

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

1. Kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan Kantor Cabang Kota Bandung sejauh ini sudah cukup efektif, dengan mengadakan sosialisasi ke berbagai tempat dan daerah serta perusahaan. Kegiatan yang dilakukan Badan Penyelenggara Jaminan Kesehatan Sosial (BPJS) Kesehatan Cabang kota Bandung yaitu, 1) Periklanan (*advertising*), periklanan yang dilakukan BPJS kesehatan cabang kota bandung yaitu media *above the line* (media lini atas) berupa website [www.bpjs-kesehatan.go.id](http://www.bpjs-kesehatan.go.id) sedangkan media *below the line* (media lini bawah) berupa brosur, 2) penjualan perseorangan (*personal selling*) yaitu dengan mengadakan sosialisasi kepada masyarakat dalam memasarkan atau mempromosikan kartu, 3) pemasaran langsung (*direct marketing*) yang BPJS Kesehatan Cabang Kota Bandung menggunakan media internet (websites) sebagai tempat promosi dalam memasarkan kartu.
2. Faktor Pendukung yang dihadapi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) kesehatan Kantor Cabang Kota Bandung adanya dukungan dari pemerintah dan masyarakat. dukungan dari masyarakat yaitu dalam bentuk keikutsertaan dalam mengikuti sosialisasi yang diadakan BPJS Kesehatan. Dukungan dari pemerintah yaitu membantu BPJS Kesehatan dalam memasarkan dan mempromosikan kartu BPJS Kesehatan dengan cara

membuat iklan di televisi tujuannya agar masyarakat dapat mengetahui program yang di buat pemerintah.

3. Faktor Penghambat yang dihadapi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) kesehatan Kantor Cabang Kota Bandung kurangnya sosialisasi dalam memasarkan/mempromosikan kartu kepada masyarakat terutama yang berada di daerah terpencil. Dan kurangnya partisipasi masyarakat dalam mengikuti sosialisasi dalam memasarkan atau mempromosikan kartu kepada masyarakat.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Teoritis**

Saran teoritis yang diusulkan oleh penulis selama melakukan penelitian adalah untuk penelitian selanjutnya pada penelitian semacam ini komunikasi pemasaran yang dilakukan harus lebih komprehensif.

### **5.2.2 Saran Praktis**

1. Sebaiknya sering diadakan sosialisai-sosialisasi ke daerah terpencil atau plosok, sehingga masyarakat yang tinggal di daerah terpencil bisa mengikuti program kartu BPJS kesehatan yang di selenggarakan pemerintah.

2. Sebaiknya di setiap rumah sakit/puskesmas yg bekerja sama dengan BPJS Kesehatan agar membuat poster/spanduk tentang Program BPJS Kesehatan, karena dengan adanya informasi melalui poster/spanduk

masyarakat akan lebih tahu apa itu BPJS Kesehatan dan tahu bagaimana cara mengikuti program tersebut.

3. menambah iklan di media elektronik yang lebih banyak lagi seperti radio, televisi dll, dengan semakin banyak iklan di media elektronik program BPJS Kesehatan bisa lebih dikenal oleh masyarakat.

