

**SOSIALISASI PRODUK DINAS KEPENDUDUKAN
DAN PENCATATAN SIPIL (DINDUKCAPIL)
KABUPATEN DEMAK**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1 Manajemen

Program Studi Manajemen



Disusun Oleh:

Richa Rahma Jayyida

NIM: 30401900270

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG**

2022

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

SOSIALISASI PRODUK DINAS KEPENDUDUKAN DAN
PENCATATAN SIPIL (DINDUKCAPIL) KABUPATEN
DEMAK

Disusun Oleh:

Richa Rahma Jayyida

NIM: 30401900270

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan ke hadapan
sidang panitia ujian Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 20 Desember 2022

Dosen Pembimbing Lapangan,

Dosen Supervisor,



Zaenudin, SE., MM
NIDN. 0604036303



Lina Wulandari, SE., MM
NIP. 19810716200604 2 009

HALAMAN PERSETUJUAN

SOSIALISASI PRODUK DINAS KEPENDUDUKAN DAN PENCATATAN
SIPIL (DINDUKCAPIL) KABUPATEN DEMAK

Disusun Oleh :

Richa Rahma Jayyida

NIM: 30401900270

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 30 Desember 2022

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing Lapangan

Zaenudin, S.T., M.M.
NIDN. 0604036303

Dosen Penguji I

Dr. Drs. H. Abdul Hakim, M.Si
NIDN. 0623065501

Dosen Penguji II

Drs. H. Bedjo Santoso, M.T., Ph.D.
NIDN. 0629026002

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 08 Februari 2023



Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Luthi Nurchofa, S.T., S.E., M.M.
NIDN. 0623036901

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Richa Rahma Jayyida

NIM : 30401900270

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya Pernyataan Keaslian Skripsi berjudul “Sosialisasi Produk Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dindikcapil) Kabupaten Demak” adalah benar-benar karya sendiri, bukan merupakan hasil plagiasi atau duplikasi karya orang lain. Pendapat orang lain yang terdapat dalam laporan magang ini dikutip berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila kemudian hari terbukti skripsi ini adalah plagiasi dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 20 Desember 2022

Yang menyatakan,

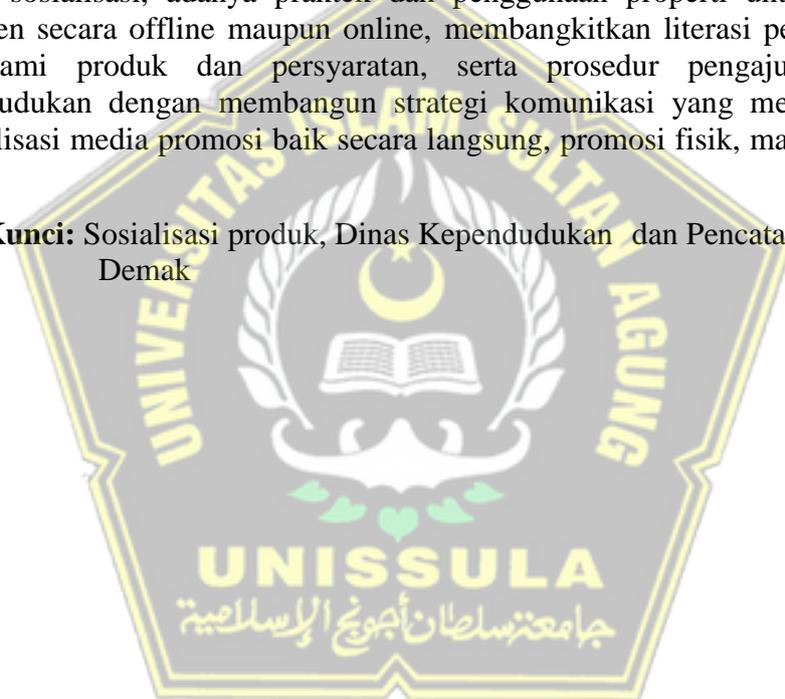


Richa Rahma Jayyida

ABSTRAK

Sosialisasi Produk Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil (Dindikcapil) Kabupaten Demak. Laporan magang MB-KM ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah yang ada di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Demak khususnya terkait sosialisasi produk. Permasalahan yang muncul yakni belum maksimalnya pemahaman pemohon akan produk Dindikcapil, dan persyaratan serta prosedur pembuatannya. Pengamatan dan pengumpulan data dilakukan selama 5 bulan magang di Dindikcapil Kab. Demak. Melalui analisis studi komparatif, solusi yang dapat ditawarkan yakni menambah frekuensi sosialisasi dengan meminimumkan biaya dari segi pemilihan tempat sosialisasi, adanya praktek dan penggunaan properti untuk pengajuan dokumen secara offline maupun online, membangkitkan literasi pemohon untuk memahami produk dan persyaratan, serta prosedur pengajuan dokumen kependudukan dengan membangun strategi komunikasi yang menarik melalui optimalisasi media promosi baik secara langsung, promosi fisik, maupun promosi digital

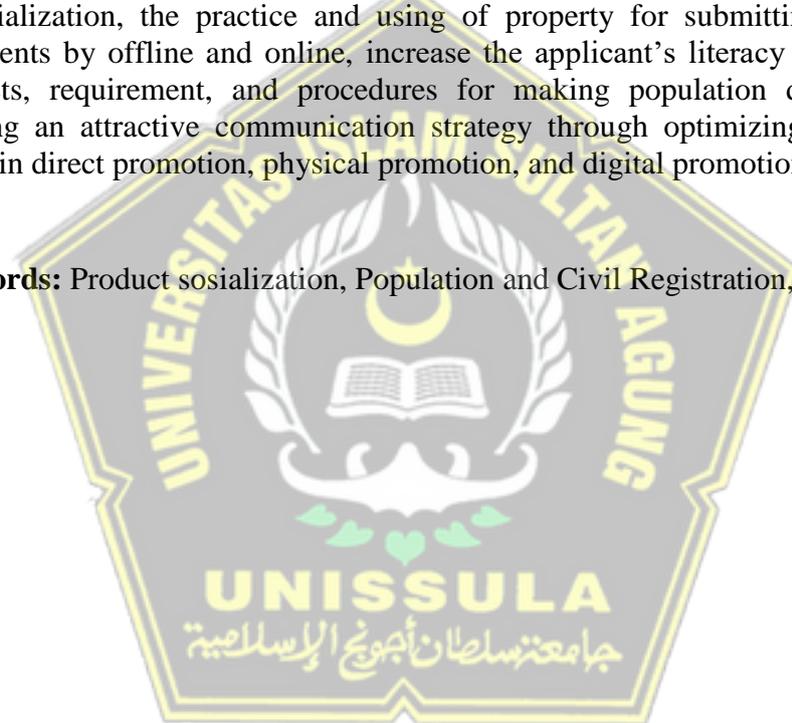
Kata Kunci: Sosialisasi produk, Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil, Demak



ABSTRACT

Product Socialization of Population and Civil Registration Departemen in Demak Regency. This MB-KM internship report aimed to identify and analyze the problems in Department of Population and Civil Registration especially related to product socialization. The problem in this case is that the applicant's understanding of Dukcapil products is not optimal, including the requirements and procedures for making them. Observation and data collection were carried out during a 5-month internship at Department of Population and Civil Registration ini Demak Regency. through a comparative study analysis, the solutions that can be offered are to increase the frequency of direct socialization by minimizing costs in choosing place of socialization, the practice and using of property for submitting population documents by offline and online, increase the applicant's literacy to understand products, requirement, and procedures for making population documents by building an attractive communication strategy through optimizing promotional media in direct promotion, physical promotion, and digital promotion.

Keywords: Product socialization, Population and Civil Registration, Demak



KATA PENGANTAR

Segala puji kehadirat Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang MB-KM ini dengan judul “Sosialisasi Produk Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dindikcapil) Kabupaten Demak”. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, juga kepada keluarganya, para sahabatnya dan para pengikutnya sampai akhir zaman.

Proses penulisan laporan magang MB-KM ini dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan serta bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Zaenudin, S.E., M.M. yang telah membimbing penulis dalam penyusunan laporan magang MB-KM hingga akhir
2. Bapak Prof. Dr. Heru Sulistyono, S.E., M.Si. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung beserta jajarannya
3. Bapak Dr. Lutfi Nurcholis, S.T., S.E., M.M. selaku kepala Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung beserta jajarannya
4. Ibu Eni Susiani, S.E., M.H. selaku Plt. Kepala Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Demak beserta jajarannya

5. Ibu Lina Wulandari, S.E., M.M. selaku dosen supervisor yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama magang hingga akhir
6. Pegawai Dindikcapil Kabupaten Demak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, terimakasih atas bantuan dan bimbingannya selama magang
7. Orang tua, kakak, serta adik-adik penulis yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan doa hingga saat ini
8. Saudara dan sahabat yang penulis sayangi khususnya mas Moh Ath. Thorieq Wahyu Suryono, Riyana Nur Safitri, Pingki Puspita Sari, Pebri Indriyani, Putri Dewi, Saroh Budi, Shelly Nana, Intan Syaidaturohmah, Anita Nur Azizah, Fika Firosyil, Eva Rahayu, terimakasih atas segala bantuannya dalam bentuk apapun
9. Rekan-rekan serta berbagai pihak yang ikut serta membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini

Hanya do'a dan harapan dari penulis, semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang telah berjasa dalam membantu penulis menyelesaikan laporan magang ini dan penulis memohon maaf apabila masih banyak kekurangan dalam pembuatan laporan magang ini, semoga tulisan ini bermanfaat bagi masyarakat serta pihak-pihak yang membutuhkan. Aamiin.

Semarang, 20 Desember 2022

Richa Rahma Jayyida

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Tujuan Penulisan.....	3
1.3 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II	
PROFIL DINAS DAN AKTIVITAS MAGANG.....	7
2.1 Profil Dinas.....	7
2.1.1 Gambaran Umum Dinas.....	7
2.1.2 Fungsi dan Tujuan Dinas.....	9
2.1.3 Visi dan Misi.....	10
2.1.4 Struktur Organisasi.....	11
2.1.5 Tugas dan Tanggung Jawab.....	13
2.1.6 Produk Dinas.....	21
2.2 Aktivitas Magang.....	34
BAB III	
IDENTIFIKASI MASALAH.....	38

3.1 Identifikasi Masalah	38
3.1.1 Aspek Manajemen Pemasaran	38
3.1.2 Aspek Manajemen SDM (Sumber Daya Manusia)	39
3.1.3 Aspek Keuangan	40
3.1.4 Aspek Operasional	41
3.2 Masalah dan Rencana Penyelesaian Masalah	43
3.2.1 Masalah: Belum Maksimalnya Pemahaman Pemohon akan Produk Dindukcapil dan Persyaratan serta Prosedur Pembuatannya	43
3.2.2 Rencana Penyelesaian Masalah	45
BAB IV	
KAJIAN PUSTAKA	52
4.1 Manajemen Pemasaran	52
4.2 Strategi Pemasaran Produk	56
4.3 Bauran Pemasaran	61
4.4 Atribut Produk	67
4.5 Sosialisasi	69
4.5.1 Pengertian Sosialisasi	69
4.5.2 Jenis Sosialisasi	70
4.5.3 Tujuan sosialisasi	70
4.5.4 Tahapan Sosialisasi	72
4.6 Teori Promosi	75
4.6.1 Pengertian Promosi	75
4.6.2 Tujuan Promosi	76
4.6.3 Bauran Promosi	77
4.6.4 Media Promosi	79
4.7 Teori Komunikasi Pemasaran	81
BAB V	
METODE PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA	83
5.1 Metode Pengumpulan Data	83
5.2 Sumber Data	84
5.3 Metode Analisis Data	85
BAB VI	

ANALISIS DAN PEMBAHASAN	86
6.1 Analisis Permasalahan.....	86
6.2 Pembahasan	87
6.2.1 Sosialisasi Produk Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Demak.....	87
6.2.2 Persyaratan dan Prosedur Pembuatan Produk Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil.....	96
6.2.3 Jenis-jenis Pelayanan Administrasi Kependudukan dan Pencatatan Sipil 101	
BAB VII	
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	104
7.1 Kesimpulan.....	104
7.2 Rekomendasi	105
BAB VIII	
REFLEKSI DIRI	108
8.1 Dampak Positif yang Diterima Selama Perkuliahan yang Bermanfaat/ Relevan Terhadap Pelaksanaan Magang	108
8.2 Manfaat Magang Terhadap Pengembangan Soft-Skills Mahasiswa	108
8.3 Manfaat Magang Terhadap Pengembangan Kemampuan Kognitif Mahasiswa	109
8.4 Kunci Sukses Bekerja Berdasarkan Pengalaman Magang	109
8.5 Rencana Perbaikan/ Pengembangan Diri, Karir, dan Pendidikan Mahasiswa Selanjutnya	110
LAMPIRAN	114

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tugas pokok pelayanan Dindukcapil Kabupaten Demak.....	15
Tabel 2.2. Produk Dindukcapil Kabupaten Demak	21
Tabel 3.1. Hasil wawancara dengan pegawai Dindukcapil Kab. Demak	45
Tabel 3.2. Hasil wawancara dengan pemohon 1 Dindukcapil Kab. Demak.....	48
Tabel 3.3. Hasil wawancara dengan pemohon 2 Dindukcapil Kab. Demak.....	50



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Logo Dindukcapil Kabupaten Demak.....	8
Gambar 2.2. Bagan Struktur Organisasi Dindukcapil Kab. Demak.....	12
Gambar 4.1. Bagan proses komunikasi.....	82
Gambar 6.1. Media Sosialisasi Dindukcapil Kab. Demak.....	90
Gambar 6.2. Pelaksanaan Sosialisasi Langsung Dindukcapil Kab. Demak	92
Gambar 6.3. Publikasi persyaratan pembuatan produk Dindukcapil.....	97
Gambar 6.4. Publikasi prosedur pembuatan produk Dindukcapil	98



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Identitas peserta magang	114
Lampiran 2: Daftar hadir peserta magang bulan Februari	115
Lampiran 3: Daftar hadir peserta magang bulan Maret	116
Lampiran 4: Daftar hadir peserta magang bulan April	117
Lampiran 5: Daftar hadir peserta magang bulan Mei	118
Lampiran 6: Daftar hadir peserta magang bulan Juni	119
Lampiran 7: Log Book peserta magang bulan Februari.....	120
Lampiran 8: Log Book peserta magang bulan Maret.....	122
Lampiran 9: Log Book peserta magang bulan April.....	126
Lampiran 10: Log Book peserta magang bulan Mei.....	129
Lampiran 11: Log Book peserta magang bulan Juni	132
Lampiran 12: Proses pembimbingan laporan magang oleh DPL	134
Lampiran 13: Proses pembimbingan laporan magang oleh Dosen Supervisor .	135
Lampiran 14: Surat permohonan magang.....	136
Lampiran 15: Surat persetujuan magang	138

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Merdeka Belajar-Kampus Merdeka merupakan sebuah perkembangan program yang ditujukan untuk mahasiswi-mahasiswa agar tidak hanya menguasai materi saja melainkan juga meningkatkan skill yang nantinya berguna untuk mempersiapkan diri memasuki dunia kerja sehingga dapat memberikan pengalaman dan kompetensi industri bagi mahasiswa. Hal ini merupakan sebuah kebijakan yang dibentuk oleh kementerian Pendidikan dan kebudayaan (permendikbud). Sesuai dengan pasal 18 Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi, ada 2 poin yang menerangkan bahwa masa pembelajaran bagi mahasiswa program sarjana dapat di terapkan dalam kegiatan; 1) mengikuti seluruh proses pembelajaran dalam program studi pada perguruan tinggi sesuai dengan jurusan, dan 2) mengikuti program pembelajaran di dalam program studi atau mengikuti proses belajar di luar program studi.

Dalam rangka mengikuti program magang MB-KM, Penulis menentukan tempat magang di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dindikcapil) Kabupaten Demak yang berlokasi di Jl. Kyai Mugni, Petengan Selatan, Bintoro, Kecamatan Demak, Kabupaten Demak, Jawa Tengah. Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil merupakan unsur penyelenggara urusan pemerintah yang menjadi kewenangan daerah bidang administrasi kependudukan dan pencatatan sipil serta tugas pembantuan yang ditugaskan kepada daerah.

Administrasi menjadi sektor terpenting dalam penyelenggaraan pemerintahan administrasi dan administrasi kependudukan, terutama yang berhubungan langsung dengan publik seperti KTP, KK, Akta Kelahiran, Surat Kependudukan dan berbagai bentuk perizinan. Hal ini penting karena keberadaan pemerintah adalah untuk melayani masyarakat dan tugas Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil merupakan bagian terbesar dari pekerjaan yang terkait dengan pelayanan publik, salah satunya adalah administrasi warga. Maka dari itu, perlu adanya sosialisasi produk Dindukcapil agar setiap Warga Negara Indonesia memiliki dokumen kependudukan yang sah.

Sebagai mahasiswa manajemen, kami dituntut untuk memiliki keahlian di berbagai bidang manajemen seperti manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan, dan juga manajemen operasi. Permasalahan di berbagai bidang seringkali muncul dalam perusahaan ataupun instansi tempat magang, masalah ini tersebar di antara berbagai bagian unit.

Dari berbagai permasalahan di lapangan, urgensi permasalahan yang penting dibahas yakni pada aspek pemasaran sesuai dengan konsentrasi manajemen pemasaran yang penulis ambil sehingga keseluruhan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan dapat diimplementasikan dengan baik, bahwasanya setiap warga negara harus memiliki dokumen kependudukan yang berguna untuk pemenuhan administrasi di berbagai sektor. Namun, faktanya tidak semua warga memiliki dokumen kependudukan yang sah, khususnya masyarakat kabupaten Demak. Seperti femonema pemohon yang berusia lebih dari 17 tahun baru mengajukan pembuatan KTP atau pemohon yang memiliki dokumen

kependudukan namun masa berlakunya sudah lama habis, juga pemohon yang telah lama memiliki permasalahan dokumen kependudukan namun baru diurus ketika dibutuhkan/ ingin digunakan saja

Publikasi informasi mengenai produk Dindukcapil Kabupaten Demak dilakukan melalui sosialisasi, dimana sosialisasi yang dijalankan secara langsung maupun tidak langsung. Namun dari sosialisasi yang dilakukan, pemohon belum maksimal dalam menangkap informasi tersebut. Peralpnya, masih banyak pemohon yang kurang paham terkait persyaratan pembuatan produk dan alur pengajuan dokumen kependudukan. Hal ini menunjukkan permasalahan belum maksimalnya pemahaman pemohon akan produk Dindukcapil dan prosedur, serta persyaratan pembuatannya, sehingga menarik minat penulis untuk meneliti persoalan sosialisasi produk Dindukcapil Kabupaten Demak yang seharusnya dipahami oleh seluruh warga negara khususnya masyarakat kabupaten Demak sehingga seluruh masyarakat Demak memiliki dokumen kependudukan yang sah.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk mengambil judul *“Sosialisasi Produk Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil (Dindukcapil) Kabupaten Demak”*.

1.2 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan penulisan laporan magang ini sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis masalah yang muncul di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dindikcapil) Kabupaten Demak selama penulis melaksanakan magang.
2. Untuk mensosialisasikan produk Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil (Dindikcapil) Kabupaten Demak kepada Masyarakat.
3. Untuk menginformasikan arti penting dari dokumen kependudukan yang wajib dimiliki oleh setiap warga Negara sebagai syarat administratif kewarganegaraan.

1.3 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan magang MB-KM disusun sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Pada bagian pendahuluan penulis menguraikan latar belakang (alasan/ argumen) dari topik yang dipilih sebagai judul laporan magang, tujuan penulisan, dan sistematika penulisan laporan magang MB-KM.

BAB II Profil Organisasi dan Aktivitas Magang

Pada bagian ini penulis menguraikan profil tempat magang yang mencakup gambaran umum, fungsi dan tujuan, visi misi, struktur organisasi, tugas dan tanggung jawab, serta produk Dinas. Sedangkan dalam aktivitas magang, penulis menjabarkan kegiatan-kegiatan selama magang dan tugas yang diberikan supervisor di tempat magang.

BAB III Identifikasi Masalah

Pada bagian identifikasi masalah menjelaskan berbagai temuan masalah yang ada di masing-masing unit fungsional Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Demak dan pemilihan prioritas masalah.

BAB IV Kajian Pustaka

Pada bagian ini menguraikan teori yang dapat digunakan untuk membahas masalah penting yang dipilih dan juga membahas materi-materi yang berkaitan dengan upaya ideal dalam pemecahan masalah di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Demak.

BAB V Metode Pengumpulan dan Analisis Data

Metode pengumpulan data yang digunakan yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi, sedangkan metode analisis data menggunakan studi komparatif yang membandingkan pelaksanaan di lapangan terkait penyelesaian masalah dengan kondisi ideal berbasis teori yang digunakan.

BAB VI Analisis dan Pembahasan

Pada bagian ini penulis menguraikan kembali secara singkat kasus/ masalah penting yang menjadi topik pembahasan yakni “*Sosialisasi Produk Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil (Dindikcapil) Kabupaten Demak*” menggunakan teori atau metode yang relevan.

