

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, banyak perusahaan sektor publik yang memiliki tuntutan dari masyarakat untuk dapat memenuhi kebutuhan dari publik itu sendiri. Salah satu tuntutan tersebut adalah dapat melayani permasalahan yang dialami oleh masyarakat secara umum dengan optimal. Secara optimal yang dimaksud adalah adanya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan ataupun karyawan yang bekerja di perusahaan telah menyenangkan publik, terutama apabila perusahaan tersebut bergerak di bidang pelayanan publik. (Robertus, 2014)

Salah satu cara untuk mengetahui apakah pelayanan publik yang dilakukan oleh perusahaan telah sesuai dengan harapan publik dan juga dikelola dengan benar adalah dengan mengukur seberapa besar tingkat kepuasan konsumen. Penilaian kepuasan konsumen pada perusahaan yang bergerak di sektor publik sangatlah penting untuk dilakukan, agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan, dan juga dapat digunakan untuk menilai keberhasilan kinerja perusahaan. Perusahaan yang bergerak di sektor publik seharusnya bukan berorientasi untuk mencari laba (*profit oriented*).

Menurut Kotler (dalam Fandy Tjiptono, 2004), jasa merupakan tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik dan bukan fisik. Maksudnya, jasa yang berhubungan dengan produk fisik adalah jasa yang memerlukan produk fisik sebagai persyaratan utama, namun jasa dapat juga merupakan sebarang pelayanan yang diberikan seseorang maupun sebuah instansi / lembaga pada orang lain, kelompok lain, dan juga

instansi lain. Konsumen tidak saja sekedar membeli suatu produk atau barang, tetapi juga meliputi segala aspek pelayanan yang melekat pada produk atau barang tersebut, mulai dari tahap pra pembelian hingga tahap purna beli.

Adanya keinginan ataupun kebutuhan dari individu untuk menggunakan produk jasa dapat diakomodir oleh perusahaan Badan Penyedia Jaminan Sosial (yang selanjutnya akan disebut BPJS) Ketenagakerjaan. Perusahaan ini sebagai salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara jasa yang cukup besar, salah satunya terdapat di kota Bandung. BPJS Ketenagakerjaan dulu bernama PT. Jamsostek (persero) merupakan perusahaan milik pemerintah yang bergerak di bidang pelayanan program jasa asuransi kepada konsumen, yang dalam hal ini adalah setiap karyawan dari perusahaan-perusahaan kepesertaan. Program-program yang terdapat di dalam BPJS ketenagakerjaan ada 4 program utama, dan 2 program sampingan. Program utama adalah program yang menjadi keunggulan ataupun daya jual terbesar dari BPJS Ketenagakerjaan, biasanya program ini selalu ditawarkan menjadi satu paket kepada konsumen sehingga nantinya konsumen akan langsung terdaftar pada keempat program tersebut. Program sampingan adalah program yang bersifat sekunder dari BPJS Ketenagakerjaan, dalam program ini peserta diberikan kebebasan untuk mengikuti program ataupun tidak mengikuti.

Program utamanya, yaitu : Program Jaminan Hari Tua (JHT), program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), program Jaminan Kematian (JKM), dan program Jaminan Pensiun. Program yang termasuk ke dalam program sampingan adalah Bukan Penerima Upah (BPU), dan Program Jasa Konstruksi. Program JHT adalah suatu program di dalam BPJS ketenagakerjaan yang memberikan layanan berupa pemberian uang tunai kepada peserta yang telah memasuki masa pensiun, uang yang diberikan merupakan total biaya yang dibayarkan kepada BPJS atas nama perusahaan tempat peserta bekerja ataupun atas nama perseorangan.

Program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) merupakan program yang memberikan perlindungan atas risiko-risiko kecelakaan yang terjadi dalam hubungan kerja, termasuk kecelakaan yang terjadi dalam perjalanan dari rumah menuju tempat kerja atau sebaliknya dan penyakit yang disebabkan oleh lingkungan kerja.

Program Jaminan Kematian (JKM) merupakan program dari BPJS ketenagakerjaan yang memberikan uang tunai sebagai santunan kepada ahli waris apabila peserta yang mengikuti program ini mengalami kecelakaan kerja yang berujung pada kematian. Program Jaminan Pensiun merupakan jaminan sosial yang bertujuan untuk mempertahankan derajat kehidupan yang layak bagi peserta dan/atau ahli warisnya dengan memberikan penghasilan setelah peserta memasuki usia pensiun, mengalami cacat total tetap, atau meninggal dunia. Program jasa konstruksi merupakan layanan jasa konsultasi perencanaan pekerjaan konstruksi, layanan jasa pelaksanaan pekerjaan konstruksi dan layanan konsultasi pengawasan pekerjaan konstruksi. Program Bukan Penerima Upah (BPU) merupakan pekerja yang melakukan kegiatan atau usaha ekonomi secara mandiri untuk memperoleh penghasilan dari kegiatan atau usahanya tersebut yang meliputi : Pemberi Kerja; Pekerja di luar hubungan kerja atau Pekerja mandiri dan Pekerja yang tidak termasuk pekerja di luar hubungan kerja yang bukan menerima Upah, contoh Tukang Ojek, Supir Angkot, Pedagang Keliling, Dokter, Pengacara/Advokat, dan Artis.

