

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat umum saat ini sangat menyadari resiko yang mungkin mereka hadapi di masa depan. Oleh karena itu, bisnis yang dapat mengasuransikan risiko yang tidak terduga dan membayar kerugian sangatlah penting bagi masyarakat. Perusahaan asuransi adalah badan usaha yang dapat menjamin resiko tersebut.

Asuransi adalah kontrak antara individu atau entitas dan perusahaan asuransi, di mana individu atau entitas membayar premi dengan imbalan perlindungan terhadap kerugian atau kerusakan finansial. Asuransi dapat mencakup berbagai risiko, termasuk kesehatan, jiwa, dan properti.¹

Tujuan asuransi adalah untuk memberikan perlindungan terhadap kerugian atau kerusakan finansial. Polis asuransi mencakup berbagai risiko, termasuk kesehatan, jiwa, properti, dan tanggung jawab. Industri asuransi terus berkembang sejak awal berdirinya, dan saat ini asuransi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat sehari-hari. Asuransi dapat membantu individu dan entitas mengelola risiko dan memitigasi dampak finansial dari kejadian tak terduga. Polis asuransi adalah perjanjian formal

¹ Alison Padfield, '*Specific Types of Insurance*', *Insurance Claims*, 2021.

antara individu (pemegang polis) dan perusahaan asuransi, di mana pemegang polis melakukan pembayaran premi sebagai imbalan atas pertanggung jawaban terhadap risiko tertentu. Berbagai produk asuransi ditawarkan, antara lain asuransi jiwa berjangka, asuransi jiwa seumur hidup, asuransi kesehatan, asuransi kendaraan, dan asuransi rumah. Transformasi digital telah secara signifikan mempengaruhi bisnis asuransi, yang mengarah pada perubahan substansial dalam budaya perusahaan, produk, prosedur, koneksi klien, dan interaksi dengan pesaing.²

Dalam rangka melaksanakan Program Jaminan Hari Tua, Pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2015 pada tanggal 30 Juni 2015. Hal ini menanggapi persyaratan Pasal 37 ayat (5) dan Pasal 38 ayat (3) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2004 tentang pembentukan Sistem Jaminan Sosial Nasional.³ BPJS Ketenagakerjaan merupakan salah satu lembaga di Indonesia yang menangani jaminan hari tua, program ini telah menjalankan bisnisnya selama sekitar 46 tahun dan memiliki banyak pengalaman. Jaminan Hari Tua menawarkan kompensasi finansial kepada peserta jika mereka meninggal dunia, mencapai usia pensiun, atau menjadi cacat permanen.

² Veneta Aleksieva, Hristo Valchanov, and Anton Hulyan, 'Application of Smart Contracts Based on Ethereum Blockchain for the Purpose of Insurance Services', *2019 International Conference on Biomedical Innovations and Applications (BIA)*, 2019, 1–4.

³ Peraturan Presiden, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2004 Sistem Jaminan Sosial Nasional*, 2004 (www.bphn.go.id).

Program jaminan sosial asuransi hari tua BPJS Ketenagakerjaan bertujuan untuk memberikan manfaat tunai kepada anggota jika terjadi kematian, untuk membantu pekerja setelah mencapai usia pensiun, atau dalam kasus cacat total permanen. Jaminan hari tua memberikan manfaat tunai yang dihitung dengan menambahkan nilai hasil pengembangan ke pembayaran kumulatif. Kompensasi untuk hari tua dapat dibayarkan baik secara sekaligus atau dengan mencicil. Manfaat jaminan hari tua dapat dibayarkan sebagian setelah minimal 10 tahun keanggotaan, tunduk pada batasan tertentu. Mencapai hingga 30% dari total saldo jaminan hari tua dapat digunakan untuk kepemilikan properti, sementara hingga 10% dapat digunakan untuk alasan perencanaan pensiun lainnya. Klaim jaminan hari tua dapat diajukan secara online maupun langsung. Klaim JHT dapat dilakukan ketika peserta berusia 56 tahun, meninggal dunia, menjadi cacat secara permanen, atau pindah selamanya ke Indonesia. Pembayaran jaminan hari tua juga dapat dibayarkan jika diberhentikan, mengundurkan diri dari pekerjaan, atau berhenti bekerja di tempat lain. Jika Anda tidak lagi bekerja di perusahaan manapun, keanggotaan anda semua tidak aktif, dan waktu tunggu satu bulan telah berlalu sejak kartu peserta dinyatakan tidak aktif, klaim jaminan hari tua dapat dibayarkan.⁴

