

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Komunikasi adalah proses pertukaran informasi, ide, dan perasaan antara individu atau kelompok. Komunikasi merupakan aspek krusial dalam kehidupan manusia, karena melalui komunikasi, orang dapat saling berinteraksi, berbagi pengetahuan, menyampaikan pesan, dan membangun hubungan. Komunikasi yang efektif memiliki peran yang sangat penting dalam berbagai konteks, termasuk dalam organisasi atau lembaga pemerintah.

Komunikasi memainkan peran yang sangat penting dalam berbagai konteks, termasuk dalam organisasi atau lembaga pemerintah. Dalam konteks customer relations, komunikasi menjadi kunci dalam membangun hubungan yang baik antara organisasi atau lembaga pemerintah dengan pelanggan atau masyarakat yang dilayani. Komunikasi dalam customer relations memungkinkan organisasi atau lembaga pemerintah untuk memahami kebutuhan, keinginan, dan masalah pelanggan atau masyarakat dengan lebih baik. Melalui komunikasi yang terbuka dan aktif, organisasi atau lembaga pemerintah dapat mendengarkan dengan cermat, merespons pertanyaan atau masalah yang diajukan, dan mengumpulkan umpan balik yang berharga. Dengan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan pelanggan atau masyarakat, organisasi atau lembaga pemerintah dapat mengembangkan produk, layanan, atau kebijakan yang lebih sesuai dan responsif.

Komunikasi juga diperlukan dalam menyampaikan informasi yang jelas dan akurat kepada peserta atau masyarakat. Organisasi atau lembaga pemerintah perlu mengkomunikasikan kebijakan, program, atau layanan yang mereka sediakan dengan cara yang dapat dipahami oleh pelanggan atau masyarakat. Komunikasi yang jelas dan tepat waktu membantu menghindari miskomunikasi atau kesalahpahaman yang dapat merugikan hubungan dengan pelanggan atau masyarakat. Dalam konteks customer relations, komunikasi yang efektif juga dapat

membantu dalam memberikan penjelasan atau pemecahan masalah yang dibutuhkan oleh peserta atau masyarakat.

Komunikasi dalam customer relations juga berperan penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas peserta atau masyarakat terhadap organisasi atau lembaga pemerintah. Melalui komunikasi yang terbuka, transparan, dan responsif, organisasi atau lembaga pemerintah dapat memperoleh kepercayaan pelanggan atau masyarakat. Komunikasi yang efektif juga membantu dalam membangun citra positif dan reputasi yang baik, sehingga pelanggan atau masyarakat merasa dihargai, didengar, dan diperlakukan dengan baik. Hal ini memiliki dampak positif dalam mempertahankan pelanggan atau mendapatkan dukungan dan partisipasi yang lebih luas dari masyarakat.

Customer relations yang hadir saat ini secara umum disebut sebagai hubungan masyarakat atau lebih dikenal dengan singkatan Humas. Adanya kebutuhan yang harus dipenuhi menjadikan hal ini menjadi prioritas utama bagi Humas, dengan tujuan utama mereka adalah membangun hubungan yang harmonis antara pimpinan manajemen dan karyawan, serta antara pimpinan dengan pemilik perusahaan atau sebaliknya.

Menurut Laksmana, Eka, Kusuma, & Landra (2018), pengertian *Customer Relationship* adalah proses untuk memaksimalkan loyalitas pelanggan dengan mengelola informasi terperinci tentang setiap pelanggan dengan sebaik mungkin. Dalam pandangan mereka, *customer relations* merupakan strategi yang berfokus pada pelanggan dengan tujuan mendapatkan keuntungan melalui hubungan yang terjalin dengan pelanggan. Berdasarkan beberapa teori yang telah disebutkan, *customer relations* dapat diartikan sebagai strategi pengelolaan hubungan dengan menggunakan informasi yang rinci tentang pelanggan untuk mencapai loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

BPJS Ketenagakerjaan, atau Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Ketenagakerjaan, merupakan program publik yang berfungsi untuk memberikan perlindungan kepada tenaga kerja dalam menghadapi berbagai risiko sosial dan ekonomi. Program ini dilaksanakan dengan menggunakan sistem asuransi sosial.

