

Pengaruh Manfaat Dan Promosi Terhadap Minat Dalam Berasuransi (Studi Pada Pengguna Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Di Kecamatan Tanete Riattang Kabupaten Bone)

¹Astrid Iranas, ²Muhammad Fakhri Amir, ³Munawarah

¹²³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone, Indonesia

E-mail: ¹astridiranas941@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh Manfaat Asuransi dan Promosi Produk BPJS terhadap Minat Masyarakat dalam Berasuransi, dengan latar belakang pentingnya peran BPJS sebagai jaminan sosial serta kebutuhan memahami faktor-faktor pendorong partisipasi masyarakat. Dilakukan pada pengguna BPJS di Kelurahan Bukaka, Kecamatan Tanete Riattang, Kabupaten Bone, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif berbasis survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis dengan regresi linier berganda, termasuk Uji-t (parsial) dan Uji-F (simultan). Hasil menunjukkan bahwa Manfaat Asuransi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat masyarakat (koefisien regresi 0,464; signifikansi 0,002), begitu pula Promosi Produk BPJS (koefisien regresi 0,421; signifikansi 0,002), sementara secara simultan kedua variabel juga signifikan (F-hitung 58,175; signifikansi 0,000). Kesimpulannya, meningkatkan kualitas manfaat asuransi dan intensitas promosi merupakan strategi utama untuk memperkuat minat masyarakat berasuransi melalui BPJS.

Kata kunci : Manfaat Asuransi, Promosi, Minat, Masyarakat, BPJS Kesehatan

ABSTRACT

This study aims to analyze and empirically examine the influence of Insurance Benefits and BPJS Product Promotion on Public Interest in Insurance, based on the importance of BPJS's role as a social security institution and the need to understand the driving factors of community participation. Conducted among BPJS users in Bukaka Village, Tanete Riattang District, Bone Regency, this research employs a quantitative survey-based method, with data collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression, including t-tests (partial) and F-tests (simultaneous). The results indicate that Insurance Benefits have a positive and significant partial effect on public interest (regression coefficient 0.464; significance 0.002), as does BPJS Product Promotion (regression coefficient 0.421; significance 0.002). Simultaneously, both variables also show a significant effect (F-statistic 58.175; significance 0.000). In conclusion, enhancing the quality of insurance benefits and the intensity of promotional activities represents a key strategy to strengthen public interest in participating in BPJS insurance programs.

Keyword : Insurance Benefits, Promotion, Interest, Community, BPJS Health

1. PENDAHULUAN

Asuransi merupakan salah satu bentuk pengendalian risiko yang dilakukan dengan mengalihkan atau mentransfer risiko dari satu pihak kepada pihak lain, dalam hal ini adalah perusahaan asuransi. Tujuan utama asuransi adalah memberikan perlindungan nilai ekonomi bagi seseorang terhadap berbagai risiko dalam kehidupan. Selain itu, asuransi juga berfungsi sebagai bagian dari manajemen risiko, di mana risiko diubah atau dibagi dari pihak yang berpotensi mengalami kerugian kepada pihak asuransi (Rastuti, 2018).

Promosi merupakan proses komunikasi pemasaran yang melibatkan pemberian informasi, persuasi, dan pengaruh. Ini mencakup berbagai aktivitas untuk mengkomunikasikan produk, merek, atau layanan, serta membantu meningkatkan citra publik suatu perusahaan. Promosi bersifat persuasif, bertujuan untuk memberi tahu calon pelanggan tentang keberadaan produk atau jasa, dan meyakinkan mereka bahwa produk atau jasa tersebut dapat memenuhi kebutuhan mereka. Tujuan promosi adalah untuk menarik perhatian, menggugah minat, dan mendorong pembelian produk atau jasa yang ditawarkan. Secara umum, promosi adalah elemen penting dalam pemasaran dan menjadi salah satu komponen utama dalam bauran pemasaran.