Bukan penerima upah (BPU) termasuk pengusaha, pekerja di luar hubungan kerja, pekerja mandiri, dan pekerja lainnya yang melakukan kegiatan

⁴ Chazali H Situmorang, 'Jurnal Institut BPJS Ketenagakerjaan', *Jurnal Institut BPJS Ketenagakerjaan Tahun*, 1 (2016) (www.bpjsketenagakerjaan.go.id).

ekonomi atau usaha secara mandiri untuk memperoleh penghasilan dari kegiatan atau usahanya. Beberapa contohnya termasuk individu pengemudi ojek, penumpang angkutan umum, penjual keliling, dokter, pengacara, advokat, dan orang yang bekerja profesional dalam bidang tertentu. Para pekerja atau calon peserta dalam program BPJS Ketenagakerjaan dapat mendaftar secara bertahap dengan memilih kelas berdasarkan keterampilan dan kebutuhan mereka.⁵

Mengingat pasar yang lebih kompetitif dan kebutuhan untuk memposisikan seluruh sumber daya perusahaan untuk memasuki pasar, bisnis memerlukan strategi. Percepatan arus pengetahuan tentang produk, baik berupa barang maupun jasa. Dunia usaha harus terus-menerus memberikan prioritas pada keunggulan kompetitif mereka dan pengembangan lain yang akan membantu mereka tetap kompetitif, selain informasi tentang perusahaan produsen.⁶

Namun, berdasarkan hasil pra survei penelitian yang dilakukan oleh peneliti, salah satunya di BPJS Ketenagakerjaan KCP Cilegon Ahmad Yani ada beberapa permasalahan diantaranya:

Pertama, kesadaran belum menjadi prioritas terhadap perlindungan.

Hal ini, dibuktikan dengan sebagian masyarakat mungkin belum sepenuhnya

⁵ Badikenita Silaban Rekson, 'Perluasan Kepesertaan BPU BPJS Ketenagakerjaan Melalui Strategi Marketing Mix Dan Regulasi', *Jurnal Institusi BPJS Ketenagakerjaan*, 2.1 (2017), 8–9.

⁶ Boyd W. d, *Manajemen Pemasaran, Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global* (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2005).

menyadari pentingnya memiliki perlindungan melalui BPJS Ketenagakerjaan, serta prioritas mereka mungkin untuk kebutuhan sehari-hari membuat konsep perlindungan jaminan hari tua belum menjadi fokus utama.

Kedua, trauma klaim. Hal ini dibuktikan dengan beberapa peserta BPJS mungkin mengalami pengalaman kurang memuaskan terkait proses klaim, seperti penolakan klaim atau proses yang lambat serta pengalaman negatif semacam itu dapat menciptakan trauma dan ketidakpercayaan terhadap sistem, membuat sebagian orang enggan menggunakan BPJS Ketenagakerjaan sebagai solusi perlingungannya.

Ketiga, kondisi ekonomi keluarga yang terpengaruh. Hal ini dibuktikan dengan faktor ekonomi keluarga, seperti keterbatasan penghasilan dapat menjadi hambatan untuk membayar iuran BPJS serta ketidakmampuan ekonomi ini dapat mengakibatkan pemutusan asuransi, mengurangi jumlah peserta dan merugikan sistem keseluruhan.

Penting untuk memahami bahwa peningkatan kesadaran, penanganan trauma klaim, dan pertimbangan ekonomi keluarga merupakan kunci dalam meningkatkan efektivitas dan penerimaan BPJS Ketenagakerjaan sebagai solusi perlindungan jaminan hari tua yang lebih baik.

