

Akuisisi dan Retensi Kepesertaan BPU: Mempertahankan Jaminan Sosial Ketenagakerjaan

Denny Jeremia Siregar

BPJS Ketenagakerjaan, Indonesia

email: denny.siregar@bpjsketenagakerjaan.go.id

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada analisis kendala dan tantangan dari implementasi strategi akuisisi dan retensi kepesertaan Program Bukan Penerima Upah (BPU) BPJS Ketenagakerjaan atau BPJAMSOSTEK. Capaian kepesertaan selama tahun 2020-2022 menunjukkan hasil yang belum signifikan dibandingkan dengan potensi besar yang dimiliki, sehingga hal ini perlu menjadi perhatian BPJAMSOSTEK untuk menghadapi tantangan tersebut. Mayoritas peserta BPU merupakan pekerja informal yang rentan terhadap ketidakstabilan ekonomi sehingga program jaminan sosial ketenagakerjaan (jamsostek) sangat dibutuhkan sebagai jaring pengaman sosial. Penelitian ini juga mengangkat faktor perilaku konsumen dan penerapan strategi dari berbagai asuransi komersil sebagai aspek penting yang layak dipertimbangkan untuk pengembangan strategi akuisisi dan retensi kepesertaan BPU BPJAMSOSTEK. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka untuk mengumpulkan literatur yang relevan dengan topik penelitian. Selanjutnya, pendekatan analisis kebijakan "*What's the Problem Represented to be?*" (WPR) yang dikembangkan oleh Carol Bacchi digunakan untuk menganalisis konstruksi sosial dari masalah kebijakan dan implikasinya. Penelitian ini tidak hanya menunjukkan sejauh mana hasil dari implementasi strategi yang diambil, namun juga aspek-aspek yang menjadi tantangan bagi BPJAMSOSTEK berkaitan dengan strategi tersebut, seperti persepsi masyarakat terhadap program BPU BPJAMSOSTEK, ketidakmampuan pembayaran iuran, porsi pemaparan informasi perlindungan jaminan sosial keseluruhan, dan aspek hukum; tetapi juga, menunjukkan aspek yang lain seperti kesiapan Inpres No 2 Tahun 2021, keberadaan Agen Perisai, dan orientasi promosi program BPU. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna dalam meningkatkan akuisisi dan retensi kepesertaan BPU serta memperkuat perlindungan sosial bagi pekerja informal.

Kata Kunci:

Akuisisi, BPJS Ketenagakerjaan, Kepesertaan BPU, Pekerja Informal, Retensi

Pendahuluan

Terdapat lebih dari 43 juta potensi peserta yang dapat didaftarkan dalam Program Bukan Penerima Upah (BPU) BPJS Ketenagakerjaan atau BPJAMSOSTEK (BPJS Ketenagakerjaan, 2022). Namun, strategi yang sudah diimplementasikan oleh BPJAMSOSTEK dari tahun 2020-2022 menunjukkan bahwa hanya sekitar 13,9% dari jumlah tersebut yang telah menjadi peserta. Terlebih lagi, selama dua tahun tersebut sekitar 2 juta peserta BPU tidak melanjutkan kepesertaannya. Hal ini

menunjukkan bahwa implementasi strategi akuisisi dan retensi BPJAMSOSTEK untuk kepesertaan program BPU belum memberikan hasil yang signifikan dan optimal. Oleh karena itu, BPJAMSOSTEK harus segera merespons tantangan dan kendala tersebut untuk peningkatan akuisisi peserta dan penguatan retensi kepesertaan BPU.

Mayoritas peserta yang mendaftar dalam program BPU merupakan pekerja informal atau pekerja di luar hubungan kerja formal. Kelompok pekerja ini sangat rentan terhadap ketidakstabilan ekonomi, terutama karena mereka tidak memiliki pendapatan tetap dan belum sepenuhnya memahami program jaminan sosial ketenagakerjaan (jamsostek). Oleh karena itu, program BPU ini sangat penting bagi pekerja informal untuk mengalihkan risiko kehilangan pendapatan. Program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) memberikan perlindungan saat melaksanakan aktivitas yang berkaitan dengan pekerjaan dalam bentuk pelayanan kesehatan sampai bantuan beasiswa. Selain itu, terdapat juga Jaminan Kematian (JKM) yang memberikan santunan kepada ahli waris ketika peserta meninggal di luar urusan pekerjaan, serta Jaminan Hari Tua (JHT) yang membantu peserta dalam mempersiapkan masa tua melalui tabungan di BPJAMSOSTEK yang akan dikembalikan bersamaan dengan akumulasi iuran bulanan dan dana pengembangan.

Dalam mengakuisisi dan mempertahankan kepesertaan BPU, aspek akuisi dan retensi dapat dipandang sebagai dua hal yang memiliki pendekatan berbeda namun memiliki tujuan yang sama, yaitu untuk mempertahankan eksistensi penyedia barang dan jasa (Darmawan, Arifin and Purwanto, 2020; Wahyudi, dkk., 2022). Selain itu, aspek perilaku konsumen juga menjadi faktor yang sangat penting untuk diperhatikan. Keller dan Kotler (2012) menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan bidang studi yang mengkaji tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, dan menghabiskan nilai dari suatu barang, jasa, ide, atau pengalaman dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen ini berpengaruh terhadap keputusan seseorang dalam menggunakan barang dan jasa. Secara keseluruhan, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan barang dan jasa, yaitu budaya, faktor sosial, faktor psikologis, dan faktor pribadi. Selain itu, Keller dan Kotler (2012) juga memperkenalkan lima tahapan dalam proses perilaku konsumen, yang meliputi pengenalan masalah (*problem recognition*), pencarian informasi (*information search*), evaluasi alternatif (*evaluation of alternatives*), keputusan pembelian (*purchase decision*), dan perilaku pasca pembelian (*post-purchase behavior*).

Dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia mengalami pergeseran segmentasi pekerja dari sektor formal ke sektor informal, serta pemutusan hubungan kerja yang signifikan akibat dampak pandemi dan perubahan perilaku masyarakat yang lebih cenderung mengadopsi teknologi. Dalam konteks ini, beberapa perusahaan asuransi swasta atau komersial, seperti AXA Mandiri, Prudential

Unit Link Syariah, dan berbagai asuransi mikro, telah mengembangkan strategi dan implementasi untuk mengakuisisi dan mempertahankan loyalitas nasabah mereka. Selain itu, BPJAMSOSTEK, sebagai lembaga penyelenggara jaminan sosial ketenagakerjaan, telah menerapkan sejumlah strategi untuk merespons tantangan ini sejak tahun 2020-2022, yang diperkuat melalui Rencana Strategis 2022-2026 dengan fokus pada desa, pasar, *e-commerce*, dan Usaha Menengah, Kecil, dan Mikro (UMKM). Rencana strategis ini telah dikembangkan menjadi strategi ekstensifikasi yang berfokus pada akuisisi peserta, strategi intensifikasi yang dilaksanakan melalui optimalisasi partisipasi perusahaan yang sudah ada, pengembangan layanan dan pembayaran, dan strategi peningkatan retensi melalui pengawasan, *branding*, dan *marketing*.

Berdasarkan fenomena yang terjadi mengenai capaian akuisisi dan retensi dari tahun 2020-2022, penelitian ini bertujuan untuk menelaah capaian strategi akuisisi dan retensi kepesertaan program BPU sejak tahun 2020-2022. Pertanyaan yang menjadi dasar penelitian ini yaitu sejauh mana penerapan strategi akuisisi dan retensi kepesertaan BPU dan apa kendala dan tantangan dari implementasi strategi tersebut?

Penelitian ini dimulai dengan memberikan penjelasan terkait retensi, akuisisi, dan teori perilaku konsumen. Kemudian, dilanjutkan dengan penjelasan mengenai gambaran keadaan dan tantangan program BPU dari tahun 2020-2022, serta membahas *best practice* asuransi komersial. Selanjutnya, penelitian ini akan difokuskan pada pemahaman terhadap strategi akuisisi dan retensi kepesertaan BPU yang telah diimplementasikan. Pada bagian akhir, hasil analisis kebijakan yang telah diambil dan yang akan diterapkan oleh BPJAMSOSTEK dipresentasikan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kebijakan "*What's the Problem Represented to be?*". Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai capaian dan kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi akuisisi dan retensi kepesertaan program BPU BPJAMSOSTEK selama periode tahun 2020-2022, serta memberikan rekomendasi kebijakan yang relevan melalui sudut pandang *best practices* dari asuransi komersial dan aspek perilaku konsumen untuk meningkatkan efektivitas kepesertaan program BPU.

