

## ANALISIS HUBUNGAN PERSEPSI BAURAN PEMASARAN DENGAN MINAT PETANI DALAM KEPESERTAAN BPJS KESEHATAN MANDIRI DI KECAMATAN PRACIMANTORO KABUPATEN WONOGIRI

Manja Mania, Sutopo Patria Jati, Eka Yunila Fatmasari  
Bagian Administrasi dan Kebijakan Kesehatan, Fakultas Kesehatan Masyarakat  
Universitas Diponegoro, Semarang  
Email : [manjmania11@gmail.com](mailto:manjmania11@gmail.com)

### ABSTRACT

*The membership aspect is an indicator of the success of BPJS Health. Farmers as one of the majority workers in Kecamatan Pracimantoro, thus contributing greatly in the membership BPJS Health. Preliminary study results show up to January 2017 household farmers who have been registered in the PBI amounted to 8,505 KK so that about 9,554 KK contribute in the independent participation. The purpose of this research is to know the description farmer interest and analyze factors related to farmer interest in participation of independent health BPJS through perception about marketing mix. This research uses quantitative method and cross sectional research type with sample of 100 farmers in Pracimantoro District, Wonogiri Regency. The results showed that the majority of farmers in Pracimantoro District are less interested in the participation of independent health BPJS (58%). The result of bivariate analysis shows that there is correlation between perception about product (Independent health BPJS) ( $p = 0,038$ ), perception about premium price ( $p = 0,009$ ), perception about promotion ( $p = 0,008$ ) with farmer interest of independent health BPJS. While unrelated factors were perception about location ( $p = 0,360$ ). It is recommended to health BPJS to increase promotion especially for farmers in rural areas that are difficult to reach. So farmers understand the concept of BPJS and willing to volunteer to register in the participation of independent health BPJS.*

**Key Words** : *Interest, Farmer, Independent health BPJS, perception, marketing mix*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

BPJS Kesehatan merupakan suatu badan hukum yang dibentuk untuk menyelenggarakan jaminan kesehatan nasional di Indonesia. Salah satu indikator keberhasilan penyelenggaraan JKN adalah aspek kepesertaan. Hingga Desember 2016 BPJS Kesehatan telah menjamin sebanyak 171.677.176 dari total jumlah penduduk Indonesia 255,5 juta atau sekitar 68,20%, sehingga 32,80% lainnya belum terjamin oleh BPJS Kesehatan. Sedangkan untuk jumlah peserta mandiri masih terbilang rendah yaitu sekitar 11,20% dari total keseluruhan peserta. Peserta mandiri mencakup pekerja informal. Berdasarkan Sakernas salah satu pekerja informal yang menjadi mayoritas di Indonesia adalah sektor pertanian yaitu sebesar 31,90%. Kabupaten Wonogiri memiliki pekerja informal paling banyak di sektor pertanian sebesar 53,91%.<sup>1</sup> BPJS KLOK Wonogiri sudah menjamin sekitar 51,38% peserta dengan kepesertaan mandiri paling rendah yaitu hanya 9% dari keseluruhan peserta. Kecamatan Pracimantoro merupakan salah satu wilayah dengan jumlah rumah tangga pertanian terbanyak di Kabupaten Wonogiri yaitu sebanyak 18.059 rumah tangga.<sup>2</sup> Menurut data TKSK (Tenaga Kesejahteraan Sosial Kecamatan) hingga Januari 2017 petani sebagai peserta PBI sebanyak 8505 KK atau sekitar 47,09%. Sehingga 52,91% lainnya memberikan kontribusi pada kepesertaan mandiri. Berdasarkan penelitian Arih petani merupakan pekerja sektor informal yang memberikan kontribusi paling sedikit dalam kepesertaan jaminan kesehatan komersial yaitu sebesar

0,1%. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan petani dalam kepesertaan BPJS Kesehatan mandiri masih rendah.<sup>3</sup>

Hasil survey pendahuluan kepada 10 petani di Kecamatan Pracimantoro yang belum terdaftar dalam BPJS Kesehatan. Didapatkan hasil 8 orang menyatakan kurang berminat dan 2 orang menyatakan berminat. Petani yang kurang berminat beralasan bahwa harga premi yang ditawarkan mahal, tidak adanya uang pengembalian karena BPJS menggunakan prinsip kegotongroyongan, dan menganggap bukan kebutuhan yang penting. Untuk petani yang berminat namun masih menunda mereka beralasan bahwa mereka belum tau informasi mengenai cara pendaftarannya, sehingga petani tidak segera untuk mendaftarkan diri.