BAB VII Kesimpulan dan Rekomendasi

Pada bagian ini penulis menyimpulkan pendapat tentang masalah yang dianalisis dan memberikan rekomendasi terkait dengan hasil analisis yang akan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

BAB VIII Refleksi Diri

Dalam bab refleksi diri berisi tentang penjabaran hal-hal positif yang diterima selama perkuliahan yang relevan terhadap pekerjaan selama magang serta menjabarkan tentang manfaat magang terhadap pengembangan *soft-skills* dan kemampuan kognitif. Mengidentifikasi kunci sukses dalam bekerja berdasarkan pengalaman di tempat magang dan memberikan penjabaran mengenai rencana pengembangan diri/ perbaikan, karir, dan pendidikan selanjutnya.



BAB II

PROFIL DINAS DAN AKTIVITAS MAGANG

2.1 Profil Dinas

2.1.1 Gambaran Umum Dinas

Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil mempunyai tugas untuk membantu Bupati mengelola Urusan Pemerintahan di bidang administrasi kependudukan dan pencatatan sipil dan tugas pembantuan di bidang administrasi kependudukan dan pencatatan sipil yang menjadi kewenangan Daerah. Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dindukcapil) Kabupaten Demak berlokasi di Jalan Kyai Mugni, Petengan Selatan, Bintoro, Kecamatan Demak, Kabupaten Demak, Jawa Tengah. Sesuai dengan Peraturan Bupati Demak Nomor 70 Tahun 2021, Dinas dipimpin oleh Kepala Dinas yang berkedudukan dibawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah, namun di Dindukcapil Kabupaten Demak dipimpin oleh Plt. Kepala Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil yakni Ibu Eni Susiani, SE., MH. Dikarenakan Bapak M. Afhan Noor, M.Pd. selaku kepala dinas memasuki masa pensiun atau purna tugas PNS pada tahun 2020.

Dindukcapil memiliki beberapa bidang yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada kepala dinas dengan tugas

masing-masing dalam urusan administrasi Kependudukan dan Pencatatan Sipil, bidang tersebut antara lain Sekretariat, Bidang Pelayanan Pendaftaran Penduduk, Bidang Pelayanan Pencatatan Sipil, dan Bidang Pengelolaan Informasi Administrasi Kependudukan (PIAK) dan Pemanfaatan Data, dimana petugas-petugas tersebut akan melayani konsumen sebagaimana pembagian tugas yang diberikan sesuai bidangnya. Konsumen yang mengajukan permohonan di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil ini disebut sebagai pemohon.

Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dindikcapil) Kabupaten Demak memiliki logo sebagai ciri khas nya dimana di tengah bagian atas logo tersebut terdapat lambang Kabupaten Demak dan pada bagian bawah terdapat tulisan 'Kab. Demak', sebagai berikut:

Gambar 2.1. Logo Dindikcapil Kabupaten Demak



Sumber: Website Dindikcapil Kabupaten Demak

Dindikcapil Kabupaten Demak juga memiliki Motto dan Janji Pelayanan sebagai upaya peningkatan kualitas pelayanan kepada masyarakat. Janji Pelayanan Dindikcapil Kabupaten Demak yaitu “Kami Melayani dengan Setulus Hati” dan Motto Pelayanan Dindikcapil Kabupaten Demak yaitu “Kita Wujudkan Tertib Administrasi Kependudukan”

2.1.2 Fungsi dan Tujuan Dinas

Dindikcapil Kabupaten Demak memiliki tujuan sebagai sumber daya aparatur Negara yang menyelenggarakan administrasi kependudukan dan pencatatan sipil masyarakat kabupaten Demak, Jawa Tengah. Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 pada Berdasarkan Peraturan Bupati Demak Nomor 70 Tahun 2021, Dinas melaksanakan fungsi:

- a. Perumusan kebijakan Bidang Pelayanan Pendaftaran Penduduk, Pelayanan Pencatatan Sipil serta Pengelolaan Informasi Administrasi Kependudukan (PIAK) dan Pemanfaatan Data;
- b. Pelaksanaan kebijakan Bidang Pelayanan Pendaftaran Penduduk, Pelayanan Pencatatan Sipil serta Pengelolaan Informasi Administrasi Kependudukan (PIAK) dan Pemanfaatan Data;
- c. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan Bidang Pelayanan Pendaftaran Penduduk, Pelayanan Pencatatan Sipil serta Pengelolaan

Informasi Administrasi Kependudukan (PIAK) dan Pemanfaatan Data;

- d. Pelaksanaan, pembinaan administrasi dan kesekretariatan kepada seluruh unit kerja di lingkungan Dinas; dan
- e. Pelaksanaan tugas dan fungsi lain yang diberikan oleh Bupati, sesuai tugas dan fungsinya.

2.1.3 Visi dan Misi

Visi dan Misi Dindukcapil Kabupaten Demak mengikuti Visi dan Misi Bupati dan Wakil Bupati Demak Tahun 2021-2024, sebagai berikut:

VISI KABUPATEN DEMAK

“Demak bermartabat, maju dan sejahtera.”

MISI KABUPATEN DEMAK

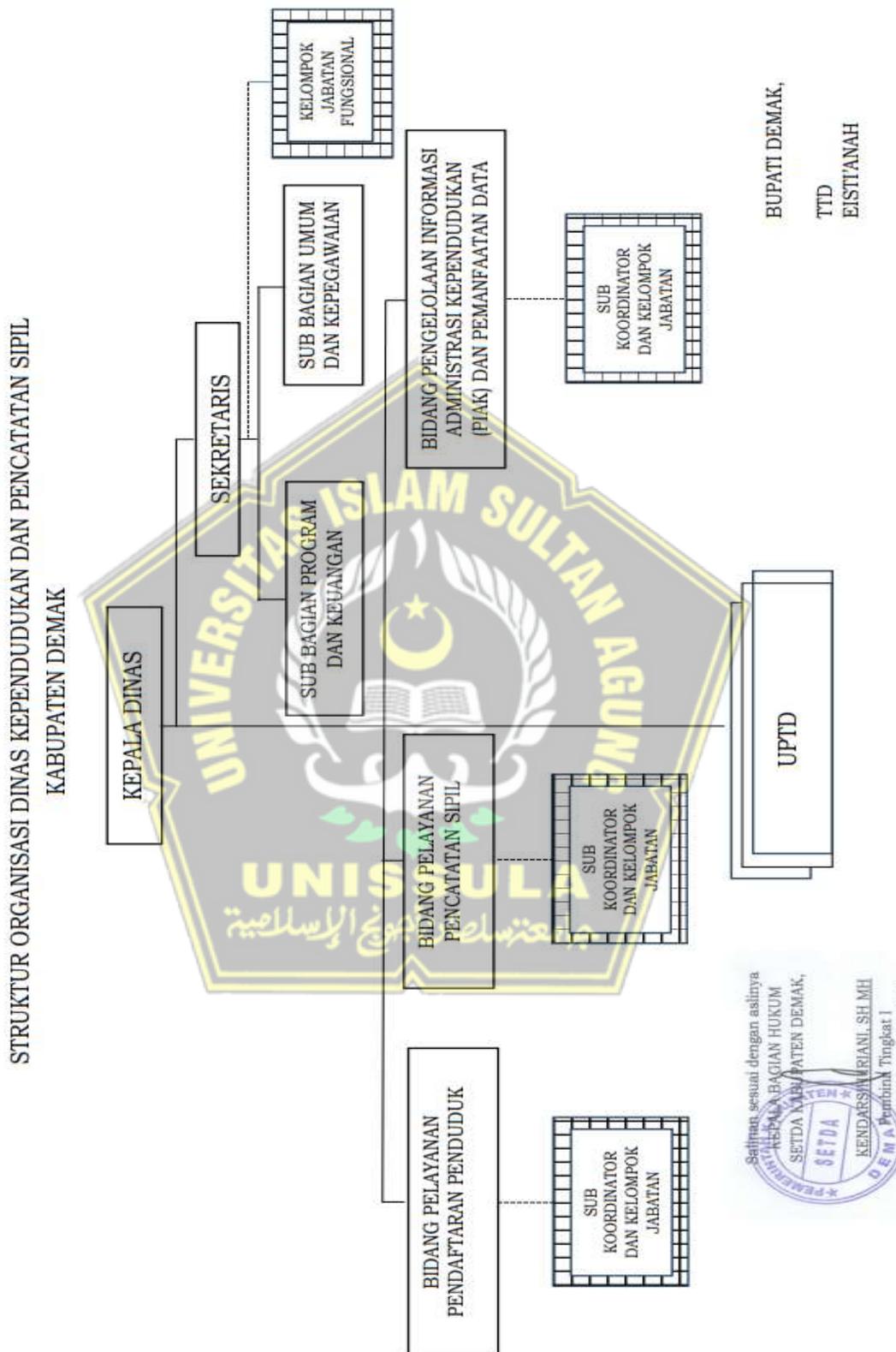
1. Memperkuat tata kelola pemerintahan yang baik, serta kehidupan bermasyarakat yang agamis, kondusif dan berbudaya.
2. Meningkatkan sumber daya manusia, sumber daya alam dan lingkungan hidup yang berkualitas dan berdaya saing.
3. Mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis potensi lokal, membuka lapangan kerja, mengurangi kemiskinan dan pengangguran.

2.1.4 Struktur Organisasi

Dalam Peraturan Bupati Demak Nomor 70 Tahun 2021 pasal 5, Dinas terdiri atas Kepala Dinas, Sekretariat, Bidang Pelayanan Pendaftaran Penduduk, Bidang Pelayanan Pencatatan Sipil, Bidang Pengelolaan Informasi Administrasi Kependudukan (PIAK) dan Pemanfaatan Data, serta Unit Pelaksana Teknis Daerah. Struktur Organisasi Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Demak sebagaimana tercantum dalam bagan berikut:



Gambar 2.2. Bagan struktur organisasi Dindukcapil Kabupaten Demak



Sumber: Peraturan Bupati Demak Nomor 70 Tahun 2021

2.1.5 Tugas dan Tanggung Jawab

Dalam Peraturan Bupati Demak Nomor 70 Tahun 2021 pasal 3, Dinas mempunyai *job* membantu Bupati melaksanakan urusan pemerintahan Bidang Administrasi Kependudukan dan Pencatatan Sipil yang menjadi kewenangan Daerah.

Terdapat beberapa bidang di Dindukcapil Kabupaten Demak, antara lain:

a. Sekretariat

Sekretariat merupakan unsur pembantu pimpinan yang dipimpin oleh sekretaris, serta berada di bawah serta bertanggung jawab kepada Kepala Dinas. Sekretariat mempunyai tugas melaksanakan penyiapan koordinasi pelaksanaan tugas, pembinaan, dan pemberian dukungan administrasi kepada seluruh unit organisasi di lingkungan Dinas. Sekretariat memiliki dua subbagian yakni Subbagian Program dan Keuangan dan Subbagian Umum dan Kepegawaian. Subbagian Program dan Keuangan mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan perumusan kebijakan, koordinasi dan penyusunan program dan keuangan, serta evaluasi dan pelaporan di bidang program dan keuangan. Sedangkan Subbagian Umum dan Kepegawaian mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan perumusan

kebijakan, koordinasi dan pelaksanaan kebijakan, evaluasi dan pelaporan di bidang umum dan kepegawaian.

b. Bidang Pelayanan Pendaftaran Penduduk

Bidang Pelayanan Pendaftaran Penduduk dipimpin oleh Kepala Bidang yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas. Bidang Pelayanan Pendaftaran Penduduk mempunyai tugas melaksanakan penyiapan perumusan kebijakan, koordinasi dan pelaksanaan kebijakan, evaluasi dan pelaporan di Bidang Identitas Penduduk, serta Pindah Datang dan Pendataan Penduduk.

c. Bidang Pelayanan Pencatatan Sipil

Bidang Pelayanan Pencatatan Sipil dipimpin oleh Kepala Bidang yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas. Bidang Pelayanan Pencatatan Sipil mempunyai tugas melaksanakan penyiapan perumusan kebijakan, koordinasi dan pelaksanaan kebijakan, evaluasi dan pelaporan di bidang kelahiran dan kematian, serta perkawinan, perceraian, perubahan status anak dan pewarganegaraan.

d. Bidang Pengelolaan Informasi Administrasi Kependudukan (PIAK) dan Pemanfaatan Data

Bidang Pengelolaan Informasi Administrasi Kependudukan (PIAK) dan Pemanfaatan Data dipimpin oleh Kepala Bidang yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala

Dinas. Bidang Pengelolaan Informasi Administrasi Kependudukan (PIAK) dan Pemanfaatan Data mempunyai tugas melaksanakan penyiapan perumusan kebijakan, koordinasi dan pelaksanaan kebijakan, evaluasi dan pelaporan di Bidang pengelolaan informasi administrasi kependudukan, serta kerjasama dan inovasi pelayanan.

Adapun tugas pokok pelayanan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dindikcapil) Kabupaten Demak adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1. Tugas pokok pelayanan Dindikcapil Kabupaten Demak

No	Koordinator	Sub Koordinator	Tim	Tugas
1	Sekretaris Dinas	Kasubag Umum & Kepegawaian	Petugas Depan	<ul style="list-style-type: none"> - Menerima pemohon & menanyakan keperluannya - Mengarahkan ke web online jika ada pemohon yang bertanya mengenai persyaratan & pengajuan online - Mengarahkan ke medsos (IG & Youtube) jika ada pemohon yang bertanya tentang cara & tutorial pengajuan online - Mengarahkan ke front office jika pemohon sudah membawa data dukung mengurus KK, KTP, AKTA, online data, dll dengan mengambil nomor antrian
			FO Loker Pendaftaran (loket A)	<ul style="list-style-type: none"> - Menerima seluruh pengajuan manual dengan antrean manual maupun antrean online - Mengisi formulir untuk checklist data dukung yang dibawa ke masing

				<p>masing seksi sesuai pengajuan dokumen untuk dikerjakan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jika hanya keperluan mengonlinekan KTP/KK tanpa perlu konsultasi langsung diterima saja dengan mengisi formulir data yang berisi NIK, Nama Lengkap, No KK, No WA yang bisa dihubungi dengan memberikan tanda terima untuk diserahkan kepada pemohon - Formulir tersebut diserahkan kepada loket FO Perubahan data - Jika pemohon mengajukan perubahan data dan keabsahan data maka diarahkan ke loket perubahan data - Jika pemohon ingin melakukan perekaman foto biometrik diarahkan ke loket perekaman
			FO Loket Pengambilan (loket C)	Menyerahkan dokumen yang telah jadi kepada pemohon yang telah mengambil nomor antrian pengambilan
			FO Loket Legalisir	<ul style="list-style-type: none"> - Menerima dokumen yang akan dilegalisir - Memverifikasi data dukung asli - Meminta TTD legalisir kepada pejabat yang berwenang - Menyerahkan kembali dokumen yang telah dilegalisir kepada pemohon di loket pengambilan
			WA Center	<ul style="list-style-type: none"> - Menerima aduan masyarakat melalui WA Center & Kanal pengaduan lainnya - Melakukan komunikasi, koordinasi, dan konsultasi antar bidang sehingga aduan masyarakat bisa terjawab dan terselesaikan - Menginput laporan harian WA Center sehingga kendala bisa diselesaikan oleh bidang yang berwenang - Mengarahkan pemohon untuk mengisi review dan testimoni di google review maupun survei

				kepuasan masyarakat lainnya agar bisa dilakukan monitoring dan evaluasi secara berkala
2	Bidang Pelayanan Pendaftaran Penduduk	Sub Koord Identitas Penduduk	Tim Manual Identitas Penduduk KTP & KIA	<ul style="list-style-type: none"> - Mengerjakan seluruh pengajuan manual bidang identitas penduduk (KK, SKTT, dll) yang telah diverifikasi data dukungnya oleh FO pendaftaran & diparaf/ disetujui sub koordinator/ pejabat yang berwenang sehingga dokumen/ file pdf selesai & sampai di tangan pemohon - Mengerjakan seluruh perubahan elemen data di KK dengan checklist formulir data dukung dari loket perubahan data yang telah diparaf/ disetujui sub koordinator/ pejabat yang berwenang - Melakukan koordinasi antar petugas sehingga dokumen bisa dicetak melalui pelayanan 3 in 1 atau yang sejenis - Membuat surat keabsahan data NIK yang telah divalidasi di SIAK
			Tim Manual Identitas Penduduk KTP & KIA	<ul style="list-style-type: none"> - Mengerjakan seluruh pengajuan pencetakan KTP-EL yang telah diajukan pemohon melalui ajuan manual maupun online - Menyerahkan KTP-EL/ KIA ajuan manual ke loket pengambilan - Merekap & mengirim KTP-EL/ KIA ajuan online melalui ekspedisi - Menerima nomor resi dari ekspedisi sehingga dapat memonitor jika ada keluhan/ kendala dalam pengiriman
			Perekaman Foto	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan perekaman foto biometrik, tanda tangan, dll sesuai data dukung - Menginfokan kepada pemohon bahwa KTP yang datanya PRR (telah siap cetak) akan dicetak & dikirim melalui ekspedisi dengan biaya max Rp. 11.000 -, - Menginfokan kepada pemohon bisa mengecek status data KTP-EL tersebut di web online

				<ul style="list-style-type: none"> - Menginfokan kepada pemohon terkait nomor WA Center & alamat medsos & untuk info terupdate mengenai info kependudukan
			Tim Online Identitas Penduduk	<ul style="list-style-type: none"> - Mengerjakan seluruh pengajuan pendaftaran online pengajuan KK (Kec. Demak & Kec. Guntur) sehingga dokumen/ file pdf selesai & sampai di tangan pemohon - Melakukan koordinasi antar petugas sehingga dokumen bisa dicetak melalui pelayanan 3 in 1 atau yang sejenis - Menerima laporan WA Center dan menyelesaikan kendala yang masuk di bidang pendaftaran penduduk - Input laporan harian pengajuan online sehingga bisa dilakukan monitoring dan evaluasi secara berkala - Mengerjakan surat pindah antar kecamatan secara online
			TPDK 12 Kecamatan	<ul style="list-style-type: none"> - Mengerjakan seluruh pengajuan manual & online bidang identitas penduduk (KK, dll) di masing-masing kecamatan sehingga dokumen/file pdf selesai & sampai di tangan pemohon
			Tim Manual Pindah Datang dan Pendataan Penduduk	<ul style="list-style-type: none"> - Menerima & Mengerjakan seluruh pengajuan manual & online bidang Pindah Datang dan Pendataan Penduduk (perpindahan keluar dan kedatangan, dll) yang telah diverifikasi data dukungannya oleh FO pendaftaran & diparaf/ disetujui sub koordinator/ pejabat yang berwenang sehingga dokumen/ file pdf selesai & sampai di tangan pemohon - Melakukan koordinasi antar petugas sehingga dokumen bisa dicetak melalui pelayanan 3 in 1 atau yang sejenis - Membuat surat keabsahan data NIK yang Telah divalidasi di SIAK

3	Bidang pelayanan Pencatatan Sipil	Sub Koordinator Kelahiran dan Kematian	Tim Manual Kelahiran dan Kematian	<ul style="list-style-type: none"> -Mengerjakan seluruh pengajuan manual bidang Kelahiran dan Kematian (akta lahir, akta mati, dll) yang telah diverifikasi data dukungnya oleh FO pendaftaran & diparaf/ disetujui sub koordinator/ pejabat yang berwenang sehingga dokumen/ file pdf selesai & sampai di tangan pemohon - Mengerjakan seluruh perubahan elemen data di akta lahir dengan checklist formulir data dukung dari loket perubahan data yang telah diparaf/ disetujui sub koordinator/ pejabat yang berwenang -Melakukan koordinasi antar petugas sehingga dokumen bisa dicetak melalui pelayanan 3 in 1 atau yang sejenisdelah -Membuat surat keabsahan data NIK yang Telah divalidasi di SIAK
			Tim Online Kelahiran dan Kematian	<ul style="list-style-type: none"> -Mengerjakan seluruh pengajuan pendaftaran online bidang Kelahiran dan Kematian (akta lahir, akta mati, dll) sehingga dokumen/ file pdf selesai & sampai di tangan pemohon -Melakukan koordinasi antar petugas sehingga dokumen bisa dicetak melalui pelayanan 3 in 1 atau yang sejenis -Menerima laporan WA Center dan menyelesaikan kendala yang masuk di bidang pendaftaran penduduk -Input laporan harian pengajuan online sehingga bisa dilakukan monitoring dan evaluasi secara berkala
			Tim Perkawinan, Perceraian, perubahan status anak dan	<ul style="list-style-type: none"> -Mengerjakan seluruh pengajuan manual bidang Perkawinan, Perceraian, perubahan status anak dan pewarganegaraan (akta perkawinan, akta perceraian, dll) yang telah diverifikasi data dukungnya oleh FO pendaftaran &

			pewarganegaraan	diparaf/ disetujui sub koordinator/ pejabat yang berwenang sehingga dokumen/ file pdf selesai & sampai di tangan pemohon
4	Bidang PIAK dan Pemanfaatan Data	Sub Koord Pengelolaan Informasi Administrasi Kependudukan	FO Loker Perubahan Data	<ul style="list-style-type: none"> - Menerima pengajuan manual perubahan & keabsahan data dan meneruskan ke masing-masing bidang - Perubahan data KK & keabsahan data KK ke bidang Dafduk - Perubahan data akta & keabsahan data akta ke bidang Capil - Kendala data duplikat/ ganda ke bidang PIAK
			Tim Manual PIAK	<ul style="list-style-type: none"> - Menerima penghapusan data duplikat/ganda - Melakukan pepadanan permintaan dat - Mengonlinekan data agar terupdate di lembaga pengguna - Memback up data
			Tim Online PIAK	<ul style="list-style-type: none"> - Mengerjakan seluruh pengajuan online dat sehingga terupdate di lembaga pengguna - Melakukan koordinasi antar petugas sehingga dokumen bisa dicetak melalui pelayanan 3 in 1 atau yang sejenis - Menerima laporan WA Center dan menyelesaikan kendala yang masuk di bidang pendaftaran penduduk - Input laporan harian pengajuan online sehingga bisa dilakukan monitoring dan evaluasi secara berkala
			Tim Arsip	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan kegiatan kearsipan akta & register akta - Melakukan pencarian arsip akta yang dibutuhkan - Melakukan pemeliharaan arsip

