

Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Jumlah Peserta Golongan Bukan Penerima Upah (BPU) Pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Kota

Yola Anastasia Br Sinuhaji¹, Herlina Novita²

^{1,2} Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Jumlah Peserta Golongan Bukan Penerima Upah (BPU) pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Kota. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan Kepesertaan Peserta Bukan Penerima Upah (BPU) pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Kota dan strategi pemasaran yang diprioritaskan oleh BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Kota. Metode penelitian yang peneliti gunakan yaitu penelitian lapangan dimana teknik penelitian yang digunakan adalah teknik penelitian kualitatif, serta peneliti menggunakan observasi dan wawancara guna untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Strategi pemasaran yang dikembangkan oleh Fandy Tjiptono, yang menjadi focus utama dalam pemasaran adalah Bauran Pemasaran. Produk, harga, tempat dan promosi yang digunakan dalam bauran pemasaran atau sering disebut dengan "4P" guna menumbuhkan jumlah peserta golongan Bukan Penerima Upah (BPU) pada Badan penyelenggara Jaminan Sosial Tenaga Kerja.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Bukan Penerima Upah

✉ Corresponding author :

Email Address : yola56@gmail.com

1. Pendahuluan

Salah satu hak serta kewajiban negara dalam rangka melindungi perekonomian masyarakat bila terjadi kondisi sosial sesuai dengan kemampuan keuangan Negara yaitu Jaminan Sosial. Terbatasnya informasi kepada pekerja sector mandiri. BPJS Ketenagakerjaan merupakan salah satu badan penyelenggara jaminan social bagi tenaga kerja yang berasal dari pemerintahan Indonesia. BPJS Ketenagakerjaan menyelenggarakan ada lima (5) Program jaminan sosial yaitu: Program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), Program Jaminan Kematian (JKM), Program Jaminan Hari Tua (JHT), Program Jaminan Pensiun (JP) dan Program Jaminan Kehilangan Pekerjaan (JKP). Dan juga Ada empat kelompok penerima dan kontributor dalam BPJS Ketenagakerjaan yaitu: Penerima Upah (PU), Bukan Penerima Upah (BPU), Pekerja Jasa Konstruksi (JAKON) dan Pekerja Migran Indonesia (PMI).

Peserta Bukan Penerima Upah (BPU) adalah mereka yang menjalankan bisnis secara mandiri. Contohnya termasuk pedagang, petani, tukang ojek dan sopir angkutan umum. Secara umum, sulitnya meningkatkan kepesertaan pekerja BPU karena minimnya informasi mengenai BPU. 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 mengenalkan produk-produk BPJS Ketenagakerjaan kepada peserta Bukan Penerima Upah (BPU) yang tidak diwajibkan seperti pegawai negeri sipil atau pekerja Penerima Upah (PU) yang merupakan pegawai dengan dukungan perusahaan atau instansi. Menurut Mursid (2017:26), Pemasaran (Marketing) merupakan segala kegiatan usaha yang berhubungan dengan aliran barang atau jasa dari produsen ke konsumen.

Di BPJS Ketenagakerjaan, Pemasaran (Marketing) merupakan salah satu fungsi yang salah satunya berkomunikasi dengan peserta sendiri yang merekrut BPJS melalui pelayanan yang efisien dengan memberikan informasi dan mempromosikan manfaat pentingnya mengikuti program BPJS Ketenagakerjaan. Di BPJS Ketenagakerjaan, pemasaran memegang peranan penting dalam meningkatkan jumlah peserta dengan berbagai cara.

Tujuan perusahaan adalah untuk meningkatkan Pemasaran (Marketing), diantaranya:

- a) Memenuhi kebutuhan produk/jasa
- b) Memenuhi kebutuhan pelanggan akan produk/jasa
- c) Memastikan kepuasan pelanggan yang maksimal
- d) Meningkatkan pendapatan dan keuntungan.
- e) Menghadapi pesaing

Upaya untuk meningkatkan komunikasi di pemasaran dan kepuasan pelanggan sangat penting untuk meningkatkan catatan partisipasi aktif BPJS ketenagakerjaan di sektor BPU.

