

Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Kepesertaan Bukan
Penerima Upah (BPU) Studi Kasus BPJS Ketenagakerjaan Cabang
Padangsidempuan

¹Sovia Harahap, ²Zuhrinal M. Nawawi, ³Nurul Inayah

¹Asuransi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, soviahrp@gmail.com

²Asuransi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, zuhrinal.nawawi@uinsu.ac.id

³Asuransi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, nurulinayah@uinsu.ac.id

Abstract

Membership of Non-Wage Recipients in BPJS Ketenagakerjaan at the Padangsidempuan Branch office has decreased in 2019. Many branch offices have not been able to achieve the participation target, especially Non-Wage Recipient membership. The lack of knowledge of these self-employed workers regarding BPJS Employment considers that BPJS Employment is only for formal workers only those who work with agencies or companies and interactions and information related to membership of non-wage earners are limited, making it difficult for workers. The type of research used by researchers is field research using a qualitative approach. Data collection techniques used by researchers are interviews and observation. The results of this study are that Employment BPJS implements a marketing strategy that is able to change employment conditions by taking advantage of existing opportunities and minimizing threats from outside the company. The strategies used are extensification, intensification, and retensification strategies. And other efforts made by Employment BPJS to expand membership are taken through the private sector in providing protection for workers. Conduct intensive educational and outreach activities to business actors and workers to increase awareness. Regarding improving the quality of services, BPJS Employment has optimized the simplification and standardization of claims processes and services that are safe and very easy through the JMO (Jamsostek Mobile) application, and Bukalapak Asik (service without physical contact), as well as increasing engagement and retention with participants.

Keywords: Marketing Strategy, Non-Wage Recipients, Employment BPJS, SWOT Analysis.

Pendahuluan

Menurut Undang-undang Ketenagakerjaan No.24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial yang menyebutkan bahwa: Seluruh pekerja di Indonesia dan atau orang asing yang bekerja di Indonesia selama enam bulan wajib mendaftarkan diri sebagai anggota BPJS Ketenagakerjaan. BPJS Ketenagakerjaan (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial) merupakan program publik yang memberikan perlindungan kepada tenaga kerja untuk mengatasi risiko sosial ekonomi tertentu dan penyelenggaraannya menggunakan mekanisme asuransi syariah. Sebagai Lembaga Negara yang bergerak dalam bidang asuransi sosial, BPJS Ketenagakerjaan merupakan pelaksana Undang-undang Jaminan Sosial Tenaga Kerja. Mudiyono (2002:68) BPJS memiliki tujuan untuk memberikan jaminan terpenuhinya kebutuhan hidup yang layak bagi setiap peserta yang tentunya hal ini untuk memberikan jaminan dan asuransi agar

tidak terjadi hal yang tidak bisa dikendalikan bagi pekerja tersebut ataupun program yang diselenggarakan bertujuan untuk memberikan perlindungan bagi tenaga kerja untuk menjaga dan mengatasi masalah sosial ekonomi yang timbul, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Ada empat jenis Kepesertaan dalam BPJSketenagakerjaan yaitu penerima upah dan bukan penerima upah, jakon, dan Pekerja mikran Indonesia. Dan penelitian ini berfokus pada kepesertaan Bukan Penerima Upah yang disingkat menjadi (BPU).Bukan Peneriam Upah (BPU) merupakan pekerja yang dalam memenuhi kebutuhan ekonominya dengan melakukan usaha sendiri dan tidak dibawah suatu instansi atau perusahaan). Contoh pekerja Bukan Penerima Upah yaitu pedagang kecil, supir angkot, ojek, wirausahawan dll. Namun kepesertaan Pekerja BPU masih sulit didapatkan. Dikarenakan kesadaran para pekerja Bukan Penerima Upah (BPU) mengikuti kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan tampaknya masih kurang. Terlihat dari turunnya kepesertaan Bukan Penerima Upah di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Padangsidempuan. Jika pada Desember tahun 2019 lalu jumlah peserta Bukan Penerima Upah di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Padangsidempuan mencapai 24.021 orang tenaga keja dan kemudian pada Desember tahun 2020 jumlah peserta hanya 12.458 orang tenaga kerja. Dan kemudian pada tahun 2021 jumlah peserta hanya 25.831. Data yang tersusun dari tiga tahun berturut turut adalah sebagai berikut ini:

Tabel. Data Kepesertaan Bukan Penerima Upah

No	Tahun	Jumlah
1	2019	24.021
2	2020	12.458
3	2021	25.831

Hal ini karena informasi serta edukasi yang masih sangat minim mengenai manfaat dari BPJS Ketenagakerjaan itu sendiri. Banyaknya pekerja BPU yang kebanyakan merupakan wirausahawan kecil dan masyarakat pedalaman sehingga menyulitkan pendataan kepesertaan. Oleh karena itu perlu strategi agar kepesertaan Bukan Penerima Upah semakin meningkat salah satunya dengan strategi marketing.

Strategi marketing perlu dilakukan sebagai usaha untuk meningkatkan kepesertaan Bukan Penerima Upah. Pekerja ini dapat mengikuti program BPJS Ketenagakerjaan secara bertahap dengan memilih program sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan peserta. Adapun kesulitan pencapaian target kepesertaan pekerja Bukan Penerima Upah yang dialami kantor cabang di padangsidempuan salah satu diantaranya disebabkan karena masih sedikitnya data informasi terkait BPU, dikarekan masyarakat kurang memahami program jaminan sosial ketenagakerjaan, dan masyarakat belum menyadari pentingnya berpartisipasi dalam program BPJS ketenagakerjaan tersebut .

Pengetahuan para pekerja mandiri ini masih kurang dan dikira bahwa BPJS Ketenagakerjaan hanya untuk para pekerja di perusahaan saja. Pelaksanaan Strategi Pemasaran di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Padangsidempuan kurang tepat sasaran karena pihak BPJS belum bisa sepenuhnya membangun keyakinan atau pemahaman para pekerja mandiri sehingga dampak pada target untuk lebih menambah wawasan pentingnya perlindungan ini dan target peningkatan jumlah kepesertaan BPU di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Padangsidempuan belum maksimal.

Hal ini yang kemudian menyebabkan adanya kesulitan untuk menabuh jumlah kepesertaan di program BPJS Ketenagakerjaan dan kesadaran para pekerja Bukan Penerima Upah (BPU) mengikuti kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan tampaknya masih kurang. Banyaknya pekerja Badan Penerima Upah (BPU) yang mayoritas bekerja di sektor usaha sendiri dan umumnya berskala mikro dan kecil. Akibatnya, harus adanya berbagai pendekatan dan strategi pemasaran yang dilakukan di kantor-kantor cabang guna memperbanyak atau menambah jumlah kepesertaan dalam program yang ada di BPJS. Strategi pemasaran itu terjadi karena karakteristik pekerja BPU di setiap daerah memiliki ciri yang sangat beragam sehingga tiap kantor cabang menggunakan strategi yang berbeda-beda untuk meningkatkan kepesertaan khususnya Bukan Penerima Upah.

Pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Padangsidempuan strategi pemasaran yang diterapkan di lapangan untuk menarik kepesertaan adalah dilaksanakan sosialisasi berbagai wilayah yang sulit diakses. Dengan bekerja sama pada pihak-pihak di wilayah tersebut. Namun keberlangsungan program sosialisasi tidak menjamin bertambahnya peserta BPU. Peserta BPJS Ketenagakerjaan Cabang Padangsidempuan meningkat dari tahun ketahun. Namun, untuk peserta BPU belum meningkat secara signifikan dan masih menjadi perhatian secara khusus. Perlu ada strategi tambahan yang berfokus pada strategi marketing dengan menggunakan Analisis SWOT (*Strengths, Weaknes, Opportunities, Threats*) yang merupakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Adapun beberapa kendala yang mungkin menjadi hambatan dalam perluasan kepesertaannya yaitu : Bukan Penerima Upah (BPU) belum memiliki kesadaran akan pentingnya mendaftar BPJS Ketenagakerjaan, beban iuran yang berat untuk dibayar, SDM belum memadai, sarana prasarana belum cukup dan kegiatan pemasaran peserta belum dilakukan secara maksimal. Di BPJS Ketenagakerjaan pada bidang perluasan kepesertaan dan bidang pemasaran telah menyebarkan informasi terkait BPJS dengan melakukan sosialisasi sebagai bentuk promosi kepada calon peserta terutamanya kepesertaan Bukan Penerima Upah sehingga menyadari banyaknya keuntungan yang didapat dan betapa pentingnya menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan hingga akhirnya bersedia untuk menjadi peserta di BPJS Ketenagakerjaan. Melalui pemaparan latar belakang masalah penelitian yang dikemukakan, maka judul penelitian ini adalah “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Kepesertaan Bukan Penerima Upah pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Padangsidempuan”.

Landasan Teori

Pemasaran

Sofjan A (2013:56) Strategi adalah suatu rencana yang fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan menurut Kenneth R. Andrews yang dikutip oleh Abdul Manap menyatakan bahwa strategi adalah pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan dan mengungkapkan sasaran, maksud atau tujuan yang menghasilkan kebijakan utama dan merencanakan untuk pencapaian tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan dikejar oleh perusahaan. Manik S (2016:87) Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang besar. Sebagai tambahan, strategi mempengaruhi kesejahteraan jangka panjang organisasi, yang biasanya paling sedikit lima tahun, dan oleh karena itu beroreintasi masa depan. Strategi memiliki konsekuensi multifungsi atau multidimensi dan membutuhkan pertimbangan, baik faktor internal maupun faktor eksternal yang dihadapi oleh perusahaan atau badan.

Mursid M (2014:25) Menurut Hausma dan Associates, Strategi pemasaran diartikan sebagai sebuah desain pemasaran dalam jangka panjang yang bertujuan untuk mengoptimalkan penjualan. Proses pengoptimalan ini dilakukan dengan memberikan pelanggan kepuasan. Alma Buchari (2012) Jadi Strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang dirancang atau direncanakan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dengan melakukan pengembangan keunggulan bersaing yang berkesinambungan lewat pasar yang dimasuki dan program yang digunakan untuk melayani pasar sasarannya. Formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi adalah aktivitas - aktivitas yang terjadi dalam tiga level hierarki di organisasi yang besar: perusahaan, unit divisi atau strategis, dan fungsional. Dengan membantu komunikasi dan interaksi antar-manajer dan karyawan lintas level hirarki, manajemen strategi membantu fungsi firma sebagai tim kompetitif, sebgayaan besar bisnis kecil dan beberapa bisnis besar tidak memiliki divisi atau unit strategi bisnis mereka hanya memiliki level perusahaan dan fungsionalnya saja.

Tjiptono (2000:34) Tujuan pemasaran secara umum adalah untuk mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik sehingga tercipta kesesuaian antara produk atau jasa yang diharapkan dengan yang dirasakan, guna mencapai kepuasan konsumen. Starategi pemasaran dapat dikelompokan menjadi berbagai macam. Diantaranya: Indriyo G (2021) Marketing Strategies, berfokus pada variabel-variabel pemasaran seperti segmentasi pasar, identifikasi dan seleksi pasar sasaran, positioning, branding dan bauran pemasaran. Marketing Element Strategies, meliputi unsur individual bauran pemasara misalnya strategi promosi '*pull versus pull*', strategi distribusi intensif, selektif atau eksklusif. Dan strategi penetapan harga penetrasi versus *skimming price*; serta Product-Market Entry Strategies, mencakup strategi merebut, mempertahankan, memanen atau melepas pangsa pasar.

(BPJS) Ketenagakerjaan

Asri Wijayanti (2018:98) BpjsKetenagakerjaan (Badan PenyelenggaraJaminan Sosial Ketenagakerjaan) merupakan program publik yang memberikan perlindungan bagi tenaga kerja untuk mengatasi resiko sosial ekonomi tertentu dan penyelenggaranya menggunakan mekanisme asuransi syariah. Pada tahun 2011, ditetapkanlah UU No 24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial. Sesuai dengan amanat undang undang, tanggal Januari 2014 PT Jamsostek.

Program BPJS Ketenagakerjaan

1. Jaminan Hari Tua

Untuk program JHT, perusahaan akan menanggung sebanyak 3.7% dari total iuran. Peserta akan mendapatkan semua iuran yang dikumpulkan tersebut setelah memasuki masa pensiun, yaitu saat berumur 55 tahun.

2. Jaminan Kecelakaan Kerja

Bertujuan untuk memberi kompensasi dan rehabilitasi bagi tenaga kerja yang mengalami kecelakaan pada saat mulai berangkat kerja sampai kembali ke rumah atau menderita penyakit akibat hubungan kerja. Iuran untuk JKK ini dibayarkan sepenuhnya oleh perusahaan, yang nilainya 0,24% hingga 1,74% sesuai dengan kelompok usaha.

3. Jaminan Kematian

Jumlah jaminan yang akan diberikan adalah Rp21 juta. Uang tersebut terdiri dari santunan kematian sebesar Rp14 juta dan biaya pemakanan Rp2 juta dan

santunan berkala. Program ini menjamin kematian yang bukan karena kecelakaan kerja. Yang mendapatkan jaminan ini adalah ahli waris dari pegawai tersebut.

