

**MAKSIMALISASI PROMOSI PERLINDUNGAN
TENAGA KERJA PADA DINAS PERINDUSTRIAN
DAN TENAGA KERJA KABUPATEN KENDAL**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S1 Manajemen**

Program Studi Manajemen



Disusun Oleh :

Radiesta Tria Ahadya

Nim : 30401900262

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

MAKSIMALISASI PROMOSI PERLINDUNGAN TENAGA KERJA PADA DINAS PERINDUSTRIAN DAN TENAGA KERJA KABUPATEN KENDAL

Disusun Oleh :

Radiesta Tria Ahadya

Nim : 30401900262

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya
dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian Skripsi

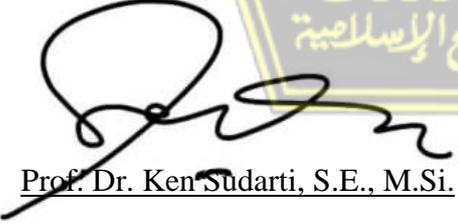
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 8 Februari 2023

Pembimbing,

Dosen Pembimbing Lapangan,

Dosen Supervisor,


Prof. Dr. Ken Sudarti, S.E., M.Si.


Ratna Mustikaningsih, SE., M.M.

NIDN. 0608036701

NIP. 19740404 199803 2 007

HALAMAN PENGESAHAN

MAKSIMALISASI PROMOSI PERLINDUNGAN TENAGA KERJA PADA DINAS PERINDUSTRIAN DAN TENAGA KERJA KABUPATEN KENDAL

Disusun Oleh :
Radiesta Tria Ahadya
Nim : 30401900262

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 16 Februari 2023

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing Lapangan,

Dosen Penguji I,


Prof. Dr. Ken Sudarti, S.E., M.Si
NIDN: 0608036701

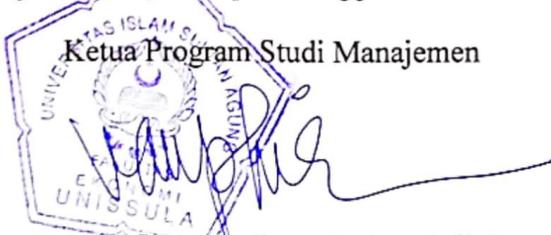

Drs. H. Bedjo Santoso, MT, Ph.D
NIDN: 0629026002

Dosen Penguji II,


Dr. Lutfi Nurcholis, S.T., S.E., M.M.
NIDN: 0623036901

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 3 Maret 2023

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Lutfi Nurcholis, S.T., S.E., M.M.
NIDN: 0623036901

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Radiesta Tria Ahadya

Nim : 304019002621

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Universitas : Universitas Islam Sultan Agung

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“MAKSIMALISASI PROMOSI PERLINDUNGAN TENAGA KERJA PADA DINAS PERINDUSTRIAN DAN TENAGA KERJA KABUPATEN KENDAL”** merupakan karya peneliti sendiri dan tidak ada unsur plagiarisme atau duplikasi dari karya orang lain. Pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip berdasarkan cara yang baik sesuai dengan kode etik. Peneliti siap menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran kode etik ilmiah dalam penyusunan penelitian skripsi ini.

Kendal, 2 Agustus 2022

Yang menyatakan,



Radiesta Tria Ahadya

NIM. 30401900262

PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Radiesta Tria Ahadya

NIM : 30401900262

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa ~~Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi*~~ dengan judul :

MAKSIMALISASI PROMOSI PERLINDUNGAN TENAGA KERJA PADA DINAS PERINDUSTRIAN DAN TENAGA KERJA KABUPATEN KENDAL

dan menyetujuinya menjadi hak milik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan **sungguh-sungguh**. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 2 September 2023

Yang menyatakan,



Radiesta Tria Ahadya

NIM. 30401900262

*Coret yang tidak perlu

ABSTRAK

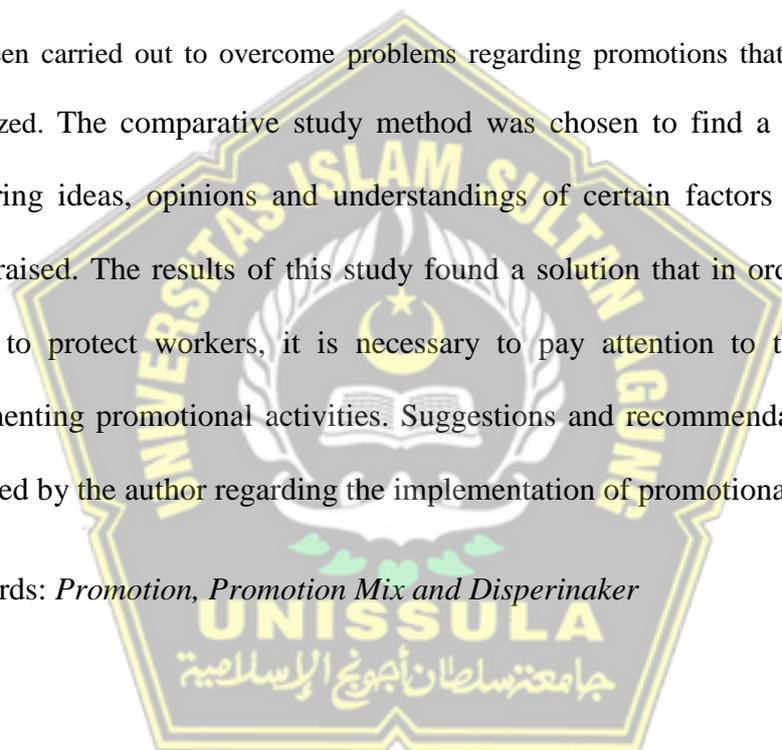
Maksimalisasi Promosi Perlindungan Tenaga Kerja pada Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kabupaten Kendal. Berdasarkan hasil pengamatan dan pengumpulan data yang telah dilakukan pada saat magang di Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja kabupaten Kendal, skripsi ini ditujukan untuk membantu meningkatkan upaya perlindungan tenaga kerja oleh Disperinaker. Kajian teori telah dilakukan untuk mengatasi permasalahan mengenai promosi yang belum maksimal. Metoda studi komparasi dipilih untuk menemukan sebuah simpulan dengan cara membandingkan ide-ide, pendapat-pendapat dan pengertian dari faktor-faktor tertentu yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat. Hasil dari penelitian tersebut menemukan sebuah solusi bahwa untuk meningkatkan upaya perlindungan tenaga kerja perlu memperhatikan proses pelaksanaan kegiatan promosi. Saran dan rekomendasi juga disampaikan penulis terkait pelaksanaan kegiatan promosi.

Kata Kunci : *Promosi, Bauran Promosi dan Disperinaker*

ABSTRACT

Maximizing the Promotion of Labor Protection at the Kendal Regency Industry and Manpower Service. Based on the results of observations and data collection that were carried out during the apprenticeship at the Kendal Regency Industry and Manpower Office, this thesis is intended to help improve labor protection efforts by the Department of Labor and Employment. Theoretical studies have been carried out to overcome problems regarding promotions that have not been maximized. The comparative study method was chosen to find a conclusion by comparing ideas, opinions and understandings of certain factors related to the issues raised. The results of this study found a solution that in order to increase efforts to protect workers, it is necessary to pay attention to the process of implementing promotional activities. Suggestions and recommendations are also conveyed by the author regarding the implementation of promotional activities.

Keywords: *Promotion, Promotion Mix and Disperinaker*



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan memanjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “Maksimalisasi Promosi Perlindungan Tenaga Kerja pada Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kabupaten Kendal” tepat pada waktunya.

Penulisan laporan skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan kelulusan dalam rangka menyelesaikan studi strata satu (S1) Manajemen. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu memberikan bimbingan serta arahan dalam menyelesaikan laporan skripsi ini. Dengan penuh rasa syukur penulis menyampaikan rasa hormat dan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ken Sudarti, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing lapangan yang selalu bersedia memberikan bimbingan dan masukan dalam penyusunan laporan skripsi.
2. Dr. Lutfi Nurcholis, S.T., S.E., M.M selaku ketua jurusan/program studi manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
3. Prof. Dr. Heru Sulistyono, S.E., M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
4. Seluruh dosen fakultas ekonomi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan mendukung kelancaran program magang MB-KM.

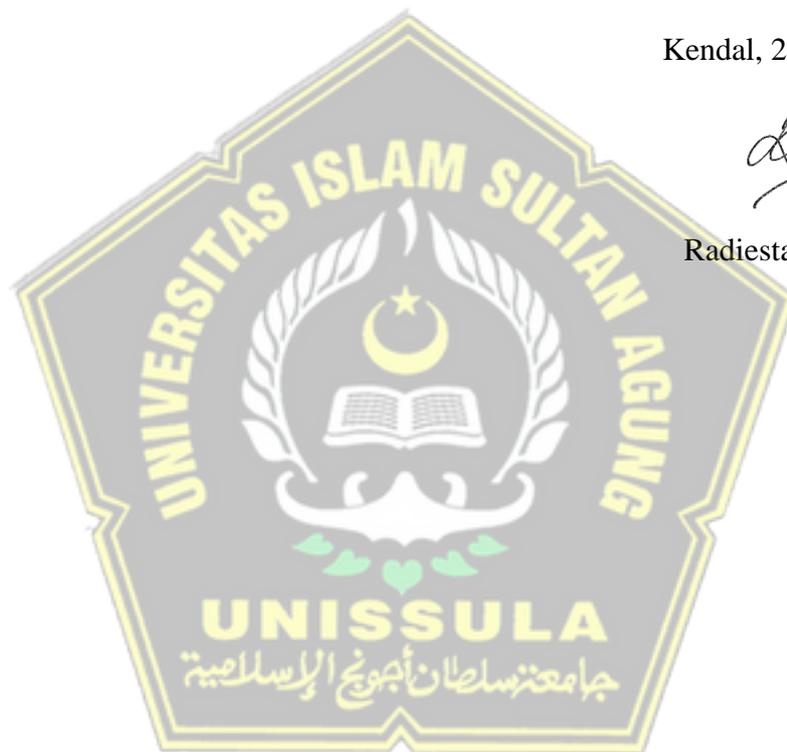
5. Ratna Mustikaningsih, S.E., MM selaku dosen supervisor yang selalu bersedia meluangkan waktunya untuk membantu penulis selama pelaksanaan kegiatan magang MB-KM.
6. Dra. Dyah Widyastuti, M.Si selaku kepala bidang hubungan industrial yang telah memberikan bimbingan serta masukan dalam pelaksanaan kegiatan magang MB-KM.
7. Siti Musdalifah, S.AP selaku subag umum dan kepegawaian yang selalu bersedia meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam pelaksanaan kegiatan magang MB-KM.
8. Seluruh staff pegawai Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja kabupaten Kendal yang telah memberikan motivasi serta semangat selama pelaksanaan magang.
9. Bapak dan Ibu selaku orangtua penulis yang telah mendidik dan memberikan kasih sayang yang lebih dari pada cukup sehingga selalu memberikan motivasi dan doa dalam perjalanan hidup penulis.
10. Keluarga besar yang selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis dalam pelaksanaan kegiatan magang MB-KM.
11. Teman-teman terdekat yang selalu memberikan semangat dan masukan dalam penulisan laporan skripsi.
12. Teman-teman di fakultas ekonomi yang tidak dapat penulis sebut satu persatu atas semangat dan kebersamaan perjuangannya.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun oleh pembaca dapat menyempurnakan penulisan skripsi ini. Semoga dengan adanya tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Kendal, 2 Agustus 2022



Radiesta Tria Ahadya



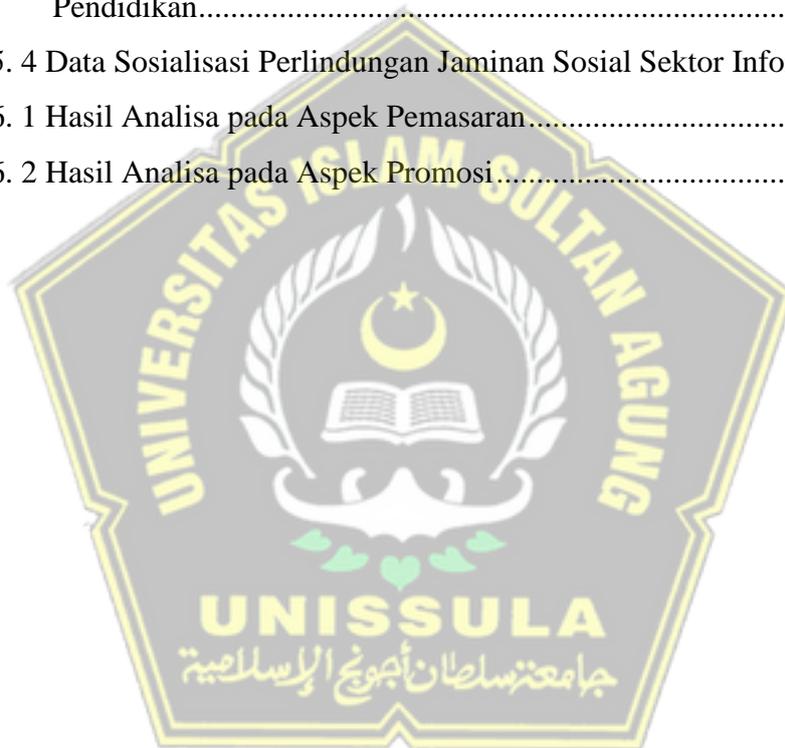
DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iv |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH..... | v |
| ABSTRAK..... | vi |
| <i>ABSTRACT</i> | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 3 |
| 1.3. Solusi Pemecahan Masalah | 5 |
| 1.4. Sistematika Business Cases Report Magang MB-KM..... | 5 |
| BAB II PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG..... | 8 |
| 2.1. Profil Organisasi..... | 8 |
| 2.1.1. Visi Misi Disperinaker Kabupaten Kendal | 9 |
| 2.1.2. Tugas Pokok dan Fungsi Disperinaker Kabupaten Kendal | 9 |
| 2.1.3. Susunan Organisasi Disperinaker Kabupaten Kendal | 10 |
| 2.1.4. Struktur Organisasi Disperinaker Kabupaten Kendal | 24 |
| 2.2. Aktivitas Magang | 24 |
| BAB III IDENTIFIKASI MASALAH | 29 |
| 3.1. Permasalahan dalam Disperinaker Kabupaten Kendal | 29 |
| 3.1.1. Gambaran Strategi Promosi Disperinaker..... | 32 |
| BAB IV KAJIAN PUSTAKA | 34 |
| 4.1. Pemasaran..... | 34 |

