

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 BPJS Ketenagakerjaan**

##### 2.1.1 Pengertian BPJS Ketenagakerjaan

(Nisa' & Atmaja, 2021) BPJS Ketenagakerjaan merupakan sebuah badan hukum yang diselenggarakan untuk umum bertujuan untuk melindungi seluruh pekerja di Indonesia. Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS Ketenagakerjaan) dibentuk pada 1 Januari 2014. Pendirian BPJS Ketenagakerjaan didasari oleh Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional dan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial. Kemudian per tanggal 1 Juli 2015 BPJS Ketenagakerjaan resmi menyelenggarakan program jaminan sosial untuk pekerja. Adapun program jaminan BPJS Ketenagakerjaan tersebut seperti : Jaminan Pensiun (JP), Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), Jaminan Hari Tua (JHT) dan Jaminan Jaminan Kematian (JKM). Kemudian pada tanggal 11 Februari 2022 BPJS Ketenagakerjaan resmi meluncurkan program Jaminan Kehilangan Pekerjaan (JKP) dan peserta BPJS akan secara otomatis terdaftar. Program JKP diperuntukkan untuk segmen Penerima Upah seperti pekerja kantoran dan buruh pabrik yang memenuhi kriteria sebagai berikut :

- a. WNI
- b. Belum mencapai usia 54 tahun saat terdaftar menjadi peserta
- c. Pekerja pada PK/BU Skala Usaha Menengah dan Besar yang sudah mengikuti 4 Program (JKK, JKM, JHT, dan JP)

- d. Pekerja pada PK/BU Skala Kecil dan Mikro dengan minimal ikut 3 program (JKK, JKM dan JHT)
- e. Terdaftar sebagai Pekerja Penerima Upah pada Badan Usaha Program JKN BPJS Kesehatan. (BPJS Ketenagakerjaan, 2021a)

#### 2.1.2 Program BPJS Ketenagakerjaan

BPJS Ketenagakerjaan memiliki 5 program yaitu : Jaminan Kematian (JKM), Jaminan Hari Tua (JHT), Jaminan Pensiun (JP), dan Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), Jaminan Kehilangan Pekerjaan (JKP), akan tetapi program yang dapat diikuti oleh pekerja sektor informal ada 3 jenis yaitu :

##### 1. Jaminan Hari Tua ( JHT)

Program perlindungan yang diselenggarakan dengan tujuan untuk menjamin agar peserta menerima uang tunai apabila memasuki masa pension atau usia 56 tahun, cacat total tetap, atau meninggal dunia, dan berhenti kerja (PHK, mengundurkan diri meninggalkan Indonesia

untuk selamanya) kemudian untuk pengambilan Sebagian untuk tenaga kerja dengan minimal kepesertaan 10 tahun.

## 2. Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK)

Program tersebut merupakan program perlindungan resiko kecelakaan kerja yang dapat dialami oleh pekerja pada saat bekerja. Manfaat yang diberikan berupa uang tunai atau pelayanan Kesehatan pada saat Pekerja mengalami kecelakaan kerja, dimulai saat perjalanan Peserta menuju tempat kerja sampai Kembali ke rumahnya atau penyakit yang diakibatkan oleh lingkungan bekerja.

## 3. Jaminan Kematian (JKM)

Meninggal dunia bukan akibat kecelakaan kerja atau Penyakit kerja. JKM diberikan untuk membantu meringankan beban keluarga dalam bentuk biaya pemakaman, santunan kematian, dan santunan berkala serta beasiswa untuk 2 orang anak peserta yang memenuhi masa iur minimal 3 tahun dan memenuhi persyaratan sesuai dengan ketentuan. (BPJS Ketenagakerjaan, 2021)

### 2.1.3 Iuran

Iuran adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan secara teratur oleh Peserta dan/ atau Pemberi Kerja (PP Pasal (1) Nomor 5 Tahun 2021). Program pelaksanaan penyelenggara jaminan sosial tenaga kerja bagi pekerja informal merujuk pada Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, meliputi: 1) Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK); 2) Jaminan Kematian (JKM); dan 3) Jaminan Hari Tua (JHT). Iuran ditetapkan oleh BPJS Ketenagakerjaan adalah nilai nominal tertentu berdasarkan upah sekurang-kurangnya setara dengan Upah Minimum

