

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ,
KUALITAS PRODUK APLIKASI *MOBILE* DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PESERTA JAMINAN KESEHATAN NASIONAL
KARTU INDONESIA SEHAT (JKN KIS)
(Suatu Survey Pada Peserta JKN KIS di BPJS Kesehatan Kantor Cabang
Bandung)**

Alam Gumilang Ramadhan¹,
Dr. Rahma Wahdiniwaty, Dra.,
M.Si²

¹Universitas Komputer
Indonesia
Bandung, Indonesia
alam.75218010@mahasiswa.uniko
m.ac.id

²Universitas Komputer
Indonesia
Bandung, Indonesia
rahma@unikom.ac.id

Abstrak – Indonesia memiliki jaminan sosial tercantum pada UUD 1945 pasal 28 H ayat 1 yang menyebutkan pada intinya bahwa warga negara Indonesia berhak mendapatkan pelayanan kesehatan. Kemudian terbitlah UU No 24 tahun 2011 yang melahirkan BPJS Kesehatan yang mana merupakan lembaga yang memiliki tugas untuk menyelenggarakan Jaminan Kesehatan Nasional – Kartu Indonesia Sehat (JKN KIS) bagi rakyat Indonesia. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya realisasi yang belum sesuai dengan target kepuasan peserta. Metode deskriptif dan verifikasi dengan pendekatan kuantitatif adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini. *Partial Least Square* melalui program SmartPLS 2.0, yang dipakai oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini. Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan hasil uji t statistic variabel kualitas pelayanan, kualitas produk aplikasi mobile dan harga berpengaruh terhadap kepuasan peserta JKN KIS.

Kata Kunci: Kepuasan Peserta, Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Aplikasi Mobile

I. PENDAHULUAN

Pada tahun 2019, ^[1] Bloomberg mengadakan penelitian mengenai negara tersehat di dunia, dalam publikasi nya tercantum 50 negara tersehat di dunia. Yakni diantaranya Spanyol, Italia, Islandia, Jepang, Swiss, Swedia, Australia, Singapura, Norwegia dan Israel yang merupakan negara tersehat di dunia. Namun pada penelitian tersebut belum tercantum negara Indonesia. ^[2]Dasar hukum mengenai kesehatan di Indonesia yakni diantaranya UU tahun 2004 No

40 mengenai SJSN dan UU tahun 2011 No 24 yang melahirkan BPJS Kesehatan.

^[3]Dituntut memberikan kualitas yang baik sebagai harapan bagi semua peserta JKN – KIS adalah tugas dari BPJS Kesehatan. Sebagaimana kerangka kualitas layanan yang berhubungan dengan kepuasan peserta. Level kualitas pelayanan kesehatan dalam menciptakan rasa puas pada setiap peserta menunjukkan mutu pelayanan kesehatan. ^[4]Berdasarkan survei kepuasan peserta yang dilakukan oleh BPJS Kesehatan pada tahun 2019. Dimana target pada tahun 2019 nilai kepuasan peserta adalah 85%,

akan tetapi pada realita nya nilai yang di dapat adalah skor rata-rata 80,1%. Selain kepuasan, aspek lain yang perlu diperhatikan dalam bidang kesehatan yakni kualitas pelayanan. ^[6]

^[5]Berdasarkan hasil survei BPJS Watch tahun 2017 ditemukan beberapa temuan terkait dengan kualitas pelayanan yakni di antaranya, terkait waktu tunggu, rujukan, pelayanan kesehatan, pemeriksaan parsial, prosedur, iur biaya, pemberian obat.

^[6]Selain kualitas pelayanan, hal terpenting dalam terbentuknya suatu kepuasan peserta adalah kualitas produk. Dikarenakan kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk. Dalam upaya mengikuti perkembangan zaman, BPJS Kesehatan menerbitkan produk *Mobile JKN*, sebuah solusi di zaman digital untuk mempermudah peserta JKN KIS untuk mencetak kartu, mengubah data kepesertaan, melihat tagihan dan sebagainya. ^[7]Dalam dunia asuransi iuran adalah harga yang harus di bayar untuk nantinya peserta tersebut mendapatkan manfaat. Pada tahun 2019 yang lalu iuran BPJS Kesehatan mengalami dinamika, yang awal mulanya naik dikarenakan defisit yang sangat besar, kemudian adanya gugatan oleh KPCDI ke MA yang menyebabkan kenaikan iuran tersebut di batalkan sebagian pada bulan Maret 2020, sehingga menjadi turun kembali. Kemudian mengalami penyesuaian / kenaikan harga kembali yang berdasarkan Perpres 64 Tahun 2020 Perpres 64 Tahun 2020, ini dikarenakan untuk menyasiasi defisit dari lembaga tersebut.