Metode

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah studi pustaka. Secara terperinci, metode studi pustaka merupakan serangkaian proses yang terkait dengan pengumpulan bahan pustaka yang diperoleh melalui telaah dokumen, laporan, situs web, statistik dan data resmi, serta kajian ilmiah yang relevan dengan topik yang sedang dibahas (Zed, 2004). Penelitian ini melakukan identifikasi terhadap literatur yang secara spesifik mencakup istilah-istilah yang berhubungan dengan topik

yang dibahas, seperti program jaminan sosial ketenagakerjaan, akuisisi, retensi, asuransi, perilaku konsumen, dan pekerja informal atau bukan penerima upah.

Sesuai dengan istilah-istilah dan topik yang dibahas, penelitian menggunakan 43 sumber pustaka atau literatur, dengan rincian sebagai berikut: 4 sumber situs web, 2 skripsi, 3 buku, 7 laporan, 26 jurnal, dan 1 tesis. Penelitian ini kemudian dibatasi cakupan referensinya pada hal-hal yang berhubungan dengan pada capaian dan kendala dari penyelenggaraan BPU dari tahun 2020–2022. Sumber utama dari penelitian ini adalah laporan pengelolaan program BPJAMSOSTEK dari tahun 2020-2022 dan laporan tahunan BPJAMSOSTEK dari tahun 2020-2021.

Analisis pada penelitian ini menerapkan pendekatan analisis kebijakan yang dikenal sebagai "*What's the Problem Represented to be?*" (WPR). WPR merupakan kerangka konseptual yang dikemukakan oleh Carol Bacchi dengan tujuan untuk mengidentifikasi asumsi-asumsi yang melandasi kebijakan pemerintah dengan menginvestigasi cara masalah direpresentasikan. Melalui WPR, analisa pada penelitian ini akan diarahkan untuk mempertanyakan dan memahami konstruksi sosial dari masalah yang dihadapi oleh kebijakan pemerintah, serta memeriksa implikasi dan konsekuensi yang muncul akibat pemilihan kebijakan tersebut (Bacchi, 2009). Dalam analisis WPR, Bacchi mengusulkan sejumlah pertanyaan yang perlu diajukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang representasi masalah kebijakan, sebagai berikut:

1. Apa 'masalah' yang direpresentasikan dalam kebijakan tertentu?
2. Anggapan atau asumsi apa yang mendasari representasi dari 'masalah' ini?
3. Bagaimana representasi dari 'masalah' ini muncul?
4. Apa yang masih belum terlihat sebagai masalah dalam representasi masalah ini? Di mana yang terlewatkan? Dapatkah 'masalah' dipikirkan secara berbeda ? (Apakah yang masih belum teridentifikasi sebagai masalah dalam representasi masalah ini? Di mana yang telah terlewatkan? Bisakah 'masalah' dipertimbangkan secara berbeda?)
5. Efek apa yang ditimbulkan dari representasi masalah ini? Apa yang mungkin berubah dengan representasi masalah ini? Apa yang mungkin tetap sama? Siapa yang mungkin mendapat manfaat dari representasi ini? Siapa yang mungkin dirugikan? Bagaimana atribusi tanggung jawab untuk 'masalah' mempengaruhi mereka yang menjadi target kebijakan dan persepsi masyarakat lainnya tentang siapa yang harus disalahkan?

Tinjauan Pustaka

Akuisisi dan Retensi

Akuisisi dan retensi memiliki pendekatan berbeda dalam hal memandang mengenai konsumen, klien, peserta, atau pelanggan. Secara garis besar, akuisisi berfokus untuk membantu

memperbanyak jumlah konsumen, klien, atau peserta dan memperbesar basis pelanggan. Demikian halnya dengan konsep akuisisi itu sendiri, Arian (2013) menyatakan bahwa akuisisi merupakan suatu strategi untuk mendapatkan pelanggan yang baru. Widjaja (2008) melihat akuisisi sebagai upaya untuk mengidentifikasi, mendekati, dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan baru. Karakteristik dari akuisisi ini cenderung berfokus pada penetrasi pasar secara luas, dan memiliki potensi mendapatkan jumlah konsumen atau pelanggan yang besar dalam jangka pendek (Wahyudi, et al., 2022). Sebagaimana dengan retensi, pengaruh kepuasan pelanggan, atau kedekatan emosional juga memainkan peran yang signifikan agar akuisisi dapat berjalan dengan baik. Wahyudi, Sutoyo, Fikri, Daffa, dan Fandy (2022) menegaskan bahwa untuk dapat menarik pelanggan yang baru, penyedia barang dan jasa harus meningkatkan standar pelayanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, sehingga nanti hal ini akan berdampak pada naiknya tingkat kepuasan pelanggan baru

Sedangkan, retensi berfokus untuk membantu memperbanyak pelanggan yang setia dengan memotivasi mereka untuk menggunakan barang atau jasanya secara berkelanjutan melalui hubungan emosional yang baik (OttoPoint, 2022). Hal ini sejalan dengan pemikiran dari Darmawan, Arifin, dan Purwanto (2020) terkait dengan retensi, yang menyatakan bahwa mendapatkan pelanggan yang tetap bertahan menggunakan produk atau jasa adalah tujuan akhir dari retensi. Mereka menegaskan bahwa retensi memiliki peran yang signifikan untuk mempengaruhi penjualan dan profitabilitas barang dan jasa, sehingga jika ada pelanggan tidak mengulangi pembelian, maka akan mempengaruhi keseluruhan kinerja perusahaan. Retensi sangat dipengaruhi oleh tingkat kepuasan pelanggan terhadap nilai guna barang dan jasa yang digunakan. Mereka pun menambahkan bahwa faktor emosional kedekatan antara barang dan jasa dengan pelanggan adalah faktor penting untuk mempertahankan retensi pelanggan. Jeng dan Bailey (2012) memandang retensi sebagai hubungan yang terjalin antara pelanggan dengan penyedia barang dan jasa melalui transaksi yang berulang. Transaksi yang berulang ini sangat dianggap penting karena akan menentukan eksistensi dari proses bisnis antara perusahaan dan dengan pelanggan (Gerpott, Rams and Schinder, 2001).

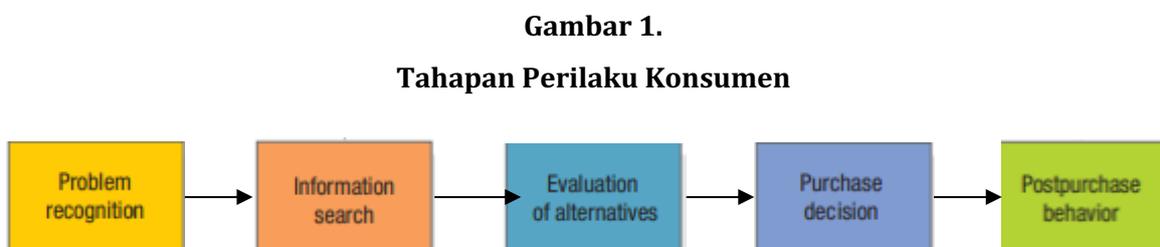
Perilaku Konsumen

Pendalaman pola perilaku peserta perlu untuk dipertimbangkan sebagai aspek yang krusial, ketika ingin melakukan pendekatan kepada konsumen. Perilaku konsumen dapat didasarkan pada landasan teori perilaku konsumen seperti yang diungkapkan oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. Mereka menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah studi mengenai bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan menghabiskan nilai pakai dari barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Keller &

Kotler, 2012). Keller dan Kotler (2012) menambahkan bahwa keputusan perilaku konsumen untuk menggunakan barang dan jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Menurut mereka, faktor budaya ini dipengaruhi oleh nilai-nilai dan moral yang ditanamkan sejak kecil kepada konsumen. Nilai dan moral ini dipengaruhi juga oleh bagian kategori subkultur, seperti agama, ras, suku, negara, dan aspek geografis. Selain itu, stratifikasi sosial yang diimplementasikan dalam bentuk kelas sosial juga mempengaruhi keputusan perilaku konsumen, seperti kelas sosial rendah, menengah, menengah atas, dan atas. Faktor sosial mempengaruhi keputusan pembeli melalui *reference groups* yang merupakan kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung kepada konsumen, sebagai contoh *Key Opinion Leader*.