Provinsi atau Kabupaten/Kota. Besaran iuran yang harus dibayarkan menurut BPJS Ketenagakerjaan yaitu: 1) Jaminan Kecelakaan Kerja sebesar 1% (satu persen); 2) Jaminan Hari Tua sebesar 2% (dua persen); dan 3) Jaminan Kematian dengan iuran terendah sebesar Rp 6.800,-, peserta informal sudah dapat memiliki perlindungan JKK dan JKM. Jumlah premi tersebut tergolong murah dibandingkan asuransi swasta, bahkan premi tersebut dapat memberikan manfaat yang besar oleh peserta jika terjadi risiko seperti kecelakaan kerja. (Litbang & Pekalongan, 2021)

Berikut adalah simulasi perhitungan menurut BPJS Ketenagakerjaan Tahun 2021 :

Program	Upah	Jumlah iuran
JHT	Rp 1.000.000	20.000
JKK		10.000
JKM		6.800
Total		36.800
Pembayaran di muka 3 Bulan		110.000

**Gambar 2.1 Tabel Iuran**

#### 2.1.4 Manfaat

Tiga manfaat untuk program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), Jaminan Hari Tua (JHT), dan Jaminan Kematian (JKM) yaitu :

##### 1. Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK)

Untuk pelayanan kesehatan yang sesuai dengan kebutuhan medis meliputi :

- a. Pemeriksaan dasar dan penunjang;

- b. Perawatan tingkat pertama dan lanjutan;
- c. Rawat inap kelas I rumah sakit pemerintah, rumah sakit pemerintah daerah, atau rumah sakit swasta yang setara;
- d. Perawatan intensif;
- e. Penunjang diagnostik;
- f. Penanganan, termasuk komorbiditas dan komplikasi yang berhubungan dengan kecelakaan kerja dan penyakit akibat kerja;
- g. Pelayanan khusus;
- h. Alat kesehatan dan implant;
- i. Jasa dokter / medis;
- j. Operasi;
- k. Pelayanan darah;
- l. Rehabilitasi medik;
- m. Pemeriksaan diagnostik dalam penyelesaian kasus penyakit akibat kerja.
- n. Perawatan di rumah (homecare) diberikan dengan ketentuan sebagai berikut:
  - 1) Diberikan kepada peserta yang tidak memungkinkan melanjutkan pengobatan ke rumah sakit karena keterbatasan fisik dan/atau kondisi geografis;
  - 2) Diberikan berdasarkan rekomendasi dokter;
  - 3) Dilaksanakan oleh fasilitas kesehatan yang bekerjasama dengan BPJS Ketenagakerjaan;

- 4) Diberikan maksimal 1 (satu) tahun dengan batasan biaya paling banyak sebesar Rp. 20.000.000,00 (dua puluh juta rupiah).

2. Santunan berupa uang meliputi :

a. Penggantian biaya transportasi dengan rincian :

- 1) Transportasi darat, sungai atau danau maksimal sebesar Rp. 5.000.000,00 (lima juta rupiah);
- 2) Transportasi laut maksimal sebesar Rp. 2.000.000,00 (dua juta rupiah);
- 3) Transportasi udara maksimal sebesar Rp. 10.000.000,00; dan
- 4) Jika menggunakan lebih dari 1 (satu) angkutan maka berhak atas biaya paling banyak dari masing-masing angkutan yang digunakan

b. Santunan sementara tidak mampu bekerja (STMB) dengan rincian sebagai berikut :

- 1) 6 (enam) bulan pertama akan diberikan sebesar 100% (seratus persen) dari upah
- 2) 6 (enam) bulan kedua akan diberikan sebesar 100% (seratus persen) dari upah
- 3) 6 (enam) bulan ketiga dan seterusnya diberikan sebesar 50% (lima puluh persen) dari upah.

c. Santunan Cacat meliputi :