| | | |
|--|--|----|
| 4.2. | Promosi..... | 36 |
| 4.3. | Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>) | 41 |
| BAB V METODA PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA | | 44 |
| 5.1. | Rencana Penyelesaian Masalah..... | 44 |
| 5.2. | Metoda Pengumpulan Data | 44 |
| 5.3. | Analisis Data | 45 |
| 5.3.1. | Data Wawancara | 45 |
| 5.3.2. | Data Dokumenter | 48 |
| BAB VI ANALISIS DAN PEMBAHASAN..... | | 50 |
| 6.1. | Analisis Permasalahan..... | 50 |
| 6.2. | Pembahasan..... | 53 |
| BAB VII KESIMPULAN DAN REKOMENDASI | | 66 |
| 7.1. | Kesimpulan..... | 66 |
| 7.2. | Rekomendasi | 67 |
| 7.2.1. | Rekomendasi Hasil | 67 |
| 7.2.2. | Rekomendasi Tempat Magang | 69 |
| 7.2.3. | Rekomendasi Program Studi..... | 70 |
| BAB VIII REFLEKSI DIRI..... | | 72 |
| 8.1. | Dampak Positif yang Diterima Pada Saat Perkuliahan dan Bermanfaat di Tempat Magang | 72 |
| 8.2. | Manfaat Magang | 73 |
| 8.2.1. | Manfaat Magang Terhadap Pengembangan <i>Soft Skill</i> Penulis..... | 73 |
| 8.2.2. | <i>Soft Skill</i> yang Belum Didapat Penulis Pada Saat Magang..... | 73 |
| 8.2.3. | Manfaat Magang Terhadap Kemampuan Kognitif | 74 |
| 8.3. | Kunci Sukses Bekerja..... | 75 |
| 8.4. | Rencana Pengembangan Diri | 75 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 76 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. 1 Jumlah Penduduk Usia Kerja Kabupaten Kendal Tahun 2020..... | 3 |
| Tabel 5. 1 Hasil Wawancara Pekerja Sektor Informal terkait Pemasaran Disperinaker | 46 |
| Tabel 5. 2 Hasil Wawancara Pekerja Sektor Informal terkait Kegiatan Promosi Disperinaker | 47 |
| Tabel 5. 3 Data Angkatan Kerja Kabupaten Kendal Berdasarkan Tingkat Pendidikan..... | 48 |
| Tabel 5. 4 Data Sosialisasi Perlindungan Jaminan Sosial Sektor Informal | 49 |
| Tabel 6. 1 Hasil Analisa pada Aspek Pemasaran..... | 50 |
| Tabel 6. 2 Hasil Analisa pada Aspek Promosi..... | 51 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Disperinaker Kabupaten Kendal | 24 |
| Gambar 5. 1 Proses Analisis Data..... | 44 |
| Gambar 6. 1 Proses Kegiatan Promosi yang Efektif..... | 54 |
| Gambar 6. 2 Q.S Al Imran Ayat 159 | 62 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1 Identitas Peserta Magang..... | 77 |
| Lampiran 2 Daftar Hadir Peserta Magang | 78 |
| Lampiran 3 Log Book Peserta Magang | 86 |
| Lampiran 4 Proses Pembimbingan Laporan Magang Oleh DPL..... | 95 |
| Lampiran 5 Proses Pembimbingan Oleh Dosen Supervisor | 96 |
| Lampiran 6 Dokumentasi Kegiatan Magang | 97 |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sesuai dengan Undang-Undang Dasar 1945 pasal 1 ayat 3, Indonesia telah mengesahkan diri sebagai Negara hukum yang ingin menjadikan rakyatnya menjadi makmur, sejahtera dan berkeadilan. Dari sekian banyaknya hukum yang ada di Indonesia, hukum ketenagakerjaan menjadi salah satu hukum yang dapat melindungi rakyat Indonesia terutama kepada para tenaga kerja. Hukum ketenagakerjaan didefinisikan sebagai peraturan yang dibuat dengan tujuan untuk mengatur segala hal yang berhubungan dengan tenaga kerja (Hanifah, 2020).

Tenaga kerja diartikan sebagai setiap orang yang telah memasuki usia kerja (15 tahun ke atas) dan mampu melakukan pekerjaan dengan menghasilkan barang dan/atau jasa (Admin Disnaker, 2019). Menurut UU No.13 Tahun 2003 Bab 1 Pasal 1 Ayat 2, Tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan/atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat.

Secara garis besar di Indonesia tenaga kerja dibagi dalam dua kelompok, angkatan kerja dan bukan angkatan kerja. Angkatan kerja yaitu penduduk yang telah memasuki usia kerja dan dalam keadaan bekerja atau memiliki pekerjaan tetapi sementara dalam keadaan tidak bekerja dan pengangguran. Sedangkan bukan angkatan kerja diartikan sebagai penduduk

yang telah memasuki usia kerja dalam keadaan masih sekolah, mengurus rumah tangga atau melaksanakan kegiatan lainnya selain kegiatan pribadi.

Upaya Indonesia melindungi warganya berdasarkan Undang-Undang Ketenagakerjaan dalam pasal 86 ayat 1, menyebutkan bahwa setiap pekerja/buruh mempunyai hak untuk memperoleh perlindungan atas keselamatan dan kesehatan kerja, moral dan kesusilaan, serta perlakuan yang sesuai dengan harkat dan martabat manusia dan nilai-nilai agama. Negara Indonesia dalam mencapai upaya tersebut dibantu oleh Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja yang memiliki tugas dalam melaksanakan urusan pemerintahan di bidang perindustrian, tenaga kerja dan transmigrasi tanpa berorientasi pada sebuah profit salah satunya yaitu dalam mensosialisasikan perlindungan tenaga kerja. Dalam melakukan sosialisasinya, Disperinaker turut mengajak BPJS Ketenagakerjaan yang bertugas dalam memberikan perlindungan jaminan sosial bagi tenaga kerja melalui program jaminan sosial yang dimilikinya yaitu jaminan kecelakaan kerja, jaminan kematian, jaminan hari tua dan jaminan pensiun.

Tujuan laporan MB-KM ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemaksimalan Disperinaker dalam menjangkau para tenaga kerja melalui tahapan kegiatan promosi yang efektif. Disperinaker juga membutuhkan bantuan media promosi lainnya berupa pemanfaatan website yang Disperinaker miliki serta bantuan media cetak berbentuk brosur agar pesan yang disampaikan oleh Disperinaker dapat dengan mudah untuk diingat dan dipahami oleh target promosinya.

1.2. Rumusan Masalah

Bidang Hubungan Industrial pada Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja (Disperinaker) kabupaten Kendal memiliki peran yang cukup penting dalam mendukung upaya pemerintah melindungi rakyatnya, terutama terhadap para tenaga kerja. Peran Disperinaker kabupaten Kendal dalam mendukung upaya pemerintah yaitu dengan memberikan sebuah pelayanan keselamatan dan kesehatan kerja kepada para tenaga kerja salah satunya melalui jaminan sosial BPJS Ketenagakerjaan.

Upaya keselamatan dan kesehatan kerja bagi tenaga kerja dilakukan dengan tujuan untuk memberikan jaminan keselamatan dan meningkatkan tingkat kesehatan para pekerja atau buruh melalui pencegahan kecelakaan dan penyakit akibat kerja, pengendalian bahaya di tempat kerja, promosi kesehatan, pengobatan dan rehabilitasi. Adanya upaya ini harapannya dapat melindungi keselamatan pekerja atau buruh dalam mewujudkan produktivitas kerja yang optimal.

Tabel 1. 1 Jumlah Penduduk Usia Kerja Kabupaten Kendal Tahun 2020

| Kelompok Usia | Laki-laki | Perempuan | Jumlah |
|---------------|-----------|-----------|---------|
| 15 – 19 | 40.645 | 38.106 | 78.751 |
| 20 – 24 | 40.728 | 38.642 | 79.370 |
| 25 – 29 | 42.975 | 41.137 | 84.112 |
| 30 – 34 | 44.741 | 42.304 | 87.045 |
| 35 – 39 | 40.879 | 39.853 | 80.732 |
| 40 – 44 | 38.495 | 38.493 | 76.988 |
| 45 – 49 | 33.927 | 35.313 | 69.240 |
| 50 – 54 | 32.720 | 33.771 | 66.491 |
| 55 – 59 | 28.771 | 28.373 | 57.144 |
| 60 – 64 | 23.220 | 22.797 | 46.017 |
| Jumlah | | | 725.890 |

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) diolah, 2020

Dari tabel 1.1 dapat diketahui bahwa pada tahun 2020 menurut data Badan Pusat Statistik kabupaten Kendal terkait jumlah penduduk usia kerja di kabupaten Kendal sebesar 725.890 jiwa. Dari jumlah penduduk tersebut tentunya tidak hanya terdapat pekerja informal saja melainkan juga terdapat pekerja lainnya. Oleh sebab itu, apabila kegiatan promosi terkait perlindungan tenaga kerja yang dilakukan oleh Disperinaker hanya ditujukan kepada para pekerja informal saja mengakibatkan upaya perlindungan tenaga kerjanya tidak maksimal.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan di Disperinaker kabupaten Kendal, penulis menemukan permasalahan dimana kegiatan promosi melalui sosialisasi yang dilakukan oleh Disperinaker secara *non public* atau ditujukan kepada masyarakat khusus mengakibatkan pemasarannya tidak menyeluruh. Hal tersebut mengakibatkan banyaknya masyarakat yang tidak mengetahui keberadaan dari adanya Disperinaker yang memiliki jasa perlindungan terhadap tenaga kerja. Penting bagi pemerintah dalam mensosialisasikan terkait perlindungan tenaga kerja melalui BPJS Ketenagakerjaan agar tingkat kemakmuran dan kesejahteraan tenaga kerja dapat semakin meningkat. Apabila sumber daya manusianya dalam keadaan makmur dan sejahtera, tentunya kualitas SDM (Sumber Daya Manusia) yang ada di Kabupaten Kendal juga akan semakin berkualitas.

1.3. Solusi Pemecahan Masalah

Informasi terkait jasa Disperinaker kabupaten Kendal sesungguhnya dibutuhkan oleh seluruh pekerja tidak hanya kepada pekerja informal saja. Apabila Disperinaker melakukan sebuah promosi yang dikhususkan dengan cara *non public* maka strategi promosi Disperinaker dinilai belum maksimal. Solusi dari permasalahan yang ada di Disperinaker kabupaten Kendal yaitu untuk dapat memaksimalkan proses pelaksanaan promosinya dengan menentukan target promosinya secara tepat, melakukan pemanfaatan media online berupa website yang sudah ada serta menggunakan bantuan periklanan media cetak berbentuk brosur sebagai pendukung target promosi dalam mengingat informasi yang telah disampaikan pada saat promosi. Dengan solusi tersebut harapannya promosi perlindungan tenaga kerja yang dilakukan oleh Disperinaker dapat menjangkau tenaga kerja lainnya secara lebih luas dan dapat dikatakan maksimal.

1.4. Sistematika Business Cases Report Magang MB-KM

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini berisi tentang uraian latar belakang secara garis besar membahas mengenai permasalahan yang ada di tempat magang kemudian menjadikannya sebuah topik dalam laporan magang, tujuan dari penelitian, dan sistematika laporan.

BAB II Profil Organisasi dan Aktivitas Magang

Pada bab ini berisi tentang profil organisasi yang menjelaskan gambaran secara umum dari Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kabupaten Kendal

yang memuat visi misi, tugas pokok dan fungsi, susunan organisasi, tugas dan fungsi dari setiap bagian Disperinaker Kabupaten Kendal, struktur organisasi dan aktivitas magang yang menjelaskan kegiatan yang dilakukan selama magang.

BAB III Identifikasi Masalah

Pada bab ini menjelaskan masalah yang diangkat dalam topik laporan magang yaitu pemaksimalan strategi promosi Disperinaker kabupaten Kendal terkait perlindungan tenaga kerja.

BAB IV Kajian Pustaka

Pada bab ini mencakup kajian pustaka yang berisi referensi atau pembandingan dengan penelitian yang dilakukan dan membahas teori-teori yang mendukung penelitian tentang strategi promosi yang maksimal.

BAB V Metoda Pengumpulan dan Analisis Data

Pada bab ini berisi kumpulan data-data yang didapat melalui wawancara dan secara dokumenter, kemudian dianalisa sebagai pendukung dalam penyelesaian masalah yang diangkat pada topik laporan magang MB-KM.

BAB VI Analisis dan Pembahasan

Pada bab ini berisi uraian kembali terkait masalah yang menjadi topik pembahasan serta menganalisisnya dengan menggunakan teori dan didukung dengan data-data pada bab sebelumnya.

BAB VII Kesimpulan dan Rekomendasi

Pada bab ini berisi tentang simpulan yang mencakup masalah dari topik pembahasan, serta rekomendasi terkait hal-hal yang perlu diperbaiki organisasi tempat magang terhadap peserta magang dan permasalahan yang menjadi topik bahasan.

BAB VIII Refleksi Diri

Pada bab ini berisi tentang penjabaran manfaat dari dilaksanakannya kegiatan magang terhadap mahasiswa, identifikasi pengembangan diri serta mengetahui kunci sukses dalam dunia kerja.



BAB II

PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG

2.1. Profil Organisasi

Disperinaker adalah unsur pelaksana urusan pemerintahan di bidang perindustrian, ketenagakerjaan, dan transmigrasi yang menjadi kewenangan Daerah, menurut Peraturan Bupati Kendal Nomor 101 Tahun 2021 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, serta Tata Kerja di Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kabupaten Kendal. Disperinaker kabupaten Kendal berlokasi di Jl. Raya Soekarno-Hatta No.62, Purin, Pakauman, Kec. Kendal, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah 51319.

Disperinaker dipimpin oleh Kepala Dinas yang berkedudukan di bawah dan bertanggungjawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah. Tugas Disperinaker membantu Bupati melaksanakan urusan pemerintahan bidang perindustrian, bidang tenaga kerja dan bidang transmigrasi yang menjadi kewenangan dan tugas pembantuan yang diberikan kepada Daerah.

Dalam melaksanakan tanggung jawabnya, Disperinaker Kabupaten Kendal bertugas dalam kapasitas sebagai berikut:

- 1) Mendorong, mengawasi, dan mengendalikan kebijakan ketenagakerjaan, industri, dan transmigrasi;
- 2) Manajemen dan fasilitasi kegiatan terkait industri, tenaga kerja, dan transmigrasi;
- 3) Pelaksanaan kegiatan di bidang perindustrian, ketenagakerjaan, dan migrasi untuk evaluasi dan pelaporan;

- 4) Memanfaatkan administrasi pelayanan di bidang industri, tenaga kerja, dan transmigrasi; dan
- 5) Melaksanakan tugas dinas Bupati lainnya di bidang perindustrian, perburuhan, dan transmigrasi.

2.1.1. Visi Misi Disperinaker Kabupaten Kendal

a. Visi

"KENDAL HANDAL" Unggul, Makmur dan Berkeadilan.

b. Misi

Mewujudkan Kendal sebagai pusat industri dan pariwisata di Jawa Tengah dengan mengoptimalkan berbagai potensi dan keunggulan daerah untuk mendorong kemandirian ekonomi daerah, meningkatkan kesejahteraan, mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan, penguatan industri kecil dan menengah UMKM, pengembangan pariwisata serta mendorong berkembangnya ekonomi kreatif (*start up*).

2.1.2. Tugas Pokok dan Fungsi Disperinaker Kabupaten Kendal

a. Tugas Pokok

Membantu Bupati dengan kewenangan dan tanggung jawab tugas pembantuan yang diberikan kepada Daerah di bidang pemerintahan perindustrian, ketenagakerjaan, dan transmigrasi.

b. Fungsi

Dalam melaksanakan tanggung jawabnya, Disperinaker Kabupaten Kendal bertugas dalam kapasitas sebagai berikut:

- 1) Koordinasi dan pelaksanaan kebijakan ketenagakerjaan, industri dan keimigrasian;
- 2) Mendorong, mengawasi, dan mengendalikan kebijakan ketenagakerjaan, industri dan transmigrasi;
- 3) Manajemen dan fasilitasi kegiatan terkait industri, tenaga kerja dan transmigrasi;
- 4) Pelaksanaan kegiatan di bidang perindustrian, ketenagakerjaan dan transmigrasi untuk evaluasi dan pelaporan;
- 5) Melaksanakan tugas dinas Bupati lainnya di bidang perindustrian, perburuhan, dan transmigrasi.