Pada konteks pemasaran, strategi segmentasi, penargetan, dan positioning (STP) menjadi pendekatan kunci. Pengidentifikasian pasar dan penilaian segmen memandu perusahaan untuk menentukan sasaran pasar yang sesuai. Dengan memposisikan diri melalui pengembangan produk dan layanan

yang unik, perusahaan dapat menciptakan citra khas di benak audiens sasaran. Berdasarkan konteks BPJS Ketenagakerjaan, analisis strategi STP diterapkan untuk memahami efektivitas kampanye pemasaran dan kepuasan pelanggan dalam program Jaminan Hari Tua.

Menurut Kotler & Armstrong, segmentasi, penargetan, dan *positioning* adalah tiga pilar utama yang mendasari setiap strategi pemasaran yang sukses. Ketika konsumen dibagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan reaksi serupa terhadap suatu produk, segmentasi memfasilitasi upaya pemasaran dengan membantu menyesuaikan kebutuhan pelanggan yang lebih baik. Pada titik ini, perusahaan lebih fokus dalam melayani pelanggan karena sudah mengetahui siapa yang harus dilayani dan bagaimana caranya.⁷

Mengidentifikasi pasar merupakan salah satu langkah dalam proses penilaian segmen yang mengarah pada sasaran pasar. Meskipun penargetan pasar dapat sangat membantu dalam mengidentifikasi berbagai kelompok pasar prospektif, penentuan prospek tetap perlu dilakukan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Perusahaan kemudian memposisikan dirinya dengan menciptakan produk yang dapat memberikan citra tertentu dan menarik kepada pelanggan. Ini adalah tindakan yang dimaksudkan untuk mengangakat

⁷ Philip Kotler and Gary Armstrong, *Prinsip - Prinsip Pemasaran*, ed. by Maulana Hadi, Barnadi Devri, and Hardani Wibi M.M, 12th edn (Jakarta: Erlangga, 2006).

perusahaan ke puncak kesadaran konsumen sehingga dapat menjaga hubungan dekat dengan mereka.⁸

Segmenting merupakan pembagian pasar sasaran yang luas menjadi beberapa kelompok konsumen yang memiliki kebutuhan, minat, atau karakteristik yang sama. Hal ini memungkinkan bisnis untuk menyesuaikan produk, layanan, dan strategi pemasaran mereka ke segmen tertentu untuk meningkatkan efektivitasnya.⁹

Targeting merupakan proses mengidentifikasi dan memilih sekelompok individu atau entitas tertentu untuk tujuan tertentu. Istilah "penargetan" dapat memiliki arti berbeda tergantung pada konteksnya. Misalnya dalam pemasaran, penargetan melibatkan pembagian pasar sasaran yang luas menjadi beberapa kelompok konsumen yang memiliki kebutuhan, minat, atau karakteristik yang sama, sehingga memungkinkan bisnis untuk menyesuaikan produk, layanan, dan strategi pemasaran mereka ke segmen tertentu.¹⁰

Positioning merupakan proses penciptaan citra atau identitas suatu produk, merek, atau organisasi di benak pasar sasaran. Hal ini melibatkan

⁸ P. Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, 8th edn (Jakarta: Salemba Empat, 1995).

⁹ Art T Weinstein, 'A Strategic Framework for Defining and Segmenting Markets', *Journal of Strategic Marketing*, 14 (2006).