Sumber: Kantor Dindikcapil Kabupaten Demak

2.1.6 Produk Dinas

Produk Pelayanan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dindikcapil) Kabupaten Demak yakni sebagai berikut:

Tabel 2.2. Produk Dindikcapil Kabupaten Demak

NO	PRODUK LAYANAN	JANGKA WAKTU	BIAYA	MASA BERLAKU
1.	KTP Elektronik	24 Jam	Rp. 0,-	Seumur Hidup
2.	Kartu Identitas Anak (KIA)	24 Jam	Rp. 0,-	0-17 Tahun Kurang 1 Hari
3.	Kartu Keluarga (KK)	24 Jam	Rp. 0,-	Seumur Hidup
4.	Akta Kelahiran	24 Jam	Rp. 0,-	Seumur Hidup
5.	Akta Kematian	24 Jam	Rp. 0,-	Selamanya
6.	Akta Perkawinan	24 Jam	Rp. 0,-	Selamanya
7.	Akta Perceraian	24 Jam	Rp. 0,-	Selamanya
8.	Akta Pengakuan Anak	24 Jam	Rp. 0,-	Selamanya
9.	Akta Pengesahan Anak	24 Jam	Rp. 0,-	Selamanya
10.	Surat Keterangan Pindah Keluar	24 Jam	Rp. 0,-	Sesuai Kebutuhan
11.	Surat Keterangan Pindah Datang	24 Jam	Rp. 0,-	Sesuai Kebutuhan

12.	Surat Keterangan Tanda Identitas	24 Jam	Rp. 0.,-	Sampai dengan diterbitkan KTP Elektronik
13.	Surat Keterangan Tempat Tinggal	24 Jam	Rp. 0.,-	5 Tahun
14.	Surat Keterangan Datang Dari Luar Negeri	24 Jam	Rp. 0.,-	Sampai dengan dokumen adminduk diterbitkan kembali
15.	Surat Keterangan Pindah Ke Luar Negeri	24 Jam	Rp. 0.,-	Sampai dengan pemohon kembali lagi ke Indonesia dan melaporkan kedatangan
16.	Surat Keterangan Pelepasan Kewarganegaraan Indonesia	24 Jam	Rp. 0.,-	Sampai dengan pemohon melaporkan pencatatan perubahan status kewarganegaraan dari WNI menjadi Warga Negara Asing di luar Wilayah NKRI
17.	Surat Keterangan Pembatalan Perceraian	24 Jam	Rp. 0.,-	Sampai dengan diterbitkan Akta Perceraian
18.	Surat Keterangan Pembatalan Perkawinan	24 Jam	Rp. 0.,-	Sampai diterbitkan dokumen kependudukan

				tentang perubahan statusnya
19.	Surat Keterangan Lahir Mati	24 Jam	Rp. 0.,-	Selamanya
20.	Surat Keterangan Kelahiran	24 Jam	Rp. 0.,-	Sampai dengan diterbitkan Akta Kelahiran
21.	Surat Keterangan Kematian	24 Jam	Rp. 0.,-	Sampai dengan diterbitkan Akta Kematian
22.	Surat Keterangan Pengangkatan Anak	24 Jam	Rp. 0.,-	Sampai dengan diterbitkan Akta Pengangkatan Anak
23.	Surat Keterangan Pencatatan Sipil	24 Jam	Rp. 0.,-	Selamanya sepanjang tidak ada perubahan dokumen

Sumber: Kantor Dindikcapil Kabupaten Demak

Adapun persyaratan pengajuan dokumen kependudukan yang harus disiapkan oleh pemohon berbeda-beda, disesuaikan dengan produk dindikcapil yang diminta, yakni sebagai berikut:

1. Persyaratan Pengajuan KTP Elektronik

A. Penerbitan KTP-el Baru

- 1) Formulir permohonan yang telah diisi lengkap
- 2) Telah berusia 17 tahun, sudah kawin atau pernah kawin
- 3) Kartu Keluarga

B. Penerbitan KTP-el Karena Perubahan Data

- 1) Formulir permohonan yang telah diisi lengkap
- 2) Kartu Keluarga
- 3) KTP-el lama
- 4) Surat keterangan atau bukti perubahan kependudukan

C. Penerbitan KTP-el Karena Hilang

- 1) Formulir permohonan yang telah diisi lengkap
- 2) Surat keterangan hilang dari kepolisian
- 3) Kartu Keluarga

D. Penerbitan KTP-el Karena Rusak

- 1) Formulir permohonan yang telah diisi lengkap
- 2) KTP-el yang rusak
- 3) Kartu Keluarga

2. Persyaratan Pengajuan Kartu Identitas Anak (KIA)

A. Penerbitan KIA Baru

- 1) Formulir permohonan yang telah diisi lengkap
- 2) Foto kutipan akta kelahiran dan menunjukkan asli
- 3) Kartu Keluarga orang tua atau wali
- 4) Pas foto berwarna ukuran 2 x 3 (2 lembar) untuk anak usia > 5 tahun

B. Penerbitan KIA Karena Hilang

- 1) Formulir permohonan yang diisi lengkap
- 2) Surat keterangan hilang dari kepolisian
- 3) Kartu Keluarga

C. Penerbitan KIA Karena Rusak

- 1) Formulir permohonan yang telah diisi lengkap
- 2) KIA yang rusak
- 3) Kartu Keluarga

D. Penerbitan KIA Karena Pindah

- 1) Formulir permohonan yang telah diisi lengkap
- 2) Surat keterangan pindah WNI (SKPWNI)
- 3) Kartu Keluarga

3. Persyaratan Pengajuan Kartu Keluarga (KK)

A. Penerbitan Kartu Keluarga Baru

- 1) Formulir permohonan yang telah diisi lengkap
- 2) Buku nikah atau kutipan akta perkawinan atau kutipan akta perceraian
- 3) Surat keterangan pindah atau surat keterangan pindah datang bagi penduduk yang pindah dalam wilayah NKRI
- 4) Surat keterangan pengganti tanda identitas bagi penduduk rentan administrasi kependudukan

B. Penerbitan Kartu Keluarga Karena Perubahan Data

- 1) Formulir permohonan yang telah diisi lengkap
- 2) Kartu Keluarga lama
- 3) Surat keterangan atau bukti perubahan peristiwa kependudukan dan peristiwa penting

C. Penerbitan Kartu Keluarga Karena Hilang

- 1) Formulir permohonan yang telah diisi lengkap
- 2) Surat keterangan hilang dari kepolisian
- 3) KTP-el

D. Penerbitan Kartu Keluarga Karena Rusak

- 1) Formulir permohonan yang telah diisi lengkap
- 2) Kartu Keluarga yang rusak
- 3) KTP -e l

4. Persyaratan Pengajuan Akta Kelahiran

A. pencatatan kelahiran WNI

- 1) Formulir pelaporan yang telah diisi lengkap
- 2) Surat keterangan kelahiran dari rumah sakit atau bidan/ desa
- 3) Buku nikah/ kutipan akta perkawinan atau bukti lain yang sah
- 4) Kartu Keluarga
- 5) KTP-el pelapor dan saksi
- 6) Saksi kelahiran
- 7) Jika pelapor bukan orang tua kandung dilengkapi dengan surat kuasa

B. Pencatatan Kelahiran WNI Yang Tidak Diketahui Asal-usulnya

- 1) Formulir pelaporan yang telah diisi lengkap
- 2) BAP kepolisian untuk bayi baru lahir atau SPTJM dari pengasuh untuk selain bayi

C. Pencatatan Kelahiran Orang Asing

- 1) Formulir pelaporan yang telah diisi lengkap

- 2) Surat keterangan kelahiran
- 3) Dokumen perjalanan
- 4) KTP-el atau kartu izin tinggal tetap/ kartu izin tinggal terbatas/
Visa kunjungan

5. Persyaratan Pengajuan Akta Kematian

Pencatatan Kematian

- 1) Formulir pelaporan yang telah diisi lengkap
 - 2) Surat kematian
 - 3) KTP-el yang meninggal
 - 4) KTP-el pelapor
 - 5) KTP-el saksi
 - 6) KK asli yang meninggal
 - 7) Apabila yang melaporkan bukan ahli waris maka dilengkapi surat kuasa
 - 8) Dokumen perjalanan Republik Indonesia bagi WNI bukan penduduk atau dokumen perjalanan bagi orang asing
6. persyaratan pengajuan akta perkawinan

A. Pencatatan Perkawinan Penduduk WNI

- 1) Formulir pelaporan yang telah diisi lengkap
- 2) Surat keterangan dari kelurahan/ desa
- 3) Surat keterangan telah terjadinya perkawinan dari pemuka agama atau penghayat kepercayaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa
- 4) Foto berwarna suami dan istri

- 5) Kartu Keluarga
- 6) KTP-el
- 7) Bagi janda atau duda karena cerai mati melampirkan akta kematian pasangannya
- 8) Bagi janda atau duda cerai hidup melampirkan akta perceraian
- 9) Surat izin dari komandan bagi anggota TNI atau Polri

B. pencatatan perkawinan orang asing

- 1) Formulir pelaporan yang telah diisi lengkap
- 2) Surat keterangan telah terjadinya perkawinan dari pemuka agama atau penghayat kepercayaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa
- 3) Pas foto berwarna suami dan istri
- 4) Dokumen perjalanan
- 5) SKTT bagi pemegang kartu keluarga
- 6) Kartu keluarga
- 7) KTP-el
- 8) Izin dari negara atau perwakilan negaranya

7. Persyaratan Pengajuan Akta Perceraian

Pencatatan Perceraian

- 1) Formulir pelaporan yang telah diisi lengkap
- 2) Surat pengantar dari panitera pengadilan negeri yang menyatakan putusan telah berkekuatan hukum tetap
- 3) Salinan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap

- 4) Kutipan akta perkawinan
- 5) Kartu Keluarga
- 6) KTP-el

8. Persyaratan Pengajuan Akta Pengakuan Anak

Pencatatan Pengakuan Anak

- 1) Formulir pelaporan yang telah diisi lengkap
- 2) Surat pernyataan pengakuan anak dari ayah biologis yang disetujui oleh ibu kandung atau penetapan pengadilan mengenai pengakuan anak jika ibu kandung orang asing
- 3) Surat keterangan telah terjadinya perkawinan dari pemuka agama atau penghayat kepercayaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa
- 4) Kutipan akta kelahiran anak
- 5) Kartu keluarga ayah atau ibu
- 6) KTP-el atau
- 7) Dokumen perjalanan bagi ibu kandung orang asing

9. Persyaratan Pengajuan Akta Pengesahan Anak

A. Pencatatan Pengesahan Anak Bagi Penduduk WNI

- 1) Formulir pelaporan yang telah diisi lengkap
- 2) Kutipan akta kelahiran
- 3) Kutipan akta perkawinan yang menerangkan terjadinya peristiwa perkawinan agama atau kepercayaan terhadap tuhan yang maha esa terjadi sebelum kelahiran anak
- 4) Kartu Keluarga orang tua

5) KTP-el

B. Pencatatan Pengesahan Anak Bagi Penduduk Orang Asing

1) Formulir pelaporan yang telah diisi lengkap

2) Kutipan akta kelahiran

3) Kutipan akta perkawinan yang menerangkan terjadinya peristiwa perkawinan agama atau kepercayaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa terjadi sebelum kelahiran anak

4) Kartu Keluarga orang tua

5) Dokumen perjalanan bagi ayah atau ibu orang asing

10. Persyaratan Pengajuan Surat Keterangan Pindah Keluar

1) Formulir permohonan yang telah diisi lengkap

2) KTP-el

3) Surat nikah atau akta perceraian

4) Surat pernyataan pindah domisili bermaterai cukup

11. Persyaratan Pengajuan Surat Keterangan Pindah Datang

1) Formulir permohonan yang telah diisi lengkap

2) Surat keterangan pindah WNI (SKPWNI) dari daerah asal

3) KTP-el

4) Kartu Keluarga yang akan ditumpangi

5) Surat nikah atau akta perceraian

12. Persyaratan Pengajuan Surat Keterangan Tanda Identitas

1) Formulir permohonan yang telah diisi lengkap

2) Surat pengantar dari RT atau RW

- 3) Dokumen atau bukti peristiwa kependudukan dan peristiwa penting
- 4) Ijazah terakhir

13. Persyaratan Pengajuan Surat Keterangan Tempat Tinggal

- 1) Formulir permohonan yang telah diisi lengkap
- 2) Surat permohonan dari perusahaan tempat kerja
- 3) Surat izin tinggal terbatas dari Kemenkumham
- 4) Paspor
- 5) Surat tanda lapor dari polres
- 6) Biodata diri
- 7) Surat keterangan dari desa yang ditinggali
- 8) Pas foto berwarna 3 x 4 sebanyak 2 lembar

14. Persyaratan Pengajuan Surat Keterangan Datang Dari Luar Negeri

- 1) Dokumen perjalanan Republik Indonesia
- 2) Surat keterangan pindah dari perwakilan Republik Indonesia
(dikecualikan bagi WNI yang sudah memiliki NIK)

15. Persyaratan Pengajuan Surat Keterangan Pindah Ke Luar Negeri

- 1) Formulir permohonan yang telah diisi lengkap
- 2) Kartu Keluarga
- 3) KTP-el
- 4) Dokumen perjalanan
- 5) Kartu izin tinggal tetap

16. Persyaratan Pengajuan Surat Keterangan Pelepasan Kewarganegaraan

Indonesia

Pencatatan Surat Keterangan Pelepasan Status Kewarganegaraan
Indonesia

- 1) Formulir pelaporan yang telah diisi lengkap
- 2) Surat keterangan pelepasan kewarganegaraan indonesia yang diterbitkan oleh Kemenkumham
- 3) Surat keterangan penarikan dokumen perjalanan oleh kedutaan atau imigrasi

4) Akta pencatatan sipil

5) Kartu Keluarga

6) KTP-el

17. Persyaratan Pengajuan Surat Keterangan Pembatalan Perceraian

Pencatatan Pembatalan Perceraian

1) Formulir pelaporan yang telah diisi lengkap

2) Salinan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap

3) Kutipan akta perceraian

4) Kartu Keluarga

5) KTP-el

18. Persyaratan Pengajuan Surat Keterangan Pembatalan Perkawinan

Pencatatan Pembatalan Perkawinan

1) Formulir pelaporan yang telah diisi lengkap

2) Salinan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap

- 3) Kutipan atau perkawinan
- 4) Kartu Keluarga
- 5) KTP-el

19. Persyaratan Pengajuan Surat Keterangan Lahir Mati

Pencatatan Lahir Mati

- 1) Formulir pelaporan yang telah diisi lengkap
- 2) Surat keterangan lahir mati atau tidak pernyataan dari orang tua kandung atau wali bagi yang tidak memiliki surat keterangan lahir mati

20. Persyaratan Pengajuan Surat Keterangan Kelahiran

- 1) Formulir pelaporan yang telah diisi lengkap
- 2) Surat keterangan kelahiran dari rumah sakit atau desa
- 3) Buku nikah atau kutipan akta perkawinan atau bukti lain yang sah
- 4) Kartu keluarga
- 5) KTP-el
- 6) Apabila yang mengajukan bukan orang tua kandung maka dilengkapi surat kuasa

21. Persyaratan Pengajuan Surat Keterangan Kematian

- 1) Formulir pelaporan yang telah diisi lengkap
- 2) Surat kematian dari rumah sakit atau desa
- 3) Kartu Keluarga
- 4) Apabila yang melaporkan bukan ahli waris maka dilengkapi dengan surat kuasa

- 5) Dokumen perjalanan Republik Indonesia bagi WNI bukan penduduk atau dokumen perjalanan bagi orang asing

22. Persyaratan Pengajuan Surat Keterangan Pengangkatan Anak

Pencatatan Pengangkatan Anak

- 1) Formulir pelaporan yang telah diisi lengkap
- 2) Salinan penetapan pengadilan
- 3) Kutipan akta kelahiran anak
- 4) Kartu keluarga orang tua angkat
- 5) KTP-el atau
- 6) Dokumen perjalanan bagi orang tua angkat orang asing

23. Persyaratan pengajuan surat keterangan pencatatan sipil

- Sesuai dengan persyaratan dokumen kependudukan yang diajukan

2.2 Aktivitas Magang

Kegiatan magang program merdeka belajar kampus merdeka (MB-KM) dilaksanakan dalam jangka waktu kurang dari 5 (lima) bulan, dimulai dari tanggal 14 Februari 2022 sampai dengan 18 Juni 2022. Tempat magang yang penulis pilih berlokasi di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dindikpail) Kabupaten Demak berlokasi di Jalan Kyai Mugni, Petengan Selatan, Bintoro, Kecamatan Demak, Kabupaten Demak, Jawa Tengah. Selama proses magang Mahasiswa mengikuti peraturan yang diterapkan dinas kepada pegawainya seperti jadwal masuk dan pulang kantor, jadwal istirahat, maupun seragam yang digunakan ketika di kantor. Jadwal masuk kantor untuk mahasiswa

magang yakni 5 hari kerja, dari hari Senin sampai Jum'at dengan jam masuk kantor pukul 07:30 WIB dan jam pulang pukul 15:30 WIB, pengecualian untuk hari Jum'at yakni jam pulang magang pada pukul 15.00 WIB dan setiap hari Senin dilaksanakan apel pagi di depan gedung Dindukcapil Kabupaten Demak sebelum jam 07.30 WIB. Jadwal istirahat kantor bagi mahasiswa magang pada hari Senin sampai Kamis yakni pukul 12.00 WIB dan masuk kembali pada pukul 13.00 WIB, namun ada perbedaan jam istirahat pada hari Jum'at yakni pukul 11.30 WIB – 13.30 WIB dikarenakan kewajiban umat muslim untuk menunaikan sholat jum'at. Untuk pelaksanaan magang selama bulan Ramadhan terdapat perbedaan jam pulang kantor, yakni pada hari Senin sampai Kamis jam pulang kantor menjadi pukul 14.45 WIB dan pada hari Jum'at menjadi pukul 11.00 WIB.

Jabatan yang diberikan kepada mahasiswa magang yakni sebagai petugas Pelayanan Administrasi Kependudukan yang bertanggungjawab kepada dosen supervisor. Kegiatan selama magang yang diberikan kepada mahasiswa yakni terkait urusan kesekretariatan, pengerjaan dokumen kependudukan dari penginputan data hingga tercetaknya dokumen yang diminta oleh pemohon, serta pelayanan kepada pemohon baik secara langsung atau tatap muka yang melatih softskill mahasiswa maupun secara daring melalui pengajuan online di website. Dalam melaksanakan aktivitas magang, menggunakan sistem rolling job tiap minggunya untuk lima bagian agar ilmu dan praktik kerja didapatkan secara menyeluruh, dimana di setiap bagian terdapat pegawai yang mengajarkan operasional kerjanya atau disebut dengan sistem work shadowing yang merupakan kegiatan belajar langsung dari seseorang yang memiliki keahlian dalam pekerjaan

tertentu dengan cara memerhatikan, mengobservasi, bertanya, dan dibimbing langsung caranya melakukan pekerjaan tersebut. Aktivitas magang mahasiswa diarahkan dan diawasi oleh dosen supervisor yaitu Ibu Lina Wulandari, SE., MM. yang menjabat sebagai Kepala Subbagian Umum dan Kepegawaian di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Demak yang bertanggungjawab terhadap mahasiswa magang Unissula selama melakukan aktivitas magang di kantor. Adapun detail aktivitas yang dilakukan mahasiswa selama di tempat magang sebagai berikut:

a. Sekretariat

Menerima surat masuk dan keluar, entri surat masuk dan keluar di buku agenda & Aplikasi SIMARDI, menyerahkan surat ke kepala dinas untuk disposisi, menyerahkan disposisi kepada bidang terkait, mengagendakan jadwal acara Dindukcapil di Schedule Board, membantu pekerjaan pegawai retype daftar hadir, mengantar surat keluar dinas, menghubungi pemohon KIA kolektif yang berkasnya telah selesai diproses melalui WA center.

b. Bidang Pelayanan Pendaftaran Penduduk

Mencetak KIA (Kartu Identitas Anak) pemohon loket dan kolektif, mencetak KTP (Kartu Tanda Penduduk), pelayanan admin KIA Online & verifikasi data, mengajukan TTE (Tanda Tangan Elektronik) dan verifikasi pengajuan.

c. Bidang Pelayanan Pencatatan Sipil

Input data untuk pembuatan akta kelahiran baru, input data untuk register akta kelahiran dan kematian, mencetak Register Akta Kelahiran dan Akta Kematian, pengajuan berkas akta kepada kepala bidang Catatan Sipil.

d. Bidang Pengelolaan Informasi Administrasi Kependudukan (PIAK) dan Pemanfaatan Data

Verifikasi pengajuan Akta Kelahiran Online, dan verifikasi pengajuan ktp online di aplikasi Amanda

e. *Front Office*

Lagalisir berkas yang diajukan pemohon, pengajuan berkas kepala bidang terkait, perekaman E-KTP, Pengecekan Berkas dari pemohon, mencari berkas yang diminta pemohon sesuai bidangnya seperti KK; Akta; dan Surat Pindah, serta menyerahkan dokumen kependudukan kepada pemohon, input data pemohon di SIAK (Sistem Informasi Administrasi Kependudukan) bagi yang akan perekaman E-KTP.