- 1) Cacat sebagian anatomis sebesar % sesuai tabel cacat x 80 x upah sebulan;

- 2) Cacat sebagian fungsi sebesar % berkurangnya fungsi x % sesuai tabel cacat x 80 x upah sebulan;
  - 3) Cacat total tetap sebesar 70% x 80 x upah sebulan.
- d. Santunan kematian sebesar 60% x 80 x upah sebulan, paling sedikit sebesar santunan kematian JKM.
  - e. Biaya pemakaman sebesar Rp. 10.000.000,00.
  - f. Santunan berkala diberikan jika peserta mengalami cacat total tetap atau meninggal dunia akibat kecelakaan kerja atau penyakit akibat kerja dan dibayarkan sekaligus sebesar Rp. 12.000.000 (dua belas juta rupiah).
  - g. Rehabilitasi berupa alat bantu (orthose) dan/atau alat ganti (prothese) bagi peserta yang anggota badannya hilang atau tidak berfungsi akibat Kecelakaan Kerja untuk setiap kasus dengan patokan harga yang ditetapkan oleh Pusat Rehabilitasi Rumah Sakit Umum Pemerintah ditambah 40% (empat puluh persen) dari harga tersebut serta biaya rehabilitas medik.
  - h. Penggantian biaya gigi tiruan maksimal Rp. 5.000.000,00 (lima juta rupiah).
  - i. Penggantian alat bantu dengar maksimal Rp. 2.500.000,00 (dua juta lima ratus ribu rupiah).
  - j. Penggantian biaya kacamata maksimal Rp. 1.000.000,00 (satu juta rupiah).
  - k. Beasiswa untuk paling banyak 2 (dua) orang anak peserta dan diberikan jika peserta mengalami cacat total tetap atau meninggal dunia akibat

kecelakaan kerja atau penyakit akibat kerja dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Diberikan berkala setiap tahun sesuai dengan tingkat pendidikan anak dengan rincian sebagai berikut :
  - a) Pendidikan TK sebesar Rp. 1.500.000,00/orang/tahun, maksimal 2 (dua) tahun;
  - b) Pendidikan SD/ sederajat sebesar Rp. 1.500.000,00/orang/tahun, maksimal 6 (enam) tahun;
  - c) Pendidikan SMP/ sederajat sebesar Rp. 2.000.000,00/orang/tahun, maksimal 3 (tiga) tahun;
  - d) Pendidikan SMA/ sederajat sebesar Rp. 3.000.000,00/orang/tahun, maksimal 3 (tiga) tahun;
  - e) Pendidikan tinggi maksimal Strata 1 (S1) atau pelatihan sebesar Rp. 12.000.000,00/orang/tahun, maksimal 5 (lima) tahun.
- 2) Pengajuan klaim beasiswa dilakukan setiap tahun.
- 3) Bagi anak dari peserta yang belum memasuki usia sekolah sampai dengan sekolah di tingkat dasar pada saat peserta meninggal dunia atau mengalami cacat total tetap, beasiswa diberikan pada saat anak memasuki usia sekolah.
- 4) Beasiswa berakhir pada saat anak peserta mencapai usia 23 (dua puluh tiga) tahun atau menikah atau bekerja.

### 3. Jaminan Hari Tua (JHT)

Manfaat berupa uang tunai yang besarnya adalah akumulasi seluruh iuran yang telah dibayarkan ditambah dengan hasil pengembangannya.

Untuk uang tuani yang di bayarkan berupa :

a. Apabila peserta :

- 1) Mencapai usia 56 tahun
- 2) Berhenti bekerja karena mengundurkan diri dan sedang tidak aktif bekerja dimanapun
- 3) Terkena pemutusan hubungan kerja, dan sedang tidak aktif bekerja dimanapun
- 4) Meninggalkan wilayah Indonesia untuk selamanya
- 5) Cacat total tetap
- 6) Meninggal dunia.

b. Sebagian maksimal 10% dalam rangka persiapan memasuki masa pensiun atau maksimal 30% untuk kepemilikan rumah apabila peserta memiliki masa kepesertaan paling sedikit 10 tahun, dan hanya dapat diambil maksimal 1 kali.