¹⁰ Vladan Radosavljevic and others, 'Smartphone App Categorization for Interest Targeting in Advertising Marketplace', *Proceedings of the 25th International Conference Companion on World Wide Web*, 2016.

perbedaan penawaran dari pesaing dan menetapkan proporsi nilai unik yang sesuai dengan audiens yang dituju.¹¹

Berdasarkan uraian diatas, peneliti ingin mengetahui dengan metode strategi *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* program Jaminan Hari Tua tersebut. Dengan demikian, peneliti menjadikan BPJS Ketenagakerjaan KCP Cilegon Ahmad Yani sebagai studi kasus untuk menganalisis lebih mendalam yang berjudul “**Analisis Strategi *Segmenting*, *Targeting*, dan *Positioning* pada Program Jaminan Hari Tua di BPJS Ketenagakerjaan KCP Cilegon Ahmad Yani**”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Analisis Strategi *Segmenting* Program Jaminan Hari Tua pada BPJS Ketenagakerjaan KCP Cilegon Ahmad Yani?
2. Bagaimana Analisis Strategi *Targeting* Program Jaminan Hari Tua pada BPJS Ketenagakerjaan KCP Cilegon Ahmad Yani?
3. Bagaimana Analisis Strategi *Positioning* Program Jaminan Hari Tua pada BPJS Ketenagakerjaan KCP Cilegon Ahmad Yani?

¹¹ Natalia Remešovschi, ‘Marketing Positioning – Interpreting the Basic Approaches’, *Intellectus*, 2023.

C. Fokus Penelitian

Keterbatasan masalah dan fokus penelitian diperlukan dalam penelitian ini. Penelitian ini dikhususkan pada Jaminan Hari Tua saat menggunakan rencana strategi *Segmenting*, *Targeting*, dan *Positioning* pada BPJS Ketenagakerjaan KCP Cilegon Ahmad Yani.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisa strategi *Segmenting* yang dilakukan pada Program Jaminan Hari Tua di BPJS Ketenagakerjaan KCP Cilegon Ahmad Yani.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa strategi *Targeting* yang dilakukan pada Program Jaminan Hari Tua di BPJS Ketenagakerjaan KCP Cilegon Ahmad Yani.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa strategi *Positioning* yang dilakukan pada Program Jaminan Hari Tua di BPJS Ketenagakerjaan KCP Cilegon Ahmad Yani.

E. Manfaat/Signifikansi Penelitian

Adapun dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut;

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini bertujuan untuk memperdalam pemahaman, menjadi sumber kajian selanjutnya mengenai analisis strategi *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* program Jaminan Hari Tua di BPJS Ketenagakerjaan KCP Cilegon, serta memberikan kontribusi pada bahan pustaka. untuk perpustakaan kampus.

2. Bagi Penulis

Peneliti ini bertujuan dengan melakukan penelitian ini akan dapat memperoleh informasi mengenai subjek penelitian serta pengalaman dan pemahaman selama melakukan penelitian di lapangan.

3. Bagi Perusahaan

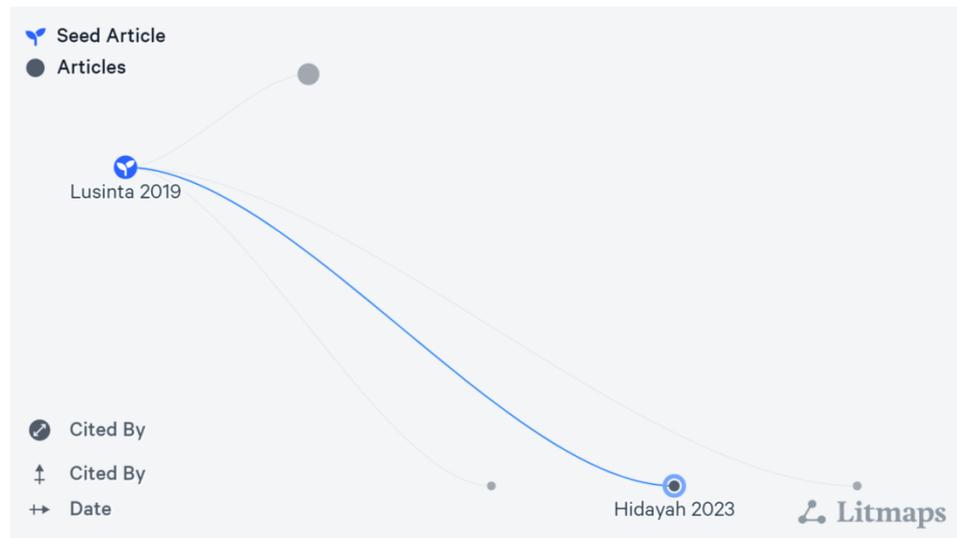
Penelitian ini diharapkan bisa menggunakan teknik segmentasi, penargetan, dan positioning yang tepat dalam memasarkan program jaminan sosial lainnya, agar perusahaan dapat terus beroperasi dalam menghadapi persaingan dari perusahaan lainnya.

