

**TINJAUAN BAURAN PEMASARAN JASA PADA BADAN
PENYELENGGARAAN JAMINAN SOSIAL (BPJS)
KETENAGAKERJAAN CABANG SUMATERA BARAT
TAHUN 2014**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi DIII
Manajemen Perdagangan
Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Ahli Madya*



Oleh:

SRI WAHYUNI

NIM. 1109316

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN (DIII)
PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2014

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

TINJAUAN BAURAN PEMASARAN JASA PADA BADAN
PENYELENGGARAAN JAMINAN SOSIAL (BPJS)
KETENAGAKERJAAN CABANG SUMATERA BARAT TAHUN 2014

Nama : SRI WAHYUNI

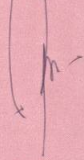
Nim : 1109316

Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)

Fakultas : Ekonomi

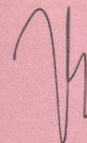
Padang, Agusutus 2014

Diketahui Oleh,
Ketua Program Diploma III



Perengki Susanto, SE, M.Sc
NIP. 19810404 200501 1 002

Disetujui Oleh,
Pembimbing



Vidyarini Dwita, SE, MM
NIP. 19760113 200801 2 007

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**TINJAUAN BAURAN PEMASARAN JASA PADA BADAN
PENYELENGGARAAN JAMINAN SOSIAL (BPJS) KETENAGAKERJAAN
CABANG SUMATERA BARAT TAHUN 2014**

Nama : Sri Wahyuni

Nim/Bp : 1109316/2011

Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)

Fakultas : Ekonomi



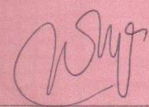
Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir

Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Padang

Padang, Agustus 2014

Tim Penguji

Nama		Tanda Tangan
1. <u>Vidyarini Dwita, SE, M.M</u>	(Ketua)	
2. <u>Rahmiati, SE, M.sc</u>	(Anggota)	
3. <u>Whyosi Septrizola, SE</u>	(Anggota)	

SURAT PERNYATAAN

Nama : Sri Wahyuni
Tahun Masuk/NIM : 2011/1109316
Tempat, Tgl Lahir : Pekanbaru, 22 Mei 1993
Program Studi : DIII Manajemen Perdagangan
Keahlian : Pasar modal
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jln. Azizi 1 no. 1 Padang
Judul Tugas Akhir : Tinjauan Bauran Pemasaran Jasa Badan Penyelenggaraan
Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan
Cabang Sumatera Barat Tahun 2014

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Dalam Tugas akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh Tim Pembimbing, Tim Penguji, dan Ketua Program Studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku.

Padang, Agustus 2014

Yang menyatakan,



Sri Wahyuni
NIM. 1109316

ABSTRAK

**Sri Wahyuni, (2011-1109316): Tinjauan Bauran Pemasaran Jasa Pada
Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial
(BPJS) Ketenagakerjaan Cabang Sumatera
Barat Tahun 2014.**

Pembimbing : Vidyarini Dwita, SE, M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bauran pemasaran jasa yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik dan proses pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat agar peserta tetap menggunakan jasa BPJS Ketenagakerjaan ini. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 30 orang peserta jasa BPJS Ketenagakerjaan.

Penulis melakukan penyebaran kuisisioner kepada peserta untuk mendapatkan data langsung dari peserta tersebut, terkait dengan objek penelitian. Berdasarkan data yang diperoleh, peneliti melakukan pengolahan sehingga akhirnya memperoleh hasil. Berdasarkan hasil yang diperoleh tersebut peneliti dapat memberikan kesimpulan tentang tinjauan bauran pemasaran jasa pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat Tahun 2014.

Berdasarkan pengolahan data diperoleh hasil dari tujuh indikator pemasaran jasa pada BPJS Ketenagakerjaan dapat dilihat pada indikator produk, harga, saluran distribusi, promosi, orang, bukti fisik, dan proses memiliki kategori nilai cukup. Oleh karena itu, bauran pemasaran jasa yang diberikan oleh BPJS Ketenagakerjaan belum membuat peserta menjadi puas dan masih ada peserta yang belum mengerti mengenai tentang program BPJS Ketenagakerjaan.

KATAPENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat dengan tepat waktu.

Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi syarat kelulusan Diploma III pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Dalam pembuatan dan penyusunan tugas akhir ini penulis telah banyak mendapat bantuan, motivasi, arahan, bimbingan, dan nasihat dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Vidyarini Dwita, SE, MM selaku pembimbing TA yang dengan bijaksana dan penuh kesabaran memberikan pengarahan kepada penulis.
2. Ibu Rahmiati SE, M.Sc selaku penguji 1 dan Ibu Whyosi Septrizola, SE selaku penguji 2.
3. Bapak Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs, MSi selaku Dekan Fakultas Ekonomi UNP.
4. Bapak Perengki Susanto, SE, M.Sc selaku ketua Program Studi Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang dan Bapak Firman SE, M.Sc selaku sekretaris Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan.
5. Bapak Hendri Andi Mesta, SE.akt, MM selaku dosen pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan masukan selama perkuliahan.
6. Bapak Muhammad Riyad sebagai pemimpin pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat yang telah memberikan persetujuan yang diberikan. Dan Bapak Arif Budiman sebagai karyawan bagian pemasaran pada BPJS

Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat yang telah membantu dan memberikan data serta sangat peduli kepada penulis untuk mencapai yang terbaik.

7. Kedua Orang Tua seluruh keluarga tercinta yang telah memberikan kasih sayang dan dukungan selama penulis kuliah hingga penyusunan Tugas Akhir ini.
8. Teman-teman Prodi Diploma III angkatan 2011 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang sama-sama berjuang dan memberikan masukan motivasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan memerlukan banyak perbaikan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan tugas akhir ini. Semoga semua bantuan, kritik, dan saran yang telah diberikan menjadi catatan positif bagi penulis.

Padang, Agustus 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATAPENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ivii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB IPENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB IITINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Pengertian Pemasaran.....	7
2. Pengertian Jasa.....	8
3. Bauran Pemasaran.....	9
BAB IIPENDEKATAN PENELITIAN	21
A. Bentuk Penelitian Tugas Akhir.....	21
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	21
1. Lokasi Penelitian.....	21
2. Waktu Penelitian.....	21
C. Rancangan Penelitian.....	21
1. Jenis Penelitian.....	21
2. Tahapan Penelitian.....	22
3. Objek Penelitian.....	23
4. Sumber Data.....	23
5. Instrumen Penelitian.....	24
6. Teknik Analisis.....	24
BAB IVHASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
A. Profil perusahaan.....	27
1. Gambaran Umum PT. Jamsostek/BPJS Ketenagakerjaan.....	27
2. Sejarah Singkat Penyelenggaraan PT. Jamsostek/BPJS Ketenagakerjaan.....	27
3. Visi dan Misi Perusahaan.....	29
4. Filosofi Badan Penyelenggaraan Jamian Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan.....	30
5. Motto Perusahaan.....	31
6. Nilai-Nilai Perusahaan.....	31
7. Etika Kerja Perusahaan.....	31
8. Lokasi PT. JAMSOSTEK/BPJS Ketenagakerjaan.....	32
9. Struktur Organisasi.....	32
10. Program PT.Jamsostek/BPJS Ketenagakerjaan.....	39

B. Hasil Penelitian.....	47
1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	47
2. Hasil Pengolahan Data.....	48
3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	62
BAB VPENUTUP.....	68
A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....
LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Angkatan kerja dan Perusahaan BPJS Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat Tahun 2012-2014.....	5
Tabel 3.1 Daftar Skala Jawaban Pernyataan Berdasarkan Indikator Bauran Pemasaran Program Jaminan BPJS Ketenagakerjaan Cabang Sumbar.	24
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	48
Tabel 4.3: Tabel Distribusi Frekuensi.....	49
Tabel 4.4Distribusi Frekuensi Indikator Pertama(Produk)	50
Tabel 4.5Distribusi Frekuensi Indikator Kedua(Harga).....	52
Tabel 4.6Distribusi Frekuensi Indikator Ketiga(Saluran distribusi).....	53
Tabel 4.7Distribusi Frekuensi Indikator Keempat(Promosi).....	55
Tabel 4.8Distribusi frekuensi indikator kelima(orang/people).....	57
Tabel 4.9Distribusi frekuensi indikator keenam(Bukti fisik/ <i>Physical evidence</i>).	58
Tabel 4.10Distribusi frekuensi indikator ke tujuh(Proses/ <i>Process</i>).....	60
Tabel 4.11 Rekapitulasi Penelitian.....	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar Struktur BPJS Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