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh keluarga, yang merupakan kelompok terdekat yang dapat mempengaruhi emosional konsumen. Selain itu, peran dan status turut mempengaruhi keputusan pembeli untuk menggunakan barang dan jasa. Faktor pribadi mempengaruhi calon pengguna barang dan jasa melalui aspek-aspek yang melekat pada dirinya, seperti umur, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian. Dari sisi psikologis, akan mempengaruhi konsumen melalui motivasi, persepsi, dan pengetahuan, serta perubahan dalam tingkah laku individu yang berasal dari keyakinan dan pengalaman (Keller & Kotler, 2012; Hayuantias, 2018).

Keller dan Kotler (2012) mengenalkan lima tahapan perilaku konsumen, yang dapat dilihat melalui Gambar 1:



Sumber : Keller & Kotler, 2012,167

Perilaku konsumen untuk membeli barang atau jasa dimulai dari pengenalan masalah (*problem recognition*) atau kebutuhan yang memicu rangsangan dari dalam atau dari luar. Kemudian, berlanjut kepada pencarian informasi (*information search*) terhadap barang atau jasa yang akan digunakan. Informasi yang terkumpul tidak serta merta menghasilkan keputusan, calon konsumen biasanya akan mempertimbangkan alternatif sebelum menghasilkan keputusan untuk membeli (*evaluation of alternatives*). Pertimbangan ini juga memungkinkan calon pembeli mencari perbandingan dari produk sejenis. Selanjutnya, calon konsumen dihadapkan pada keputusan untuk membeli berdasarkan produk yang ditawarkan oleh penyedia barang dan jasa (*purchase decision*).

Pada tahapan ini, konsumen dapat berubah menjadi tidak membeli yang diakibatkan oleh adanya intervensi, seperti ketakutan produknya tidak memberikan pelayanan yang sesuai, kekhawatiran produknya tidak sesuai dengan harga, kecemasan terhadap pandangan sosial, kekhawatiran terhadap kesehatan fisik dan mental ketika menggunakan produknya, dan keraguan terhadap apakah biaya produknya sebanding dengan waktu yang dihabiskan. Pada akhirnya, setelah dilakukan pembelian, konsumen akan mulai memperhatikan dan menganalisis nilai guna produk (*Post-Purchase Behaviour*). Konsumen akan menganalisis apakah pembelian barang atau jasa sudah memberikan kepuasan dan ketenangan, kemudian apakah penggunaannya akan dilanjutkan akan berhenti, dan yang terakhir apakah jangka waktu penggunaannya sudah sesuai (Keller & Kotler, 2012).

Hasil dan Diskusi

Keadaan dan Tantangan Program BPU BPJAMSOSTEK Tahun 2020 – 2022

Pelaksanaan program jaminan sosial ketenagakerjaan Indonesia melalui BPJAMSOSTEK mencatatkan 55.379.720 peserta, dengan peserta aktif sebanyak 35.864.017 di tahun 2022 (BPJS Ketenagakerjaan, 2023). Dari seluruh peserta aktif tersebut, terdapat 6.004.021 peserta BPU (16,7%). Dibandingkan dengan 2021, kepesertaan BPU mencapai 3.551.858 peserta, atau naik sekitar 169% (BPJS Ketenagakerjaan, 2021). Tren kenaikan kepesertaan BPU ini tetap terjaga sejak tahun 2020 yang mencatat kepesertaan BPU sebanyak 2.494.994 atau sudah naik 2,4 kali lipat per tahun laporan terakhir (BPJS Ketenagakerjaan, 2021; BPJS Ketenagakerjaan, 2023).

Pertumbuhan akuisisi kepesertaan BPU ini sangat dipengaruhi oleh faktor biaya yang terjangkau. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Pambudi (2019) dan Hayuantias (2018), bahwa program BPU menyediakan pilihan iuran yang didasarkan pada tingkatan kemampuan pembayaran peserta. Calon peserta yang ingin terlindungi melalui program BPU ini, diberikan dua pilihan kepesertaan, yaitu JKK dan JKM atau JKK, JKM, dan JHT. Jika asumsi upah yang dilaporkan adalah Rp1 juta dan didaftarkan untuk 2 program, maka rincian perhitungannya adalah untuk JKK sebesar 1% dari upah yang dilaporkan (Rp 10.000,00) ditambah dengan iuran JKM sebesar Rp 6.800,00. Jika memilih juga mengikuti program JHT, maka tambahan iuran sebesar 2% dari upah yang dilaporkan (Rp 20.000,00). Jadi total iuran per bulan untuk 2 program (JKK dan JKM) adalah Rp 16.800,00 dan iuran untuk 3 program (JKK, JKM, JKT) adalah Rp 36.800,00.

Kepesertaan BPU tahun 2020–2022 didominasi oleh peserta BPU dengan pilihan program JKK dan JKM (lebih dari 93%). Sedangkan peserta yang mengikuti program JHT berjumlah sekitar 387.784 peserta (BPJS Ketenagakerjaan, 2023). Meskipun porsi kepesertaan kedua pilihan program tersebut menunjukkan gap yang cukup jauh, peserta BPU yang mengikuti program JHT sempat mencapai 769.489 peserta pada tahun laporan 2020. Namun akibat pandemi Covid-19 dan adanya

klaim JHT yang masif akibat PHK besar-besaran, mengakibatkan penurunan yang signifikan menjadi 500 ribu peserta pada tahun 2021 (BPJS Ketenagakerjaan, 2021; BPJS Ketenagakerjaan, 2022).

Program BPU diunggulkan dengan iuran yang terjangkau dan kanal pembayaran yang luas untuk menjangkau calon peserta dan peserta. Walaupun demikian, hal tersebut tidak menjamin potensi yang besar dari angkatan kerja yang termasuk dalam kategori BPU, telah terakuisisi dengan baik. Bahkan, dapat dikatakan pencapaian akuisisi BPU masih terbilang kecil dibandingkan dengan jumlah potensi BPU di Indonesia yang berjumlah sekitar 43 juta calon peserta (BPJS Ketenagakerjaan, 2022). Temuan ini pernah dianalisis sebelumnya, salah satunya pada tahun 2017 yang menunjukkan bahwa potensi BPU yang sangat besar ini belum sejalan dengan jumlah akuisisi kepesertaan yang telah dilakukan (Silaban, 2017).

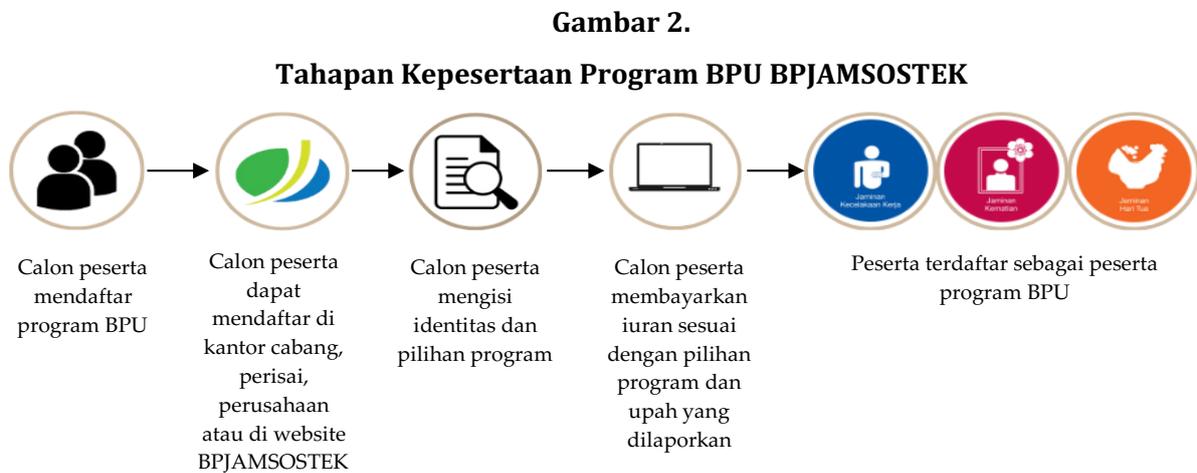
Selama tahun 2020 terdapat 20,71 juta peserta keluar (non-aktif) dari kepesertaan, di mana 544.113 peserta (2,6 %) dari peserta yang non-aktif adalah pekerja BPU. Pada tahun 2021, peserta BPU yang keluar 637.354 orang (3,1%) dari total peserta non-aktif 20,26 juta. Data tersebut tidak secara mutlak menggambarkan bahwa banyak peserta BPU yang tidak tertarik lagi dengan program BPJAMSOSTEK, namun non-aktifnya peserta dari program BPU ini disebabkan oleh pengajuan klaim JKK, JKM, pensiun, habis masa kontrak dan PHK (BPJS Ketenagakerjaan, 2021; BPJS Ketenagakerjaan, 2022). Meskipun demikian, non-aktifnya kepesertaan BPU karena aktivitas klaim juga menunjukkan bahwa manfaat jaminan sosial ketenagakerjaan telah tersalurkan. Hal ini tentu menjadi citra positif untuk promosi BPJAMSOSTEK.

