

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Undang-undang Nomor 24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS), secara tegas menyatakan bahwa BPJS yang dibentuk dengan UU BPJS adalah Badan Hukum Publik yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden dan memiliki tugas untuk menyelenggarakan jaminan Kesehatan Nasional bagi seluruh rakyat Indonesia, terutama untuk Pegawai Negeri Sipil, Penerima Pensiun PNS dan TNI/POLRI, Veteran, Perintis Kemerdekaan beserta keluarganya dan Badan Usaha lainnya ataupun rakyat biasa.. Menurut Undang-Undang, Cipta Kerja, BPJS ada dua jenis, yaitu BPJS Kesehatan yang menyelenggarakan jaminan kesehatan nasional dan BPJS Ketenagakerjaan yang menyelenggarakan SA5 jaminan, yaitu , JKM (Jaminan Kematian), JP (Jaminan Pensiun), JHT (Jaminan Hari Tua), JKK (Jaminan Kecelakaan Kerja) dan JKP (Jaminan Kehilangan Pekerjaan) . Kedua BPJS tersebut mengemban misi negara untuk memenuhi hak konstitusional setiap orang atas jaminan sosial dengan menyelenggarakan program jaminan yang bertujuan memberi kepastian perlindungan dan kesejahteraan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia (UU No 24, 2011).

Menurut Undang-undang Republik Indonesia nomor 24 tahun 2011, yang menyatakan bahwa, setiap pemberi kerja wajib mendaftarkan tenaga kerjanya sebagai peserta BPJS Ketenagakerjaan. Namun masih banyak terdapat perusahaan yang enggan menjalankan aturan yang terdapat didalam di dalam Undang-undang tersebut mengenai kepesertaan jaminan sosial tersebut. Rata-rata perusahaan yang tidak mendaftar BPJS itu didominasi perusahaan kecil dan menengah . Jumlah perusahaan yang sudah daftar pun masih banyak pula yang melakukan pelanggaran-pelanggaran, diantaranya menunggak iuran, tidak mendaftarkan seluruh pekerjanya, dan tidak jujur dalam melaporkan gaji pekerja yang sebenarnya (Dewi, 2019).

BPJS Ketenagakerjaan adalah badan hukum yang ditetapkan oleh pemerintah pada 1 Januari 2014 yang sebelumnya bernama PT Jamsostek

(Persero) sebagai fasilitas asuransi dan investasi untuk pekerja di seluruh Indonesia. Adapun kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan terbagi menjadi 5 yaitu: Penerima Upah (PU), Bukan Penerima Upah (BPU), Pekerja Jasa Konstruksi (JAKON) dan Pekerja Migran Indonesia (PMI). Peserta Bukan Penerima Upah (BPU) adalah setiap orang yang bekerja atau berusaha atas resiko sendiri atau pekerja diluar hubungan kerja yang pembayaran iuran kepesertaannya ditanggung sendiri (Hunaepi, 2015), diantaranya petani, pedagang, tukang ojek dan sopir angkutan umum. Peserta (BPU) dapat mengikuti program BPJS Ketenagakerjaan dengan memilih program sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan peserta.

Strategi pemasaran diperlukan untuk lebih memahami peserta BPU yang sebagian besar adalah pekerja lepas, pedagang mikro/kecil dan menengah atau pedagang UMKM. Salah satu Strategi pemasaran yang sebaiknya dilakukan adalah dengan cara mengenalkan berbagai macam program BPJS Ketenagakerjaan kepada peserta Bukan Penerima Upah (BPU) yang tidak diwajibkan seperti pekerja Penerima Upah (PU) yang merupakan pegawai di bawah naungan perusahaan atau instansi.