2.1.3. Susunan Organisasi Disperinaker Kabupaten Kendal**a. Kepala Dinas**

Untuk melaksanakan tugas dan fungsi Disperinaker, Kepala Dinas mempunyai tugas :

- 1) Merumuskan dan menetapkan rencana dan program kegiatan Dinas berdasarkan peraturan perundang-undangan dan hasil evaluasi kegiatan tahun sebelumnya sebagai pedoman pelaksanaan tugas;

- 2) Membagi tugas bawahan sesuai dengan jabatan dan kompetensinya serta memberikan arahan baik secara lisan maupun tertulis guna kelancaran pelaksanaan tugas;
- 3) Menggunakan undang-undang dan peraturan industri, tenaga kerja, dan transmigrasi sebagai titik awal untuk mengembangkan kebijakan dan prosedur teknis untuk melaksanakan tugas.
- 4) Menjamin agar kinerja Dinas sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan dengan memberikan pembinaan, pengawasan, dan pengendalian kegiatan di bidang industri, tenaga kerja, dan transmigrasi sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
- 5) Mengukur keberhasilan program kerja yang telah disusun untuk dilaporkan kepada Bupati dan kebijakan tindak lanjut dalam rangka evaluasi kegiatan Dinas;
- 6) Menggunakan sasaran kerja dan perilaku kerja karyawan sebagai dasar penilaian kinerja bawahan sesuai dengan ketentuan peningkatan karir, *reward* dan sanksi;

b. Sekretariat

Sekretariat dipimpin oleh Sekretaris yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas. Pada bagian sekretariat terdapat susunan organisasi di dalamnya yang meliputi sub bagian umum dan kepegawaian serta sub koordinator perencanaan dan keuangan.

Sekretaris mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas Kepala Dinas dalam perumusan kebijakan teknis, pengoordinasian, pembinaan, pengawasan, pengendalian, pengelolaan dan fasilitasi kegiatan di bidang perencanaan, evaluasi, pelaporan, umum, kepegawaian dan keuangan.

Untuk melaksanakan tugasnya, sekretaris mempunyai fungsi sebagai berikut :

- 1) Perumusan kebijakan teknis di bidang kesekretariatan;
- 2) Pengoordinasian dan pelaksanaan kegiatan kesekretariatan;
- 3) Pembinaan, pengawasan, dan pengendalian kegiatan kesekretariatan;
- 4) Pengelolaan dan fasilitasi kegiatan kesekretariatan;
- 5) Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan kegiatan kesekretariatan; dan

- 6) Pelaksanaan fungsi kedinasan lain yang diberikan oleh Kepala Dinas.

Untuk melaksanakan tugas dan fungsinya, Sekretaris Dinas mempunyai tugas sebagai berikut :

- 1) Menyusun rencana dan program kegiatan Sekretariat berdasarkan peraturan perundang-undangan dan hasil evaluasi kegiatan tahun sebelumnya sebagai pedoman pelaksanaan tugas;
- 2) Mengkoordinasikan dan menyiapkan rancangan Rencana Kegiatan dan Anggaran (RKA), Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA), dan perubahan anggaran sesuai dengan ketentuan;
- 3) Untuk mencapai efektifitas dan efisiensi dalam pelaksanaan kegiatan, mengelola sistem informasi dan data dari Layanan sesuai ketentuan yang berlaku;
- 4) Mengelola aset tetap dan tidak tetap, kepegawaian, keuangan, manajemen, hubungan masyarakat, protokol, perpustakaan, pengarsipan, dokumentasi, peralatan dan perlengkapan, keamanan kantor, pembersihan dan pertamanan, dan layanan administrasi umum.

- 5) Memberikan pelayanan prima dengan mengarahkan, mengawasi, dan mengendalikan fungsi pengelolaan administrasi perkantoran;
- 6) Menyiapkan laporan pelaksanaan kegiatan sebagai bahan evaluasi dan perumusan kebijakan selanjutnya;
- 7) Melakukan tanggung jawab resmi tambahan yang ditugaskan oleh atasan sesuai dengan tanggung jawab unit kerja.

c. Bidang Perindustrian

Bidang perindustrian dipimpin oleh Kepala Bidang yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas. Struktur organisasi dalam bidang industri terdiri dari kelompok jabatan fungsional yang dibagi menjadi tiga subkoordinator. Sub-koordinator ini bertanggung jawab atas pengembangan sumber daya industri, infrastruktur dan pemberdayaan industri serta pengelolaan data, pengawasan dan pengendalian industri.

Bidang perindustrian mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas Kepala Dinas dalam perumusan kebijakan teknis, pengoordinasian, pembinaan, pengawasan, pengendalian, pengelolaan, fasilitasi, evaluasi, dan pelaporan kegiatan di bidang perindustrian.

Untuk melaksanakan tugas, bidang perindustrian memiliki fungsi sebagai berikut :

- 1) Perumusan kebijakan teknis di bidang perindustrian;
- 2) Pengoordinasian dan pelaksanaan kegiatan perindustrian;
- 3) Pembinaan, pengawasan, dan pengendalian kegiatan perindustrian;
- 4) Pengelolaan dan fasilitasi kegiatan perindustrian;
- 5) Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan kegiatan perindustrian; dan
- 6) Pelaksanaan fungsi kedinasan lain yang diberikan oleh Kepala Dinas di bidang perindustrian.

Untuk melaksanakan tugas dan fungsinya bidang perindustrian, Kepala Bidang Perindustrian mempunyai tugas sebagai berikut :

- 1) Menyusun rencana dan program kegiatan bidang perindustrian berdasarkan peraturan perundang-undangan dan hasil evaluasi kegiatan tahun sebelumnya sebagai pedoman pelaksanaan tugas;
- 2) Menjabarkan perintah pimpinan melalui pengkajian permasalahan dan peraturan perundang-undangan agar pelaksanaan tugas berjalan efektif dan efisien;

- 3) Membagi tugas bawahan sesuai dengan jabatan dan kompetensinya serta memberikan arahan baik secara lisan maupun tertulis guna kelancaran pelaksanaan tugas;
- 4) Penyiapan rancangan kebijakan Kepala Dinas serta naskah dinas tentang pengawasan dan pengendalian industri serta penciptaan sumber daya industri sarana dan prasarana;
- 5) Mengarahkan pelaksanaan kewenangan daerah dalam penyediaan informasi industri tentang perizinan usaha;
- 6) Mengarahkan pelaksanaan koordinasi dan sinkronisasi dalam rangka menjaga dan menyelamatkan industri;
- 7) Mengukur keberhasilan program kerja yang telah disusun untuk bahan laporan dan kebijakan tindak lanjut dalam rangka melakukan monitoring dan evaluasi pelaksanaan kegiatan sektor industri;
- 8) Melakukan tanggung jawab resmi tambahan yang ditugaskan oleh pimpinan sesuai dengan tanggung jawab unit kerja.

d. Bidang Hubungan Industrial

Seorang Kepala Bagian memimpin bidang hubungan industrial dan melapor kepada Kepala Dinas. Dalam bidang hubungan industrial terdapat struktur organisasi yang terdiri dari kelompok jabatan fungsional yang terbagi menjadi dua subkoordinator yaitu subkoordinator kelembagaan membidangi perselisihan hubungan industrial serta subkoordinator membidangi persyaratan dan kesejahteraan tenaga kerja.

Selain merumuskan kebijakan teknis, kepala bidang hubungan industrial bertanggung jawab mengkoordinasikan, membina, mengawasi, mengendalikan, mengelola, memfasilitasi, mengevaluasi, dan melaporkan kegiatan di bidangnya. Bidang hubungan industrial bertanggungjawab dalam hal-hal berikut:

- 1) Perumusan kebijakan teknis hubungan industrial;
- 2) Koordinasi dan pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan hubungan industrial;
- 3) Mendorong, mengawasi dan mengendalikan kegiatan yang berhubungan dengan hubungan industrial;
- 4) Mengelola dan memfasilitasi kegiatan yang berhubungan dengan hubungan industrial;

- 5) Melakukan kegiatan pelaporan dan penilaian hubungan industrial;
- 6) Melaksanakan tugas pelayanan tambahan yang diberikan oleh Kepala Dinas di bidang hubungan industrial.

Kepala bidang hubungan industrial bertanggung jawab atas tugas-tugas sebagai berikut dalam rangka menjalankan tugas dan fungsinya:

- 1) Menggunakan hasil evaluasi kegiatan tahun sebelumnya sebagai pedoman dalam melaksanakan tugas, menyusun rencana dan program kegiatan pekerja di bidang jaminan sosial dan hubungan industrial.
- 2) Memastikan bahwa kegiatan operasional di bidang persyaratan kerja, kesejahteraan tenaga kerja, kelembagaan, dan penyelesaian perselisihan dalam hubungan industrial dilakukan dengan cara yang paling efektif;
- 3) Pengelolaan pelaksanaan kegiatan deteksi dini terhadap potensi terjadinya perselisihan kerja di lingkungan perusahaan dan menyiapkan solusi penyelesaian masalah ketenagakerjaan sebagai langkah preventif;

- 4) Menyusun rekomendasi izin usaha sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi usaha penyedia jasa pekerja dan tenaga kerja;
- 5) Mengukur keberhasilan program kerja yang dibuat untuk bahan laporan dan kebijakan tindak lanjut dalam rangka pemantauan dan evaluasi pelaksanaan kegiatan di bidang hubungan industrial;
- 6) Sebagai bentuk akuntabilitas dan transparansi pelaksanaan kegiatan, membuat laporan perkembangan kegiatan kepada pimpinan;
- 7) Memberikan saran dan pertimbangan berdasarkan kajian kepada atasan secara lisan dan tertulis untuk kelancaran pelaksanaan kegiatan dan terhindar dari penyimpangan;
- 8) Melakukan tanggung jawab resmi tambahan yang ditugaskan oleh pimpinan sesuai dengan tanggung jawab unit kerja.

e. Bidang Pelatihan, Penempatan Tenaga Kerja dan Transmigrasi

Kepala bidang yang melapor dan bertanggung jawab kepada kepala dinas atas pelatihan, kepegawaian dan transmigrasi. Subkoordinator kelembagaan, pelatihan dan produktivitas, subkoordinator penempatan tenaga kerja, dan

subkoordinator perluasan kesempatan kerja dan transmigrasi merupakan tiga subkoordinator bidang pelatihan, penempatan tenaga kerja, dan transmigrasi.

Selain merumuskan kebijakan teknis, mengkoordinasikan, membina, mengawasi, mengendalikan, mengelola, memfasilitasi, mengevaluasi, dan melaporkan kegiatan di bidang pelatihan, penempatan tenaga kerja, dan transmigrasi, kepala bidang pelatihan, penempatan tenaga kerja dan transmigrasi bertanggung jawab untuk melaksanakan sebagian tanggung jawab kepala dinas.

Fungsi-fungsi berikut dilakukan oleh bidang pelatihan, penempatan tenaga kerja, dan transmigrasi dalam rangka melaksanakan tanggung jawabnya:

- 1) Koordinasi dan pelaksanaan pelatihan, penempatan pekerja, dan kegiatan terkait transmigrasi;
- 2) Pengarahan, pengawasan, dan pengendalian kegiatan yang berkaitan dengan pelatihan, penempatan tenaga kerja dan transmigrasi;
- 3) Mengelola dan memfasilitasi kegiatan pelatihan, penempatan pekerja dan kegiatan terkait transmigrasi;

- 4) Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan kegiatan pelatihan, penempatan tenaga kerja dan transmigrasi;
- 5) Pelaksanaan tugas dinas tambahan yang diberikan oleh Kepala Dinas di bidang penempatan tenaga kerja, transmigrasi dan pelatihan.

Tugas-tugas berikut diberikan kepada kepala bidang pelatihan, penempatan, dan transmigrasi dalam rangka melaksanakan tanggung jawab utamanya:

- 1) Sesuai dengan pedoman pelaksanaan tugas, menyusun rencana dan kegiatan pelatihan, penempatan tenaga kerja dan transmigrasi berdasarkan peraturan perundang-undangan dan hasil evaluasi kegiatan tahun sebelumnya;
- 2) Menyusun naskah dinas dan rancangan kebijakan bagi kepala dinas tentang kegiatan kelembagaan, pelatihan, produktivitas, pemagangan, penempatan tenaga kerja, perluasan kesempatan kerja dan transmigrasi;
- 3) Sesuai dengan peraturan perundang-undangan, menyusun rekomendasi perizinan lembaga pelatihan kerja dan pendirian lembaga bursa kerja daerah;

- 4) Mengkoordinasikan persiapan akreditasi Lembaga Pelatihan Kerja sesuai dengan peraturan perundang-undangan;
- 5) Sesuai dengan peraturan perundang-undangan, mengkoordinasikan penyusunan materi kurikulum pelatihan tenaga kerja;
- 6) Mengkoordinasikan penyusunan standar kompetensi, pelatihan kerja, instruktur, tenaga diklat, pemagangan, dan produktivitas perundang-undangan;
- 7) Mengukur keberhasilan program kerja yang telah disusun untuk bahan laporan dan kebijakan tindak lanjut dalam rangka melakukan monitoring dan evaluasi pelaksanaan kegiatan di bidang pelatihan, penempatan kerja, dan migrasi;
- 8) Melakukan tanggung jawab resmi tambahan yang ditugaskan kepada Anda oleh pimpinan sesuai dengan tanggung jawab unit kerja.

f. Unit Pelaksana Teknis Daerah

Sebagai unsur pelaksana teknis operasional di lapangan, Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) dipimpin oleh seorang Kepala yang melapor kepada Kepala Dinas. Di lapangan, sebagian tugas teknis operasional dilaksanakan

oleh Unit Pelaksana Teknis Pelayanan (UPTD). Peran-peran berikut dilakukan oleh Unit Pelaksana Teknis Pelayanan (UPTD) dalam rangka menyelesaikan tugas pokok tersebut:

