

## **Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Peningkatan Kepesertaan Bpu Pada Bpjs Ketenagakerjaan Kc Cilacap**

Nurul Atikah<sup>a✉</sup>, Hanung Eka Atmaja<sup>b</sup>

<sup>a</sup>, Universitas Tidar, <sup>b</sup>Universitas Tidar

✉ [nurultika606@gmail.com](mailto:nurultika606@gmail.com);

**ABSTRACT.** Many strategies can be used to increase BPU membership in the BPJS Employment Office in Cilacap. One strategy that is widely used by companies is the marketing mix strategy (marketing mix strategy). This study aims to determine the marketing mix strategy in increasing BPU membership in the Cilacap KC Employment BPJS. This study uses descriptive qualitative analysis methods, namely by collecting data directly from the company by conducting observations, interviews according to research subjects. The research results show that the strategy implemented has gone well, where the seven marketing mix strategy variables support and complement each other, and have different roles in marketing their products.

Keyword: BPJS Ketenagakerjaan, BPU, marketing mix

JEL Classification:

## INTRODUCTION

BPJS Ketenagakerjaan adalah lembaga yang memberikan program jaminan kepada para pekerja di Indonesia. Program jaminan tersebut diantaranya jaminan kematian, jaminan kecelakaan kerja, jaminan hari tua dan jaminan pensiun. Seluruh pekerja di Indonesia dan atau orang asing yang bekerja di Indonesia selama enam bulan wajib mendaftarkan diri sebagai anggota BPJS Ketenagakerjaan. Hal ini untuk memberikan jaminan dan asuransi agar tidak terjadi hal yang tidak bisa dikendalikan bagi pekerja tersebut. Ada dua Jenis Kepesertaan dalam BPJS ketenagakerjaan yaitu penerima upah dan bukan penerima upah.

Pekerja Penerima Upah (PU) merupakan orang yang terdaftar sebagai tenaga kerja pada sebuah perusahaan. Sedangkan BPU merupakan pekerja yang dalam memenuhi kebutuhan ekonominya dengan melakukan usaha sendiri dan tidak dibawah suatu instansi atau perusahaan (Silaban & Badikenita, 2017). Contoh pekerja BPU yaitu pedagang kecil, supir angkot, ojek, wirausahawan dll. Namun kepesertaan Pekerja BPU masih sulit didapatkan. Hal ini karena informasiserta edukasi yang masih sangat minim mengenai manfaat dari BPJS Ketenagakerjaan itu sendiri. Banyaknya pekerja BPU yang kebanyakan merupakan wirausahawan kecil dan masyarakat pedalaman sehingga menyulitkan pendataan kepesertaan. Oleh karena itu perlu strategi agar kepesertaan BPU semakin meningkat salah satunya dengan strategi marketing mix. Marketing mix merupakan bauran pemasaran yang dilakukan secara bersama-sama untuk kemajuan perusahaan. Strategi marketing mix ini perlu dilakukan sebagai usaha untuk meningkatkan kepesertaan BPU. Dengan demikian Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana peranan strategi marketing mix dalam meningkatkan kepesertaan BPU pada BPJS Ketenagakerjaan KC Cilacap.

## METHODS

Penelitian ini digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai peranan Marketing mix dalam meningkatkan kepesertaan BPU. Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis. Teknik yang digunakan yaitu metode Deskriptif kualitatif. Penelitian ini menilai sifat dari kondisi yang telah tampak. Proses pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan observasi dan wawancara kepada beberapa karyawan BPJS Ketenagakerjaan dan sumber yang relevan. Selain itu juga menggunakan data tertulis yang terdiri dari jurnal, artikel, website, dan sumber lainnya yang sesuai.

## RESULT AND DISCUSSION

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dalam peningkatan kepesertaan BPU dapat dilakukan melalui berbagai strategi, salah satunya yaitu strategi marketing mix. marketing mix ini terdiri dari 7p (*product, price, place, promotion, process, physical evidence, dan people*). Bauran pemasaran tersebut dilakukan secara bersama-sama untuk memajukan perusahaan di lingkup pemasaran. Pekerja BPU (bukan penerima upah) yakni seseorang yang dalam memenuhi kebutuhan ekonominya tidak bekerja dibawah instansi atau perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Silaban & Badikenita, 2017) mulai tahun 2007 jenis pekerjaan dibagi menjadi 7 yaitu :

- a) Berusaha sendiri
- b) Berusaha dibantu buruh tidak tetap/buruh tak dibayar,
- c) Berusaha dibantu buruh tetap/buruh dibayar,

- d) Buruh/Karyawan/Pegawai,
- e) Pekerja bebas di pertanian,
- f) Pekerja bebas di non pertanian
- g) Pekerja tak dibayar

