BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) merupakan lembaga penyelenggara jaminan sosial sehingga dengan adanya jaminan sosial, risiko keuangan yang dihadapi seseorang, baik itu karena memasuki usia produktif, mengalami sakit, mengalami kecelakaan, dan bahkan kematian, akan diambil alih oleh lembaga yang menyelenggarakan jaminan sosial. Oleh karena itu Pemerintah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2011 Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial (UU BPJS) yang bertujuan untuk memberikan kepastian perlindungan dan kesejahteraan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Undang-undang ini akan memberikan peluang bagi Puskesmas, Dokter Keluarga, Klinik maupun Rumah Sakit untuk memberikan pelayanan kesehatan bagi masyarakat yang didanai oleh pemerintah dan pemberi kerja. Undang-Undang ini juga memberikan peluang kepada institusi jasa layanan kesehatan untuk memperbaiki pelayanannya. Adapun fungsi dari UU BPJS adalah menyelenggarakan program jaminan social, khususnya BPJS kesehatan berfungsi menyelenggarakan jaminan kesehatan yang berdasarkan pada prinsip asuransi sosial dan ekuitas. Sedangkan BPJS Ketenagakerjaan menurut UU BPJS berfungsi menyelenggarakan 4 program, yaitu program jaminan kecelakaan kerja, jaminan hari tua, jaminan pensiun, dan jaminan kematian.

BPJS merupakan badan hukum public bersprinsip nirlaba dan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2011 berisi tentang BPJS, yaitu BPJS Kesehatan dan BPJS Ketenagakerjaan, BPJS bertanggung jawab langsung kepada Presiden, BPJS berwenang menagih iuran, menempatkan dana, melakukan pengawasan dan pemeriksaan atas kepatuhan Peserta dan pemberi kerja. Adapun visi dari BPJS Kesehatan adalah paling lambat 1 Januari 2019 seluruh penduduk Indonesia memiliki jaminan kesehatan nasional untuk memperoleh manfaat pemeliharaan kesehatan dan perlindungan dalam memenuhi kebutuhan dasar kesehatannya yang diselenggarakan oleh BPJS Kesehatan yang handal, unggul dan terpercaya. Oleh karena dalam mewujudkan visi tersebut harus mengadakan peningkatan dalam kualitas pelayanan yang dimiliki. Semakin meningkatnya kualitas pelayanan dalam BPJS Kesehatan maka konsumen semakin loyal dan begitu juga sebaliknya.

Menurut Darsono (2004) seorang konsumen yang memiliki sikap loyal menjadi asset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Dengan persaingan yang begitu ketat saat ini, penerapan kualitas jasa yang baik dan memuaskan konsumen akan membuat masyarakat loyal. Memiliki konsumen yang loyal merupakan aset dan kunci sukses karena dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Perusahaan harus bisa menciptakan dan mempertahankan konsumen (Tjiptono, 2007). Hal yang berkaitan dengan BPJS adanya sikap loyalitas dari konsumen memberikan dampak pada kepatuhan setiap konsumen untuk melakukan kewajiban dalam

pembayaran iuran premi dan merekomendasikan BPJS sebagai asuransi kesehatan kepada orang lain. Dimensi sikap dari loyalitas mendorong terciptanya kecenderungan untuk bertingkah laku tertentu dalam diri peserta BPJS, terhadap suatu pelayanan jasa. Kecenderungan untuk bertingkah laku ini dalam Psikologi sering disebut dengan sikap (*attitude*). Sikap peserta terhadap suatu pelayanan jasa dapat berupa sikap yang positif atau sikap yang negatif bergantung dari informasi yang diperolehnya.

Sikap loyalitas konsumen terhadap suatu jasa mempunyai hubungan yang erat dengan tingkat kepuasan konsumen sebagai pengguna. Dimana sikap loyal dipengaruhi langsung oleh kepuasan maupun ketidakpuasan konsumen dengan jangka waktu jasa pelayanan dalam kurun waktu tertentu sebagaimana persepsi kualitas jasa pelayanan (Moven dan Minor, 2002). Persepsi kualitas (*perceived quality*) merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu jasa pelayanan berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh kebanyakan konsumen. Persepsi kualitas mencerminkan perasaan konsumen yang tidak nampak dan secara menyeluruh menngenai suatu jasa. Akan tetapi biasanya persepsi kualitas didasari pada dimensi-dimensi yang termasuk dalam karakteristik jasa pelayanan dimana pelayanan dikaitkan dengan hal-hal seperti keandalan, kinerja. Sejauh ini BPJS memberikan kualitas pelayanan terhadap seluruh peserta BPJS sangat memadai dimana BPJS memiliki unit pengaduan peserta, kecepatan dalam melayani setiap pengaduan, kondisi ruangan yang sangat nyaman dan rapi dan adanya layanan informasi mudah dihubungi.

Oleh karena itu untuk memahami persepsi kualitas maka diperlukan identifikasi dan pengukuran terhadap dimensi yang mendasari (Durianto, et al, 2001).