Di area Bandung sendiri, terdapat 4 kantor BPJS Ketenagakerjaan, yaitu : BPJS Ketenagakerjaan Bandung Pusat yang merupakan kantor wilayah BPJS Ketenagakerjaan di Jawa Barat, BPJS Ketenagakerjaan Cabang Bandung I, BPJS Ketenagakerjaan Cabang Bandung II, dan BPJS Ketenagakerjaan Cabang Majalaya. Kantor BPJS Bandung Pusat mengurus area ketenagakerjaan di wilayah Jawa Barat seluruhnya, kantor BPJS Ketenagakerjaan Cabang Bandung I melingkupi area alun-alun Bandung hingga arah Dago

(Bandung Utara), kantor BPJS cabang Bandung II melingkupi area pasir koja hingga menuju daerah Cibiru, dan juga kantor BPJS Ketenagakerjaan Cabang Majalaya mengurus masalah ketenagakerjaan di wilayah Kabupaten Bandung (Bojong Soang, Baleendah, Ciparay, Majalaya) hingga daerah Rancaekek.

Fakta mengenai luasnya cakupan area kerja dari kantor BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II dan juga banyaknya perusahaan yang termasuk di dalamnya seharusnya membuat jumlah peserta yang menjadi konsumen meningkat, namun kenyataannya dari data yang didapatkan dari Kepala Kantor Cabang BPJS Ketenagakerjaan Cabang Bandung II, jumlah peserta yang terdaftar semakin menurun di setiap tahunnya. Pada pertemuan yang digelar pihak BPJS Ketenagakerjaan wilayah Jawa Barat dengan mengumpulkan kepala kantor BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung I, kepala cabang BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II, dan juga kepala kantor BPJS Ketenagakerjaan cabang Majalaya diketahui bahwa penurunan yang terjadi di setiap tahun merupakan hal yang dialami oleh BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II, dibandingkan dengan kantor cabang lain di daerah Bandung. Kebijakan pihak BPJS Ketenagakerjaan dengan membuat program yang beragam belum dapat meningkatkan jumlah peserta yang tergabung dengan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II. Contohnya adalah pembayaran santunan pada korban yang meninggal di tempat kerja (JKM), pemberian penanganan medis segera oleh tenaga ahli saat mengalami kecelakaan kerja (JKK), pemberian uang pensiun kepada peserta yang pensiun perbulan (Jaminan Pensiun), pemberian bantuan kepada perusahaan konstruksi untuk membangun bangunan (program Jasa Konstruksi), pemberian bantuan pembayaran gaji perbulan pada asisten rumah tangga (BPU), serta pemeliharaan jaminan kesehatan setelah konsumen pensiun (JHT).

Alasan yang diutarakan oleh bagian HRD BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II mengenai keluarnya konsumen dari program-program tersebut kemungkinan karena telah keluar dari tempatnya bekerja sehingga memutuskan untuk mengakhiri program dengan BPJS ketenagakerjaan. Alasan lainnya mereka merasa tidak mendapatkan keuntungan dari program yang diikuti, atau mereka mengakhiri kepesertaan dikarenakan meninggal dunia. Munculnya penurunan jumlah peserta dari BPJS Ketenagakerjaan juga dikarenakan adanya kesalahan sistem pada perusahaan, kebanyakan informasi yang masuk kepada pihak BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II adalah kekurangsiapan perusahaan mencatat data kepegawaian. Di beberapa kasus, data per tahun yang dimiliki oleh pihak BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II dengan data yang dimiliki oleh perusahaan berbeda dalam hal jumlah pegawai, penambahan maupun pengurangan pegawai yang dilakukan perusahaan tidak segera dilaporkan kepada BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II sehingga data yang ada tidaklah sama.

Masalah yang muncul berikutnya sehubungan dengan menurunnya jumlah peserta adalah adanya sebagian perusahaan yang tidak mendaftarkan karyawan barunya kepada pihak BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II. Menurut Kabag Umum BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II, hal ini dilakukan oleh pihak perusahaan agar beban pembayaran premi program peserta tidak meningkat per bulannya, sehingga jumlah yang harus dibayarkan perusahaan pun tergolong kecil.

Penurunan kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II tersebut terlihat dari tabel berikut.

