



## Sosialisasi Sekunder BPJS Ketenagakerjaan Sebagai Upaya Dalam Peningkatan *Brand Awareness* Bagi Pelaku UMKM Kelurahan Medokan Ayu Surabaya

### *BPJS Ketenagakerjaan Secondary Socialization as an Effort in Increasing Brand Awareness for Ukm Actors in Medokan Ayu Sub-District, Surabaya*

Khotija Hadi Ningrum<sup>1</sup>, Bowo Santoso<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

E-mail: [20012010151@student.upnjatim.ac.id](mailto:20012010151@student.upnjatim.ac.id)<sup>1</sup>, [bowo.santoso.mnj@upnjatim.ac.id](mailto:bowo.santoso.mnj@upnjatim.ac.id)<sup>2</sup>

#### Article History:

Received: 30 April 2023

Revised: 31 Mei 2023

Accepted: 15 Juni 2023

**Keywords:** *UMKM, Social Security, Brand Awareness, Outreach, Direct Selling, BPJS Ketenagakerjaan*

**Abstract:** *Based on reports related to these work accidents and most of them occur in the traders, goods, and consumption industries which are also micro-business or commonly referred to as UMKM social protection needs to be carried out for the Indonesian people in the form of social security. Indonesia has 64,197,050 UMKM that are recorded by the Ministry of Cooperatives UMKM so Indonesian workers who work as UMKM are classified as many and each worker needs social security protection from the government to avoid work accidents as happened before. Therefore, these problems are resolved using observation and interview methods, presenting and discussions wrapped in the socialization of BPJS Ketenagakerjaan to UMKM agents in the Medokan Ayu, Surabaya, or in the world of marketing, BPJS Ketenagakerjaan conducts direct selling to prospective consumers through secondary socialization to UMKM agents in Medokan Ayu, Surabaya which is also a research internship activity.*

#### Abstrak

Berdasarkan laporan kementerian Ketenagakerjaan ditahun 2021 terjadi 234 ribu korban kecelakaan kerja di Indonesia, dan terdapat lima sektor usaha dengan korban kecelakaan kerja terbanyak yaitu sektor perdagangan dan jasa, industri barang konsumsi, pertanian, perkebunan, kehutanan, dan perikanan, serta industri dasar dan kimia. Berdasarkan laporan terkait kecelakaan kerja tersebut dan terbanyak terjadi kepada sektor pedagang, industry barang dan konsumsi yang juga merupakan pelaku usaha mikro (UMKM) maka perlindungan sosial perlu diberikan kepada masyarakat Indonesia berupa jaminan sosial. Indonesia memiliki 64.197.050 unit UMKM yang terdata oleh kementerian koperasi ukm, sehingga pekerja Indonesia tersebut yang masuk kedalam UMKM membutuhkan perlindungan jaminan sosial dari pemerintah agar terhindar dari kecelakaan kerja. Tetapi, fakta dilapangan masih banyak masyarakat yang belum memahami pentingnya

\* Khotija Hadi Ningrum, [20012010151@student.upnjatim.ac.id](mailto:20012010151@student.upnjatim.ac.id)

jaminan sosial dan perbedaan antara BPJS Kesehatan dengan BPJS Ketenagakerjaan yang merupakan jaminan sosial milik pemerintah. Hal ini menandakan kurangnya *branding management* dari BPJS Ketenagakerjaan pada masyarakat setempat sehingga menimbulkan kurangnya *brand awareness* BPJS Ketenagakerjaan. Oleh karena itu, permasalahan tersebut diselesaikan dengan metode observasi dan wawancara serta ceramah dan diskusi yang dibungkus dalam sosialisasi BPJS Ketenagakerjaan kepada pelaku UMKM kelurahan Medokan Ayu Surabaya atau dalam dunia marketing BPJS Ketenagakerjaan melakukan *direct selling* kepada calon konsumen melalui sosialisasi sekunder kepada pelaku UMKM kelurahan Medokan Ayu Surabaya.

**Kata kunci:** UMKM, *Brand Awareness*, Sosialisasi, *Direct Selling*, BPJS Ketenagakerjaan

## PENDAHULUAN

UMKM adalah suatu usaha yang biasa dikelola secara mandiri oleh pemilik usaha dan ruang lingkup pasar yang dimiliki terbilang kecil, dan kalau sudah berkembang hanya memiliki tenaga kerja yang sedikit (Simmons, Armstrong & Durkin, 2008). Sedangkan berdasarkan pengertian dari bank dunia, UMKM merupakan suatu bisnis yang memenuhi dua dari tiga kriteria yaitu kekuatan karyawan yang dimilikinya, dan ukuran aset atau penjualan tahunan yang dihasilkannya (Das, 2017). Namun, mengingat UMKM ini merupakan bisnis yang dikelola secara mandiri oleh perorangan maupun kelompok kecil maka dalam hal perlindungan dan keselamatan kerja pelaku UMKM hanya bisa berpasrah pada diri masing-masing dan tidak bisa mendapatkan fasilitas seperti karyawan yang ada di perusahaan karena mereka berbisnis mandiri yang artinya jam yang mereka kerjakan bebas dan tidak ditentukan oleh seseorang melainkan dirinya sendiri. Oleh karena itu, pentingnya perlindungan dan keselamatan UMKM ini wajib ada yang melindungi terutama dari pemerintah langsung dan diikuti oleh setiap UMKM yang ada di Indonesia agar setiap pekerja mandiri yang ada di Indonesia tenang dalam melakukan pekerjaannya tanpa cemas terkena bahaya yang tidak diinginkan terjadi.