4. Bagi Semua Pihak

Diharapkan penelitian ini bermanfaat dan dapat menjadi sumber bagi pihak lain yang ingin mengetahui lebih jauh mengenai pokok bahasan yang telah penulis teliti.

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian ini tentunya memahami dari sejumlah penelitian terdahulu yang dijadikan referensi oleh para peneliti. Termasuk judul yang dipilih peneliti juga banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya. Untuk mencegah plagiarisme dan kesamaan dari penelitian sebelumnya maka penelitian terdahulu dapat diuraikan sebagai berikut:



Gambar 1.1 Penelitian Terdahulu

Sesuai dengan Gambar 1.1 diperlihatkan jurnal dari (Hidayah 2023)¹² dengan judul “Pengaruh Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) yang Diintervening Promosi Pemasaran Terhadap Penjualan Di UMKM Rocket Café” merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya yaitu (Lusinta

¹² Nurul Hidayah and Rahmat Sulaiman, ‘Pengaruh Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) Yang Diintervening Promosi Pemasaran Terhadap Penjualan Di UMKM Rocket Cafe’, *MABIS: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 3.1 (2023), 1–16 (<https://doi.org/10.31958/mabis.v3i1.9089>).

2019)¹³ dengan judul “Analisis *Segmenting, Targeting* dan *Positioning* untuk Merumuskan Strategi Pemasaran Global pada UKM Kacang Mede “Bawang Mas” Surabaya”. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang relevan diambil oleh peneliti sebagai berikut;

No.	Judul	Nama Jurnal, Penulis (Tahun)	Persamaan	Perbedaan
1	Analisis Penerapan Strategi <i>Segmenting, Targeting</i> dan <i>Positioning</i> Terhadap Tabungan Haji Pada Bank Tabungan Negara Syariah KC Bekasi. ¹⁴	Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam. Fajriyah Salsabila Halim, Purnama Putra, Isti Pujihastuti (2023)	Membahas mengenai strategi <i>segmenting, targeting</i> dan <i>positioning</i> dan Metode penelitian Kualitatif	Untuk menganalisis bagaimana penerapan strategi <i>segmentasi, targeting</i> dan <i>positioning</i> untuk tabungan haji di Bank Tabungan Negara Syariah KC Bekasi. Sementara itu, penelitian ini mengkaji analisis strategi <i>segmenting, targeting</i> , dan <i>positioning</i> pada Program Jaminan Hari Tua di BPJS

¹³ Aisa Diaz Adhe Lusinta, Titin Titin, and Luluk Nur Azizah, ‘Analisis *Segmenting, Targeting* Dan *Positioning* Untuk Merumuskan Strategi Pemasaran Global Pada Ukm Kacang Mede “Bawang Mas” Surabaya’, *Jurnal Manajemen*, 4.2 (2019).

¹⁴ Salsabila Fajriyah Halim, Purnama Putra, and hastuti Isti Puji, ‘Analisis Penerapan Strategi *Segmenting, Targeting* Dan *Positioning* Terhadap Tabungan Haji Pada Bank Tabungan Negara Syariah KC Bekasi’, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2023 (<https://doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7443>).

