

**IMPLEMENTASI *PROMOTION MIX* PROGRAM
PENGGERAK JAMINAN SOSIAL INDONESIA (PERISAI)
DI BPJS KETENAGAKERJAAN KANTOR CABANG
BALI DENPASAR**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh

KADEK YOGA ADNYANA PUTRA

NIM: 2015713056

PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2023

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pokok Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Metode Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Pemasaran	14
B. Promosi.....	16
C. Bauran Promosi (Promotion Mix)	18
D. Media Sosial	30
E. Jaminan Sosial.....	34
F. PERISAI (Penggerak Jaminan Sosial Indonesia)	37
BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	40

A. Sejarah Perusahaan	40
B. Bidang Usaha	44
C. Struktur Organisasi dan Uraian Jabatan	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
A. Kebijakan Perusahaan.....	61
B. Analisis dan Interpretasi Data	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	83
A. Simpulan.....	83
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Media Periklanan Agen PERISAI BPJS Ketenagakerjaan.....65

Tabel 4. 2 Lokasi Kegiatan Sosialisasi Agen BPJS Ketenagakerjaan72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan di Indonesia.....	3
Gambar 2. 1 Jumlah Pengguna Media Sosial Setiap Tahun	31
Gambar 3. 1 Logo Perusahaan BPJS Ketenagakerjaan	42
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Bali Denpasar	47
Gambar 4. 1 Periklanan Media Cetak oleh Agen PERISAI	67
Gambar 4. 2 Periklanan Media Elektronik oleh Agen PERISAI	70
Gambar 4. 3 Sosialisasi Agen PERISAI.....	72
Gambar 4. 4 Bentuk Publisitas Langsung Agen PERISAI	74
Gambar 4. 5 Bentuk Publisitas Online Agen PERISAI	76
Gambar 4. 6 Bentuk Promosi Penjualan oleh Agen PERISAI	79
Gambar 4. 7 Direct Marketing yang Diterapkan Agen PERISAI	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Formulir Proses Bimbingan Tugas Akhir	92
Lampiran 2 Keterangan Penyelesaian Tugas Akhir	94
Lampiran 3 Pedoman Wawancara Penelitian	95
Lampiran 4 X Banner Cara Memaksimalkan Promosi Agen PERISAI....	109
Lampiran 5 Video Cara Memaksimalkan Promosi Agen PERISAI	110

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

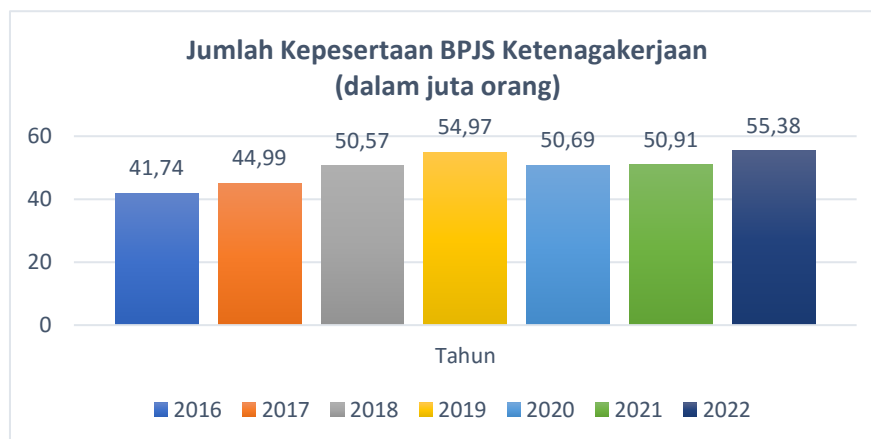
Setiap masyarakat di Indonesia berhak atas jaminan sosial dalam hidupnya. Berdasarkan UU No. 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional pada Pasal 1 menjelaskan bahwa jaminan sosial merupakan suatu bentuk atau wujud perlindungan sosial bagi seluruh rakyat tanpa terkecuali guna menjamin pemenuhan kebutuhan dasar hidup yang layak. Pernyataan ini menyatakan salah satu golongan masyarakat yang perlu mendapatkan jaminan sosial yaitu pekerja/tenaga kerja, karena keberhasilan pembangunan di Indonesia yang diraih dalam sektor industri tidak lepas dari peran seorang tenaga kerja, kemudian seorang tenaga kerja juga pasti menghadapi ketidakpastian dalam pekerjaannya atau bisa dikatakan sebagai resiko kerja.

Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1992 Pasal 1 ayat 1 yang mengatakan bahwa Jaminan Sosial Tenaga Kerja adalah Suatu perlindungan tenaga kerja dalam bentuk santunan berupa uang sebagai

pengganti sebagian dari penghasilan yang hilang atau berkurang dan pelayanan sebagai akibat peristiwa atau keadaan yang dialami tenaga kerja berupa kecelakaan kerja, sakit, hamil, bersalin, hari tua dan meninggal dunia.

Salah satu badan hukum yang menaungi jaminan sosial tenaga kerja di Indonesia adalah BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial) Ketenagakerjaan. BPJS Ketenagakerjaan merupakan salah satu Badan Hukum Publik yang ditugaskan khusus oleh pemerintah untuk menyelenggarakan program jaminan sosial ketenagakerjaan berdasarkan Undang-Undang No 40 Tahun 2004 Tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional yang terdiri dari Jaminan Pensiun, Jaminan Kecelakaan Kerja, Jaminan Kematian, Jaminan Hari Tua dan Jaminan Kehilangan Pekerjaan. Jaminan sosial ketenagakerjaan tidak hanya untuk pekerja formal saja atau Penerima Upah (PU), melainkan juga untuk pekerja non formal di masyarakat atau Bukan Penerima Upah (BPU).

Pada kenyataannya pengetahuan masyarakat mengenai Jaminan Sosial khususnya yang diberikan oleh BPJS Ketenagakerjaan ini masih sangat minim, hal itu dapat dilihat melalui grafik kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan di 7 tahun terakhir,



Gambar 1. 1 Jumlah Kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan di Indonesia

Sumber : *DataIndonesia.id*

Pada gambar 1.1, BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial) Ketenagakerjaan telah mencatat bahwa jumlah peserta setiap tahunnya mengalami kenaikan dengan cukup signifikan meskipun di tahun 2020 sempat menurun, dengan total peserta di tahun 2022 sebanyak 55.380.000. Namun apabila dibandingkan dengan jumlah seluruh tenaga kerja di Indonesia, jumlah tenaga kerja yang terdaftar di BPJS Ketenagakerjaan hingga 2022 bahkan kurang dari 50% dari jumlah tenaga kerja di Indonesia pada tahun 2022 yakni sebesar 143,72 juta orang.

Tingkat kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan yang masih rendah ini menjadi perhatian khusus bagi jajaran manajemen BPJS Ketenagakerjaan. Rendahnya kesadaran dan pengetahuan masyarakat akan pentingnya jaminan sosial menjadi salah satu faktor penyebab masih rendahnya tingkat kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan. Berbagai macam upaya telah dilakukan BPJS Ketenagakerjaan ini untuk meningkatkan kepesertaan. Adapun kondisi geografis yang terlalu luas terdiri dari berbagai pulau

memang tidak memungkinkan untuk membuka kantor layanan di setiap kota. BPJS Ketenagakerjaan juga membentuk Program PERISAI (Penggerak Jaminan Sosial Indonesia) untuk membantu mengatasi permasalahan ini.

Program Perisai ini merupakan salah satu program unggulan yang dimiliki BPJS Ketenagakerjaan yang baru dibentuk sejak tahun 2018. Program PERISAI ini berfungsi sebagai agen dari BPJS Ketenagakerjaan, dimana selayaknya agen maka seluruh tim yang bergabung di PERISAI akan mencari konsumen sebanyak – banyaknya. Dalam proses pencarian masyarakat ini tentunya seorang PERISAI menggunakan metode promosi yang sekiranya dapat membuat masyarakat percaya terhadap jaminan sosial yang diberikan oleh BPJS Ketenagakerjaan ini.