Dalam ilmu ekonomi, perasuransian merupakan metode untuk menghilangkan atau mengurangi tingkat risiko yang mungkin terjadi dengan cara memindahkan dan menggabungkan ketidakpastian terkait potensi kerugian harta atau finansial. Dengan adanya risiko kerugian, lembaga keuangan seperti asuransi dapat membantu dengan memberikan ganti rugi jika risiko tersebut benar-benar terjadi. Jasa asuransi kini menjadi kebutuhan, baik bagi individu maupun dunia usaha, karena asuransi berfungsi sebagai instrumen keuangan

yang mendukung kehidupan rumah tangga dan melindungi dari risiko mendasar, seperti kematian, maupun risiko terhadap aset yang dimiliki. Bagi dunia usaha, asuransi penting untuk menghadapi risiko yang bisa mengganggu operasional. Meskipun asuransi menawarkan banyak manfaat, minat masyarakat terhadap asuransi masih rendah. Hal ini disebabkan oleh anggapan bahwa premi harus dibayar setiap bulan tanpa keuntungan jangka pendek yang jelas, bahkan ada kekhawatiran bahwa premi yang dibayarkan tidak akan kembali. Pandangan ini membuat asuransi belum dianggap sebagai kebutuhan oleh masyarakat (Drs. Gunistiyo, M.Si, 2006:2).

BPJS Kesehatan merupakan lembaga hukum publik yang bertugas melaksanakan program asuransi kesehatan bagi seluruh warga Indonesia. BPJS Kesehatan merupakan bagian dari Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) yang juga menjalankan program jaminan ketenagakerjaan. BPJS Kesehatan memainkan peran krusial dalam membangun sistem jaminan sosial nasional di sektor kesehatan. Program ini memberikan perlindungan kesehatan dan layanan perawatan bagi para peserta. Peserta BPJS Kesehatan memperoleh manfaat berupa layanan pencegahan dan pengobatan, serta penyediaan obat-obatan dan bahan medis sekali pakai.

Salah satu kebijakan pemerintah dalam bidang kesehatan adalah Jaminan Kesehatan Nasional (JKN), yang bertujuan agar seluruh lapisan masyarakat memperoleh akses layanan kesehatan yang merata dan adil melalui sistem premi, mirip dengan mekanisme asuransi kesehatan. Implementasi dari kebijakan ini dilakukan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan (BPJS-Kesehatan). BPJS-Kesehatan menjamin setiap warga mendapatkan layanan kesehatan melalui sistem iuran atau premi. Berdasarkan pedoman pelaksanaan BPJS-

Kesehatan, fasilitas kesehatan tingkat pertama seperti puskesmas dan klinik adalah tempat pertama yang harus diakses masyarakat untuk memperoleh layanan kesehatan.

Asuransi adalah kesepakatan antara pihak yang di asuransikan (nasabah) dengan perusahaan asuransi, di mana nasabah membayar premi sebagai imbalan atas perlindungan terhadap risiko tertentu. Jika terjadi peristiwa yang di asuransikan, perusahaan asuransi akan memberikan ganti rugi sesuai dengan perjanjian dalam polis.

Elemen Utama Asuransi, Polis : Dokumen resmi yang mengatur hak dan kewajiban antara nasabah dan perusahaan asuransi, Premi : pembayaran berkala oleh pemegang polis sebagai imbalan atas jaminan perlindungan, Klaim: permintaan dari nasabah kepada perusahaan asuransi untuk mendapatkan kompensasi atas kerugian yang terjadi, Risiko: peristiwa yang tidak pasti yang dapat mengakibatkan kerugian, seperti kecelakaan atau kebakaran. Jenis asuransi, yaitu Asuransi jiwa melindungi finansial seseorang atau keluarganya dari risiko kematian atau ketidakmampuan bekerja, kemudian ada asuransi kesehatan yaitu menanggung biaya perawatan medis dan pengobatan jika memegang polis sakit atau mengalami kecelakaan.

Berdasarkan data di atas, penelitian ini akan berpengaruh dan memberikan kontribusi pada pengembangan teori dan praktik asuransi, serta meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam berasuransi. Berdasarkan pemaparan-pemaparan yang telah diuraikan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *“Pengaruh Manfaat dan Promosi Terhadap Minat Dalam Berasuransi (Studi Pada Pengguna Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kecamatan Tanete Riattang Kabupaten Bone”*

2. LANDASAN TEORI

Promosi

Promosi adalah kegiatan mengomunikasikan informasi dari penjual kepada konsumen atau nasabah dalam saluran penjualan barang dan jasa yang ada di perusahaan tersebut. Melalui periklanan suatu perusahaan mengarahkan komunikasi pada nasabah masyarakat melalui media-media yang disebut dengan media masa (Arsenius & Mulyanti, 2023).

Ada berbagai cara yang digunakan dalam melakukan promosi dan juga sebagai indikator dalam promosi yaitu diantaranya adalah periklanan, penjualan pribadi, sales promotion, dan promosi penjualan. Strategi pemasaran promosi, adapun strategi adalah penetapan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan meningkatkan kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai (Asri & Elisa, 2025).