4. Jaminan Pensiun

Jaminan Pensiun merupakan produk utama BPJS Ketenagakerjaan untuk memberikan perlindungan jaminan sosial kepada tenaga kerja yang memasuki usia pensiun, mengalami cacat total tetap atau kepada ahli waris bagi peserta yang meninggal dunia untuk mengganti pendapatan bulanan serta memastikan kehidupan dasar yang layak. Karena keikutsertaan program BPJS ini wajib untuk setiap perusahaan, maka setiap usaha wajib mencantumkan perhitungan beban pembayaran BPJS ini dalam laporan neraca perusahaan maupun perhitungan komponen total gaji yang akan diterima karyawan.

Kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan

Para penerima manfaat BPJS Ketenagakerjaan ini adalah mereka para pekerja yang terdaftar sebagai peserta BPJS Ketenagakerjaan. Terdapat 4 golongan penerima dan pemberi iuran pada BPJS Ketenagakerjaan (kepesertaan) yaitu pekerja penerima upah (PU), pekerja bukan upah (BPU), pekerja jasa konstruksi (JAKON), dan pekerja migran Indonesia (PMI).

Faktor Yang Meningkatkan Jumlah Kepesertaan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah kepesertaan antara lain:

1. *Promotion* (Promosi) Pengertian Promosi Menurut Djaslim Saladin, promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.
2. Pelayanan Terhadap Nasabah, Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.
3. Loy
4. alitas Nasabah, Loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang.

Bukan Penerima Upah (BPU)

Bukan Penerima Upah (BPU) adalah pekerja yang melakukan kegiatan atau usaha ekonomi secara mandiri untuk memperoleh penghasilan dari usahanya tersebut atau merupakan pekerja yang dalam memenuhi kebutuhan ekonominya dengan melakukan usaha sendiri dan tidak dibawah suatu instansi atau perusahaan. BPJS Ketenagakerjaan melindungi para relawan kemanusiaan, sosial, pendidikan, lingkungan, dan lainnya yang benar-benar membutuhkan jaminan bagi perlindungan dalam pelaksanaan tugas-tugas sosial bahkan BPJS Ketenagakerjaan juga melindungi pekerja disabilitas dan para aktivis kemanusiaan terkhususnya Peserta Bukan Penerima Upah (BPU).

Jenis Program dan manfaat Bukan Penerima Upah

1. Jaminan Kecelakaan Kerja, Terdiri dari biaya pengangkutan tenaga kerja yang mengalami kecelakaan kerja, biaya perawatan medis, biaya rehabilitasi, penggantian upah sementara tidak mampu bekerja, santunan cacat tetap sebagian, santunan cacat total tetap, santunan kematian, biaya pemakaman, santunan berkala bagi yang meninggal dunia dan cacat total tetap.
2. Jaminan Kematian, Terdiri dari biaya pemakaman dan santunan beralah.
3. Jaminan Hari Tua, Terdiri dari keseluruhan iuran yang telah disetor, beserta hasil pengembangannya.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah terdiri dari *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), yang merupakan faktor dalam tubuh organisasi, sedangkan *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman) merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh organisasi atau perusahaan bisnis yang bersangkutan. Analisis SWOT dapat merupakan instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategi. Kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk menekan dampak ancaman yang timbul dan yang harus dihadapi.

M. Syahbudi (2019:37-62) *Strengths* merupakan kekuatan yang dimiliki perusahaan antara lain, kompetensi khusus, sumber, keterampilan, produk, andalan, dan sebagainya yang membuat lebih kuat dari para pesaing. *Weakness* adalah kondisi internal yang menghambat suatu organisasi untuk mencapai objektif yang diinginkan.

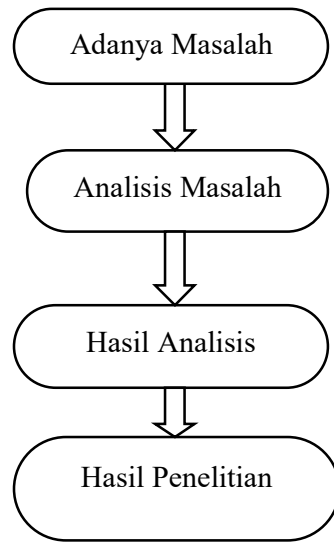
Opportunities merupakan berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis. *Threats* merupakan faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis. Imsar (2018:40). Dalam meningkatkan pemasaran dengan digunakan matriks IFAS Dan EFAS dapat diidentifikasi faktor-faktor penting baik lingkungan internal maupun eksternal. Analisa 4 alternatif strategi

1. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*) strategi ini menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar perusahaan
2. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*) strategi ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal
3. Strategi WT (*Weakness-Threats*) strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.
4. Strategi ST (*Strengths-Threats*) melalui strategi ini perusahaan berusaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman eksternal.

Alur Penelitian

Dalam alur penelitian ini ada beberapa hal yang dilakukan oleh peneliti terhadap penelitiannya diantaranya : Pertama, adanya masalah dalam hal meningkatkan jumlah kepesertaan dalam BPJS Ketenagakerjaan Cabang Padangsidempuan. Kedua, kenyataan dilapangan bahwa kepesertaan Bukan Penerima Upah. Ketiga, peneliti membuat pokok penelitiannya tentang analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah kepesertaan Bukan Penerima Upah khususnya

kantor cabang Padangsidempuan dengan strategi dalam menganalisis masalah tersebut. Analisis yang digunakan adalah analisis SWOT.



Gambar 1. Alur Penelitian

Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah penelitian wawancara yang merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realistis apa yang tengah terjadi di tengah masyarakat. Penelitian wawancara itu pada umumnya bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah praktis dalam kehidupan sehari-hari. Suharsami Arikuntos (1996:32) Masalah yang terjadi dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan peserta Bukan Penerima Upah di BPJS Ketenagakerjaan cabang Padangsidempuan. Adapun tempat yang dijadikan sebagai objek dalam penelitian ini adalah Kantor BPJS Ketenagakerjaan Kota Padang Sidimpuan, Kode Pos 22725. Dikantor inilah peneliti menjadikan tempat tersebut sebagai analisis data. Sumber data yang diperoleh dengan melakukan observasi langsung di BPJS Ketenagakerjaan cabang Padangsidempuan serta dengan melakukan wawancara. Tehnik pengumpulan datanya yaitu wawancara dan dokumentasi. instrument utama pengumpulan data adalah manusia atau peneliti itu sendiri dengan cara mengamati, bertanya, mendengar , meminta dan mengambil data penelitian dan memerlukan alat bantu instrument. Instrumen yang dimaksud yaitu kamera, telepon genggam untuk recorder, pencil atau bolpoint serta buku catatan.