Lampiran 3. Tabulasi Perhitungan Data Penelitian

Lampiran 4. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Data yang menyatakan dari sumber BPJS Ketenagakerjaan pada tahun 2012 sampai 2014 bahwa jumlah angkatan kerja dan jumlah perusahaan yang sudah masuk ke Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial Ketenagakerjaan di Cabang Sumatera Barat berjumlah 57.196 angkatan kerja dan 2.012 jumlah perusahaan, khususnya di daerah Kabupaten Kepulauan Mentawai, Pesisir Selatan, Padang Pariaman, Kota Padang dan Pariaman. Sedangkan perusahaan yang belum masuk menjadi peserta di BPJS Ketenagakerjaan berjumlah 535 perusahaan. BPJS Ketenagakerjaan tidak mengetahui berapa jumlah angkatan kerja yang belum masuk menjadi peserta di BPJS Ketenagakerjaan, ini disebabkan BPJS Ketenagakerjaan tidak mempunyai hak wewenang untuk menyimpan data angkatan kerja yang belum masuk ke BPJS Ketenagakerjaan. Oleh karena itu, BPJS Ketenagakerjaan akan mencari perusahaan yang belum masuk dan akan berusaha untuk membujuk perusahaan yang belum masuk, karena ini diwajibkan oleh Dinas tenaga kerja.

Pasar BPJS Ketenagakerjaan di dalam negeri dalam jangka panjang masih berlomba-lomba untuk meningkatkan keberadaannya dengan memberikan jaminan hari tua, jaminan kecelakaan dan jaminan kematian, untuk membuat perusahaan tertarik untuk masuk menjadi peserta di BPJS Ketenagakerjaan.

Peran BPJS Ketenagakerjaan sangat dibutuhkan dalam hal ini untuk mengatasi risiko sosial ekonomi, tidak tergantung pada orang lain dalam membiayai perawatan ketika sakit, kehidupan hari tua, maupun keluarganya bila meninggal dunia, jaminan tersebut diperoleh sebagai hak dan bukan belas kasihan dari orang lain, agar pembiayaan dan manfaat dapat optimal dilakukan secara gotong royong, dimana yang muda membantu yang tua, yang sehat membantu yang sakit, dan penghasilan tinggi membantu penghasilan rendah, masyarakat perlu diberi informasi secara benar dan jujur serta masyarakat perlu dihormati dan ditingkatkan pengetahuannya tentang BPJS Ketenagakerjaan.

Ini merupakan keuntungan bagi perusahaan untuk masuk ke BPJS Ketenagakerjaan bila terjadi risiko kecelakaan dan kematian, maka perusahaan tidak perlu lagi mengeluarkan biaya, biaya tersebut sudah dialihkan ke BPJS Ketenagakerjaan. Demikian pula bila terjadi pemberentihan tenaga kerja, maka tenaga kerja mempunyai tabungan hari tua dan untuk pegawai negeri mendapatkan tabungan pensiun.

Pertumbuhan BPJS Ketenagakerjaan diproyeksikan akan terus berkembang sesuai dengan pertumbuhan lapangan usaha. Pertumbuhan itu diharapkan sebagai pemicu atau penggerak perekonomian Indonesia. Pertumbuhan dari BPJS Ketenagakerjaan berkontribusi positif terhadap ekonomi di dalam Negeri saat ini.