Jaminan dan perlindungan keselamatan pekerja mandiri sebenarnya sudah diberikan oleh pemerintah melalui perlindungan jaminan sosial. Indonesia memiliki dua jaminan sosial yang bisa memberikan kesejahteraan bagi seluruh warga Indonesia. Dalam undang-undang 24 tahun 2004 mengatur tentang kewajiban bagi tenaga kerja dalam menjamin keselamatannya dari resiko pekerjaan dengan mengikuti jaminan sosial. Indonesia memiliki dua jaminan sosial yang bisa

diikuti oleh semua warganya yaitu BPJS Kesehatan dan BPJS Ketenagakerjaan, namun bagi pekerja yang bekerja maupun memiliki usaha mandiri bisa mendapatkan jaminan sosialnya ke BPJS Ketenagakerjaan dimana fokus dan target perlindungan keselamatan dari BPJS Ketenagakerjaan adalah untuk tenaga kerja yang tidak memandang apapun pekerjaan yang dilakukan, dan untuk pelaku UMKM yang ada di Indonesia selama dia masih bekerja maka termasuk kedalam pekerja bukan penerima upah dan mereka pun berhak dalam mendapatkan jaminan sosial sebagai tenaga kerja yang bekerja dimanapun mereka berada. Badan penyelenggara jaminan sosial Ketenagakerjaan atau yang bisa disebut dengan BPJS Ketenagakerjaan memiliki amanah untuk melaksanakan perlindungan jaminan sosial kepada seluruh tenaga Indonesia dan juga keluarganya. Perlindungan yang diberikan oleh BPJS Ketenagakerjaan meliputi program jaminan kecekalaan kerja (JKK), jaminan kematian (JKM), jaminan hari tua (JHT), jaminan pension (JP), dan jaminan kehilangan pekerjaan (JKP) (Zaim Uchrowi, Juli 2020).

Berdasarkan laporan kementerian Ketenagakerjaan (kemnaker) ditahun 2021 terjadi sekitar 234 ribu korban kecelakaan kerja di Indonesia, dan terdapat lima sektor usaha dengan korban kecelakaan kerja terbanyak yaitu sektor perdagangan dan jasa; industri aneka; industri barang konsumsi; pertanian, perkebunan, kehutanan, dan perikanan; serta industri dasar dan kimia. Hal ini menandakan bahwa pedagang merupakan salah satu sektor usaha yang sangat rentan terjadi kecelakaan kerja karena sektor tersebut menyumbangkan angka yang banyak dalam peningkatan angka kecelakaan kerja. Pekerjaan yang dilakukannya memang terkesan sederhana, namun justru pedagang ataupun pelaku UMKM lain berhak mendapatkan perlindungan sosial yang layak seperti pekerja pada umumnya, mereka bekerja secara langsung dengan menggunakan peralatan yang dibutuhkan yang bisa saja peralatan atau bahan tersebut membuat suatu kejadian yang tidak diinginkan seperti kecelakaan kerja. Oleh karena itu, BPJS Ketenagakerjaan sangat berperan penting dalam memberikan perlindungan secara menyeluruh bagi setiap tenaga kerja yang bekerja di Indonesia.

Namun, pada kenyataannya masyarakat ataupun pekerja masih awam akan hal yang disebut jaminan sosial terutama untuk pekerja, masih hanya segelintir orang yang memahami betapa pentingnya jaminan sosial seperti BPJS Ketenagakerjaan bagi dirinya ketika mengalami risiko kecelakaan kerja hingga kematian baik yang disebabkan oleh kecelakaan kerja maupun bukan kecelakaan kerja. Hal ini menandakan kurangnya literasi dan edukasi yang diberikan kepada

masyarakat terkait jaminan sosial yang dimiliki negara Indonesia khususnya terkait jaminan sosial untuk pekerja yaitu BPJS Ketenagakerjaan. Oleh karena itu, sosialisasi atau edukasi penting untuk dilakukan kepada setiap pekerja Indonesia agar bisa memberikan pemahaman lebih dalam lagi tentang nilai penting dari BPJS ketenagakerjaan bagi diri pekerja maupun keluarga.