Dari ketujuh jenis pekerjaan tersebut tiga macam status pekerjaan yaitu berusaha sendiri tanpa dibantu orang lain, berusaha dengan dibantu anggota rumah tangga/buruh tidak tetap, pekerja keluarga disebut pekerja sektor informal. Sedangkan dua status pekerjaan yang lain, yaitu buruh/karyawan, berusaha dengan buruh tetap, disebut pekerja formal. Pekerja BPU pada umumnya memiliki usaha mikro, modal kecil, menggunakan teknologi sederhana, jam kerja tidak teratur, produktivitas dan penghasilan relative rendah dan lain sebagainya. Berdasarkan informasi yang didapatkan melalui wawancara kepada karyawan bpjs ketenagakerjaan, program jaminan yang dapat diikuti oleh pekerja BPU diantaranya Jaminan kecelakaan kerja (JKK), jaminan kematian (JKM), dan jaminan hari tua (JHT).

Adapun strategi marketing mix dalam meningkatkan kepesertaan BPU yakni sebagai berikut :

#### 1. Product

Produk dalam BPJS ketenagakerjaan yaitu terdiri dari JKK, JKM, JHT, dan JP. Bagi pekerja BPU program yang dapat diikuti yaitu semua program kecuali jaminan pensiun (JP). Namun 2 program yang wajib diikuti oleh BPU yaitu Jaminan kecelakaan kerja (JKK) dan Jaminan kematian (JKM) sedangkan untuk program jaminan Hari Tua (JHT) tidak wajib diikuti.

Jaminan Kecelakaan kerja (JKK) merupakan program jaminan resiko kecelakaan kerja bagi pekerja dari mulai berangkat kerja hingga pulang kerja. Apabila pekerja tersebut mengalami kecelakaan kerja maka akan mendapatkan biaya perawatan medis, biaya rehabilitasi, penggantian upah sementara tidak mampu bekerja, santunan cacat tetap sebagian, santunan cacat total. Apabila pekerja tersebut sampai meninggal dunia maka akan diberikan santunan kematian, biaya pemakaman.

Kemudian untuk program JKM (jaminan kematian) digunakan untuk melindungi pekerja dari resiko kematian yang bukan akibat dari kecelakaan kerja. Pekerja hanya membayar 0,3 % setiap bulan dari penghasilan yang dilaporkan, maka ahli waris nantinya akan mendapat Rp.21 juta sebagai santunan dari pekerja yang meninggal dunia. Hal ini untuk mengurangi dampak risiko sosial akibat kehilangan salah satu anggota keluarga.

Jaminan Hari Tua yaitu jaminan untuk pekerja dengan membayar premi sebesar 2% dari penghasilan yang dilaporkan yang nantinya dapat dicairkan kemudian hari. Hal ini bisa menjadi tabungan untuk masa depan.

#### 2. Price atau harga merupakan iuran yang ditetapkan apabila seseorang mengikuti program JKK, JKM dan JHT. Daftar harga dari program yang dapat diikuti oleh pekerja BPU yaitu :

##### a) Program JHT

Jumlah iuran yang harus dibayarkan yaitu sebesar 2% dari penghasilan peserta. Jaminan hari tua ini dapat digunakan sebagai tabungan untuk masa depan dan dapat dicairkan apabila sudah tidak bekerja.

b) Program JKK

Iuran dari program JKK yaitu sebesar 1% dari penghasilan. Program ini dapat menjadi jaminan apabila pekerja mengalami kecelakaan kerja. Hal ini tentu menguntungkan bagi peserta karena dapat meminimalisir resiko akibat kecelakaan kerja.

c) Program JKM

Iuran perbulan dari program ini yaitu sebesar Rp. 6800 perbulannya. Peserta yang mengikuti program ini akan mendapatkan santunan kematian.

Bagi peserta BPU prose pembayarannya dapat dilakukan secara mandiri. Berbeda dengan dengan PU (penerima upah ) karena sudah dipotong oleh perusahaan tempatnya bekerja. Jika peserta BPU ini mengikuti dua program yaitu JKK dan JKM, dan asumsi penghasilan perbulan Rp. 2.000.000 maka iuran yang dibayarkan yaitu sebesar Rp.26.800 per bulan. dengan biaya perbulan Rp.26.800 maka apabila terjadi kecelakaan kerja akan mendapatkan biaya pengobatan dan apabila sampai meninggal dunia ahli waris akan mendapat santunan sebanyak 48 kali upah .

3. Promotion

Promosi yang dilakukan selama ini di BPJS Ketenagakerjaan Kc Cilacap yaitu dengan rutin melakukan sosialisasi mengenai manfaat menjadi peserta bpjs ketenagakerjaan. Promosi ini dilakukan ke seluruh kota maupun pelosok desa di Cilacap. Untuk promosi kepada pekerja BPU dilakukan di kawasan nelayan, pasar tradisional, pengrajin, petani dan lain lain. Dari sosialisasi tersebut ditemukan fakta bahwa masyarakat banyak yang belum mengetahui tentang perbedaan bpjs ketenagakerjaan dan bpjs kesehatan. Mereka menganggap dua instansi tersebut sama dan tidak perlu mendaftarkan keduanya. Sehingga promosi ini gencar dilakukan tidak hanya melalui sosialisasi tetapi juga melalui media, spanduk, baliho, website dll.