				Ketenagakerjaan KCP Cilegon.
2	Strategi <i>Segmenting, Targeting and Positioning</i> (STP) pada Aplikasi Pelaporan Pajak Versi Edukasi. ¹⁵	Journal of Applied Managerial Accounting. Isti Prihanani, Arniati, Afriyanti Hasanah, Wika Arsanti Putri, Anjelina, Dedi Kurniawan (2023)	Membahas terkait strategi <i>segmenting, targeting</i> dan <i>positioning</i> dan Metode penelitian Kualitatif	<p>Penelitian tersebut berfokus untuk menganalisis data mengenai pemahaman terkait pelaporan pajak menggunakan E-filling dan tingkat kebutuhan responden terhadap Aplikasi Pelaporan Pajak Versi Edukasi.</p> <p>Sementara itu, penelitian ini mengkaji analisis strategi <i>segmenting, targeting</i>, dan <i>positioning</i> pada Program Jaminan Hari Tua di BPJS Ketenagakerjaan KCP Cilegon.</p>

¹⁵ Isti Prihanani and others, *Strategi Segmenting, Targeting and Positioning*, *Journal Of Applied Managerial Accounting*, 2023, VII.

3	<i>The Influence of Segmenting, Targeting and Positioning Strategies on Purchase Decisions at Zhalsa.id Stores in Lhoksukon City.</i> ¹⁶	Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi). T. Edyansyah, Juni Ahyar, Rico Nur Ilham, Chalirafi, Ikramuddin (2022)	Membahas mengenai strategi <i>segmenting</i> , <i>targeting</i> dan <i>positioning</i> .	<p>Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif dan berfokus pada untuk melihat pengaruh strategi segmentasi, targeting dan positioning terhadap keputusan pembelian di Zhalsa.Id Store di Kota Lhoksukon.</p> <p>Sedangkan penelitian peneliti membahas mengenai Analisis strategi <i>segmenting</i>, <i>targeting</i>, dan <i>positioning</i> pada Program Jaminan Hari Tua di BPJS Ketenagakerjaan KCP Cilegon.</p>
4	Evaluasi Pelayanan	Jurnal Manajemen	Membahas mengenai strategi	Penelitian tersebut menggunakan metode

¹⁶ T Edyansyah, Juni Ahyar, and Rico Nur Ilham, 'The Influence of Segmenting, Targeting and Positioning Strategies on Purchase Decisions at Zhalsa.Id Stores in Lhoksukon City', 6.3, 2022.

	Rawat Jalan RS X Melalui <i>Segmenting, Targeting Positioning</i> . ¹⁷	Kesehatan Yayasan RS. Dr. Soetomo. Reli Giusman, Atik Nurwahyuni (2021)	<i>segmenting, targeting dan positioning.</i>	penelitian kuantitatif dan bertujuan untuk memahami pasar potensial mana yang menjadi target untuk meningkatkan jumlah kunjungan. Sedangkan penelitian ini membahas mengenai Analisis strategi <i>segmenting, targeting, dan positioning</i> pada Program Jaminan Hari Tua di BPJS Ketenagakerjaan KCP Cilegon.
5	Revival Strategy of QVOD Technology Based on	Frontiers in Business, Economics and Management. Cuimeng Ran, Biao Zhang, Cong Li, Yu	Membahas mengenai SWOT dan metode STP	Penelitian tersebut menganalisis situasi dasar QVOD Technology Co., Ltd., seperti struktur kepemilikan, status pembiayaan, platform

¹⁷Reli Giusman and others, "Evaluasi Pelayanan Rawat Jalan RS X Melalui Segmenting, Targeting Positioning Evaluation of Hospital Outpatient Services Through Segmenting, Targeting Positioning", 2021.

	SWOT and STP Method ¹⁸	Zhang, Zejiong Zhou (2022)		<p>layanan, karakteristik produk, dan sebagainya.</p> <p>Sedangkan penelitian ini membahas mengenai Analisis strategi <i>segmenting</i>, <i>targeting</i>, dan <i>Positioning</i> pada Program Jaminan Hari Tua di BPJS Ketenagakerjaan KCP Cilegon.</p>
--	-----------------------------------	-------------------------------	--	--

Tabel 1.1 Penelitian Relevan Terdahulu

G. Kerangka Pemikiran

Menurut Jauch dan Glueck, strategi perusahaan harus berupa rencana mendalam yang mempertimbangkan elemen internal dan eksternal untuk mencapai tujuan utama perusahaan.¹⁹ Menurut Kotler dan Armstrong, *segmenting* dapat dipahami sebagai upaya untuk memisahkan pasar menjadi kelompok-kelompok berbeda berdasarkan kebutuhan, sifat, atau perilakunya.