Tabel 1. 1 - Jumlah Peserta BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II sampai dengan periode juni 2015

Tahun	2011	2012	2013	2014	2015
Jumlah Peserta	217.867	217.545	216.981	215.486	214.741

Berdasarkan dari tabel di atas terlihat adanya penurunan jumlah konsumen dari tahun ke tahun. Adanya peraturan undang-undang Republik Indonesia yang tercantum dalam UU RI NO. 40 TAHUN 2004 Tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional dan juga UU RI NO. 24 TAHUN 2011 Tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial, belum dapat menjaga kestabilan jumlah peserta yang terdaftar tiap tahun. Kebijakan mengenai kewajiban perusahaan untuk mendaftarkan karyawannya sebagai konsumen dari BPJS Ketenagakerjaan belum dilakukan oleh banyak perusahaan, masih ada saja yang tidak mendaftarkan seluruh karyawannya. Banyaknya sistem kerja magang di tiap perusahaan ataupun kontrak jangka pendek biasanya memengaruhi keputusan perusahaan untuk tidak mengikuti kebijakan tersebut. Saat ini jumlah peserta yang tercantum pada program-program yang ada di dalam BPJS ketenagakerjaan kantor cabang II Bandung seperti yang tercantum pada tabel 1.2 di bawah ini :

Tabel 1. 2 - Jumlah Peserta Tiap Program di BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung

II

Nama Program	JKK	JKM	JHT	Jaminan Pensiun	BPU	Jasa Konstruksi
Jumlah Peserta	214.377	213.975	211.597	187.427	86.903	167.892

Menurut data yang didapat dari kepala HRD perusahaan BPJS ketenagakerjaan cabang Bandung II melalui wawancara, jumlah keseluruhan peserta yang terdaftar sebanyak 1.082.171 peserta, dan program yang paling banyak diikuti konsumen adalah program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) dengan jumlah 214.377 peserta. Konsumen banyak yang mengambil program tersebut dikarenakan adanya keinginan untuk membuat diri karyawan aman selama mereka bekerja, apabila mendapat kecelakaan saat bekerja pun maka peserta akan dapat langsung ditangani oleh tenaga ahli di klinik ataupun rumah sakit yang dirujuk.

Sarana untuk mengetahui kebutuhan konsumen dan meningkatkan kepuasan konsumen adalah penyediaan kotak kritik dan saran yang disediakan perusahaan. Setiap bulan, pihak perusahaan mengkaji kotak kritik dan saran yang terdapat di perusahaan dan menemukan adanya keluhan yang masuk sehubungan dengan program yang ada. Jumlah keluhan yang muncul pada tahun 2016 sampai dengan bulan Juni telah mencapai 362 buah, yang tersebar dalam 6 program yang ada, seperti yang tertera di tabel 1.3. :

Tabel 1. 3 - Jumlah Keluhan Mengenai Program di BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II

Program	JHT	JKK	JKM	BPU	Jasa Konstruksi	Program Pensiun
Jumlah Keluhan	79	153	37	15	31	47

Program JHT mendapatkan keluhan sebanyak 79 buah (22 %) dari konsumen. Keluhan yang masuk berdasarkan data adalah kesulitan mengurus klaim ketika konsumen ingin mendapatkan haknya dalam bentuk uang, dan juga waktu yang cukup lama untuk

mendapatkan uang mereka setelah berkas klaim JHT mereka diurus oleh perusahaan. Program JKK mendapatkan keluhan sebanyak 153 buah (42%), hal-hal yang dikeluhkan adalah cukup lamanya waktu yang dibutuhkan untuk klaim pada saat terjadi kecelakaan kerja, seperti penanganan medis mendasar hingga yang membutuhkan rawat inap di rumah sakit. Program JKM mendapatkan keluhan sebanyak 37 buah (10%), hal-hal yang dikeluhkan adalah proses klaim yang rumit dan juga lamanya waktu yang dibutuhkan perusahaan untuk dapat menurunkan uang sehubungan dengan santunan yang didapat oleh konsumen.

Program BPU mendapatkan keluhan sebanyak 15 buah (4%), hal yang dikeluhkan adalah proses yang terkadang dirasa rumit oleh konsumen saat mengurus administrasi, baik di awal administrasi, klaim program, maupun pembayaran. Program jasa konstruksi mendapatkan keluhan sebanyak 31 buah (8%), hal-hal yang dikeluhkan adalah masalah teknis sehubungan dengan pembangunan gedung, seperti penghitungan jaminan yang harus dibayarkan kepada pihak BPJS oleh pemborong terhadap buruh lepas yang bekerja. Program pensiun mendapatkan keluhan sebanyak 47 buah (13%), dan hal yang dikeluhkan adalah permintaan klaim oleh konsumen agar dapat dipercepat penurunan uangnya.