Sebagai Badan Usaha Milik Negara, BPJS Ketenagakerjaan fokus pada sektor jaminan sosial. Selain itu, BPJS Ketenagakerjaan juga menawarkan beberapa jenis program, termasuk Jaminan Hari Tua (JHT), Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), Jaminan Kematian (JKM), Pekerja Bukan Penerima Upah (BPU), serta Jaminan Pensiun.

BPJS Ketenagakerjaan selalu berusaha memberikan kesan positif di mata masyarakat dengan menjalin hubungan yang baik dan menciptakan komunikasi dua arah yang saling menguntungkan dengan menyebarkan informasi kepada publik luar. Hal ini bertujuan untuk menciptakan kondisi publik yang mendukung kebijakan perusahaan, khususnya dalam memberikan layanan yang memuaskan bagi pelanggan yang setia menggunakan layanan BPJS. Salah satu ciri bahwa BPJS Ketenagakerjaan menjalankan hubungan yang baik dengan peserta PU (penerima upah) dan BPU (Bukan Penerima Upah) adalah adanya keterlibatan mereka. Hubungan pelanggan di sini mencakup semua aktivitas yang bertujuan untuk menghadirkan kepuasan melalui layanan yang diberikan dalam menyelesaikan masalah bagi peserta. Pelayanan ini termasuk menerima keluhan atau masalah yang dihadapi. Oleh karena itu, BPJS perlu melakukan langkah-langkah khusus untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan

Dalam upaya menyediakan perlindungan untuk jaminan hari tua bagi pekerja mandiri, BPJS Ketenagakerjaan (BPU) menawarkan program yang memberikan jaminan hari tua. Program ini berkaitan dengan jaminan hari tua. Saat pensiun tiba, anggota BPU BPJS Ketenagakerjaan berhak menerima dana pensiun yang telah mereka simpan sebelumnya. Menerima dana pensiun yang sudah ditabung sebelumnya. Program Jaminan Hari Tua juga memungkinkan peserta BPU untuk bergabung secara sukarela. Jaminan kematian adalah manfaat BPJS Ketenagakerjaan Bukan Penerima Upah / non upah yang penting, dimana jika peserta BPU meninggal dunia maka ahli warisnya akan mendapatkan santunan yang telah ditentukan.

Peserta BPJS Ketenagakerjaan BPU juga mendapatkan perlindungan jaminan kesehatan yang mencakup layanan dasar seperti perawatan medis,

konsultasi kesehatan, dan penyediaan obat-obatan. Dengan menjadi anggota BPJS Ketenagakerjaan BPU, pekerja mandiri dapat menikmati perlindungan dan keuntungan yang setara dengan peserta lainnya dalam BPJS Ketenagakerjaan. Selain itu, BPJS Ketenagakerjaan BPU berkontribusi dalam membantu pekerja mandiri dalam mengatur dan melindungi kondisi keuangan serta masa depan mereka, yang berdampak positif pada kesejahteraan ekonomi dan sosial mereka. Anggota BPU diwajibkan untuk mendaftar secara individu atau secara kelompok melalui organisasi atau kelompok tertentu. Syarat yang perlu disiapkan saat mendaftar sebagai Peserta BPJS Ketenagakerjaan BPU/Bukan Penerima Upah cukup sederhana

Berbeda dari iuran yang dibayarkan oleh BPJS Penerima Upah, iuran untuk BPJS Ketenagakerjaan bagi BPU atau pekerja yang tidak menerima upah tidak ditentukan oleh persentase dari penghasilan yang diperoleh. Sesuai dengan PP No. 44 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Program JKK dan JKM, iuran untuk JKK bagi BPU ditetapkan sebesar 1% dari jumlah tertentu yang berdasarkan pada pendapatan. Nilai yang ditetapkan berkisar antara Rp10. 000 hingga Rp207. 000. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 46 Tahun 2015 mengenai Penyelenggaraan Program JHT, iuran JKM untuk BPJS bagi yang tidak menerima upah adalah Rp6. 000, sedangkan untuk Penerima Upah adalah Rp6. 800 setiap bulan. Di sisi lain, iuran untuk JHT ditetapkan sebesar 2% dari jumlah tertentu yang berlandaskan pada penghasilan. Jumlah nominalnya berkisar antara Rp20. 000 sampai Rp414. 000. Pembayaran iuran dapat dilakukan setiap bulan paling lambat tanggal 15, baik secara individu maupun melalui kelompok tertentu. Pembayaran juga dapat dilakukan dalam bentuk cicilan untuk 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, atau 12 bulan.