Menurut Kotler dan Keller (2009:101), mengatakan bahwa bauran pemasaran adalah merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran tradisional terdiri dari 4P, yaitu: produk, penetapan harga, saluran distribusi, dan promosi. Sementara itu untuk pemasaran jasa perlu bauran pemasaran yang diperluas dengan menambahkan unsur *non-tradisional marketing mix*, yaitu: orang, bukti fisik, serta proses sehingga menjadi tujuh unsur.

Agar dapat bertahan di dunia bisnis jasa ini, BPJS Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat harus menerapkan bauran pemasaran yang tepat untuk mencapai pasar sasaran dan tujuan perusahaan untuk memberikan dan menciptakan kepuasan pelanggan baik di seluruh Indonesia khususnya di Padang-Sumatera Barat.

Adapun unsur bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh BPJS Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat sebagai berikut:

1. *Product* (produk) yang ditawarkan BPJS Ketenagakerjaan berupa jaminan hari tua, jaminan kecelakaan dan jaminan kematian, ini sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan angkatan kerja.
2. *Price* (harga) yang dimiliki BPJS Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat sudah bagus, karena memiliki harga yang ditetapkan berdasarkan upah tenaga kerja untuk masing-masing produk, dan berdasarkan seberapa besarnya risiko dialami angkatan kerja sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.

3. *Place* (saluran distribusi) BPJS Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat beralamat di Jalan Veteran No. 47 A Padang.
4. *Promotion* (promosi) yang dilakukan BPJS Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat kurang efektif, karena BPJS Ketenagakerjaan hanya mengandalkan promosi dengan cara komunikasi secara lisan.
5. *People* (orang) BPJS Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat sudah bagus, yang meliputi Kepala Cabang, Kepala bidang pemasaran, Karyawan bagian pemasaran, Kepala bidang SDM, Karyawan bagian SDM, Kepala bidang Keuangan, Karyawan bidang Keuangan, dan Customer Service.
6. *Physicalevidence* (bukti fisik atau sarana dan prasarana) yang dimiliki BPJS Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat meliputi, bangunan (gedung), komputer, printer, lemari penyimpanan, pendingin ruangan (AC), mejadan kursi, papan nama, seragam karyawan, kertas polis, kop surat, cap stempel, dan amplop yang menggambarkan citra. Ini menggambarkan bahwa sarana dan prasarana pada BPJS Ketenagakerjaan cukup memadai.
7. *Process* (proses) yang ada pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat tergolong baik. Hal ini peserta harus mempunyai SIUP dan membawa foto 2x3 (2 lembar).

Dari gambaran di atas dapat diketahui bahwa bauran pemasaran (*marketing mix*) yang digunakan oleh BPJS Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat cukup baik, meskipun masih ada kekurangan atau kelemahan atas apa

yang telah dilakukan oleh BPJS Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat. Adapun data jumlah angkatan kerja dan perusahaan yang di BPJS Ketenagakerjaan yang tersedia di bawah ini:

Tabel 1.1 Jumlah Perusahaan dan Angkatan kerja BPJS Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat Tahun 2012-2014

Tahun	Jumlah Perusahaan	Jumlah Angkatan kerja
2012	583	36.520
2013	1.429	20.676
2014	2.012	57.196

Sumber: BPJS Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat, tahun 2012-2014

Dari Tabel 1.1 di atas dapat terlihat pertumbuhan jumlah angkatan kerja dan perusahaan terhadap BPJS Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat, ada yang mengalami peningkatan dan ada juga yang mengalami penurunan. Oleh karena hal itulah pihak BPJS Ketenagakerjaan harus memperhatikan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi produk (*product*), penetapan harga (*price*), saluran distribusi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), serta proses (*process*) untuk meningkatkan pembelian terhadap BPJS Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat.