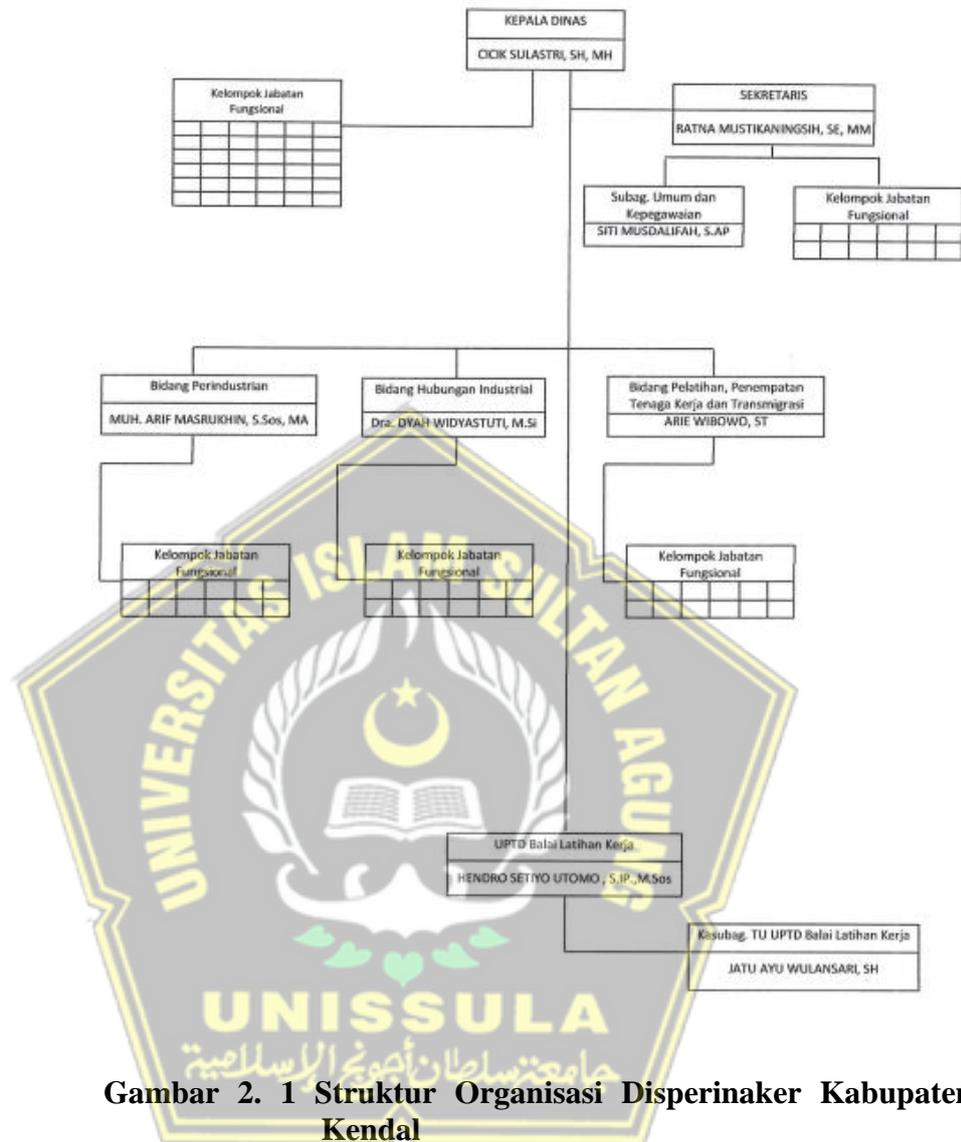
- 1) Membuat rencana teknis operasional;
- 2) Tinjauan dan analisis teknis operasi;
- 3) Aplikasi dan pengujian teknologi;
- 4) Menerapkan kebijakan teknis dengan cara yang relevan dengan bidangnya.

g. Kelompok Jabatan Fungsional

Dalam lingkungan dinas, jabatan kelompok fungsional dipilih berdasarkan kebutuhan dan memiliki tanggung jawab terkait dengan jasa fungsional berdasarkan keahlian dan keterampilan tertentu sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Kepala dinas, sekretaris, dan kepala bidang menanggung jabatan fungsional kelompok yang bertugas melaksanakan tanggung jawab jabatan fungsional. Berdasarkan keahlian dan keterampilan tertentu, pejabat fungsional melaksanakan fungsi dan tugas yang berkaitan dengan pelayanan fungsional. Pejabat fungsional juga dapat diberikan tanggung jawab tambahan sebagai subkoordinator yang menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya secara mandiri atau dalam tim.

2.1.4. Struktur Organisasi Disperinaker Kabupaten Kendal



Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Disperinaker Kabupaten Kendal

Sumber : Peraturan Bupati Kendal Nomor 101 Tahun 2021

2.2. Aktivitas Magang

Kegiatan magang MB-KM di Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja kabupaten Kendal dilaksanakan dalam kurun waktu empat bulan. Dimulai pada hari senin tanggal 14 februari 2022 hingga jumat, 17 juni 2022. Pada hari pertama magang, kegiatannya diawali dengan pengenalan terkait lingkungan dan kondisi yang ada pada tempat magang didampingi oleh

pekerja dari bidang sekretariat yang menangani peserta magang. Pada saat magang saya ditempatkan di bidang hubungan industrial yang berfokus pada pelaksanaan persyaratan kerja, pengawasan serta kesejahteraan tenaga kerja.

Kegiatan awal pada saat saya berada di bidang hubungan industrial diawali dengan penjelasan kegiatan yang akan saya kerjakan selama magang. Selama saya magang, kurang lebih aktivitas yang saya lakukan adalah sebagai berikut :

a. Penulisan agenda surat masuk

Penulisan tersebut dilakukan ketika terdapat surat masuk kemudian didisposisikan atau ditindak lanjuti kepada kepala dinas kemudian surat tersebut diturunkan kepada sekretaris dan setelah itu ditindak lanjuti kembali ke bidang tujuan baik bidang perindustrian, bidang pelatihan, penempatan tenaga kerja dan transmigrasi, ataupun bidang hubungan industrial disesuaikan dengan perihal suratnya.

b. Pelayanan kartu kuning

Pelayanan kartu kuning ini dilakukan dengan tujuan pendataan kepada para pencari kerja. Pelayanan kartu kuning akan dilakukan apabila pencari kerja dengan tujuan domestik, pencari kerja tersebut wajib melakukan pendaftaran online melalui laman Bursa Kerja E-Makaryo terlebih dahulu dan melampirkan berkas persyaratan pembuatan kartu kuning meliputi fotokopi Kartu Tanda Penduduk (KTP), fotokopi ijazah terakhir yang sudah dilegalisir dan pasfoto berwarna ukuran 2x3 sebanyak dua lembar.

Apabila pencari kerja dengan tujuan mancanegara, pencari kerja tersebut wajib melengkapi blangko yang sudah disediakan oleh Disperinaker kabupaten Kendal, kemudian dilengkapi dengan melampirkan berkas persyaratan pembuatan kartu kuning meliputi fotokopi KTP, fotokopi ijazah terakhir dan pasfoto berwarna ukuran 2x3 sebanyak dua lembar. Kemudian apabila persyaratannya sudah terpenuhi, berkas-berkas tersebut bias diinput oleh petugas dan kartu kuning siap untuk dicetak.

c. Perekapan absen pegawai pada triwulan I

Perekapan absen pegawai diambil data berdasar pada tiga bulan awal tahun, yaitu januari – maret. Perekapan ini dilakukan dengan cara mengunduh data dari mesin absensi sidik jari pegawai, kemudian dari data yang sudah terkumpul dapat diketahui banyaknya kehadiran pegawai selama tiga bulan. Apabila terdapat pegawai yang cuti atau mengajukan izin, pegawai tersebut akan diberikan surat keterangan cuti dan pegawai tersebut wajib melampirkan alasannya.

d. Persiapan dokumen kegiatan sosialisasi

Pada bulan maret 2022, Disperinaker kabupaten Kendal akan mengadakan kegiatan sosialisasi terkait perlindungan tenaga kerja informal. Sebelum melaksanakan kegiatan sosialisasi tersebut perlu dipersiapkan beberapa hal diantaranya terkait surat pemesanan, surat berita acara pembayaran, surat permintaan pemeriksaan administrasi

hasil pengadaan barang/jasa, surat berita acara serah terima barang, dan surat permohonan pembayaran.

e. Kegiatan sosialisasi perlindungan tenaga kerja

Disperinaker kabupaten Kendal melakukan kegiatan sosialisasi terkait perlindungan tenaga kerja pada sektor informal yang dilakukan pada tanggal 22 dan 24 maret 2022. Kegiatan tersebut dilakukan di dua tempat, di kecamatan Ngampel dan kecamatan Kaliwungu.

f. Monitoring Tunjangan Hari Raya (THR)

Sebelum memasuki waktu cuti bersama terkait hari raya idul fitri, saya bersama Disperinaker kabupaten Kendal melakukan monitoring THR ke PT Sari Tembakau Harum dan PT Industri Gula Nusantara. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan agar pembagian THR kepada para pekerja tepat waktu dan tidak sampai mengalami keterlambatan. Selain menyinggung terkait THR, pada kunjungan tersebut juga disertai dengan tukar pendapat kepada pimpinan perusahaan terkait aplikasi Kendal Karir yang akan diluncurkan oleh Pemerintah Daerah dibantu oleh Disperinaker kabupaten Kendal.

g. Persiapan dokumen nota dinas

Memasuki bulan mei dimana bulan tersebut menjadi bulannya para pekerja/buruh, Disperinaker kabupaten Kendal akan melakukan kegiatan *may day* di Pendopo Tumenggung kabupaten Kendal. Sebelumnya perlu dipersiapkan dokumen nota dinas yang berisi

perintah atau instruksi terkait pelaksanaan kegiatan tersebut sebagai alat bukti karena berupa perjanjian terkait waktu pelaksanaan acara.

h. Kegiatan sarasehan tripartit

Dalam rangka peringatan hari buruh, Disperinaker mengadakan kegiatan sarasehan tripartit di Pendopo Tumenggung kabupaten Kendal yang dihadiri oleh buruh, pengusaha, dan pemerintah dengan harapan agar dapat tercipta harmonisasi, tercipta solusi atas permasalahan buruh dan dapat menambah wawasan lebih luas bagi kaum buruh.

i. Penginputan laporan harian

Penginputan laporan harian kepala dinas saya lakukan terkait kegiatan yang dilakukan oleh kepala dinas selama tiga bulan kebelakang atau triwulan pertama. Penginputan tersebut dilakukan melalui laman laporan harian pegawai kabupaten Kendal.

j. Kearsipan SPJ

Pengelolaan arsip surat pertanggungjawaban (SPJ) saya lakukan di ruang sekretariat lama Disperinaker terkait perjalanan dinas, pembelajaan makan dan minum rapat, pemeliharaan kendaraan dinas, SPJ air, listrik dan internet dengan tujuan sebagai sumber dokumentasi dan sebagai bukti resmi pertanggung jawaban penyelenggaraan administrasi.

BAB III

IDENTIFIKASI MASALAH

3.1. Permasalahan dalam Disperinaker Kabupaten Kendal

Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kabupaten Kendal bertugas membantu Bupati dalam urusan pemerintahan di bidang perindustrian, tenaga kerja, dan keimigrasian. Namun, tidak semuanya selalu berjalan sesuai rencana. Pasti terdapat permasalahan-permasalahan yang mengganggu Disperinaker dalam menjalankan tugasnya. Namun dengan adanya permasalahan yang ada justru dapat dijadikan sebuah patokan evaluasi Disperinaker dalam meningkatkan kinerjanya dari waktu ke waktu.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan penulis ketika menjalankan kegiatan magang MB-KM di Disperinaker kabupaten Kendal, penulis menemukan beberapa permasalahan yang muncul melalui beberapa aspek pemasaran sebagai berikut :

- a. Pada aspek pemasaran, kurangnya inovasi dalam perusahaan

Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja kabupaten Kendal pada faktanya dalam mempromosikan jasanya terkait informasi lowongan kerja masih dilakukan dengan cara yang biasa. Dalam artian Disperinaker dalam mempromosikan jasanya dengan memanfaatkan sarana media online yang dimiliki oleh perusahaan yaitu melalui website perusahaan dengan pilihan di beranda terkait info lowongan kerja dan di media sosial perusahaan dengan mencantumkan link laman lowongan pekerjaan pada bio instagram.

Strategi Disperinaker kabupaten Kendal dalam mempromosikan jasanya tersebut dinilai masih belum optimal karena promosi dengan strategi pemanfaatan media sosialnya tersebut belum menyeluruh hingga lapisan bawah masyarakat. Imbasnya, apabila informasi lowongan pekerjaan hanya diberikan begitu saja seperti contoh hanya diberikan sebuah *link* kemudian masyarakat diminta untuk mengakses link tersebut dinilai masih kurang efektif sehingga banyak masyarakat yang tidak mengetahui adanya informasi mengenai lowongan pekerjaan.

b. Pada aspek pemasaran, strategi promosi yang belum maksimal

Masalahnya berada pada strategi promosi Disperinaker terkait jasa perlindungan tenaga kerjanya yang belum maksimal. Padahal jasa tersebut sangatlah diperlukan bagi tenaga kerja untuk mendapat perlindungan dalam mencapai kesejahteraannya. Imbasnya adalah pada saat terdapat tenaga kerja yang belum pernah memasuki dunia kerja mereka tidak memiliki bekal informasi yang cukup dalam dunia kerja, mereka tidak tahu harus bagaimana ketika mengalami perselisihan dalam hubungan industrial serta mereka tidak mengetahui bahwa adanya Disperinaker ini yang akan melindungi para tenaga kerja dalam mencapai kesejahteraannya.

c. Pada aspek operasional, fasilitas parkir yang kurang memadai

Disperinaker kabupaten Kendal memiliki bangunan yang cukup luas namun dari segi pemanfaatan lahannya masih belum maksimal.

Hal tersebut dapat terjadi karena dengan adanya wilayah yang cukup luas tetapi Disperinaker tidak memiliki lahan khusus untuk parkir karyawan ataupun konsumen.

Biasanya para karyawan memarkirkan kendaraan pribadinya di depan bidang penempatannya masing-masing tanpa dilengkapi dengan fasilitas yang memadai. Sebetulnya tersedia tempat parkir disertai atap namun hanya untuk mobil-mobil dinas. Dengan tidak memudahinya lahan parkir tersebut mengakibatkan terganggunya keamanan serta kenyamanan karyawan. Para karyawan dengan terpaksa memarkirkan kendaraannya di depan bidangnya masing-masing dalam kondisi hujan ataupun siang hari saat cuaca sedang terik terkait yang mengakibatkan kurang terjaminnya kondisi kendaraannya

Dari beberapa permasalahan yang telah disebutkan, penulis memilih topik permasalahan yang kedua mengenai strategi promosi Disperinaker kabupaten Kendal terkait jasa perlindungan tenaga kerjanya yang belum maksimal. Topik tersebut dipilih oleh penulis dengan tujuan agar strategi promosi terkait jasa perlindungan tenaga kerjanya dapat dilakukan secara maksimal. Sehingga kedepannya para tenaga kerja mampu memiliki bekal informasi yang cukup dan mereka tahu akan keberadaan dari Disperinaker serta mampu meningkatkan kualitas SDM yang ada pada kabupaten Kendal dengan tercapainya sebuah kesejahteraan bagi para tenaga kerja.

3.1.1. Gambaran Strategi Promosi Disperinaker

Kurang diketahuinya Disperinaker oleh beberapa masyarakat menjadi salah satu indikator kurang berhasilnya strategi promosi yang dilakukan. Dalam pelaksanaan promosinya, Disperinaker kabupaten Kendal melakukan kegiatan promosi secara langsung dengan cara kontak langsung kepada pengguna layanan jasanya. Promosi tersebut dinilai sudah baik karena bisa berinteraksi secara langsung kepada para pengguna jasanya dan dapat mengetahui respon langsung dari target promosinya. Namun kegiatan promosi yang dilakukan Disperinaker tersebut ternyata dianggap belum maksimal karena jangkauan target promosinya yang belum menyeluruh.