Pihak BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II selaku perusahaan penyedia layanan jasa selalu mengevaluasi keluhan yang muncul (baik dari kotak kritik dan saran, serta adanya keluhan langsung yang disampaikan oleh konsumen) dengan diselenggarakannya rapat internal jajaran *staff* setiap pertengahan bulan, yang membicarakan mengenai perbaikan di sektor tersebut. Solusi yang muncul setelah adanya rapat menjadi landasan bagi pihak perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa bagi konsumen, dan diakui oleh pihak HRD perusahaan bahwa cara ini merupakan cara yang efektif untuk meningkatkan mutu pelayanan.

Saran pengembangan yang cukup banyak muncul di kotak kritik dan saran konsumen kepada pihak perusahaan antara lain tempat parkir yang dirasa sempit, kurangnya penunjuk arah untuk konsumen yang ingin menyelesaikan permasalahan terkait program, kurang gesitnya karyawan untuk melayani konsumen, karyawan kurang dapat membantu saat konsumen merasa bingung, dan juga terkadang kurang ramahnya karyawan kepada konsumen.

Untuk mendapatkan gambaran awal yang lebih jelas, peneliti melakukan survei awal terhadap konsumen dari berbagai program yang terdapat di BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II. Dari 20 konsumen, peneliti mendapatkan jawaban yang berkenaan dengan lima dimensi kualitas jasa menurut Zeithaml (2006). Lima dimensi tersebut adalah *tangibles* (representasi fisik pelayanan jasa), *reliability* (keandalan penyedia jasa), *responsiveness* (kecepatan penyedia jasa), *assurance* (memberikan pelayanan yang meyakinkan kepada konsumen), dan *emphaty* (kepedulian terhadap konsumen dan memahami kebutuhan konsumen). Dari hasil wawancara dengan 20 konsumen yang mengikuti berbagai macam program, tidak hanya keluhan yang muncul, banyak juga yang mengapresiasi dan mengaku senang dengan program-program yang ada di BPJS Ketenagakerjaan. Keikutsertaan konsumen dalam program tersebut membantu agar dapat ikut merencanakan masa depan konsumen setelah memasuki masa pensiun, juga mendapatkan penanganan medis saat terjadi kecelakaan kerja. Konsumen juga mendapatkan keuntungan berupa santunan pada saat meninggal, dan juga mengurus pemakamannya.

Pada dimensi *tangibles*, dua puluh konsumen BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II memberikan pernyataan, dimana sebanyak 5 orang (25%) mengeluhkan lokasi perusahaan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II yang dirasa jauh dari tempat mereka bekerja, sebanyak 8 orang (40%) mengeluhkan kurangnya material fisik seperti formulir dan alat tulis

sehingga konsumen dibuat menunggu dalam kurun waktu tertentu. Ada juga konsumen yang mengatakan bahwa penampilan karyawan BPJS Ketenagakerjaan rapi dan bersih, yaitu sebanyak 7 orang (35%), dan 10 orang konsumen (50%) mengatakan fasilitas fisik yang ada di perusahaan telah memadai (ruang tunggu yang dilengkapi dengan kursi, pendingin ruangan, bahan bacaan berupa koran atau majalah, tempat parkir yang cukup luas, dan toilet yang bersih).

Dari dimensi *reliability*, sebanyak 15 orang (75%) menjawab bahwa informasi dari karyawan mudah dipahami dan dapat menjawab kebingungan konsumen, dan sebanyak 10 orang (50%) mengatakan bahwa dalam penghitungan uang premi cukup akurat walaupun waktu yang dibutuhkan untuk mengurus klaim dan masuknya berkas cukup lama. Pada dimensi *responsiveness*, sebanyak 11 orang (55%) mengaku senang dengan sikap cekatan karyawan dalam membantu konsumen mengisi formulir dan menjelaskan secara perlahan-lahan apabila dirasa konsumen masih bingung, namun sebanyak 13 orang (85%) mengeluhkan lambatnya kasir dalam menghitung uang, dan terkadang satpam kurang dapat membantu untuk menunjukkan loket yang dibutuhkan konsumen.

Berikutnya adalah dimensi *assurance*, konsumen mengatakan hal-hal yang bersifat baik mengenai kualitas pelayanan di BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II. Sebanyak 7 orang (35%) memberikan jawaban bahwa cara menjelaskan karyawan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II tertata dengan baik sehingga konsumen yakin, lalu sebanyak 9 orang (45%) mengatakan karyawan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II bersikap ramah ketika konsumen datang, dan sebanyak 10 orang (50%) mengatakan bahwa karyawan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II mampu melayani secara meyakinkan kepada konsumen. Terakhir adalah dimensi *emphaty*, sebanyak 17 orang (85%) mengatakan bahwa karyawan

BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II kurang dapat menjadi pendengar yang baik saat konsumen mengeluhkan kebutuhan mereka.