Dalam kegiatan pemasaran BPJS Kesehatan, para pemasar menggunakan alat untuk mendapatkan tanggapan yang diinginkan dari pasar sasaran. Alat-alat itu membentuk suatu bauran pemasaran atau biasa disebut Marketing Mix. Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari *product*, *price*, *place*, dan *promotion*.<sup>4</sup> Berdasarkan data dan hasil survey pendahuluan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan persepsi bauran pemasaran dengan minat petani dalam kepesertaan BPJS Kesehatan mandiri di Kecamatan Pracimantoro Kabupaten Wonogiri.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan

pendekatan *cross sectional*. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Pracimantoro. Populasi penelitian adalah petani yang tidak terdaftar dalam peserta PBI maupun Mandiri sebanyak 9554 KK, dengan jumlah sampel sebesar 100 KK petani, yang dipilih berdasarkan *proportional random sampling*. Analisis data menggunakan analisis univariat dan bivariat dengan menggunakan uji *Chi square*.

### HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian menunjukkan mayoritas petani di Kecamatan Pracimantoro berada pada umur lansia (81%), dengan sebagian besar jenis petani kecil (64%), dengan mayoritas memiliki tingkat pendidikan dasar (93%) dan memiliki pendapatan rata-rata perbulan sedang (60%).

**Tabel 1. Distribusi Frekuensi Karakteristik responden**

Karakteristik	Kategori	f	%
Umur	Dewasa(26-45)	14	14
	Lansia (46-65)	81	81
	Manula(66 keatas)	5	5
Jenis petani	Petani gurem(<0,5ha)	17	17
	Petani kecil(0,5-1ha)	64	64
	Petani besar(>1ha)	19	19
Tingkat pendidikan	Dasar(SD-SMP)	93	93
	Tinggi(SMA/SMK)	7	7
Pendapatan	Rendah(<1.5jt)	29	29
	Sedang (1,51jt-2,5jt)	60	60
	Tinggi (2,51jt-3,5jt)	11	11

Petani yang kurang berminat dalam kepesertaan BPJS Kesehatan Mandiri lebih banyak dijumpai pada petani umur lansia (63%), dengan jenis petani besar (63,2%), kemudian petani dengan tingkat pendidikan dasar (60,2%) dan petani

dengan pendapatan sedang (68,3%).

**Tabel 2. Hasil tabulasi silang antara karakteristik dengan variabel terikat**

Karakteristik	Minat			
	Berminat		Kurang berminat	
	f	%	f	%
<b>Umur</b>				
Dewasa	10	71,4	4	28,6
Lansia	30	37,0	51	63,0
Manula	2	40,0	3	60,0
<b>Jenis petani</b>				
Petani Gurem	8	47,1	9	52,9
Petani kecil	27	42,2	37	57,8
Petani besar	7	36,8	12	63,2
<b>Pendidikan</b>				
Dasar	37	39,8	56	60,2
Menengah	5	71,4	2	28,6
<b>Pendapatan</b>				
Rendah	16	55,2	13	44,8
Sedang	19	31,7	41	68,3
Tinggi	7	63,6	4	36,4

Hasil distribusi frekuensi minat petani dalam kepesertaan BPJS Kesehatan Mandiri menunjukkan bahwa lebih banyak petani yang kurang berminat (58%). Petani memiliki persepsi kurang baik tentang produk (55%), memiliki persepsi kurang baik tentang harga premi (58%), memiliki persepsi kurang baik tentang promosi (58%), dan memiliki persepsi baik tentang lokasi (59%).