Untuk mencapai pemahaman akan jaminan sosial bagi pelaku UMKM yang berada di Kelurahan Medokan Ayu maka diperlukan pendekatan secara langsung kepada object tersebut. Didalam dunia marketing ada beberapa hal yang bisa dilakukan dalam meningkatkan kesadaran akan brand ataupun hal yang dijual oleh suatu perusahaan, dalam hal ini BPJS Ketenagakerjaan merupakan badan hukum public yang mengemban amanat pemerintah dalam melindungi pekerja dari resiko kecelakaan kerja bisa dilakukan secara personal dengan memanfaatkan strategi marketing untuk mempermudah jangkauan perlindungan ke seluruh pekerja yang ada di Indonesia khususnya wilayah Surabaya. Strategi marketing yang bisa dilakukan untuk mendapatkan tanggapan secara langsung dari konsumen dan memberikan konsumen kesan yang membekas adalah dengan strategi marketing melalui *personal selling*. *Personal selling* merupakan strategi dalam pemasaran yang berhubungan secara personal dan langsung kepada konsumen yang dituju atau calon konsumen sehingga konsumen bisa memberikan respon secara langsung terhadap apa yang telah kita jelaskan kepada konsumen tersebut. Untuk membuat konsumen lebih paham lagi akan pentingnya BPJS Ketenagakerjaan untuk melindungi dirinya dan keluarga bisa juga dilakukan melalui *direct selling*.

Kotler menyatakan bahwa pemasaran langsung (*direct selling*) merupakan hubungan secara langsung dengan konsumen per individual untuk mendapatkan respon segera dan mendapatkan loyalitas pelanggan.(Kharisma, 2020). Sedangkan menurut, Hermawan (2012) meyakini bahwa pemasaran langsung (*direct selling*) merupakan komunikasi langsung terhadap pelanggan individual dengan tujuan memperoleh tanggapan segera maupun terjalin hubungan yang berlangsung lama dengan pelanggan sehingga memudahkan perusahaan dalam membangun relasi dengan konsumen hingga nantinya.

*Direct selling* sangat berguna bagi suatu perusahaan dalam membranding produk atau jasa yang dimilikinya agar diketahui dan dikenali oleh masyarakat secara langsung dan bisa membekas kedalam pikiran setiap konsumennya. *Direct selling* dilakukan melalui telekomunikasi secara langsung dengan calon konsumen dan dilakukan secara dua arah agar jika konsumen ingin

mengetahui lebih dalam terkait produk yang diberikan, konsumen tidak akan ragu dan bingung terkait fungsi dan manfaat yang diperoleh jika mengambil ataupun mengikuti produk tersebut.

Akan tetapi BPJS merupakan badan hukum publik yang mengemban amanat pemerintah untuk melindungi setiap pekerja yang ada di Indonesia, maka hal yang bisa dilakukan untuk menyebarluaskan tentang pentingnya jaminan sosial bagi setiap masyarakat Indonesia adalah melalui *direct selling* yang dibungkus dalam sosialisasi sekunder. *Sosialisasi sekunder* merupakan sosialisasi yang dilakukan kepada beberapa kelompok tertentu untuk mencapai pemahaman akan suatu materi yang ingin disampaikan. Sosialisasi sekunder adalah proses sosialisasi lanjutan dari sosialisasi primer dimana dalam sosialisasi sekunder ini memperkenalkan individu ke dalam kelompok tertentu kepada masyarakat dalam bentuk resosialisasi dan desosialisasi. Proses resosialisasi adalah pemberian suatu identitas diri yang baru kepada seseorang, sedangkan dalam proses desosialisasi seseorang mengalami pencabutan identitas diri yang lama. Maksud dari sosialisasi sekunder adalah sosialisasi yang dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada individu yang sebelumnya belum mengetahui hal tersebut dari pihak keluarga atau lingkungan terdekatnya sehingga sosialisasi dilakukan agar individu tersebut dapat paham dari lingkungan yang baru yang sebelumnya belum mereka ketahui sama sekali.

Dengan adanya sosialisasi ini akan membuat masyarakat dan para pekerja yang ada di Indonesia akan merasakan peran penting yang diberikan BPJS Ketenagakerjaan terhadap kehidupan dan keselamatan mereka dalam bekerja. Dengan kata lain, sosialisasi dapat berujung kedalam *branding management* bagi BPJS Ketenagakerjaan karena melalui kegiatan tersebut pekerja yang awam akan program BPJS Ketenagakerjaan menjadi paham dan sadar tentang pentingnya program tersebut jika diikuti dan menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan. *Brand management* merupakan cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam mempertahankan produk yang dimilikinya agar tetap bertahan dipasar. Pemaksimalan dalam *brand management* yang baik dapat memberikan keuntungan dan benefit yang berarti untuk perusahaan seperti menaikkan profit dan menarik kepercayaan pelanggan akan produk yang diberikan. Dengan adanya *brand management* akan meningkatkan *brand awreness* kepada pelanggan khususnya bagi pelaku UMKM yang diberikan sosialisasi terkait program BPJS Ketenagakerjaan. *Brand awareness* merupakan pengetahuan konsumen tentang brand ataupun produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan, sudah sejauh mana pelanggan atau konsumen mengenal produk yang dimiliki