Metode promosi dapat didefinisikan sebagai suatu teknik yang digunakan untuk mengenalkan dan menawarkan produk atau jasa kepada calon konsumen untuk membeli atau menggunakan produk/jasa yang ditawarkan. Terdapat banyak sekali metode – metode dalam promosi seperti *personal selling, direct marketing, public relation, advertising, dan sales promotion*. Namun, semua teknik/metode promosi itu merupakan bagian dari *Promotion Mix* atau dalam Bahasa Indonesia bauran promosi. *Promotion mix* merupakan salah satu strategi dalam pemasaran yang masuk di dalam *Marketing Mix*, dimana apabila penerapannya dilakukan dengan benar akan membantu meningkatkan penjualan produk ataupun jasa yang dimiliki oleh sebuah perusahaan.

BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial) Ketenagakerjaan cabang Bali Denpasar merupakan satu - satunya kantor cabang 1 (satu) di Bali yang hingga saat ini masih menggencarkan agen PERISAI dalam mencari peserta. Agen PERISAI di BPJS Ketenagakerjaan cabang Bali Denpasar selalu aktif dalam mempromosikan program BPJS Ketenagakerjaan ke tiap – tiap kabupaten, dimana agen ini akan membentuk tim – tim yang dikepalai oleh 1 orang yang dipercaya dalam tim. Agen PERISAI ini juga memiliki seorang mentor yaitu pegawai BPJS Ketenagakerjaan itu sendiri yang nantinya akan memberikan bekal ilmu mengenai program – program di BPJS kepada agen PERISAI sebelum terjun langsung ke lapangan.

Agen PERISAI di BPJS Ketenagakerjaan ini dalam menarik minat masyarakat untuk bergabung di BPJS Ketenagakerjaan selalu melakukan promosi – promosi ke pelosok – pelosok daerah Bali khususnya yang belum mengenal BPJS Ketenagakerjaan, berbagai macam upaya dilakukan oleh tim PERISAI ini seperti memberikan brosur – brosur, menghubungi petinggi adat desa – desa di Bali, dan promosi melalui media sosial. Apabila diamati dengan lebih teliti, Promosi – promosi yang dilakukan oleh agen PERISAI ini sudah menerapkan *Promotion Mix*. Namun penerapannya masih belum maksimal dikarenakan kurangnya dukungan seperti alat – alat promosi oleh pihak perusahaan kepada Agen PERISAI. Kelemahan lain dalam tahap penerapan *promotion mix* saat ini adalah masih banyak daerah yang belum tersentuh kegiatan promosi sehingga masyarakat banyak yang belum

menikmati manfaat dari adanya BPJS ketenagakerjaan.

Oleh karena itu, berdasarkan hal di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul “IMPLEMENTASI *PROMOTION MIX* PROGRAM PENGGERAK JAMINAN SOSIAL INDONESIA (PERISAI) DI BPJS KETENAGAKERJAAN CABANG DENPASAR”.

B. Pokok Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dianalisis sebelumnya dapat dirangkum pokok permasalahan yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Implementasi *Promotion Mix* melalui program Penggerak Jaminan Sosial Indonesia (PERISAI) di BPJS Ketenagakerjaan cabang Bali Denpasar ?
2. Apa kendala yang dialami oleh Agen Penggerak Jaminan Sosial Indonesia (PERISAI) di BPJS Ketenagakerjaan cabang Bali Denpasar dalam menerapkan *Promotion Mix* ?

C. Tujuan Penelitian

Melalui permasalahan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Implementasi *Promotion Mix* melalui program Penggerak Jaminan Sosial Indonesia (PERISAI) di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Denpasar.
2. Untuk mengetahui kendala yang dialami oleh Agen Penggerak Jaminan Sosial Indonesia (PERISAI) di BPJS Ketenagakerjaan cabang Bali

Denpasar dalam menerapkan *Promotion Mix*.