**Tabel 3. Rekapitulasi hasil bivariat menggunakan Chi Square**

Variabel	P-value	Keterangan
Persepsi tentang produk	0,038	Ada hubungan
Persepsi tentang harga premi	0,009	Ada hubungan
Persepsi tentang prmosi	0,008	Ada hubungan
Persepsi tentang lokasi	0,360	Tidak ada hubungan

## PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa petani di Kecamatan Pracimantoro lebih banyak yang kurang berminat dalam kepesertaan BPJS Kesehatan Mandiri sebesar 58%.

A. Hubungan persepsi bauran pemasaran dengan minat petani dalam kepesertaan BPJS Kesehatan Mandiri.

### 1. Persepsi tentang produk

Hasil uji Chi Square diperoleh p-value sebesar 0,038 ( $p < 0,05$ ) yang menunjukkan bahwa ada hubungan antara variabel persepsi tentang produk dengan minat dalam kepesertaan BPJS kesehatan Mandiri.

Menurut Adrian Payne produk merupakan konsep keseluruhan atas objek atau proses yang memberikan berbagai nilai bagi para pelanggan. Di bidang asuransi kesehatan, salah satu bauran produk yaitu berupa manfaat jaminan yang diberikan merupakan hal yang pertama dicari oleh konsumen. Apabila manfaat yang diberikan oleh jasa asuransi kurang memuaskan, hal tersebut akan menimbulkan pertimbangan-pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan pembelian atau tidak.<sup>5</sup>

Sebagian besar petani menilai BPJS Kesehatan Mandiri bukan kebutuhan yang mendesak. Petani juga kurang setuju dengan adanya prinsip gotong royong dimana tidak adanya uang pengembalian apabila kartu BPJS tidak terpakai dalam jangka waktu yang lama, dan petani menganggap BPJS Mandiri belum cukup meyakinkan meskipun ini program wajib pemerintah.

Berdasarkan penelitian Erna Toding (2013) yang menyatakan bahwa persepsi tentang produk memiliki hubungan dengan minat kembali dengan nilai  $p = 0,007$  ( $p < 0,05$ ). Penelitian tersebut

menjelaskan bahwa ketersediaan pelayanan kesehatan yang lebih lengkap dan berkualitas akan membuat pasien berminat berkunjung kembali ke pelayanan kesehatan tersebut.<sup>6</sup>

### 2. Persepsi tentang harga premi

Hasil uji Chi Square diperoleh p-value sebesar 0,009 ( $p < 0,05$ ) yang menunjukkan bahwa ada hubungan antara variabel persepsi tentang harga iuran premi dengan minat dalam kepesertaan BPJS Kesehatan Mandiri.

Berdasarkan Kotler dan Armstrong (2001) harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, dapat juga diartikan jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat yang diperoleh atau menggunakan produk atau jasa tersebut.<sup>4</sup>

Menurut Payne keputusan penetapan harga menentukan nilai bagi pelanggan dan memainkan peran penting dalam pembentukan citra bagi jasa tersebut. Bagi konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai apabila harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang dan jasa.<sup>5</sup>

Dari 3 kelas yang ditawarkan, mayoritas petani menilai harga iuran untuk kelas I dan II terbilang mahal. Sebagian besar petani juga menganggap manfaat prinsip kegotongroyongan kurang sesuai dengan harga premi yang ditawarkan. Selain itu sebagian besar petani belum memasukkan iuran BPJS Kesehatan ke dalam daftar pengeluaran kebutuhan mereka.

Berdasarkan penelitian Esti Yuandari (2014) menunjukkan bahwa persepsi tentang harga memiliki hubungan dengan minat pemanfaatan ulang pasien rawat

inap di Rumah sakit Sari Mulia Banjarmasin dengan nilai  $p=0,031$  ( $p<0,05$ ). Penelitian tersebut menjelaskan bahwa jika harga sesuai dengan kualitas atau manfaat yang baik maka pasien akan merasa puas. Sebaliknya jika harga tidak sesuai dengan kualitas dan manfaat yang kurang memadai maka pasien merasa tidak puas.<sup>7</sup>

3. Persepsi tentang promosi

Hasil uji Chi Square diperoleh p-value sebesar 0,009 ( $p < 0,05$ ) yang menunjukkan bahwa ada hubungan antara variabel persepsi tentang promosi dengan minat dalam kepesertaan BPJS Kesehatan Mandiri.