4. Place atau distribusi adalah Tempat atau lokasi perusahaan berada. Tempat atau lokasi suatu perusahaan dapat menentukan bagaimana perusahaan tersebut dikenal oleh masyarakat luas. Lokasi BPJS Ketenagakerjaan KC Cilacap yaitu di Jalan MT Haryono, dimana merupakan kawasan industri Cilacap, Sehingga mudah diakses oleh masyarakat. Area Parkir yang cukup luas dan nyaman bagi peserta BPJS Ketenagakerjaan. Serta bentuk fisik/bangunan kantor BPJS Ketenagakerjaan sudah dilengkapi dengan fasilitas yang modern seperti AC, CCTV dan komputerisasi menambah kenyamanan bagi peserta.

5. People (orang )

Untuk perluasan kepesertaan BPU ini juga diperlukan people yang berkompeten. People yang baik akan memberikan pelayanan yang baik pula sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen. People atau karyawan harus berkompeten dalam bidangnya, ramah dan sopan kepada konsumen. Selain itu juga BPJS kini memiliki fitur digital yang disebut dengan BPJSTK yang merupakan aplikasi yang diakses dimanapun dan kapanpun.

6. Physical evidence adalah bukti fisik dengan wujud bangunan atau kantor BPJS Ketenagakerjaan. Kantor BPJS ketenagakerjaan Kc Cilacap cukup nyaman dilihat dari pentaan gedung yang menarik, terdapat AC yang memadai serta mushola untuk sholat. Selain itu juga terdapat wifi, seragam karyawan rapi kartu nama terpasang rapi membuat

konsumen yang berkunjung merasa nyaman. Selain itu lokasi yang strategis di kawasan industri Cilacap memudahkan untuk dijangkau konsumen.

#### 7. Process.

Proses untuk mendaftarkan diri menjadi anggota BPJS Ketenagakerjaan yaitu dengan mengisi formulir yang tersedia dan bisa meminta bantuan kepada satpam yang bertugas. Kemudian jika ingin melalui digital tinggal mengakses aplikasi BPJSTK dan mengikuti arahnya. Namun kebanyakan pekerja BPU masih sulit memahami proses pendaftaran. Sehingga dibutuhkan personil di bagian marketing khusus BPU untuk memberikan arahan kepada pekerja BPU yang mengalami kesulitan. Sehingga kepesertaan BPU akan semakin meningkat.

## CONCLUSION

Berdasarkan hasil analisis strategi marketing mix dalam peningkatan kepesertaan BPU sudah dilakukan dengan baik, bauran pemasaran dari marketing mix ini memiliki perannya masing-masing dan saling melengkapi satu sama lain. Adapun simpulan yang dapat diambil yakni :

1. Kepesertaan BPU masih rendah walaupun potensi yang dimiliki besar. Hal ini karena kurangnya pemahaman tentang manfaat program yang dapat diambil oleh BPU yaitu JKK, JKM, dan JHT.
2. BPJS Ketenagakerjaan KC Cilacap sudah melakukan perluasan kepesertaan dengan melakukan sosialisasi ke berbagai pelosok desa, namun pesertanya tidak melanjutkannya untuk mendaftarkan diri
3. Dalam proses menjadi peserta masih banyak kendala seperti NIK dan kesulitan mengikuti proses pendaftarannya karena kebanyakan BPU berasal dari kalangan menengah kebawah dan minimnya informasi.

## Saran

Saran untuk BPJS Ketenagakerjaan Kc Cilacap yaitu sering melakukan sosialisasi mengenai manfaat bpjs ketenagakerjaan terutama untuk pekerja BPU. Selain itu juga diperlukan staff marketing khusus untuk melayani pekerja BPU agar kepesertaan BPU semakin meningkat.

## References

- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Mile). Jakarta.
- Silaban, R., & Badikenita. (2017). Perluasan Kepesertaan Bpu Bpjs Ketenagakerjaan Melalui Strategi Marketing Mix Dan Regulasi. *Jurnal Intsitut Bpjs Ketenagakerjaan*, 2, 1–47.
- Purtanti, Ld. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kepesertaan Pada Bpjs Ketenagakerjaan Cabang Blitas. *Iain Tulungagung*.
- Vitari, E. (2017). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Peserta Bpjs Ketenagakerjaan Cabang Surakarta. *Universtias Sebelas Maret*.

[www.Bpjsketenagakerjaan.Com](http://www.Bpjsketenagakerjaan.Com)