BAB III

IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah disusun, terdapat beberapa masalah yang teridentifikasi di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Demak, dimana masalah tersebut datang dari berbagai aspek. Pada bab ini penulis akan menjabarkan masalah yang terjadi di Dindikcapil Kabupaten Demak dari sudut pandang berbagai aspek manajemen dan mengambil satu prioritas masalah.

3.1 Identifikasi Masalah

3.1.1 Aspek Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membangun, membentuk, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi dalam jangka panjang. Adapun Kinerja pemasaran merupakan ukuran prestasi yang diperoleh dari aktivitas proses pemasaran secara menyeluruh dari sebuah organisasi atau perusahaan. Selain itu, kinerja pemasaran juga dapat dipandang sebagai sebuah konsep yang digunakan untuk mengukur sampai sejauh mana prestasi pasar yang telah dicapai oleh suatu produk yang dihasilkan perusahaan (Salindeho & Mandey, 2018).

Masalah pada aspek pemasaran di Dindikcapil Kabupaten Demak meliputi kurangnya informasi yang ditangkap masyarakat akan produk Dindikcapil, kurangnya pemahaman pemohon akan persyaratan berkas yang diajukan, media sosial kurang terekspos, serta kurangnya pemahaman masyarakat terkait pelayanan dindikcapil secara online. Hal tersebut menjadi masalah pada aspek pemasaran di Dindikcapil Kabupaten Demak karena minimnya pemahaman masyarakat akan pembuatan produk dan prosedur pengajuan dokumen kependudukan, menyebabkan pengadaan dokumen kependudukan yang seharusnya dimiliki setiap warga negara menjadi terhambat.

3.1.2 Aspek Manajemen SDM (Sumber Daya Manusia)

Manajemen Sumber daya manusia adalah suatu proses yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pemimpin dan pengendalian kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan analisis pekerjaan, evaluasi pekerjaan, pengembangan, pengadaan, kompensasi, promosi, dan pemutusan hubungan kerja guna mencapai tujuan yang ditetapkan (Padri, 2021). Sumber Daya Manusia merupakan kunci keberhasilan dalam menyelenggarakan suatu pembangunan guna memperlancar pencapaian sasaran pembangunan nasional antara lain kualitas manusia dan masyarakat Indonesia serta disiplin nasional yang merupakan perwujudan kepatuhan kepada hukum Negara dan norma-norma yang berlaku dalam masyarakat (Ritonga & Nasri, 2021).

Masalah pada aspek SDM (Sumber Daya Manusia) di Dindikcapil Kabupaten Demak meliputi kuantitas SDM tidak sesuai dengan target kerja yang banyak sehingga pemrosesan berkas membutuhkan waktu yang lama, keterlambatan karyawan masuk kantor yang berdampak pada menumpuknya tugas-tugas kantor yang harus diselesaikan, ada beberapa *missed communication* antar pegawai satu bidang yang seharusnya kooperatif dalam menyelesaikan tugas untuk melayani pemohon, ada beberapa pegawai yang kurang memahami alur & ketentuan pengerjaan berkas yang dibutuhkan pemohon, penguasaan pegawai yang kurang akan bahasa asing saat melayani pemohon WNA (Warga Negara Asing) sehingga komunikasi bisa berjalan jika menggunakan alat bantu penerjemah atau dengan isyarat, adanya kesalahan input data untuk pembuatan produk sehingga menambah *job* untuk mengganti data yang baru, dan juga pelayanan terkadang memakan waktu lama sehingga banyak pemohon yang komplain. Hal ini merupakan masalah akan perlunya peningkatan kualitas SDM Dindikcapil Kabupaten Demak karena SDM yang unggul merupakan cerminan organisasi yang profesional sehingga pekerjaan terselesaikan dengan efektif dan efisien.

3.1.3 Aspek Keuangan

Manajemen keuangan adalah pengelolaan uang dalam suatu organisasi, baik itu instansi pemerintah, sekolah, bank, rumah sakit, perusahaan, atau entitas lain. Manajemen keuangan adalah proses

pengambilan keputusan yang menggunakan data akuntansi untuk membantu perusahaan dalam mencapai tujuan mereka (Pohan, 2022)

Masalah pada aspek keuangan di Dindukcapil Kabupaten Demak yakni pengadaan fasilitas yang belum terealisasi karena belum ada perencanaan anggaran dari pusat, misal untuk pengadaan ADM (Anjungan Dukcapil Mandiri) yaitu alat pencetak kartu dan berkas kependudukan yang didistribusikan ke kecamatan hanya ada 2 di Demak yaitu di kecamatan Mranggen dan Gajah, fasilitas ini terbatas karena pada tahun ini pemerintah pusat belum bisa mengalokasikan dana untuk pembelian ADM yang diestimasi harganya tidak murah. Hal ini menjadi masalah karena dapat menghambat pengadaan dokumen kependudukan bagi wilayah demak tertentu yang berlokasi jauh dari kantor Dindukcapil Kabupaten Demak.

3.1.4 Aspek Operasional

Manajemen operasional adalah suatu petunjuk sistematis dan pengawasan terhadap proses perubahan sumber daya menjadi suatu produk jadi yang bernilai dan bermanfaat bagi pelanggan. Kualitas perusahaan juga perlu diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Perusahaan perlu menjalankan manajemen operasional dengan tepat, sebab biaya terbesar dikeluarkan perusahaan untuk aktivitas operasional (Vivi Widyanti, 2019).

Masalah pada aspek operasional di Dindukcapil Kabupaten Demak meliputi *over printed* kartu karena hasil cetakan yang tidak baik, kartu yang cacat perlu dicetak ulang hingga produk menghasilkan kualitas yang baik, film alat cetak yang sering *error* menyebabkan pegawai harus mengecek alat cetak terus menerus sehingga penyelesaian job terhambat, printer yang sering macet di bidang Capil (Catatan Sipil) menyebabkan proses cetak register akta tidak maksimal yang berdampak pada waktu cetak lama ataupun berkas harus dicetak ulang karena tinta tidak bagus, pengadaan blangko KTP dari pusat yang lama sehingga ketika pemohon mengajukan pembuatan KTP tidak bisa segera diproses, hal ini juga menyebabkan adanya *idle time* bagi pegawai di bidang tersebut, SIAK (Sistem Informasi Administrasi Kependudukan) & Pelayanan admin online terkadang mengalami trouble menyebabkan terhambatnya efektifitas kerja untuk menyelesaikan pengaduan ataupun pengajuan online dari pemohon, terkadang ada kendala pengiriman berkas melalui ekspedisi seperti berkas yang lama tidak sampai ke alamat tujuan. Hal ini menjadi masalah pada operasional Dindukcapil Kab. Demak karena operasional yang tidak berjalan sesuai perencanaan akan menghambat proses pelayanan dokumen kependudukan kepada pemohon.

3.2 Masalah dan Rencana Penyelesaian Masalah

3.2.1 Masalah: Belum Maksimalnya Pemahaman Pemohon akan Produk Dindukcapil dan Persyaratan serta Prosedur Pembuatannya

Urgensi pengadaan administrasi kependudukan menjadi sektor terpenting dalam penyelenggaraan administrasi negara, terutama yang berhubungan langsung dengan publik seperti KTP, KK, Surat Kependudukan dan berbagai bentuk perizinan. Hal ini penting karena keberadaan pemerintah pusat dan daerah adalah untuk melayani masyarakat dan birokrasi merupakan bagian terbesar dari pekerjaan yang terkait dengan pelayanan publik, salah satunya adalah administrasi warga negara.

Masalah yang penting dibahas adalah aspek pemasaran, dimana pemasaran produk Dindukcapil Kabupaten Demak ini melalui sosialisasi, yakni sosialisasi secara langsung maupun melalui media sosial. Sosialisasi secara langsung dilakukan dengan mengumpulkan target sosialisasi di suatu tempat kemudian diberi penyuluhan dengan tema tertentu, cara lainnya dengan pembagian brosur atau *merchandise* kepada pemohon, serta sosialisasi melalui sosial media via instagram, whatsapp, dan facebook. Namun dari sosialisasi yang dilakukan, masih saja banyak pemohon yang tidak paham akan alur pembuatan produk yang diajukan dan berkas persyaratan pembuatan produk. Hal ini mengakibatkan pengadaan dokumen kependudukan yang seharusnya dimiliki seluruh masyarakat menjadi terhambat.

Hakikatnya, setiap warga negara harus memiliki dokumen kependudukan yang berguna untuk pemenuhan administrasi di berbagai sektor. Namun, fakta di lapangan tidak semua warga memiliki dokumen kependudukan yang sah, seperti fomonema pemohon yang berusia lebih dari 17 tahun baru mengajukan pembuatan KTP (Kartu Tanda Penduduk) atau pemohon yang sudah memiliki dokumen kependudukan namun masa berlakunya sudah lama habis dan tidak segera diperbarui, juga pemohon yang telah lama memiliki permasalahan dokumen kependudukan namun baru diurus ketika dibutuhkan/ ingin digunakan saja. Alur dan persyaratan pembuatan berkas juga harus diperhatikan oleh pemohon yang akan mengajukan pembuatan produk, pasalnya tidak sedikit pemohon yang salah mengambil nomor loket yang seharusnya, contohnya pemohon yang ingin melakukan perekaman E-KTP seharusnya langsung mengambil antrian loket D, tidak perlu menuju loket A/ pendaftaran terlebih dahulu. Persyaratan berkas yang harus dibawa sebelum perekaman E-KTP adalah fotocopy Kartu Keluarga, namun ada yang membawa KK asli atau bahkan tidak membawa berkas persyaratan yang pada akhirnya pemohon harus meninggalkan loket untuk memenuhi berkas persyaratan terlebih dahulu dan kembali mengantri jika berkas persyaratan yang dibawa sudah lengkap.

Fenomena diatas menunjukkan belum maksimalnya pemahaman pemohon Kabupaten Demak akan produk Dindukcapil dan prosedur serta persyaratan pembuatannya.

3.2.2 Rencana Penyelesaian Masalah

Berdasarkan permasalahan yang dipilih, yakni belum maksimalnya pemahaman pemohon Kabupaten Demak akan produk Dindukcapil dan prosedur serta persyaratan pembuatannya, maka penulis menyusun rencana penyelesaian masalah pada sub bab ini, yang selanjutnya akan dikaji lebih dalam pada bab pembahasan. Model rencana penyelesaian masalah adalah sebagai berikut:



Wawancara dilakukan kepada pegawai Dindukcapil Kab. Demak dan 2 orang pemohon yang pernah mengajukan permintaan dokumen di Dindukcapil Kab. Demak dengan hasil wawancara sebagai berikut:

Tabel 3.1. Hasil wawancara dengan pegawai Dindukcapil Kab. Demak

Nama Narasumber : Ibu Luthfiana Nugrahaningtyas, SE., MM.		
Jabatan : Kasi Kerjasama dan Inovasi Pelayanan		
No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana pendapat ibu terkait masalah belum maksimalnya pemahaman pemohon akan produk	Pemohon Kab. Demak berasal dari berbagai tingkat kalangan yakni menengah ke bawah dan menengah ke atas. Kalangan menengah keatas memiliki

	Dindukcapil Kab. Demak dan persyaratan serta prosedur pembuatannya? Apa penyebabnya?	pemahaman yang cukup karena sudah menjangkau media elektronik dimana sosialisasi produk dindukcapil dan persyaratan serta prosedur pembuatannya dipublikasikan berupa postingan maupun video. Namun, untuk pemohon kalangan menengah ke bawah sosialisasi dilakukan secara <i>on the spot</i> dengan peserta beberapa orang saja karena mengingat anggaran yang terbatas sehingga pemahaman pemohon akan produk Dindukcapil belum menyeluruh
2.	Apakah ada sosialisasi khusus terkait produk Dindukcapil Kab. Demak dan persyaratan serta prosedur pembuatannya?	Ada, program sosialisasi tentang produk Dindukcapil Kab. Demak dan menyangkut peraturan perundang-undangan
3.	Siapa saja target sosialisasi?	Target sosialisasi secara khusus yaitu warga Demak dan secara luas semua masyarakat yang membutuhkan pelayanan Dindukcapil dari lintas kalangan, baik kalangan atas dan ke bawah
4.	Frekuensi sosialisasi dalam 1 tahun?	Sosialisasi secara langsung dilakukan 3-6 kali dalam setahun di tempat yang sudah dianggarkan. Sosialisasi melalui media sosial dilakukan hampir setiap hari jika ada event, produk, atau informasi terbaru
5.	Menurut ibu, bagaimana pemahaman masyarakat setelah adanya sosialisasi?	Daya tangkap masyarakat terkait informasi dari sosialisasi berbeda-beda. Masyarakat menengah ke bawah lebih sulit dalam memahami informasi yang disampaikan, sehingga sosialisasi lebih menyasar generasi muda dan generasi millennial yang lebih mudah menangkap informasi adminduk baik secara <i>offline</i> maupun <i>online</i>
6.	Kendala dalam pelaksanaan sosialisasi	Timbal balik dari media elektronik tidak secara langsung. Respon dari pemohon

	produk Dindukcapil Kab. Demak?	berbeda-beda, ada yang langsung menerima, ada juga yang menanggapi dengan emosi karena adanya missed komunikasi
7.	Apakah sosialisasi merupakan solusi yang tepat untuk memperkenalkan produk Dindukcapil dan memberikan pemahaman kepada pemohon terkait produk Dindukcapil?	Pasti, karena sosialisasi merupakan salah satu langkah kami untuk mengenalkan produk Dindukcapil dan mengenalkan seluruh pelayanan kami yang mudah, gratis, dan membahagiakan
8.	Bagaimana menangani pemohon yang belum maksimal dalam memahami produk Dindukcapil Kab. Demak dan persyaratan serta prosedur pembuatannya?	Jika ada pemohon yang belum maksimal dalam menangkap informasi sosialisasi secara langsung, Dindukcapil membuka kanal aduan melalui WA Center dan juga melalui media sosial seperti <i>Direct Message</i> di Instagram dan Facebook
9.	Selain sosialisasi secara langsung, upaya apa yang dilakukan Dindukcapil untuk memperkenalkan produk?	Melalui leaflet secara konvensional, poster-poster di sepanjang jalan besar, media elektronik melalui media-media sosial Dindukcapil Kab. Demak
10.	Apakah ada regulasi yang mengatur tentang persyaratan dan prosedur pengajuan produk Dindukcapil?	Ada, tercantum di Permendagri Nomor 108 Tahun 2019
11.	Apa yang hendaknya dilakukan pemohon sebelum mengajukan permintaan dokumen kependudukan? (sebagai evaluasi pemohon)	Bisa dipelajari lagi bagaimana cara pengajuan dan persyaratan-persyaratan yang dibutuhkan sebelum melakukan pengajuan dokumen kependudukan

12.	Adakah metode & strategi tertentu yang digunakan untuk sosialisasi ?	Sosialisasi informasi kependudukan dilakukan secara offline maupun online, Off dilakukan on the spot dengan mengundang perseorangan dr lembaga maupun influencer agar secara cepat dapat tersampaikan kepada followernya. Sedangkan online dilakukan melalui media sosial yang diminati masyarakat seperti instagram, facebook, youtube, maupun WA
13.	Adakah metode/strategi sosialisasi produk yang perlu diperbaiki saat ini?	Metode/strategi sosialisasi yang perlu diperbaiki saat ini sebenarnya perlu dengan menambah jumlah frekuensi offline namun terkendala jumlah anggaran
14.	Apakah Dindukcapil Kab. Demak mempunyai target untuk menyelesaikan permintaan dari Pemohon? Berapa permohonan dalam sehari? Apakah sudah mencapai target yang direncanakan (jika ada)?	Target penyelesaian dokumen kependudukan adalah 1 x 24 jam sejak data dukung dinyatakan lengkap dan benar. Saat ini sudah mencapai target tersebut. Jumlah permohonan offline maupun online rata-rata 200 pengajuan
15.	Berapa banyak kedatangan pemohon dalam 1 hari ?	Rata-rata kedatangan pemohon offline dalam 1 hari sebanyak 100 orang

Tabel 3.2. Hasil wawancara dengan pemohon 1 Dindukcapil Kab. Demak

Nama Narasumber : Anita Nur Azizah		
Umur : 21 Tahun		
Produk yang pernah diminta : E-KTP, KIA		
No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apakah Anda pernah mengikuti kegiatan sosialisasi terkait produk Dindukcapil Kab.	Belum pernah, khususnya di desa saya juga belum pernah diadakan bagi

	Demak? Jika pernah, berapa kali? Dan Bagaimana tanggapan Anda terkait sosialisasi yang dilaksanakan?	kalangan remaja untuk mengenalkan produk adminduk
2.	Sosialisasi Produk Dindukcapil Kab. Demak tidak hanya dilakukan secara langsung, namun juga melalui media sosial. Apa saja media sosial Dindukcapil Kab. Demak yang Anda ketahui? Dan Bagaimana tanggapan Anda terkait media sosial tersebut?	Instagram, dan tiktok. Menurut saya untuk instagram cukup bagus dalam menyampaikan informasi tetapi untuk tiktok belum banyak informasi yang disampaikan
3.	Sebelumnya, dari mana Anda mengetahui informasi tentang Produk Dindukcapil Kab. Demak/persyaratan pembuatannya/prosedur pengajuan dokumen?	Dari perangkat desa setempat atau langsung tanya ke kantor sindikat capil karena saya baru tahu bahwa ada media sosial Dindukcapil
4.	Menurut Anda apakah informasi tentang Produk Dindukcapil Kab. Demak/persyaratan pembuatannya/prosedur pengajuan dokumen sudah sampai kepada pemohon dengan maksimal? Mengapa?	Menurut saya belum, karena kurangnya informasi mengenai penyebarluasan Produk Dindukcapil Kab. Demak yang terdapat pada akun media sosial sedangkan saya di desa kurang <i>update</i> tentang media sosial
5.	Menurut Anda apakah sosialisasi merupakan cara yang efektif untuk menginformasikan terkait Produk Dindukcapil Kab. Demak?	Iya sosialisasi sangat efektif khususnya di kalangan kaum muda sehingga kaum tua bisa dibimbing untuk mengetahui informasi nya
6.	Apakah Anda mengetahui tentang regulasi/ peraturan tentang Produk Dindukcapil Kab. Demak/ persyaratan pembuatannya/ prosedur pengajuan dokumen?	Tidak mengetahui karena saya belum <i>update</i>

7.	Kendala apa yang Anda alami ketika mengajukan permintaan dokumen kependudukan di Dindikcapil Kab. Demak?	Biasanya lama kalau pengajuan lewat daerah sehingga harus ke kantor Dindikcapil langsung
8.	Apa yang Anda harapkan dari Dindikcapil Kab. Demak dalam menangani pemohon untuk menyediakan dokumen kependudukan? (sebagai evaluasi pegawai)	Pelayanan bisa lebih efektif dan efisien bagi pemohon

Tabel 3.3. Hasil wawancara dengan pemohon 2 Dindikcapil Kab. Demak

Nama Narasumber : Yusron Fuadi		
Umur : 18 Tahun		
Produk yang pernah diminta : E-KTP		
No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apakah Anda pernah mengikuti kegiatan sosialisasi terkait produk Dindikcapil Kab. Demak? Jika pernah, berapa kali? Dan Bagaimana tanggapan Anda terkait sosialisasi yang dilaksanakan?	Tidak pernah ikut sosialisasi. Penting, karena menurut saya dokumen kependudukan merupakan kebutuhan yang harus diurus
2.	Sosialisasi Produk Dindikcapil Kab. Demak tidak hanya dilakukan secara langsung, namun juga melalui media sosial. Apa saja media sosial Dindikcapil Kab. Demak yang Anda ketahui? Dan Bagaimana tanggapan Anda terkait media sosial tersebut?	Hanya Instagram, untuk menambah wawasan dan informasi terkait produk capil, persyaratan, serta alur pengajuannya
3.	Sebelumnya, dari mana Anda mengetahui informasi tentang Produk Dindikcapil Kab. Demak/persyaratan	Dari media sosial Instagram

	pembuatannya/prosedur pengajuan dokumen?	
4.	Menurut Anda apakah informasi tentang Produk Dindukcapil Kab. Demak/ persyaratan pembuatannya/ prosedur pengajuan dokumen sudah sampai kepada pemohon dengan maksimal? Mengapa?	Tidak yakin, karena saya sendiri yang merupakan generasi muda mengetahui informasi dari instagram, kalau orang yang sudah tua kebanyakan tidak familiar dengan media sosial
5.	Menurut Anda apakah sosialisasi merupakan cara yang efektif untuk menginformasikan terkait Produk Dindukcapil Kab. Demak?	Tidak tahu, karena saya sendiri tidak pernah mengikuti sosialisasinya. Tapi seharusnya sosialisasi menjadi sarana yang efektif yang bisa menjangkau segala umur
6.	Apakah Anda mengetahui tentang regulasi/ peraturan tentang Produk Dindukcapil Kab. Demak/ persyaratan pembuatannya/ prosedur pengajuan dokumen?	Saya hanya tahu peraturan pembuatan produk yang dipublikasikan di Instagram
7.	Kendala apa yang Anda alami ketika mengajukan permintaan dokumen kependudukan di Dindukcapil Kab. Demak?	Kendala yang saya alami yaitu proses pembuatannya yang lama dan antrian yang banyak
8.	Apa yang Anda harapkan dari Dindukcapil Kab. Demak dalam menangani pemohon untuk menyediakan dokumen kependudukan? (sebagai evaluasi pegawai)	Semoga Dindukcapil dapat melayani pemohon dengan cepat dan sepenuh hati

BAB IV

KAJIAN PUSTAKA

4.1 Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran tersusun dari dua kata, yakni manajemen dan pemasaran. Manajemen merupakan sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian pada organisasi atau perusahaan yang dilaksanakan oleh individu maupun kelompok agar tercapainya tujuan organisasi atau perusahaan. Sedangkan pemasaran merupakan aktivitas komprehensif yang dilakukan perusahaan atau organisasi dengan tujuan memenuhi permintaan pasar.