Hasil dan Pembahasan

Strategi yang dilakukan BPJS Ketenagakerjaan dalam meningkatkan kepesertaan Bukan Penerima Upah

Berdasarkan pernyataan wawancara dari kepala bidang pemasaran di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Padangsidempuan ada 3 strategi dalam meningkatkan jumlah kepesertaan yaitu:

1. Strategi Ekstensifikasi

Strategi ini adalah bagaimana menemukan peserta-peserta baru baik dari skala perusahaan, baik dari skala Bukan Penerima Upah, dari dalam hal ini murni dari

calon nasabah itu sendiri, bagaimana kualitas akuisi itu semakin membaik, seperti membuat system keagenan.

2. Strategi Intensifikasi

Strategi menggali kembali potensi perusahaan itu sendiri, contohnya seperti perusahaan yang sudah terdaftar tetapi belum melindungi seluruh pekerjanya dalam kata lain belum mendaftarkan pekerjanya dalam program BPJS Ketenagakerjaan hal ini dikarenakan adanya perusahaan yang melapor sebagian tenagakerja dan digali kembali apa potensinya. Bebas kepada digitalisasi komunikasinya.

3. Strategi Retensi

Strategi dalam menjaga serta mempertahankan peserta yang sudah terdaftar dalam artian lain peserta yang telah masuk dalam program BPJS Ketenagakerjaan jangan sampai keluar dan loyal, selektif dan tentunya berlanjut. Atau melakukan payment reminder hingga fitur layanan melalui layanan JMO.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bagian kepesertaan Peserta bukan penerima upah wajib mengikuti program di BPJS Ketenagakerjaan dan kepesertaan Bukan Penerima Upah wajib ditingkatkan sesuai target dari suatu kantor yang terkait. Dikarenakan dalam suatu kantor BPJS Ketenagakerjaan memang telah ditentukan berapa target kepesertaan yang harus dicapai sehingga jika ingin mendapatkan penilaian yang baik terhadap kantor pencapaian kepesertaan harus terpenuhi.

Tabel 2. Target Kepesertaan Tenaga Kerja Aktif

URAIAN	2018	2019	2000	2021	CAGR
Penerima Upah	14.595.183	16.865.544	22.017.222	33.262.366	32,00%
Jasa Kontruksi	2.272.730	3.025.000	3.660.250	4.871.793	29,00%
Bukan Penerima Upah	2.232.087	2.028.000	3.427.320	7.529.822	50,00%
Total	19.100.000	21.918.544	29.104.792	45.663.981	33,7%

Pencapaian Tenaga Kerja Bukan Penerima Upah di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Padangsidempuan.

Tabel 3. Pencapaian pekerja Bukan Penerima Upah

Tahun	2018	2019	2020	2021
Bukan Penerima Upah	23.842	24.021	12.458	25.831

Tabel 4. Kondisi Ketenagakerjaan

Keterangan	2018	2019	2000	2021	CAGR
Jumlah Penduduk	247,6	250,2	252,7	255,1	1,00%
Penduduk yang bekerja	12	121,5	122,9	124,4	1,21%
Pekerja Penerima Upah	48	48	48,6	49,7	1,17%
Pekerja Bukan Penerima Upah	72	72,9	73,8	74,7	1,23%

Hasil Analisis strategi menggunakan Analisis SWOT

Dalam proses penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa subjek penelitian guna mendapatkan data-data yang relevan yang akan digunakan dalam melakukan penilaian lingkungan internal serta lingkungan eksternal. Penilaian inilah yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan analisis serta merumuskan alternatif strategi bagi BPJS Ketenagakerjaan Cabang Padangsidempuan. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT guna menghasilkan alternatif strategi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan dalam Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Kepesertaan Bukan Penerima Upah Di BPJS Ketenagakerjaan.

1. Lingkungan Internal

Lingkungan internal BPJS Ketenagakerjaan Cabang Padangsidempuan meliputi kekuatan maupun kelemahan yang dimiliki oleh BPJS Ketenagakerjaan Cabang Padangsidempuan. Beberapa aspek yang termasuk di dalamnya adalah Sumber daya baik itu Manusia, Anggaran, Informasi maupun Kemampuan; strategi yang telah dilakukan sebelumnya juga evaluasi dari strategi pemasaran tersebut.

a. Kekuatan (*Strengths*) Kekuatan (*Strengths*) merupakan faktor-faktor pendukung yang dimiliki oleh organisasi yang diidentifikasi dengan melakukan penilaian lingkungan internal pada suatu organisasi. Dalam menambah jumlah kepesertaan di Padangsidempuan, BPJS Ketenagakerjaan teridentifikasi telah memiliki beberapa poin yang menjadi poin kekuatan yang digunakan sebagai faktor pendukung saat ini yaitu:

1. Memiliki karyawan yang handal profesional, dan kompeten
2. Memiliki konsep pelayanan yang maksimal
3. Memiliki Anggaran Khusus dalam Perluasan Kepesertaan
4. Pengembangan aplikasi dalam perluasan kepesertaan
5. Tersedianya Sarana dan Prasarana
6. Pelatihan Kompetensi yang dilaksanakan secara rutin
7. Pelayanan dapat diakses secara *online*

b. Kelemahan (*Weaknesses*) merupakan faktor-faktor penghambat yang terdapat pada suatu internal organisasi. kekurangan pada kondisi internal organisasi inilah yang mengakibatkan kegiatan-kegiatan yang telah direncanakan belum dapat maksimal terlaksana. Dalam menambah jumlah kepesertaan Bukan Penerima Upah di kota Padangsidempuan, BPJS Ketenagakerjaan teridentifikasi memiliki beberapa poin yang menjadi poin kelemahan yaitu:

1. Keterbatasan Jumlah Pegawai
2. Sulitnya melakukan monitoring dan evaluasi
3. Belum maksimalnya penyampaian informasi kepada daerah- daerah yang susah dijangkau
4. Kurangnya promosi karir karyawan
5. Lingkungan Eksternal

2. Lingkungan internal BPJS Ketenagakerjaan Cabang Padangsidempuan meliputi peluang serta ancaman yang dimiliki oleh BPJS Ketenagakerjaan Cabang Padangsidempuan. Beberapa aspek yang termasuk di dalamnya adalah Kekuatan dan Kecenderungan (Politik, Ekonomi, Sosial, dan Teknologi), Klien (Badan Usaha atau Pekerja), Pesaing dan Mitra

a. Peluang (*Opportunities*)

