



## Pengaruh Faktor Persepsi dan Sikap Terhadap Minat Masyarakat Sungai Binjai Menjadi Peserta BPJS-K Mandiri Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Rona Afriliani<sup>1</sup>, Hendri Firmansyah,<sup>2</sup> Isamuddin,<sup>3</sup> Yasirul Amri,<sup>4</sup> M. Yunus<sup>5</sup>  
<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Pancasakti Tegal, Indonesia

\*Corresponding author, email; [ronaafriani@gmail.com](mailto:ronaafriani@gmail.com)

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received Agustus 2025

Revised September 2025

Accepted December 2025

Available online

<http://journal.uaindonesia.ac.id/index.php/JSE>

#### Keywords:

Perception Factor, Attitude Factor and Interest

Turabian style in citing this article: [citation Heading]

Nurul Farchani Awwaliyah, Windy Aulia Aurora, Wulan Safitri, Dien Noviany R" Analisis Determinan Kecurangan Pajak Berdasarkan Perspektif Fraud Hexagon dengan Moral Pajak sebagai Variabel Moderasi" *Journal of Sharia Economics* 7, No. 2 Dec: 2025

### ABSTRACT

*Interest refers to an internal drive within an individual that arises from a desire to choose a product, based on personal experience, a tendency to consume, or the intention to own the product. This interest does not emerge suddenly but is influenced by various factors, including perception and attitude, which play a crucial role in shaping a person's attraction toward a product. This study aims to examine the extent to which perception and attitude influence the interest of the community in Sungai Binjai to become independent BPJS (National Health Insurance) participants. The research employs a quantitative approach, with data analysis including validity and reliability tests, as well as hypothesis testing using t-test, F-test, and coefficient of determination ( $R^2$ ). The data analysis technique used is multiple linear regression. The results indicate that, based on the t-test, the perception variable ( $X_1$ ) does not have a significant effect on the community's interest in becoming independent BPJS participants. In contrast, the attitude variable ( $X_2$ ) shows a significant effect. The F-test result reveals a significance value of 0.008, which is lower than the 0.05 threshold, indicating that both perception and attitude simultaneously influence interest. However, the contribution of these two variables to interest is only 8.20%, while the remaining 91.80% is influenced by other factors not examined in this study.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan peradaban manusia yang semakin mengarah pada era industri praktis menuntut segala aktivitas dilakukan secara cepat dan efisien. Kondisi ini memaksa masyarakat untuk menyesuaikan diri dengan perubahan sosial yang terjadi. Meskipun demikian, proses adaptasi tersebut tidak dapat melepaskan manusia dari

kodratnya sebagai makhluk yang senantiasa berhadapan dengan **risiko**. Risiko sendiri merupakan suatu bentuk ketidakpastian yang dapat diperkirakan atau diukur, yakni suatu kondisi yang memiliki kemungkinan terjadinya penyimpangan negatif dari hasil yang diharapkan. Risiko bisa muncul dalam bentuk berbagai ancaman seperti kecelakaan, kebakaran, bencana alam, hingga serangan penyakit. Salah satu bentuk risiko yang paling tidak terduga adalah jatuh sakit. Meskipun jarang terjadi, ketika seseorang mengalami sakit, biaya pengobatan yang timbul dapat memberikan tekanan finansial yang cukup berat bagi rumah tangga.<sup>1</sup>

Untuk menjawab kebutuhan akan perlindungan terhadap ketidakpastian tersebut, **asuransi** menjadi salah satu solusi yang sangat dibutuhkan manusia. Kebutuhan akan jaminan sosial lahir dari keinginan untuk meminimalisir dampak dari ketidakpastian hidup. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia menerbitkan **Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2011** tentang **Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS)** yang bertujuan memberikan perlindungan kesehatan kepada masyarakat. Melalui **BPJS Kesehatan**, pemerintah meluncurkan program **Jaminan Kesehatan Nasional (JKN)** yang mulai diterapkan pada **1 Januari 2014**.<sup>2</sup>

Program JKN hadir sebagai bentuk perlindungan kesehatan masyarakat dengan memberikan manfaat pemeliharaan kesehatan dasar bagi setiap individu yang telah membayar iuran, baik secara mandiri maupun melalui subsidi pemerintah. Pelaksanaan program ini mencakup berbagai aspek, antara lain: sistem penyelenggaraan, keanggotaan peserta, layanan kesehatan, pendanaan, badan pelaksana, hubungan antar lembaga, serta sistem pengawasan dan penanganan keluhan.