Menurut Kottler dan Keller, *marketing management as the art and science of choosing target market and getting, keeping, and growing customer through creating, delivering, and communicating superior customer value*. Pemasaran adalah sebuah seni, karena obyek pemasaran adalah manusia, dimana setiap individu mempunyai karakter atau keinginan yang berbeda, sehingga diperlukan seni komunikasi, seni pendekatan, dan seni rayuan yang variatif untuk memenangkan hati manusia (Rahmawati, 2016). Manajemen pemasaran merupakan salah satu jenis manajemen yang dibutuhkan oleh setiap perusahaan atau organisasi, karena manajemen pemasaran ini sangat berkontribusi agar produk dan jasa dapat dikenal oleh konsumen. Manajemen pemasaran memiliki peranan penting dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga target pasar yang telah ditetapkan perusahaan/organisasi dapat tercapai.

Manajemen pemasaran memiliki beberapa fungsi yang mendukung tercapainya tujuan. Berikut ini merupakan fungsi manajemen pemasaran:

a. Analisis Pasar

Setiap perusahaan pasti mempunyai dan melakukan beberapa elemen penting dalam aktivitas pemasaran. Aktivitas pemasaran ini berlangsung untuk menganalisis bagaimana permintaan yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pasar terkait produk yang dikeluarkan, sehingga konsumen baik konsumen lama maupun konsumen baru tertarik dengan barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan secara terus-menerus. Untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, maka diperlukan analisis pasar seperti menganalisis perilaku konsumen hingga menganalisis peluang dan ancaman yang datang dari luar perusahaan.

b. Segmentasi Pasar (*Segmenting*)

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda. Segmentasi pasar juga dapat diartikan sebagai proses pengidentifikasian dan menganalisis konsumen di pasar produk, menganalisis perbedaan antara pembeli di pasar (Wendi & Suasti, 2018). Segmentasi pasar juga dimaksud sebagai kegiatan membagi pasar yang heterogen menjadi kelompok-kelompok pasar yang homogen dimana pemasaran produk ditargetkan sesuai dengan karakteristik, kebutuhan, dan keinginan konsumen yang ada di pasar tersebut. Segmentasi pasar dilakukan agar kegiatan pemasaran lebih terarah dan sumber daya di bidang pemasaran dapat dimanfaatkan dengan efektif dan

efisien. Segmentasi pasar harus memenuhi persyaratan, diantaranya dapat diukur (*measurable*), dapat dicapai (*accessible*), substansial, dapat dilaksanakan (*actionable*).

c. Menetapkan Pasar Sasaran (*Targetting*)

Menetapkan pasar sasaran berarti memberikan nilai keaktifan pada tiap bagian pasar kemudian memilih salah satu dari bagian pasar tersebut untuk lebih dilayani. Kegiatan menetapkan pasar sasaran meliputi evaluasi bagian pasar atau ukuran dan pertumbuhan bagian seperti data tentang usia pelanggan, bisa juga mengenai pendapatan, jenis kelamin pada tiap segmen, struktural yang menarik dilihat dari segi profitabilitas dan sasaran, serta sumber daya yang dimiliki perusahaan atau organisasi.

d. Penempatan Pasar (*Positioning*)

Kegiatan penempatan pasar dilakukan dengan mengidentifikasi posisi pesaing sebelum menentukan penempatan perusahaan sendiri. Menurut Kotler ada dua pilihan untuk penempatan pasar: pertama, menempatkan diri di sebelah salah satu pesaing dan berjuang untuk mendapatkan bagian pasar. Hal ini dapat dilakukan jika perusahaan mampu memproduksi suatu produk unggulan dan memiliki pasar yang luas, serta memiliki lebih banyak sumber daya. Kedua, mengembangkan suatu produk yang sebelumnya belum pernah ditawarkan kepada pasar dengan dibarengi pengambilan keputusan yang matang, karena secara teknis produk di pasar cepat berubah, secara ekonomis sebuah produk bersifat unggul pada tingkat

harga yang direncanakan, serta jumlah konsumen yang suka dengan produk tersebut memadai.

e. Perencanaan Pemasaran

Perencanaan pemasaran merupakan aktivitas pemasaran yang dilakukan perusahaan dan harus dikoordinasikan, serta diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan secara umum dan tujuan pemasaran secara khusus. Perencanaan pemasaran atau planning pemasaran bertujuan memberikan pendekatan yang sistematis bagi perusahaan dengan cara menyeimbangkan dan menyelaraskan kegiatan pemasaran agar tujuan dan sasaran perusahaan dapat tercapai, kemudian menggunakan cara-cara berusaha di bidang pemasaran secara optimal dan intensif, serta mengaplikasikan pengendalian yang cepat, tepat, dan teratur atas catatan, pemikiran, dan gagasan, serta aktivitas pemasaran dalam perusahaan.

Selain fungsi, manajemen pemasaran memiliki tujuan. Tujuan manajemen pemasaran pada dasarnya menguntungkan setiap pihak, baik pihak konsumen maupun perusahaan. Berikut merupakan tujuan manajemen pemasaran:

a. Menciptakan *Demand* atau Permintaan

Manajemen pemasaran bertujuan menciptakan permintaan melalui berbagai cara yang berhubungan untuk mengetahui selera dan preferensi konsumen terhadap jasa atau barang yang diproduksi untuk memenuhi kebutuhan konsumen pada produk tertentu.

b. Menciptakan Pelanggan Baru

Pelanggan atau konsumen merupakan unsur penting dalam dunia pemasaran yang harus diberikan kepuasan terbaik agar perusahaan mendapat keuntungan dan dapat menentukan barang atau jasa yang akan dipasarkan kembali. Dalam tahap menciptakan pelanggan baru, perusahaan harus mampu mengeksplorasi, mengidentifikasi, dan menganalisis kebutuhan pelanggan secara lebih luas untuk memahami keinginan konsumen, sebab menciptakan pelanggan baru menjadi hal yang krusial agar eksistensi perusahaan berkelanjutan.

c. Memuaskan Pelanggan

Dalam manajemen pemasaran tidak hanya berorientasi pada keuntungan perusahaan semata, namun juga mengutamakan kepuasan pelanggan. Perusahaan harus terus mengembangkan produk dan berinovasi agar dapat memenuhi ekspektasi pelanggan. Pelanggan yang puas biasanya akan merekomendasikan produk kepada calon pelanggan lainnya.

d. Mencitrakan Produk yang Baik di Mata Publik

Tujuan pemasaran yang terakhir yaitu membangun citra produk yang baik di masyarakat. Produk atau barang dan jasa yang berkualitas dengan harga yang wajar akan menciptakan citra produk yang baik di benak masyarakat.

4.2 Strategi Pemasaran Produk

Secara definisi, strategi pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan

menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan usaha (Dellia Mila Vernia et al., 2020). Strategi pemasaran produk dapat diartikan sebagai rencana secara rinci yang berisi tentang bagaimana memasarkan sebuah produk baik itu barang maupun jasa. Strategi pemasaran disusun untuk memastikan produk yang dipasarkan sampai kepada suatu target pasar tertentu secara efektif.

Dalam strategi pemasaran terdapat tiga elemen pokok (Rahajeng, 2018):

a. Konsumen

Konsumen adalah inti pemasaran, mulai dari keinginan, kebutuhan, dan permintaan konsumen sampai dengan kepuasan serta loyalitas konsumen. Pemasar wajib memahami konsumennya baik dari segi karakteristik, kebutuhan, gaya hidup, keinginan, serta faktor-faktor yang memengaruhi pola konsumsi mereka. Kepuasan pelanggan sepenuhnya bukan berarti memberikan apa yang produsen inginkan untuk mereka tetapi apa yang sesungguhnya konsumen inginkan serta kapan dan bagaimana produk yang mereka inginkan.

b. Pesaing

Pemasaran perlu memperhatikan lingkungan eksternal, contohnya kompetisi dan kompetitor yang ada. Apabila kompetitor atau pesaing memiliki keunggulan yang tidak dimiliki perusahaan dan mereka sanggup memberikan kepuasan serta mendapatkan loyalitas dari konsumen maka konsumen akan cenderung memilih kompetitor.

c. Perusahaan

Tujuan perusahaan salah satunya adalah memuaskan konsumen dan menciptakan loyalitas pada konsumen. Agar mendapatkan kepuasan dan loyalitas konsumen maka aspek *customer relationship* perlu diperhatikan dan dijaga keberlanjutannya. Perusahaan perlu memanfaatkan semua sumber daya yang ada untuk mencapai tujuannya. Sumber daya dalam hal ini adalah manusia, alam, teknologi, finansial, intelektual, waktu, dan informasi. Terdapat beberapa jenis strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk menjaring pelanggan baru dan melakukan promosi barang maupun jasa. Berikut merupakan beberapa jenis strategi pemasaran produk (Pratama, 2022):

a. Internet Marketing

Internet marketing merupakan jenis pemasaran produk yang dilakukan secara online atau daring melalui internet. Bukan hanya soal penjualan, internet marketing juga membahas tentang promosi dan branding serta membangun komunikasi yang baik dengan konsumen melalui jaringan internet.

b. Social Media Marketing

Pemasaran melalui media sosial biasanya digunakan oleh produsen makanan, namun tidak menutup selain produsen makanan untuk menawarkan produknya melalui media sosial. Strategi pemasaran melalui sosial media merupakan salah satu strategi yang efektif digunakan karena menurut data *We Are Social* tercatat 191 juta

masyarakat Indonesia yang aktif bersosial media, sehingga apa yang dipasarkan di sosial media akan lebih banyak dilihat orang.

c. Search Engine Marketing

Search Engine Marketing yakni menjalankan strategi pemasaran produk berbasis SEO (*Search Engine Optimization*) untuk memperoleh traffic dari mesin pencarian. Strategi ini berhubungan dengan konten-konten yang ditulis. Biasanya setiap konten yang memenuhi spesifikasi SEO akan menempati posisi paling atas pada mesin pencarian. Strategi ini juga merupakan cara yang efektif untuk melakukan pengembangan pemasaran produk.

d. Content Marketing

Content marketing merupakan salah satu jenis strategi pemasaran produk yang baru. Sebagaimana telah disinggung sebelumnya, content marketing berkaitan dengan SEO. Ada dua jenis konten yang digunakan, yakni teks dan visual. Dua konten tersebut akan menyebutkan informasi berhubungan dengan produk yang akan dipasarkan.

e. Email Marketing

Email marketing merupakan serangkaian cara untuk mencapai tujuan pemasaran dengan mengirimkan email advertising atau pengiklanan kepada beberapa pelanggan dan target pasar. Email marketing juga menjadi salah satu cara efektif untuk melakukan pemasaran produk.

f. Call to Action Marketing

strategi pemasaran produk selanjutnya yaitu Call to Action (CTA) marketing. Strategi pemasaran produk ini berkaitan dengan content marketing. CTA berhubungan dengan kalimat-kalimat persuasif kepada setiap orang yang melihat konten yang dibuat. Biasanya CTA disimpan bagian akhir konten yang bersifat persuasif dalam bentuk ajakan.

g. Iklan Berbayar

Strategi pemasaran produk iklan berbayar akan berhubungan dengan perusahaan penyedia ruang iklan agar dapat menampilkan produk yang akan dipasarkan dengan mengeluarkan biaya untuk penerbitan iklan.

h. Earned Media

Earned media yang merupakan bagian dari publikasi dalam bentuk testimoni di media sosial. Jenis strategi ini juga bisa menggunakan word of mouth atau marketing mulut ke mulut. Hal ini bisa meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk yang ditawarkan.

i. Point of Purchase

Point of purchase merupakan istilah yang merujuk pada kegiatan display produk yang ditempatkan di pusat perbelanjaan atau ritel, tujuan dari strategi pemasaran produk ini adalah untuk menarik perhatian konsumen terhadap produk ditawarkan. Biasanya jenis

strategi ini dilakukan pada kegiatan-kegiatan khusus semisal bazar dan lain sebagainya.

j. Free Shipping

Free shipping atau fitur bebas biaya juga disebut dengan subsidi ongkos kirim. Untuk melakukan ini, sebagai produsen harus menentukan anggaran sendiri, menentukan batas maksimum subsidi ongkos kirim, menentukan produk yang layak mendapatkan fitur free shipping. Keuntungan melakukan strategi ini utamanya dapat menarik pelanggan untuk membeli produk secara online.

4.3 Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah sejumlah alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk menyakinkan obyek pemasaran atau target pasar yang dituju). Pengertian bauran (mix) adalah terpadu atau campuran yang terdiri dari bermacam-macam unsur (the mixture of elements) dimana masing-masing elemen saling menunjang dan saling mempengaruhi untuk mencapai tujuan.

Marketing mix secara umum dikenal dengan teori 4P yang merupakan bauran dari *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*. Namun seiring berkembangnya zaman, konsep 4P ini mengalami perkembangan yang dikemukakan oleh pakar pemasaran; Booms & Bitner menjadi 7P yakni *Product*, *Price*, *Place*, *Promotion*, *People*, *Process*, dan *Physical Evidence*.

Dalam memasarkan produk yang dihasilkan seorang pemasar harus memahami konsep 7P tersebut:

a. Product

Produk adalah serangkaian keuntungan-keuntungan yang disampaikan kepada customer (Syafri et al., 2020).

Produk merupakan sebuah kebijakan yang diambil oleh perusahaan/ organisasi di dalam menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan permintaan konsumen. Produk merupakan segala sesuatu yang berusaha ditawarkan oleh perusahaan kepada para konsumennya. Adapun pembagian produk tersebut, yaitu :

1) Produk Inti (*Core Product*)

Produk inti terdiri dari manfaat dan unsur. Produk inti dari Dindikcapil Kabupaten Demak yakni administratif kependudukan yang wajib dimiliki setiap warga negara.

2) Produk Berwujud (*Tangible Product*)

Perusahaan/organisasi harus berusaha untuk mengubah produk inti menjadi produk berwujud. Produk berwujud dari Dindikcapil Kabupaten Demak yaitu dokumen-dokumen kependudukan seperti E-KTP, akta kelahiran/ kematian, surat pindah, dan lain-lain. Dalam produk berwujud terdapat lima ciri yaitu:

1. Mutu atau kualitas produk yang merupakan nilai guna yang terkandung di dalam produk yang dapat memberikan manfaat bagi pengguna produk tersebut.

2. Model produk yang merupakan suatu bentuk ukuran yang dirancang sedemikian rupa sehingga produk tersebut memiliki daya tarik bagi konsumen
 3. Merek produk yang merupakan suatu atau tanda simbol yang memberikan identitas suatu produk tertentu yang dapat berupa kata-kata, gambar, atau kombinasi keduanya.
 4. Ciri Khas Produk ciri khas produk merupakan sifat khusus yang dimiliki oleh suatu produk. Sehingga dengan sifat khusus tersebut para konsumen dapat selalu mengingat produk tersebut.
 5. Kemasan (Pembungkus) adalah kegiatan penempatan produk kedalam wadah, tempat, isi atau sejenisnya yang dilakukan oleh produsen atau pemasar untuk disampaikan kepada konsumen. Dengan kata lain bungkus adalah sebagai kegiatan merancang dan memproduksi kemasan suatu produk. Kemasan pada beberapa produk di Dinducapil seperti plastik PVC berwarna bening sebagai pembungkus dokumen agar tidak mudah rusak.
- 3) Produk tambahan

Elemen ini harus dapat menawarkan manfaat dan pelayanan tambahan. seperti adanya garansi. Setelah produk di distribusikan ke pasar, maka perusahaan adalah agar produk tersebut mendapatkan pasar yang baik. Di Dinducapil produk tambahan berupa penggantian dokumen secara langsung apabila terjadi kekurangan atau kesalahan pada dokumen

b. Price

Harga merupakan sejumlah uang yang ditukarkan untuk mendapatkan sebuah produk atau layanan oleh konsumen. Dalam menentukan harga jual harus diperhatikan beberapa hal supaya produk dapat bersaing dipasaran. Namun Dindukcapil memproduksi dokumen dengan harga Rp. 0,- sebagai pemenuhan dokumen administratif yang wajib dimiliki oleh setiap Warga Negara Indonesia.

c. Place

Tempat merupakan sarana di mana produk dan jasa dari produsen sampai ke konsumen, atau di mana produk dan jasa tersebut dapat diakses oleh konsumen. Semakin banyak cabang perusahaan maka konsumen akan semakin mudah mendapatkan produk yang diinginkan. Dindukcapil Kabupaten Demak bertempat di Jalan Kyai Mugni, Petengan Selatan, Bintoro, Kecamatan Demak, Kabupaten Demak, Jawa Tengah yang berlokasi di area kantor kabupaten di tengah kota sehingga tempat ini merupakan tempat yang strategis. Adapun selain di kantor pusat di Kabupaten Demak, beberapa dokumen kependudukan bisa dicetak di kantor kecamatan.

d. Promotion

Promotion is strategies to make the consumer aware of the existence of a product or service (strategi untuk membuat konsumen sadar akan keberadaan suatu produk atau jasa). Promosi adalah komponen pemasaran yang sangat penting karena dapat meningkatkan pengenalan merek dan

penjualan produk. (Syafri et al., 2020). Metode promosi yang bisa dilakukan seperti dengan iklan dan pemasaran tradisional dari mulut ke mulut. Iklan biasanya mencakup metode komunikasi berbayar seperti iklan pada televisi, iklan radio, iklan internet, dan media cetak. Di zaman sekarang, fenomenanya ada pergeseran dalam fokus offline ke dunia online sebagai bentuk promosi.

Word of mouth juga merupakan jenis promosi produk. Promosi dari mulut ke mulut adalah komunikasi informal terkait manfaat produk oleh pelanggan yang puas. Bagian promosi memainkan peran yang sangat penting dalam pemasaran dari mulut ke mulut. Pemasaran dengan metode Word of mouth juga bisa beredar di internet dalam bentuk viralisasi dan hal ini memiliki potensi untuk menjadi salah satu aset paling berharga yang dimiliki perusahaan dalam meningkatkan laba. Perusahaan memiliki berbagai saluran media online yang sedang banyak diminati konsumen maka akan semakin terbuka pemasaran produk yang dimiliki. Promosi yang dilakukan Dindukcapil Kabupaten Demak antara lain melalui sosialisasi secara langsung maupun melalui media sosial.

e. Process

Proses mencakup bagaimana perusahaan melayani konsumennya, mulai dari konsumen memesan produk/ jasa hingga konsumen mendapatkan apa yang mereka inginkan. Suatu perusahaan biasanya memiliki cara tersendiri untuk melayani konsumennya.

Dindukcapil Kabupaten Demak melayani pemohon dari menanyakan berkas apa yang akan diminta kemudian menunjukkan arah loket yang dibutuhkan, memberitahu kembali persyaratan yang dibutuhkan, hingga pemohon mendapatkan produk yang diminta. Jika berkas yang diajukan membutuhkan waktu proses yang lama, maka pemohon boleh meninggalkan gedung dan produk akan dikirim melalui ekspedisi atau bisa diambil di lain waktu.

f. *People*

People atau aspek orang yang dimaksud disini bukan hanya konsumen namun seluruh SDM yang ada di perusahaan juga terlibat. Di Dindukcapil Kabupaten Demak, aspek orang mencakup pemohon dan pegawai ASN/ karyawan. Aspek SDM berperan penting dalam perusahaan, pasalnya SDM berhubungan langsung dengan konsumen/ pemohon melalui pelayanan.

g. *Physical Evidence*

Physical Evidence atau tampilan fisik suatu perusahaan menggambarkan bagaimana penataan bangunan perusahaan tersebut. Penataan bangunan yang menarik dan nyaman akan memengaruhi suasana hati pengunjung. Bangunan Dindukcapil Kabupaten Demak bisa disebut sebagai bangunan yang paling menonjol di area gedung kabupaten karena gedungnya yang berwarna ungu dan memiliki 3 lantai. Bagian informasi di dalam gedung terletak di dekat pintu masuk sehingga memudahkan

pemohon untuk bertanya, dan banyak kursi tunggu yang disediakan di dalam serta fasilitas *Air Conditioner*.