Peluang (*Opportunities*) merupakan faktor-faktor yang berasal dari luar organisasi yang bersifat positif atau menguntungkan bagi organisasi tersebut apabila dapat memanfaatkannya dengan baik. Dalam melaksanakan program perluasan kepesertaan di kota Padangsidempuan, BPJS Ketenagakerjaan teridentifikasi telah memiliki beberapa poin yang menjadi poin peluang yaitu:

1. Adanya peraturan terkait pelaksanaan jaminan sosial
 2. Peserta tidak terbatas pada Upah Minimum Kota (UMK)
 3. Terjalannya kerja sama dengan pihak pemerintah maupun swasta.
- b. Ancaman (*Threats*)

Ancaman (*Threats*) merupakan faktor-faktor yang yang berasal dari luar organisasi yang bersifat negatif atau merugikan bagi organisasi tersebut apabila tidak dapat mengatasinya dengan baik. Dalam melaksanakan program perluasan kepesertaan di kota Padangsidempuan, BPJS Ketenagakerjaan Cabang Padangsidempuan teridentifikasi telah memiliki beberapa poin yang menjadi poin ancaman yaitu:

1. Kurangnya pengetahuan para peserta mengenai fitur pada aplikasi BPJS.
2. Adanya persaingan antar kantor cabang dalam pencapaian target
3. Adanya waktu yang lambat dalam proses klaim yang disebabkan oleh nasabah itu sendiri

Matrik SWOT
 Tabel 5. Matrik SWOT

(Internal) → IFAS	<u>Kekuatan (<i>strength</i>)</u>	<u>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</u>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bekerja sama dengan lembaga pemerintah pusat dalam rangka meningkatkan kualitas jaminan sosial 2. Memiliki konsep pelayanan yang maksimal 3. Bekerja sama dengan badan penanaman modal untuk melakukan pengawasan dan pemeriksaan 4. Pengembangan aplikasi dalam perluasan kepesertaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan Jumlah Pegawai 2. BPJS Ketenagakerjaan belum dapat mengubah pola pikir masyarakat tentang pentingnya menjadi anggota BPJS Ketenagakerjaan 3. Belum maksimalnya penyampaian informasi kepada daerahdaerah yang susah dijangkau
EFAS (Eksternal) ↓	<ol style="list-style-type: none"> 5. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik 6. Pelatihan kompetensi yang dilakukan secara rutin 7. Pelayanan dapat diakses secara online 	

Tabel 6. Matriks SWOT

Peluang	Strategi SO	Strategi WO
1. Adanya peraturan terkait pelaksanaan jaminan sosial tentang tenaga kerja 2. Cakupan kepesertaan tidak terbatas pada tenaga kerja dan perusahaan saja akan tetapi seluruh masyarakat Indonesia diwajibkan menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan 3. Terjalannya kerja sama dengan pihak pemerintah ma	1. Melakukan kerja sama dengan lembaga pemerintah 2. Meningkatkan kualitas pelayanan baik pelayanan langsung kepada peserta maupun pelayanan melalui e-servis 3. Memanfaatkan penambahna manfaat pada program jaminan social untuk menambah jumlah kepesertaan	a) Melakukan sosialisasi mampaat kepesertaan secara intensif kepelaku usaha dan pekerja b) Menambah pegawai pada bidang pemasaran c) Memberikan sanksi yang tegas kepada perusahaan yang melanggar peraturan d) Memperbaiki sarana dan prasarana dikantor cabang
Ancaman	Strategi ST	Strategi WT
1. Kurangnya pengetahuan para peserta mengenai pada aplikasi BPJS. 2. Adanya persaingan antar kantor cabang dalam pencapaian target 3. Adanya waktu yang lambatdalam proses klaim yang disebabkan oleh nasabah itu sendiri	1. Mengoptimalkan layanan yang aman dan sangat mudah melalui aplikasi JMO (Jamsostek Mobile), dan Lapak Asik (layanan tanfa kontak fisik) 2. Melakukan evaluasi terhadap peraturan yang sudah berjalan 3. Meningkatkan engagement dan retention dengan peserta	1. Mengadakan seminar kepada perusahaan dan tenaga kerja 2. Melakukan pertemuan dengan perusahaan secara formal dan informal mengenai iuran 3. Meningkatkan intensitas pembinaan secara langsung kepda tenaga kerja maupun perusahaan

Untuk memperoleh gambaran yang lebih fleksibel mengenai analisis SWOT yang telah dilakukan, maka perlu menggunakan tabel faktor-faktor internal dan

eksternal perusahaan yang diajukan dalam bentuk kuesioner kepada responden penelitian. Pada kuesioner ini peneliti memilih 10 responden untuk mengisi kuesioner yang telah disiapkan. Pemilihan responden didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan dari peneliti yaitu, orang-orang yang memiliki jabatan pada perusahaan dan mengetahui dengan pasti hal-hal yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti. Untuk menentukan rating dan bobot masing faktor internal dan faktor eksternal dibuat dalam bentuk kuesioner kepada responden, di mana setiap item pertanyaan diberi alternatif jawaban.

Setiap jawaban masing-masing diberi nilai dengan mengikuti aturan penilaian dari tidak setuju, kurang setuju, setuju, dan sangat setuju. Untuk faktor kekuatan dan peluang diberi nilai 4 (sangat setuju) hingga nilai 1 (tidak setuju). Sedangkan faktor kelemahan dan ancaman diberi nilai 1 (tidak setuju) hingga nilai 4 (sangat setuju). Dalam pembuatan Matriks IFAS perlu diketahui dan dievaluasi lingkungan internal perusahaan. Ada lima langkah dalam pembuatan matriks ini, yakni:

1. IFAS menyangkut lingkungan internal, pada langkah awal dibuat list daftar faktor-faktor penting lingkungan internal yang menjadi kekuatan (*strengths*) maupun kelemahan (*weaknesses*) dari perusahaan.
2. Setiap faktor di atas perlu ditentukan bobot atas timbangannya (*weight*), dimulai dari 0,0 untuk faktor yang sangat tidak penting sampai 1,0 untuk faktor yang sangat penting.
3. Selanjutnya, pada langkah kedua, masing-masing faktor juga diberikan peringkat (*rating*) mulai dari angka 1 sampai 4 peringkat ini menggambarkan seberapa besar efektifitas strategi meresponnya dengan sangat buruk; nilai 2 jika respons perusahaan sama saja dengan rata-rata perusahaan lain yang berada dalam industri; nilai 3 jika respons perusahaan lain yang ada dalam industri; nilai 4 jika respons perusahaan terhadap lingkungan eksternal sangat baik dan optimal.
4. Langkah selanjutnya, setiap bobot atau timbangan pada langkah kedua dikalikan dengan peringkat yang telah ditentukan pada langkah ketiga untuk mendapatkan nilai tertimbangannya (*weighted score*). Terakhir jumlahkan nilai timbangan untuk setiap perubahan agar total tertimbang perusahaan tersebut dapat diketahui.