Program JKN memiliki beberapa komponen utama penyelenggara, yaitu: **Regulator**, terdiri dari berbagai kementerian dan lembaga seperti Kementerian Kesehatan, Kementerian Keuangan, Kementerian Sosial, Kementerian Dalam Negeri,

---

<sup>1</sup> Supriyo, "Manajemen Resiko Dalam Perspektif Islam," dalam *Pendidikan Ekonomi FKIP Muhammadiyah Metro*, Vol. 5 No. 1, h. 2

<sup>2</sup> UU Republik Indonesia No. 24 Tahun 2011, *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia* (Jakarta: Lembaran Negara RI Tahun 2011, Nomor 5256)

Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi, Kemenko Kesra, dan Dewan Jaminan Sosial Nasional (DJSN). **Peserta**, yaitu seluruh penduduk Indonesia, termasuk warga negara asing yang telah tinggal dan bekerja di Indonesia minimal selama enam bulan, dengan syarat telah membayar iuran. **Penyedia Layanan Kesehatan**, yang mencakup fasilitas kesehatan tingkat pertama dan lanjutan. **Badan Penyelenggara**, yaitu badan hukum publik yang melaksanakan program sesuai dengan amanat Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2011.

Namun, meskipun program ini telah berjalan selama beberapa tahun, masih terdapat banyak masyarakat yang belum terdaftar sebagai peserta BPJS Kesehatan. Di wilayah **Kelurahan Sungai Binjai**, dari total **4.486 jiwa** penduduk pada tahun **2020**, sebanyak **3.495 jiwa** merupakan angkatan kerja dan **991 jiwa** tidak bekerja. Namun, jumlah penduduk yang telah terdaftar sebagai peserta BPJS hanya **1.177 jiwa**, atau sekitar **26%**, sementara sisanya **74%** belum menjadi peserta. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat potensi besar bagi peningkatan partisipasi masyarakat dalam program BPJS di daerah tersebut.

Melihat rendahnya angka kepesertaan ini, maka diperlukan upaya yang lebih maksimal dalam bentuk **sosialisasi oleh BPJS Kesehatan** di Kelurahan Sungai Binjai. Untuk meningkatkan jumlah peserta, perlu dilakukan identifikasi terhadap **faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat** untuk bergabung sebagai peserta BPJS Mandiri.. Ada 4 Faktor yang mempengaruhi Minat atau ketertarikan konsumen dalam pembelian suatu produk adalah sebagai berikut:

**Persepsi** merupakan proses di mana seseorang menyeleksi, menyusun, serta menafsirkan informasi yang diterimanya untuk membentuk pemahaman yang bermakna mengenai lingkungannya.**Pembelajaran** menggambarkan suatu perubahan perilaku yang muncul akibat pengalaman yang diperoleh individu.**Keyakinan** adalah pandangan atau pemikiran yang bersifat deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap suatu hal. **Sikap** mencerminkan penilaian, emosi, dan kecenderungan perilaku yang relatif stabil terhadap suatu objek atau gagasan.<sup>3</sup>

Dalam konteks minat masyarakat untuk memilih layanan **Asuransi**

---

<sup>3</sup> Philip Kolter dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006), h.172-175

**BPJS Mandiri**, menurut Melinda, hal ini dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu **persepsi masyarakat terhadap BPJS** dan **sikap individu terhadap asuransi tersebut**. BPJS Kesehatan sendiri dijalankan dengan prinsip gotong royong, yang menekankan saling membantu antar peserta. Prinsip ini sejalan dengan nilai-nilai dalam **asuransi syariah**, yang didasarkan pada tiga prinsip utama, yaitu: **Tanggung jawab bersama**, yakni membangun semangat kebersamaan dan solidaritas antara anggota dan pihak penyelenggara (perusahaan asuransi). **Saling membantu dan bekerja sama**, di mana setiap peserta memiliki peran untuk membantu peserta lain yang sedang mengalami musibah atau kesulitan, sehingga bantuan menjadi sebuah kewajiban moral. **Saling melindungi dari penderitaan**, prinsip ini bertujuan menciptakan rasa aman dan nyaman bagi seluruh peserta, terutama saat mereka menghadapi risiko yang menyangkut jiwa atau harta benda. Sebagaimana dalam al-Qur'an surat al-Maidah ayat 2 yang artinya : ... *“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan an taqwa, dan janganlah tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran, Dan bertaqwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”*

Berdasarkan teori-teori yang telah dikemukakan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji apakah faktor-faktor tersebut berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam mengikuti program BPJS Mandiri. Selain itu, penelitian ini juga akan mengevaluasi apakah dalam pelaksanaan operasional BPJS Kesehatan terdapat unsur *gharar* (ketidakjelasan akad), yang berpotensi menimbulkan unsur *maysir* (spekulasi) maupun *riba*. Adapun lokasi yang direncanakan untuk pelaksanaan penelitian ini adalah di wilayah Kelurahan Sungai Binjai.