#### 4. Jaminan Kematian (JKM)

Diberikan dalam bentuk uang tunai berupa santunan kematian, santunan berkala pemakaman dan beasiswa pendidikan anak, kemudian akan diberikan jika peserta meninggal dunia dalam masa kepesertaan aktif, yang terdiri dari :

- a. Santunan kematian sebesar Rp. 20.000.000,00 (dua puluh juta rupiah);
- b. Santunan berkala yang dibayarkan sekaligus sebesar Rp. 12.000.000,00 (dua belas juta rupiah);

- c. Biaya pemakaman sebesar Rp. 10.000.000,00 (sepuluh juta rupiah); dan
- d. Beasiswa untuk paling banyak 2 (dua) orang anak peserta dan diberikan jika peserta telah memiliki masa iur minimal 3 (tiga) tahun dan meninggal dunia bukan akibat kecelakaan kerja atau penyakit akibat dengan ketentuan sebagai berikut :

1) Diberikan berkala setiap tahun sesuai dengan tingkat pendidikan anak dengan rincian sebagai berikut :

- a) Pendidikan TK sebesar Rp.1.500.000,00/orang/tahun, maksimal 2 (dua) tahun;
- b) Pendidikan SD/ sederajat sebesar Rp. 1.500.000,00/orang/tahun, maksimal 6 (enam) tahun;
- c) Pendidikan SMP/ sederajat sebesar Rp. 2.000.000,00/orang/tahun, maksimal 3 (tiga) tahun;
- d) Pendidikan SMA/ sederajat sebesar Rp. 3.000.000,00/orang/tahun, maksimal 3 (tiga) tahun;
- e) Pendidikan tinggi maksimal Strata 1 (S1) atau pelatihan sebesar Rp. 12.000.000,00/orang/tahun, maksimal 5 (lima) tahun.

2) Pengajuan klaim beasiswa dilakukan setiap tahun.

3) Bagi anak dari peserta yang belum memasuki usia sekolah sampai dengan sekolah di tingkat dasar pada saat peserta meninggal dunia atau mengalami cacat total tetap, beasiswa diberikan pada saat anak memasuki usia sekolah.

- 4) Beasiswa berakhir pada saat anak peserta mencapai usia 23 (dua puluh tiga) tahun atau menikah atau bekerja.

#### 2.1.5 Kepesertaan

Berdasarkan ketentuan Pasal 15 ayat (1) Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2004 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) mengatur bahwa pemberi kerja wajib mengikutsertakan pekerja dalam program jaminan sosial ketenagakerjaan. Peserta dalam BPJS Ketenagakerjaan adalah setiap orang, termasuk orang asing yang bekerja paling singkat 6 (enam) bulan di Indonesia, yang telah membayar iuran. Setiap peserta berupa perusahaan yang mengikutsertakan tenaga kerja/buruhnya berhak memenuhi ketentuan dan persyaratan peserta BPJS Ketenagakerjaan. Dalam peserta BPJS Ketenagakerjaan terdapat dua jenis peserta meliputi :

1. Penerima Upah (PU)
2. Pekerja penerima upah adalah setiap orang yang bekerja dengan menerima gaji, upah, atau imbalan dalam bentuk lain dari pemberi kerja. Pekerja penerima upah biasanya selalu terikat dengan perjanjian kontrak kerja mengenai anggaran gaji, waktu kerja dan sarana prasarana selama bekerja.
3. Bukan Penerima Upah (BPU)
4. Pekerja bukan penerima upah adalah orang yang bekerja melakukan kegiatan atau usaha ekonomi secara mandiri untuk memperoleh penghasilan dari hasil kegiatan atau usahanya. Pekerja ini dapat mengikuti program BPJS Ketenagakerjaan secara bertahap dengan

memilih program sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan peserta.  
(Ezah W, 2019)