¹⁸ Cuimeng Ran and others, 'Revival Strategy of QVOD Technology Based on SWOT and STP Method', *Frontiers in Business, Economics and Management*, 3.3 (2022), 94–102 (<https://doi.org/10.54097/fbem.v3i3.337>).

¹⁹ Ismail, '*Manajemen Strategis Sektor Publik*', CV. Penerbit Qiara Media, 2020.

Kelompok-kelompok ini mungkin memerlukan produk dan pendekatan pemasaran khusus untuk dijangkau.²⁰

Menurut Kotler, mendefinisikan *targeting* sebagai keputusan perusahaan untuk memasuki satu atau lebih segmen pasar atau sebagai metode mengoptimalkan pasar yang ada. Prioritas, variabilitas, dan fleksibilitas merupakan faktor kunci yang perlu dipertimbangkan ketika mengidentifikasi target pasar.²¹ Kotler dan Keller mendefinisikan *positioning* sebagai penerapan citra merek pada suatu produk yang akan diiklankan kepada masyarakat umum dengan cara yang dapat dimengerti, unik, dan menarik bagi segmen pasar sasaran.²²

Analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) adalah metode dimana bisnis dapat mengembangkan strateginya. Alasan di balik analisis ini adalah untuk memanfaatkan hal-hal positif untuk mengurangi hal-hal negatif. Perumusan tujuan, sasaran, strategi, dan kebijakan perusahaan tidak dapat dipisahkan dari pengambilan keputusan strategis. Akibatnya, analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) organisasi merupakan bagian penting dari perencanaan strategis.

²⁰ Hari Wijaya and Hani Sirine, *Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap*, *AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2016, 01 (<http://rajapresentasi.com>).

²¹ Feby Yulia Ningsih, 'Pengaruh Penerapan Strategi Segmenting, Targeting, Dan Positioning Terhadap Pembiayaan Mikro Pada PT. BRI Syariah KCP Muara Bungo', 2, 2020 (<https://doi.org/10.51311/istikhlaf.v2i2.211>).

²² Alisa Qotrunnada, Mohamad Andri Ibrahim, and Intan Manggala Wijayanti, 'Analisis Segmenting, Targeting, Dan Positioning Terhadap Layanan PTP Lending Fintech Syariah UMKM', *Jurnal Riset Perbankan Syariah*, 2023, 17–26 (<https://doi.org/10.29313/jrps.v2i1.2002>).

H. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif. Sugiyono menyoroti metodologi penelitian positivis seperti triangulasi, analisis data, dan generalisasi digunakan dalam pendekatan penelitian kualitatif, dimana peneliti merupakan instrumen utama yang digunakan untuk menilai metode ilmiah.

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif. Menurut Nazir pendekatan deskriptif memerlukan deskripsi rinci dan komprehensif tentang fenomena atau peristiwa.²³ Oleh karena itu, penelitian deskriptif kualitatif dapat didefinisikan sebagai suatu pendekatan yang memanfaatkan cara-cara alami untuk mengkarakterisasi suatu fenomena.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mendapatkan luaran yang tidak dapat dicapai dengan pendekatan kuantitatif atau metrik statistik. Secara umum kajian mengenai perilaku, sejarah, fungsionalisasi aktivitas sosial dalam organisasi, dan topik lainnya dapat dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. proses metodis dan subjektif untuk memberi makna dan deskripsi pada pengalaman hidup.

²³ Nazir Mohammad, *Metode Penelitian* (Bogor: Graha Indonesia, 2014).

