

Strategi pemasaran produk pt jaminan sosial tenaga kerja (Persero)

Azwan Djohan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=78443&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Daya saing PT. Jamsostek (Persero) dalam menguasai pasar (market share) masih rendah yaitu 45,72 % baru menjadi bagiannya dan pembinaan terhadap pasar yang sudah dicapai belum menunjuk hasil yang sempurna, karena masih tingginya tingkat perusahaan yang menunggak iuran. Hal ini disebabkan karena pola strategi yang dikembangkan untuk menjaring pasar masih menekan pada pendekatan hukum (legal approach), sehingga motivasi Desert masuk program Jamsostek tidak dilandasi oleh pemahaman maksud, tujuan dan arti pentingnya program Jamsostek tetapi atas dasar keterpaksaan dan ketakutan dikenakan sanksi pidana.

Di dalam penelitian tesis ini sesuai dengan judul "Strategi Pemasaran Produk PT Jaminan Sosial Tenaga Kerja (Persero)", penulis menggunakan metode deskriptif dengan melakukan pendekatan kualitatif, penekanan segi pengamatan langsung secara partisipatif dari penulis. Sedangkan teknik pengumpulan datanya melalui penelitian kepustakaan (library research) maupun penelitian lapangan (field research).

Analisis masalah untuk memberikan penilaian terhadap lingkungan internal dan eksternal berdasarkan penelitian lapangan pada PT. Jamsostek (Persero), penulis menggunakan analisa SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities dan Threats) dengan hasil bahwa posisi daya saing PT. Jamsostek (Persero) berada pada Kuadran I yaitu mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (growth oriented strategy), berarti perusahaan dapat memanfaatkan peluang dengan dukungan kekuatan untuk melakukan tindakan yang agresif dalam merebut pasar.

Kesimpulan adalah untuk kepentingan bidang pemasaran PT. Jamsostek (Persero) dan menunjang keberhasilan strategi yang telah ditetapkan, perlu dikembangkan melalui bauran pemasaran (marketing mix) yaitu, strategi produk, harga (price), tempat/distribusi (place), promosi, sumber daya manusia (people), physical evidence dan proses. Kiat pemasaran PT. Jamsostek (Persero), lebih menekankan pada strategi sumber daya manusia, strategi tempat/distribusi, strategi physical evidence dan strategi proses.