Berdasarkan uraian di atas, penulis mencoba melakukan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana bauran pemasaran (*marketing mix*) produk (*product*), penetapan harga (*price*), saluran distribusi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), bukti fisik (*physicalevidence*), serta proses (*process*) BPJS Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat. Hal inilah yang membuat penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul: “*Tinjauan*

Bauran Pemasaran Jasa Pada Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat.”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah: tentang bauran pemasaran jasa di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat kita peroleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, manfaatnya sebagai syarat untuk menyelesaikan tugas akhir pada Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang dan juga untuk menambah ilmu pengetahuan.
2. Membantu memberikan tambahan informasi bagi pihak yang membutuhkan dan berkepentingan dalam hal bauran pemasaran jasa terhadap upaya peningkatan kepesertaan pada Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat.
3. Bagi ilmu pengetahuan sebagai sumbangan ilmiah untuk dunia pendidikan khususnya dalam bidang manajemen mengenai tentang bauran pemasaran.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan penelitian maka dari hasil penelitian yang telah dilakukan ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Bauran pemasaran jasa pada indikator produk terhadap upaya peningkatan kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan mempunyai nilai yang cukup dalam menghasilkan produk yang diberikan kepada peserta BPJS Ketenagakerjaan.
2. Bauran pemasaran jasa pada indikator harga terhadap upaya peningkatan kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan mempunyai nilai yang cukup, untuk memberikan harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan peserta BPJS Ketenagakerjaan.
3. Bauran pemasaran jasa pada indikator saluran distribusi terhadap upaya peningkatan kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan mempunyai nilai yang cukup untuk memperbaiki tata letak lokasi BPJS Ketenagakerjaan yang strategis dan mudah dijangkau oleh peserta BPJS Ketenagakerjaan.
4. Bauran pemasaran jasa pada indikator promosi terhadap upaya peningkatan kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan mempunyai nilai yang cukup dalam memberikan informasi tentang BPJS Ketenagakerjaan kepada peserta.
5. Bauran pemasaran jasa pada indikator orang terhadap upaya peningkatan kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan mempunyai nilai yang cukup, dan

karyawan di BPJS Ketenagakerjaan sudah melayani peserta dengan cara yang baik.

6. Bauran pemasaran jasa pada indikator bukti fisik terhadap upaya peningkatan kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan mempunyai nilai yang cukup dalam memberikan ruangan dan fasilitas yang ada di BPJS Ketenagakerjaan membuat peserta menjadi nyaman.
7. Bauran pemasaran jasa pada indikator proses terhadap upaya peningkatan kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan mempunyai nilai yang cukup dalam mengatasi cara masuk menjadi peserta di BPJS Ketenagakerjaan.

B. Saran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tujuh indikator memperoleh nilai rata-rata cukup. Maka penulis menyarankan kepada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Sumatera Barat untuk:

1. BPJS Ketenagakerjaan harus memberikan pelayanan yang lebih baik dan bisa membuat peserta menjadi lebih mengerti tentang produk yang diberikan.
2. Memberikan ruang tunggu yang cukup bisa membuat peserta menjadi nyaman disaat melakukan antrian.
3. Memberikan informasi yang jelas tentang lokasi BPJS Ketenagakerjaan.
4. Mengembangkan prosedur yang lebih jelas lagi kepada peserta BPJS Ketenagakerjaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari,Alma.(2005).*ManajemenPemasarandanPemasaranJasa*.J a k a r t a .
- Fandy, Tjiptono(1995). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta
- <http://www.asropi.wordpress.com>
- Kotler,Philip&GaryAmstrong.(2008).*Prinsip-prinsipPemasaranEdisi12Jilid2*.Jakarta. Erlangga.
- Kotler,Philip&KevinLaneKeller.(2009).*ManajemenPemasaranEdisi13Jilid1*.Jakarta. Erlangga.
- Kotler,Philip&KevinLaneKeller.(2009).*ManajemenPemasaranEdisi13Jilid2*.Jakarta. Erlangga.
- Lovelock, Christopher H. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Indonesia. Macanan Jaya Cemerlang.
- Moh. Nazir. (2009). *Metode Penelitian*. Jakarta.
- Payne. Adrian.(2000). *Services Marketing Pemasaran Jasa*. Yogyakarta.
- Sofjan, Assauri.(2011).*Manajemen Pemasaran*. Jakarta.Rajawali Persada.
- Suharsimi. Arikunto. (2002). *Prosedur Penelitian Edisi V*. Jakarta. Rineka Cipta.