perusahaan, dengan begitu maka perusahaan dapat mengetahui apa saja yang harus dilakukan ketika ternyata konsumen belum bisa mengenali atau mengetahui produk yang dimilikinya. Sehingga sosialisasi sekunder adalah strategi yang tepat digunakan untuk menarik brand awareness kepada calon konsumen BPJS Ketenagakerjaan agar lebih mengenali lebih dalam pproduk ataupun program yang ditawarkan sesuai amanat dari peraturan pemerintah tentang perlindungan Jaminan Sosial Ketenagakerjaan. dan jika memungkinkan untuk mencapai *brand loyalty* yaitu perilaku yang dilakukan oleh konsumen secara konsisten dalam mengenal dan membeli produk tersebut. Hal ini akan tercapai jika *brand awareness* sudah masuk dan membekas kedalam pemikiran pelanggan sehingga banyak konsumen atau pelaku UMKM yang memutuskan untuk membeli produk tersebut dengan mendaftarkan dirinya sebagai peserta BPJS Ketenagakerjaan.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam memberikan pengetahuan dan edukasi ini dilakukan dengan kegiatan sosialisasi. Dalam melaksanakan kegiatan sosialisasi untuk meningkatkan brand awareness pada pelaku UMKM dilakukan dalam bebagai metode. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk mendeskripsikan implementasi sosialisasi program BPJS Ketenagakerjaan pada pelaku UMKM kelurahan Medokan Ayu, Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur). Metode yang dilakukan dari kegiatan sosialisasi tersebut berupa:

### **a. Observasi Dan Wawancara**

Observasi adalah kegiatan yang dilakukan dengan memperhatikan dan menelaah lingkungan sekitar tujuan dan objek yang akan dituju dengan mendapatkan informasi terkait sifat objek yang dituju, relasi dan budaya yang ada di lingkungan objek, dan pemahaman terkait produk yang dituju. Sedangkan, wawancara adalah cara mendapatkan informasi melalui dialog baik secara lisan maupun tertulis yang kemudian informasi tersebut digunakan dalam kepentingan penelitian. Metode ini dilakukan agar sebelum memberikan sosialisasi secara langsung dapat diketahui bagaimana tingkat pengetahuan, kebiasaan, dan lingkungannya sehingga dalam pelaksanaan sosialisasi tidak perlu lagi melakukan pemeriksaan latar belakang dari objek tersebut dan bisa melakukan sosialisasi secara lancar dan juga tepat sasaran. Objek yang dijadikan dalam metode observasi dan

wawancara adalah pelaku UMKM kelurahan Medokan Ayu, Kecamatan rungkut, Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur. Observasi dan wawancara dilakukan untuk melihat sejauh mana pemahaman dan pengetahuan mereka terhadap jaminan sosial, BPJS Ketenagakerjaan dan program – program yang dimiliki BPJS Ketenagakerjaan serta manfaat apa saja yang diperolehnya jika terdaftar sebagai peserta BPJS Ketenagakerjaan. Observasi dilakukan saat melakukan koordinasi dengan pihak kelurahan dan saat melakukan koordinasi terdapat metode wawancara yang berkaitan dengan pihak kelurahan, peserta kkn, ketua ukm, dan kami dari pihak BPJS Ketenagakerjaan sebagai pemateri dalam sosialisasi tersebut.

b. Ceramah Dan Diskusi

Ceramah merupakan metode yang dilakukan oleh pemateri ketika memaparkan materi dengan mengandalkan komunikasi secara lisan, gambar ataupun media untuk menjelaskan materi yang akan digunakan, dan audiens yang menerima materi secara langsung dari pemateri agar mendapatkan *insight* lebih untuk pengetahuannya. Sedangkan, diskusi merupakan metode yang dilakukan untuk berkomunikasi dengan audiens sosialisasi agar dapat mengetahui seberapa jauh pemahaman audiens terkait materi yang disampaikan dan apa saja hal yang perlu dijelaskan lebih detail agar materi yang diharapkan tersampaikan dengan baik pada audiens sosialisasi. Dalam sosialisasi yang dilakukan tentu peneliti yang berperan sebagai pemateri telah memiliki beberapa materi BPJS Ketenagakerjaan berupa power point dan beberapa video agar audiens yang merupakan pelaku UMKM kelurahan Medokan Ayu lebih paham akan pentingnya BPJS Ketenagakerjaan dan bisa mengetahui perbedaan antara BPJS Kesehatan dengan BPJS Ketenagakerjaan serta mengetahui apa saja program dan manfaat yang bisa mereka dapatkan ketika mendaftarkan dirinya sebagai peserta BPJS Ketenagakerjaan. Ceramah dan diskusi dilakukan ketika melakukan kegiatan sosialisasi secara sekunder dan langsung kepada pelaku UMKM kelurahan Medokan Ayu dan terjadi juga adanya diskusi terkait BPJS Ketenagakerjaan dari audiens sosialisasi ke pemateri. Diskusi dilakukan agar peserta secara langsung dapat terlibat dan mendengarkan apa yang disampaikan oleh pemateri terkait brand awareness program BPJS Ketenagakerjaan dan audiens dapat mengetahui lebih dalam lagi terkait program BPJS Ketenagakerjaan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan sosialisasi sekunder program BPJS Ketenagakerjaan “terus berkarya tanpa cemas BPJamsostek lindungi kita semua” pada pelaku UMKM kelurahan Medokan Ayu yang dilaksanakan pada hari Selasa 16 Mei 2023 pada pukul 09.00 WIB yang dilaksanakan bersama dengan teman-teman kuliah kerja nyata di Kelurahan Medokan Ayu berjalan sangat lancar dan mendapatkan berbagai respon positif serta warga yang mengikuti kegiatan sosialisasi ini berantusias dan mengikuti hingga akhir acara selesai. Dalam kegiatan sosialisasi tersebut yang menjadi sasaran adalah pelaku UMKM yang ada di wilayah Medokan Ayu, Kota Surabaya. Penetapan sasaran sosialisasi merupakan suatu upaya dalam menyampaikan edukasi pengetahuan kepada masyarakat luas khususnya yang menjadi sasaran kami dalam kegiatan sosialisasi adalah pelaku UMKM, dengan minimnya pengetahuan akan pentingnya program jaminan sosial Ketenagakerjaan atau yang biasa disebut dengan BPJS Ketenagakerjaan dan juga kurang bisa membedakan mana yang BPJS untuk Kesehatan masyarakat dan mana yang BPJS perlindungan khusus untuk tenaga kerja. Hal ini tentunya akan dapat membantu pemerintah dalam perluasan informasi tentang jaminan sosial yang dimiliki pemerintah Indonesia dan dapat mengurangi angka kecelakaan kerja serta mengurangi angka ketidakmampuan warga dalam membayarkan biaya perawatan atau bahkan sampai ke biaya kematian ketika tidak memiliki pegangan untuk mengcover masalah tersebut, dengan hadirnya BPJS Ketenagakerjaan akan dapat memberikan tenaga kerja kemudahan ketika mengalami resiko seperti kecelakaan kerja.