2. Metodologi

Metode yang dipakai untuk penelitian ini yaitu metode Penelitian lapangan dimana peneliti diharuskan datang langsung ke lapangan dan berinteraksi melalui penduduk sekitar. Berpartisipasi dengan peserta dan komunitas juga merasakan pentingnya serta lebih memahami keadaan sekitar. Peneliti harus mengetahui keadaan, status, serta keadaan hidup partisipan penelitian serta penduduk yang diamati. Proses penelitian ini diperoleh dengan pendekatan kualitatif, yakni penelitian yang memperoleh hasil yang tidak bisa dicapai dengan struktur statistik maupun alat kuantitatif lainnya (pengukuran). Secara umum, penelitian kualitatif mempelajari kehidupan penduduk, sejarah, perilaku, manfaat media kegiatan sosial, dan sebagainya. Pendekatan yang terstruktur serta memihak pada sesuatu dimanfaatkan untuk menjelaskan dan memahami pembelajaran kehidupan serta tujuan kehidupan. Pendekatan kualitatif dalam pengumpulan data ini menggunakan pendekatan terpadu yang terdiri dari wawancara, observasi langsung, dan penelitian ilmiah.

Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data :

Data yakni informasi tentang apa yang dibutuhkan untuk pengamatan. Agar menghasilkan data yang terperinci untuk pengamatan yang dilakukan ini, pengamat mempergunakan dua jenis data (Nazir 2003:122).

- Data primer, yakni data yang diperoleh secara jelas oleh orang yang berkepentingan atau pengguna data. Data primer diambil pada data pertama di lapangan. Data wawancara merupakan contoh Data Primer adalah Sumber data utama Penelitian ini adalah dari Kantor BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Kota.
- Data sekunder adalah data yang didapat ketika menggunakan penelitian kepustakaan seperti buku, artikel, jurnal ilmiah, literatur yang berhubungan dengan judul skripsi, serta penelitian serta pemahaman kajian yang berkaitan dengan topik skripsi. subjek penelitian. Data sekunder juga dapat diperoleh dari informan. Survei menggunakan data sekunder untuk melengkapi hasil atau informasi tambahan dari pengamatan secara langsung dan konsultasi.

3. Hasil Dan Pembahasan

Strategi (Marketing) Pemasaran

Strategi (Marketing) pemasaran ialah deskripsi akan bagaimana merek atau lini produk mencapai tujuannya (Bannet, 1998). Sedangkan, dalam Tjiptono Fandy's (2008) serta Tull dan Kahle (1990) mengembangkan strategi (marketing) pemasaran lewat program pemasaran yang dilakukan guna menguasai pasar serta mengimbangi pasar sasaran dan mendefinisikannya sebagai alat fundamental yang dipakai oleh perusahaan guna mendapatkan sasaran perusahaan tersebut. Berdasarkan strategi pemasaran yang menentukan arah variabel bauran pemasaran. Strategi pemasaran meliputi bauran pemasaran (marketing mix). Bauran pemasaran ialah sarana pemasaran yang dipakai perusahaan guna menggapai arah pemasaran mereka di target pasar. Bauran pemasaran

memiliki unsur-unsur seperti harga, promosi, lokasi dan produk. Jadi bauran pemasaran dapat dianggap sebagai komponen unsur pemasaran yang dikelola perusahaan guna menggapai tujuannya di target pasar dan variabel-variabel ini terdiri dari "4P".