Kepesertaan BPU yang pada umumnya terdiri atas pekerja informal potensial untuk dikembangkan lebih lanjut, mengingat pekerjaan informal ini berada di luar kerangka kerja resmi institusi atau perusahaan, sehingga rentan terhadap pelanggaran hukum. Williams dan Lapeyre (2017) menggambarkan kelompok pekerja BPU sebagai mereka yang bekerja tanpa regulasi buruh. Pendapat serupa diungkapkan oleh Behrent, Nguyen, dan Rani (2019), yang mendefinisikan pekerjaan informal sebagai pekerjaan yang tidak memiliki kesepakatan atau hubungan kerja, dan tidak terikat oleh regulasi ketenagakerjaan. Meskipun demikian, pekerjaan yang dilakukan oleh pekerja BPU tetap memiliki risiko yang serupa dengan pekerjaan formal di perusahaan (Siregar, 2020; De Stefano, 2019; Thornquist, 2019), sehingga perlindungan dari jamsostek sangat penting sebagai jaring pengaman (Perwira et al., 2003; Retnaningsih, 2016).

Proses Bisnis Kepesertaan Program BPU BPJAMSOSTEK

Potensi peserta program BPU yang masih belum menjadi peserta BPJAMSOSTEK masih sangat besar, sebagaimana yang tercatat pada Laporan Tahunan BPJAMSOSTEK tahun 2022. BPJAMSOSTEK tidak hanya fokus pada pendaftaran peserta BPU, namun juga pada upaya mempertahankan

kepesertaan aktifnya. Proses pendaftaran peserta program BPU mulai dari calon peserta mendaftarkan diri sampai menjadi peserta, melalui tahapan sebagai berikut.



Calon peserta memperoleh informasi terkait program BPU melalui internet, media sosial, sosialisasi dari ketenagakerjaan, Agen Perisai (Penggerak Jaminan Sosial Indonesia), atau informasi dari mulut ke mulut, yang dapat mendorong peserta memutuskan untuk menjadi peserta program BPU. Peserta selanjutnya dapat mendaftarkan dirinya melalui melalui kantor cabang BPJAMSOSTEK, Agen Perisai, *website*, dan lain-lain. Kemudian, calon peserta mengisi formulir pendaftaran yang terdiri atas Nomor Induk Kependudukan, nomor ponsel, pekerjaan, lokasi pekerjaan, upah yang dilaporkan, dan pilihan program. Setelah selesai peserta akan diarahkan untuk melakukan pembayaran sesuai dengan program pilihan dan upah yang dilaporkan. Peserta akan terlindungi sesuai dengan lamanya kepesertaan yang dipilih.

BPJAMSOSTEK terus menghadapi tantangan dalam mengakuisisi peserta baru dan mempertahankan peserta aktifnya. Sejumlah penelitian telah dilakukan mengenai program perlindungan serupa, seperti asuransi swasta, yang menerapkan strategi untuk menjaga keberlanjutan dan meningkatkan jumlah peserta, dapat menjadi subjek studi perbandingan yang menarik untuk dilihat lebih lanjut.

Studi Perbandingan Strategi Retensi dan Akuisisi dalam Asuransi Swasta

Asuransi swasta dan program BPU BPJAMSOSTEK memiliki kesamaan yaitu keduanya merupakan pilihan bagi peserta dan tidak diwajibkan seperti BPJAMSOSTEK Penerima Upah dan Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) BPJS Kesehatan yang diatur dalam peraturan pemerintah (Siregar, 2020). Meskipun demikian, banyak perusahaan asuransi komersial berhasil mempertahankan loyalitas pemegang polisnya, sehingga mampu bertahan di tengah keberadaan BPJAMSOSTEK dan BPJS Kesehatan. Mereka melakukan berbagai strategi untuk mempertahankan

nasabah, seperti memberikan layanan yang baik, menawarkan keuntungan tambahan, dan memberikan solusi yang fleksibel.

1. AXA Mandiri

Produk yang mirip dengan JHT, JKK, dan JKM tersedia di AXA Mandiri yang berupa kombinasi asuransi dan investasi, seperti Mandiri Investasi Sejahtera dan Mandiri Investasi Rencana Sejahtera. Selain itu, untuk proteksi jiwa murni, AXA Mandiri menawarkan produk Mandiri Jiwa Sejahtera (Lasmi, 2022). Manfaat perlindungan yang ditawarkan oleh asuransi AXA Mandiri adalah antara lain perlindungan jiwa, perlindungan kesehatan, perlindungan penyakit kritis, perlindungan masa depan anak, perlindungan masa depan, perlindungan *prestige*, perlindungan syariah, perlindungan umum, perlindungan aset, dan perlindungan mikro (AXA Mandiri, 2022).

Menurut Lasmi (2022), keunggulan AXA Mandiri dalam mempertahankan retensi dan akuisisi mereka ada pada merek yang dikenal secara luas oleh masyarakat, personil yang berorientasi pada *service*, pilihan produk yang bervariasi sesuai segmen dan premi yang sesuai, presentasi produk yang menarik, suasana kantor yang nyaman, dan promosi yang berkelanjutan. Terlebih lagi AXA Mandiri sangat diuntungkan dengan keadaan masyarakat yang menginginkan pola investasinya lebih aman, sarana investasi yang mudah dan menghasilkan, dan produk investasi yang berorientasi pada keluarga. Walaupun demikian, ditemukan bahwa kelemahan dan ancaman pada AXA Mandiri terletak pada terbatasnya informasi masyarakat untuk mendapatkan promosi produk AXA dan tingkat kunjungan yang rendah, sehingga akuisisi produk tidak memenuhi target. Faktor banyaknya kompetitor untuk produk sejenis menjadi penghambat pertumbuhan *market share*, serta adanya kecenderungan nasabah membeli investasi karena kebetulan atau tidak terencana.

2. Prudential Unit Link Syariah

Unit Link Syariah Prudential menawarkan produk asuransi jiwa dengan dua manfaat yaitu proteksi jiwa dan pengembangan hasil investasi. Perlindungan jiwa yang ditawarkan ini mencakup perlindungan dari risiko meninggal dunia sampai usia 99 tahun. Investasi yang juga merupakan bagian dari unit link ini memberikan potensi imbal hasil untuk mempertahankan keberlangsungan polis dalam jangka panjang (Prudential Syariah, 2020). Prudential menyadari dengan mempertahankan nasabah sebagai *loyal client* akan memberikan dampak dalam mengurangi biaya pemasaran, mengurangi beban *cost of transaction*, mengurangi *turn over* konsumen, meningkatkan *cross selling*, sehingga berpotensi untuk meningkatkan *market share* perusahaan, dan mendorong *word of mouth* yang positif dari nasabah yang merasa terlayani dengan baik (Putri, 2021).

Secara umum, *after sales service* dapat diartikan sebagai dukungan kegiatan untuk mendukung eksistensi produk kepada pelanggan, manifestasi merek, hubungan pelanggan dan jaminan dukungan produk melalui layanan perbaikan, penjualan suku cadang atau aksesoris (Borchardt et al., 2018; Aljabar & Hasibuan, 2021). Menurut Putri (2021), Prudential Unit Link Syariah menerapkan strategi *after sales service* ini untuk mempertahankan kliennya. Prudential memastikan klien yang menjadi nasabah secara konsisten menerima laporan tahunan dan hasil kerja triwulanan, sehingga klien selalu mendapatkan informasi yang terbaru dan konsisten. Konsep transparansi ini tentu sangat bermanfaat bagi nasabah. Selain itu, nasabah juga didukung oleh spesialis pengelola keuangan yang membantu mereka memahami dan mengelola risiko keuangan, serta memberikan saran pengaturan keuangan yang terbaik. Selain itu, Prudential juga mempertahankan kliennya dengan membangun hubungan yang baik secara terus menerus melalui campur tangan spesialis (Putri, 2021).