^[8]Seberapa bagus tingkat layanan yang disampaikan dibutuhkan sesuai dengan ekspektasi konsumen adalah pengertian dari kualitas layanan. Pendekatan berbasis nilai, pendekatan berbasis pengguna, pendekatan transendental, pendekatan berbasis produk dan pendekatan berbasis manufaktur dan adalah lima pendekatan kualitas yang berkembang saat ini. ^[9]Kegagalan penyampaian jasa terjadi karena beberapa gap, yakni pertama adalah perbedaan antara ekspektasi peserta dan pandangan perusahaan, kedua adalah perbedaan antara pandangan perusahaan terhadap ekspektasi peserta dan spesifikasi kualitas layanan, ketiga adalah perbedaan antara spesifikasi kualitas layanan dengan *service delievery*, keempat adalah perbedaan antara penyampaian layanan dengan penyampaian eksternal, kelima adalah

perbedaan antara harapan layanan dengan kenyataan layanan. Untuk menilai kualitas pelayanan dapat dilihat dari *reliability, responsiveness, assurances, empathy, tangibles*.

^[10] Sesuatu dapat dipakai dan bermanfaat serta menghasilkan berupa moral, material, spiritual untuk pelanggan adalah pengertian dari produk konsumen. Tingkat baik buruk nya sebuah produk dapat dinilai dari kebutuhan khusus konsumen merupakan pengertian kualitas produk. ^[11]Konsep produk terdiri dari 3 level, pertama adalah *core product*, adalah manfaat pokok (*core benefits*), kedua adalah produk sebenarnya yaitu bentuk produk yang memberikan nilai pada produk, ketiga adalah produk tambahan, yakni ditambah fitur pelengkap dari suatu produk ^[6]Kualitas produk dapat dilihat konsumen nya dari keandalan, ketepatan, keseluruhan produk, atribut bernilai lainnya, kemudahan pengoperasian.

^[9] Beberapa atribut paling krusial yang dievaluasi oleh pelanggan adalah harga, pada pembentukan sikap konsumen, perusahaan harus mengetahui peran tersebut. Pelanggan sensitif terhadap harga maka dari itu harga suatu produk yang cukup tinggi dibandingkan dengan kompetitornya dapat menjadi pertimbangan konsumen. Produk yang mempunyai harga tinggi dapat dipersepsikan positif oleh beberapa target pasar tertentu, sebagai indikator pengganti kualitas produk dapat juga digunakan indikator harga. ^[12]Faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan harga adalah kondisi perekonomian, *price elasticity, non price factor*. ^[13]Selain itu, harga juga dapat dilihat dari kesesuaian nya dengan kualitas, persepsi nilai dengan kompetitor dan keterjangkauan.

^[9] Bahagia atau sedihnya seseorang berasal dari perbandingan antara hasil yang didapat pada kinerja produk dengan harapan kinerja produk dari konsumen, itu adalah pengertian dari kepuasan. ^[14]Teori kontras yakni pandangan bahwa pelanggan akan membandingkan kenyataan produk dengan harapan ketika sebelum dilakukan transaksi, teori asimilasi menyebutkan bahwa evaluasi purna beli adalah fungsi positif dari harapan pelanggan sebelum transaksi, asimilasi – teori kontras menyebutkan bahwa terjadinya efek kontras atau efek asimilasi adalah kegunaan dari perbedaan tingkat antara harapan akan suatu produk dengan

realisasi produk tersebut, ketiga hal tersebut merupakan teori utama kepuasan. ^[15]Determinasi kepuasan pelanggan yakni diantaranya sikap konsumen, *perceived performance*, diskonfirmasi (obyektif dan subyektif), dan ekspektasi.

^[15]Keputusan konsumen adalah *long term technic*, dikarenakan membutuhkan waktu yang cukup lama agar mendapatkan reputasi dengan dasar kualitas pelayanan, dan sering membutuhkan investasi besar untuk beberapa program dengan tujuan kepuasan peserta pada waktu sekarang dan masa datang. ^[12]Surplus konsumen (konsep kepuasan pelanggan) yakni membandingkan antara harga dengan kuantitas, dan antara kualitas pelayanan dengan kemasan. Penelitian terdahulu dari ^[17]Eni Sudjjani, kemudian dari ^[18]Heldalina dan M Riza Firdaus menyatakan bahwa kepuasan peserta dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