Minat

Minat adalah kecenderungan untuk menyampaikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek asal minat tersebut dengan disertai perasaan suka. Selain itu minat ialah sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan jika mereka bebas memilih, jika mereka melihat bahwa sesuatu yang akan menguntungkan mereka merasa berminat adalah bila minat masyarakat semakin tinggi maka produk asuransi syariah dapat dinikmati rakyat secara luas, bahkan menjadi kebutuhan primer. Tidak hanya bagi rakyat yang berpenghasilan menengah keatas tetapi bagi warga menengah kebawah juga sebab setiap orang dibutuhkan premi untuk memberikan keamanan serta tingkat risiko yang lebih rendah sebab setiap risiko tidak bisa dihilangkan atau dihindari namun dilindungi pada masa

yang tidak dapat diidentifikasi menggunakan pasti (Muksal et al., 2023).

Asuransi

Asuransi adalah perjanjian antara penanggung (asuransi) dan tertanggung (pemegang polis dimana penanggung memberikan ganti rugi atas kerugian atau resiko tertentu yang dialami tertanggung, dengan imbalan pembayaran premi. Perjanjian bertujuan untuk meminimalisir dampak finansial dan resiko yang tak terduga (Siregar, B. J., Saragih, A., Maryani, H., & Halim, 2023).

Dasar ekonomi asuransi bukanlah ditiadakan resiko atau kerugian walaupun organisasi asuransi mungkin merasa beruntung untuk melakukan kegiatan ini namun yang sesungguhnya adalah suatu kerugian besar yang tidak pasti. Implikasi dasar asuransi ini tidaklah senegatif apa yang tampak pada mulanya. Masyarakat secara keseluruhan beruntung dengan akumulasi cadangan modal yang menggantikan kerugian di sebabkan oleh hancurnya harta benda biaya usaha menjadi lebih rendah sampai kadar resiko itu harta benda biaya usaha menjadi rendah sampai kadar resiko itu disenyapkan dan kredit diperkuat. Sedangkan melalui tindakan bersama, individu yang diasuransikan memberi kesempatan untuk meniadakan kemiskinan dan kemelaratan bagi dirinya sendiri maupun tanggungannya (Susanto et al., 2021).

Demikian asuransi mengerjakan perlunya saling membutuhkan dalam masyarakat. hakikat dari semangat ini semangat ini sangat membantu tercapainya tujuan persaudaraan di seluruh dunia. Namun berjudi adalah dilarang karena dapat meningkatkan pertikaian, dedam, dan kecenderungan untuk menjauhkan mereka dari mengingat Tuhan dan shalat. semua hal ini mmenyebabkan kerugian yang lebih besar dari pada manfaat yang dapat diperoleh dari padanya (Gafur Rinaldi & Iedar Zulfikar FQ, 2024).

BPJS Kesehatan

BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial) merupakan lembaga Negara yang bertanggungjawab untuk menyelenggarakan program jaminan social di Indonesia. BPJS bertujuan untuk memberikan perlindungan social kepada masyarakat Indonesia dengan menyediakan program jaminan kesehatan dan jaminan ketenagakerjaan.

a. Program BPJS:

BPJS Kesehatan: program jaminan kesehatan yang memberikan perlindungan kepada peserta untuk mendapatkan pelayanan kesehatan kesehatan yang dibutuhkan

BPJS ketenagakerjaan: program jaminan ketenagakerjaan yang memberikan perlindungan kepada pekerja untuk mendapatkan manfaat jaminan social, seperti jaminan kecelakaan kerja, jaminan hari tua, dan jaminan kematian.

b. Manfaat BPJS:

- 1) **Perlindungan Kesehatan:** BPJS Kesehatan memberikan perlindungan kepada peserta untuk mendapatkan pelayanan kesehatan yang dibutuhkan termasuk rawat inap, rawat jalan dan obat-obatan.
- 2) **Perlindungan Ketenagakerjaan:** BPJS ketenagakerjaan memberikan perlindungan kepada pekerja untuk mendapatkan manfaat jaminan social, seperti jaminan kecelakaan kerja, jaminan hari tua, dan jaminan kematian
- 3) **Mengurangi Beban Biaya:** BPJS dapat membantu mengurangi beban biaya kesehatan dan ketenagakerjaan bagi peserta (Aituru & Andrias, 2023).

c. Tujuan BPJS:

- 1) **Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat:** BPJS bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia dengan membrikan perlindungan soasial yang memadai.