3. Asuransi Mikro

Asuransi Mikro memiliki pendekatan yang mirip dengan program BPU BPJAMSOSTEK, di mana target pasarnya ditujukan pada masyarakat yang berpendapatan rendah. Alkahfi (2021) menilai bahwa adanya asuransi mikro bertujuan untuk memberikan perlindungan yang sesuai dengan pembayaran premi berkala yang sebanding dengan risiko yang mungkin saja terjadi. Sejalan dengan itu, asuransi mikro ini dapat dilihat sebagai upaya untuk menjangkau perlindungan sosial bagi masyarakat dan juga untuk membuka segmentasi pasar baru di dunia asuransi (Munich Re Foundation, 2007). Alkahfi (2021) menambahkan bahwa asuransi mikro di Indonesia telah ada sejak tahun 1994, yang dipasarkan oleh asuransi Jasa Raharja. Asuransi mikro ini kemudian berkembang pesat seiring dengan perkembangan teknologi, sehingga asuransi mikro seperti Astra Life, Allianz Life, MNC Life Assurance, dan Jiwasraya Insurance, mengembangkan inovasinya agar produk mereka terjangkau oleh semua lapisan masyarakat.

Strategi pengembangan asuransi mikro yang menggunakan teknologi memerlukan tiga faktor inti untuk mendukungnya. Pertama, persiapan agen atau pemasar yang memiliki pemahaman kuat tentang teknologi. Kedua, asuransi harus didukung oleh aplikasi atau akses web yang mumpuni. Terakhir, penggunaan media sosial yang masif. Mengingat target pasar yang menasar kalangan masyarakat berpenghasilan rendah, asuransi mikro menyiasatinya dengan membuat penjelasan produk yang jelas dan sederhana. Hal ini akan membantu mengurangi kekhawatiran peserta terhadap jangka waktu proses dan kepastian klaim (Alkahfi, 2021). Selain pendekatan tersebut, Alkahfi (2021) menyoroti pentingnya meningkatkan keterampilan agen atau pemasar, pengetahuan produk yang sesuai dengan kebutuhan calon nasabah, serta produk dan jasa yang dapat diterima.

Apa Strategi Yang Sudah dan Akan Diimplementasikan untuk Peningkatan Akuisisi dan Retensi Kepesertaan?

BPJAMSOSTEK telah menerapkan sejumlah strategi dan pendekatan untuk meningkatkan akuisisi dan retensi peserta program BPU dari tahun 2020-2022. Faktor-faktor seperti pergeseran segmentasi pekerja dari formal menjadi informal, pemutusan hubungan kerja akibat pandemi Covid-19, dan perubahan perilaku masyarakat yang lebih *technologi-savvy* telah mendorong BPJAMSOSTEK untuk melakukan perbaikan internal, seperti menjalin kerjasama dengan *financial technology (fintech)*, perbankan, *e-commerce*, dan mitra lainnya. Tujuan kerjasama ini adalah untuk mempermudah akses bagi peserta dalam proses pendaftaran dan pembayaran (BPJS Ketenagakerjaan, 2021). Dalam menghadapi perkembangan teknologi, BPJAMSOSTEK juga telah mengembangkan layanan digital guna memperluas dan mempermudah klaim peserta.

Pada tahun 2020, BPJAMSOSTEK melakukan inovasi dengan membuka jalur pengajuan klaim JHT secara online, atau dikenal juga dengan Lapakasik, yang dapat digunakan oleh peserta PU dan BPU. Pengaplikasian Lapakasik ini tentu memberikan *image* positif kepada peserta BPU, di mana mereka tidak perlu lagi datang ke kantor cabang untuk melakukan klaim saldo JHT dan mereka dapat melakukannya di mana saja. Selain itu, BPJAMSOSTEK juga gencar mempromosikan penggunaan aplikasi JMO (Jamsostek Mobile) yang dapat digunakan untuk mengakses informasi saldo JHT, pelaporan kecelakaan kerja, dan klaim untuk saldo kurang dari Rp10 juta. Inovasi ini diharapkan dapat meningkatkan kepesertaan BPU, mendukung kualitas layanan, serta mempermudah klaim peserta.

BPJAMSOSTEK juga menyadari pentingnya menjangkau peserta yang belum tersentuh dengan informasi jaminan sosial ketenagakerjaan. Hal ini menjadi peran Agen Perisai sebagai agregator untuk pendaftaran dan kanal pembayaran bagi pekerja informal. Keberadaan Agen Perisai sangat krusial untuk menambah kepesertaan BPU. Terbukti akuisisi Peserta BPU melalui Agen Perisai selama tahun 2021 sebanyak 498.547 (8,3%) dari kepesertaan aktif BPU (BPJS Ketenagakerjaan, 2022). Agen Perisai akan mendapatkan insentif ketika berhasil akuisisi peserta. Jika berhasil mendaftarkan 25 peserta, akan mendapatkan insentif akuisisi sebesar Rp10.000,00 per peserta (bagi peserta yang didaftarkan pada program JKK dan JKM) dan Rp15.000,00 per peserta (bagi peserta yang didaftarkan pada program JKK, JKM, dan JHT); ditambah dengan insentif iuran sebesar 15% dari iuran yang dibayarkan. Jika belum bisa mendaftarkan 25 orang peserta atau pembayaran iuran lanjutan, maka diberikan insentif iuran saja. Oleh karena itu, Agen Perisai dapat menjadi salah satu mata pencaharian bagi masyarakat. Terbukti, BPJAMSOSTEK membantu untuk membuka lapangan kerja lebih dari 2.150 orang di tahun 2020 dan 5.052 di tahun 2021 (BPJS Ketenagakerjaan, 2021; BPJS Ketenagakerjaan, 2022).

BPJAMSOSTEK telah menyusun rencana strategis tahun 2022-2026 sebagai upaya penguatan jaminan sosial yang inklusif. Target utama yaitu penerimaan iuran Rp 130 T, cakupan kepesertaan 80,5 juta peserta, dan jumlah tenaga kerja aktif sebanyak 70 juta, termasuk di dalamnya 19,5 juta peserta BPU (BPJS Ketenagakerjaan, 2022). Untuk meningkatkan retensi dan akuisisi peserta BPU, target tersebut difokuskan pada empat area utama, yaitu desa, pasar, *e-commerce* dan UMKM, serta pekerja rentan. Hal ini akan diimplementasikan melalui tiga strategi utama *coverage* atau penetrasi peserta, yaitu strategi (a) ekstensifikasi, (b) intensifikasi, dan (c) retensi, *marketing* dan *branding*.

Strategi ekstensifikasi berfokus pada optimalisasi Inpres No 2 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan, peningkatan kepesertaan BPU melalui keagenan dan *partnership* dengan UMKM dan tokoh publik. Selanjutnya, titik berat dari strategi intensifikasi terletak pada peningkatan partisipasi pekerja usaha menengah dan besar melalui ekosistem perusahaan dan *supply chain*; pengembangan *Customer Relationship Management*; dan penerapan *autodebet* pada segmen BPU dan UMKM. Yang terakhir adalah meningkatkan retensi, *marketing* dan *branding*, seperti penguatan kepatuhan melalui pengawasan dan pemeriksaan dengan bekerja sama dengan POLRI, BPJS Kesehatan dan Pajak; peningkatan aktivitas pemasaran melalui pemanfaatan teknologi; penerapan program reaktifasi peserta; penerapan kampanye literasi keuangan; dan peningkatan *branding exposure* BPJAMSOSTEK (BPJS Ketenagakerjaan, 2022).

Analisis WPR untuk Strategi Retensi dan Akuisisi Kepesertaan BPU BPJAMSOSTEK

1. Apa 'masalah' yang direpresentasikan dalam kebijakan tertentu?

Strategi dan upaya untuk meningkatkan kepesertaan BPU dari tahun 2020-2022 belum mencapai hasil yang signifikan. Dari potensi calon peserta BPU sebanyak 43 juta individu, hanya sekitar 6 juta yang menjadi peserta aktif. Lebih dari 93% adalah peserta yang mendaftarkan diri untuk kepesertaan BPU 2 program (JKK dan JKM). Hal ini menyebabkan adanya ketimpangan antara jumlah kepesertaan BPU 2 program (JKK dan JKM) dengan kepesertaan BPU 3 program (JKK, JKM, dan JHT). Selain itu, retensi kepesertaan BPU juga menimbulkan tantangan bagi institusi ini. Pada tahun 2022, terdapat 11,4% dari total 6,7 juta peserta BPU yang telah keluar dari kepesertaan, yang mengindikasikan bahwa program ini belum dianggap sebagai pilihan wajib oleh sebagian peserta. Oleh karena itu, masalah akuisisi dan retensi ini dapat dinilai sebagai perlambatan untuk mencapai inklusivitas program jaminan sosial ketenagakerjaan.