Berdasarkan hasil pengamatan dan observasi yang telah dilakukan saat dilakukan sebelum melaksanakan kegiatan sosialisasi secara langsung dengan pelaku UMKM selaku audiens dari sosialisasi BPJS Ketenagakerjaan, terdapat beberapa informasi yang ada di pemikiran dan fakta lingkungan sekitar kelurahan Medokan Ayu. Banyak sekali masyarakat yang masih belum mengenal apa itu BPJS Ketenagakerjaan, dan masih belum bisa membedakan apa perbedaan antara BPJS Kesehatan dengan BPJS Ketenagakerjaan, meskipun ada yang sudah memiliki BPJS Ketenagakerjaan tetapi mereka masih menganggap hal tersebut hanya bisa melindungi para pekerja kantoran bukan pekerja mandiri ataupun pedagang yang hanya berjualan mandiri dan tidak terikat oleh suatu badan ataupun lembaga. Serta ada juga yang memiliki anggapan bahwa susah dan sulit untuk bisa mengklaim manfaat dari program yang diikuti selama menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan sehingga kebanyakan dari warga yang ada di sekitar Medokan Ayu merasa takut

dan beranggapan kalau sebaiknya memang mereka tidak mendaftarkan diri dan menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan. Hal ini menandakan bahwa brand awareness dari BPJS Ketenagakerjaan masih rendah dikalangan pelaku UMKM khususnya dikelurahan Medokan Ayu Surabaya. Sehingga hal yang perlu dilakukan adalah *direct selling* atau penjualan secara langsung melalui sosialisasi sekunder untuk memberikan pengetahuan yang mendasar akan *brand* atau produk dari BPJS Ketenagakerjaan kepada seluruh pelaku UMKM yang bertempat di wilayah kelurahan Medokan Ayu Surabaya.



Gambar 1. Observasi dan wawancara kelurahan medokan ayu

Setelah melakukan proses pengamatan, observasi dan wawancara dan didapatkan hasil yang membuat inti dari sosialisasi penting untuk dilakukan karena kurangnya pengetahuan mendasar akan BPJS Ketenagakerjaan di lingkungan masyarakat terutama pelaku UMKM Medokan Ayu, maka metode ceramah dan diskusi pun dilaksanakan dengan tujuan dan harapan untuk capaian sosialisasi sebagai berikut:

1. pelaku UMKM Medokan Ayu mengenal BPJS Ketenagakerjaan
2. pelaku UMKM Medokan Ayu dapat membedakan antara BPJS ketenagakerjaan dengan BPJS Kesehatan
3. pelaku UMKM Medokan Ayu mengetahui pentingnya jaminan sosial dan program-program yang dimiliki oleh BPJS Ketenagakerjaan untuk mengcover resiko yang terjadi pada peserta
4. pelaku UMKM Medokan Ayu mengetahui jumlah iuran yang harus dibayarkan setiap bulannya
5. pelaku UMKM bersedia mendaftarkan diri sebagai peserta BPJS Ketenagakerjaan

Dengan adanya tujuan dan harapan capaian untuk sosialisasi BPJS Ketenagakerjaan kepada pelaku UMKM kelurahan Medokan Ayu akan memudahkan peneliti dalam memberikan materi kepada audiens saat melakukan sosialisasi nantinya.