Berapapun faktor internal yang dipertimbangkan, baik itu kekuatan maupun kelemahan, total nilai tertimbang yang dihasilkan akan berkisar dari 1,0 untuk yang sangat rendah sampai 4,0 untuk yang sangat tinggi, dengan skor rata-ratanya 2,5. Dengan demikian, jika dari hasil matriks IFAS ditemukan bahwa hasil yang diperoleh di bawah 2,5 berarti kondisi internal perusahaan dalam kondisi rendah sebaliknya, jika hasilnya lebih dari 2,5 dapat disampaikan, posisi internal perusahaan relatif kuat untuk mengetahui lebih jelas jawaban yang menyangkut faktor internal dan eksternal dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 7. Matrix Internal Factor Evaluasian (IFE Matrix)

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kelebihan				
1.	Bekerja sama dengan lembaga pemerintah pusat dalam meningkatkan kualitas jaminan social	0,10	3	0,3
2.	Memiliki konsep pelayanan yang maksimal	0,10	3	0,3
3.	Bekerja sama dengan badan penanaman	0,10	3	0,3

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
	modal untuk melakukan pengawasan dan pemeriksaan			
4.	Pengembangan aplikasi dalam perluasan kepesertaan	0,09	3	0,27
5.	Tersedianya sarana dan prasarana yang baik	0,14	4	0,56
6.	Pelatihan kompetensi yang dilakukan secara rutin	0,08	3	0,24
7.	Pelayanan dapat diakses secara online	0,08	3	0,24
Sub Total				2,21

Kelemahan				
1.	Keterbatasan Jumlah Pegawai	0,08	2	0,16
2.	BPJS Ketenagakerjaan belum dapat mengubah pola pikir masyarakat tentang BPJS Ketenagakerjaan	0,07	2	0,14
3.	Belum maksimalnya penyampaian informasi kepada daerah-daerah yang susah dijangkau	0,07	2	0,14
4.	Kurangnya promosi karir karyawan	0,09	3	0,27
Sub Total		1		0,71
Nilai Akhir				2,92

Pada tabel 7 di atas dapat dilihat nilai total dari nilai matriks IFAS BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Padangsidempuan adalah 2,92 nilai ini menunjukkan bahwa dalam usahanya menjalankan strategi menunjukkan bahwa perusahaan berada pada posisi di atas rata-rata dalam hal kekuatan internal secara keseluruhan. yang terkait dengan bidang pemasaran, kepesertaan, dalam BPJS Ketenagakerjaan. Tidak berbeda dengan pembuatan matriks IFAS, dalam pembuatan matriks EFAS juga perlu diketahui dan dievaluasi lingkungan eksternal perusahaan baik dilingkungan umum maupun lingkungan industrinya, yaitu :

1. EFAS menyangkut lingkungan eksternal; pada tahap awal dibuat list atau diluar faktor-faktor penting lingkungan eksternal baik yang menjadi peluang (*opportunities*) maupun ancaman (*threats*)
2. Setiap faktor diatas perlu ditentukan bobot atau timbangannya (*weight*), dimulai dari 0,0 untuk faktor yang sangat tidak penting sampai 1,0 untuk faktor yang sangat penting bobot atau timbangan ini menyatakan seberapa penting setiap faktor tersebut dalam industri tempat perusahaan itu berbeda, dengan total seluruh bobot atau timbangan sama dengan 1,0
3. Selanjutnya, pada langkah kedua, masing-masing faktor juga diberikan peringkat (*rating*) mulai dari angka 1 sampai 4. Peringkat ini menggambarkan seberapa besar efektifitas strategi merespons berbagai faktor eksternal itu nilai 1 jika perusahaan meresponnya dengan sangat buruk; nilai 2 jika respons perusahaan sama saja dengan rata-rata perusahaan lain yang berada dalam industri; nilai 3 jika respons perusahaan terhadap faktor-faktor eksternal tersebut dibandingkan dengan respons perusahaan lain yang ada dalam industri;

nilai 4 jika respons perusahaan terhadap lingkungan eksternal sangat baik dan optimal.

4. Langkah selanjutnya, setiap bobot atau timbangan pada langkah kedua dikalikan dengan peringkat yang telah ditentukan pada langkah ketiga untuk mendapatkan nilai tertimbangannya (weighted score).
5. Terakhir jumlahkan nilai timbangan untuk setiap perubahan agar total nilai tertimbang perusahaan tersebut dapat diketahui.

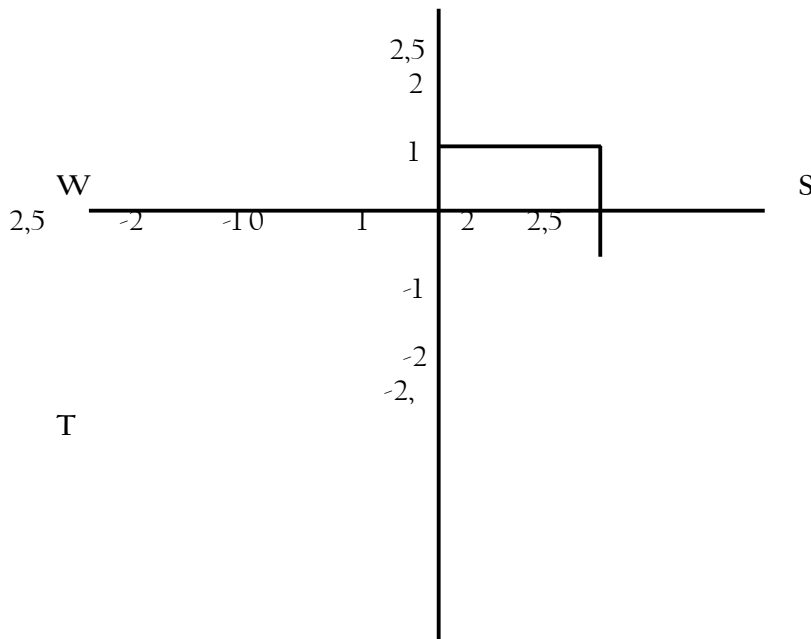
Demikian pula dengan matriks EFAS, jika dari hasil EFAS matriks ditemukan bahwa hasil yang diperoleh dibawah 2,5 berarti perusahaan dengan keadaan yang ada belum mampu memanfaatkan peluang secara optimal dan sangat rentan terhadap ancaman persaingan. Artinya, dalam menghadapi dinamika lingkungan eksternal, perusahaan dalam posisi lemah sebaliknya, jika hasilnya lebih 2,5 dari dapat disimpulkan, dalam menghadapi dinamika lingkungan eksternal posisi perusahaan relative kuat