#### 2.1.6 Pekerja Sektor Informal

Tenaga kerja pada sektor usaha informal disebut juga tenaga kerja yang bekerja diluar hubungan kerja. Usaha informal dianggap telah berjasa sebagai katub pengamanan karena mampu menyerap tenaga kerja yang tidak terserap oleh sektor usaha formal. Hal ini disebabkan sektor usaha informal mudah dimasuki dan menerima tenaga kerja yang tidak memiliki tingkat pendidikan yang tinggi dan ketrampilan tertentu. Pada umumnya tenaga kerja pada usaha-usaha informal belum terjangkau oleh upaya-upaya pembinaan dan perlindungan tenaga kerja yang berkesinambungan.(Ezah W, 2019)

Pekerja yang berusaha dibantu buruh tetap/buruh dibayar diperkirakan merupakan kelompok pekerja di sektor informal yang Bukan Penerima Upah (BPU), sedangkan kelompok buruh atau pegawai merupakan kelompok pekerja di sektor formal yang Penerima Upah (PU).

Kelompok pekerja informal terdiri dari :

1. Berusaha sendiri
2. Berusaha dibantu buruh tidak tetap/buruh tidak dibayar
3. Pekerja bebas di pertanian
4. Pekerja bebas di non pertanian
5. Pekerja keluarga/tak dibayar. (Khoirurraman Nasution Aulia et al., 2021)

## 2.2 Strategi

### 2.2.1 Pengertian Strategi

Kata strategi awalnya berasal dari bahasa Yunani yaitu “strategos”, yang artinya “a general set of maneuver carried out to overcome an enemy during combat”, dalam bahasa Indonesia yaitu sekumpulan senjata yang digunakan untuk memerangi musuh selama peperangan. Pada saat itu, istilah strategi berawal pada kalangan militer dan secara eksplisit sering disebut sebagai “kiat yang digunakan oleh para jenderal untuk memenangkan suatu peperangan (Arifudin, 2021).

Mintzberg mengatakan bahwa strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk tercapainya tujuan secara efektif. Strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan implementasi misinya. (Khoirurraman Nasution Aulia et al., 2021)

### 2.2.2 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" yaitu :

#### 1. 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 Blitar memberikan mutu produk yang baik, dengan berupa 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 (BPU) menjadi tertarik untuk menggunakan produk yang ditawarkan tersebut.

#### 2. Harga (*Price*)

Untuk kategori golongan Bukan Penerima Upah (BPU), Harganya telah ditentukan supaya bagi Golongan Bukan 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.

### 3. Promosi (*Promotion*)

Menurut pendapat Alma Promosi merupakan bentuk komunikasi dalam bidang pemasaran yang dilakukan dengan tujuan menyebarkan 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.”

### 4. 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. (Anastasia & Novita, 2022)

Dengan perkembangan zaman para ahli merasa 4P masih belum mencukupi di bidang bauran pemasaran, kemudian para ahli menambahkan dengan 3P yaitu :

1. *People*

(Hermawan Kartajaya,2000) Mengatakan bahwa Manusia di dalam perusahaan harus memiliki tanggung jawab terhadap kelangsungan hidup perusahaan sehingga manusia di dalam perusahaan dapat bertindak sebagai marketer. Target pemasaran terdiri dari pembeli yang membutuhkan saham umum atau karakteristik yang diputuskan perusahaan untuk melayani target pemasaran bisa memuat beberapa perbedaan tingkat. Sebuah produk fokus terhadap target pemasaran yang spesifiknya memiliki perbedaan yang tajam dengan satu strategi pemasaran dari masa pemasaran. Mendefinisikan target pemasaran membutuhkan segmentasi pemasaran, proses dari pembagian secara keseluruhan pemasaran dan memisahkan itu untuk dikelola berdasarkan dari demografis menemukan karakteristik dari bagian yang menggunakan geografi, demografi, psikologi, perilaku, dan atau teknografi.

- a. Pemisahan dan penargetan di segmen ini dalam pemasaran berdasarkan karakteristik.
- b. Memeriksa untuk melihat apakah ada segmen pemasaran yang cukup luas untuk mendukung produk yang dikelompokkan.
- c. Ketika target pemasaran ditentukan, pengelompokan bisa dikembangkan dengan strategi pemasaran ke target pemasaran

## 2. *Process*

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri dari prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas dan hal-hal lain dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen. Proses dapat dibedakan dalam dua cara, yaitu :

- a. *Complexity*; hal ini berhubungan dengan langkah-langkah dan tahap dalam proses.
- b. *Divergence*; berhubungan dengan adanya perubahan dalam langkah atau tahap proses.

