informal pasar perum.

2. Para pekerja sektor informal pasar perum belum menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan cabang Manado.

**1.3 Fokus dan Sub Fokus**

**1.3.1 Fokus Penelitian**

Penelitian ini difokuskan pada Implementasi marketing plan program jaminan sosial tenaga kerja BPJS Ketenagakerjaan cabang Manado.

**1.3.2 Sub Fokus Penelitian**

Dari permasalahan yang spesifik pada BPJS Ketenagakerjaan cabang Manado dilihat dari sudut pandang memiliki beberapa masalah. Dalam hal ini yang menjadi subfokus adalah isi dari Marketing Plan BPJS Ketenagakerjaan cabang Manado :

1. Ikhtisar Eksekutif

2. Analisis Situasi

3. Analisis SWOT

4. Startegi Pemasaran

5. Proyeksi Finansial

6. Pengendalian Implementasi

**1.4 Pembatasan Masalah**

Dalam penelitian ini penulis membatasi masalah pada Pekerja sektor informal di pasar perum kecamatan paniki bawah dan pada bidang pemasaran BPJS Ketenagakerjaan cabang Manado.

**1.5 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah marketing plan di BPJS Ketenagakerjaan cabang manado?

2. Bagaimanakah implementasi marketing plan program jaminan sosial tenaga kerja dalam upaya meningkatkan kepesertaan di pasar perum?

**1.6 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menggambarkan Implementasi Marketing plan BPJS Ketenagakerjaan cabang manado.

2. Untuk membuat Marketing Plan program jaminan sosial tenaga kerja bagi BPJS Ketenagakerjaan dalam upaya meningkatkan kepesertaan di sektor informal pasar perum.

**1.7 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis, mampu memecahkan masalah ilmiah serta menambah ilmu pengetahuan mengenai Implementasi Marketing Plan untuk meningkatkan kepesertaan di BPJS Ketenagakerjaan cabang Manado.

2. Bagi instansi, dapat memberikan informasi dan kontribusi serta dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengatasi masalah yang berhububungan dengan Implementasi Marketing Plan untuk meningkatkan kepesertaan.

3. Bagi institusi, dapat dijadikan sebagai bahan acuan pustaka serta referensi yang menjadi bahan pembandingan dalam melakukan penilitian-penelitian selanjutnya juga pengaplikasian ilmu pengetahuan khususnya yang berhubungan dengan Implementasi Marketing Plan untuk meningkatkan kepesertaan.