Kualitas pelayanan merupakan elemen yang sangat penting dalam menentukan persepsi konsumen terhadap layanan jasa yang diterimanya. Konsumen akan merasa puas dengan pelayanan jasa yang ia terima, apabila pelayanan tersebut sesuai dengan harapannya. Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting, karena beberapa peneliti menyatakan ada hubungan yang kuat antara kepuasan konsumen dengan loyalitasnya. Loyalitas konsumen dapat berkurang drastis apabila konsumen merasa tidak puas dengan dimensi tertentu dalam layanan yang konsumen anggap penting (Zeithaml, 2006).

Melihat banyaknya kompetitor lain yang sejalan dengan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II (dalam hal ini merupakan perusahaan jasa asuransi swasta maupun negeri), maka konsumen akan memiliki alternatif untuk masalah perusahaan jasa di daerah Bandung. Dengan demikian, apabila konsumen merasa tidak puas dengan kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II mereka dapat memilih perusahaan jasa lainnya. Caranya adalah dengan tidak membayarkan kewajiban mereka kepada BPJS Ketenagakerjaan dan bahkan keluar dari tempatnya bekerja dengan beralih menjadi wiraswasta.

Perusahaan perlu memiliki data yang akurat dan menyeluruh tentang apa saja yang masih belum memberikan kepuasan bagi konsumen. Dengan memiliki data yang akurat, peningkatannya juga semakin terarah. Sehubungan dengan hal tersebut, peneliti mengajukan penelitian tentang “Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Jasa Pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Bandung II”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana derajat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan perusahaan BPJS ketenagakerjaan cabang Bandung II pada keempat program utama, yaitu : Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), Jaminan Hari Tua (JHT), Jaminan Kematian (JKM), dan Jaminan Pensiun.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan maksud memperoleh gambaran mengenai derajat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada perusahaan BPJS ketenagakerjaan cabang Bandung II pada keempat program utama.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran mengenai derajat kepuasan konsumen pada konsumen BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II pada keempat program utama, yaitu : JKK, JHT, JK, dan program jaminan pensiun.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Ilmiah

Sebagai tambahan informasi pada ilmu psikologi, khususnya Psikologi Konsumen dan juga Psikologi Industri dan Organisasi, juga memberikan informasi kepada peneliti lain yang membutuhkan referensi untuk melanjutkan penelitian mengenai kepuasan konsumen, secara khusus terhadap kepuasan konsumen pada bidang layanan jasa perusahaan asuransi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Memberikan masukan kepada pihak perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kepuasan konsumen, yakni kepada Kepala Kantor Cabang BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II beserta bagian personalia dan juga karyawan secara keseluruhan, sebagai *feedback* kepada perusahaan agar lebih terarah dalam memberikan layanan jasa kepada konsumen, apakah melakukan peningkatan dalam pelayanan jasa ataupun mempertahankan kualitas jasa yang telah baik.

1.5 Kerangka Pikir

Perusahaan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II merupakan perusahaan yang menyediakan layanan jasa berupa program-program yaitu Program Jaminan Hari Tua (JHT), program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), program Jaminan Kematian (JKM), Bukan Penerima Upah (BPU), program Jasa Konstruksi, dan program Jaminan Pensiun yang ditujukan kepada karyawan yang aktif bekerja di suatu perusahaan, ingin memajukan perusahaannya agar dapat merangkul semua kalangan dari berbagai lapisan masyarakat dan juga agar dapat berkompetisi menghadapi kompetitor pada bidang yang sama, yakni usaha program jasa. Sejalan dengan hal tersebut, maka kepuasan konsumen menjadi hal yang sangat penting bagi BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II. Kepuasan konsumen sangat terkait dengan kualitas pelayanan jasa yang diselenggarakan oleh perusahaan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II.

Seorang konsumen yang mendapat layanan berupa *hospitality service*, dari saat datang disambut oleh satpam, ditanyakan keperluannya pada saat datang, dibantu menuju loket yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, dibantu oleh karyawan perusahaan mengenai keluhan ataupun pembayaran yang akan dilakukan, dan bertanya mengenai informasi

program-program lain yang ada di BPJS ketenagakerjaan. Layanan yang diberikan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II tetaplah bergantung kepada sumber daya manusia sebagai penunjang pelayanan jasa. Misalnya saat konsumen datang untuk mengikuti program, maka karyawan yang bertugas sebagai penjaga loket akan melayani konsumen mulai dari pemberian informasi mengenai program, pendata keluhan konsumen, hingga pembayaran iuran program, saat itu pula proses produksi layanan jasa muncul. Ditunjang peralatan fisik seperti formulir program, alat tulis yang digunakan untuk pengisian formulir, dan juga struk sebagai bukti pembayaran premi. Hal lain yang berkenaan dengan fasilitas fisik adalah, tempat parkir yang luas, dan ruang tunggu yang nyaman termasuk kursi untuk mengantri, ruangan kondisi sejuk, cahaya yang terang, majalah ataupun koran untuk bacaan selama menunggu, hingga toilet yang bersih yang dapat digunakan oleh konsumen.