- 2) Mengurangi Kemiskinan: BPJS dapat membantu mengurangi kemiskinan dengan memberikan perlindungan sosial kepada masyarakat yang rentan
- 3) Meningkatkan Produktivitas: BPJS dapat membantu meningkatkan produktivitas pekerja dengan memberikan perlindungan sosial yang memadai.

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) dan metode survei. Data yang digunakan berupa data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner berbasis *Google Form* kepada masyarakat pengguna BPJS di Kecamatan Tanete Riattang, Kabupaten Bone. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang terdaftar sebagai peserta BPJS Kesehatan di wilayah tersebut, dengan jumlah sekitar 571.000 jiwa. Sampel penelitian ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 20%, sehingga diperoleh sebanyak 25 responden yang dipilih melalui teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*.

Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert untuk mengukur variabel Manfaat Asuransi (X1), Promosi Produk BPJS (X2), dan Minat Berasuransi (Y). Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran angket dan dokumentasi pendukung berupa data, gambar, serta referensi ilmiah terkait. Sebelum dilakukan analisis, data diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan keakuratan dan konsistensinya. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, disertai uji asumsi klasik (uji normalitas), uji t (parsial), dan uji F (simultan) untuk menguji hipotesis penelitian dengan tingkat signifikansi 5%.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Deskripsi Responden

Deskripsi responden merupakan bagian penting dalam penelitian yang bertujuan memberikan gambaran umum mengenai karakteristik individu yang menjadi sampel penelitian. Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui bahwa dari total 50 responden, terdapat 21 orang laki-laki (42%) dan 29 orang perempuan (58%). Hal ini menunjukkan bahwa responden perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki, yang mengindikasikan bahwa kelompok perempuan lebih dominan dalam partisipasi terhadap objek penelitian ini. Berdasarkan kelompok usia, mayoritas responden berada pada rentang usia 19–25 tahun sebanyak 36 orang (72%), sedangkan responden berusia di atas 25 tahun sebanyak 14 orang (28%). Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden termasuk dalam kelompok usia muda atau usia produktif awal, yang umumnya terdiri atas mahasiswa, pekerja muda, atau individu yang baru memasuki dunia kerja. Kelompok usia ini memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap perubahan, perkembangan teknologi, serta informasi baru, sehingga relevan dalam memberikan pandangan dan persepsi terhadap topik penelitian yang dikaji.

Hasil Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas Manfaat terhadap Minat

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.30513969
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.081
	Negative	-.116
Test Statistic		.116
Asymp. Sig. (2-tailed)		.089 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan hasil olah data uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test pada variabel manfaat terhadap minat, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,089. Nilai ini lebih besar dari taraf signifikansi yang digunakan yaitu 0,05 ($0,089 > 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual dari variabel manfaat terhadap minat berdistribusi normal.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas Promosi terhadap Minat

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.30498926
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.106
	Negative	-.110
Test Statistic		.110
Asymp. Sig. (2-tailed)		.179 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan hasil olah data uji normalitas menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test pada variabel Promosi terhadap Minat, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,179. Nilai ini lebih besar dari taraf signifikansi yang digunakan, yaitu 0,05 ($0,179 > 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Artinya, data hasil analisis antara variabel promosi dan minat tidak menunjukkan adanya penyimpangan yang signifikan dari distribusi normal. Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi salah satu asumsi klasik, yaitu asumsi normalitas residual.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1068.637	2	534.319	58.175	.000 ^b
	Residual	431.683	47	9.185		
	Total	1500.320	49			
a. Dependent Variable: Minat						
b. Predictors: (Constant), Promosi, Manfaat						

Data diolah dengan SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji ANOVA (Analysis of Variance) pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai Fhitung = 58,175 dengan nilai signifikansi (Sig.) = 0,000. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), yang berarti model regresi yang digunakan layak atau signifikan untuk digunakan dalam penelitian ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Manfaat dan Promosi secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat dalam berasuransi.