Kegiatan sosialisasi BPJS Ketenagakerjaan pada kelurahan Medokan Ayu dan pelaku umk sebagai audiens dari sosialisasi ini berjalan lancar, kegiatan ini dimulai dari pukul 08.00 hingga pukul 10.00 wib pada hari selasa 16 mei 2023. Dengan bekal dari tujuan yang sudah dibuat sebelumnya di tahap observasi dan wawancara memberikan kemudahan peneliti dalam menyampaikan materi kepada pelaku UMKM dengan tepat sasaran dan sesuai dengan informasi yang diinginkan oleh pelaku UMKM. Peneliti melakukan *direct selling* kepada pelaku UMKM melalui sosialisasi sekunder dengan tahapan materi yang diberikan kepada pelaku UMKM Medokan Ayu yaitu sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan BPJS Ketenagakerjaan dan pentingnya jaminan sosial bagi pekerja melalui penyajian video–video dokumentasi berita yang pernah terjadi kepada masyarakat khususnya pelaku UMKM. Penyajian video berita kecelakaan kerja yang terjadi pada pedagang dan pekerja lain dan grafik statistik angka peningkatan kecelakaan kerja yang terjadi di Indonesia tercatat oleh badan pusat statistik dan berdasarkan BPJS Ketenagakerjaan dilihat dari peserta yang melakukan klaim dari program jaminan kecelakaan kerja, hal ini akan memberikan gambaran secara realistis tentang betapa besarnya kemungkinan akan terjadinya resiko kecelakaan kerja pada pekerja terutama pedagang dan pelaku UMKM sehingga diperlukan perlindungan yang aman dari pemerintah seperti BPJS Ketenagakerjaan yang berfokus pada pekerja Indonesia baik formal, informal, Jasa Konstruksi maupun PMI. BPJS Ketenagakerjaan merupakan badan hukum publik yang memiliki kewajiban dalam melindungi setiap pekerja Indonesia untuk mendapatkan jaminan sosial pekerja di setiap kategorinya. Jika dianalogikan pada suatu benda maka jaminan sosial BPJS Ketenagakerjaan merupakan payung yang melindungi pemiliknya dari hujan deras maupun panasnya matahari yang ada. Sehingga jaminan sosial berperan penting dalam melindungi pemiliknya atau pekerja saat mengalami resiko seperti hujan ataupun panas matahari yang pada realitanya adalah resiko seperti kecelakaan kerja hingga kematian pekerja.

- 2) Perbedaan antara BPJS Ketenagakerjaan dengan BPJS Kesehatan disajikan melalui perbandingan logo keduanya dan kartu peserta yang dimiliki oleh masing-masing BPJS. Dengan memberikan gambaran perbandingan antara logo dan kartu peserta maka audiens sosialisasi BPJS Ketenagakerjaan akan dapat mengetahui secara visual perbedaan yang jelas dari keduanya. Serta pemateri memberikan beberapa ciri khas dan karakteristik antara BPJS Kesehatan dengan BPJS Ketenagakerjaan, jika dalam BPJS Kesehatan cakupan ataupun ruang lingkup yang dituju adalah Kesehatan masyarakat Indonesia mulai dari penyakit ringan hingga penyakit yang memerlukan operasi besar di rumah sakit besar akan dicover oleh BPJS Kesehatan, namun berbeda dengan BPJS Ketenagakerjaan ruang lingkup yang mereka tuju adalah ketika terjadi resiko kecelakaan kerja hingga kematian pada pekerja yang ada di Indonesia sehingga mereka tidak perlu untuk khawatir jika terkena resiko apakah masih bisa bekerja lagi atau semakin kesusahan akibat biaya yang diperlukan untuk dibayar saat terkena musibah kecelakaan kerja. Dan perbandingan-perbandingan lainnya yang bisa mendukung penjelasan akan perbedaan antara BPJS Ketenagakerjaan dengan BPJS Kesehatan.



Gambar 2 Sosialisasi BPJS Ketenagakerjaan Pelaku UMKM Medokan Ayu

- 3) Pengetahuan terkait program-program yang dimiliki oleh BPJS Ketenagakerjaan juga penting untuk diketahui oleh pelaku UMKM BPJS Ketenagakerjaan. Pemateri menjelaskan secara verbal kepada para pelaku UMKM dengan membutuhkan gambar 5 program yang ada dalam power point yang sedang ditampilkan. Dalam menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan, peserta akan diberikan beberapa pilihan untuk memilih program apa saja yang diikutinya. Pada umumnya BPJS Ketenagakerjaan memiliki 5 program sampai saat