Kegiatan sosialisasi menjadi bagian dari strategi promosi yang dilakukan oleh Disperinaker kabupaten Kendal dalam mengupayakan perlindungan tenaga kerja. Kegiatan sosialisasi dilakukan secara tradisional yaitu pelaksanaannya yang dilakukan secara langsung atau tatap muka kepada target promosinya. Pada kegiatan sosialisasi ini menjadi sebuah permasalahan bukan karena strategi yang dilakukannya tetapi karena Disperinaker kabupaten Kendal dalam menentukan target promosinya dikhususkan kepada pekerja sektor informal saja. Menurut data Badan Pusat Statistik kabupaten Kendal tahun 2020, jumlah penduduk usia kerja mencapai 725.890 jiwa. Berarti dari jumlah penduduk usia kerja

tersebut tidak hanya dari pekerja di sektor informal saja tetapi juga terdapat pekerja di sektor lainnya. Penentuan target promosi yang dilakukan oleh Disperinaker tersebut yang mengakibatkan kegiatan promosinya dianggap belum maksimal karena jangkauan target promosinya belum menyeluruh.



BAB IV

KAJIAN PUSTAKA

4.1. Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok menciptakan dan mempertukarkan barang, jasa, dan nilai antara satu sama lain untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan (Putri, 2017). Pemasaran jasa dapat didefinisikan secara sosial dan manajerial. Pemasaran jasa secara sosial didefinisikan sebagai sebuah proses sosial dengan cara menciptakan, menawarkan serta mempertukarkan produk dan jasa sehingga individu dan kelompok akan mendapatkan apa yang mereka butuhkan. Sedangkan pemasaran jasa secara manajerial didefinisikan sebagai sebuah proses perencanaan, pelaksanaan, pemikiran, penetapan harga, promosi, serta penyaluran gagasan mengenai sebuah produk dan jasa dengan tujuan untuk menghasilkan pertukaran yang dapat memenuhi kebutuhan dari individu dan organisasi.

Terdapat beberapa karakteristik dalam pemasaran jasa menurut (Fatihudin & Firmansyah, 2019) sebagai berikut :

- *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa sendiri diartikan sebagai suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja ataupun usaha yang menjadikan jasa tersebut bersifat *intangibility* atau tidak berwujud. Artinya jasa tersebut tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar serta diraba

sebelum konsumen jasa mengalami, merasakan ataupun mengkonsumsinya sendiri.

- *Inseparability* (tidak terpisahkan)

Produk berbentuk jasa dan berbentuk barang memiliki perbedaan dalam pemasarannya. Pada umumnya produk berbentuk barang pemasarannya dengan cara diproduksi, dijual, kemudian dikonsumsi. Sedangkan produk jasa, pemasarannya dilakukan dengan cara dijual terlebih dahulu kemudian diproduksi dan dikonsumsi dalam waktu yang bersamaan. Sehingga jasa memiliki sifat *inseparability* atau tidak dapat dipisahkan dari penyediannya berupa orang ataupun mesin.

- *Variability* (keanekaragaman)

Jasa memiliki karakteristik bersifat *variability* yang artinya dalam melakukan pemasaran jasa terdapat banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa yang menyajikan, kapan dan dimana jasa tersebut diproduksi dalam melakukan pemasaran jasa.

- *Perishability* (tidak tahan lama)

Jasa memiliki karakteristik *perishability* atau tidak tahan lama karena sebuah jasa dihasilkan dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan sehingga sebuah jasa tidak dapat disimpan untuk digunakan di waktu yang berbeda.

4.2. Promosi

Promosi didefinisikan sebagai alat ataupun sarana yang dapat digunakan oleh organisasi jasa untuk berkomunikasi dengan pasar sasaran mereka (Wandikbo, T.Tumbel, & Tamengkel, 2013). Promosi dilakukan dengan tujuan untuk mengkomunikasikan sebuah informasi dari produk dan jasa mereka agar konsumen terpengaruh untuk membeli ataupun mengkonsumsinya.

Terdapat beberapa strategi yang dapat digunakan oleh sebuah organisasi atau perusahaan untuk mempromosikan usaha di bidang jasa berdasarkan pendapat (Fatihudin & Firmansyah) :

- Memberikan Pelayanan Prima

Perusahaan atau organisasi untuk dapat memberikan sebuah pelayanan terbaiknya kepada pelanggan agar meninggalkan sebuah kesan yang baik yang dapat dijadikan rekomendasi kepada orang disekitarnya untuk menggunakan jasa tersebut, sehingga perusahaan atau organisasi akan menerima keuntungan dalam menghemat biaya promosi.

- Dapat Dipercaya

Kepercayaan menjadi sebuah faktor penting bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Untuk mencapai hal tersebut perusahaan atau organisasi dapat membuat sebuah hubungan yang erat dengan pelanggan dengan menanyakan kesan terhadap jasa

yang pernah ditawarkan serta saran untuk perusahaan agar usaha dapat lebih berkembang.

- **Memanfaatkan Jejaring Sosial**

Pemanfaatan jejaring sosial di era digital dapat dijadikan sebagai media promosi bisnis jasa. Dengan pemanfaatan ini perusahaan atau organisasi dapat dengan mudah mencari tahu seberapa banyak rekomendasi dari pengguna jejaring sosial terhadap jasa yang di tawarkan.

- **Bergabung Komunitas**

Dengan bergabung ke dalam sebuah komunitas, perusahaan atau organisasi dapat memulai pemasarannya menggunakan beberapa teknik pendekatan dengan menawarkan jasa pada komunitas tersebut.

- **Melakukan Kegiatan Usaha Jasa dengan Tulus**

Dalam melakukan kegiatan usaha yang bergerak di bidang jasa, sebuah perusahaan atau organisasi untuk dapat melakukannya secara tulus. Karena segala sesuatu yang dilakukan dengan dasar kepercayaan akan mempermudah perusahaan dalam memperoleh kepercayaan dari konsumen.

Menurut (Fatihudin & Firmansyah, 2019) perusahaan atau organisasi dalam melakukan sebuah kegiatan promosi perlu memperhatikan beberapa hal berikut :

a. Memilih target promosi

Perusahaan atau organisasi perlu menentukan siapa target dalam promosinya. Dalam hal ini perusahaan/organisasi harus mampu menentukan targetnya secara individu, kelompok masyarakat khusus (*non public*) atau kelompok masyarakat umum (luas).

b. Tentukan tujuan komunikasi

Setelah perusahaan atau organisasi menentukan siapa target dalam kegiatan promosinya, perusahaan atau organisasi perlu menentukan tujuan dari kegiatan promosi tersebut. Di dalam promosi tersebut apakah memiliki tujuan untuk memberi informasi atau pengetahuan, menciptakan kesadaran serta memberikan keyakinan kepada target promosinya.

c. Menyusun pesan

Untuk mencapai sebuah pesan yang efektif perusahaan atau organisasi harus mampu menyelesaikan masalah melalui 3W1H, yaitu : *When* (kapan), *who* (siapa), *what* (apa) dan *how* (bagaimana).

d. Memilih saluran komunikasi

Perusahaan atau organisasi harus memilih saluran komunikasi yang efisien dalam membawakan pesan promosinya. Saluran

komunikasinya dapat berupa komunikasi secara personal ataupun non personal.

e. Besaran anggaran promosi

Besaran jumlah anggaran ditentukan berdasarkan media promosi apa yang akan digunakan serta berpatok kepada besaran anggaran yang tersedia. Seberapa besar tujuan promosi ini akan dicapai, maka itulah besaran anggaran promosi yang akan dikeluarkan oleh perusahaan atau organisasi.

f. Menetapkan bauran promosi

Bauran promosi atau *promotion mix* adalah kombinasi yang terbaik dari berbagai jenis kegiatan promosi yang paling efektif untuk meningkatkan penjualan (Fatihudin & Firmansyah, 2019). Berdasarkan pendapat (Firmansyah, 2019) bauran promosi dapat dilakukan dengan menggunakan jenis kegiatan sebagai berikut :

1) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan merupakan bentuk promosi secara non personal dengan menggunakan berbagai media yang ada seperti surat kabar, majalah, radio dan lainnya dengan tujuan untuk merangsang konsumen karena bersifat informatif dan persuasif.

2) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Penjualan pribadi merupakan bentuk promosi personal dengan cara presentasi lisan dalam suatu komunikasi

kepada calon konsumen dengan tujuan membujuk konsumen untuk melakukan pembelian.

3) Promosi penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan merupakan bentuk promosi yang dilakukan bukan dengan tujuan untuk membujuk konsumen melakukan pembelian tetapi untuk meningkatkan arus barang atau jasa dari produsen sampai pada penjualan akhirnya.

4) Publisitas (*Public Relation*)

Publisitas merupakan bentuk promosi secara non personal terkait sebuah pelayanan dengan cara membahas informasi/berita mengenai perusahaan/organisasinya dengan bersifat ilmiah.

5) Pemasaran langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung merupakan bentuk penjualan langsung secara personal dengan tujuan untuk membujuk konsumen melakukan pembelian.

g. Evaluasi hasil promosi

Perusahaan atau organisasi perlu melakukan evaluasi setelah merencanakan kegiatan promosi. Apa dampak bagi target promosinya, apakah target tersebut dapat mengingat pesan-pesan yang telah disampaikan ketika promosi dilakukan.

h. Mengelola Proses Komunikasi

Perusahaan atau organisasi perlu mengkoordinasikan alat dan pesan komunikasi agar pesan yang disampaikan dapat efektif dengan cara mengarahkan pada penerapan konsep komunikasi pemasaran yang terkoordinasi.

4.3. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Personal selling merupakan salah satu bentuk promosi penjualan yang dilakukan dua arah dan secara langsung atau tatap muka dengan menyajikan presentasi antara penjual dengan pembeli dengan tujuan untuk memperkenalkan, membujuk serta mempengaruhi calon pembeli (Firmansyah, 2020). *Personal selling* ini menjadi salah satu bentuk kegiatan promosi yang sangat penting untuk dilakukan oleh perusahaan dalam menawarkan produk atau jasanya. Adapun manfaat dari kegiatan promosi melalui *personal selling* adalah menciptakan tingkat perhatian pelanggan yang relatif tinggi, memungkinkan pelaku *personal selling* (*salesmanship*) untuk menyampaikan pesan sesuai dengan kepentingan dan kebutuhan pelanggan, adanya umpan balik secara langsung untuk mengetahui apakah presentasinya berjalan dengan baik atau tidak, serta memungkinkan *salesmanship* mengkomunikasikan informasi secara lebih kompleks dibandingkan dengan metode promosi lainnya.

Menurut (Kotler & Armstrong, 2001), terdapat beberapa tahapan dalam melakukan kegiatan *personal selling*, diantaranya yaitu:

- Mencari target promosi sesuai dengan segmen perusahaan.
- Menjalin hubungan kepada target promosi untuk membangun sebuah kepercayaan.
- Meyakinkan barang atau jasa yang ditawarkan memang dibutuhkan oleh target promosi.
- Mengatasi keberatan dengan memberikan penawaran atau cara lainnya.
- Menjaga loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.
- Menentukan target promosi akan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan atau tidak.

Menurut (Tjiptono, 1995) pada saat melakukan kegiatan *personal selling*, terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh seseorang yang bertugas melakukan *personal selling* yaitu:

- *Salesmanship*

Pelaku *personal selling* diharuskan memiliki pengetahuan mengenai produk dan seni menjual.

- *Negotiating*

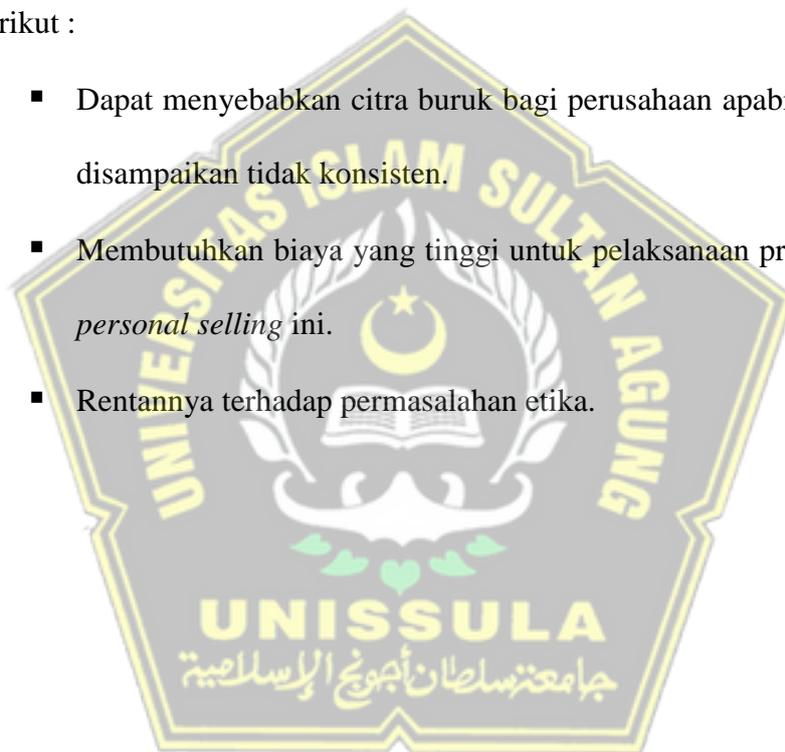
Dalam melakukan negosiasi diperlukan pelaku *personal selling* yang mampu melakukan negosiasi disertai dengan syarat dan aturan yang berlaku.

- *Relationship Marketing*

Pelaku *personal selling* diharapkan mampu menguasai tata cara membina dan memelihara hubungan baik dengan pelanggan.

Strategi promosi melalui *personal selling* ini tentunya juga memiliki beberapa kelemahan untuk diwujudkan, kelemahan yang diketahui menurut (Firmansyah M. A., Komunikasi Pemasaran, 2020) adalah sebagai berikut :

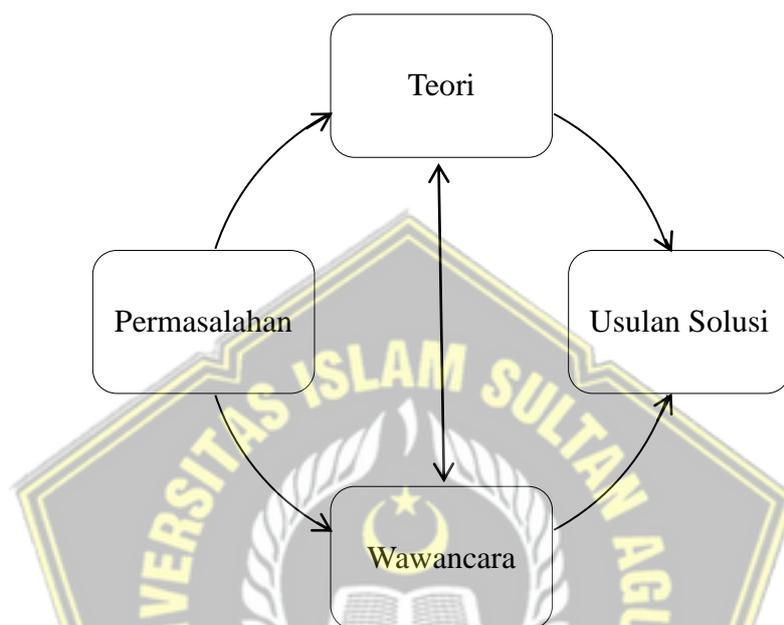
- Dapat menyebabkan citra buruk bagi perusahaan apabila pesan yang disampaikan tidak konsisten.
- Membutuhkan biaya yang tinggi untuk pelaksanaan promosi melalui *personal selling* ini.
- Rentannya terhadap permasalahan etika.