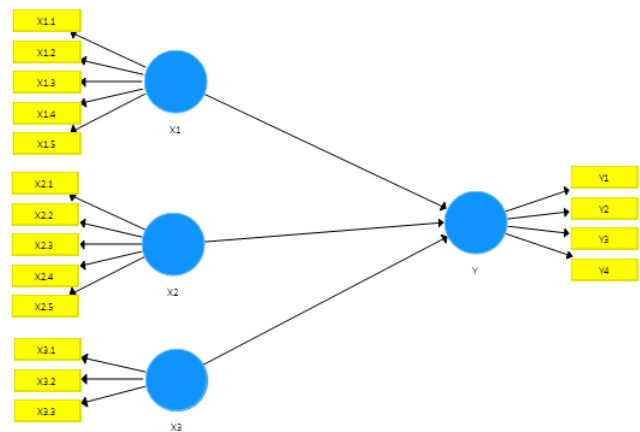
^[12]Produk yang berkualitas baik dan layanan prima perlu diterapkan pada perusahaan yang memiliki program kepuasan pelanggan. ^[16]Penilaian kualitas produk sangat erat kaitannya dengan penilaian kinerja. Pandangan pelanggan atas kualitas produk kinerja produk sebelum mereka membelinya dibandingkan setelah menggunakan produk tersebut. Penilaian antara harapan kinerja dengan realisasi kinerja. Masukan dalam persepsi kepuasan pelanggan disebut sebagai tanggapan emosional dari konsumen tersebut. Penelitian sebelumnya dari ^[19]Dita Amanah, kemudian dari ^[6]Shandy Widjojo P menyatakan bahwa kepuasan dipengaruhi kualitas produk.

^[15]Harga murah yang di dasari semata-mata aspek diskon tanpa dibarengi efisiensi biaya berpotensi mengorbankan standar kualitas yang sejatinya merupakan hak konsumen. Beberapa konsumen sebenarnya bersedia untuk harga yang lebih tinggi dengan harapan kualitas pelayanan yang bagus. Ketika ada pelanggan yang cenderung tanpa menawar harga pada setiap transaksinya, ini menandakan mereka puas dan loyal terhadap produk tersebut. Penelitian terdahulu dari ^[20]Lumintang, kemudian dari Ari Prasetyo^[21] menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan. Kemudian untuk penelitian dari ^[22]Freekey Stefly Maramis menyatakan bahwa kepuasan dipengaruhi secara simultan oleh harga, kualitas layanan dan kualitas produk.

Dilakukannya penelitian ini dimaksudkan untuk diketahui: 1) Bagaimana kepuasan, kualitas layanan, kualitas produk dan harga; 2) Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan; 3) Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan ; 4) Pengaruh harga terhadap kepuasan 4) Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga pada kepuasan.

II. METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan *descriptif and verification method with quantitative approach*, yang mana melakukan uji hipotesis apakah diterima atau ditolak serta menguji kepuasan peserta dipengaruhi harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk. Peneliti memakai data yang dihasilkan dengan kuesioner yang disebar pada peserta JKN KIS wilayah Kota Bandung. Setiap pernyataan dibuat untuk mengukur indikator pada penelitian ini yang mana digunakan skala ordinal.



Gambar 1. Diagram Variabel Penelitian

III. HASIL

Teknik analisis menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif menggunakan *software Smart PLS* sehingga menghasilkan suatu kesimpulan. Diuji validitas dan reliabilitasnya dahulu sebelum dianalisis. Apabila memiliki nilai koefisien validitas > 0,30 maka alat ukur dinyatakan valid. Dengan menggunakan *software SPSS 16.0*, diperoleh hasil uji ketiga variabel tersebut dinyatakan valid karena memiliki koefisien validitas > 0,3. Sementara untuk menguji keandalan (reliabilitas) digunakan tehnik belah dua atau sering disebut *Split Half*. Didapatkan hasil pada *software SPSS 16.0*, yang terlihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Rekapitulasi Pengujian Reliabilitas

Keterangan	Koefisien Reliabilitas	Nilai Kritis
Kualitas Pelayanan	0,881	0,7
Kualitas produk aplikasi <i>mobile</i>	0,917	0,7
Harga	0,915	0,7
Kepuasan Peserta	0,908	0,7

Dari data tersebut, terlihat bahwa indikator yang digunakan reliabel atau andal, dikarenakan nilai koefisien reliabilitas untuk masing-masing variabel > 0,7.