Unsur-Unsur Strategi pemasaran

Produk (Product)

Strategi Pemasaran Produk yang diterapkan oleh BPJS Ketenagakerjaan kepada Peserta Bukan Penerima Upah (BPU) dengan mendemonstrasikan manfaat yang tersedia bagi Peserta BPU. BPJS Ketenagakerjaan yang terletak di kantor cabang Medan Kota memberikan mutu produk yang baik dari produk Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), Jaminan Kematian (JKM) dan Jaminan Hari Tua (JHT). Dengan menawarkan keunggulan produk-produk tersebut sehingga membuat pekerja Bukan Penerima Upah menjadi tertarik untuk menggunakan produk yang ditawarkan tersebut

Manfaat produk-produk yang ditawarkan adalah:

- Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK)
 - Memberikan keamanan terhadap dampak suatu kecelakaan yang berkaitan dengan pekerjaan seperti saat menuju tempat kerja atau kecelakaan kerja yang timbul dari lingkungan kerja.
 - Anggaran yang diberikan oleh pemberi kerja (kepada peserta penerima upah) dibayarkan sesuai dengan dampak yang terjadi di lingkungan kerja. Jumlahnya diperkirakan paling lambat 2 (tahun)

Keunggulan yang ditawarkan adalah:

- Pelayanan medis
 - Perawatan dan pengobatan termasuk: Perawatan termasuk kecelakaan dan komplikasi yang diakibatkan kecelakaan kerja dan sakit akibat kerja meliputi:
 - a. Pemeriksaan lebih awal dan pemeriksaan lanjutan.
 - b. Pertolongan pertama yang diperpanjang.
 - c. Kelas ruang perawatan sebanding dengan rumah sakit umum kelas I.
 - d. Perawatan intensif (HCU, ICU, ICCU).
 - e. Dukungan diagnostik.
 - f. Pengobatan dengan obat umum (rekomendasi) dan obat terbaik (paten)
 - g. Layanan pribadi.
 - h. Perangkat medis dan implan.
 - i. Dokter/pelayanan kesehatan.
 - j. Proses pembedahan;
 - k. Donor darah (pelayanan darah);
 - l. Pengobatan medis.
 - Kompensasi bentuk dana termasuk:
 - a. Penggantian biaya transportasi ke rumah sakit dan rumah, sudah termasuk biaya pertolongan paling utama jika terjadi bencana, anggota yang mengalami kecelakaan/penyakit akibat kerja.

- b. Biaya santunan senilai Rp 5.000.000 (Lima juta rupiah) akan digunakan untuk angkutan darat/sungai/danau.
- c. Biaya santunan maximal Rp 2.000.000 (Dua juta rupiah) digunakan untuk angkutan laut.
- d. Biaya santunan maksimum Rs. 10.000.000 (Sepuluh juta rupiah) digunakan untuk angkutan udara.
- e. Jika Anda mengendarai lebih dari satu kendaraan, Anda berhak membayar harga maksimum untuk setiap kendaraan yang dikendarai.

Sementara Tidak Mampu Bekerja (STMB)

Melalui kompensasi seperti :

- a. 100% gaji untuk 6 (Enam) bulan pertama
- b. 6 (Enam) bulan ke depan 100% dari gaji bulan kedua
- c. 50% dari upah 6 (Enam) bulan ketiga dan selanjutnya

Santunan Cacat

- a. Cacat anatomis sebagian = $x \% 80x$ gaji bulanan sesuai tabel.
- b. Cacat fungsi sebagian = $\% \text{ disfungsi } x \% x 80 x$ gaji bulanan sesuai tabel.
- c. Cacat tetap total = $70\% x 80x$ gaji bulanan.

Pengembalian biaya kematian dan pemakaman

- a. Biaya santunan senilai $60\% x 80 x$ gaji bulanan, minimal Rp 20.000.000 digunakan jikalau meninggal dunia.
- b. Santunan senilai Rp 10.000.000 digunakan untuk biaya pemakaman.
- c. Kompensasi reguler akan diserahkan jika peserta menjadi cacat akibat kecelakaan kerja atau PAC atau meninggal dunia sebesar Rs. 12.000.000,

Santunan Beasiswa

- a. Diserahkan kepada peserta yang cacat permanen atau meninggal dunia disebabkan kecelakaan kerja.
- b. Tersedia kepada anak peserta 2 orang.
- c. Diserahkan secara teratur setahun sekali, tergantung pada pendidikan yang dijalani anak peserta

Tingkat pendidikan menurut skala beasiswa JKK:

- 1. Biaya santunan senilai Rp. 1,5 juta per orang per tahun maximal hingga 8 tahun kepada TK sampai SD
 - 2. Biaya santunan senilai Rp. 2.000.000 per orang per tahun maximal hingga 3 tahun kepada SMP/Sederajat.
 - 3. Biaya santunan senilai Rp,3.000.000 per orang per tahun maximal hingga 3 tahun kepada SMA/Sederajat.
 - 4. Biaya santunan senilai Rp 12.000.000 per orang per tahun hingga 5 tahun diberikan kepada pendidikan tinggi maximal S1.
- **Jaminan Kematian (JKM)**
Program berikan manfaat tunai kepada penerima ahli waris dalam hal peserta meninggal dunia dalam kepesertaan aktif dan bukan karena kecelakaan kerja.

Manfaatnya:

- a. Biaya santunan senilai Rp. 20.000.000, diberikan untuk kompensasi.
- b. Biaya senilai Rp.12.000.000,- untuk kompensasi berkala dalam 24 bulan.
- c. Biaya sebesar Rp.10.000.000, diberikan untuk pemakaman.

Total anggaran kematian yang diterima adalah Rp.42.000.000.

Santunan Beasiswa

- a. Diserahkan kepada anak tertua yang telah membayar iuran minimal tiga tahun dan meninggal dunia bukan karena kecelakaan kerja.
- b. Diserahkan kepada anak peserta dua orang.
- c. Sesuai tingkat pendidikan anak peserta secara rutin diberikan setiap tahun.

Besarnya beasiswa JKM sesuai dengan jenjang pendidikan:

- a) Biaya senilai Rp.1.500.000.000,00 per orang per tahun maksimal hingga 8 tahun diberikan kepada TK serta SD
- b) Biaya Rp.2.000.000,00 per tahun per orang, maksimal hingga 3 tahun diserahkan kepada SMP/Sederajat.
- c) Biaya senilai Rp.3.000.000,00/tahun per orang, maksimal hingga 3 tahun diberikan kepada SMA/Sederajat.
- d) Biaya sebanyak Rp. 12.000.000,00 / tahun per orang, maksimal hingga 5 tahun diperoleh pada pendidikan tinggi dengan pendidikan maksimal S1.

Setiap tahunnya dilakukan aplikasi beasiswa:

- Pada saat peserta meninggal dunia anak peserta yang masih dibawah usia sekolah diberikan beasiswa pada saat mencapai sekolah.
- Pada saat anak peserta sudah menikah, berusia 23 tahun atau sudah bekerja maka beasiswa akan berakhir.

3. Jaminan Hari Tua (JHT)

Program perlindungan yang dirancang untuk memastikan bahwa anggota menerima dana jika terjadi pensiun, cacat, atau kematian. Kegunaan JHT yang diserahkan dalam bentuk tunai dan besarnya merupakan hasil anggaran kumulatif ditambah pengembangan dan dibayarkan secara keseluruhan :

- Ketikan usia peserta mencapai 56 tahun
- Peserta meninggal dunia
- Cacat permanent

Peserta yang berhenti dari pekerjaannya karena pemecatan mengacu pada usia pensiunnya, diberhentikan dan tidak aktif bekerja di sembarang tempat. Atau peserta yang pindah kewarga negaraan dan meninggalkan wilayah Indonesia untuk selamanya. Rata-rata suku bunga simpanan bank pemerintah setidaknya sama dengan hasil pengembangan JHT.

Setelah mencapai 10 tahun kepersertaan manfaat JHT hingga usia 56 tahun tersedia sebagian, oleh ketentuan berikut:

- Dari total saat persiapan untuk pension maximum 10%.
- Dari biaya Perumahan maximal 30%.

Penarikan dapat dilakukan satu kali selama periode Kepesertaan:

- Jika peserta masih bekerja setelah usia 56 tahun dan memutuskan untuk menunda JHT, JHT dibayarkan pada saat yang bersangkutan berhenti.
- BPJS Ketenagakerjaan wajib menginformasikan kepada peserta tentang saldo JHT dan hasil pengembangannya setahun sekali.