## 3. *Physical evidence*

Bukti fisik atau *physical evidence* merupakan petunjuk visual atau berwujud lainnya yang memberi bukti atas kualitas jasa. Gedung, tanah, kendaraan, perabotan interior, perlengkapan, anggota staf, tanda-tanda, barang cetakan, dan petunjuk yang terlihat lainnya yang memberi bukti atas kualitas jasa. Perusahaan jasa perlu mengelola bukti fisik secara hati-hati karena dapat mempengaruhi kesan pelanggan. Dalam pemasaran jasa yang hanya memiliki sedikit elemen berwujud, seperti asuransi, iklan yang sering digunakan untuk menciptakan lambing-lambang bermakna tertentu. Misalnya, payung mungkin melambangkan perlindungan dan benteng melambangkan keamanan.

Ketiga unsur tersebut sangat berkaitan dengan sifat jasa produksi/operasi, sehingga konsumen yang merupakan suatu rangkaian tidak dapat dipisahkan, konsumen juga dikutsertakan dengan pemberi jasa secara langsung agar terjadi interaksi antara kedua belah pihak.

### 2.2.3 Strategi Pemasaran Jasa

Menurut Lupiyoadi (2006:5), pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.

(Gunawan, 2014) Mengatakan bahwa terdapat beberapa pendekatan pemasaran untuk jasa yaitu : 1) menggunakan lebih dari 4 P, Pada industri jasa disamping menggunakan 4 P (product, price, promotion dan place) sebagai elemen dari bauran pemasaran juga digunakan P yang lain yaitu *people, packaging, programming, dan partnership*. 2) besarnya arti promosi dari mulut ke mulut. 3) lebih menggunakan pertimbangan emosional dalam promosi. 4) konsep baru agar membangun suatu pemasaran yang lebih *relevan* maka ada 2 strategi yakni:

#### 1. Strategi inovasi produk

Dalam melakukan inovasi terdapat 4 prinsip yang diantaranya berupa:

- a. keharusan inovasi dimulai dari analisis industri dan pasar, agar efektif inovasi dimulai dari hal yang kecil (tidak butuh banyak tenaga dan biaya) dan harus mengarah ke market leader,
- b. sedapat mungkin dihindari inovasi jangka panjang yang belum ada trend ke arah itu,
- c. jeli melihat peluang yang sesuai dengan strategi perusahaan dan juga jeli melihat perubahan perilaku nasabah,
- d. konservatif, harus didasarkan pada analisa peluang dengan resiko minimal.

#### 2. Strategi membangun kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan menjadi barometer apakah suatu produk telah diterima dengan baik oleh masyarakat dan dijadikan sebagai alternative pemanfaatannya.

Kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan:

- a. memperkecil kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dengan pelanggan,
- b. harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi dalam perbaikan,
- c. memberi kesempatan pelanggan untuk menyampaikan keluhan,
- d. mengembangkan *accountable marketing*, *proaktiv*, dan *partnership* sesuai dengan situasi pemasaran.

#### 2.2.4 Konsep Strategi Pemasaran

##### 1. Segmentasi pasar

(Rambat Lupiyoadi & A. Hamdani, 2006) Mengungkapkan bahwa Segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang dibedakan menurut kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku, yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda. Adapun tujuan yang diterapkan segmentasi pasar adalah :

- a. Untuk melayani konsumen secara lebih baik dan memperbaiki posisi kompetitif perusahaan terhadap pesaing,
  - b. Meningkatkan penjualan, meningkatkan pangsa pasar, melakukan komunikasi dan promosi yang lebih baik, serta memperkuat citra.
- Suatu pemasaran yang berhasil pasti membutuhkan segmentasi pasar tanpa adanya segmentasi pasar tidak akan dapat bertahan dalam jangka waktu yang Panjang.