Konsumen memiliki kecenderungan harapan yang tinggi akan pelayanan yang akan mereka terima, tanpa memandang pelayanan diberikan oleh penyedia jasa yang seperti apa.

Saat konsumen BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II mulai mendapat layanan jasa, saat itu pulalah mereka mulai membangun persepsi terhadap kualitas layanan jasa yang diberikan (*perceived service*). Konsumen BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II memersepsikan layanan jasa yang diberikan melalui lima dimensi spesifik dari kualitas layanan jasa yang dicetuskan oleh Zeithaml (2006). Lima dimensi tersebut adalah *reliability*, *responsivity*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles*.

Berbagai keluhan maupun apresiasi mengenai pelayanan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II dapat digolongkan kedalam berbagai dimensi kualitas pelayanan jasa menurut Zeithaml (2006). Kelima dimensi tersebut *reliability*, *responsivity*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles*.

Dimensi pertama, yakni *reliability*, berkenaan dengan kemampuan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II dalam menunjukkan pekerjaan yang andal dan akurat sesuai dengan janji, termasuk janji-janji promosional lewat iklan di media tertentu (Stasiun TV, media cetak, media massa) mengenai fasilitas yang diberikan. Dalam hal ini, BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II mencantumkan dalam iklannya, bahwa mereka menyediakan fasilitas seperti pelayanan medis segera oleh tenaga ahli saat terjadi kecelakaan kerja, pelayanan rawat inap sekelas kelas I bagi pasien, pengurusan uang pensiun yang cepat, pemberian uang santunan pada keluarga korban yang ditinggalkan, dan pengurusan kerja sama masalah konstruksi. Fasilitas-fasilitas tersebut haruslah benar-benar dipenuhi, guna menunjukkan pada konsumen bahwa BPJS Ketenagakerjaan memang reliabel dalam menghadirkan layanan jasa yang telah dijanjikan. Konsumen BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II akan merasa puas pada dimensi ini apabila BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II mampu memenuhi janji-janji promosional berupa fasilitas-fasilitas dan hal-hal lain. Jika BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II gagal menepati hal-hal tersebut, konsumen akan merasa tidak puas, namun apabila BPJS Ketenagakerjaan berhasil merealisasikan janji-janji yang ada maka konsumen akan sangat puas.

Dimensi kedua, *responsivity*, berkenaan dengan kemauan dan kesigapan pegawai BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II dalam membantu konsumen memberikan informasi yang dibutuhkan. Dimensi ini menekankan perhatian serta kesigapan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II dalam menghadapi keinginan, pertanyaan, keluhan, serta masalah yang dihadapi konsumen. Kemauan serta kesigapan karyawan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II dalam mendengarkan keluhan konsumen, memberikan informasi sehubungan dengan program-program yang ada, menjelaskan keuntungan dan kerugian program, serta memberikan saran mengenai masalah konsumen sehubungan dengan

program yang ada merupakan contoh responsivitas dari layanan jasa yang diinginkan dan dihargai oleh konsumen. Dalam dimensi ini apabila kesigapan karyawan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas, jika yang terjadi adalah hal sebaliknya maka konsumen akan merasa tidak puas. Konsumen akan merasa sangat puas bila kesigapan karyawan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II melebihi harapannya.

Dimensi ketiga adalah *assurance*, berkaitan dengan kemampuan serta pengetahuan karyawan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II dalam memberikan keyakinan (dan juga rasa aman dalam mengikuti program) kepada konsumennya. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa apresiasi konsumen yang menyebutkan bahwa karyawan BPJS Ketenagakerjaan merupakan karyawan yang sopan, dan juga dapat memberikan informasi mendetil mengenai program-program yang ada, serta keuntungan dan kerugiannya mengikuti program, sehingga hal tersebut menumbuhkan rasa aman kepada konsumen. Hal yang menjadi inti dari dimensi ini merupakan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang meyakinkan kepada para konsumen yang mengikuti program-program di BPJS Ketenagakerjaan. Apabila pegawai BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II mampu membuat konsumen yakin dan merasa aman dalam mengikuti program yang ada, maka konsumen akan merasa sangat puas, namun sebaliknya apabila karyawan gagal memberikan kepercayaan kepada konsumen akibat tidak dapat memberikan rasa aman dalam menjelaskan program dan fasilitas yang didapat maka konsumen akan merasa tidak puas.