4.4 Atribut Produk

Atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan konsumen menggunakan produk. Atribut produk merupakan faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan tentang pembelian suatu merek ataupun kategori produk, yang melekat pada produk atau menjadi bagian produk itu sendiri (Rheinnadia et al., 2017). Kotler dan Amstrong menyatakan bahwa beberapa atribut produk yang menyertai dan melengkapi produk yaitu kualitas, fitur dan desain. Konsumen yang hendak menentukan pilihan terhadap suatu produk melihat atribut produk yang melekat pada produk yang ditawarkan. Atribut produk menjadi pembeda pada suatu produk, sehingga memberikan nilai tambah, manfaat serta menjadi unsur pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian produk. Atribut produk memiliki pengaruh besar pada persepsi pembeli terhadap produk, selain menjadi pembeda suatu produk dengan produk lain, atribut produk juga mampu menjadi daya tarik bagi konsumen.

Setiap produk baik barang ataupun jasa mempunyai atribut produk yang berbeda-beda, sehingga konsumen dihadapkan pada bermacam-macam atribut yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan bertugas untuk mengevaluasi dan memperhatikan atribut produk yang ditawarkan kepada

konsumen, apakah atribut produk tersebut sudah memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen atau belum. Atribut produk memiliki tiga bagian, yaitu:

1) Kualitas

Kualitas adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya. Kemampuan ini meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan diperbaiki dan dioperasikan, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan.

2) Fitur

Fitur merupakan alat persaingan untuk mendiferensiasikan produk perusahaan terhadap produk sejenisnya dari pesaing, menjadi produsen awal yang mengenalkan fitur baru yang dibutuhkan konsumen dan dianggap bernilai menjadi salah satu cara efektif untuk bersaing.

3) Gaya dan Desain Produk

Gaya menggambarkan penampilan produk tertentu. Gaya mengedepankan tampilan luar yang tidak membuat orang bosan. Gaya yang menarik mungkin akan mendapatkan perhatian lebih dan mempunyai nilai seni, tetapi tidak selalu membuat produk tertentu berkinerja baik. Berbeda dengan gaya, desain bukan semata-mata tampilan depan saja, tetapi masuk ke jantung produk. Desain yang baik dapat memberikan kontribusi dalam kegunaan produk dan juga tampilannya. Gaya dan desain yang baik dapat menarik perhatian konsumen dan dapat meningkatkan kinerja produk, memotong biaya produksi, serta memberikan keunggulan bersaing di pasar sasaran.

4.5 Sosialisasi

4.5.1 Pengertian Sosialisasi

Sosialisasi adalah suatu usaha untuk memberikan informasi terkait suatu kabar atau berita. Sosialisasi sebagai upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal banyak orang (Herdiana, 2018). Sosialisasi juga bisa disebut sebagai promosi. Promosi terjadi karena ada informasi yang harus disampaikan, terjadinya sosialisasi membuat tersebar suatu informasi yang tidak diketahui oleh masyarakat dan terjadinya informasi membuat terjalinnya hubungan antara penyampai pesan (produsen) dan penerima pesan (konsumen). Sosialisasi produk adalah proses kegiatan mengkomunikasikan produk perusahaan kepada masyarakat dengan tujuan untuk memberikan pengenalan dan penghormatan dalam lingkungan tertentu.

Sosialisasi juga merupakan salah satu cara untuk melakukan pengendalian sosial (*sosial control*) apabila suatu masyarakat ingin berfungsi efektif, maka anggota masyarakat harus berperilaku dan bersikap sesuai dengan nilai dan norma sosial yang berlaku dan mengatur pola hidup dalam masyarakat tersebut. Dalam sosialisasi yakni tiap individu yang menjadi anggota masyarakat dikendalikan sehingga tidak melakukan perilaku menyimpang. Sosialisasi juga diartikan sebagai sebuah aktivitas untuk mewujudkan dan mengintegrasikan organisasi demi tujuan organisasi maupun individu. Dalam hal ini nampak jelas bahwa sosialisasi mempunyai dua kepentingan yang berbeda yakni kepentingan organisasi dan individu (Khairunnisa, 2022).

4.5.2 Jenis Sosialisasi

Menurut Peter L Berger dan Luckman terdapat 2 jenis sosialisasi yaitu:

- a. Sosialisasi primer yakni sosialisasi pertama yang dijalani individu sedari kecil dengan belajar menjadi anggota masyarakat (keluarga). Sosialisasi ini berlangsung pada masa kanak-kanak.
- b. Sosialisasi sekunder, adalah suatu proses sosialisasi lanjutan setelah sosialisai primer yang memperkenalkan individu ke dalam kelompok masyarakat masyarakat tertentu.

Kedua proses sosialisasi tersebut berlangsung dalam institusi total, yakni tempat tinggal dan tempat kerja. Dalam keduanya, terdapat sejumlah individu dalam situasi yang sama dan terpisah dari masyarakat luas, serta memiliki jangka waktu tertentu bersamaan menjalani proses kehidupan dan diatur secara formal.

4.5.3 Tujuan sosialisasi

Pada hakikatnya tujuan sosialisasi adalah membangun hubungan kerja sama dengan berbagai komponen masyarakat dan lembaga yang ada di masyarakat. Kemudian, melalui kerja sama yang erat diharapkan masyarakat merasa memiliki sehingga masyarakat tidak hanya menerima manfaatnya saja. Selanjutnya, diharapkan masyarakat difasilitasi untuk terlibat secara lebih berarti. Namun pada umumnya suatu kegiatan sosialisasi mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Memperkenalkan apa yang akan disampaikan. Sosialisasi diharapkan dapat menyampaikan pesan pada masyarakat yang dituju atau ditargetkan oleh perusahaan atau organisasi. Kemudian, perlu dipilih cara yang sesuai terhadap masyarakat yang ditargetkan tersebut.
2. Untuk menarik perhatian. Aktivitas sosialisasi harus dikemas dalam bentuk yang menarik perhatian agar masyarakat/ konsumen tertarik dan menyimpan pesan yang disampaikan dalam memori pikiran mereka. Kemudian, Cara yang dilakukan pada umumnya memberikan sponsor pada suatu acara tertentu menggunakan tokoh masyarakat atau *influencer* setempat yang menonjolkan keunggulan dari produk-produk yang diperkenalkan perusahaan.
3. Tercapainya pemahaman sosialisasi yang direncanakan dengan baik akan memudahkan masyarakat memahami pesan yang disampaikan kepada masyarakat/ konsumen. Kemudian, Pesan yang jelas dan penggunaan media yang tepat serta cerita yang dikemas menarik mampu menyampaikan pesan kepada pengguna secara cepat dan tepat.
4. Perubahan sikap setelah sosialisasi dapat dipahami, organisasi/ perusahaan mengharapkan suatu tanggapan dari konsumen terhadap sosialisasi tersebut itu.
5. Tindakan tujuan akhir sosialisasi adalah mempertahankan keberadaan organisasi/ perusahaan melalui peningkatan akibat meningkatkan pengguna yang memanfaatkan produk atau barang dan jasa perusahaan yang disosialisasikan.

4.5.4 Tahapan Sosialisasi

Dalam kegiatan sosialisasi melibatkan tiga variabel yang perlu diperhatikan agar berhasil dalam pelaksanaannya, yaitu: variabel anteseden, variabel proses, dan variabel konsekuensi.

- a. Variabel Anteseden adalah variabel yang menunjukkan adanya beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dan dicermati sebelum melakukan suatu kegiatan komunikasi inovasi. Faktor-faktor tersebut menyangkut situasi dan kondisi khalayak sasaran, baik dalam karakteristik sosiodemografis, karakteristik psikografis, maupun kebutuhan nyata dan kebutuhan yang dirasakan oleh sasaran sosialisasi pada masa sekarang dan masa yang akan datang. Identifikasi dan pencermatan terhadap faktor-faktor tersebut dikategorikan pada tahap persiapan sosialisasi atau disebut sebagai tahap pra sosialisasi.

- 1) Pengumpulan Data

Pengumpulan data, baik data primer maupun data sekunder. Pengumpulan data primer bisa ditempuh melalui kegiatan survei internal maupun eksternal dan kegiatan focus grup discussion (FGD). Sedangkan pengumpulan data sekunder dapat ditempuh melalui penelaahan bahan tertulis, baik berupa dokumen ataupun bahan-bahan referensi lainnya.

2) Analisis kebutuhan

Aktivitas untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, sehingga situasi, kondisi dan kebutuhan nyata serta kebutuhan yang dirasakan oleh masyarakat sebagai target pasar dapat diidentifikasi secara cermat dan akurat. Dalam analisis kebutuhan ini akan sangat membutuhkan ketepatan dalam merancang strategi komunikasi yang akan dilakukan sehingga menghasilkan efek yang sesuai dengan apa yang diharapkan.

3) Perumusan tujuan

Menetapkan hasil akhir yang akan dicapai dari suatu kegiatan sosialisasi yang dilakukan. Perlu dirumuskan perilaku apa saja yang harus diupayakan setelah proses komunikasi berlangsung.

4) Inventarisasi pencapaian tujuan

Menginventarisasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Sumber daya yang perlu diinventarisasi meliputi sumber daya komunikasi yakni sarana dan prasarana komunikasi.

5) Perumusan Rencana Strategis

Kegiatan merancang strategi-strategi komunikasi yang akan dilakukan selama sosialisasi.

6) Perumusan Rencana Operasional

Proses perumusan teknis pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan di lapangan. Tahapan ini meliputi penetapan personal lapangan, jadwal kegiatan, tempat kegiatan, anggaran biaya, fasilitas yang

dibutuhkan, serta tahapan-tahapan kegiatan yang harus dilaksanakan saat di lapangan.

7) Perumusan rencana evaluasi

Tahap penyusunan indikator kinerja untuk menilai kemajuan sosialisasi, hasil-hasil sosialisasi, dan dampak sosialisasi produk. Oleh karena itu perlu dilakukan penyusunan instrumen evaluasi mulai dari evaluasi proses atau evaluasi formatif, evaluasi hasil atau evaluasi sumatif, serta evaluasi dampak sosialisasi yang dilakukan.

b. Variabel Proses adalah variabel yang menunjukkan adanya tahap-tahap komunikasi sosialisasi yang harus ditempuh secara sistematis, yang terdiri dari tahap pengenalan, tahap persuasi, dan tahap keputusan. Ketiga tahapan ini merupakan inti dari kegiatan sosialisasi.

- 1) Tahap pengenalan, adalah terciptanya rasa kesadaran (awareness) target pasar akan adanya ide atau inovasi produk baru yang diperkenalkan
- 2) Tahap persuasi, adalah proses komunikasi yang diarahkan untuk membentuk sikap masyarakat terhadap sosialisasi produk yang diperkenalkan
- 3) Tahap keputusan, adalah masyarakat didorong untuk menerima sosialisasi (adopsi) atau menolaknya, tentu saja tujuan ideal proses sosialisasi adalah terjadinya proses adopsi atau penerimaan.

c. Variabel konsekuensi merupakan faktor yang timbul sebagai akibat dari tindakan pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak apa yang disosialisasikan, dapat juga disebut sebagai tahap pasca sosialisasi yakni tahap dimana keseluruhan rangkaian kegiatan sosialisasi dinilai tingkat keberhasilannya, terutama untuk memperoleh data tentang tingkat pencapaian tujuan sosialisasi produk dan dampak sosialisasi produk. Dengan demikian, kegiatan pasca sosialisasi merupakan kegiatan untuk melaksanakan evaluasi hasil dan evaluasi dampak, yang instrumennya mengacu pada instrumen yang sudah dirancang pada tahap pra sosialisasi. Jika keputusannya menerima (adopsi) apa yang disosialisasikan maka konsekuensinya dapat berubah tindakan nyata untuk terus mengadopsi dan menerapkannya atau justru mereka akan kecewa terhadap apa yang diadopsinya dan beralih atau menggantinya dengan adopsi yang lain.

4.6 Teori Promosi

4.6.1 Pengertian Promosi

Promosi adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan dengan tujuan mendorong permintaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan produsen (Smith, 2016). Promosi merupakan aktivitas memberikan informasi kepada masyarakat mengenai suatu produk perusahaan yang dilakukan secara efektif dan efisien dengan tujuan terjadinya transaksi. Perusahaan diharapkan mampu memberikan informasi

terkait manfaat yang akan diperoleh konsumen dari barang/ jasa tersebut (Ali, 2017). Promosi merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan program pemasaran dengan tujuan memberikan informasi mengenai suatu produk (Kevin & Carsana, 2020).

Pada hakikatnya, promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran. Maksud dari komunikasi pemasaran adalah kegiatan pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, membujuk atau memengaruhi pasar sasaran agar bersedia menerima produk perusahaan, membeli, dan loyal terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. William Schoell mengungkapkan bahwa promosi merupakan usaha yang dilakukan oleh pemasar untuk berkomunikasi pada audiens. Komunikasi adalah suatu proses membagi informasi, ide, atau perasaan audiens (Putri & Safri, 2015). Promosi merupakan kegiatan yang penting dalam pemasaran, karena promosi merupakan sarana untuk menarik konsumen agar memberikan respon terhadap suatu produk, sehingga perusahaan dapat melakukan tindakan pemasaran selanjutnya.

Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan berupa penyampaian informasi untuk memengaruhi konsumen agar mau menggunakan atau membeli produk perusahaan yang ditawarkan.

4.6.2 Tujuan Promosi

Tujuan promosi antara lain sebagai berikut:

a. Menyediakan informasi

Menyediakan informasi dilakukan perusahaan dengan menyebarkan informasi kepada calon konsumen terkait produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan

b. Mendiferensiasikan produk

Tujuan promosi ini yakni membedakan produk atau jasa perusahaan dengan pesaing. Pemasar mengkomunikasikan perbedaan-perbedaan signifikan yang dimiliki produk perusahaan seperti harga, kualitas, atribut, maupun manfaat produk untuk konsumen

c. Menonjolkan nilai produk

Tujuan promosi selanjutnya yaitu menonjolkan nilai produk yang ditawarkan perusahaan dengan menunjukkan manfaat-manfaat dari produk tersebut, sehingga tertanam di benak masyarakat bahwa produk yang ditawarkan memiliki *benefit* dan *value added*.

4.6.3 Bauran Promosi

Menurut Kotler dan Keller, bauran promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang dihasilkan dari alat promosi yang digunakan oleh perusahaan untuk membangun hubungan dengan konsumen (Smith, 2016). Bauran promosi merupakan salah satu strategi pemasaran yang efektif dari bauran pemasaran. Dalam memasarkan produk perusahaan, *marketer* harus mengembangkan komunikasi yang efektif untuk menginformasikan produk kepada konsumen agar menghasilkan tindakan konsumen yang mengarah pada keuntungan perusahaan (Ali, 2017). Dapat

disimpulkan bahwa bauran promosi merupakan unsur pemasaran yang saling berhubungan, dibaurkan, dikelola, dan digunakan dengan tepat, sehingga perusahaan bisa mencapai tujuan pemasaran yang efektif, serta dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Bentuk bauran pemasaran terdiri dari:

a. Iklan/ *advertising*

Bentuk presentasi dan promosi non personal tentang gagasan, barang, dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu berupa komunikasi komersial yang ditujukan untuk target masyarakat tertentu melalui media massa seperti radio, televisi, majalah, surat kabar, papan nama, surat pos dan sebagainya

b. Promosi Personal

Presentasi lisan secara langsung berupa percakapan antara produsen dan konsumen, terjadi interaksi dan saling bertatap muka secara langsung. Komunikasi yang dilakukan antara kedua belah pihak bersifat individual dan dua arah, sehingga produsen mendapatkan umpan balik secara langsung berupa tanggapan terkait keinginan dan kesukaan konsumen

c. Promosi Produk

Kegiatan pemasaran yakni insentif jangka pendek untuk mendorong penawaran produk/ jasa. Kegiatan tersebut antara lain: peragaan, pameran, demonstrasi, pertunjukan, dan sebagainya

d. Hubungan masyarakat/ *Public Relationg*

Membangun hubungan baik dengan masyarakat dengan tujuan memperoleh dukungan membangun citra perusahaan yang baik.

Hubungan masyarakat merupakan upaya komunikasi yang komprehensif dari suatu perusahaan untuk memengaruhi keyakinan, opini, persepsi, dan sikap berbagai kelompok masyarakat tertentu, yang pelaksanaannya dilakukan oleh individu ataupun suatu lembaga formal, departemen, atau seksi public relations. *Public relations* perlu mengembangkan komunikasi dua arah dengan pencapaian pengertian, dan dukungan publik

e. pemasaran langsung/ *direct marketing*

komunikasi promosi yang dilakukan secara langsung kepada konsumen individual dengan tujuan memperoleh tanggapan langsung melalui sarana telepon, email, fax, surat, dan lain-lain

4.6.4 Media Promosi

Media promosi merupakan suatu alat untuk mengkomunikasikan produk perusahaan baik barang atau agar dapat dikenal oleh masyarakat luas. Promosi bisa dijalankan melalui 3 jenis media promosi, yakni promosi secara fisik, promosi melalui media tradisional, dan promosi melalui media digital.

1) Promosi secara fisik

Promosi secara fisik diselenggarakan di lingkungan fisik yang pelaksanaan pada acara-acara tertentu, seperti bazar, festival, konser, pameran, dan lain sebagainya. Untuk mempromosikan produknya, produsen akan membuka booth atau stand untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen. Kelebihan dari

promosi ini adalah produsen mudah berkomunikasi secara langsung dengan calon konsumen dan berkesempatan menjalin interaksi untuk menawarkan produk secara langsung. Kekurangan dari promosi ini adalah lingkup calon konsumen yang terbatas karena dilaksanakan pada lokasi tertentu saja.

2) Promosi melalui media tradisional

Promosi melalui media tradisional masih banyak digunakan di era sekarang. Media tradisional yang dimaksud adalah media cetak, media elektronik, dan media luar. Media cetak yang digunakan seperti majalah, tabloid, koran, poster, dan brosur. Media elektronik yakni radio dan televisi. Sedangkan media luar yaitu reklame, papan billboard, dan iklan banner. Keunggulan Promosi melalui media tradisional yakni dapat menjangkau calon konsumen lebih banyak daripada promosi secara fisik. Sedangkan kekurangan promosi jenis ini adalah perusahaan harus mengeluarkan biaya yang banyak untuk mempublikasikannya.

3) Promosi melalui media digital

Media digital merupakan cara promosi yang paling populer di masa sekarang dengan memanfaatkan internet dan media sosial. Tercatat 2,7 miliar pengguna internet di dunia dan 67% diantaranya menggunakan media sosial seperti Instagram, Youtube, Twitter, Facebook, Whatsapp, dan lain sebagainya. Maka dengan media digital ini produsen mudah memperkenalkan dan memasarkan

produknya kepada masyarakatnya melalui perantara smartphone atau PC.

4.7 Teori Komunikasi Pemasaran

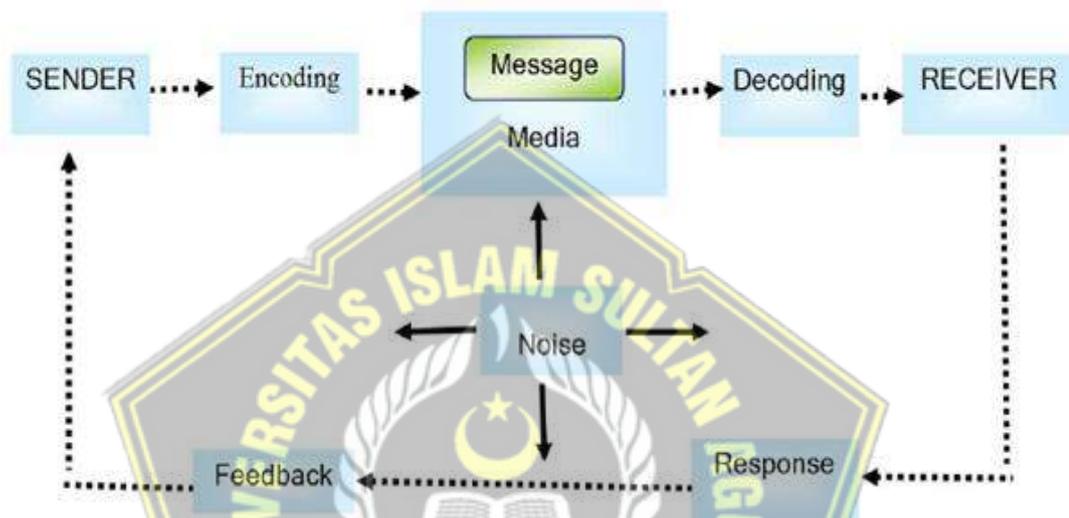
Bernard Berelson dan Gary A. Steiner mengemukakan bahwa komunikasi adalah transmisi informasi, keterampilan, gagasan, emosi dan sebagainya, dengan menggunakan simbol, kata kata, gambar, grafik dan lain sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut sebagai komunikasi (Hikmatiar et al., 2018). Komunikasi pemasaran merupakan sarana dimana sebuah perusahaan bertujuan untuk membujuk, menginformasikan, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun secara tidak langsung terkait produk yang ditawarkan perusahaan. Salah satu bagian dari proses komunikasi pemasaran secara total adalah promosi.