D. Manfaat Penelitian

Kegiatan penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman serta pengalaman bagi penulis tentang cara menerapkan *promotion mix* dalam mencari customer di sebuah kantor atau instansi pemerintah.

b. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian terapan ini diharapkan dapat memberikan masukan atau informasi bagi pihak Kantor BPJS Ketenagakerjaan cabang Bali Denpasar dalam mempromosikan program jaminan yang dimiliki sehingga dapat memaksimalkan kegiatan promosi yang bertujuan untuk menjangkau seluruh masyarakat yang belum mendapatkan jaminan sosial.

c. Bagi Masyarakat

Adanya penelitian ini dapat memberikan pengetahuan umum terkait apa saja jaminan sosial yang dimiliki oleh BPJS Ketenagakerjaan sehingga masyarakat tidak lagi ragu untuk bergabung di BPJS Ketenagakerjaan dan tentu saja akan menjadi lebih terlindungi.

2. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

- a. Sebagai bentuk realisasi dari wawasan, pengalaman, dan pemahaman teori yang didapat dari pembelajaran formal di bangku kuliah.
- b. Sebagai sumber informasi dan pengetahuan baru tentang pemahaman bagaimana cara menerapkan *Promotion Mix* dalam membantu masyarakat di seluruh wilayah untuk mendapatkan jaminan sosial, serta menjadi bahan acuan teoritis dalam membuat penelitian yang sama untuk kedepannya.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penulis mengambil lokasi penelitian di Kantor BPJS Ketenagakerjaan cabang Bali Denpasar yang beralamat di Jalan Hayam Wuruk No.143, Panjer, Kec. Denpasar Timur, Kota Denpasar Bali.

2. Objek Penelitian

Objek kajian dalam penelitian ini adalah Implementasi *Promotion Mix* oleh program BPJS Ketenagakerjaan yaitu Penggerak Jaminan Sosial Indonesia (PERISAI) dalam membantu masyarakat yang tidak mendapat jaminan pekerjaan di daerah – daerah pelosok.

3. Data Penelitian

a. Jenis Data Penelitian

Adapun jenis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah Data Kualitatif. Data Kualitatif merupakan suatu informasi tentang objek atau subjek yang tidak dapat dihitung dengan angka, namun bisa dilihat atau dirasakan. Penelitian kualitatif menurut Hendryadi, et. al, (2019:218) merupakan proses penyelidikan naturalistik yang mencari pemahaman mendalam tentang fenomena sosial secara alami.

Data Kualitatif pada penelitian ini berupa gambaran umum objek penelitian yang meliputi sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi, dan visi misi BPJS Ketenagakerjaan cabang Bali Denpasar serta jenis – jenis promosi yang dilakukan oleh Agen PERISAI BPJS Ketenagakerjaan cabang Bali Denpasar.

b. Sumber Data

1) Data Primer

Data primer merupakan sumber-sumber dasar yang merupakan bukti atau saksi utama dari kejadian yang lalu. Menurut Sunyoto (2013:21), Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus dan data sekunder adalah data yang bersumber dari catatan yang ada pada perusahaan dan dari sumber lainnya.

Data primer pada penelitian ini diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan beberapa agen PERISAI dan staf dari BPJS Ketenagakerjaan yang menaungi PERISAI yang bersangkutan dengan pekerjaan yang dijadikan sebagai bahan penelitian. Pada proses wawancara tersebut peneliti mendapatkan informasi mengenai jenis promosi yang diterapkan oleh Agen PERISAI yaitu *promotion mix* yang terdiri dari *advertising, personal selling, public relation, sales promotion* dan *direct marketing*, serta peneliti mendapat informasi mengenai kendala yang dihadapi agen tersebut dalam mempromosikan jasa BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Bali Denpasar.

2) Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari catatan-catatan dan literatur yang ada hubungannya dengan projek penelitian. Menurut Sugiyono (2018:456) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Data sekunder dalam penelitian yaitu data yang diperoleh penulis dari artikel internet yang berkaitan dengan BPJS Ketenagakerjaan seperti jumlah tenaga kerja di seluruh Indonesia yang telah terdaftar BPJS Ketenagakerjaan dan data jumlah pengguna media sosial di Indonesia yang didapatkan melalui artikel *dataindonesia.id*

c. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dimaksudkan untuk menghimpun data-data informasi yang diinginkan sesuai dengan bagian dalam instansi yang diambil oleh peneliti. Metode pengumpulan data ada tiga cara yaitu:

1) Observasi

Menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Dalam tahap observasi ini penulis melakukan pengamatan terhadap agen PERISAI dalam mencari masyarakat yang ingin bergabung ke BPJS Ketenagakerjaan serta mengamati persiapan yang dilakukan oleh agen PERISAI sebelum mempromosikan jasa yang diberikan oleh BPJS Ketenagakerjaan seperti alat promosi yang digunakan, lokasi sosialisasi, dan media promosi yang digunakan berupa media *online* dan *offline*.

2) Wawancara

Menurut Sugiyono (2019:418), menyatakan bahwa wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab. Teknik pengumpulan data ini digunakan untuk memperoleh data dengan cara mengajukan pertanyaan kepada agen PERISAI dan staf BPJS Ketenagakerjaan mengenai pengalaman selama melaksanakan kegiatan promosi yang

dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai permasalahan yang pernah dialami seperti permasalahan dari dalam kantor dan dari luar / masyarakat, serta peneliti mendapat informasi mengenai metode promosi yang digunakan untuk menarik minat masyarakat bergabung ke BPJS Ketenagakerjaan yakni dengan menggabungkan jenis – jenis promosi menjadi 1 (satu) atau sering dikenal dengan *promotion mix* yang diterapkan sesuai dengan target promosi pada saat itu.

3) Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018:476) “Dokumentasi adalah cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.” Dokumen yang digunakan berasal dari literature dan dokumen instansi yang berupa foto – foto dari Agen PERISAI dalam mempromosikan Program BPJS di masyarakat luas seperti foto kegiatan sosialisasi Agen PERISAI dan foto penyerahan jaminan kepada masyarakat yang dilakukan oleh Agen PERISAI serta dokumen instansi berupa brosur, spanduk dan alat lainnya yang diperoleh agen PERISAI untuk kegiatan promosi.

4) Studi Pustaka

Menurut Nazir (2013:93), “Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku – buku, literatur – literatur, dan laporan – laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.” Penulis mengambil data yang bersumber dari berbagai macam literatur seperti catatan, buku, serta jurnal yang relevan dengan penelitian ini seperti buku yang berjudul Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen oleh Dr. Ratih Hurriyati dan buku yang berjudul Prinsip – Prinsip Pemasaran oleh Philip Kotler dan Gary Armstrong

4. Teknik Analisis Data

Metode pembahasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik analisis deskriptif. Menurut Sugiyono (2019:206) penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi *promotion mix* oleh agen PERISAI BPJS Ketenagakerjaan cabang Bali Denpasar serta mengetahui kendala apa saja yang dialami Agen PERISAI tersebut dalam menerapkan *promotion mix*.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab IV, maka simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Agen PERISAI BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Bali Denpasar merupakan sebuah program keagenan yang dimiliki BPJS Ketenagakerjaan yang bertugas untuk mencari masyarakat yang belum mendapatkan jaminan sosial melalui kegiatan promosi yang memadukan semua variabel *promotion mix* seperti;
 - a. *Advertising* (Periklanan) dilakukan dengan menggunakan media cetak berupa brosur, banner dan sepanduk serta media elektronik berupa periklanan menggunakan media sosial.
 - b. *Personal Selling* dilakukan dengan menerapkan kegiatan promosi ke daerah – daerah yang masyarakatnya belum mendapatkan jaminan sosial.
 - c. *Public Relation* (Publisitas) dilakukan dengan menerapkan publisitas secara langsung berupa kegiatan – kegiatan sosial

dengan masyarakat, serta publisitas online dengan memanfaatkan media sosial dan internet untuk memberikan layanan online.