BAB V

METODA PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA

5.1. Rencana Penyelesaian Masalah



Gambar 5. 1 Proses Analisis Data

5.2. Metoda Pengumpulan Data

Metoda yang digunakan penulis dalam laporan ini adalah studi komparasi. Dengan menggunakan metoda komparasi ini penulis bermaksud untuk menemukan sebuah simpulan dengan cara membandingkan ide-ide, pendapat-pendapat dan pengertian dari faktor-faktor tertentu yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat.

Dalam laporan ini pengumpulan datanya dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumenter. Pengumpulan data diawali dengan observasi terlebih dahulu dengan tujuan untuk mengetahui permasalahan yang ada di tempat magang.

Metoda wawancara didapat dari hasil komunikasi secara langsung kepada pihak yang berkompeten dan berwenang di Disperinaker dan kepada beberapa peserta sosialisasi dalam memberikan data yang dibutuhkan lalu dilakukan analisa pada perolehan datanya kemudian ditarik kesimpulan dari hasil pengamatan tersebut.

Metoda pengumpulan data secara dokumenter, dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang diperoleh dari perusahaan baik melakukan pencatatan atau pengcopyan beberapa dokumen dari perusahaan kemudian di pelajari untuk mendukung dalam penyelesaian masalah di perusahaan.

5.3. Analisis Data

5.3.1. Data Wawancara

Data ini didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan pihak yang berwenang yaitu Ibu Dra. Dyah Widyastuti, M.Si selaku kepala bidang hubungan industrial Disperinaker kabupaten Kendal dan juga kepada beberapa pekerja sektor informal dan juga sebagai peserta dalam kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh Disperinaker.

Wawancara yang dilakukan kepada Ibu Dra. Dyah Widyastuti, M.Si membahas tentang permasalahan pemasaran Disperinaker yang belum maksimal. Beliau menyampaikan bahwa dalam permasalahan tersebut diperkuat ketika Disperinaker kabupaten Kendal melakukan monitoring atau kunjungan ke sebuah perusahaan dan menemukan beberapa pekerja yang

ternyata mengalami permasalahan dalam hubungan industrial tetapi pekerja tersebut hanya memilih untuk diam karena tidak tahu harus bagaimana ketika menghadapi permasalahan yang dialaminya. Padahal terdapat Disperinaker sebagai pelayanan publik di bawah naungan pemerintah terutama dalam bidang hubungan industrial yang bertugas dalam lingkup hubungan industrial, pengawasan dan kesejahteraan.

Wawancara dilakukan kepada beberapa pekerja sektor informal terkait proses sosialisasi yang dilakukan oleh Disperinaker kabupaten Kendal. Berikut terdapat hasil wawancara penulis kepada beberapa pekerja di sektor informal :

Tabel 5. 1 Hasil Wawancara Pekerja Sektor Informal terkait Pemasaran Disperinaker

| Narasumber | Pertanyaan | Jawaban |
|---------------------|--|---|
| Ibu Istanti | Menurut Anda bagaimana Disperinaker dalam melakukan pemasaran terkait jasanya dalam melindungi tenaga kerja? | Pemasaran yang dilakukan sudah cukup baik karena dilakukan secara langsung sehingga sayapun bisa mendapatkan beberapa informasi secara langsung saat itu juga. |
| Ibu Rukiyah | | Disperinaker sudah melakukan pemasarannya dengan baik. Karena setelah menghadiri kegiatan sosialisasi tersebut, saya semakin sadar betapa pentingnya jaminan keselamatan dan kesehatan. |
| Bapak Zaenal Abidin | | Pemasaran Disperinaker yang dilakukan secara langsung dapat mempermudah penyampaiannya, karena apabila kurang jelas bisa langsung ditanyakan saat itu juga. Tetapi tidak semua orang bisa menghadiri kegiatan sosialisasi ini karena memiliki kegiatan lainnya. |

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Tabel 5. 2 Hasil Wawancara Pekerja Sektor Informal terkait Kegiatan Promosi Disperinaker

| Narasumber | Pertanyaan | Jawaban |
|---------------------|--|--|
| Ibu Istanti | Menurut Anda bagaimanakah sosialisasi yang dilakukan oleh Disperinaker? Apakah sosialisasi yang dilakukan sudah maksimal untuk | Sosialisasi yang dilakukan oleh Disperinaker sudah cukup baik, tapi sebaiknya untuk penyampaian informasi perlindungan tenaga kerja perlu diberikan kepada seluruh lapisan masyarakat. Baik untuk pekerja di sektor informal, formal atau bahkan diberikan kepada masyarakat yang nantinya akan memasuki dunia kerja sebagai bekal ataupun pegangan oleh masyarakat. Jadi harapannya nanti banyak masyarakat yang dapat mengetahui informasi tersebut. |
| Ibu Rukiyah | melindungi tenaga kerja? | Proses sosialisasi yang dilakukan oleh Disperinaker sudah baik, tetapi akan lebih optimal apabila sosialisasinya bisa dilakukan secara <i>public</i> agar bisa menjangkau masyarakat secara lebih luas, sehingga nantinya strategi sosialisasi yang dilakukan oleh Disperinaker kabupaten Kendal dapat dikatakan maksimal. |
| Bapak Zaenal Abidin | | Sosialisasi yang dilakukan oleh Disperinaker sudah cukup baik. Tetapi alangkah lebih baiknya apabila kegiatan sosialisasinya untuk dapat lebih bervariasi lagi, sehingga apabila para peserta sosialisasi berhalangan untuk menghadiri kegiatan sosialisasi tersebut, para peserta masih dapat mendapatkan informasinya melalui strategi lainnya seperti melalui website atau media sosial lainnya. |

Sumber : Data Primer diolah, 2022

5.3.2. Data Dokumenter

a. Data Angkatan Kerja Menurut Tingkat Pendidikan

Tabel 5. 3 Data Angkatan Kerja Kabupaten Kendal
Berdasarkan Tingkat Pendidikan

| Pendidikan Tertinggi Yang Ditamatkan | Angkatan Kerja Menurut Tingkat Pendidikan | | | |
|--------------------------------------|---|--------------|-----------------------|----------------------------|
| | Bekerja | Pengangguran | Jumlah Angkatan Kerja | Jumlah Penduduk Usia Kerja |
| | 2020 | 2020 | 2020 | 2020 |
| ≤SD | 208.980 | 7.965 | 216.945 | 321.853 |
| SMP | 102.359 | 5.337 | 107.696 | 176.537 |
| SMA | 134.552 | 23.800 | 158.352 | 199.961 |
| Perguruan Tinggi (PT) | 47.171 | 3.212 | 50.383 | 58.189 |
| Jumlah | 493.062 | 40.314 | 533.376 | 756.540 |

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) diolah, 2020

Dari tabel 5.3 diketahui bahwa pada tahun 2020 jumlah penduduk usia kerja di kabupaten Kendal sebesar 756.540 jiwa. Dari jumlah penduduk tersebut tentunya tidak hanya terdapat pekerja informal saja, melainkan juga terdapat pekerja lainnya. Oleh sebab itu, apabila kegiatan sosialisasi terkait perlindungan tenaga kerja yang dilakukan oleh Disperinaker hanya ditujukan kepada para pekerja informal, mengakibatkan upaya promosi perlindungan tenaga kerja tidak maksimal.

b. Data Sosialisasi Perlindungan Tenaga Kerja Disperinaker

Tabel 5. 4 Data Sosialisasi Perlindungan Jaminan Sosial Sektor Informal

| Waktu Pelaksanaan | Tempat Pelaksanaan | Materi Sosialisasi | Jumlah Peserta |
|----------------------|--------------------------|--|----------------|
| Senin, 22 Maret 2022 | Aula kecamatan Ngampel | Perlindungan Jaminan Sosial Pada Sektor Informal | 40 peserta |
| Rabu, 24 Maret 2022 | Aula kecamatan Kaliwungu | Perlindungan Jaminan Sosial Pada Sektor Informal | 40 peserta |

Sumber : Data Sosialisasi Jaminan Sosial Pada Sektor Informal diolah, 2022

Dari tabel 5.4 diketahui bahwa kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh Disperinaker kabupaten Kendal ditujukan kepada pekerja sektor informal, selain itu jumlah peserta dalam satu kali kegiatan sosialisasi dihadiri sebanyak 40 peserta saja. Oleh sebab itu apabila kegiatan sosialisasi terkait perlindungan tenaga kerja yang dilakukan oleh Disperinaker hanya ditujukan kepada para pekerja informal saja mengakibatkan upaya perlindungan tenaga kerjanya menjadi tidak maksimal.

BAB VI

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

6.1. Analisis Permasalahan

Tabel 6. 1 Hasil Analisa pada Aspek Pemasaran

| Sudut Pandang | Hasil Analisa | Kesimpulan |
|---------------|---|---|
| Pejabat | Pemasaran yang dilakukan oleh Disperinaker kabupaten Kendal belum menyeluruh. Terbukti pada saat dilaksanakannya monitoring atau kunjungan ke sebuah perusahaan dan menemukan beberapa pekerja yang ternyata mengalami permasalahan dalam hubungan industrial. | Perlu dilakukannya strategi pemasaran lainnya dengan cara tidak hanya mengandalkan sebuah website atau sosial media instagram saja tetapi juga melalui kegiatan pemasaran secara langsung agar mengetahui respon secara langsung dari peserta sosialisasi. |
| Buruh | Menurut Ibu Istanti, pemasaran yang dilakukan sudah cukup baik karena dilakukan secara langsung sehingga beliau bisa mendapatkan beberapa informasi secara langsung saat itu juga. | Dengan dilakukannya sosialisasi sebagai strategi pemasaran sudah berjalan cukup baik, tetapi alangkah baiknya apabila target dari peserta sosialisasinya bisa untuk diperluas sehingga tidak hanya kepada pekerja informal saja. |
| | Menurut Bapak Zaenal Abidin, pemasaran yang dilakukan secara langsung memang mempermudah penyampaiannya dan bisa langsung ditanyakan pada saat itu juga jika ada yang kurang jelas. Tetapi tidak semua orang bisa menghadiri kegiatan sosialisasi ini karena memiliki kegiatan atau aktivitasnya masing-masing. | Agar pemasarannya bisa maksimal, sebaiknya Disperinaker kabupaten Kendal dapat melakukan sebuah variasi dalam pelaksanaan pemasarannya. Hal tersebut bisa dimulai dari pemanfaatan website dari Disperinaker agar dihidupkan dengan konten-konten yang beragam termasuk salah satunya materi dari sosialisasi yang disampaikan. |
| | Menurut ibu Rukiyah, Disperinaker sudah melakukan pemasarannya dengan baik. Karena setelah menghadiri kegiatan sosialisasi tersebut, beliau semakin sadar betapa pentingnya jaminan keselamatan dan kesehatan. | Agar strategi pemasarannya melalui sosialisasi dapat diingat oleh peserta sosialisasi, Disperinaker kabupaten Kendal dapat menggunakan bantuan brosur yang berisi informasi tentang perlindungan tenaga kerja. |

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Tabel 6. 2 Hasil Analisa pada Aspek Promosi

| Sudut Pandang | Hasil Analisa | Kesimpulan |
|---------------|--|--|
| Pejabat | <p>Sosialisasi dijadikan sebagai sebuah strategi promosi yang dilaksanakan secara langsung bersama dengan BPJS Ketenagakerjaan di kecamatan Kaliwungu dan Ngampel, serta dihadiri oleh peserta sosialisasinya yaitu dari pekerja di sektor informal.</p> | <p>Sosialisasi dilakukan dengan tujuan agar masyarakat kabupaten Kendal dapat mengetahui informasi perlindungan tenaga kerja secara lebih mendalam dan harapannya masyarakat kabupaten Kendal dapat dengan mudah untuk mencapai kesejahteraannya.</p> |
| Buruh | <p>Menurut ibu Istanti, sosialisasi yang dilakukan oleh Disperinaker sudah cukup baik, tapi sebaiknya untuk penyampaian informasi perlindungan tenaga kerja perlu diberikan kepada seluruh lapisan masyarakat. Baik untuk pekerja di sektor informal, formal atau bahkan diberikan kepada masyarakat yang nantinya akan memasuki dunia kerja sebagai bekal ataupun pegangan oleh masyarakat. Jadi harapannya nanti banyak masyarakat yang dapat mengetahui informasi tersebut.</p> | <p>Target sosialisasi untuk dapat diperluas sehingga tidak hanya untuk pekerja di sektor informal saja melainkan juga kepada pekerja di sektor formal atau bahkan diberikan kepada masyarakat yang nantinya akan memasuki dunia kerja sebagai bekal ataupun pegangan oleh masyarakat tersebut.</p> |
| | <p>Menurut bapak Zaenal Abidin, sosialisasi yang dilakukan oleh Disperinaker sudah cukup baik. Tetapi alangkah lebih baiknya apabila kegiatan sosialisasinya untuk dapat lebih bervariasi lagi, sehingga apabila para peserta sosialisasi berhalangan untuk menghadiri kegiatan sosialisasi tersebut, para peserta masih dapat mendapatkan informasinya melalui strategi lainnya seperti melalui website atau media sosial lainnya.</p> | <p>Kegiatan sosialisasinya untuk dapat lebih bervariasi lagi. Seperti pemanfaatan website Disperinaker. Website tersebut dapat diisi dengan konten-konten yang menarik, termasuk konten yang berisi informasi tentang perlindungan tenaga kerja.</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | <p>Menurut ibu Rukiyah, proses sosialisasi yang dilakukan oleh Disperinaker sudah baik, tetapi akan lebih optimal apabila sosialisasinya bisa dilakukan secara <i>public</i> agar bisa menjangkau masyarakat secara lebih luas, sehingga nantinya strategi sosialisasi yang dilakukan oleh Disperinaker kabupaten Kendal dapat dikatakan maksimal.</p> | <p>Kegiatan sosialisasinya untuk dapat dilakukan secara <i>public</i>. Dalam artian, target dari sosialisasi ini tidak hanya dikhususkan kepada pekerja di sektor informal saja melainkan juga kepada pekerja di sektor lainnya.</p> |
|--|--|--|

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasar pada hasil wawancara kepada Ibu Dra. Dyah Widyastuti, M.Si selaku pejabat yang berwenang di Disperinaker terkait permasalahan pemasaran Disperinaker yang belum menyeluruh menjadi suatu hal yang menarik bagi penulis. Beliau menyampaikan awal mula diketahuinya permasalahan tersebut yaitu pada saat Disperinaker kabupaten Kendal melakukan monitoring atau kunjungan ke sebuah perusahaan dan menemukan beberapa pekerja yang ternyata mengalami permasalahan dalam hubungan industrial tetapi pekerja tersebut hanya memilih untuk diam karena tidak tahu harus bagaimana ketika menghadapi permasalahan yang dialaminya. Untuk menanggapi permasalahan tersebut, Disperinaker melakukan sebuah upaya jalan keluar dengan cara menjadikan kesejahteraan masyarakat sebagai orientasi dalam melakukan kegiatan pemasaran. Kegiatan pemasaran dilakukan oleh Disperinaker dengan cara mengajak masyarakat untuk ikut serta dalam keanggotaan BPJS Ketenagakerjaan sebagai bentuk upaya perlindungan tenaga kerja dalam mencapai kesejahteraannya.