2. Anggapan atau asumsi apa yang mendasari representasi dari 'masalah' ini?

Representasi isu belum signifikannya pencapaian peserta program BPU baik dari segi akuisisi dan retensi peserta aktif, dipengaruhi oleh persepsi bahwa program jamsostek menawarkan kepastian dalam situasi yang belum pasti. Program JKM misalnya, hanya dapat

diklaim jika peserta meninggal dunia, namun waktu kematian tidak dapat diprediksi. Begitu juga dengan program JKK, yang memberikan perlindungan penuh terhadap pengobatan dan pelayanan kesehatan jika terjadi kecelakaan kerja, yang juga sulit diprediksi kapan terjadi. Program JHT yang disiapkan untuk masa pensiun, tetapi peserta tidak dapat memastikan kapan mereka akan berhenti bekerja. Kendala semacam ini membuat program BPU belum dianggap sebagai prioritas perlindungan bagi masyarakat, dan membuatnya lebih sebagai pilihan. Hal ini berbeda dengan volume kepesertaan program PU BPJAMSOSTEK dan program JKN BPJS Kesehatan, yang didukung oleh peraturan yang mengikat dan sanksi jika tidak diikuti.

Beberapa alasan mengapa program jaminan sosial, termasuk program jamsostek, sulit diterima oleh masyarakat adalah karena persepsi bahwa risiko yang dijamin belum terjadi, kesibukan dalam pekerjaan yang mengurangi perhatian terhadap aspek perlindungan sosial, pertimbangan atas alasan keagamaan, kekhawatiran terhadap proses yang rumit, dan ketidaksesuaian program dengan yang dipromosikan. (Endartiwi, 2018; Kurniawati & Rachmayanti, 2018). Tidak adanya uang merupakan alasan yang menarik, terutama karena iuran BPJAMSOSTEK dianggap sangat terjangkau. Siregar (2020) menambahkan bahwa masih ada kelompok masyarakat di Indonesia yang menganggap iuran jamsostek masih belum terjangkau. Karenanya, ketidakmampuan membayar iuran dapat menyebabkan penurunan retensi dan keberlanjutan peserta aktif BPU (BPJS Ketenagakerjaan, 2020). Sridevi (2017) percaya bahwa faktor pendapatan harian yang tidak menentu juga memengaruhi ketidakmampuan membayar iuran, terutama bagi mereka dengan pendapatan rendah yang sulit mengalokasikan dana untuk iuran jamsostek.

3. Bagaimana representasi dari 'masalah' ini muncul?

Menurut Siregar (2020), faktor yang mempengaruhi kurangnya akuisisi dan retensi peserta BPU yang berdampak pada keberlanjutan program BPU adalah fokus pemerintah yang lebih besar pada sosialisasi program JKN. Dampaknya, informasi mengenai jaminan kesehatan terkesan lebih banyak disampaikan daripada informasi mengenai jaminan sosial ketenagakerjaan, sehingga menumbuhkan kesan bahwa program JKN lebih diprioritaskan daripada program jamsostek. Misalnya, dukungan kebijakan JKN yang sampai kepada pemerintah daerah, kebijakan JKN dinilai populis dan universal dibandingkan program BPJAMSOSTEK yang lebih tersegmentasi, serta adanya program Penerima Bantuan Iuran (PBI) yang berasal dari APBN bagi peserta JKN namun tidak tersedia bagi program jamsostek. Sejalan dengan pernyataan Siregar, Silaban (2017) menambahkan bahwa kurangnya pemahaman, anggapan pelaksanaan yang rumit, data kependudukan dan catatan sipil yang belum sinkron,

dan belum fokusnya dukungan pemerintah melalui regulasi, menjadikan kepesertaan BPU BPJAMSOSTEK menjadi tidak agresif dan kuat.

Dari aspek hukum, implementasi PP Nomor 44 dan 46 Tahun 2015 mengenai program BPJS Ketenagakerjaan JKK, JKM, dan JHT, dan Permenaker No. 5 Tahun 2021 tentang Tata Cara Penyelenggaraan program JKK, JKM, dan JHT memengaruhi kepesertaan BPU. Peraturan-peraturan tersebut secara eksplisit mewajibkan kepesertaan BPU sesuai penahapan kepesertaan bagi tenaga kerja yang berada di luar hubungan kerja. Namun ketentuan ini hanya berlaku bagi peserta yang merasa telah mendapatkan sosialisasi program, di mana hal ini bersifat subjektif. Akibatnya, promosi program jamsostek hanya menjadi sebatas pengetahuan bagi masyarakat tanpa adanya urgensi untuk mengikuti programnya. Meskipun peraturan mewajibkan kepesertaan program BPU bagi seluruh masyarakat, belum ada penerapan sanksi yang tegas bagi peserta dan calon peserta. Selain itu, program ini tersegmentasi dan hanya dapat diikuti oleh peserta yang memiliki pekerjaan, sehingga tidak menjadi program yang inklusif bagi masyarakat.

Pandemi Covid-19 juga menjadi *force majeure* yang memperlambat akuisisi peserta BPU dari tahun 2020-2021. Selain memengaruhi minat dan orientasi keuangan untuk mencukupi kebutuhan dasar, pandemi juga berdampak pada kemauan calon peserta untuk mendaftarkan diri pada program jamsostek atau melakukan pembayaran lanjutan.

4. Apa yang masih belum terlihat sebagai masalah dalam representasi masalah ini? Di mana yang terlewatkan? Dapatkah 'masalah' dipikirkan secara berbeda?

Pemerintah sudah melakukan upaya untuk meningkatkan kepesertaan melalui terbitnya Inpres Nomor 2 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan. Inpres ini memberikan dukungan signifikan pada peningkatan kepesertaan BPU, terutama melalui kementerian, pemerintah daerah, BUMN, dan lembaga pemerintah lainnya. Hal ini tentu harus diapresiasi sebagai bentuk komitmen negara untuk membuat jaminan sosial yang inklusif bagi seluruh rakyat Indonesia. Walaupun demikian, pelaksanaan Inpres perlu dikawal lebih ketat, mengingat keterbatasan anggaran yang mungkin dihadapi oleh instansi terkait. Inpres ini ditujukan dan mengikat kepada institusi yang berada pada kewenangan eksekutif, namun belum tentu sudah dimasukkan dalam penganggaran APBN pada instansi-instansi tersebut.

Keberadaan Agen Perisai sebagai perpanjangan tangan BPJAMSOSTEK dinilai sangat membantu memperkuat eksistensi BPJAMSOSTEK. Namun, perlu diperhatikan bahwa insentif yang diberikan kepada Agen Perisai lebih menekankan pada akuisisi peserta daripada pembayaran berkelanjutan. Meskipun dari segi jumlah peserta, ini bisa dianggap positif karena mendukung Agen Perisai untuk mendaftarkan peserta sebanyak mungkin, namun hal ini juga

berpotensi menghasilkan “peserta sekali bayar”. BPJAMSOSTEK perlu memperhatikan kualitas keagenan dan kerjasama dengan tokoh publik, agar mereka memiliki *product knowledge* yang memadai untuk memberikan pendampingan kepada peserta BPU dari proses pendaftaran hingga klaim. Hal ini akan membuat Agen Perisai menjadi representatif yang kuat bagi BPJAMSOSTEK. Perlindungan hukum bagi Agen Perisai juga harus dipastikan, karena mereka menjadi garda terdepan dalam menangani kendala dan keluhan peserta sebelum peserta menghubungi BPJAMSOSTEK.

BPJAMSOSTEK menghadapi tantangan dalam memperoleh dukungan kepesertaan dari badan usaha menengah dan besar. Meskipun melibatkan mereka dalam proses pendaftaran peserta BPU berpotensi meningkatkan jumlah peserta BPU secara signifikan karena memiliki aset dan kapital yang besar, kepesertaan dari badan usaha perlu mempertimbangkan keberlanjutan. Badan usaha tidak boleh menjadikan program bantuan kepesertaan BPU sebagai pilihan utama dan satu-satunya. Oleh karena itu, perlu adanya insentif seperti pengurangan pajak atau penyesuaian iuran jamsostek untuk mendorong partisipasi yang berkelanjutan dari badan usaha.

