

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di tengah dinamika industri yang terus berkembang, keikutsertaan pekerja BPU (Bukan Penerima Upah) pada program BPJS Ketenagakerjaan menjadi aspek krusial dalam mendukung perlindungan sosial bagi tenaga kerja. Program BPJS Ketenagakerjaan menawarkan berbagai manfaat, seperti jaminan hari tua, jaminan kematian, jaminan kecelakaan kerja, dan masih banyak lainnya. Oleh karena itu, keputusan pekerja BPU untuk ikut serta dalam program ini memerlukan perhatian khusus. Menurut Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) bahwa jaminan sosial merupakan program negara yang bertujuan memberikan perlindungan dan kesejahteraan untuk mengurangi resiko ekonomi.

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan yang sebelumnya bernama PT. Jamsostek (persero), merupakan lembaga hukum yang dibentuk oleh pemerintah yang menyediakan program jaminan sosial. Segala bentuk perlindungan yang disediakan oleh BPJS Ketenagakerjaan bertujuan untuk menjamin kesejahteraan bagi para peserta yang sudah terdaftar BPJS Ketenagakerjaan. Pekerja yang sudah terdaftar BPJS Ketenagakerjaan disebut sebagai peserta. Kepesertaan tersebut terdiri dari 4 golongan yaitu, pekerja penerima upah (PU), pekerja bukan penerima upah (BPU), pekerja jasa konstruksi (JAKON), dan pekerja migran Indonesia (PMI). Pada penelitian ini berfokus pada kepesertaan pekerja bukan penerima upah (BPU). Program BPU dibuat khusus untuk melindungi pekerja yang tidak termasuk dalam golongan penerima upah tetap, seperti pekerja mandiri, pekerja lepas, pekerja sukarela, dan sejenisnya. Contohnya seperti penjahit, ojek, petani, pedagang dan lain-lain. Dengan adanya program BPU, pekerja tersebut bisa mendapatkan manfaat perlindungan yang sebanding dengan program yang diperuntukkan bagi pekerja penerima upah tetap.

Secara umum, sulitnya mendapatkan partisipasi pekerja BPU disebabkan oleh berbagai faktor. Beberapa di antaranya mencakup persyaratan pendaftaran yang rumit, kurangnya pemahaman tentang program, kesulitan administratif, dan kekurangan informasi terkait BPU. Terkadang, terdapat keterbatasan akses terhadap informasi terkait program sosial seperti BPU, terutama di daerah terpencil atau masyarakat yang tidak memiliki akses memadai ke sumber informasi. Selain itu, keterbatasan sumber daya, baik dari segi tenaga kerja maupun dana, untuk mendukung kegiatan sosialisasi dan penyebaran informasi mengenai program BPU juga dapat menjadi penghambat. Jika BPJS Ketenagakerjaan belum efektif melakukan sosialisasi yang memadai mengenai program BPU, masyarakat mungkin kurang memahami program tersebut.

Untuk mengatasi hal tersebut, penting bagi BPJS Ketenagakerjaan dan pihak terkait untuk melaksanakan sosialisasi yang efisien serta menyediakan akses informasi yang jelas bagi masyarakat. Selain itu, BPJS Ketenagakerjaan juga perlu melakukan bauran promosi. Karena menggunakan berbagai metode promosi yang beragam dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap program-program yang ditawarkan. Dengan memanfaatkan beragam metode promosi seperti sosialisasi, pengiklanan, dan pemanfaatan media sosial, BPJS Ketenagakerjaan bisa mencapai berbagai lapisan masyarakat dengan lebih efisien. Dengan demikian, informasi tentang manfaat dan kepentingan kepesertaan dalam program BPJS Ketenagakerjaan dapat lebih mudah dimengerti dan diakses oleh masyarakat luas.

Bauran promosi adalah promosi yang dilakukan dengan menggabungkan beberapa elemen penting seperti periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relations*), penjualan personal (*personal selling*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*) (Alfiyandi & Syarfan, 2016). Namun, pada penelitian ini hanya berfokus pada periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan kualitas pelayanan. Periklanan adalah bentuk promosi yang digunakan untuk menginformasikan suatu produk atau layanan yang bersifat mengajak atau membujuk publik agar tertarik dengan apa yang diiklankan. BPJS