2. Lokasi Penelitian

Tempat dimana informasi diperoleh merupakan lokasi dalam penelitian ini. Adapun penulis melakukan penelitian pada Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan KCP Cilegon Ahmad Yani, yang berlokasi di Jl. Lingkar Selatan No.7, Kedaleman, Kec. Cibeer, Kota Cilegon, Banten, 42422 Indonesia.

3. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti, diantaranya:

- a. Dokumentasi adalah bahan tertulis, catatan, notulen, gambar peristiwa, data statistik, dan bentuk dokumentasi lainnya merupakan sumber informasi yang dikumpulkan melalui proses pendokumentasian. Profil dan data BPJS Ketenagakerjaan KCP Cilegon serta temuan observasi peneliti menjadi informasi bagi penelitian ini.
- b. Melakukan wawancara, yang dilakukan peneliti kepada Ketua Cabang Kantor dan Bidang Pemasaran pada Perusahaan BPJS Ketenagakerjaan.
- c. Teknik pengolahan data

Penulis penelitian menggunakan strategi induktif, yaitu jenis penalaran yang diawali dengan penjelasan terhadap beberapa data dan menarik kesimpulan spesifik di bagian akhir.

Penelitian ini mengandalkan data primer untuk pengumpulan datanya. Data primer terdiri dari informasi yang dikumpulkan langsung dari orang-orang, seperti hasil wawancara atau kuesioner yang dapat dikelola

peneliti. Ketika informasi dikirim ke pengumpul data dari sumber asli, ini disebut sumber data primer. Tanggapan orang yang diwawancarai berfungsi sebagai sumber data utama untuk penyelidikan ini. Data sekunder yang termasuk dalam penelitian bersumber dari dokumen resmi, makalah, jurnal, dan sumber lain yang relevan. Buku, jurnal ilmiah, dan sumber daya lain yang berkaitan dengan subjek penelitian dikonsultasikan untuk pengumpulan data.

4. Teknik analisis data

Teknik analisis seperti analisis SWOT sering digunakan dalam penelitian. Menganalisis sifat-sifat strategis perusahaan melalui lensa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancamannya dikenal sebagai analisis SWOT. Analisis SWOT ini menunjukkan bagaimana perusahaan dapat berkembang dengan menyeimbangkan kekuatan dan kelemahan internal dengan peluang dan ancaman eksternal. Untuk menjelaskan hasil penelitian, penulis akan menggunakan analisis SWOT versi kualitatif.²⁴ Peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi bisnis mungkin lebih baik dipahami dengan membandingkannya dengan kekuatan dan kelemahannya sendiri menggunakan analisis SWOT. Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai daya saing, seluruh data yang dikumpulkan dari berbagai sumber ditinjau, dan matriks SWOT digunakan untuk menilai data tersebut.

²⁴ Rangkuti Freddy, 'Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis', *PT. Gramedia Pustaka Utama*, 2006.

I. Sistematika Pembahasan

Secara sistematis, untuk memudahkan proses penulisan penulis dan memudahkan pemahaman pembaca, skripsi ini secara metode disusun menjadi lima bab, masing-masing dengan sub bagian. Spesifiknya adalah sebagai berikut.

Pada bab pertama: pendahuluan, latar belakang, perumusan masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat/signifikansi penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Pada bab kedua: membahas tentang kajian teoritis, yaitu penelitian didukung oleh teori, seperti analisis strategi Pemasaran, *Segmenting, Targeting, dan Positioning* dan Pengertian Jaminan Hari Tua BPJS Ketenagakerjaan.

Pada bab ketiga: metode penelitian ini memberikan informasi deskriptif mengenai metode atau alat yang digunakan saat pelaksanaan penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Pada bab keempat: penyajian data dan analisis data yang meliputi hasil penelitian terhadap temuan-temuan yang telah dikemukakan, dan penyajian data yang pada akhirnya dilakukan terhadap hasil penelitian tersebut.

Pada bab kelima: kesimpulan dan saran, menguraikan kesimpulan tentang subjek penelitian berdasarkan temuan analisis data yang memberikan saran bagi pihak-pihak terkait.