ini, yaitu jaminan kecelakaan kerja (JKK) merupakan jaminan yang menjamin peserta dan memberikan beberapa manfaat kepada peserta ketika terjadi resiko kecelakaan kerja yang terjadi dari berangkat kerja – ditempat kerja - pulang kerja - ataupun saat sednag melakukan dinas, jaminan kematian (JKM) merupakan jaminan yang memberikan manfaat bagi pesertanya yang mengalami kematian baik disebabkan oleh kecelakaan kerja taupun bukan karena kecelakaan kerja, setiap manfaat yang ada dalam program jaminan kematian akan diberikan kepada ahli waris peserta, jaminan hari tua (JHT) merupakan jaminan yang bisa dikatakan seperti menabung namun, dalam hal ini tabungan yang dilakukan berupa investasi untuk hari tua dan hanya perlu menyisihkan 2% dari pendapatan peserta agar bisa menarik saldo saat sudah tiba saatnya seperti meninggal dunia, berhenti bekerja, meninggalkan wilayah republik indonesia selama-lamanya, dan cacat total tetap, saldo yang ada akan diterima sesuai dengan lamanya kepesertaan ditambah dengan pengembangan 5% pertahunnya, jaminan pensiun (JP) merupakan jaminan yang memberikan manfaat uang tunai maupaun manfaat baiaya perumahan untuk peserta dengan syarat dan ketentuan yang ada dan bisa diklaim jika sudah memenuhi masa pensiun atau mencapai usia 56 tahun, lalu program terakhir yaitu program jaminan kehilangan pekerjaan (JKP) merupakan program terbaru karena kejadian covid-19 membuat pekerja kehilangan pekerjaan sehingga pemerintah memberikan perlindungan pada pekerja agar bisa kembali bekerja dan tercover biaya hidupnya sesuai dengan rekapitulasi iuran yang telah mereka lakukan selama menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan. Namun, untuk pelaku UMKM hanya bisa mengikuti 3 program saja yaitu JKK, JKJ dan JHT karena pelaku UMKM merupakan pekerja informal yang pokok perlindungan social bagi mereka adalah JKK dan JKJ serta manfaat uang tunai dari JHT.

- 4) Penjelasan terkait jumlah iuran yang harus dibayar oleh peserta disajikan dalam bentuk gambar dan diberikan beberapa penjelasan secara verbal kepada audiens sosialisasi BPJS Ketenagakerjaan. Pelaku UMKM merupakan pekerja informal yang berkegiatan mandiri sehingga masuk kedalam peserta dengan segmentasi BPU atau bukan penerima upah melainkan pemberi upah ataupun yang mencari upah sendiri, sehingga jumlah iuran yang harus dibayarkan tentunya berbeda dengan segmentasi lainnya yaitu sebesar Rp 16.800

setiap bulannya. Peserta dapat membayarkannya secara berkala tiap bulannya ataupun memilih skala bulan yang lain yaitu 1 bulan, 2 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan sekali dalam pembayaran iurannya, jumlah Rp 16.800 hanya bisa mengikuti program jaminan kecelakaan kerja (JKK) dan jaminan kematian (JKM) sedangkan untuk menambah ke program jaminan hari tua peserta bisa menambahkan 2% dari pendapatannya misal Rp 20.000 ( $2\% \times \text{Rp. } 1.000.000$ ) sehingga total iuran yang harus dibayarkan adalah sebesar Rp. 36.800 tiap bulannya.

- 5) Pada tahap terakhir ini merupakan hasil dari sosialisasi yang sesungguhnya yaitu audiens atau pelaku UMKM kelurahan Medokan Ayu melakukan sesi tanya jawab dan menanyakan lebih detail terkait cara pengklaiman BPJS Ketenagakerjaan, bagaimana jika terjadi *case* seperti ini apakah masih bisa menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan, dan lain sebagainya. Pelaku UMKM Medokan Ayu sangat berantusias dan memberikan respon yang sangat positif dari penjelasan yang telah diberikan oleh pemateri saat memberikan penjelasan terkait materi BPJS Ketenagakerjaan. Setelah sosialisasi dilakukan beberapa pelaku UMKM dengan antusias yang tinggi mendatangi kami dengan memberikan dokumen persyaratan untuk mendaftarkan diri sebagai peserta BPJS Ketenagakerjaan. pelaku UMKM kelurahan Medokan Ayu merasa dari penjelasan yang telah diberikan membuat diri mereka yakin akan pentingnya jaminan sosial bagi diri mereka sendiri sehingga mereka dengan sadar dan harapan akan terlindungi dirinya dari resiko yang terjadi nantinya maka mereka mendaftarkan dirinya sebagai peserta BPJS Ketenagakerjaan saat itu juga, dan membayarkan juga iuran yang telah ditetapkan. Dengan terdaftarnya beberapa pelaku UMKM maka telah tercapai juga amanat pemerintah dalam melindungi jaminan sosial pekerja.



Gambar 3. Pendaftaran Pelaku UMKM Menjadi Peserta BPJS Ketenagakerjaan

Kegiatan sosialisasi yang dilakukan di kelurahan Medokan Ayu pada pelaku UMKM memberikan dampak positif dan hasil yang diharapkan dapat tercapai yaitu *brand awareness* dari BPJS Ketenagakerjaan dan program yang dimiliki BPJS Ketenagakerjaan. Sosialisasi merupakan cara yang terbaik bagi BPJS Ketenagakerjaan dalam memberikan *brand awareness* tentang produk yang dimilikinya kepada pelaku UMKM yang ada di Medokan Ayu Surabaya. Saat pelaksanaan pendaftaran pelaku UMKM menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan merupakan keberhasilan yang dicapai oleh BPJS Ketenagakerjaan dalam mencapai *brand loyalty* yaitu dengan kesadaran penuh akan apa pentingnya jaminan sosial dan konsistensi pelaku UMKM akan keyakinan tersebut sehingga pelaku UMKM memutuskan untuk menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan dan secara konsisten nantinya membayarkan iuran yang telah ditetapkan berdasarkan program yang diikutinya dan periode bulan yang telah dipilih saat melakukan pendaftaran. Oleh karena itu, sosialisasi BPJS Ketenagakerjaan sukses berjalan dan mencapai hasil yang diinginkan yaitu *brand awareness* BPJS Ketenagakerjaan pada pelaku UMKM Medokan Ayu Surabaya melalui strategi marketing yaitu *direct selling* dan sosialisasi sekunder yang dilakukan untuk memberikan pengetahuan baru kepada masyarakat setempat.