Saat ini, di daerah DKI Jakarta terdapat 17 Kantor Cabang BPJS Ketenagakerjaan, masing-masing bertugas mengelola keanggotaan dan memberikan layanan terbaik kepada pekerja baik formal maupun informal. Data pada tingkat nasional menunjukkan bahwa jumlah peserta BPU di seluruh Indonesia terus meningkat, sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya perlindungan sosial. BPJS Ketenagakerjaan mencatat di bulan april 2025 jumlah peserta aktif sebanyak 39,7 juta orang per April 2025. Peserta

aktif dari PU mencapai 25,43 juta orang, peserta aktif Bukan Penerima Upah (BPU) sebanyak 8,99 juta orang dan peserta aktif dari golongan Jasa Konstruksi (Jakon) mencapai 4,64 juta.

Di sisi lain, khusus untuk daerah Jakarta, Cabang BPJS Ketenagakerjaan Ceger memainkan peran yang cukup penting. Tercatat sekitar 16. 000 peserta BPU terdaftar di cabang ini, dengan beragam latar belakang pekerjaan dan kondisi ekonomi, seperti pedagang kecil, pekerja lepas, dan berbagai profesi mandiri lainnya. Pemilihan lokasi penelitian di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Ceger didasarkan pada beberapa alasan. Pertama, cabang ini merupakan salah satu kantor dengan jumlah peserta BPU yang cukup signifikan, yaitu sekitar 16. 000 orang, sehingga menjadi wakil yang tepat untuk merumuskan bagaimana strategi layanan customer relations diterapkan kepada segmen pekerja informal. Kedua, cabang Ceger terletak di Jakarta Timur, yang dikenal memiliki karakteristik masyarakat yang beragam dalam aspek sosial, ekonomi, dan pendidikan.

Hal ini memerlukan strategi komunikasi dan pelayanan yang lebih fleksibel agar semua peserta dapat dilayani dengan baik. Selain itu, Cabang Jakarta Ceger juga menghadapi tantangan yang menarik, mengingat lokasinya berada di area dengan kepadatan populasi tinggi dan mobilitas masyarakat yang tinggi. Ini menjadikan interaksi antara petugas dan peserta semakin rumit, terutama dalam menangani keluhan, memberikan sosialisasi, dan mengedukasi peserta mengenai hak serta kewajiban mereka.



*Gambar 1.1 Ruang Tunggu untuk Peserta*

Sumber: Peneliti 2025

Karena banyaknya masalah yang dialami oleh peserta BPU inilah yang membuat pegawai BPJS ketenagakerjaan Cabang Ceger khususnya staff kepesertaan harus pandai dalam menjelaskan terkait permasalahan peserta BPU agar peserta tersebut mengerti apa yang dijelaskan karena Menurut Rosady Ruslan (2018: 275). Customer Relations adalah sistem informasi yang terintegrasi yang digunakan untuk merancang, mengatur waktu, dan mengawasi kegiatan sebelum dan sesudah penjualan di suatu perusahaan atau institusi. Kegiatan sebelum dan sesudah penjualan di perusahaan atau institusi mencakup hal-hal yang berhubungan dengan prospektif pelanggan dan organisasi, termasuk elemen yang melibatkan calon pembeli dan klien yang telah ada, juga tenaga penjual. Klien yang sudah ada, termasuk tenaga penjual, dukungan teknis, layanan di lapangan, dan terutama pemasaran.

Dengan adanya Customer Relations yang baik, perusahaan atau institusi dapat membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, serta menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Selain itu, penerapan Customer Relations juga berperan penting dalam menciptakan komunikasi dua arah yang efektif antara perusahaan dan pelanggan, sehingga kebutuhan, keluhan, maupun saran dari pelanggan dapat ditangani dengan lebih cepat dan tepat. Hal ini tidak hanya berdampak pada kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat citra positif perusahaan di mata masyarakat. Dengan demikian, Customer Relations menjadi salah satu strategi utama yang perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan atau institusi untuk menjaga keberlangsungan bisnis dan keberhasilan jangka panjang.