Dalam tiga tahun terakhir, BPJAMSOSTEK telah berfokus pada peningkatan cakupan kepesertaan BPU dengan menjalin banyak kerja sama, baik dengan perusahaan skala besar maupun menengah, melakukan kolaborasi dengan pemerintah pusat, daerah, kementerian dan lembaga pemerintah, serta meningkatkan jumlah Agen Perisai. Hal ini juga harus didukung dengan penguatan *branding* dan *marketing* program jamsostek. Dalam beberapa waktu terakhir, promosi BPJAMSOSTEK cenderung bersifat reaktif, misal dilakukan saat terjadi kecelakaan kerja atau kematian. Program BPU BPJAMSOSTEK harus lebih memperlihatkan eksistensinya kepada peserta, berbeda dengan beberapa perusahaan asuransi komersial yang telah membuktikan kualitas layanannya melalui *brand* mereka. Karena itu, diperlukan promosi yang bersifat proaktif, sehingga program jamsostek dipandang sebagai suatu kebutuhan yang relevan, bukan hanya sebagai respons terhadap situasi yang telah terjadi. Selain itu, penting untuk menekankan pada promosi yang menyoroti peningkatan cakupan pelayanan kepada masyarakat, agar peserta BPU mendapatkan informasi yang menitikberatkan pada kemudahan dan kenyamanan dalam menerima layanan saat mereka menghadapi risiko. Dengan demikian, fokus utama BPJAMSOSTEK tetap berada pada pelayanan yang diberikan untuk peserta.

5. Efek apa yang ditimbulkan dari representasi masalah ini? Apa yang mungkin berubah dengan representasi masalah ini? Apa yang mungkin tetap sama? Siapa yang mungkin mendapat manfaat dari representasi ini? Siapa yang mungkin dirugikan? Bagaimana atribusi tanggung

jawab untuk ‘masalah’ mempengaruhi mereka yang menjadi target kebijakan dan persepsi masyarakat lainnya tentang siapa yang harus disalahkan?

Pertumbuhan kepesertaan yang lambat dan cakupan kepesertaan yang belum masif akan menimbulkan hambatan bagi pemerintah dalam upaya memberantas kemiskinan. Risiko pekerjaan yang terjadi kepada peserta yang belum terlindungi akan memberikan efek domino pada perekonomian keluarga yang ditinggalkan, terutama jika peserta tersebut adalah tulang punggung keluarga. Efek domino yang ditimbulkan tentu akan mempengaruhi keputusan keluarga untuk mendapatkan kehidupan yang layak, pendidikan yang baik, kecukupan gizi, dan kesehatan. Secara garis besar, peserta yang bekerja tanpa perlindungan jamsostek, khususnya yang termasuk dalam kategori BPU, berpotensi meningkatkan jumlah masyarakat miskin baru, di mana mereka adalah peserta yang sangat rentan ketika terjadi perubahan. Oleh karena itu, perlu adanya pengalihan risiko melalui program BPU BPJAMSOSTEK untuk meminimalisasi kemungkinan naiknya angka kemiskinan, sehingga dapat dikatakan bahwa program BPU BPJAMSOSTEK adalah *safety net* yang paling aman dijangkau.

Pemerintah perlu secara masif mengampanyekan program BPU BPJAMSOSTEK untuk mengubah pola pikir masyarakat, mendorong mereka memiliki dua jaminan sosial, yakni BPJS Kesehatan dan BPJS Ketenagakerjaan, sehingga jamsostek tidak hanya dianggap sebagai pilihan. Terlebih lagi, 70% ekonomi Indonesia ditopang oleh pekerja sektor informal (Tobing, 2015), sehingga menjadikan sektor informal sebagai potensi yang besar untuk kepesertaan BPU. Oleh karena itu, selain peran dari BPJAMSOSTEK dan elemen eksekutif negara, dibutuhkan juga peran dari legislatif dalam menyusun aturan yang mendukung percepatan kepesertaan, termasuk aturan insentif pajak bagi dunia usaha, penyesuaian iuran, dan hubungan kerja kemitraan digital.

Kesimpulan

BPJAMSOSTEK telah mengidentifikasi permasalahan terkait perlambatan pertumbuhan kepesertaan dan rendahnya kesadaran masyarakat terhadap perlindungan jaminan sosial sejak sebelum tahun 2020. Tantangan ini memerlukan penanganan yang berkelanjutan guna meningkatkan akuisisi dan memperkuat retensi kepesertaan BPU. Tantangan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pertama, prioritas pemerintah yang terkesan lebih fokus pada program JKN membuat program BPU BPJAMSOSTEK kurang mendapatkan perhatian. Rendahnya tingkat informasi peserta terkait PP Nomor 44 dan 46 Tahun 2015 juga mempengaruhi kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perlindungan jaminan sosial. Selanjutnya, persepsi masyarakat yang menganggap risiko ketenagakerjaan adalah hal yang belum terjadi dan belum tentu terjadi,

keterbatasan waktu akibat pekerjaan, kecemasan terhadap proses yang dianggap rumit, dan pendapatan yang belum mencukupi, juga menjadi hambatan dalam mengambil keputusan untuk menjadi peserta BPU. Peserta BPU umumnya merupakan mereka yang bekerja di luar hubungan kerja formal, sehingga pendapatan mereka tidak stabil dan belum memiliki perencanaan keuangan yang matang, ditambah lagi pekerjaan dengan risiko tinggi yang tidak sebanding dengan tingkat upah yang diterima.

Pandemi memberikan dampak positif bagi BPJAMSOSTEK dengan peningkatan signifikan kepesertaan aktif dan peserta baru BPU dari 2020 hingga 2022, mencapai peningkatan 2,4 kali lipat. Faktor utama yang mendukung adalah iuran yang terjangkau, sehingga membuat lebih banyak orang mampu menjadi peserta. BPJAMSOSTEK juga menyediakan berbagai kanal pembayaran yang fleksibel untuk memudahkan pembayaran rutin. Selain itu, program BPU menawarkan cakupan perlindungan yang luas untuk berbagai jenis pekerjaan, sehingga berbagai profesi bisa mendapatkan perlindungan dari program ini. Manfaat program BPU meliputi perlindungan kecelakaan kerja ketika berangkat ke tempat kerja, saat bekerja, dan pulang ke rumah sehabis bekerja (dalam bentuk perawatan medis), santunan uang tunai, hingga beasiswa untuk dua orang anak dari tingkat TK sampai perguruan tinggi.

BPJAMSOSTEK telah berfokus pada strategi akuisisi dan retensi kepesertaan dalam tiga tahun terakhir, menjalin kerja sama dengan perusahaan skala besar dan menengah untuk meningkatkan kepesertaan, melakukan kolaborasi dengan pemerintah pusat, daerah, kementerian, dan lembaga pemerintah. Kerja sama ini membantu memperluas jangkauan program BPU ke berbagai wilayah dan sektor. Selain itu, BPJAMSOSTEK juga meningkatkan kerja sama dengan Agen Perisai dan tokoh publik, yang dapat membantu dalam menyampaikan informasi dan manfaat program BPU kepada masyarakat dengan lebih efektif.

Pendalaman mengenai perilaku peserta menjadi krusial bagi BPJAMSOSTEK guna mengakuisisi dan mempertahankan kepesertaan aktif BPU secara optimal. Faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis memainkan peran penting dalam membentuk pemikiran dan keyakinan peserta terhadap program jamsostek. Sebelum memutuskan untuk mendaftar sebagai peserta BPU, calon peserta akan melakukan pertimbangan apakah program ini dapat memenuhi kebutuhan perlindungan mereka. Proses ini melibatkan pencarian informasi, perbandingan dengan alternatif lain, dan akhirnya menentukan apakah mereka akan mendaftar dan berpartisipasi dalam program tersebut atau tidak. Dalam konteks ini, penelitian yang mendalam mengenai perilaku peserta menjadi relevan, membantu BPJAMSOSTEK memahami perspektif, kebutuhan, dan preferensi peserta potensial. Dengan pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang

mempengaruhi keputusan peserta, BPJAMSOSTEK dapat merancang strategi yang lebih efektif dalam mengkomunikasikan manfaat dan pentingnya program jamsostek kepada calon peserta.

BPJAMSOSTEK dan asuransi swasta menghadapi tantangan serupa dalam mengakuisisi dan mempertahankan peserta. Untuk mengatasi tantangan ini, AXA Mandiri meningkatkan *branding* melalui pemasaran efektif dan suasana kantor yang nyaman. Prudential Unit Link Syariah fokus pada pelayanan *after-sales* berkualitas untuk menjaga loyalitas nasabah. Asuransi mikro seperti Astra Life, Allianz Life, dan MNC Life mengembangkan inovasi teknologi untuk pemasaran dan layanan yang lebih efisien, menjangkau lebih banyak masyarakat, serta memberikan kemudahan dalam proses administrasi dan klaim bagi peserta.

Perlindungan jamsostek harus dilihat sebagai program pemerintah yang inklusif, bukan tersegmentasi. Promosi BPU perlu ditingkatkan untuk mengedukasi masyarakat bahwa program ini memiliki tingkat kepentingan yang sama dengan JKN. Oleh karena itu, *branding* dan *marketing* program BPU BPJAMSOSTEK harus diperkuat agar yang relevan bagi peserta. Pada akhirnya, cakupan peserta yang luas, peserta yang loyal, dan memiliki pemahaman yang baik mengenai program BPU akan membantu pemerintah mengurangi kemiskinan ekstrem di masyarakat.