## KESIMPULAN

Dengan adanya kegiatan sosialisasi BPJS Ketenagakerjaan yang merupakan strategi marketing dari BPJS Ketenagakerjaan berupa *direct selling* kepada pelaku UMKM Medokan Ayu Surabaya dapat memberikan insight baru dan brand awareness BPJS Ketenagakerjaan kepada pelaku UMKM Medokan Ayu Surabaya yang kemudian pencapaian ini disempurnakan dengan adanya *brand loyalty* yaitu pelaku UMKM dengan sadar dan berdasarkan bekal pengetahuan tentang pentingnya peran jaminan sosial untuknya saat bekerja sehingga mereka memutuskan untuk mendaftarkan dirinya sebagai peserta BPJS Ketenagakerjaan yang masuk kedalam segmentasi BPU (Bukan Penerima Upah) yang terdiri atas 3 program yaitu program Jaminan kecelakaan kerja (JKK) yang memberikan manfaat kepada peserta saat mengalami resiko kecelakaan kerja, jaminan kematian (JKM) yang dapat dirasakan manfaatnya saat peserta mengalami resiko kematian baik yang disebabkan oleh kecelakaan kerja ataupun penyebab kematian lainnya, dan terakhir adalah jaminan hari tua (JHT) dimana jaminan ini ditujukan untuk memberikan manfaat uang tunai kepada peserta dengan menggabungkan pendapatan iuran yang dikumpulkan peserta selama menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan dan ditambahkan dengan bunga atau pengembangan tiap tahunnya, sehingga disaat hari tua ataupun sudah berhenti bekerja maupun mengalami cacat total tetap bisa diambil oleh peserta untuk kepentingan yang mereka miliki dan mereka tidak perlu khawatir karena memiliki tabungan cadangan di BPJS ketenagakerjaan melalui jaminan hari tua, dan saldo tersebut bisa diklaim secara online melalui aplikasi BPJS Ketenagakerjaan "JMO" jamsostek mobile, di aplikasi tersebut kita bisa mengetahui jumlah saldo JHT yang kita miliki dan melakukan klaim jaminan hari tua jika sudah tiba saatnya sesuai ketentuan yang ada.

## DAFTAR PUSTAKA

- Devi, C., & Rusma, M. (2020). Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar*, 2(1), 63–73.
- Kharisma. (2020). Pengertian Pemasaran menurut kotler. 8–23.
- Luthfiana, I. I., & Kurnia, D. (2014). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Sosial Terhadap Brand Awareness Ombudsman Republik Indonesia. *Journal Communication Spectrum*, 4.
- Pristanti, S. N., Sukidin, S., & Hartanto, W. (2022). Implementasi Program Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan Pada Pekerja Informal (Studi Kasus Di Desa .... *Jurnal Pendidikan ...*, 16(40), 297–308. <https://doi.org/10.19184/JPe.v16i2.25240>
- Putri, M. K., & Wikartika, I. (2022). Pengaruh Pemasaran Digital Dan Celebrity Endorsement Di Media Sosial Instagram Terhadap Brand Awareness BPJS Ketenagakerjaan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 137–142. [https://jurnalkip.samawa-university.ac.id/karya\\_JPm/index](https://jurnalkip.samawa-university.ac.id/karya_JPm/index)
- Rekrutmen, P., Optimalisasi, D., Melalui, B., Creative, C., Sosial, D. I., Recruitment, I., Optimizing, B. Y., Through, B., Content, C., & Sosial, O. N. (2022). Peningkatan rekrutmen dengan optimalisasi employer branding melalui content creative di sosial media. X, 21–25.
- Resmana, A. L., Respati, T., & Furqaani, A. R. (2021). Kajian Jaminan Sosial Nasional pada Institusi Pendidikan. *Prosiding Kedokteran*, 7(1), 391–392.
- Sulaeman, M. M. (2020). Sosialisasi Kewirausahaan dalam Upaya Peningkatan UMKM Desa Palangan Kecamatan Karangbinangun Kabupaten Lamongan. *Jurnal Abdimas Berdaya : Jurnal Pembelajaran, Pemberdayaan Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(01), 16. <https://doi.org/10.30736/jab.v2i01.34>
- Yoenaz, S. (2018). Pelaksanaan Humas Dalam Sosialisasi Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan Di Kantor BPJS Ketenagakerjaan Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(2), 308. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i2.4751>