Menurut Tjiptono (2006) promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima. Sebuah produk barang atau jasa tidak akan dibeli apabila konsumen tidak mengetahui kegunaannya, keunggulannya, dimana produk dapat diperoleh dan berapa harganya. Untuk itulah konsumen yang menjadi sasarannya perlu diberikan informasi yang jelas.<sup>8</sup>

Sebagian besar petani menilai bahwa Informasi tentang cara pendaftaran BPJS Mandiri belum disebarluaskan ke masyarakat pedesaan khususnya ke petani, petani juga belum mendapatkan informasi tentang cara pendaftaran melalui brosur atau papan iklan. Selain itu sosialisasi yang sudah pernah dilakukan tidak memberikan informasi tentang cara pendaftaran secara jelas.

Berdasarkan penelitian Abdi Setiawan (2014) menunjukkan bahwa persepsi tentang promosi

memiliki hubungan dengan minat datang kembali dengan nilai  $p=0,005$  ( $p>0,05$ ). Penelitian tersebut menjelaskan bahwa mayoritas responden menilai bahwa promosi yang dilakukan oleh rumah sakit masih tidak baik karena responden sebagian besar hanya memperoleh informasi dari petugas ataupun temannya, dan tidak adanya promosi melalui media cetak maupun elektronik.<sup>9</sup>

4. Persepsi tentang lokasi

Hasil uji Chi Square diperoleh p-value sebesar 0,360 ( $p > 0,05$ ) yang menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara variabel persepsi tentang lokasi dengan minat dalam kepesertaan BPJS Kesehatan Mandiri.

Menurut Tjiptono (2006) pemilihan tempat atau lokasi sebagai sarana distribusi jasa harus memerlukan beberapa pertimbangan-pertimbangan yang diantaranya, akses yang mudah dijangkau dengan menggunakan sarana transportasi umum dan visibilitas yaitu lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.<sup>10</sup>

Namun hasil penelitian ini bertentangan dengan teori ataupun penelitian sebelumnya. Pada penelitian ini secara kebetulan lokasi tidak memiliki hubungan dengan minat petani dalam kepesertaan BPJS Mandiri. Maka dapat disimpulkan bahwa petani tidak mempertimbangkan lokasi untuk melakukan pendaftaran BPJS Mandiri. Karena bagi sebagian besar petani meskipun memiliki persepsi kurang baik maupun baik namun hal tersebut tidak menjadi pengaruh dalam hal minat atau tidaknya dalam kepesertaan BPJS Kesehatan Mandiri.

Berdasarkan penelitian Abdi Setiawan (2014) menunjukkan bahwa persepsi tentang lokasi tidak memiliki hubungan dengan minat datang kembali dengan nilai  $p=0,312$  ( $p>0,05$ ). Penelitian tersebut menjelaskan bahwa RSUD Tenriawaru tersebut sebagai rujukan masyarakat regional tenggara ataupun badan layanan kesehatan yang berada di daerah cakupannya sehingga rumah sakit ini menjadi pilihan utama dan lokasi tidak menjadi pertimbangan.<sup>9</sup>

### KESIMPULAN

1. Lebih banyak petani yang kurang berminat dalam kepesertaan BPJS Kesehatan Mandiri (58%) dibandingkan dengan yang berminat dalam kepesertaan BPJS Kesehatan Mandiri (42%).
2. petani berusia lansia yaitu sekitar 46-65 tahun (81%), dengan jenis petani kecil (64%), petani memiliki pendidikan terakhir yaitu pendidikan dasar (SD-SMP) 93%, dan mayoritas keluarga petani memiliki pendapatan rata-rata sedang berkisar 1.500.000-2.500.000 (60%).
3. Petani yang kurang berminat dalam kepesertaan BPJS Kesehatan Mandiri lebih banyak dijumpai pada petani umur lansia (63%), dengan jenis petani besar (63,2%), kemudian petani dengan tingkat pendidikan dasar (60,2%) dan petani dengan pendapatan sedang (68,3%).
4. Ada hubungan antara persepsi tentang produk (0,038), persepsi tentang harga premi (0,009), persepsi tentang promosi (0,008) dengan minat petani dalam kepesertaan BPJS Kesehatan Mandiri. Sedangkan tidak ada hubungan antara persepsi tentang lokasi (0,360) dengan minat petani dalam kepesertaan BPJS Kesehatan Mandiri.

