

ABSTRAK

Strategi Pemasaran Bpjs Ketenagakerjaan Kcp Kabupaten Malang Dalam Meningkatkan Kepesertaan Bukan Penerima Upah (Bpu) Di Kecamatan Kepanjen Kabupaten Malang. Okta Asa Gemilang (2023) Laporan Tugas Akhir Penelitian Kualitatif. Program Studi D3 Asuransi Kesehatan, Jurusan Rekam Medis dan Informasi Kesehatan, Politeknik Kesehatan Kemenkes Malang. Pembimbing A.A.I. Citra Dewiyani, SKM., MARS, Penguji Eko Rahman Setiawan, SKM., MKM.
Kata Kunci : BPJS Ketenagakerjaan, Strategi pemasaran, KCP Kepanjen, BPU, Bauran Pemasaran

Dalam teori strategi pemasaran yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono, strategi pemasaran berfokus pada segmentasi pasar, targeting, positioning, dan bauran pemasaran. Bauran pemasaran yang dilakukan menggunakan 4P yaitu produk (*product*), orang (*people*), proses (*process*), promosi (*promotion*). Kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan BPU (Bukan Penerima Upah) di Kantor Cabang Perintis Kepanjen masih rendah dengan persebaran para pekerja mandiri yang begitu banyak. Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Perintis Kepanjen sudah dilakukan dengan maksimal namun jumlah kepesertaan BPU masih sedikit. Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara. Hasil penelitian ini adalah Kurangnya pengetahuan para pekerja mandiri ini tentang BPJS Ketenagakerjaan yang menganggap bahwa BPJS Ketenagakerjaan hanya untuk para pekerja formal saja dan pada agen Perisai menargetkan para penerima upah (PU) serta belum bisa membangun persepsi para pekerja mandiri sehingga posisi pasar untuk mengenalkan program BPJS Ketenagakerjaan belum maksimal sedangkan pelaksanaan 4P promotion belum dilakukan secara maksimal Namun strategi komunikasi dan kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Perintis Kepanjen telah sesuai dilakukan.

