

**STRATEGI PEMASARAN PADA BIDANG BUKAN PENERIMA UPAH  
GUNA MENCAPAI TARGET KEPESERTAAN 2018 DI BPJS  
KETENAGAKERJAAN KANTOR CABANG BANDUNG SUCI**

**Oleh : Dwi Juniarti**

**Pembimbing : Teguh Iman Basuki, S.Kom, MM.**

**ABSTRAK**

Penyusunan Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan asuransi BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung Suci dalam meningkatkan kepesertaan Bukan Penerima Upah tahun 2018 dan mengetahui hambatan yang dihadapi dalam pemasarannya.

Metode yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah menggunakan metode deskriptif yaitu metode studi yang dapat memperoleh deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat dengan cara observasi langsung dan wawancara.

Hasil studi mengenai strategi pemasaran pada bidang Bukan Penerima Upah guna meningkatkan kepesertaan tahun 2018 adalah menggunakan konsep strategi pemasaran yaitu *Segmenting, Targeting, Positioning* dan menggunakan *marketing mix* yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence, process*. Hambatan yang dihadapi pada saat pemasaran adalah kurangnya pengetahuan masyarakat tentang program-program BPJS Ketenagakerjaan dan kurangnya personil *staff marketing*.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Bukan Penerima Upah

***MARKETING STRATEGY IN FIELDS IS NOT A RECIPIENT OF USE  
OF 2018 PARTICIPATION TARGET IN BPJS KETENAGAKERJAAN  
OFFICE OF BANDUNG SUCI BRANCH***

**By : Dwi Juniarti**

**Advisor/Supervisor : Teguh Iman Basuki, S.Kom, MM.**

**ABSTRACT**

*The purpose of this Final Project is to know BPJS Ketenagakerjaan Bandung branch marketing strategies to increase the participation of Non Wage Recipients in 2018 and understanding the obstacles from marketing aspect.*

*The method used in this Final Project is the descriptive method, a study method that can obtain systematic, factual, and accurate description by direct observation and interviews.*

*The results of the study is to increase Non-Wage Recipient participation in 2018 by using the concept of marketing strategies, such as Segmenting, Targeting, Positioning and by using marketing mix, including product, price, place, promotion, people, physical evidence, process. The obstacles found during the marketing process are the lack of public knowledge about BPJS Ketenagakerjaan programs, and also the lack of marketing staffs.*

*Keywords : Marketing Strategies ,Non Wage Recipients*