Rendahnya komitmen menimbulkan persoalan bagi pihak perusahaan. Komitmen seolah-olah merupakan komoditas 'mahal' tapi penting bagi perusahaan karena menentukan keberhasilan perusahaan tersebut. Nangoi (2004), menyebutkan bahwa komitmen yang rendah mencerminkan kurangnya tanggungjawab seseorang dalam menjalankan tugasnya. Salah satu komitmen organisasional yang paling berperan adalah komitmen afektif. Menurut Greenberg dan Baron (2008) Komitmen afektif *(Affective commitment)* ini mengacu pada hubungan emosional anggota terhadap organisasi. Individu dengan *affective commitment* yang tinggi memiliki kedekatan emosional yang erat terhadap organisasi, hal ini berarti bahwa individu tersebut akan memiliki motivasi dan keinginan untuk berkontribusi.

Pada dasarnya Komitmen dapat digambarkan sebagai orientasi konsumen jangka panjang terhadap hubungan bisnis yang berdasarkan pada keterikatan emosional (Karsono, 2006). Oleh karena itu dengan adanya keterkaitan emosional akan tercipta adanya tingkat kepercayaan. Menurut Peppers *and* Rogers (2004), kepercayaan adalah keyakinan satu pihak pada reliabilitas, durabilitas, dan integritas pihak lain dalam *relationship* dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya. Kepercayaan yang dibangun oleh peserta BPJS dikarenakan dalam pelayanan selama ini

BPJS memberikan jaminan kepada setiap peserta untuk memperoleh manfaat dari asuransi kesehatan, informasi yang jelas berkaitan dengan asuransi kesehatan dan setiap peserta tidak dibebani adanya biaya saat setelah mendapatkan pelayanan kesehatan sepanjang sesuai prosedur dan haknya. Oleh karena itu, kepercayaan secara jelas sangat bermanfaat dan penting untuk membangun *relationship*, walaupun, menjadi pihak yang dipercaya tidaklah mudah dan memerlukan usaha bersama. Komitmen merupakan komponen yang dapat membangun *relationship* dan merupakan hal yang mudah hilang, yang akan dibentuk hanya dengan pihak-pihak yang saling percaya.

Selain keterkaitan emosional dapat ditimbulkan karena adanya pengetahuan produk perusahaan. Waluyo dan Pamungkas (2003) mendefinisikan pengetahuan produk (*product knowledge)* sebagai cakupan seluruh informasi akurat yang disimpan dalam memori konsumen yang sama baiknya dengan persepsinya terhadap pengetahuan produk. Konsumen yang berpengetahuan lebih tinggi akan lebih realistis dalam pemilihan sesuai dengan harapannya. Tingginya pengetahuan konsumen akan berdampak pada Komitmen afektif *(Affective commitment)*. Dimana secara emosional konsumen memiliki keterikatan terhadap kualitas jasa pelayanan yang disediakan oleh perusahaan. Pengetahuan peserta BPJS terhadap produk asuransi diantaranya mengetahui besarnya iuran setiap bulan dari masing-masing produk pilihan, mengetahui hak dan kewajiban sebagai peserta, dll. Pengetahuan peserta akan produk asuransi yang dipilihnya jika

pelayanan dari asuransi tersebut sesuai dengan harapan peserta akan berakibat pada pendekatan secara emosinal. Dimana peserta BPJS akan ikut berperan dalam kemajuan BPJS.

Oleh karena itu dalam mengukur sikap loyalitas (*attitudinal loyalty)* peserta BPJS diperlukan beberapa faktor yang berkaitan dengan sikap dalam diri peserta. Adapun faktor-faktor tersebut dapat tercermin dari persepsi kualitas (*perceived quality)* pelayanan, pengetahuan peserta tentang produk (*product knowledge)*, kepercayaan (*trust)* peserta akan produk yang dikeluarkan oleh BPJS. Berdasarkan uraian di atas penelitian ini mengambil judul, "Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Produk Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Loyalitas (*Attitudinal Loyalty)* Peserta".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang disampaikan pada latar belakang tersebut di atas, maka rumusan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi kualitas pelayanan, pengetahuan produk dan kepercayaan terhadap sikap loyalitas peserta. Adapun permasalahan secara umum dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan peserta?
2. Apakah pengetahuan produk dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap komitmen afektif?
3. Apakah kepuasan peserta dan komitmen afektif berpengaruh positif terhadap sikap loyalitas peserta?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan peserta.
2. Untuk menjelaskan pengaruh pengetahuan produk dan kepercayaan terhadap komitmen afektif.
3. Untuk menjelaskan pengaruh kepuasan peserta dan komitmen afektif terhadap sikap loyalitas peserta.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat bagi pihak yang terkait, yaitu:

1. Bagi Manajemen BPJS Kesehatan. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dalam melakukan pengelolaan pelayanan dan pengembangan variabel-variabel yang dapat mempengaruhi sikap loyalitas (*Attitudinal Loyalty)* peserta dalam mendapatkan pelayanan asuransi kesehatan.
2. Bagi penulis. Penelitian ini merupakan salah satu instrumen pelatihan intelektual dan pengasah daya pikir ilmiah untuk menerapkan seluruh teori dan pengetahuan yang telah didapat di bangku kuliah untuk memecahkan suatu permasalahan empiris melalui sistematika dan metode berpikir yang dapat dipertanggungjawabkan.

3. Bagi penelitian selanjutnya. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkenaan dengan masalah pengelolaan pelayanan yang mempengaruhi loyalitas peserta.