Hasil Uji Hipotesis

Uji T

Tabel 4. Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.355	4.150		1.290	.203
	Manfaat	.464	.138	.444	3.358	.002
	Promosi	.421	.125	.444	3.358	.002
a. Dependent Variable: Minat						

Nilai konstanta sebesar 5,355 menunjukkan bahwa apabila variabel Manfaat dan Promosi bernilai nol atau tidak mengalami perubahan, maka nilai dasar minat masyarakat dalam berasuransi tetap sebesar 5,355. Hal ini berarti bahwa meskipun tidak ada manfaat dan promosi yang dirasakan, masih terdapat sedikit minat masyarakat terhadap asuransi BPJS, kemungkinan karena adanya kebutuhan dasar akan jaminan kesehatan. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel Manfaat memiliki koefisien sebesar 0,464 dengan nilai t hitung 3,358 dan signifikansi 0,002, yang berarti Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat berasuransi. Dengan kata lain, semakin besar manfaat yang dirasakan masyarakat dari program BPJS, semakin tinggi pula minat mereka untuk berasuransi. Sementara itu, variabel

Promosi memiliki koefisien regresi sebesar 0,421 dengan nilai t hitung 3,358 dan signifikansi 0,002, yang juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat. Artinya, semakin gencar dan efektif promosi yang dilakukan BPJS, semakin meningkat pula minat masyarakat untuk menjadi peserta asuransi, karena promosi yang baik membantu masyarakat memahami manfaat serta keunggulan produk BPJS. Secara keseluruhan, hasil uji t membuktikan bahwa kedua variabel independen, yaitu Manfaat dan Promosi, berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat berasuransi, sehingga hipotesis penelitian diterima. Selain itu, koefisien regresi menunjukkan bahwa pengaruh Manfaat (0,464) sedikit lebih besar dibandingkan Promosi (0,421), yang menandakan bahwa manfaat yang dirasakan masyarakat memiliki peran lebih dominan dalam mendorong minat mereka untuk berasuransi dibandingkan faktor promosi.

Uji F

Tabel 5. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1068.637	2	534.319	58.175	.000 ^b
	Residual	431.683	47	9.185		
	Total	1500.320	49			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Promosi, Manfaat

Berdasarkan hasil analisis ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 58,175 dengan nilai signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi standar $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan secara simultan, artinya variabel Manfaat dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat masyarakat dalam berasuransi di BPJS. Nilai Mean Square Regression sebesar 534,319 dan Mean Square Residual sebesar 9,185 juga menunjukkan bahwa variasi yang dapat dijelaskan oleh model, yaitu pengaruh gabungan dari Manfaat dan Promosi, jauh lebih besar dibandingkan variasi yang tidak dijelaskan oleh model. Temuan ini

memperkuat bahwa model regresi memiliki kemampuan yang baik dalam menggambarkan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Secara keseluruhan, hasil uji F ini membuktikan bahwa Manfaat dan Promosi secara simultan berperan penting dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap program asuransi BPJS, di mana semakin besar manfaat yang dirasakan dan semakin efektif promosi yang dilakukan, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk berpartisipasi dalam program tersebut.

Pembahasan

1. Pengaruh Manfaat Terhadap Minat Dalam Berasuransi Di BPJS Kecamatan Tanete Riattang Kabupaten Bone

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel manfaat memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,464 dengan nilai t hitung 3,358 dan signifikansi 0,002. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam berasuransi di BPJS. Hasil ini menjelaskan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan oleh masyarakat dari program BPJS, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk ikut serta dalam asuransi kesehatan tersebut. Dengan kata lain, manfaat yang nyata dan dirasakan langsung oleh peserta menjadi pendorong utama bagi masyarakat untuk mendaftarkan diri pada program BPJS.

Secara teoritis, hasil ini sejalan dengan teori nilai guna (*utility theory*) yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016), yang menyatakan bahwa keputusan seseorang untuk menggunakan suatu produk atau layanan sangat dipengaruhi oleh manfaat (*utility*) yang diperoleh dari penggunaan tersebut. Dalam konteks BPJS, manfaat berupa perlindungan kesehatan, akses pelayanan medis yang luas, dan keringanan biaya pengobatan menjadi faktor utama yang

mendorong masyarakat untuk memiliki minat tinggi dalam berasuransi. Ketika masyarakat merasakan manfaat nyata seperti kemudahan dalam berobat di fasilitas kesehatan, rasa aman terhadap risiko kesehatan, dan jaminan pembiayaan yang stabil, maka minat untuk bergabung dengan BPJS akan meningkat secara signifikan.