Langkah yang dilakukan oleh Disperinaker dalam melakukan promosi perlindungan tenaga kerja menurut ibu Rukiyah sudah tepat tetapi belum optimal. Hal tersebut dapat terjadi karena berdasarkan data sosialisasi perlindungan jaminan sosial di tabel 5.4, Disperinaker dalam menyampaikan sebuah pesan atau informasi kepada masyarakat memilih target promosinya dengan cara kelompok masyarakat khusus (*non public*) yaitu kepada pekerja di sektor informal. Jika dilihat pada data Badan Pusat Statistik kabupaten Kendal tahun 2020, jumlah penduduk usia kerja mencapai 725.890 jiwa. Hal itu menandakan bahwa kegiatan promosinya belum maksimal akibat jangkauan target promosinya yang belum menyeluruh terutama untuk masyarakat di kabupaten Kendal. Dari banyaknya jumlah penduduk usia kerja yang telah disebutkan, tentu tidak hanya dari pekerja di sektor informal saja melainkan juga terdapat pekerja di sektor lainnya yang juga membutuhkan informasi seputar perlindungan tenaga kerja untuk meningkatkan kualitas sumber dayanya dengan tercapainya sebuah kesejahteraan bagi tenaga kerja.

6.2. Pembahasan

Promosi merupakan alat pemasaran yang dapat digunakan oleh organisasi jasa untuk berkomunikasi dengan pasar sasaran mereka (Wandikbo, T.Tumbel, & Tamengkel, 2013). Pada saat melakukan kegiatan pemasaran terdapat empat karakteristik di dalamnya, yaitu tidak berwujud (*intangibility*), tidak terpisahkan (*inseparability*), keanekaragaman (*variability*) dan tidak tahan lama (*perishability*). Karakteristik yang pertama

yaitu tidak berwujud berarti bahwa jasa yang ditawarkan tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar dan diraba. Karakteristik yang kedua yaitu tidak terpisahkan menandakan bahwa dalam memasarkan jasanya bersamaan dengan pemasar yang menyampaikan informasi. Karakteristik ketiga yaitu keanekaragaman yang artinya terdapat banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa yang menyajikan, kapan dan dimana jasa tersebut diberikan. Selanjutnya karakteristik yang terakhir yaitu tidak tahan lama, berarti sebuah jasa tidak dapat disimpan untuk digunakan di waktu yang berbeda karena digunakan pada saat bersamaan.

Kegiatan promosi dilakukan dengan tujuan untuk mengkomunikasikan sebuah informasi dari produk dan jasa yang ditawarkan agar konsumen terpengaruh untuk membeli ataupun mengkonsumsinya. Menurut (Fatihudin & Firmansyah) agar kegiatan promosi dapat berjalan dengan efektif perlu memperhatikan beberapa hal berikut :



Gambar 6. 1 Proses Kegiatan Promosi yang Efektif

Sumber : Data sekunder diolah, 2023

a. Memilih target promosi

Dalam melakukan promosi langkah awal yang perlu diperhatikan adalah dengan menentukan target promosinya. Perusahaan atau organisasi perlu menentukan siapa target dalam promosinya. Target promosi bisa ditentukan secara individu, kelompok masyarakat khusus (*non public*) dan kelompok masyarakat umum (luas). Pada langkah awal ini Disperinaker kabupaten Kendal sudah melakukannya tetapi masih kurang tepat dalam menentukan siapa target promosinya. Hal ini dapat terjadi karena Disperinaker dalam melakukan kegiatan promosi memilih target promosi secara khusus yaitu pekerja di sektor informal. Apabila kegiatan promosi hanya ditujukan kepada masyarakat khusus saja mengakibatkan tidak efektifnya Disperinaker dalam mencapai tujuannya untuk meningkatkan tingkat kemakmuran dan kesejahteraan tenaga kerja khususnya di kabupaten Kendal.

Harapannya Disperinaker dalam menentukan target promosinya dapat disesuaikan dengan tujuan awalnya pada saat akan melakukan kegiatan promosi. Apabila kegiatan promosi dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan tingkat kemakmuran dan kesejahteraan tenaga kerja di kabupaten Kendal, maka kelompok masyarakat umum atau secara luas dapat dipilih oleh Disperinaker dalam menentukan target promosinya agar informasi yang disampaikan pada saat promosi bisa didapatkan tidak hanya kepada pekerja di sektor informal saja tetapi

kepada seluruh masyarakat kabupaten Kendal yang juga membutuhkan informasi seputar perlindungan tenaga kerja.

b. Tentukan tujuan komunikasi

Setelah perusahaan atau organisasi menentukan siapa target dalam kegiatan promosinya, perusahaan ataupun organisasi perlu menentukan tujuan dari kegiatan promosi tersebut. Di dalam promosi tersebut apakah memiliki tujuan untuk memberi informasi atau pengetahuan, menciptakan kesadaran serta memberikan keyakinan kepada target promosinya. Pada tahapan ini sudah dilakukan oleh Disperinaker dalam melakukan kegiatan promosi. Disperinaker dalam melakukan promosi memiliki tujuan untuk memberikan informasi perlindungan tenaga kerja kepada masyarakat, menciptakan kesadaran kepada masyarakat terkait pentingnya sebuah keselamatan dan kesehatan untuk diri sendiri dan untuk meyakinkan target promosinya bahwa perlindungan tenaga kerja sangat dibutuhkan oleh pekerja untuk mencapai tingkat kesejahterannya melalui BPJS Ketenagakerjaan. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan pernyataan ibu Rukiyah pada saat wawancara, beliau menyampaikan bahwa setelah menghadiri kegiatan sosialisasi sebagai bentuk implementasi promosi Disperinaker dapat meningkatkan tingkat kesadarannya terhadap pentingnya jaminan keselamatan dan kesehatan untuk dirinya mencapai tingkat kesejahteraan.

c. Menyusun pesan

Untuk mencapai sebuah pesan yang efektif perusahaan atau organisasi harus mampu menyelesaikan permasalahan melalui 3W1H, yaitu *When* (kapan), *who* (siapa), *what* (apa) dan *how* (bagaimana). Hal ini sudah dilakukan oleh Disperinaker dalam menyelesaikan permasalahannya melalui 3W1H sebagai berikut :

1. *When* (kapan)

Berarti kapan sebuah promosi akan dilakukan. Pada permasalahan ini sudah dilakukan oleh Disperinaker terbukti pada data sosialisasi di tabel 5.4, bahwa kegiatan sosialisasi sebagai bentuk implementasi promosi dilaksanakan pada tanggal 22 Maret 2022 di kecamatan Ngampel dan 24 Maret 2022 di kecamatan Kaliwungu.

2. *Who* (siapa)

Berarti siapakah sumber pesan dalam pelaksanaan kegiatan promosi. Hal ini juga sudah dilakukan oleh Disperinaker dengan mengupayakan perlindungan tenaga kerja bersama dengan BPJS Ketenagakerjaan. Disperinaker bersama dengan BPJS Ketenagakerjaan menyampaikan sebuah pesan terkait upaya perlindungan tenaga kerja secara interaktif atau saling aktif melalui interaksi tanya jawab antara peserta sosialisasi dengan penyelenggara agar pesan

yang disampaikan lebih mudah diterima oleh peserta sosialisasi.

3. *What* (apa)

Berarti apa yang harus dikatakan pada saat promosi. Disperinaker dalam melakukan promosi telah menentukan tujuan komunikasinya sehingga Disperinaker sudah memahami apa saja yang harus dikatakan pada saat promosi. Promosi yang dilakukan oleh Disperinaker memiliki tujuan untuk memberikan informasi, menciptakan kesadaran, serta meyakinkan target promosinya maka pesan yang disampaikan pada saat promosi adalah informasi seputar perlindungan tenaga kerja melalui BPJS Ketenagakerjaan. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil wawancara kepada ibu Rukiyah selaku peserta sosialisasi, bahwa setelah menghadiri kegiatan sosialisasi tersebut beliau merasa sadar terhadap pentingnya jaminan keselamatan dan kesehatan.

4. *How* (bagaimana)

Dapat diartikan bagaimana sebuah pesan yang disampaikan pada saat promosi dapat dipahami oleh target promosinya. Pelaksanaan kegiatan sosialisasi disertai penyajian materi perlindungan tenaga kerja melalui presentasi yang dipandu oleh pembicara dari BPJS Ketenagakerjaan dipilih oleh Disperinaker dalam melakukan

promosi. Pelaksanaan kegiatan sosialisasi juga disertai dengan sesi tanya jawab antara peserta dan pembicara sosialisasi dengan tujuan apabila terdapat suatu hal yang kurang dipahami oleh peserta sosialisasi dapat langsung ditanyakan kepada pembicara. Hal ini berhasil dilakukan oleh Disperinaker dalam menyusun sebuah pesan yang efektif terbukti dari pernyataan ibu Rukiyah dalam data wawancara yang telah dilakukan, bahwa dengan kegiatan sosialisasi tersebut menyadarkan beliau mengenai betapa pentingnya sebuah jaminan keselamatan dan kesehatan untuk dirinya.

d. Memilih saluran komunikasi

Saluran komunikasi yang efisien dalam membawakan pesan promosi dapat berupa komunikasi secara personal ataupun non personal. Dalam hal ini dikarenakan target promosi sudah ditentukan oleh Disperinaker maka dalam pemilihan saluran komunikasi sudah dilakukan oleh Disperinaker dengan cara komunikasi secara personal. Saluran komunikasi secara personal karena mencakup dua orang atau lebih yang berkomunikasi secara langsung pada saat dilaksanakan kegiatan sosialisasi perlindungan tenaga kerja.

e. Besaran anggaran promosi

Kegiatan promosi dilakukan oleh Disperinaker melalui kegiatan sosialisasi, maka untuk menentukan besaran anggaran promosi tersebut telah dilakukan oleh Disperinaker dengan mempersiapkan dokumen

penunjang kegiatan sosialisasi berupa surat pemesanan, surat berita acara pembayaran, surat permintaan pemeriksaan administrasi hasil pengadaan barang/jasa, surat berita acara serah terima barang, dan surat permohonan pembayaran yang diajukan kepada pihak sekretariat untuk mengganti uang persediaan yang telah digunakan untuk kegiatan sosialisasi.

f. Menetapkan bauran promosi

Bauran promosi atau *promotion mix* adalah kombinasi yang terbaik dari berbagai jenis kegiatan promosi yang paling efektif untuk meningkatkan penjualan (Fatihudin & Firmansyah, 2019). Berdasarkan pendapat (Firmansyah, 2019) jenis kegiatan dalam bauran promosi berupa periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*public relation*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*).

Bauran promosi melalui penjualan pribadi (*personal selling*) telah dilakukan oleh Disperinaker karena dalam melakukan kegiatan promosi dengan mengadakan kegiatan sosialisasi menciptakan sebuah komunikasi dua arah yang dilakukan secara langsung atau tatap muka dengan bantuan sajian presentasi dengan tujuan untuk memberikan informasi, membujuk serta mempengaruhi peserta sosialisasinya.

Menurut (Kotler & Armstrong, 2001) terdapat beberapa tahapan dalam melakukan kegiatan *personal selling*, diantaranya yaitu:

1. Mencari target promosi sesuai dengan segmen perusahaan.
2. Menjalin hubungan kepada target promosi untuk membangun sebuah kepercayaan.
3. Meyakinkan barang atau jasa yang ditawarkan memang dibutuhkan oleh target promosi.
4. Mengatasi keberatan dengan memberikan penawaran atau cara lainnya.
5. Menjaga loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.
6. Menentukan target promosi akan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan atau tidak.

Disperinaker kabupaten Kendal telah melakukan tahapan *personal selling* sesuai dengan tahapan *personal selling* yang efektif, namun pelaksanaannya belum maksimal. Masih terdapat kekurangan dalam pelaksanaannya terutama dalam mencari target promosinya. Hal tersebut perlu diperhatikan dan diperbaiki oleh Disperinaker agar promosi yang dilakukan melalui *personal selling* dapat dilakukan secara efektif dan dapat sesuai dengan tujuan awal Disperinaker melakukan kegiatan promosi yaitu untuk meningkatkan tingkat keajahteraan masyarakat di kabupaten Kendal.

Menurut (Tjiptono, 1995) terdapat syarat lain untuk melakukan kegiatan *personal selling* bergantung pada seseorang yang bertugas melakukannya dengan memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. *Salesmanship*, dimana pelaku *personal selling* diharuskan memiliki pengetahuan mengenai produk dan seni menjual.
2. *Negotiating*, pelaku *personal selling* diharapkan mampu melakukan negosiasi disertai dengan syarat dan aturan yang berlaku.
3. *Relationship marketing*, dimana pelaku *personal selling* diharapkan mampu menguasai tata cara membina dan memelihara hubungan baik dengan pelanggan.

Pada Disperinaker kabupaten Kendal seseorang yang bertugas melakukan kegiatan *personal selling* telah sesuai dengan kriteria yang telah disebutkan. Disperinaker menyampaikan informasi pada saat sosialisasi dengan jelas dan mudah dimengerti disertai dengan perkataan yang lemah lembut seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an (3:159) di bawah ini :

فِيمَا رَحِمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا
 مِن حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ
 فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Gambar 6. 2 Q.S Al Imran Ayat 159

Sumber : <http://www.indoquran.web.id/quran/viewAyat/452>

Artinya : “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

Dengan demikian dari ayat tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa sebuah pesan ketika disampaikan kepada target promosi dengan lemah lembut serta penuh dengan keramahan maka akan menyentuh target promosinya dan akan mengundang perhatian dari target promosi untuk menerima dan memahami pesan yang disampaikan oleh seseorang yang melakukan promosi. Didukung juga dengan pakaian yang bersih dan rapi pada saat melakukan promosi sesuai dengan anjuran dari Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Imam Ahmad dalam kitabnya dengan arti: “Berpakaianlah dengan baik, tetapi janganlah sombong dan berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah senang bila nikmat-Nya yang ada pada hamba-Nya diperlihatkan.”. Hadits tersebut dijadikan pedoman oleh seseorang yang melakukan *personal selling* agar layak untuk dipandang pada

saat melakukan promosi dan menimbulkan kenyamanan bagi target promosi dalam mengikuti kegiatan sosialisasi.