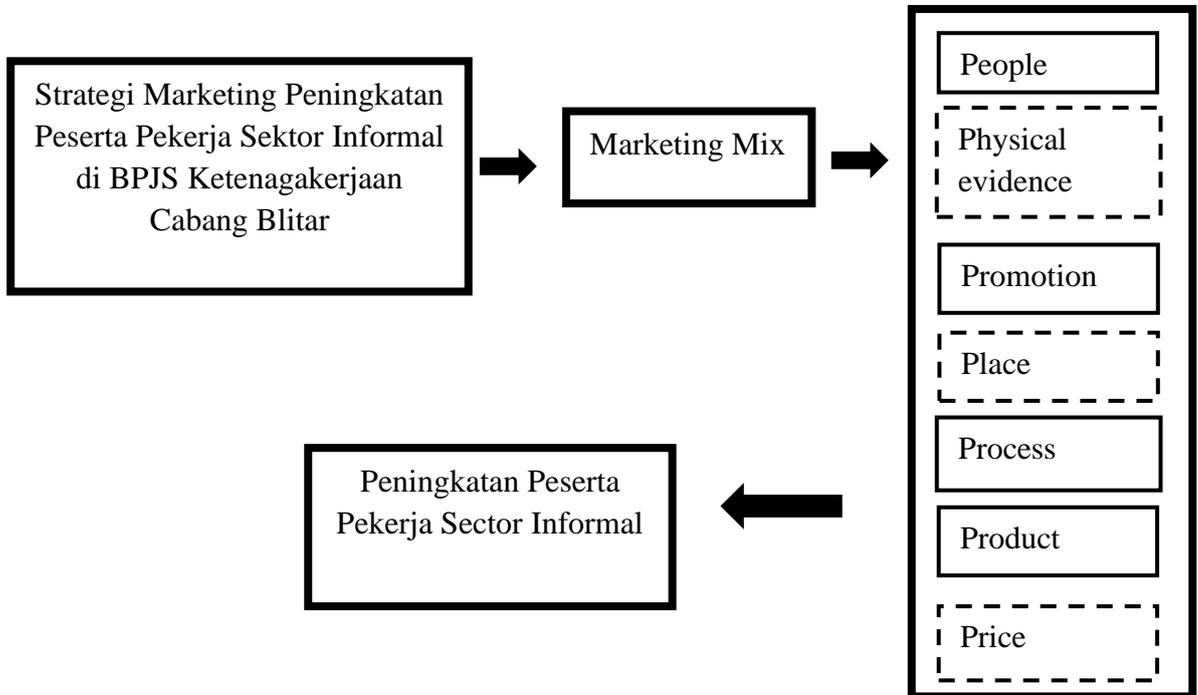
##### 2. *Positioning*

Dalam menentukan posisi pasar bagi produk ataupun jasa suatu perusahaan sangat penting dalam menentukan posisi yang lebih unggul. Untuk mendapatkan posisi pasar yang unggul dapat dengan menentukan strategi yang benar agar produk tepat sasaran.

### 3. *Targeting*

Targeting artinya mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian melalui salah satu segmen pasar atau lebih untuk dilayani. Menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangkan ukuran-ukuran dan daya tarik segmen kemudian memilih segmen sasaran yang diinginkan. Targeting adalah suatu proses mengevaluasi beragam segmen dan memutuskan berapa banyak dan mana yang akan dibidik. Dalam mengevaluasi segmen-segmen pasar berbeda. Perusahaan harus melihat pada tiga faktor yaitu ukuran segmen, daya tarik segmen, dan tujuan serta sumber daya perusahaan. Sedangkan memilih segmen pasar dapat dilakukan pada segmen tunggal, beberapa segmen, atau semua segmen. (PURTANTI, 2019)

### 2.3 Kerangka Konsep



(Tjiptono Fandy's (2008) serta Tull & Kahle (1990))

**Gambar 2.2 Kerangka Konsep**

**Keterangan :**

 = Variabel yang diteliti

 = Variabel yang tidak diteliti