Selain teori tersebut, temuan ini juga didukung oleh teori perilaku konsumen (*consumer behavior theory*) yang menekankan bahwa persepsi manfaat merupakan salah satu determinan utama dalam membentuk niat dan minat seseorang untuk menggunakan suatu produk jasa. Menurut Schiffman dan Kanuk (2015), konsumen akan tertarik terhadap suatu produk apabila mereka merasakan adanya nilai atau manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan pengorbanan yang harus dikeluarkan. Dalam konteks BPJS, masyarakat yang merasa bahwa manfaat yang diperoleh lebih besar daripada biaya iuran yang dibayarkan, akan menunjukkan minat yang lebih kuat untuk berpartisipasi.

Faktor pendukung dari hasil ini juga dapat dilihat dari kondisi sosial ekonomi masyarakat di Kelurahan Bukaka. Sebagian besar masyarakat di wilayah ini memiliki tingkat pendapatan menengah ke bawah, sehingga kebutuhan akan jaminan kesehatan yang terjangkau menjadi sangat penting. Program BPJS yang menawarkan perlindungan kesehatan dengan biaya iuran relatif rendah menjadi solusi yang dianggap memberikan manfaat besar. Selain itu, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga kesehatan serta adanya sosialisasi dari pihak BPJS turut memperkuat persepsi positif terhadap manfaat asuransi tersebut.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sari dan Wahyuni (2021), dalam jurnal *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, yang menemukan bahwa manfaat berpengaruh positif dan

signifikan terhadap minat masyarakat dalam mengikuti program asuransi kesehatan. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap manfaat yang diberikan oleh BPJS, maka semakin besar pula kecenderungan masyarakat untuk berpartisipasi.

Penelitian serupa juga dikemukakan oleh Rahman (2020), dalam *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, yang menyatakan bahwa persepsi manfaat menjadi faktor dominan dalam membentuk niat masyarakat untuk menjadi peserta aktif BPJS.

Selain itu, hasil penelitian dari Fitriani (2022), dalam *Jurnal Ekonomi Islam dan Bisnis* juga menunjukkan bahwa manfaat asuransi kesehatan berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat untuk mendaftar sebagai peserta BPJS. Penelitian ini menegaskan bahwa persepsi manfaat seperti perlindungan kesehatan keluarga, kemudahan akses pelayanan, serta rasa aman terhadap risiko biaya pengobatan merupakan faktor utama yang mendorong masyarakat untuk berminat terhadap asuransi kesehatan berbasis sosial seperti BPJS.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa manfaat merupakan faktor penting dan strategis dalam meningkatkan minat masyarakat berasuransi di BPJS, khususnya di Kelurahan Bukaka Kabupaten Bone. BPJS perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan, memperluas jaringan fasilitas kesehatan, serta memperkuat edukasi kepada masyarakat tentang manfaat nyata dari program BPJS. Upaya tersebut akan mampu meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat dalam berpartisipasi aktif dalam sistem jaminan kesehatan nasional.

2. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Dalam Berasuransi Di BPJS Kecamatan Tanete Riattang Kabupaten Bone

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai koefisien regresi untuk variabel promosi sebesar 0,421 dengan nilai t hitung sebesar 3,358 dan tingkat signifikansi 0,002. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam berasuransi di BPJS. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin intens dan efektif kegiatan promosi yang dilakukan oleh BPJS, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk mendaftar sebagai peserta asuransi. Promosi berperan penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai manfaat, prosedur, dan keunggulan program BPJS, sehingga masyarakat merasa lebih yakin dan termotivasi untuk bergabung dalam program jaminan sosial kesehatan tersebut.

Pengaruh positif promosi terhadap minat masyarakat juga didukung oleh beberapa faktor pendukung. Pertama, kualitas informasi dalam kegiatan promosi menjadi kunci utama. Informasi yang jelas, akurat, dan mudah dipahami akan membantu masyarakat mengetahui manfaat nyata dari kepesertaan BPJS. Kedua, media promosi yang digunakan juga memegang peran penting, seperti media sosial, televisi lokal, dan penyuluhan langsung ke masyarakat. Ketiga, kredibilitas sumber informasi dalam promosi turut menentukan efektivitasnya. Promosi yang dilakukan oleh pihak yang dipercaya seperti tenaga kesehatan atau tokoh masyarakat akan lebih mudah diterima. Selain itu, kondisi sosial ekonomi dan tingkat pendidikan masyarakat juga memengaruhi daya tanggap terhadap pesan promosi yang disampaikan.