IV. PEMBAHASAN

Nilai koefisien *path* dan *t-values* yang dipakai pada penelitian ini untuk menguji hipotesis, dapat terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Nilai Koefisien Jalur Struktural dan Uji T Statistik

Model	Koefisien Jalur	T Statistik
Kualitas Pelayanan (X ₁) > Kepuasan Peserta (Y)	0,292	2,827
Kualitas produk aplikasi <i>mobile</i> (X ₂) > Kepuasan Peserta (Y)	0,507	5,729
Harga (X ₃) > Kepuasan Peserta (Y)	0,146	2,440

Dapat dilihat dari hasil *T Statistics* didapat bahwa masing-masing model tersebut memiliki *T Statistics* > T hitung (1,966). Artinya bahwa H₀ ditolak kemudian menerima H_a, artinya bahwa kepuasan peserta dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan, kepuasan peserta dipengaruhi secara signifikan dan simultan oleh kualitas produk aplikasi *mobile*, kepuasan peserta dipengaruhi secara signifikan oleh harga.

Berdasarkan uji F, menggunakan rumus di bawah ini:

$$F = \frac{R^2 / (k-1)}{(1-R^2) / (n-k)}$$

$$F = \frac{0,770 / (3-1)}{(1-0,770) / (400-3)} = 664,94$$

Berdasarkan nilai tersebut dihasilkan nilai F hitung sebesar 664,94 dan nilai F tabel nya adalah 3,01. Karena F hitung > F tabel maka artinya kepuasan peserta dipengaruhi secara simultan oleh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk aplikasi *mobile*.

Untuk melihat persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen, dapat dilihat dari tabel koefisien determinasi yang merupakan hasil koefisien jalur dikalikan dengan nilai korelasi dengan Y.

Tabel 3. Analisis Koefisien Determinasi

Model	Koefisien Jalur Struktural	Korelasi dengan Y	Pengaruh (%)
Kualitas Pelayanan (X ₁) > Kepuasan Peserta (Y)	0,292	0,802	23,4%
Kualitas produk aplikasi <i>mobile</i> (X ₂) > Kepuasan Peserta (Y)	0,507	0,849	43,1%
Harga (X ₃) > Kepuasan Peserta (Y)	0,146	0,721	10,5%
TOTAL PENGARUH (R ²)			77,00%

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa Kualitas Pelayanan memberikan kontribusi pengaruh sebesar 23,4% terhadap Kepuasan Peserta, Kualitas produk aplikasi *mobile* memberikan kontribusi pengaruh sebesar 43,1% terhadap Kepuasan Peserta, Harga memberikan kontribusi pengaruh sebesar 10,5% terhadap Kepuasan Peserta, terlihat nilai *R Square* yang diperoleh adalah sebesar 77%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X₁) dan Kualitas produk aplikasi *mobile* (X₂), serta Harga (X₃) secara bersama-sama memberikan pengaruh sebesar 77,00% terhadap Kepuasan Peserta (Y)

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan:

1. Tanggapan reponden
 - a. Kualitas pelayanan masuk dalam kategori baik
 - b. Kualitas produk aplikasi *mobile* termasuk dalam kategori cukup baik. Hal ini menandakan masih adanya kelemahan dalam variabel kualitas produk.

- c. Harga memiliki tanggapan responden termasuk dalam kategori cukup sesuai. Hal ini menandakan masih adanya kelemahan dalam variabel harga.
 - d. Kepuasan peserta memiliki tanggapan responden masuk dalam kategori puas.
2. Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan peserta secara signifikan. Kemudian untuk nilai korelasi kualitas pelayanan terhadap kepuasan peserta termasuk kategori sangat kuat. Ini menandakan adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan peserta.
 3. Kualitas produk aplikasi mobile mempengaruhi kepuasan peserta secara signifikan. Kemudian untuk nilai korelasi kualitas produk aplikasi mobile terhadap kepuasan peserta masuk dalam kategori sangat kuat. Hal ini menandakan adanya pengaruh kualitas produk aplikasi mobile terhadap kepuasan peserta.
 4. Harga mempengaruhi kepuasan peserta secara signifikan. Kemudian untuk nilai korelasi kualitas produk aplikasi mobile terhadap kepuasan peserta masuk dalam kategori kuat. Hal ini menandakan adanya pengaruh harga terhadap kepuasan peserta.
 5. Kepuasan peserta secara signifikan dan simultan dipengaruhi dengan harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk aplikasi mobile.