Aktivitas komunikasi yang dilakukan perusahaan yakni menyampaikan pesan kepada konsumen dengan menggunakan berbagai media promosi yang harapannya terjadi perubahan pengetahuan, sikap, maupun tindakan yang dikehendaki perusahaan. Komunikasi yang digunakan Dindukcapil yakni penyampain pesan terkait produk, persyaratan untuk membuat dokumen kependudukan, serta alur pengajuannya.

Untuk komunikasi yang efektif, pemasar perlu memahami unsur-unsur fundamental yang mendasari efektifitas komunikasi yaitu, *sender, encoding, message, media, decoding, receiver, response, feedback*, dan *noise*. Proses

komunikasi yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller dapat dilihat pada bagan berikut:

Gambar 4.1. Bagan proses komunikasi



Source: www.zonareferensi.com

Proses komunikasi diawali dengan *sender* atau pengirim pesan sebagai sumber informasi yang mengemas pesan (*encoding*) melalui media kemudian receiver menerima pesan (*decoding*), mengartikan dan memaknai apa yang dimaksud, kemudian *receiver* memberikan *response* berupa timbal balik (*feedback*) yang disampaikan kepada sender. Dari proses komunikasi berpotensi terjadinya hambatan/ kegaduhan yang disebut *noise* sehingga dapat menyebabkan pesan tidak tersampaikan seutuhnya.

BAB V

METODE PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA

5.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data berupa suatu pernyataan tentang keadaan, sifat, kegiatan tertentu dan sejenisnya. Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan penelitian. Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis mengambil objek penelitian pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dindikcapil) Kabupaten Demak yang berlokasi di Jalan Kyai Mugni, Petengan Selatan, Bintoro, Kecamatan Demak, Kabupaten Demak, Jawa Tengah. Pengumpulan data dalam penelitian di Dindikcapil Kabupaten Demak menggunakan tiga cara berikut:

1. Observasi

Suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati langsung apa yang ada di lapangan yakni mengambil dan melihat suatu data yang dibutuhkan di tempat penelitian tersebut. Observasi juga bisa diartikan sebagai proses yang kompleks.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan Melalui tatap muka langsung dengan narasumber melalui tanya jawab. Wawancara dilakukan dengan Ibu Luthfiana Nugrahaningtyas, SE., MM. selaku Kasi Kerjasama dan Inovasi Pelayanan di Dindikcapil Kabupaten Demak yang berhubungan dengan data yang terkait.

3. Dokumentasi

Suatu pengumpulan data dengan cara melihat langsung sumber-sumber dokumen yang dibutuhkan. Dengan arti lain bahwa dokumentasi sebagai pengambilan data melalui dokumen elektronik maupun tertulis. Digunakan Sebagai mendukung kelengkapan data yang lain.

5.2 Sumber Data

Sumber data merupakan subjek dari mana data yang diambil tersebut dapat diperoleh. Beberapa jenis sumber data dapat berupa benda, tempat, perilaku manusia, dan lain sebagainya. *Field research* (penelitian lapangan) menjadi sumber data utama dalam penelitian ini yang berarti bahwa sumber data yang diperoleh berasal dari lapangan penelitian, yakni mencari data dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memperoleh data yang lebih nyata yang berkaitan dengan hal yang diteliti. Sumber data sendiri terbagi menjadi dua macam, yaitu:

1. Data Primer

Data yang didapat peneliti secara langsung dari tangan pertama. Yang Didapat dengan hasil survey kunjungan dan hasil dari wawancara dengan narasumber terkait, dalam penelitian ini narasumber adalah Kasi Kerjasama dan Inovasi Pelayanan di Dindikcapil Kabupaten Demak. Data primer yang diperoleh ini wajib diolah kembali. Data tersebut didapatkan langsung oleh penulis dari sumber data yang dituju.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Data sekunder dapat berupa dokumentasi, catatan, buku, bukti serta laporan historis, laporan pemerintah, buku-buku, artikel sebagai teori, majalah dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi karena sumber tidak langsung memberikan data pada pengumpul data.

5.3 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah studi komparatif. Studi komparatif adalah kajian berdasarkan dengan perbandingan. Menurut Sugiyono, penelitian dengan analisis komparatif adalah penelitian yang bersifat membandingkan (Wardhani, 2013). Studi komparatif membandingkan pelaksanaan magang di lapangan yakni Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Demak dengan teori yang dikaji. Adapun kajian teori yang digunakan adalah teori manajemen pemasaran, strategi pemasaran produk, bauran pemasaran, atribut produk, teori sosialisasi, teori promosi, dan teori komunikasi pemasaran yang akan dibandingkan dengan kondisi ideal di Dindukcapil Kabupaten Demak terkait penyelesaian masalah yang dipilih penulis.

BAB VI

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

6.1 Analisis Permasalahan

Dalam analisis pemecahan masalah ini penulis memperjelas gambaran masalah yang di pilih dan menjabarkan pemecahan masalah sesuai dengan model rencana penyelesaian masalah yang telah dibuat. Berdasarkan rencana penyelesaian masalah yakni dengan mewawancarai pihak Dindukcapil dan pemohon, maka analisis permasalahan belum maksimalnya pemahaman pemohon akan produk Dindukcapil dan persyaratan serta prosedur pembuatannya disebabkan oleh beberapa hal:

- (1) Pemohon dengan kategori menengah ke bawah belum menjangkau media elektronik dimana sosialisasi produk Dindukcapil banyak dipublikasikan
- (2) Target sosialisasi terbatas karena menyesuaikan anggaran
- (3) Kurangnya daya tangkap masyarakat generasi tua akan informasi yang disampaikan pada saat sosialisasi produk Dindukcapil
- (4) Pemohon yang akan mengajukan pembuatan dokumen kependudukan belum mempelajari syarat dan prosedurnya
- (5) Kurangnya intensitas sosialisasi

Belum maksimalnya pemahaman pemohon akan produk Dindukcapil dan persyaratan serta prosedur pembuatannya yang disebabkan oleh beberapa hal diatas, berakibat pada terhambatnya pengadaan dokumen kependudukan yang seharusnya dimiliki oleh setiap warga Negara. Dari

permasalahan tersebut, Penulis mengumpulkan data sebagai sarana penyelesaian masalah dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian data dianalisis menggunakan studi komparatif. Rencana penyelesaian masalah diproses dengan mengolah data wawancara dan mengkaji Permendagri nomor 108 tahun 2019 yang mengatur tentang persyaratan dan prosedur pembuatan dokumen kependudukan. Dari proses tersebut menghasilkan usulan penyelesaian masalah berupa pengembangan sosialisasi produk Dindukcapil Kabupaten Demak.

6.2 Pembahasan

6.2.1 Sosialisasi Produk Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Demak

Sosialisasi produk Dindukcapil Kab. Demak merupakan usaha Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Demak untuk menginformasikan suatu produk perusahaan agar produk tersebut dikenal banyak orang. Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk memperkenalkan dan mengingatkan kembali tentang produk ke target masyarakat yakni warga Demak, menarik perhatian masyarakat untuk menggunakan produk tersebut, memudahkan masyarakat memahami pesan yang disampaikan perusahaan, adanya perubahan sikap dan respon positif terhadap produk yang disampaikan, dan tujuan akhir dari sosialisasi ini adalah meningkatkan pengguna produk perusahaan yang telah disosialisasikan.

Sosialisasi produk juga bisa disebut sebagai promosi. Promosi yang dimaksud disini merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan agar mendorong permintaan konsumen/pemohon terhadap produk yang ditawarkan produsen/ Dindukcapil Kab. Demak. Perusahaan diharapkan mampu menyampaikan informasi terkait manfaat yang akan diperoleh konsumen atau pemohon dari barang atau jasa tersebut (Ali, 2017). Promosi merupakan kegiatan penting dalam pemasaran yang merupakan sarana untuk menarik calon konsumen agar memberikan respon terhadap produk perusahaan, sehingga perusahaan dapat merencanakan tindakan pemasaran selanjutnya.

Pada dasarnya, promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran. Tujuan dari komunikasi pemasaran yakni menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. Proses komunikasi pemasaran melibatkan sembilan unsur fundamental yakni *sender, encoding, message, media, decoding, receiver, response, feedback*, dan *noise*. *Sender* disini yang dimaksud adalah pihak Dindukcapil yang mengemas (*encoding*) pesan/informasi terkait produk perusahaan melalui sosialisasi langsung maupun tidak langsung sebagai media, kemudian pesan tersebut ditafsirkan (*decoding*) oleh *receiver* yakni pemohon yang memberikan respon berupa timbal balik yang variatif dan kemudian ditangkap oleh

pihak Dindukcapil Kab. Demak. Dari proses komunikasi tersebut berpotensi terjadi hambatan (*noise*) dari berbagai arah sehingga proses sosialisasi kurang optimal dan mengakibatkan permasalahan belum maksimalnya pemahaman pemohon akan produk Dindukcapil.

Berdasarkan hasil wawancara, sosialisasi produk Dindukcapil Kabupaten Demak dilakukan sebanyak 3-6 kali, namun pada masa pandemi sosialisasi hanya terealisasi 2-3 kali saja, padahal terdapat 14 Kecamatan dan 249 Desa/Kelurahan yang terdapat di Kabupaten Demak. Dalam pelaksanaannya, sosialisasi melibatkan berbagai pihak sebagai pelaksana yakni tim pelayanan, tim pendaftaran penduduk, dan tim pencatatan sipil; dan sebagai penerima informasi melibatkan perangkat desa, perseorangan dari lembaga tertentu, dan influencer. Metode Sosialisasi produk Dindukcapil Kab. Demak dilakukan secara offline dan online, dengan menggunakan 3 jenis media promosi yakni (1) promosi secara fisik dengan membuka stand di bazar ataupun melakukan pelayanan jemput bola sehingga bisa menjalin interaksi langsung dengan pemohon, (2) promosi melalui media tradisional yakni media cetak seperti poster dan brosur serta media elektronik radio yang disiarkan di Radio Suara Kota Wali, (3) promosi melalui media digital seperti website dan media sosial instagram, twitter, youtube, tiktok, facebook.

Gambar 6.1. Media Sosialisasi Dinducapil Kab. Demak



Sumber: Dinducapil Kab. Demak

Dinducapil Kab. Demak telah melakukan berbagai usaha untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat Demak, namun berdasarkan wawancara pemohon mengemukakan bahwa mereka

belum pernah mengikuti proses sosialisasi secara langsung dan mengaku mendapatkan informasi terkait produk Dindukcapil, persyaratan, serta prosedur pembuatannya dari perangkat desa maupun media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi belum menyeluruh, maka disarankan adanya pengembangan sosialisasi.

Sosialisasi produk Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil belum cukup efektif dikarenakan frekuensi pelaksanaan yang masih minim sedangkan ada 14 kecamatan di Demak yang memerlukan informasi administrasi kependudukan secara langsung. Berdasarkan wawancara, kurangnya frekuensi sosialisasi ini dikarenakan anggaran yang terbatas dari pusat, faktanya biaya sosialisasi ini bisa ditekan salah satunya dengan pemilihan tempat sosialisasi yang sederhana seperti di balai desa, tanpa perlu mengeluarkan biaya sewa tempat seperti yang dilakukan Dindukcapil Kabupaten Demak saat ini lebih sering melakukan sosialisasi di resto. Sosialisasi langsung yang dijalankan hanya seputar penyampaian teori, maka penulis mengusulkan adanya praktek dan properti persyaratan untuk memahami pemohon akan produk, persyaratan, serta prosedur pengajuan dokumen kependudukan baik secara offline maupun online. Dengan begitu, baik pemohon yang sudah melek IT ataupun yang belum melek IT akan dapat menangkap sosialisasi dengan lebih baik.

Gambar 6.2. Pelaksanaan Sosialisasi Langsung Dinducapil Kab. Demak



Sumber: Dinducapil Kab. Demak

Berdasarkan teori yang dikaji, agar pelaksanaan sosialisasi produk Dinducapil Kab. Demak berhasil maka perlu memperhatikan tiga variabel yang mencakup:

- a. Variabel Anteseden: yakni memperhatikan beberapa faktor seperti situasi dan kondisi masyarakat Demak sebagai sasaran sosialisasi, memperhatikan karakteristik sosiodemografis dan psikografis nya, serta memperhatikan kebutuhan masyarakat di masa sekarang dan masa datang. Faktor-faktor tersebut dikategorikan pada tahap pra sosialisasi yang meliputi:

(1) Pengumpulan data

Pengumpulan data primer dilakukan dengan survey kepada masyarakat Demak dan pengumpulan data sekunder melalui penelaahan data kependudukan untuk menentukan target sosialisasi. Dengan mengambil data daerah mana saja yang banyak warganya belum mengurus dokumen kependudukan serta diklasifikasikan berdasar umur dan pendidikan. Karena berdasar hasil wawancara, warga menengah ke bawah dalam artian belum begitu mengenal teknologi ini sangat perlu sosialisasi yang diadakan secara langsung/ *on the spot*.

(2) Analisis kebutuhan

Menganalisis kebutuhan target sosialisasi dan merancang strategi komunikasi agar menghasilkan efek yang diharapkan. Dengan menganalisis data yang telah dikumpulkan, maka strategi komunikasi dapat dirancang sesuai dengan kebutuhan calon pemohon. Strategi komunikasi harus disesuaikan dengan target sosialisasi, seperti target sosialisasi dengan usia remaja membutuhkan sosialisasi terkait pembuatan E-KTP yang bisa dilaksanakan di lingkungan sekolah dan bagi orang tua yang memiliki anak usia di bawah 17 tahun dapat disosialisasikan terkait pembuatan KIA (Kartu Identitas Anak). Sosialisasi dengan materi khusus seperti ini akan lebih berdampak optimal kepada target sosialisasi.

(3) Perumusan tujuan

Merumuskan capaian sosialisasi yakni adanya *feedback* positif dari target sosialisasi disertai dengan keputusan membuat dokumen kependudukan.

(4) Inventarisasi pencapaian tujuan

Menyiapkan sumber daya komunikasi untuk memfasilitasi sosialisasi yang dijalankan agar pemohon tertarik dengan informasi yang disampaikan.

(5) Perumusan rencana strategis

Merancang strategi komunikasi yang efektif dan disesuaikan dengan target sosialisasi.

(6) Perumusan rencana operasional

Merumuskan teknis pelaksanaan sosialisasi di lapangan yang meliputi penetapan personal lapangan, jadwal kegiatan sosialisasi, tempat sosialisasi, anggaran biaya, fasilitas yang dibutuhkan, serta tahapan pelaksanaan sosialisasi saat di lapangan.

(7) Perumusan rencana evaluasi

Menyusun indikator kinerja untuk menilai kemajuan sosialisasi yang dijalankan, meliputi evaluasi proses sosialisasi, evaluasi hasil sosialisasi, dan evaluasi dampak sosialisasi produk Dindukcapil Kab. Demak.

b. Variabel Proses: variabel yang menunjukkan tahapan komunikasi yang sistematis. Variabel proses merupakan inti dari kegiatan sosialisasi yang meliputi tahap pengenalan, tahap persuasi, dan tahap keputusan.

(1) Tahap pengenalan

Terciptanya kesadaran (awareness) dari target sosialisasi yakni masyarakat Demak untuk memiliki dokumen kependudukan.

(2) Tahap persuasi

Proses mengajak dan membentuk sikap masyarakat Demak terhadap sosialisasi produk Dindukcapil Kab. Demak yang diperkenalkan.

(3) Tahap keputusan

Masyarakat Demak didorong untuk menerima sosialisasi (adopsi) produk Dindukcapil Kab. Demak.

c. Variabel konsekuensi/ tahap pasca sosialisasi: menilai tingkat keberhasilan sosialisasi yang dijalankan, terutama untuk memperoleh data terkait pencapaian tujuan sosialisasi produk dan dampak sosialisasi produk Dindukcapil Kab. Demak. kegiatan ini merupakan tahap pelaksanaan evaluasi dimana instrumennya telah dirancang pada tahap pra sosialisasi. Dari keputusan adopsi/ menerima sosialisasi maka konsekuensinya berubah menjadi tindakan nyata yakni melakukan pengajuan pembuatan produk

Dindikcapil Kab. Demak atau mengajukan perbaikan dokumen kependudukan yang dimiliki.

6.2.2 Persyaratan dan Prosedur Pembuatan Produk Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil

Dindikcapil Kabupaten Demak telah menetapkan persyaratan untuk setiap pembuatan dokumen kependudukan dan prosedur atau alur pengajuan dokumen kependudukan berdasarkan Permendagri Nomor 108 tahun 2019 tentang Persyaratan dan Tata Cara Pendaftaran Penduduk dan Pencatatan Sipil yang dipublikasikan dalam Berita Negara Republik Indonesia dan bisa diakses melalui internet (PERMENDAGRI, 2019).

Permendagri Nomor 108 tahun 2019 terdiri dari enam bab dan 101 pasal. Pada Bab I Pasal 1 berisi ketentuan umum. Bab II pasal 2 hingga pasal 38 mencakup pelayanan Pendaftaran Penduduk yang terdiri atas pencatatan biodata penduduk, penerbitan KK, KTP-el, KIA, penerbitan surat keterangan kependudukan terhadap pendaftaran Peristiwa Kependudukan, dan pendataan penduduk rentan administrasi kependudukan disertai dengan persyaratan dan tata cara pengajuannya. Pada Bab III Pasal 39 - 93 mencakup pelayanan Pencatatan Sipil yang terdiri atas kelahiran, lahir mati, perkawinan, pembatalan perkawinan, perceraian, pembatalan perceraian,

kematian, pengangkatan anak, pengakuan anak, pengesahan anak, perubahan nama, perubahan status kewarganegaraan, peristiwa penting lainnya, pembetulan akta Pencatatan Sipil, dan pembatalan akta Pencatatan Sipil disertai dengan persyaratan dan tata cara pengajuannya. Bab IV Pasal 94 menjelaskan terkait Pendaftaran Penduduk dan Pencatatan Sipil secara daring. Bab V Pasal 95 hingga Pasal 99 berisi ketentuan lain-lain, dan terakhir Bab VII Pasal 100-101 berisi Ketentuan Penutup.

Publikasi persyaratan pembuatan dokumen kependudukan yang merupakan produk dari Dindikcapil Kabupaten Demak juga dilakukan melalui sosial media seperti Instagram dan Youtube.

Gambar 6.3. Publikasi persyaratan pembuatan produk Dindikcapil

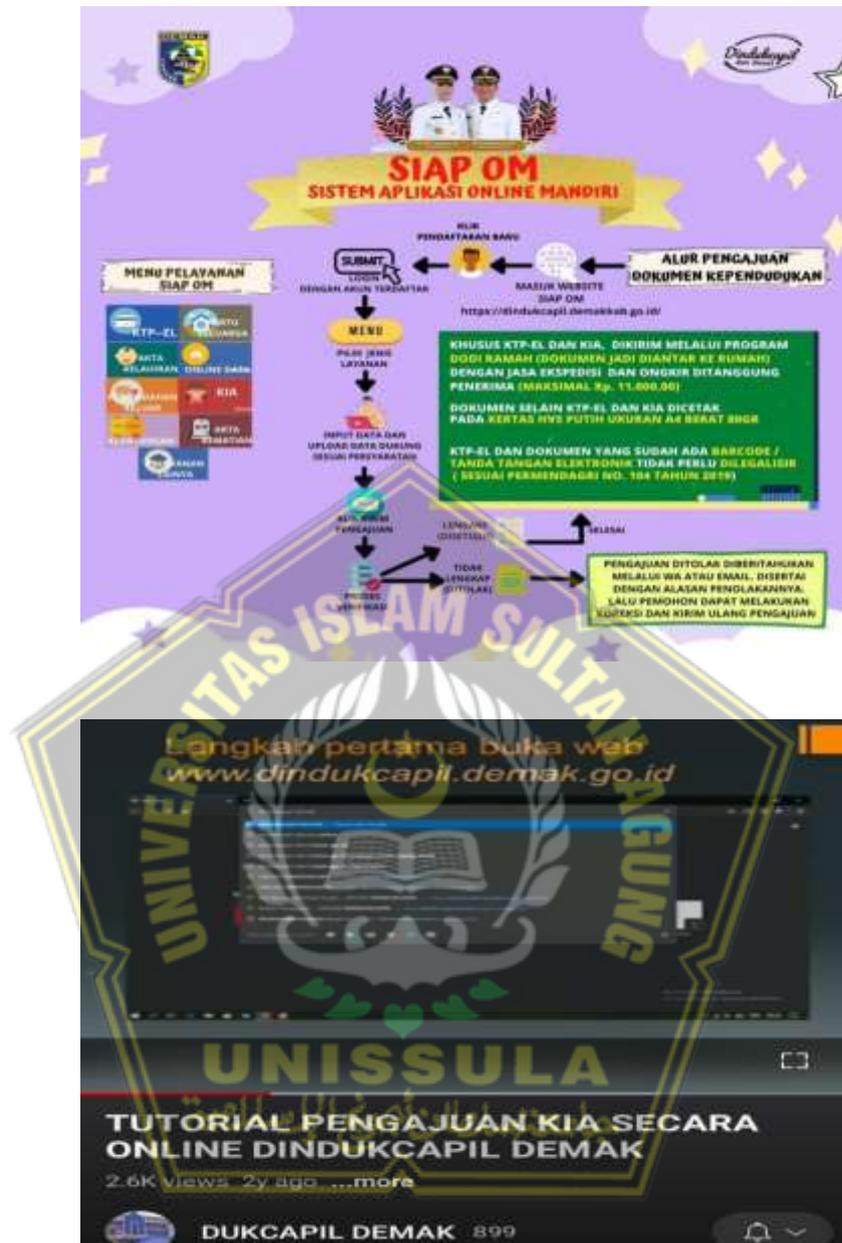


Source: Instagram dan Youtube Dukcapil Demak

Alur pengajuan atau prosedur pembuatan dokumen kependudukan bisa dilakukan secara daring (online) melalui aplikasi SIAP OM maupun secara luring (offline) langsung di kantor Dindikcapil Kabupaten Demak. Prosedur pembuatan produk Dukcapil dipublikasikan kepada calon pemohon melalui sosialisasi fisik berupa brosur maupun banner dan sosialisasi non fisik melalui sosial media dan website resmi Dindikcapil Kab. Demak.