- d. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan) dilakukan dengan memberikan pelayanan khusus berupa pendaftaran langsung ketika sosialisasi serta dengan memberikan promo – promo menarik seperti potongan harga ketika menonton bioskop.
 - e. *Direct Marketing* (Pemasaran Langsung) dilakukan dengan memanfaatkan media sosial untuk menghubungi peserta dan calon peserta secara pribadi, dan memberikan pelayanan khusus dengan menjawab pertanyaan – pertanyaan dari peserta / calon peserta tersebut.
2. Adapun kendala – kendala yang dihadapi Agen PERISAI BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Bali Denpasar dalam menerapkan *promotion mix* yaitu dana dalam pelaksanaan kegiatan promosi masih tergolong kurang, sering terjadi miss komunikasi antara Agen dengan staff, sistem yang sering *error*, serta kurangnya informasi mengenai PERISAI ini menyebabkan banyaknya respon negatif dari masyarakat dalam melaksanakan kegiatan *promotion mix* yang menyebabkan kegiatan promosi yang dilaksanakan agen PERISAI ini masih belum maksimal.

B. Saran

Berdasarkan kendala yang dibahas di bab IV ada beberapa usulan/saran Penulis dapat ajukan untuk menjadi rekomendasi seperti :

1. Saran untuk Perusahaan

BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial) Ketenagakerjaan kantor cabang Bali Denpasar sebaiknya lebih memperhatikan lagi agen – agen PERISAI (Penggerak Jaminan Sosial Indonesia) dengan cara memberikan anggaran lebih kepada agen – agen tersebut dan mempromosikan PERISAI secara online maupun offline, sehingga Agen PERISAI dapat lebih memaksimalkan kegiatan promosinya dan masyarakat umum juga menjadi tidak asing mendengar kata PERISAI, karena Agen PERISAI juga yang akan menjadi ujung tombak BPJS Ketenagakerjaan dalam kegiatan promosi ke masyarakat luas.

Staff di BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Bali Denpasar juga harus membuatkan list daerah – daerah yang akan dikunjungi dan sudah dikunjungi oleh Agen PERISAI dalam melaksanakan kegiatan sosialisasi, dan selalu meningkatkan koordinasi sesama staff agar tidak ada lagi *miss* komunikasi antara staff BPJS Ketenagakerjaan dengan Agen PERISAI yang menyebabkan Agen PERISAI mengunjungi lokasi sosialisasi yang sama dengan Agen PERISAI lainnya

2. Saran untuk Agen PERISAI

Memperhatikan beberapa kekurangan dalam implementation promotion mix agen PERISAI saat ini, maka penulis dapat sarankan beberapa hal yang perlu diperhatikan dan diambil langkah-langkah solutifnya. Merujuk pada lemahnya interaktif dan model desain yang sudah ketinggalan maka layak perhatian para AGEN PERISAI memperhatikan desain-desain yang ditampilkan dalam media cetak, seperti dalam memberikan informasi kontak seharusnya menampilkan informasi yang lebih lengkap lagi di media tersebut. Kemudian dalam media elektronik Agen PERISAI harus lebih rutin lagi memposting informasi – informasi menarik mengenai kegiatan yang dilakukan selama di PERISAI atau informasi mengenai jaminan sosial yang diberikan oleh BPJS Ketenagakerjaan.

Selain itu, sebaiknya semua kegiatan *promotion mix* juga harus dilaksanakan secara online, contohnya seperti di kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan terus menerus secara *offline* dapat diganti dengan sosialisasi melalui media internet seperti zoom dan google meet dengan menargetkan masyarakat yang familiar dengan teknologi, seperti mengadakan zoom / google meet dengan sekolah atau universitas. Sehingga selain akan meminimalisir pengeluaran biaya percetakan brosur dan sepanduk, remaja – remaja ini juga yang akan menyadarkan orang tuanya akan pentingnya jaminan sosial.