Setelah peneliti memberikan ikhtisar dari hasil penelitian ini, maka peneliti akan mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

A. Saran Operasional

Bagi BPJS Kesehatan

1. Melakukan *recruitment* pegawai secara selektif dan langsung mengadakan pendidikan pelatihan (Diklat) pegawai sebelum petugas tersebut melayani peserta. Agar nantinya ketika terjun langsung melayani peserta, petugas tersebut sudah terampil dan memiliki *product knowledge* yang cukup.
2. Melakukan evaluasi perbaikan sistem aplikasi *mobile* secara rutin pada waktu mayoritas peserta tidak akses aplikasi tersebut.
3. Meningkatkan kuota pengalihan peserta mandiri (yang di bayarkan sendiri) ke peserta PBI (penerima bantuan iuran/ yang mana iuran nya dibayarkan oleh pemerintah). Proses pengalihan tersebut tentunya dengan kriteria tertentu misalkan untuk peserta mandiri menunggak dan tergolong tidak mampu, dapat di alihkan ke segmen

kepesertaan PBI (yang di bayarkan oleh pemerintah).

Bagi Peserta JKN KIS

1. Diharapkan peserta JKN KIS dapat mengikuti dan memahami akan regulasi dan prosedur yang sudah di tetapkan oleh BPJS Kesehatan. Dimana hal tersebut agar peserta mendapatkan hak nya dalam segi pelayanan di fasilitas kesehatan. Dan tentunya melakukan kewajiban berupa membayarkan iuran secara rutin, agar tidak terhenti pula hak kepesertaan nya. Apabila kewajiban-kewajiban nya sudah dilakukan, maka peserta dapat menuntut hak nya sebagaimana mestinya.

B. Saran Akademis

Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Peneliti lain dapat memakai variabel lain yang akan digunakan penelitian selanjutnya, yakni dengan menggunakan variabel independen lainnya misalkan *variable citra*, *strategi promosi* dan *customer relationship management*, dan sebagainya.

PENGHARGAAN

Penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan bagi Universitas Komputer Indonesia dan Pengajar Program Studi Magister Manajemen Fakultas Pascasarjana.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] <https://www.liputan6.com/health/read/3908054/tak-ada-indonesia-dalam-daftar-50-negara-tersehat-didunia>
- [2] <https://www.dpr.go.id/jdih/uu/>
- [3] Nursalam. 2014. Manajemen Keperawatan : Aplikasi dalam Praktik Keperawatan Profesional Edisi 4. Jakarta : Salemba Medika.
- [4] <https://bpjs-kesehatan.go.id/bpjs/dmdocuments/>
- [5] <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-3529039/pelayanan-tidak-memuaskan-bpjs-di-jatim-disorot>
- [6] Shandy Widjoyo Putro. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran, 12 November 2019, 1 – 9.
- [7] <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5014117/kronologi-drama-perjalanan-naik-turun-iuran-bpjs-kesehatan>
- [8] Fandy Tjiptono. 2017. Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi Ketiga. Penerbit Andi Yogyakarta.
- [9] Etta Mamang Sangadji dan Sopiha. 2013. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Andi Yogyakarta.
- [10] M Suyanto. 2018. *Muhammad Marketing Strategy*. Penerbit Andi Yogyakarta.

- [11] Fandy Tjiptono. 2016. *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Penerbit Andi Yogyakarta.
- [12] Ali Hasan. 2008. *Marketing*. Media Pressindo Yogyakarta.
- [13] Aprillia Dewi Ratnasari. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Djawi lanbistro café dan resto Surabaya, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga Vol.3 No.3.*
- [14] Fandy Tjiptono. 2017. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi Ketiga. Penerbit Andi Yogyakarta..
- [15] Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana. 2015. *Pelanggan Puas? Tak Cukup!* Penerbit Andi Yogyakarta.
- [16] John C Mowen dan Michael Minor. 2001. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Erlangga. Jakarta..
- [17] Eni Sudjiani. 2019. Pengaruh Citra Dan Kualitas Layanan Pendidikan Terhadap Kepuasan Peserta Didik Di Sekolah Cikal Harapan. *Jurnal Ilmiah Feasible*, 12 November 2019, 123 – 137.
- [18] Heldalina, M Riza Firdaus, dan Ikhwan Faisal. 2018. *Analisis Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Bank Syariah*. Universitas Lambung Mangkurat.
- [19] Dita Amanah. 2010. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 16 Januari 2020, 71 – 87.
- [20] Lumintang Intan Sintya. 2018. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online Pada Mahasiswa Feb Unsrat Manado*. *Jurnal EMBA*, 26 Mei 2019, 1778 – 1787.
- [21] Ari Prasetyo. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Management Analysis Journal*, 12 November 2019, 1 – 5.
- [22] Freekly S Maramis.,J.L.Sepang.,A.S.Soegoto. 1658 *Jurnal EMBA Vol.6 No.3 Juli 2018*, Hal. 1658 – 1667, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado*, ISSN 2303-1174.