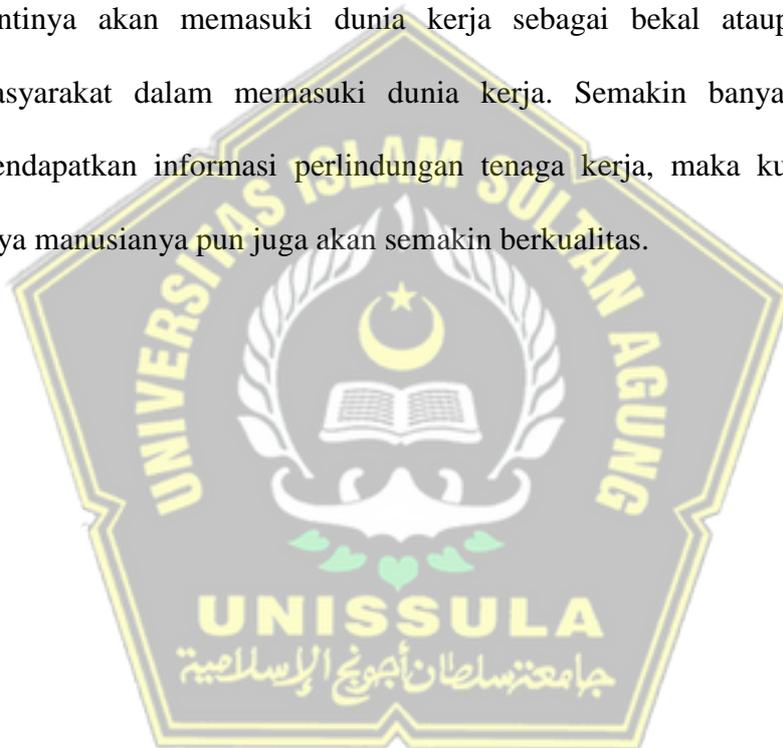
g. Evaluasi hasil promosi

Terkait evaluasi hasil promosi ini sudah dilakukan oleh Disperinaker didukung dengan pernyataan dari ibu Rukiyah selaku peserta sosialisasi bahwa setelah mengikuti kegiatan sosialisasi terkait perlindungan tenaga kerja bersama BPJS Ketenagakerjaan, beliau dapat mengingat pesan-pesan yang telah disampaikan pada saat sosialisasi sehingga meningkatkan tingkat kesadarannya terhadap jaminan keselamatan dan kesehatan untuk dirinya sendiri.

h. Mengelola Proses Komunikasi

Disperinaker kabupaten Kendal telah mengupayakan kegiatan promosi untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia demi mencapai tingkat kesejahteraan. Disperinaker sudah mengelola sebuah proses komunikasi menggunakan alat komunikasi berupa *personal selling* dan dalam menyampaikan pesannya memiliki tujuan untuk memberikan informasi perlindungan tenaga kerja kepada masyarakat, menciptakan kesadaran kepada masyarakat terkait pentingnya sebuah keselamatan dan kesehatan untuk diri sendiri dan untuk meyakinkan target promosinya bahwa perlindungan tenaga kerja sangat dibutuhkan oleh pekerja melalui BPJS Ketenagakerjaan.

Disperinaker kabupaten membutuhkan kerjasama dari berbagai pihak agar permasalahan terkait kegiatan promosi Disperinaker yang belum maksimal dapat segera diatasi. Disperinaker kabupaten Kendal dalam melakukan promosi untuk menyampaikan informasi perlindungan tenaga perlu diberikan kepada seluruh lapisan masyarakat, baik untuk pekerja di sektor informal, formal atau bahkan diberikan kepada masyarakat yang nantinya akan memasuki dunia kerja sebagai bekal ataupun pegangan masyarakat dalam memasuki dunia kerja. Semakin banyak masyarakat mendapatkan informasi perlindungan tenaga kerja, maka kualitas sumber daya manusianya pun juga akan semakin berkualitas.



BAB VII

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

7.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan di bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagai berikut :

- a. Disperinaker dalam melakukan sosialisasi perlindungan tenaga kerja sebagai implementasi kegiatan promosi bertujuan untuk memberikan informasi perlindungan tenaga kerja kepada masyarakat, menciptakan kesadaran kepada masyarakat terkait pentingnya sebuah keselamatan dan kesehatan untuk diri sendiri dan untuk meyakinkan target promosinya bahwa perlindungan tenaga kerja sangat dibutuhkan oleh pekerja untuk mencapai tingkat kesejahteraan melalui BPJS Ketenagakerjaan.
- b. Terdapat permasalahan yang dilakukan Disperinaker kabupaten Kendal dalam melakukan promosi terbukti dari hasil pengamatan dan wawancara yang dikomparasi atau dibandingkan dengan teori, bahwa kegiatan promosi tidak berjalan dengan maksimal karena di dalam pemilihan target promosinya ditujukan kepada kelompok masyarakat khusus yaitu pekerja di sektor informal.
- c. Untuk mencapai sebuah promosi yang optimal dibutuhkan sebuah perhatian khusus pada saat melakukan promosi. Sebuah promosi Disperinaker akan dikatakan maksimal apabila memperhatikan proses sosialisasi terutama dalam pemilihan target promosinya.

7.2. Rekomendasi

7.2.1. Rekomendasi Hasil

- a. Disperinaker kabupaten Kendal dalam menyampaikan informasi perlindungan tenaga kerja perlu diberikan kepada seluruh lapisan masyarakat. Artinya pada saat menentukan target promosinya perlu ditujukan kepada kelompok masyarakat umum, baik untuk pekerja di sektor informal, formal atau bahkan diberikan kepada masyarakat yang nantinya akan memasuki dunia kerja sebagai bekal ataupun pegangan masyarakat tersebut.
- b. Kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh Disperinaker kabupaten Kendal untuk dapat dilakukan dengan lebih bervariasi lagi sesuai dengan usulan yang disampaikan oleh bapak Zaenal Abidin selaku peserta sosialisasi. Beliau mengatakan bahwa apabila peserta sosialisasi berhalangan untuk menghadiri kegiatan sosialisasi, peserta masih memiliki kesempatan untuk mendapatkan informasinya melalui media lainnya seperti melalui website yang sudah ada. Website tersebut dapat dimanfaatkan dengan baik dengan menampilkan konten-konten yang menarik, termasuk konten yang berisi informasi tentang perlindungan tenaga kerja melalui empat program dari BPJS Ketenagakerjaan berupa Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK),

Jaminan Hari Tua (JHT), Jaminan Kematian (JKM) dan Jaminan Pensiun (JP).

- c. Disperinaker kabupaten Kendal membutuhkan bantuan periklanan melalui media cetak berupa brosur agar pesan atau informasi yang disampaikan oleh Disperinaker dapat dengan mudah untuk diingat dan dipahami oleh target sosialisasi sesuai yang disarankan oleh ibu Rukiyah selaku peserta sosialisasi. Bantuan periklanan melalui brosur ini perlu dilakukan selain untuk mempermudah target promosi dalam mengingat pesan-pesan yang disampaikan, brosur ini mudah untuk didistribusikan dan dalam ruang yang terbatas brosur dapat diisi banyak informasi dari Disperinaker kabupaten Kendal seperti di bawah ini :



Gambar 7. 1 Gambaran Brosur Disperinaker Lembar 1
Sumber : Data primer diolah, 2022



Gambar 7. 2 Gambaran Brosur Disperinaker Lembar 2
Sumber : Data primer diolah, 2022

7.2.2. Rekomendasi Tempat Magang

Tanpa mengurangi rasa hormat penulis kepada Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja kabupaten Kendal, penulis perlu menyampaikan rekomendasi yang perlu diperbaiki tempat magang terhadap peserta magang dan staff/karyawan sebagai berikut :

a. Rekomendasi yang perlu diperbaiki tempat magang terhadap peserta magang :

- 1) Untuk lebih memberikan instruksi atau perintah yang jelas dalam memberikan tugas kepada peserta magang.
- 2) Dapat mendampingi peserta magang apabila mengalami kesulitan dalam melakukan tugas yang diberikan.

b. Rekomendasi yang perlu diperbaiki tempat magang terhadap staff/karyawan :

- 1) Perlu dilakukannya pengawasan terhadap staff/karyawan saat bekerja supaya menciptakan sebuah kedisiplinan dalam bekerja.
- 2) Perlu disediakan fasilitas peralatan keselamatan kerja bagi karyawan pada saat bekerja seperti kotak pertolongan pertama pada kecelakaan (P3K) di setiap bidang.
- 3) Perlu diberikannya program soft skills secara merata kepada seluruh staff/karyawan agar staff/karyawan tersebut dapat memberikan hasil yang lebih baik untuk tempat magang.

7.2.3. Rekomendasi Program Studi

Adanya program magang MB-KM yang dilakukan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung kepada mahasiswa tentunya memiliki tujuan yang positif. Salah satunya dengan dilakukan program magang MB-KM dapat meningkatkan pengalaman dan kompetensi mahasiswa sesuai bidang ilmunya serta mahasiswa mampu memiliki gambaran tentang budaya kerja yang nyata yang akan dihadapinya nanti. Tanpa mengurangi rasa hormat penulis kepada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung, berikut rekomendasi dari penulis untuk Program Studi

Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) :

- a. Fakultas Ekonomi UNISSULA perlu mempersiapkan program MB-KM secara matang jauh sebelum program dilaksanakan.
- b. Fakultas Ekonomi UNISSULA wajib memberikan pembekalan secara rinci terkait program MB-KM kepada peserta MB-KM sebelum mulai terjun ke tempat magang.
- c. Fakultas Ekonomi UNISSULA perlu menjalin komunikasi yang baik dengan instansi/perusahaan tempat magang mahasiswa agar terjalin sebuah hubungan kerja sama yang baik.
- d. Fakultas Ekonomi UNISSULA sebaiknya perlu memberikan sosialisasi dan arahan kepada dosen pembimbing MB-KM agar dosen pembimbing menguasai tentang program MB-KM yang dijalankan sehingga dapat mendampingi dan dapat memberikan arahan yang baik kepada mahasiswa saat menjalankan tugas di tempat magang dan pada saat penyusunan laporan hasil magang.
- e. Diharapkan Fakultas Ekonomi UNISSULA dalam memberikan informasi seputar program MB-KM kepada mahasiswa dapat dilakukan secara jelas dan rinci sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman.

BAB VIII

REFLEKSI DIRI

8.1. Dampak Positif yang Diterima Pada Saat Perkuliahan dan Bermanfaat di Tempat Magang

Dampak positif yang penulis terima selama perkuliahan dan bermanfaat di tempat magang yaitu materi tentang ilmu manajemen di berbagai bidang baik di bidang pemasaran, bidang operasional maupun di bidang Sumber Daya Manusia (SDM). Selama melaksanakan kegiatan magang kurang lebih 4 bulan di Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja kabupaten Kendal, penulis mampu menerapkan ilmu-ilmu yang telah didapatkan selama perkuliahan dengan mengamati permasalahan yang ada di tempat magang dan mengelompokkan permasalahan tersebut sesuai bidang manajemennya. Seperti contoh materi tentang manajemen pemasaran, penulis mampu menganalisis permasalahan terkait proses sosialisasi di tempat magang dengan ilmu-ilmu yang penulis terima selama perkuliahan sehingga dapat menghasilkan sebuah kesimpulan dan jalan keluar untuk permasalahan di tempat magang tersebut.

Sehingga dengan adanya program magang MB-KM ini penulis merasa diberikan kesempatan untuk mengetahui dan mempelajari hal-hal baru tentang dunia kerja yang belum pernah penulis dapatkan sebelumnya. Penulis dapat mempelajari tentang bagaimana cara bersosialisasi di tempat kerja, bagaimana cara mengatur waktu dengan baik, bagaimana cara bertanggung jawab terhadap tugas-tugas yang diberikan serta melalui program magang

MB-KM di Disperinaker kabupaten Kendal ini penulis mampu untuk membangun sebuah kerja sama yang baik antar sesama teman magang dan karyawan di tempat magang.

8.2. Manfaat Magang

8.2.1. Manfaat Magang Terhadap Pengembangan *Soft Skill* Penulis

- a. Meningkatkan kedisiplinan penulis dengan adanya kegiatan apel serta tugas-tugas yang diberikan selama magang.
- b. Melatih kemampuan *public speaking* penulis dalam mempertanggungjawabkan tugas yang telah dilaksanakan.
- c. Melatih kemampuan berpikir kritis penulis dalam menganalisis permasalahan yang ada di tempat magang.
- d. Membangun *teamwork* bersama dengan teman sesama magang dalam menyelesaikan tugas yang diberikan.

8.2.2. *Soft Skill* yang Belum Didapat Penulis Pada Saat Magang

- a. Penulis baru mendapatkan jiwa kepemimpinan untuk memimpin diri sendiri agar dapat menyelesaikan tugas dengan baik dan tepat waktu sehingga penulis merasa belum mendapatkan jiwa kepemimpinan yang baik.
- b. Penulis belum berani menyampaikan ide/gagasan kreatif secara langsung kepada staff/karyawan di tempat magang.

8.2.3 Manfaat Magang Terhadap Kemampuan Kognitif

Dalam proses kegiatan magang MB-KM sangat berdampak positif bagi mahasiswa dalam mengembangkan kemampuan kognitif. Kemampuan kognitif yang penulis dapatkan pada saat melaksanakan kegiatan magang :

- a. Penulis mampu melakukan penalaran logis terhadap permasalahan-permasalahan yang ditemukan di tempat magang. Dari permasalahan tersebut penulis mampu melakukan analisis penyebab munculnya permasalahan yang ditemukan di tempat magang dan mampu juga untuk menemukan solusi untuk permasalahan tersebut.
- b. Penulis mampu meniru sikap cekatan yang dimiliki para staff/karyawan sehingga pada saat mengerjakan tugas yang diberikan menjadikan penulis mengerjakannya tugasnya dengan berjalan cepat dan efektif.
- c. Dalam mengerjakan tugas arsip penulis mampu mengelompokkan berkas-berkas sesuai dengan kode yang telah ditentukan.

8.3 Kunci Sukses Bekerja

Selama kurang lebih 4 bulan melaksanakan kegiatan program magang MB-KM di Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja kabupaten Kendal, penulis dapat menyimpulkan bahwa kunci sukses dalam bekerja diantaranya adalah disiplin dan memiliki motivasi dalam bekerja, mampu memecahkan permasalahan, jujur, memiliki kemampuan dalam berkomunikasi yang baik, bertanggungjawab, mampu bekerja sama serta memiliki keterampilan dan keahlian sesuai dengan bidang pekerjaannya.

8.4 Rencana Pengembangan Diri

Dengan adanya program magang MB-KM menjadikan penulis memiliki gambaran atau pandangan tentang dunia kerja yang sesungguhnya. Oleh karena itu penulis mulai mempersiapkan diri dari sekarang terkait dengan pengembangan diri penulis untuk menghadapi dunia kerja dengan melatih kemampuan berpikir secara kritis dalam menghadapi suatu permasalahan dan mencoba untuk tenang dalam mencari jalan keluar yang paling efektif. Selain itu melatih kemampuan berpikir secara terbuka dari berbagai sudut pandang sehingga dapat mempertimbangkan langkah apa yang akan dipilih untuk tahap selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin Disnaker. (2019, Februari 21). *Dinas Tenaga Kerja Pemerintah Kabupaten Buleleng*. Retrieved Juli 30, 2022, from Dinas Tenaga Kerja Pemerintah Kabupaten Buleleng: <https://disnaker.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/pengertian-angkatan-dan-tenaga-kerja-34#:~:text=B%20Tenaga%20Kerja%20Tenaga%20kerja,faktor%20alam%20dan%20faktor%20modal>.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa*. Surabaya: Deepublish.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Surabaya: Penerbit Qiara Media.
- Hanifah, I. (2020). *Hukum Ketenagakerjaan di Indonesia*. Medan: Pustaka Prima.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta.
- Putri, B. R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar.
- Tjiptono, F. (1995). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wandikbo, Y., T.Tumbel, & Tamengkel, L. (2013). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Sepeda Motor. *Acta Diurna*, 3.
- Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 1 Ayat 3 Tentang Bentuk dan Kedaulatan
- Undang-undang Republik Indonesia Tahun 1945 Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan
- Peraturan Bupati Kendal Nomor 101 Tahun 2021 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, serta Tata Kerja