Menurut (mursid, 2017) Pemasaran (*Marketing*) merupakan segala kegiatan usaha yang berhubungan dengan aliran barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Tujuan pemasaran secara umum adalah untuk mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik sehingga tercipta kesesuaian antara produk atau jasa yang diharapkan dengan yang dirasakan, guna mencapai kepuasan konsumen. Idealnya, pemasaran harus menghasilkan pelanggan yang siap untuk membeli sebuah produk yang ditawarkan (Asnawi Nur, 2017). Dalam memasarkan produknya, seorang pemasar harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan di masa yang akan datang. Artinya pemasar harus cepat tanggap dengan yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Dalam hal ini produsen harus menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen secara tepat waktu. Di samping itu seorang pemasar harus mampu mengkomunikasikan keberadaan dan kelebihan produk dibandingkan dengan produk lainnya dari pesaing. Produsen juga harus pandai menarik minat dan merayu konsumen untuk terus membeli dan mengkonsumsi produk yang

ditawarkan melalui berbagai strategi (Kasmir, 2005). Strategi pemasaran dapat dikelompokkan menjadi berbagai macam diantaranya:

1. *Marketing Strategies*, berfokus pada variabel-variabel pemasaran seperti segmentasi pasar, identifikasi dan seleksi pasar sasaran, *positioning*, *branding* dan bauran pemasaran.
2. *Marketing Element Strategies*, meliputi unsur individual bauran pemasara misalnya strategi promosi '*pull versus pull*', strategi distribusi intensif, selektif atau eksklusif. Dan strategi penetapan harga penetrasi versus *skimming price*,serta,Product-Market Entry Strategies, mencakup strategi merebut, mempertahankan, memanen atau melepas pangsa pasar (Fandy, 2015).

Beragam pendekatan dan strategi pemasaran itu terjadi karena karakteristik pekerja BPU di setiap daerah memiliki ciri yang sangat bervariasi sehingga di setiap kantor cabang menggunakan inovasi dan cara yang berbeda-beda untuk meningkatkan kepesertaan BPU ini (Putra, 2020). Dalam pemasaran modern membutuhkan lebih dari sekedar produk atau jasa berkualitas, harga kompetitif dan ketersediaan produk. Pemasaran modern juga memerlukan komunikasi interaktif yang berkesinambungan dengan para pelanggan potensial dan aktual. Ketersediaan beraneka macam media memberikan semakin banyak pilihan bagi setiap organisasi pemasaran untuk menjalin komunikasi interaktif dengan *stakeholder* utamanya (Usman, 2015).

Pada BPJS Ketenagakerjaan hampir di setiap wilayah Kota/Kabupaten memiliki kantor cabang maupun kantor cabang perintis. Setiap kantor wilayah tersebut memiliki target untuk memperoleh kepesertaan agar target seluruh pekerja yang ada di Indonesia dapat menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan. Namun bukan hal mudah terlebih oleh pekerja BPU yang melakukan pekerja secara mandiri dan memiliki perekonomian yang relatif rendah (Baskoro, 2021).

Menurut (Sinuhaji dan Novita, 2022) tentang Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Jumlah Peserta Golongan Bukan

Penerima Upah (BPU) Pada BPJS Ketenagakerjaan cabang Medan Kota, disimpulkan bahwa minimnya para peserta pada sektor informal dalam kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan oleh hal berikut:

1. Program BPJS Ketenagakerjaan bagi peserta BPU belum diketahui secara luas karena tujuannya belum tepat sasaran.
2. Strategi peningkatan partisipasi BPU agar tetap aktif di BPJS Ketenagakerjaan belum dilaksanakan karena banyak anggota BPU yang tidak aktif.

Penelitian lain menyebutkan bahwa, upaya untuk meningkatkan kepedulian/kesadaran dan kepatuhan untuk mendaftar serta membayar iuran memang membutuhkan waktu dan rencana yang lebih baik secara terus menerus, usaha-usaha yang telah terancang di atas adalah strategi pemasaran yang tetap dipertahankan dan dijalankan dalam rangka perluasan cakupan kepesertaan BP jamsostek di provinsi Sumatera Selatan umumnya, dan BP Jamsostek kantor cabang Palembang khususnya (Agustini & Putra, 2022).

Selain itu, penelitian lain juga menemukan bahwa BP Jamsostek dalam meningkatkan cakupan kepesertaan telah melakukan terobosan baru mengkolaborasi antara sosialisasi dengan promosi sekaligus dalam memperkenalkan program-programnya ke calon peserta (Agustini & Putra, 2022).