Gambar 6.4. Publikasi prosedur pembuatan produk Dindikcapil





Source: Website dan Youtube Dukcapil Demak

Publikasi persyaratan dan prosedur pembuatan produk Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil ini sebagai upaya sosialisasi untuk memudahkan pemohon yang akan mengajukan pembuatan dokumen kependudukan. Berdasarkan data wawancara yang penulis

peroleh, menurut Kasi Kerjasama dan Inovasi Pelayanan, Dindukcapil Kab. Demak pernah melakukan sosialisasi terkait perundang-undangan yang berlaku namun daya tangkap masyarakat terhadap informasi sosialisasi berbeda-beda, masyarakat dengan kelas menengah ke bawah lebih sulit untuk menangkap informasi yang diberikan. Sedangkan, pemohon yang belum memahami persyaratan dan prosedur pembuatan produk dikarenakan sosialisasi tidak sampai kepada mereka secara langsung atau mereka belum memperbarui informasi di media sosial.

Sosialisasi produk Dindukcapil Kab. Demak dapat dikembangkan dengan menargetkan peserta sosialisasi dari semua kalangan sesuai dengan kebutuhan calon pemohon dan mengintegrasikan sosialisasi langsung dengan basis media sosial. Sehingga pada saat pelaksanaan sosialisasi langsung, masyarakat juga diberi bimbingan terkait media sosial untuk mengakses website dan media sosial Dindukcapil, dimana media sosial pada zaman sekarang merupakan alat informasi yang mutakhir untuk mempromosikan produk. Website Dindukcapil merupakan media yang paling mudah diakses karena hanya memerlukan internet dan alat browsing seperti Goggle, tidak perlu mendaftar akun media sosial, maka dari itu optimalisasi website ini merupakan hal krusial bagi masyarakat untuk mencari informasi. Untuk memudahkan dan memberikan pemahaman kepada pemohon maka penulis mengusulkan adanya tabel produk dan

persyaratan pembuatan tiap dokumen kependudukan serta prosedur pengajuannya yang mudah diakses dalam website tersebut. Literasi pemohon juga perlu ditingkatkan dengan upaya pembuatan promosi maupun konten sosial media yang menarik.

6.2.3 Jenis-jenis Pelayanan Administrasi Kependudukan dan Pencatatan Sipil

Administrasi Kependudukan (Adminduk) adalah rangkaian kegiatan penertiban dokumen dan data kependudukan melalui Pendaftaran Penduduk, Pencatatan Sipil, Pengelolaan Informasi Penduduk serta pendayagunaan hasilnya untuk pelayanan publik dan pembangunan sektor lain. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2013, setiap penduduk mempunyai hak untuk memperoleh dokumen kependudukan, pelayanan yang sama, perlindungan atas data pribadi kepastian hukum atas kepemilikan dokumen, informasi mengenai data hasil pendaftaran penduduk dan pencatatan sipil, dan juga ganti rugi dan pemulihan nama baik akibat kesalahan serta penyalahgunaan data pribadi.

Dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2013 dinyatakan bahwa sebagian pelayanan administrasi kependudukan dapat diurus di kantor kecamatan yang disebut UPTD (Unit Pelaksana Teknik Dinas) Instansi Pelaksana, namun fenomena yang ada di Dindukcapil Kabupaten Demak masih banyak pemohon yang langsung datang ke Dinas untuk permohonan

administrasi kependudukan yang menyebabkan over permohonan sehingga dokumen proses penyelesaian dokumen terkendala waktu yang lama.

Berdasarkan wawancara dengan narasumber ibu Tyas selaku Kasi Kerjasama dan Inovasi Pelayanan, target penyelesaian dokumen kependudukan adalah 1 x 24 jam sejak data dukung dinyatakan lengkap dan benar. Dalam satu hari terdapat pengajuan dokumen kependudukan sebanyak 200 ajuan baik offline maupun online dan rata-rata kedatangan pemohon ke Dindukcapil Kabupaten Demak sebanyak 100 orang, pengajuan yang tidak terselesaikan dalam satu hari maka dokumen kependudukan akan diproses pada hari kerja berikutnya atau dokumen akan dikirim melalui ekspedisi.

Kasi Kerjasama dan Inovasi Pelayanan menambahkan penjelasan terkait kewenangan yang bisa dilakukan Kecamatan untuk membantu menangani dokumen kependudukan, sehingga pemohon tidak perlu ke Dinas antara lain: perekaman KTP pemula, pengajuan input jiwa di KK s/d usia 5 tahun, pengajuan akta kelahiran, akta kematian, cetak KTP (untuk Kecamatan yang memiliki fasilitas ADM), perubahan elemen data di KK (pekerjaan, pendidikan, golongan darah, status perkawinan), pindah dalam 1 kabupaten Demak.

Sedangkan dokumen kependudukan yang harus diurus oleh Dindukcapil dan tidak bisa ditangani kecamatan antara lain: perubahan/pembetulan akta kelahiran, perubahan/pembetulan akta

kematian, perubahan/pembetulan nama & tanggal lahir, pindah antar Kabupaten/Kota, pengajuan input jiwa di KK lebih dari usia 5 tahun, pengajuan akta perkawinan & akta perceraian non muslim, serta pengajuan pencatatan perubahan status kewarganegaraan.



BAB VII

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

7.1 Kesimpulan

1. Permasalahan belum maksimalnya pemahaman pemohon akan produk Dindukcapil dan persyaratan serta prosedur pembuatannya disebabkan oleh beberapa hal yakni pemohon dengan kategori menengah ke bawah belum menjangkau media elektronik dimana sosialisasi produk Dindukcapil banyak dipublikasikan, target sosialisasi terbatas karena menyesuaikan anggaran, kurangnya daya tangkap masyarakat akan informasi yang disampaikan pada saat sosialisasi produk Dindukcapil, pemohon yang mengajukan pembuatan dokumen kependudukan belum mempelajari syarat dan prosedurnya, serta kurangnya intensitas sosialisasi.
2. Sosialisasi Produk Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Demak termasuk ke dalam kegiatan pemasaran yakni promosi, sebagai upaya memperkenalkan produk dan manfaatnya kepada masyarakat Demak.
3. Sosialisasi Dindukcapil merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang disampaikan kepada masyarakat terkait produk, persyaratan, serta prosedur pengajuan dokumen kependudukan melalui berbagai media promosi.

4. Intensitas sosialisasi langsung Dindukcapil dalam 1 tahun sebanyak 3-6 kali dengan target sosialisasi yang terbatas.
5. Metode sosialisasi yang digunakan yakni metode offline dan online dengan media promosi yang digunakan untuk sosialisasi yakni promosi langsung seperti pengadaan booth pada acara-acara tertentu, promosi fisik seperti pengadaan brosur dan pamflet-pamflet, serta promosi digital melalui internet dan media sosial.
6. Fakta belum maksimalnya pemahaman pemohon karena frekuensi sosialisasi yang masih minim yakni hanya 3-6 kali dalam setahun dengan target kecamatan di Demak sebanyak 14 sehingga masih banyak pemohon yang kurang informasi akan produk Dindukcapil dan persyaratan serta prosedur pengajuannya.
7. Metode sosialisasi yang dilakukan belum cukup efisien dikarenakan sosialisasi langsung yang dijalankan hanya seputar penyampaian teori dan lokasi sosialisasi yang biasanya dilaksanakan di Resto akan memperbesar dana pengeluaran sosialisasi.

7.2 Rekomendasi

Adapun rekomendasi ini penulis sampaikan sebagai bahan evaluasi untuk kebijakan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Demak dan sebagai upaya manajerial yang lebih baik ke depannya.

1. Pengadaan schedule board di bidang Kerjasama pelayanan & Inovasi untuk mengontrol jadwal kegiatan sosialisasi yang akan dijalankan.

2. Materi sosialisasi disesuaikan dengan target sosialisasi.
3. Sosialisasi produk, persyaratan, serta prosedur pengajuan dokumen kependudukan lebih digencarkan lagi melalui media sosial.
4. Membuat konten media sosial yang menarik terutama terkait tutorial pengajuan dokumen kependudukan secara offline.
5. Menetapkan strategi komunikasi yang menarik agar pemohon merespon positif terhadap informasi yang diberikan.
6. Membangkitkan literasi pemohon untuk memahami syarat dan prosedur pembuatan produk Dindukcapil Kab. Demak.
7. Strategi yang saya usulkan untuk meningkatkan pemahaman pemohon akan produk, prosedur, serta persyaratan pembuatannya agar masyarakat paham, baik masyarakat yang sudah melek IT maupun belum, yakni adanya praktek dan properti persyaratan pengajuan dokumen kependudukan baik secara offline maupun online saat pelaksanaan sosialisasi langsung.
8. Agar pelaksanaan sosialisasi langsung lebih efisien hendaknya dilaksanakan di lokasi yang sederhana dan bebas biaya sewa seperti di balai desa atau pada acara-acara tertentu sehingga alokasi dana sosialisasi lebih merata.
9. Optimalisasi website Dindukcapil Kabupaten Demak dengan mencantumkan ringkasan produk, persyaratan pengajuan tiap dokumen kependudukan serta prosedur pengajuannya dalam bentuk tabel yang jelas dan mudah diakses dalam website tersebut.

10. Agar Dinas di Kabupaten melakukan desentralisasi kewenangan, mana-mana yang cukup diurus di kelurahan/ kecamatan dan mana-mana yang diurus di Kabupaten.
11. Adanya distribusi anggaran dari pusat untuk pelaksanaan pelayanan dan sosialisasi Dindukcapil Kabupaten Demak.
12. Harapan ke depannya untuk Dindukcapil Kabupaten Demak dapat melayani pemohon dengan minim kesalahan dan sosialisasi terkait produk Dindukcapil tersampaikan secara menyeluruh serta untuk pemohon agar memahami persyaratan dan prosedur pembuatan dokumen kependudukan sebelum mengajukan adminduk.



BAB VIII

REFLEKSI DIRI

8.1 Dampak Positif Yang Diterima Selama Perkuliahan yang Bermanfaat/Relevan Terhadap Pelaksanaan Magang

Selama perkuliahan, penulis menerima banyak dampak positif yang dapat diimplementasikan pada saat pelaksanaan magang seperti implementasi teoritis terkait mata kuliah pemasaran, SDM, keuangan, operasional, dan lain sebagainya yang dapat digunakan sebagai sarana komparasi penyelesaian masalah yang ada di tempat magang yakni Dinas Kependudukan dan pencatatan Sipil Kab. Demak. Serta penerapan teknologi informasi yang telah diajarkan pada masa kuliah sangat bermanfaat/ relevan untuk mengoperasikan teknologi dan digitalisasi di tempat magang.

8.2 Manfaat Magang Terhadap Pengembangan Soft-Skills Mahasiswa

Dengan dilaksanakannya magang MBKM, penulis dapat mengembangkan soft skills pada aspek *cooperativeness* dengan memberikan masukan/gagasan selama magang, sering membantu teman atau pegawai dalam pekerjaan magang, dapat bekerjasama dalam tim dengan baik, dan mampu melakukan komunikasi secara lisan maupun tertulis dengan baik. Pada aspek *leadership* dapat menerapkan perilaku yang baik sebagai contoh, mampu mengambil keputusan, dan memahami serta menjalankan peraturan dengan sungguh-sungguh. Pada aspek *innovativeness*, aktif dalam berbagai kegiatan

yang berkaitan dengan pekerjaan magang dan mampu menggunakan teknologi dan informasi digital dalam pekerjaan magang. Pada aspek fairness, melibatkan Allah dalam urusan pekerjaan magang, memberi perlakuan yang sama pada semua orang, selalu mengutamakan kelompok, dan selalu mengikuti perintah dosen supervisor. Pada aspek trustworthiness, selalu melaksanakan pekerjaan sampai selesai dengan kualitas yang baik, datang dan menyelesaikan pekerjaan tepat waktu, dan jujur dalam melaksanakan pekerjaan magang.

8.3 Manfaat Magang Terhadap Pengembangan Kemampuan Kognitif Mahasiswa

Selama aktivitas magang dapat meningkatkan kemampuan kognitif sehingga penulis mampu menghubungkan, menilai, dan mempertimbangkan suatu peristiwa yang ada di tempat magang kemudian mendapatkan pengetahuan setelahnya. Penulis mampu beradaptasi dan berkomunikasi dengan baik di lingkungan magang, serta dapat meningkatkan kefokusannya dalam bekerja sehingga dapat menangkap informasi yang diberikan dengan baik.

8.4 Kunci Sukses Bekerja Berdasarkan Pengalaman Magang

Berdasarkan pengalaman magang di Dindukcapil Kab. Demak, kunci sukses dalam bekerja salah satunya adalah komunikasi yang baik dan saling membantu. Komunikasi yang baik dengan pegawai maupun kelompok magang akan memudahkan pekerjaan karena dengan komunikasi yang baik

mahasiswa dapat memahami dan menjalankan pekerjaan magang yang diberikan.

8.5 Rencana Perbaikan/ Pengembangan Diri, Karir, dan Pendidikan Mahasiswa Selanjutnya

Penulis akan melakukan evaluasi dan pengembangan diri agar lebih siap menghadapi dunia kerja dan menyusun rencana karir yang relevan dengan kompetensi diri penulis, serta menyusun rencana pendidikan selanjutnya setelah menyelesaikan studi dari jenjang sarjana.



DAFTAR PUSTAKA

- Ali, K. (2017). Pengaruh Promosi Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Ekasave Pada Bank Eka Kantor Pusat Metro. *Jurnal Ilmiah FE-UMM*, 11(2), 1–69.
- Bupati Demak Provinsi Jawa Tengah. (2021). Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas Dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Demak. *Peraturan Bupati Demak*. Demak, Jawa Tengah.
- Dellia Mila Vernia, Widiyanto, S., Dwi Narsih, Mu'thia Mubashira, & Leni Tiwinyanti. (2020). Sosialisasi Dan Pembekalan Strategi Pemasaran Produk Olahan Pisang Pada Siswa Pondok. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 4(1), 125–128. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v4i1.1919>
- FEB Universitas Bung Hatta. (2020, September 30). *Pahami Jenis-Jenis Promosi yang Efektif Untuk Bisnis Anda*. Retrieved from ekonomi.bunghatta.ac.id: <https://ekonomi.bunghatta.ac.id/index.php/id/artikel/614-pahami-jenis-jenis-promosi-yang-efektif-untuk-bisnis-anda>
- Gie. (2020, April 16). *Pengertian Lengkap 7P Bauran Pemasaran atau Marketing Mix*. Retrieved from accurate.id: <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-lengkap-bauran-pemasaran/>
- Herdiana. (2018). Sosialisasi Kebijakan Publik: Pengertian dan Konsep Dasar. *Stiacimahi.Ac.Id*, 14(November), 13–25. <http://www.stiacimahi.ac.id/wp-content/uploads/2019/12/2.-Dian-Herdiana.pdf>
- Hikmatiar, M., Saepuloh, U., & Aziz, A. (2018). Manajemen Komunikasi Pemasaran dalam Menjalin Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 47–69. <https://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/index.php/reputation/article/view/585/99>
- Jurnal enterpreneur. (2022). *Marketing Mix 7P, Konsep Strategi Pemasaran Bagi Bisnis!* Retrieved from jurnal.id: <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-mengenal-7-konsep-mix-marketing-dalam-perusahaan-jasa/>
- Kecamatan Semarang Tengah. (2023, February 6). *Kecamatan Semarang Tengah*. Retrieved from kecsmtengah.semarangkota.go.id: <https://kecsmtengah.semarangkota.go.id/pengurusan-adminduk>
- Kevin, D., & Carsana, Y. (2020). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di Pt.Arista Suskes Abadi Tanjung Pinang. *Jurnal Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang*, Vol.3,

No.1, 2020: 1-13, 3(1), 1–13.

- Khairunnisa, M. K. R. (2022). Strategi Sosialisasi Tabungan Easy Wadi'ah pada Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 2(3), 70–80.
- Padri, A. R. (2021). Equivalent: Jurnal Sosial Teknik Vol. 3, No. 1, Januari-Juni 2021. *PENERAPAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PENDIDIKAN DI SMA NEGERI CIREBON*, 3(March), 6.
- Pemerintah Daerah Kab. Demak. (2022, June 21). *DINAS KEPENDUDUKAN & PENCATATAN SIPIL KABUPATEN DEMAK*. Retrieved from dukcapil.demakkab.go.id:
<http://dukcapil.demakkab.go.id/index.php/selayang-pandang/profil/>
- Pemerintah Daerah Kab. Karawang. (2022, June 21). *Dinas Kependudukan & Catatan Sipil - Kab. Karawang*. Retrieved from dukcapil.karawangkab.go.id:
<https://dukcapil.karawangkab.go.id/profil/tugas-pokok-dan-fungsi>
- PERMENDAGRI, Pub. L. No. 108, 2013 (2019).
- Pohan, N. K. (2022). Manajemen Keuangan dan Pembiayaan (Tamwil) Dalam Perspektif Islam. *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management*, 3(1), 45–78. <http://sajiem.iainponorogo.ac.id/sajiem>
- Pratama, R. (2022, April 20). *Strategi Pemasaran Produk: Jenis, Metode, hingga Contohnya*. Retrieved from [qoalaplus.com](http://www.qoalaplus.com):
<https://www.qoalaplus.com/media/bisnis-dan-strategi/pemasaran/strategi-pemasaran-produk/>
- Putri, R. S., & Safri, I. (2015). Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi Pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 1(2502–1419), 1–25.
- Rahajeng, A. (2018). Strategi Pemasaran Produk Suvenir Pendukung Desa Wisata Tinalah Dan Program Bela Beli Kulon Progo. https://Jurnal.Ugm.Ac.Id/Public/Journals/102/PageHeaderTitleImage_en_US.Jpg, 1, 37–50. <https://doi.org/10.22146/jp2m.41025>
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran* (T. Fitriastuti & Kiswanto (eds.)). Mulawarman University Press.
- Rheinnadia, Irwanto, A. K., & Najib, M. (2017). Peran Atribut Produk dalam Keputusan Pembelian Terkait Strategi Pemasaran Soyjoy di Area Bogor. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil*

- Menengah*, 11(2), 123–128. <https://doi.org/10.29244/mikm.11.2.123-128>
- Ritonga, M., & Nasri, M. K. (2021). 162-Article Text-584-2-10-20210228. *Tafsir Ayat-Ayat Tentang Manajemen Sumber Daya Manusia*, 2(1), 15. <http://pusdikra-publishing.com/index.php/jrсс>
- Salindeho, A. E., & Mandey, S. L. (2018). Pengaruh Inovasi Produk, Tempat dan Promosi Terhadap Kinerja Pemasaran Motor Suzuki (Pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cab. Malalayang). *Pengaruh Inovasi Produk..... 3348 Jurnal EMBA*, 6(4), 3348–3357.
- Smith, E. (2016). Perancangan Bauran Promosi Pada Usaha Makanan Perusahaan Pie Elis. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 7.
- Syafril, S., Yuliani, Y., Fahmi, M., Fadhilah, N. R., & Jamaluddin, J. (2020). Peningkatan Kemampuan Manajemen Pemasaran Produk Unggulan Berbahan Dasar Naneas Kecamatan Mekarsari Barito Kuala Provinsi Kalimantan Selatan. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlās*, 6(1), 37–47. <https://doi.org/10.31602/jpaiuniska.v6i1.3359>
- Umam. (2022, July 14). *Gramedia Blog*. Retrieved from www.gramedia.com: <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-sosialisasi/>
- Vivi Widyanti. (2019). Analisis Fungsi Manajemen Operasional Di Pt So Good Food Wonoayu Sidoarjo . *Agora*, 7(1), 1–6.
- Wardhani, Nadia Arissanti , Yusmansyah, S. M. (2013). Self-Concept Between Acceleration and Non Acceleration. *ALIBKIN (Jurnal Bimbingan Konseling)*, 2(1), 1–11. <http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/ALIB/article/view/781/1240>
- Wendi, E. J., & Suasti, Y. (2018). Segmentasi Pasar Angkutan Bendi di Kota Solok. *Jurnal Buana*, 2(3), 806. <https://doi.org/10.24036/student.v2i3.137>
- Zakky. (2020, February 19). *Proses Komunikasi Beserta Unsur-Unsur dan Penjelasan Lengkapnya*. Retrieved from www.zonareferensi.com: <https://www.zonareferensi.com/proses-komunikasi/>