Dimensi keempat, yakni *emphaty*, BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II melalui karyawan-karyawan yang bekerja di perusahaan tersebut, berusaha untuk peduli dengan memberi perhatian yang bersifat personal terhadap kebutuhan-kebutuhan yang dimiliki konsumen. Dalam hal ini, karyawan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II sewajarnya

memiliki keinginan untuk mendengarkan apa saja yang dibutuhkan konsumen (hal ini seringkali berbeda antara konsumen satu dengan lainnya). Dalam hal pelayanan kepada para konsumen, karyawan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II membantu konsumen untuk dapat mengisi formulir dengan benar sesuai dengan data yang dibutuhkan (hal tersebut bukan merupakan tugas utama dari karyawan tersebut, namun merupakan bagian dari melayani konsumen yang kurang dapat mengerti instruksi pada lembar formulir yang pada akhirnya dapat membuat kesalahan pengisian lembar formulir). Bila konsumen BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II merasa puas terhadap dimensi ini, berarti konsumen merasa bahwa harapannya terhadap pelayanan yang sesuai dengan keinginannya / kebutuhannya terpenuhi. Konsumen akan merasa tidak puas apabila yang terjadi adalah sebaliknya, apabila konsumen merasa harapannya terpenuhi maka akan merasa sangat puas.

Dimensi terakhir merupakan *tangibleness*, adalah sarana-sarana yang secara fisik dimunculkan oleh BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II untuk memberikan pelayanan kepada konsumennya, misalnya adalah tempat parkir, ruang tunggu di dalam perusahaan (termasuk kursi tunggu, pendingin ruangan, majalah atau koran untuk bahan bacaan, jalur antrian sesuai loket, papan nomer untuk masing-masing loket), toilet. Material fisik contohnya adalah jumlah lembaran formulir untuk para konsumen, persediaan alat tulis yang siap pakai, serta hal lainnya seperti akses lokasi perusahaan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II. Pada dimensi ini, konsumen akan merasa puas terhadap dimensi ini apabila BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II menyediakan fasilitas fisik yang melebihi harapan konsumen, jika fasilitas fisik yang ada di bawah harapan tamu maka akan terjadi ketidakpuasan. Fasilitas fisik yang melebihi harapan konsumen akan membuat perasaan sangat puas terhadap dimensi ini.

Persepsi konsumen terhadap pelayanan yang didapatkan dari BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II ditentukan oleh empat faktor, yang pertama *service encounters*, yang kedua *evidence of service*, ketiga adalah *image*, dan keempat adalah *price* (Zeithaml, 1996). Dalam hal *service encounters*, yang menjadi inti dari sikap konsumen terhadap pelayanan jasa adalah penilaian konsumen terhadap interaksi-interaksi yang terjadi antara konsumen dengan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II selaku penyedia layanan jasa. *Service encounters* bermula dari awal konsumen datang ke perusahaan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II untuk urusannya, mendatangi loket yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, mengisi formulir ataupun melakukan pembayaran premi dari program-program yang diikuti, adanya bantuan dari karyawan perusahaan dalam hal menjelaskan informasi ataupun mengisi formulir yang disediakan, dan lain-lain. Masing-masing interaksi tersebut membentuk gambaran mengenai layanan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II secara keseluruhan.

Faktor kedua adalah *evidence of service*, memiliki tiga elemen. Elemen pertama adalah *physical evidence* merupakan bukti fisik yang didapatkan dari layanan jasa yang dilihat dan dirasakan konsumen, misalnya tempat parkir, ruang tunggu yang disediakan, toilet, dan kondisi perusahaan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II.

Elemen kedua adalah *process evidence*, dimana konsumen melihat prosedur layanan jasa yang terjadi dan berkaitan dengan dirinya, misalnya seberapa cepat karyawan perusahaan dapat menghitung jumlah pembayaran yang harus dilakukan, menangani keluhan konsumen (mulai dari mendengarkan keluhan yang disampaikan konsumen, mendiskusikan dengan atasan dalam rapat internal, hingga memperbaiki hal-hal yang dianggap perlu untuk dibenahi). Elemen ketiga adalah *people evidence*, yaitu bagaimana konsumen memperhatikan dan merasakan sikap dari karyawan perusahaan penyedia layanan jasa dalam hal menangani