Secara teoritis, hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa promosi merupakan bagian dari bauran pemasaran (marketing mix) yang berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan

konsumen. Promosi tidak hanya bertujuan untuk memperkenalkan produk, tetapi juga membujuk dan mengingatkan masyarakat tentang manfaat yang ditawarkan. Promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran merek, memperluas pengetahuan konsumen, dan akhirnya menumbuhkan minat untuk melakukan pembelian atau partisipasi. Hal ini relevan dengan strategi BPJS yang menggunakan promosi untuk memberikan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya perlindungan kesehatan melalui asuransi sosial.

Selain itu, teori dari Aaker (2013) juga memperkuat hasil temuan ini. Ia menjelaskan bahwa promosi yang terencana dengan baik mampu membentuk citra positif terhadap suatu merek dan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Dalam konteks BPJS, kegiatan promosi yang dilakukan secara terus-menerus, dengan pesan yang konsisten dan bersifat edukatif, akan menumbuhkan citra positif terhadap lembaga BPJS di mata masyarakat. Masyarakat yang merasa mendapatkan informasi yang jelas dan transparan mengenai manfaat BPJS akan lebih terdorong untuk mendaftar sebagai peserta.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu. Fitriani dan Rachmawati (2020) dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* menemukan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan produk asuransi syariah. Mereka menjelaskan bahwa semakin intens kegiatan promosi yang dilakukan, semakin meningkat pula pemahaman dan minat masyarakat terhadap produk asuransi tersebut.

Begitu pula dengan hasil penelitian Rizki, Wulandari, dan Sari (2021) dalam *Jurnal Manajemen Pemasaran*, yang menyatakan bahwa promosi yang informatif dan komunikatif dari BPJS mampu meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi peserta. Promosi yang

dilakukan melalui kegiatan sosial, iklan, dan kampanye kesehatan memberikan dampak nyata dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya jaminan kesehatan.

3. Pengaruh Manfaat Dan Promosi Terhadap Minat Dalam Berasuransi Di BPJS Kecamatan Tanete Riattang Kabupaten Bone

Berdasarkan hasil uji F pada tabel ANOVA, diperoleh nilai Fhitung sebesar 58,175 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Hasil ini dibandingkan dengan tingkat signifikansi standar $\alpha = 0,05$, dan karena nilai Sig. (0,000) < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan secara simultan. Artinya, variabel Manfaat Asuransi dan Promosi Produk BPJS secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Bukaka dalam Berasuransi. Dengan kata lain, peningkatan persepsi masyarakat terhadap manfaat BPJS dan efektivitas promosi yang dilakukan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi peserta BPJS.

Selain itu, nilai Mean Square Regression sebesar 534,319 dan Mean Square Residual sebesar 9,185 memperlihatkan bahwa variasi yang dijelaskan oleh model (gabungan manfaat dan promosi) jauh lebih besar dibandingkan variasi yang tidak dapat dijelaskan. Hal ini menandakan bahwa model regresi yang digunakan memiliki kemampuan yang baik dalam menggambarkan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, sehingga manfaat dan promosi benar-benar memiliki kontribusi yang kuat dalam meningkatkan minat masyarakat untuk berpartisipasi dalam BPJS.

Secara teoritis, hasil ini dapat dijelaskan melalui Teori Perilaku Konsumen yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016), di mana keputusan seseorang dalam membeli atau menggunakan suatu produk sangat dipengaruhi oleh stimulus eksternal

seperti promosi dan stimulus internal seperti persepsi terhadap manfaat produk. Dalam konteks BPJS, masyarakat akan semakin berminat untuk berasuransi apabila mereka memahami manfaat yang ditawarkan, seperti perlindungan kesehatan dan keamanan finansial, serta mendapat informasi yang jelas melalui promosi yang menarik dan informatif. Selain itu, teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) juga relevan, di mana promosi yang dilakukan secara efektif dapat menarik perhatian masyarakat (attention), menumbuhkan minat (interest), menciptakan keinginan (desire), dan akhirnya mendorong tindakan (action) untuk mendaftar sebagai peserta BPJS.