Selanjutnya untuk mengatasi permasalahan sistem pendaftaran peserta yang sering mengalami *loading* yang cukup lama ketika mendaftarkan masyarakat yang berada di daerah pelosok, Agen PERISAI dapat mengatasinya dengan cara membuat form yang nantinya digunakan untuk mengisi data diri masyarakat yang akan di daftarkan ke BPJS Ketenagakerjaan. Sehingga apabila terjadi kendala koneksi dalam mendaftarkan peserta melalui sistem, Agen PERISAI dapat mencatat terlebih dahulu data diri calon peserta tersebut, kemudian di daftarkan ketika Agen itu telah mendapatkan koneksi yang bagus untuk mengoperasikan sistem.

Kemudian kegiatan – kegiatan promosi yang sebelumnya sudah diterapkan secara online juga bisa ditingkatkan lagi dengan cara melakukan inovasi baru, contohnya seperti penggunaan media sosial yang mengandalkan facebook, instagram dan whatsapp, dapat diinovasikan memanfaatkan media sosial lainnya seperti *tiktok* sebagai media promosi yang baru, karena aplikasi *tiktok* merupakan salah satu aplikasi yang saat ini sedang naik daun di semua kalangan masyarakat khususnya di Indonesia.

Selanjutnya untuk menunjang kegiatan promotion online tersebut Agen PERISAI tentu memerlukan jaringan internet, untuk itu Agen PERISAI dapat melaksanakan kegiatan promosi tersebut di BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Bali Denpasar yang memberikan akses internet gratis kepada staff dan agen PERISAI. Sehingga hal

tersebut juga akan menghemat *budget* agen PERISAI dalam menjalankan kegiatan promosi dan melalui pemanfaatan media online tersebut diharapkan kedepannya Agen PERISAI dapat meminimalisir kendala yang dialami dalam melaksanakan kegiatan promosi serta akan lebih mudah lagi dalam mencari peserta BPJS Ketenagakerjaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. B. A. et al., 2023. *Pedoman Tugas Akhir*. Badung: Politeknik Negeri Bali.
- Assauri, S., 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Bayu, D., 2023. *Detail Data Peserta BPJS Ketenagakerjaan Capai 5538 Juta Pada 2022*. <https://dataindonesia.id/sektor-rill/detail/peserta-bpjs-ketenagakerjaan-capai-5538-juta-pada-2022> (Diakses 27 Maret 2023).
- Fatihudin, A. F. d. D., 2019. *Strategi Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Firmansyah, A. & Fatihudin, D., 2019. *Pemasaran Jasa: (Strategi Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Harahap, M.A. and Adeni, S., 2020. Tren penggunaan media sosial selama pandemi di indonesia. Professional: *Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 7(2), pp.13-23.
- Hasan, A., 2013. *Marketing dan Kasus - Kasus Pilihan*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Hendryadi & Tricahyadinata, I., 2019. *Metode Penelitian: Pedoman Penelitian Bisnis Dan Akademik*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Manajemen dan Publikasi Imperium (LPMP Imperium).
- Hurriyati, R., 2018. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P. & Armstrong, G., 2014. *Manajemen Pemasaran*. 15 ed. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P. & Armstrong, G., 2016. *Dasar - Dasar Pemasaran*. 9 ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G., 2019. *Manajemen Pemasaran*. Milenium ed. Jakarta: Prenhalindo.
- Laksana, M. F., 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Nazir, M., 2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurrahmi, 2021. *Program Perisai BPJS, Apa Manfaat dan Tujuannya?*. <https://www.finansialku.com/program-perisai-bpjs-apa-manfaat-dan-tujuannya/> (Diakses 29 Maret 2023).
- Siagian, A.O., Martiwi, R. and Indra, N., 2020. Kemajuan pemasaran produk dalam memanfaatkan media sosial di era digital. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), p.44.
- Sirait, N., Maryam, S. and Priliantini, A., 2018. Pengaruh Kampanye “Let’s Disconnect to Connect” Terhadap Sikap Anti Phubbing (Survei Pada Followers Official Account Line Starbucks Indonesia). *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 7(3), pp.155-164.
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2019. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D., 2013. *Metode Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika.
- Supada, W., 2020. Peran Public Relations Dalam Membangun Pencitraan Positif Organisasi. *Communicare*, 1(1), pp.92-100.

Undang – Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2004. Tentang Sistem
Jaminan Sosial Nasional