Tab 8. Matrix Eksternal Factor Evaluasion

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1.	Adanya peraturan terkait pelaksanaan jaminan sosial tentang tenaga kerja	0,17	4	0,68
2.	Cakupan kepesertaan tidak terbatas pada tenaga kerja dan perusahaan saja akan tetapi seluruh masyarakat Indonesia diwajibkan menjadi anggota BPJS Ketenagakerjaan	0,17	4	0,68
3.	Terjalannya kerja sama dengan pihak pemerintah maupun swasta	0,15	4	0,6
Sub Total				1,96
Ancaman				
1.	Adanya aksi demo yang dilakukan pihak luar yang merasa tidak puas	0,13	3	0,39
2.	Perusahaan tidak menjadi anggota BPJS	0,12	1	0,12
6.	Adanya waktu yang lambat dalam proses klaim yang disebabkan oleh nasabah itu sendiri	0,12	1	0,12
7	Adanya penuntutan atas proses kinerja ataupun pelayanan BPJS Ketenagakerjaan yang kurang maksimal	0,14	1	0,14
Sub Total				0,77
Nilai Akhir				2,73

Tabel 8 adalah matriks EFAS BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Padangsidempuan dapat dilihat bahwa total dari nilai matriks EFAS yang dimiliki adalah 2,73. Hal ini menunjukkan strategi yang dijalankan perusahaan secara efektif menggambarkan peluang eksternal yang ada dan menghindari pengaruh negatif potensial dari ancaman. Selanjutnya, dilakukan perhitungan pada selain tabel di atas untuk mengetahui strategi paling tepat yang dilakukan oleh BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Padangsidempuan. Berdasarkan data tersebut ditentukan titik koordinat perusahaan sebagaimana yang dilihat pada gambar table 4.5 diatas.

O



Gambar 2. Diagram Analisis SWOT di BPJS Ketenagakerjaa

Berdasarkan analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki oleh BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Padangsidempuan membuat BPJS Ketenagakerjaan mampu bertahan mampu bersaing dengan kantor cabang lainnya. Hasil analisis penelitian menggunakan matriks SWOT yang memadukan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan. Analisis faktor internal perusahaan dilakukan dengan memberikan gambaran umum mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan analisis faktor eksternal dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan.

Nilai skor untuk faktor kekuatan adalah sebesar 2,92 dan untuk faktor kelemahan sebesar 0,71 maka selisih dari nilai tersebut adalah 1,5 sedangkan nilai skor untuk faktor peluang sebesar 1,96 dan faktor ancaman adalah sebesar 0,77 maka selisih dari nilai tersebut adalah sebesar 1,19. Nilai-nilai selisih tersebut dapat membentuk titik koordinat, yaitu (1,96 : 1,19). Sehingga didapatkan posisi perusahaan berada pada kuadran I yaitu suatu situasi yang sangat menguntungkan karena memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan kesempatan yang ada.

Dari matriks SWOT di atas dapat dilihat bahwa faktor kekuatan dan peluang dibandingkan dengan faktor kelemahan dan ancaman. Oleh karena itu BPJS Ketenagakerjaan Cabang Padangsidempuan sudah mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Berikut ini merupakan pengembangan strategi pemasaran dari hasil interpretasi analisis SWOT pada BPJS Ketenagakerjaa

1. Strategi SO (*Strengths- Opportunities*)

Strategi SO (*Strengths- Opportunities*) strategi ini menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar perusahaan

1. Melakukan kerja sama dengan lembaga pemerintah
2. Meningkatkan kualitas pelayanan baik pelayanan langsung kepada peserta maupun pelayanan melalui e- servis

3. Memanfaatkan penambahna manfaat pada program jaminan social untuk menambah jumlah kepesertaan.
 2. Startegi WO (*Weaknes-Opportunities*)
Startegi WO (*Weaknes-Opportunities*) strategi ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal
 1. Melakukan sosialisasi mampaat kepesertaan secara intensif kepelaku usaha dan pekerja
 2. Menambah pegawai pada bidang pemasaran
 3. Memberikan sanksi yang tegas kepada perusahaan yang melanggar peraturan
 4. Memperbaiki sarana dan prasarana dikantor cabang.
 3. Strategi WT (*Weakness- Threats*)
Strategi WT (*Weakness- Threats*) strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha mamiminalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman
 1. Mengadakan seminar kepada perusahaan dan tenaga kerja
 2. Melakukan pertemuan dengan perusahaan secara formal dan informal mengenai iuran
 3. Meningkatkan intensitas pembinaan secara langsung kepda tenaga kerja maupun perusahaan
 4. Strategi ST (*Strenghts- Threats*)
Strategi ST (*Strenghts- Threats*) melalui strategi ini perusahaan berusaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman ancaman eksternal
 1. Terkait peningkatan kualitas layanan BPJS Ketenagakerjaan telah mengoptimalkan simplikasi dan standarisasi proses klaim dan layanan yang aman dan sangat mudah melalui aplikasi JMO (Jamsostek Mobile), yaitu : Aplikasi yang digunakan para peserta BPJS Ketenagakerjaan untuk mengakses beberapa layanan, mulai dari cek saldo BPJS Ketenagakerjaan, simulasi hari tua, hingga proses klaim/ cek saldo BPJS Ketenagakerjaan secara online
 2. Melakukan evaluasi terhadap peraturan yang sudah berjalan
 3. Meningkatkan engagement dan retention dengan peserta yang ingin mendaftarkan diri sebagai anggota BPJS Ketenagakerjaan.
 5. Strategi WT (*Weakness- Threats*)
Strategi WT (*Weakness- Threats*) strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha mamiminalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman
 1. Mengadakan seminar kepada perusahaan dan tenaga kerja
 2. Melakukan pertemuan dengan perusahaan secara formal dan informal mengenai iuran
 3. Meningkatkan intensitas pembinaan secara langsung kepda tenaga kerja maupun perusahaan
 6. Strategi ST (*Strenghts- Threats*)
Strategi ST (*Strenghts- Threats*) melalui strategi ini perusahaan berusaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman ancaman eksternal
-

1. Terkait peningkatan kualitas layanan BPJS Ketenagakerjaan telah mengoptimalkan simplikasi dan standarisasi proses klaim dan layanan yang aman dan sangat mudah melalui aplikasi JMO (Jamsostek Mobile), yaitu : Aplikasi yang digunakan para peserta BPJS Ketenagakerjaan untuk mengakses beberapa layanan, mulai dari cek saldo BPJS Ketenagakerjaan, simulasi hari tua, hingga proses klaim/ cek saldo BPJS Ketenagakerjaan secara online
2. Melakukan evaluasi terhadap peraturan yang sudah berjalan
3. Meningkatkan *engagement* dan *retention* dengan peserta yang ingin mendaftarkan diri sebagai anggota BPJS Ketenagakerjaan.