Daftar Pustaka

- Aljabar, Muhammad Wahid Malik, dan Sawarni Hasibuan. 2021. "Performance evaluation of after-sales service partners in the power tools industry." *Jurnal Sitem dan Manajemen Industri* 5 (2): 105 - 114.
- Alkahfi, Muhammad Anre. 2021. "Pengaruh Strategi Pemasaran Asuransi Mikro Terhadap Kesejahteraan UMKM di Indonesia." *VISA: Journal of Visions and Ideas* 1 (3): 261-273.
- Arian, Andi Muhammad. 2013. "Analisis Customer Relationship Management (CRM) Sebagai Strategi Pemasaran Pada Klikdokter." *Karya Ilmiah Universitas Paramadina*.
- Axa Mandiri. 2022. "Asuransi Jiwa Perlindungan Diri dan Keluarga." *AXA Mandiri*. Diakses June 13, 2023. <https://axa-mandiri.co.id/asuransi-jiwa>.
- Bacchi, Carol. 2009. *Analysing policy: what's the problem represented to be?* Pearson Education, French Forest.
- Behrent, C, Q A Nguyen, dan U Rani. 2019. "Social protection systems and the future of work: Ensuring social security for digital platform workers'." *International Social Security Review* 72 (3): 17-41.

- Borchardt, Miriam, Marcelo Souza, Giancarlo M. Pereira, dan Claudia V. Viegas. 2018. "Achieving better revenue and customers' satisfaction with after-sales services: How do the best branded car dealerships get it?" *International Journal of Quality & Reliability Management*.
- BPJS Ketenagakerjaan. 2021. "Laporan Pengelolaan Program Tahun 2020." Jakarta, 31 Mei.
<https://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/kinerja-badan.html>.
- . 2022. "Laporan Pengelolaan Program Tahun 2021." Jakarta, 26 April.
<https://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/kinerja-badan.html>.
- . 2023. "Laporan Pengelolaan Program Tahun 2022." Jakarta, 12 Mei.
<https://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/kinerja-badan.html>.
- . 2021. "Laporan Tahunan 2020." Jakarta.
- . 2022. "Laporan Tahunan 2021." Jakarta.
- . 2020. "Laporan Terintegrasi 2019."
- . 2022. "Rencana Strategis 2022-2026."
- Darmawan, Didit, Samsul Arifin, dan Fajar Purwanto. 2020. "Studi Tentang Persepsi Nilai, Kepuasan, dan Retensi Pelanggan Kapal Penyebrangan Ujung - Kamal." *Jurnal Baruna Horison* (Jurnal Baruna Horison) 198-209.
- De Stefano, V. 2019. "The Rise of the "Just-in-Time Workforce": On-Demand Work, Crowd Work and Labour Protection in the "Gig-Economy"." *SSRN Electronic Journal*.
- Endartiwi, S S. 2018. "Persepsi Masyarakat untuk Mendaftarkan Menjadi Peserta Mandiri Jaminan Kesehatan Nasional." *Journal of Health Studies* 2 (2): 81-92.
- Friedman, G. 2014. "Workers without employers: shadow corporations and the rise of the gig economy." *Review of Keynesian Economics* 2 (2): 171-188.
- Gerpott, T. J., W. Rams, dan A. Schinder. 2001. "Customer Relation, Loyalty, and Satisfaction in the German Cellular Telecommunications Market." *Telecommunication Policy* 249-269.
- Hayuantias, Priska. 2018. "Analisis Personal Selling dan Keputusan Pembelian Program BPU (Bukan Penerima Upah) pada BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial) Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Cilandak." Jakarta: Politeknik Negeri APP Jakarta, Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.
- IFG Life. 2022. "Asuransi Syariah: Pengertian, Dasar Hukum, Jenis Perjanjian, dan Produk - Asuransi Jiwa dan Kesehatan Terpercaya di Indonesia." *IFG Life*. 3 July. Diakses June 13, 2023.
<https://ifg-life.id/2022/07/03/asuransi-syariah-pengertian-dasar-hukum-jenis-perjanjian-dan-produk/>.
- Jeng, D. J. F, dan T Bailey. 2012. "Assessing customer retention strategies in mobile telecommunications; Hybird MCDM approach." *Management Decision Original*.

- Keller, Kevin Lane, dan Philip Kotler. 2012. *Marketing Management*. Prentice Hall.
- Kurniawati, W, dan R D Rachmayanti. 2018. "Identifikasi Penyebab Rendahnya Kepsertaan JKN pada Pekerja Sektor Informal di Kawasan Pedesaan." *Jurnal Aadministrasi Kesehatan Indonesia* 6 (1): 33.
- Lasmi, Aida. 2022. "Strategi Pemasaran Produk Asuransi Investasi di Indonesia: Kajian Simulasi Premi Produk Asuransi Investasi Axa Mandiri." Disunting oleh Nuri Aslami. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5 (2).
- Munich Re Foundation. 2007. "Microinsurance Conference 2007 Making insurance work for the poor." India.
2022. *OttoPoint*. 30 July. ottopoint.id/id/article/akuisisi-vs-retensi-pada-bisnis-mana-lebih-baik.
- Pambudi, Luhur Sanitya. 2019. "Pelaksanaan Program Jaminan Sosial Ketenagakerjaan Bagi Pekerja Bukan Penerima Upah di Wilayah Kota Semarang Ditinjau Dari Permenaker Nomor 1 Tahun 2016,," 205-229.
<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/isrev/article/view/38439/15845>.
- Perwira, Daniel, Alex Arifianto, Asep Suryahadi, dan Sudarno Sumarto. 2003. "Perlindungan Tenaga Kerja Melalui Sistem Jaminan Sosial: Pengalaman Indonesia."
- Prudential Syariah. 2020. "Memahami Produk Unit Link Syariah." *Prudential Syariah*. Diakses June 13, 2023. <https://www.prudentialsyariah.co.id/id/pulse/article/memahami-produk-unit-link-syariah/>.
- Putri, Indry Anggraini. 2021. "Strategi Pemasaran Agen PT Prudential Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Prulink Syariah." Disunting oleh Nuri Islami. *VISA: Journal of Visions and Ideas* 1 (2).
- Radianti, Ami. 2022. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Asuransi Syariah." Disunting oleh Nuri Aslami. *Jurnal Pendidikan dan Agama Islam* 21 (2).
- Retnaningsih, Hartini. 2016. "Strategi Sistem Jaminan Sosial Nasional Bidang Ketenagakerjaan dalam Upaya Pelindungan Pekerja di Kota Surabaya dan Kota Pekanbaru." 157-172.
- Silaban, Rekson. 2017. "Perluasan Kepesertaan BPU BPJS Ketenagakerjaan Melalui Strategi Marketing Mix dan Regulasi." *Jurnal Institut BPJS Ketenagakerjaan*.
https://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/assets/uploads/tiny_mce/Jurnal/Jurnal%20Institut%20BPJS%20Ketenagakerjaan%20Volume-1.pdf.
- Siregar, Denny Jeremia. 2020. "Are Indonesian Social Security Providers Ready to Respond to New Forms of Employment in Online Platform Jobs?" Yogyakarta.
- Soemitra, Andri. 2015. *Asuransi Syariah*. Wal Ashri Publishing.

- Sridevi, H. 2017. "Persepsi Pekerja Mandiri Sektor Informal Terhadap Program Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan di Lubuk Pakam."
- Thornquist, A. 2019. "Truck Drivers in the Grey Area between Employment and Self-employment: Swedish Experiences." *Nordic Journal of Working Life Studies* 9.
- Tobing, Gindo L. 2015. "Korelasi Antara Ketersediaan Lapangan Kerja, Sistem Pengupahan dan Pekerjaan Sektor Informal." *Jurnal Hukum* 1 (2).
- Wahyudi, Sutoyo, Fikri Rizaldi, Daffa Iklil Dzakwan, dan Fandy Akbar. 2022. "Penerapan Customer Acquisition Dalam Pertumbuhan Bisnis Pada Dapoer Super Sambal Padang." *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi Vol 8 No. 2* 109-115.
- Widjaja, A. 2008. *Dasar dasar Customer Reliaionsip*. Jakarta: Management Harvindo.
- Williams, C, dan F Lapeyre. 2017. "Dependent Self-Employment: Trends, Challenges and Policy Responses in the EU." *SSRN Electronic Journal*.
- Zed, Mestika. 2004. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.