Customer Relations memiliki peranan yang tidak kalah pentingnya, termasuk bagi BPJS Ketenagakerjaan sebagai lembaga yang bergerak di bidang jaminan sosial tenaga kerja. BPJS Ketenagakerjaan dituntut untuk tidak hanya memberikan pelayanan administratif, tetapi juga mampu membangun hubungan yang baik dengan pesertanya, terutama bagi segmen Bukan Penerima Upah (BPU) yang memiliki karakteristik beragam dan seringkali membutuhkan informasi serta pendampingan lebih intensif terkait program jaminan sosial. Penerapan Customer Relations di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Ceger menjadi krusial karena

dapat membantu meningkatkan kepuasan peserta, memperkuat kepercayaan, serta memastikan bahwa layanan yang diberikan benar-benar menjawab kebutuhan masyarakat pekerja informal. Dengan adanya strategi Customer Relations yang efektif, BPJS Ketenagakerjaan dapat menciptakan pelayanan yang lebih humanis, transparan, dan responsif, sehingga pada akhirnya mampu meningkatkan partisipasi serta loyalitas peserta dalam jangka panjang.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam Penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi Customer Relations Pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Ceger Dalam Melayani Peserta BPU (Bukan Penerima Upah)”

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi customer relations BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Ceger dalam melayani peserta BPU (Bukan Penerima Upah)

## 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran dan juga referensi bagi penelitian selanjutnya pada bidang ilmu komunikasi, khususnya pada customer relations. Selain itu, dengan penelitian ini dapat menjadi saran dan juga masukan untuk BPJS Ketenagakerjaan dalam melayani peserta BPU (Bukan Penerima Upah). Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan sumbangan pada pengembangan bidang komunikasi, terutama dalam kajian Public Relations. Dengan mengacu pada teori Excellence in Public Relations, studi ini menunjukkan penerapan prinsip komunikasi dua arah, manajemen konflik, transparansi informasi, serta pembentukan hubungan jangka panjang dalam lembaga layanan publik. Temuan

dari penelitian ini dapat memperdalam wawasan teoritis mengenai strategi hubungan pelanggan di sektor layanan publik di Indonesia.

## 2. Manfaat Praktis (PR)

Temuan dari penelitian ini memiliki manfaat langsung bagi praktisi Humas/PR di BPJS Ketenagakerjaan dan lembaga lain yang sejenis. Hasil penelitian ini bisa menjadi masukan untuk memperbaiki strategi pelayanan hubungan pelanggan, meningkatkan kualitas komunikasi dengan peserta BPU, serta memperkuat kepercayaan publik terhadap lembaga. Selain itu, studi ini dapat memberikan rekomendasi bagi pegawai dalam memaksimalkan penggunaan media digital, agen PERISAI, serta program pelatihan untuk meningkatkan efektivitas pelayanan.

### a) Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis yang meneliti customer relations

### b) Pembaca

Penelitian ini dapat memberikan panduan praktis bagi petugas BPJS Ketenagakerjaan dan Peserta BPU untuk memahami sepenuhnya apa saja program yang ada di BPJS Ketenagakerjaan

## 1.5 Sistematika Penulisan

Agar pembahasan dalam penelitian ini dapat dipahami secara menyeluruh, diperlukan penyusunan sistematika sebagai kerangka dan acuan dalam penulisan proposal penelitian. Sistematika ini akan memandu alur penulisan secara terstruktur.

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini memberikan latar belakang tentang bagaimana strategi komunikasi BPJS Ketenagakerjaan Cabang Jakarta Ceger dalam Melayani Peserta BPU (Bukan Penerima Upah). Setelah menemukan masalah, peneliti membuat perumusan masalah, menetapkan tujuan dan manfaat penelitian

## **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini memberikan ide-ide yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari berbagai sumber, termasuk buku, jurnal, penelitian terdahulu dan artikel-artikel ilmiah lainnya

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini penulis menekankan tentang metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam pengembangan sistem informasi agar sistematis, bab metode penelitian meliputi pendekatan penelitian, penentuan informan, Teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data, dan Teknik pengolahan data dari analisis data, Lokasi, dan waktu penelitian

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian, biodata informan, hasil penelitian dengan berupa wawancara terhadap peneliti dengan subjek penelitian serta pembahasan hasil penelitian.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini mengenai kesimpulan dan saran, menjelaskan hasil dari penelitian terkait Kesimpulan dan saran penulis terhadap hasil dari penelitian ini. Peneliti juga mencantumkan saran akademik dan rekomendasi praktis untuk penelitian di masa mendatang