Ketenagakerjaan melakukan periklanan melalui berbagai media seperti iklan televisi, brosur yang dibagikan kepada orang-orang yang berkunjung ke kantor cabang atau pada saat diadakannya sosialisasi dan melalui media online yang dapat diakses melalui website resmi BPJS Ketenagakerjaan. BPJS Ketenagakerjaan cabang Mojokerto tidak memiliki akun sosial media, semua informasi mengenai BPJS Ketenagakerjaan hanya dilakukan secara terpusat melalui akun resmi. Promosi penjualan (*sales promotion*) adalah bentuk promosi yang diterapkan dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan permintaan konsumen. BPJS Ketenagakerjaan menerapkan program *co-marketing* dimana peserta bisa mendapatkan potongan harga, pemberian voucher, dan penawaran lainnya. BPJS Ketenagakerjaan cabang Mojokerto menjalin dan memperluas kerjasama dengan berbagai mitra untuk memberikan banyak manfaat kepada peserta BPJS Ketenagakerjaan. Hubungan masyarakat (*public relations*) adalah interaksi sosial yang bertujuan untuk menyebarkan informasi. BPJS Ketenagakerjaan rutin melakukan sosialisasi secara berkala di setiap daerah. Dengan melakukan promosi yang baik akan memudahkan peserta untuk memberikan *feedback* yang positif mengenai kualitas pelayanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan adalah suatu bentuk upaya yang dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan penilaian dengan memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas pelayanan memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen atau keputusan keikutsertaan dalam suatu organisasi atau perusahaan. Jika konsumen diperlakukan dengan baik dan keinginan serta kebutuhannya terpenuhi, maka mereka akan merasa puas dan terus menggunakan produk atau jasa tersebut. Sedangkan pelayanan yang kurang baik atau tidak memuaskan dapat mengakibatkan kekecewaan dan bahkan kehilangan konsumen. Selain itu, kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi bagian dari pesan promosi suatu perusahaan seperti, perusahaan dapat menekankan layanan yang unggul sebagai keunggulan kompetitif dalam periklanan dan strategi pemasaran langsung mereka. Kualitas pelayanan memiliki kaitan erat dengan bauran promosi dalam konteks pemasaran.

Keputusan keikutsertaan merujuk pada keputusan yang diambil oleh individu atau kelompok terkait dengan partisipasi atau keterlibatan mereka dalam suatu aktivitas maupun program. Hal ini mencakup proses pengambilan keputusan berdasarkan pertimbangan individu atau kelompok mengenai manfaat, risiko, nilai, preferensi, dan pertimbangan lain yang terkait dengan partisipasi dalam program tersebut. Keputusan keikutsertaan pekerja BPU (Bukan Penerima Upah) pada BPJS Ketenagakerjaan merujuk pada pilihan individu atau pekerja yang tidak menerima upah tetap, seperti pekerja lepas, wiraswasta, atau pekerja mandiri, untuk terlibat atau tidak terlibat dalam program BPJS Ketenagakerjaan. Keputusan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti pemahaman mereka tentang manfaat perlindungan yang diberikan oleh program tersebut, kepercayaan terhadap layanan yang disediakan, ketersediaan informasi yang memadai, dan sejauh mana program ini sesuai dengan kebutuhan dan keadaan pekerja BPU. Faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi tingkat partisipasi, kepuasan dan retensi pekerja BPU dalam program BPJS Ketenagakerjaan.

Dengan meningkatkan efektivitas bauran promosi seperti periklanan, *sales promotion*, *public relations*, dan kualitas pelayanan diharapkan dapat meningkatkan pemahaman konsumen mengenai manfaat BPJS Ketenagakerjaan sehingga mendorong mereka untuk memilih berpartisipasi dan mengikuti program tersebut. Dengan hal itu dapat membantu membangun kepercayaan konsumen terhadap program tersebut dan memperkuat keputusan konsumen untuk berpartisipasi dalam jangka panjang.

Pada penelitian (Reppi et al., 2021), (Latif, 2020), (Lutfillah et al., 2019) menyatakan bahwa secara keseluruhan, bauran promosi termasuk iklan, promosi penjualan, penjualan pribadi, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung, memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan.

Pada penelitian terdahulu masih jarang ditemukan bahwa kualitas pelayanan dalam bauran promosi juga menjadi hal yang penting dalam keputusan keikutsertaan. Kualitas pelayanan memiliki kaitan erat dengan bauran promosi

dalam konteks pemasaran. Dengan mendalami dinamika khusus yang terjadi di kantor cabang Mojokerto, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih spesifik dan relevan untuk kebijakan serta strategi promosi yang dapat diterapkan pada lingkungan tersebut sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Keikutsertaan Pekerja BPU (Bukan Penerima Upah) BPJS Ketenagakerjaan Cabang Mojokerto”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Periklanan berpengaruh terhadap Keputusan Keikutsertaan pekerja BPU pada BPJS Ketenagakerjaan cabang Mojokerto?
2. Apakah *Sales Promotion* berpengaruh terhadap Keputusan Keikutsertaan pekerja BPU pada BPJS Ketenagakerjaan cabang Mojokerto?
3. Apakah *Public Relations* berpengaruh terhadap Keputusan Keikutsertaan pekerja BPU pada BPJS Ketenagakerjaan cabang Mojokerto?
4. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Keikutsertaan pekerja BPU pada BPJS Ketenagakerjaan cabang Mojokerto?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis adanya pengaruh Periklanan terhadap Keputusan Keikutsertaan pekerja BPU pada BPJS Ketenagakerjaan cabang Mojokerto.
2. Untuk menganalisis adanya pengaruh *Sales Promotion* terhadap Keputusan Keikutsertaan pekerja BPU pada BPJS Ketenagakerjaan cabang Mojokerto.
3. Untuk menganalisis adanya pengaruh *Public Relations* terhadap Keputusan Keikutsertaan pekerja BPU pada BPJS Ketenagakerjaan cabang Mojokerto.
4. Untuk menganalisis adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Keikutsertaan pekerja BPU pada BPJS Ketenagakerjaan cabang Mojokerto.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka peneliti harap dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai literatur, referensi, dan mendukung penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian tentang pengaruh bauran promosi terhadap keputusan keikutsertaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi tentang pengaruh bauran promosi terhadap keputusan keikutsertaan, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan agar seseorang dapat mencari pengetahuan mengenai masalah penelitian.