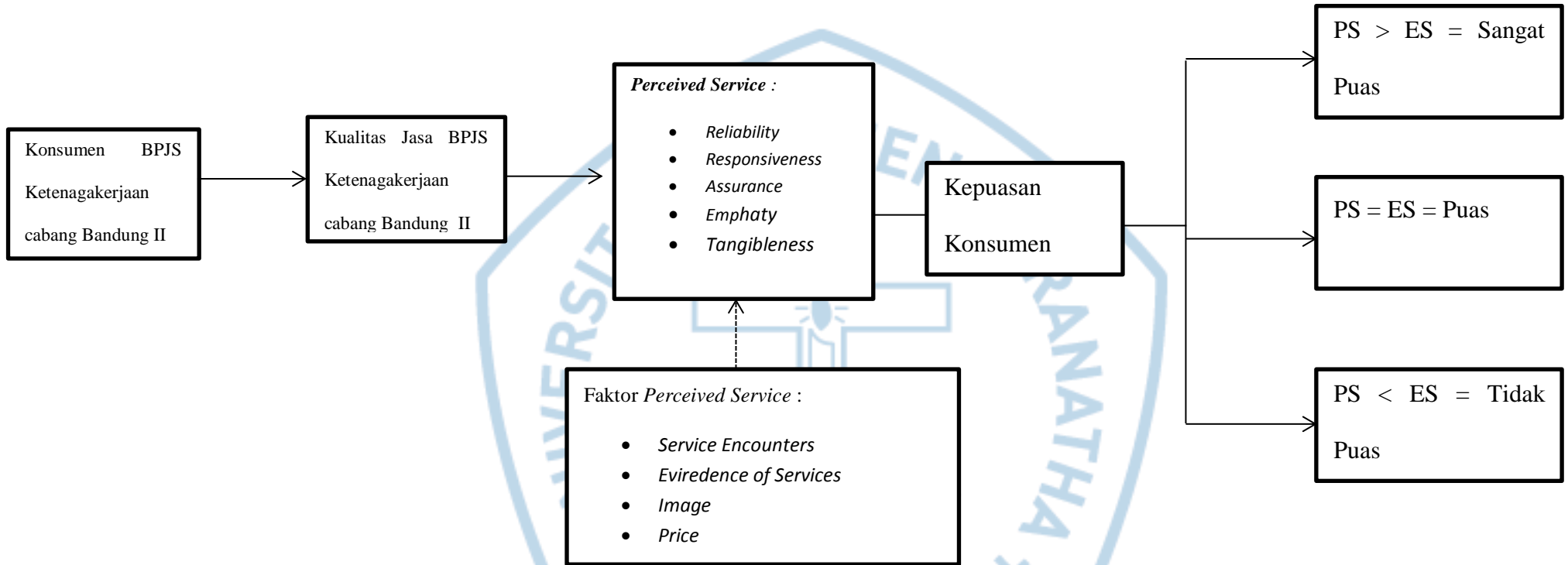
konsumen, mendengarkan keluhannya, memahami keinginan ataupun kebutuhan konsumen, serta membantu atau tidaknya karyawan perusahaan tersebut menurut konsumen.

Faktor Ketiga adalah *Image*, merupakan penilaian yang diberikan oleh konsumen mengenai reputasi BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II berdasarkan kualitas pelayanan jasa yang diberikan. Konsumen akan memberikan penilaian yang baik terhadap perusahaan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh perusahaan sehingga konsumen merasa puas, dan juga sebaliknya.

Faktor keempat adalah *price*, merupakan kesesuaian antara harga yang ditawarkan dengan fasilitas dan program yang disediakan oleh perusahaan. Apabila konsumen merasa harga yang ditetapkan oleh BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II (*perceived service*) sesuai dengan fasilitas dan program yang diterima oleh konsumen maka akan terjadi kepuasan bagi pihak konsumen dan begitu pula sebaliknya.

Setelah konsumen BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II memersepsikan kualitas layanan jasa yang diterima, maka konsumen tersebut akan membandingkan harapannya terhadap layanan jasa (*Expected Service*) dengan persepsinya (*Perceived Service*) berdasarkan lima dimensi kualitas layanan jasa tersebut. Bila *perceived service* konsumen BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II terhadap kualitas pelayanan lebih rendah daripada *expected service*, maka konsumen akan merasa tidak puas. Apabila *perceived service* konsumen sama dengan *expected service*, maka konsumen BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II akan merasa puas, dan apabila *perceived service* yang diterima melebihi harapan maka akan menjadi sangat puas.

Berikut bagan kerangka pemikiran penelitian dari kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan perusahaan BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II :



Bagan 1. 1 – Kerangka Pikir

1.6 Asumsi Penelitian

Berdasarkan pemaparan di atas, maka dibuat asumsi sebagai berikut :

- Konsumen BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II dapat memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda antara masing-masing dimensi kualitas layanan jasa, tergantung harapan serta persepsinya.
- Terdapat lima dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa pada peserta BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II, yakni *tangibles*, *assurance*, *reliability*, *responsivity*, dan *emphaty*.
- Konsumen BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II memiliki harapan yang tinggi terhadap pelayanan jasa yang akan diterima.
- Bila konsumen BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II memiliki harapan yang setara dengan apa yang didapatkannya terhadap kualitas layanan jasa, maka konsumen akan merasa puas.
- Bila konsumen BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II memiliki harapan yang melebihi dengan apa yang didapatkannya terhadap kualitas layanan jasa, maka konsumen akan merasa tidak puas.
- Bila konsumen BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II memiliki harapan yang lebih rendah dari apa yang didapatkannya, maka konsumen akan merasa sangat puas.
- Derajat kepuasan konsumen BPJS Ketenagakerjaan cabnag Bandung II terhadap pelayanan jasa pada faktor *perceived service* dipengaruhi oleh *Service Encounters*, *Eviredence of Services*, *image*, *price*.
- Faktor *perceived service* dan *expected service* konsumen BPJS Ketenagakerjaan cabang Bandung II berbeda-beda.