Urutan ahli waris yang berhak mendapatkan manfaat JHT jika peserta meninggal dunia ialah :

1. Duda/Janda (cerai atau meninggal dunia)
2. Anak
3. Orang tua, cucu
4. Saudara Kandung
5. Mertua
6. Pihak yang dicalonkan oleh wasiat
7. Jika tidak ada ahli waris atau wasiat, JHT akan dikembalikan ke Balai Pusaka.

Harga (*Price*)

Untuk kategori golongan Bukan Penerima Upah (BPU), Harganya telah ditentukan agar bagi Golongan Buka Penerima Upah (BPU) tidak memberatkan dan dapat merasakan manfaat produk ini. Harga untuk Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) 1% dari pendapatan, Jaminan Kematian (JKM) RP.16.800 dan Jaminan Hari Tua (JHT) sebesar 2% dari pendapatan. Salah satu pengaruh dalam pemasaran (marketing) adalah dengan memutuskan harga yang strategis dan efisien agar jumlah kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan meningkat. Dari wawancara dengan salah satu pegawai bidang pemasaran di BPJS Ketenagakerjaan bahwa “ dalam pengaruh harga tidak bermasalah dalam peningkatan peserta BPJS Ketenagakerjaan ini, karena harga yang dibayarkan lumayan kecil dengan manfaat yang begitu besar.”

Promosi (*Promotion*)

Menurut pendapat Alma Promosi merupakan bentuk komunikasi dalam bidang pemasaran yang dilakukan dengan tujuan menyebarluaskan informasi, mengajak, dan mengingatkan masyarakat atas perusahaan dan produknya dengan tujuan membeli produk yang ada di BPJS Ketenagakerjaan (Wulamdari,2016).

Dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa promosi adalah salah satu cara untuk memasarkan produk yang ada di BPJS Ketenagakerjaan kepada pekerja Bukan Penerima Upah (BPU). Promosi adalah hal utama yang berperan penting dalam bidang pemasaran karena sangat mempengaruhi tingkat kepesertaan di BPJS Ketenagakerjaan. Pada wawancara dengan pegawai bagian pemasaran di BPJS Ketenagakerjaan yaitu pak Harry Kahfi bahwa “promosi bagi kategori BPU dengan mengajak kerjasama dengan para

pekerja tersebut, salah satunya gojek dengan disediakan kepada mitra driver dan dapat didaftarkan melalui website BPJS Ketenagakerjaan.”

Tempat (Place)

Salah satu strategi pemasaran adalah dengan penempatan kantor tersebut, karena bagi golongan peserta Bukan Penerima Upah (BPU) dengan peredaran peserta yang sangat leluasa dan kuantitas yang besar. Tempat BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Kota dari konsultasi Pak Joy Gurusinga sebagai pegawai bidang pemasaran bahwa zona lokasi BPJS Ketenagakerjaan cabang Medan Kota ini mudah diakses oleh masyarakat juga pembauran kantor cabang yang disekitran kantor mudah ditemui.

4. Simpulan

Menurut konsep penulis 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 sector 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.

Referensi :

- Baskoro Fajar”Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Kepesertaan Bukan Penerima Upah Pada BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Perintis Ponorogo” *Skripsi*, Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021.
- Tjiptono Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset, 2015
- Gurusinga Joy, *Wawancara*, 21 April 2022
- Kahfi Harry, *Wawancara*, 21 April 2022
- Website <https://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/bukan-penerima-upah.html>. Diakses 25 Mei 2022
- Website <https://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/program-jaminan-kecelakaan-kerja.html>. Diakses pada 30 Mei 2022
- Website <https://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/program-jaminan-kematian.html>. Diakses pada 30 Mei 2022
- Website <https://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/program-jaminan-hari-tua.html>. Diakses pada 31 Mei 2022
- Yolanda Elsa Manalu”Analisis Stategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Kepesertaan BPJS Keetenagakerjaan Kantor Cabang Medan Kota” *Tugas Akhir*, Medan: Politeknik Negeri Medan, 2020