BPJS Ketenagakerjaan Kabupaten Malang merupakan Kantor Cabang Perintis (KCP) dari kantor cabang BPJS Ketenagakerjaan di Kota Malang. BPJS Ketenagakerjaan KCP Kabupaten Malang ini telah berdiri sejak tahun 2014, Penerapan strategi pemasaran sangat penting dan telah diterapkan di lapangan untuk menarik kepesertaan BPU, keagenan yang bernama Perisai pun dibentuk untuk menarik kepesertaan. Perisai ini bertugas mencari kepesertaan di wilayah yang sulit untuk diakses, dan BPJS Ketenagakerjaan KCP Kabupaten Malang sendiri bekerjasama dengan dinas-dinas seperti Dinas Koperasi dan UMKM, dan Asosiasi Pedagang pasar di berbagai kecamatan untuk menarik kepesertaan BPU, namun jumlah kepesertaan yang ikut BPJS Ketenagakerjaan masih rendah.

Menurut data BPJS Ketenagakerjaan, hingga bulan Oktober 2022 jumlah peserta aktif sudah mencapai 36,48 juta pekerja. Dari angka tersebut jumlah pekerja dari segmen pekerja informal (Bukan Penerima Upah) baru mencapai 5 juta pekerja.

Berdasarkan data Dewan Jaminan Sosial Nasional, sampai dengan Agustus 2022 jumlah kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan di wilayah Kabupaten Malang yang telah terdaftar berjumlah 32.089 peserta aktif. Dengan persentase peserta aktif menurut segmen kepesertaan yang terdiri atas peserta Pekerja Penerima Upah (PPU) berjumlah 20.618 peserta atau (64.25%). Peserta Bukan Penerima Upah (BPU) berjumlah 5.211 peserta atau (16.24%). Peserta Jaminan Konstruksi (JAKON) berjumlah 6.260 peserta atau (20%) (Dewan Jaminan Sosial Nasional, 2022). Menurut data dari Badan Pusat Statistik, Penduduk bekerja di kegiatan formal pada Agustus 2021 sebanyak 246.859 orang, dan terdapat 188.771 orang bekerja pada kegiatan informal. Perbandingan antara peserta bukan penerima upah dengan jumlah pekerja bukan penerima upah sebanyak 0,027%.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk mengkaji lebih jauh mengenai strategi pemasaran BPJS Ketenagakerjaan KCP Kabupaten Malang. Sehingga penelitian ini mengambil judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Kepesertaan BPU Pada BPJS Ketenagakerjaan KCP Kabupaten Malang”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan BPJS Ketenagakerjaan KCP Kabupaten Malang untuk meningkatkan kepesertaan pekerja BPU ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Umum**

Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan BPJS Ketenagakerjaan KCP Kabupaten Malang untuk meningkatkan kepesertaan pekerja BPU.

### **1.3.2 Tujuan Khusus**

Tujuan khusus penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan BPJS

- Ketenagakerjaan KCP Kabupaten Malang untuk meningkatkan kepesertaan pekerja BPU dari segi program
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan BPJS Ketenagakerjaan KCP Kabupaten Malang untuk meningkatkan kepesertaan pekerja BPU dari segi proses
  3. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan BPJS Ketenagakerjaan KCP Kabupaten Malang untuk meningkatkan kepesertaan pekerja BPU dari segi promosi
  4. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan BPJS Ketenagakerjaan KCP Kabupaten Malang untuk meningkatkan kepesertaan pekerja BPU dari segi partisipan (people).

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Secara Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan referensi bagi kajian ilmu, khususnya yang berkaitan dengan manajemen pemasaran.

### **1.4.2 Secara Praktis**

1. Bagi BPJS Ketenagakerjaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi BPJS Ketenagakerjaan KCP Kabupaten Malang, sebagai salah satu referensi dalam meningkatkan cakupan kepesertaan segmen pekerja informal di Kabupaten Malang.

2. Bagi Poltekkes Kemenkes Malang

Bagi akademik semoga hasil penelitian ini dapat membantu dalam menambah perbendaharaan kepustakaan di Poltekkes Kemenkes Malang sebagai referensi keilmuan mengenai ilmu pemasaran.

3. Manfaat bagi Peneliti

Meningkatkan wawasan dan menerapkan ilmu yang diperoleh selama kuliah dan di lapangan.