### SARAN

#### Bagi BPJS Kesehatan

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa petani belum terpapar informasi secara jelas mengenai cara pendaftaran BPJS Kesehatan Mandiri oleh karena itu perlu adanya sosialisasi kembali untuk meningkatkan pemahaman petani mengenai cara pendaftaran BPJS Kesehatan Mandiri.
2. Hasil penelitian petani menyatakan bahwa mereka kurang berminat untuk menjadi peserta BPJS Mandiri karena memiliki persepsi kurang baik dengan manfaat prinsip kegotongroyongan. Oleh karena itu upaya penyempurnaan manfaat produk perlu dilakukan untuk menarik minat petani dengan cara adanya peningkatan pemahaman kepada petani melalui sosialisasi mengenai tujuan prinsip kegotongroyongan tersebut mengingat BPJS Kesehatan merupakan asuransi sosial. Sehingga citra produk BPJS tidak buruk di mata petani/konsumen.

#### Bagi mahasiswa

1. Dapat dilakukan penelitian lanjutan mengenai pengaruh dari variabel-variabel yang berhubungan dengan minat menjadi peserta BPJS Mandiri dengan menggunakan sampel yang lebih banyak. Sehingga dapat menjadi bahan masukan bagi BPJS Kesehatan.

### DAFTAR PUSTAKA

1. Badan Penyelenggara Jaminan Sosial. <https://www.bpjs-kesehatan.go.id/bpjs/>. Accessed January 1, 2016.
2. Badan Pusat Statistik Wonogiri. Kecamatan Pracimantoro Dalam Angka 2016.

- <https://wonogirikab.bps.go.id/>.  
Published 2016. Accessed  
January 7, 2017.
- 2012:1-14.
10. Tjipjono F. *Manajemen Jasa*.  
Yogyakarta: PENERBIT  
ANDI; 2006.
3. Intiasari AD, Sektor M,  
Intiasari AD, Trisnantoro L,  
Hendrartini J. Potret  
Masyarakat Sektor Informal Di  
Indonesia : Kesehatan  
Sebagai Upaya Perluasan  
Kepesertaan Pada Skema  
Non Pbi Mandiri Portrait Of  
The Informal Sector In  
Indonesia : Assessing The  
Probability Data Riskesdas  
Tahun 2013 menunjukkan  
gam- Perluasan kepeser.  
2015;4(4):126-132.
4. Kotler P, Armstrong G.  
*Prinsip-Prinsip Pemasaran*.  
kedelapan. Jakarta: Erlangga;  
2001.
5. Payne A. *Pemasaran Jasa*.  
Yogyakarta: PENERBIT  
ANDI; 1993.
6. Toding E, Palutturi S.  
Hubungan Bauran Pemasaran  
dengan Minat Kembali Pasien  
Rawat Inap RSIA Elim  
Makassar. 2013:1-14.
7. Yuandari E. Hubungan Mutu  
Pelayanan Perawat, Harga  
dan Fasilitas dengan Minat  
Pemanfaatan Ulang Pasien  
Rawat Inap di Rumah Sakit  
Sari Mulia Banjarmasin Tahun  
2013. 2014.
8. Tjipjono F. *Strategi  
Pemasaran*. Yogyakarta:  
PENERBIT ANDI; 1997.
9. Setiawan A, Hamzah A.  
HUBUNGAN BAURAN  
PEMASARAN DENGAN  
MINAT KEMBALI PASIEN  
RAWAT INAP RSUD  
TENRIAWARU BONE.