Faktor-faktor pendukung yang memperkuat pengaruh simultan ini antara lain meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perlindungan kesehatan, promosi BPJS yang semakin masif melalui berbagai media, serta kemudahan dalam memperoleh informasi dan pelayanan yang lebih baik. Semua faktor ini mendorong masyarakat untuk menilai BPJS sebagai program yang bermanfaat dan layak diikuti. Di sisi lain, manfaat nyata yang dirasakan masyarakat seperti biaya pengobatan yang lebih ringan dan jaminan kesehatan jangka panjang juga menjadi motivasi kuat dalam meningkatkan minat untuk berasuransi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan dari Mulyani dan Setiawan (2021) dalam *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* yang menyatakan bahwa manfaat produk dan promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan produk asuransi kesehatan. Demikian pula dengan penelitian Putri (2022), yang menunjukkan bahwa promosi dan manfaat berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat masyarakat menggunakan BPJS Kesehatan.

Dengan demikian, hasil uji F ini menunjukkan bahwa manfaat asuransi dan promosi produk BPJS secara simultan

memberikan pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Kelurahan Bukaka Kabupaten Bone untuk berasuransi. Artinya, semakin baik masyarakat memahami manfaat BPJS dan semakin efektif strategi promosi yang diterapkan, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk berpartisipasi. Hasil ini didukung oleh teori dan penelitian terdahulu, serta relevan dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah yang menekankan nilai kemaslahatan dan keadilan sosial.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel manfaat memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,464 dengan nilai t hitung 3,358 dan signifikansi 0,002. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam berasuransi di BPJS. Hasil ini menjelaskan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan oleh masyarakat dari program BPJS, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk ikut serta dalam asuransi kesehatan tersebut. Dengan kata lain, manfaat yang nyata dan dirasakan langsung oleh peserta menjadi pendorong utama bagi masyarakat untuk mendaftarkan diri pada program BPJS.
2. Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai koefisien regresi untuk variabel promosi sebesar 0,421 dengan nilai t hitung sebesar 3,358 dan tingkat signifikansi 0,002. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam berasuransi di BPJS. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin intens dan efektif kegiatan promosi yang dilakukan oleh BPJS, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk mendaftar sebagai peserta asuransi. Promosi berperan penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai manfaat, prosedur, dan keunggulan program BPJS, sehingga masyarakat

merasa lebih yakin dan termotivasi untuk bergabung dalam program jaminan sosial kesehatan tersebut.

3. Berdasarkan hasil uji F pada tabel ANOVA, diperoleh nilai Fhitung sebesar 58,175 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Hasil ini dibandingkan dengan tingkat signifikansi standar $\alpha = 0,05$, dan karena nilai Sig. (0,000) < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan secara simultan. Artinya, variabel Manfaat Asuransi dan Promosi Produk BPJS secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Bukaka dalam Berasuransi. Dengan kata lain, peningkatan persepsi masyarakat terhadap manfaat BPJS dan efektivitas promosi yang dilakukan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi peserta BPJS.

DAFTAR PUSTAKA

- Asri, Dhita Hafizha, and Nova Elisa. "Penerapan Strategi Pemasaran Melalui Periklanan, Promosi Penjualan, Dan Peningkatan Engagement Konsumen Pada Tore Japanese Restaurant Batam." *Social Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 1 (2025): 50–65.
- Esi Rosita, Wahyu Hidayat, and Wiwin Yuliani. "Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial" (2021): h. 281.
- Muksal, Muksal, Ayumiati Ayumiati, and Teuku Fariz Yuliadra. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Asuransi Syariah." *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam* 3, no. 2 (2023): 148–160.
- Padmi, Putu Ayu Julia, and Ni Made Suci. "Pengaruh Promosi Penjualan , Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap

- Kepuasan Nasabah Di Lpd Desa Ringdikit.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 5, no. 2 (2023): 233–240.
- Priatna, Husaeri, and Ajam Ajam. “Pengaruh Efektivitas Pengendalian Biaya Dan Efisiensi Modal Kerja Terhadap Pertumbuhan Laba Perusahaan.” *Jurnal Riset Akuntansi* 10, no. 1 (2018): 40–64.
- Siregar, B. J., Saragih, A., Maryani, H., & Halim, A. “Aspek Hukum Terkait Dengan Perjanjian Asuransi Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.” *Jurnal Rectum: Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana Vo*; 5, no. 3 (2023): h. 299-307.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Edited by 28 Th. Bandung: Alfabetta, 2015.
- Susanto, Muhammad Hajir, Fattah Nur Muizz, and Muhammad Habibi Miftakhul Marwa. “Penerapan Alternatif Penyelesaian Sengketa Wanprestasi Atas Premi Pemegang Polis Di PT. Asuransi Jasindo Yogyakarta.” *Borobudur Law Review* 3, no. 2 (2021): 84–98.