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas tentang Analisis startegi pemasaran dalam meningkatkan jumlah BPU di BPJS Ketenagakerjaan cabang Padangsidempuan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang digunakan BPJS Ketenagakerjaan dalam meningkatkan jumlah kepesertaan Bukan Penerima Upah di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Padangsidempuan dilaksanakan dengan menggunakan strategi yang ditetapkan dari kantor pusat yaitu dengan menggunakan strategi antara lain strategi ekstensifikasi, strategi intensifikasi, dan strategi retensi.
2. Hasil Analisis SWOT Yang diperoleh dalam penelitian ini adalah BPJS Ketenagakerjaan cabang Padangsidempuan berada pada titik (1,5: 1,19) kuadran 1 yaitu suatu situasi yang sangat menguntungkan karena memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan kesempatan yang ada terlihat melakukan Strategi SO yaitu: Melakukan kerja sama dengan lembaga pemerintah, meningkatkan kualitas pelayanan baik pelayanan langsung kepada peserta maupun pelayanan melalui e- servis dan memanfaatkan penambahna manfaat pada program jaminan social untuk menambah jumlah kepesertaan.Strategi WO yaitu : Melakukan sosialisasi mampaat kepesertaan secara intensif kepelaku usaha dan pekerja, menambah pegawai pada bidang pemasaran, memberikan sanksi yang tegas kepada perusahaan yang melanggar peraturan, memperbaiki sarana dan prasarana dikantor cabang Ini telah dijalankan 2 tahun belakangan ini dan berjalan dengan maksimal di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Padangsidempuan. Dan tentunya sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepesertaan Bukan Penerima Upah.

Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian diatas, peneliti menyimpualkan sejumlah saran sebagai bahan pertimbangan untuk kedepannya

1. Kepada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Padangsidempuan untuk tetap terus menjalankan strategi tersebut agar dapat meningkatkan kepsertaan dengan memperkuat upaya promosi,dan memfokuskan pada masyarakat yang susah dijangkau dengan kata lain masyarakat pelosok.
2. Kepada para pekerja ataupun karyawan yang ada di BPJS Ketenagakerjaan untuk tetap mempertahankan dan menjaga agar kepesertaan bertambah dan dapat mencapai target dan memperbanyak sosialisasi dengan menjelaskan keunggulan –

keunggulan program sehingga masyarakat paham betul dengan apa manfaat jika bergabung dengan BPJS ketenagakerjaan.

Daftar Pustaka

- Asri Wijayanti, *Hukum Ketenagakerjaan Pasca Reformasi* (JAKARTA: SINAR GRAFIKA, 2018).
- Alma Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta
- Craig, J. C., & Grant, R. M. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Pt Elex Media Komputindo, 1996.
- Dr didin Fatihudin. S.E., M.SI.Dr.Anang firmansyah, SE, M.M. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2019.
- Dapartemen Agama RI.(2008). *Alquran dan Terjemahnya*
- Fred Forest. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Salemba Empat, 2016.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., Efendi, M. B., Sudars, A., Purba, B., Sisca, D. L., ... Novela. "Manajemen Pemasaran Jasa" 5 (2006): 40–51.
- Huda, Nurul, Dkk. *Pemasaran Syariah*. Yogyakarta: PT Karisma Putra Utama, 2012.
- Preadi, N . (2022) . Hasil wawancara : 12 Agustus 2022
- Imsar. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ucok Medan*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam 2018
- Kartini Kartono, "Pengantar Metodologi Riset Sosial" (1996): 32.
- Kotler A. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Nusa Media, 2005.
- Kotler A. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Erlangga, (2018).
- Labaso, S. (2019). Penerapan Marketing Mix , Jurnal Manajemen Pendidikan Islam
- Manik S. *Manajemen Strategik*. Jakarta: ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama, 2016.
- Mudiyono. "Jaminan Sosial Di Indonesia." *dalam jurnal ilmu sosial dan ilmu politik* 6 (2002): 68.
- Mursyid M. *Manajemen Pemasara*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- M. Syahbudi, *Strategi Pengembangan Proram Studi Akutansi Syariah Dalam meningkatkan Akreditasi*, Jurnal Ekonomi Dan Keislaman Vol.7 No.1 2019, hal.37-62.
- Noval, S. (2022). Hasil wawancara : 25 Agustus 2022
- Noor, Z Z (2012). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Depublich CV Budiutama.
- Nawawi, Zuhri M (2015). *Pengantar Bisnis*. Perdana Publishing
- Nawawi, Zuhri M "Strategi Pemasaran Produk Jurnal Ilmu Komputer Vol.2 (2022) hal. 1618- 1624
- Sofjan A. *Manajemen Pemasaran Dasar*. Jakarta: Balai Pustaka, 2013.
- Stanton, W. J. *Dasar Dasar Pemasaran Manajemen*. Yogyakarta: pustaka, 2012.
- Zuhri M Nawawi, "Strategi Pemasaran Produk Jurnal Ilmu Komputer Vol.2 (2022) hal. 1618- 1624
- Sunarji Harahap, *Akutansi Penerimaan Dan Pengeluaran Kas Pada PT Sinar Harapan Anugerah sejahtera Medan*. Jurnal Bisnis Kolega. Vol. 4 (2018) hal. 2467
- Swasta, Dhamesta. *Manajemen Pemasaran Modren* (2018).
- Staton, WJ .(2002). *Prinsip Pemasaran* (cet ke 3). Penerbit Erlangga.
- Tjiptono. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Undang-undang Ketenagakerjaan No. 24 Tahun 2011 *tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial*

Undang-undang No.14/1969 tentang *Pokok-pokok Tenaga Kerja*
Winarto H. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Makalah Ilmiah Ekonomika, 2011.
Yogi, Y. (2022). Hasil wawancara : 12 Agustus 2022
Yulianti, F (2019). *Manajemen Pemasaran CV Budi Utama*.