## **KAJIAN LITERATUR**

### ***Perseps***

Menurut Kotler & Keller, persepsi adalah suatu proses di mana seseorang memilih, mengatur, dan menafsirkan informasi yang diterima untuk membentuk gambaran dunia yang bermakna. Persepsi merupakan cara individu dalam memilah, mengorganisasi, serta menginterpretasikan berbagai informasi masuk agar menghasilkan pemahaman yang bermakna terhadap lingkungan sekitarnya. Sementara itu, Sugihartono menjelaskan bahwa persepsi adalah kemampuan panca

indera untuk menangkap dan menerjemahkan rangsangan atau stimulus yang masuk ke dalam sistem indera manusia. Persepsi dapat berbeda-beda tergantung sudut pandang seseorang; hal ini bisa berupa persepsi positif maupun negatif, yang kemudian memengaruhi perilaku atau tindakan nyata individu tersebut<sup>4</sup>. Dengan demikian, persepsi masyarakat dapat diartikan sebagai kesan atau penilaian yang dimiliki oleh masyarakat, yang pada akhirnya mendorong minat mereka untuk bergabung menjadi peserta BPJS Kesehatan

### **Proses Pembentukan Persepsi**

- a. tahap pertama dikenal sebagai proses alami atau proses fisik, yaitu tahap di mana rangsangan ditangkap oleh indera manusia.
- b. Tahap kedua disebut proses fisiologis, yaitu proses penerusan rangsangan yang diterima oleh reseptor indera melalui saraf sensorik.
- c. Tahap ketiga dikenal sebagai proses psikologis, yaitu saat individu mulai menyadari rangsangan yang telah diterima oleh reseptor.
- d. Tahap keempat adalah hasil dari proses persepsi, yang berupa respons dan perilaku yang muncul dari individu sebagai akibat dari rangsangan tersebut.

### **Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Persepsi <sup>5</sup>**

#### **a. Faktor Fungsional**

Faktor fungsional merujuk pada faktor-faktor yang bersifat pribadi atau individual, seperti kebutuhan, usia, pengalaman sebelumnya, kepribadian, jenis kelamin, serta aspek-aspek subjektif lainnya. Faktor-faktor fungsional yang memengaruhi persepsi ini sering kali disebut sebagai kerangka acuan. Dalam konteks komunikasi, kerangka acuan ini menentukan bagaimana seseorang menafsirkan dan memberikan arti terhadap pesan yang diterimanya.

#### **b. Faktor Personal**

---

<sup>4</sup> Hizkia Elfran Mawey, "Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Rajawali Nusindo Cabang Manado" *Universitas Sam Ratulagu Manado*, vol. 1, no. 4 Desember 2013, h. 3

<sup>4</sup> Fijriah, Pengaruh. h. 12

<sup>5</sup> Yoedo Shambodo, "Faktor yang mempengaruhi Persepsi Khalayan Mahasiswa Pendatang UGM terhadap Siaran Pawartos Ngayogyakarta Jogja TV," *Universitas Al- Azhar Indonesia*, vol. 1, no. 2 Agustus 2020, h. 3

Faktor personal yang mempengaruhi persepsi orang terhadap kita atau sebaliknya adalah pengalaman dan konsep diri. Faktor personal besar pengaruhnya dalam persepsi interpersonal bukan saja pada komunikasi

**c. Faktor Situasional**

Pengaruh situasional dapat dijelaskan dari eksperimen Solomon E. Asch dalam psikologi komunikasi karangan Jalaludin Rakhmat, menerangkan bahwa kata yang disebutkan pertama akan mengarahkan penilaian selanjutnya, atau bagaimana kata sifat mempengaruhi penilaian terhadap seseorang. Faktor situasional yang dapat mempengaruhi persepsi antara lain:

- 1) Petunjuk Proksemik. Proksemik adalah suatu studi penggunaan jarak dalam penyampaian pesan.
- 2) Petunjuk Kinesik. Kinesik dapat menjadi petunjuk umum dalam mempersepsikan orang lain dalam menjalin hubungan. Persepsi khusus didapat ketika kita mengamati gerak tubuh orang lain sesuai dengan persepsi yang kita dapatkan sebelumnya untuk menilai orang tersebut.
- 3) Petunjuk Wajah. Pada petunjuk nonverbal maka petunjuk fasial penting dalam mengenali perasaan orang lain. Walaupun petunjuk fasial dapat mengungkapkan emosi orang lain tidak dapat dijadikan ragam penilaian dengan cermat.
- 4) Petunjuk Paralinguistik. Petunjuk ini menilai mengenai bagaimana orang mengucapkan lambanglambang verbal meliputi kata-kata, aksentuasi, intonasi, gaya verbal dan interaksi dalam bicara.
- 5) Petunjuk Artifaktual. Petunjuk ini meliputi segala macam penampilan tubuh orang lain dengan berbagai atribut-atribut lainnya.

**d. Faktor Struktural**

Faktor struktural berasal semata-mata dari sifat stimulus fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu. Faktor struktural adalah faktor di luar individu, misalnya lingkungan, budaya, dan norma sosial sangat berpengaruh terhadap seseorang dalam mempersepsikan sesuatu.

## Indikator Persepsi<sup>6</sup>

Menurut Fredereca & Chairy, persepsi konsumen yaitu tanggapan konsumen terhadap keberadaan suatu obyek atau produk yang menjadi pilihannya. Pengukuran menggunakan skala ordinal, Indikatornya Pemahaman tentang hukum kehalalan produk Pemahaman tentang manfaat produk , Pemahaman tentang popularitas merek produk, Pemahaman tentang keistimewaan produk.

**Sikap**, Sikap merupakan evaluasi, perasaan, dan tendensi yang relative konsisten dari seseorang terhadap sebuah objek atau ide. Orang mempunyai sikap menyangkut agama, politik, pakaian, music, makanan, dan hampir sama hal lainnya. Sikap menempatkan orang ke dalam suatu kerangka pikiran untuk menyukai atau tidak menyukai sesuatu. Sikap ialah Sikap fenomena yang terjadi. Masyarakat yang memiliki heterogenitas rendah biasanya akan memiliki sikap yang sama dalam memandang sebuah objek, munculnya sikap yang mendukung atau melakukannya namun sebaliknya jika persepsi kurang baik atau negatif sikap yang ditunjukkan adalah menolak atau tidak melakukannya. Adapun Komponen Kognitif berisi tentang kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi objek sikap. Komponen kognitif atau kognisi adalah sikap yang berhubungan dengan beliefs, ide dan konsep. Keyakinan atau kepercayaan datang dari apa yang kita lihat atau apa yang kita ketahui. Komponen Afektif menyangkut masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap. Komponen afektif atau afeksi yaitu yang menyangkut kehidupan 10 emosional seseorang, Komponen konatif atau komponen perilaku dalam struktur sikap menunjukkan bagaimana kecenderungan berperilaku seorang individu yang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya. Komponen konatif atau konasi merupakan kecenderungan bertingkah laku seorang individu.<sup>7</sup> Jadi pada dasarnya, kecenderungan berperilaku menunjukkan bahwa komponen konatif yang meliputi bentuk perilaku tidak hanya dapat dilihat secara langsung saja, akan tetapi dapat pula berupa pernyataan atau perkataan yang diucapkan oleh seseorang **Faktor - Faktor Pembentukan Sikap** a. Pengalaman

---

<sup>6</sup> Muhammad Rizki, "Pengaruh Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas pada Pasar Monza Tanjung Balai" (*Skripsi*, FEBI Universitas Muhammadiyah Sumut, 2021), h. 28

<sup>7</sup> Risti Pratiwi, "Pengaruh Sikap Siswa terhadap keaktifan Belajar Kompetensi Pembuatan Satu Rempel Mata Pelajaran Dasar Teknologi Menjahit," (*Skripsi*, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017), h. 24

pribadi, akan mempermudah pembentukan sikap apabila pengalaman terdahulu telah melibatkan faktor emosional. Dan kesan yang kuat.

b. Latar belakang sosial budaya dimana seseorang dibesarkan akan turut berpengaruh pada pembentukan sikap.

c. Orang lain yang dianggap penting, sebab pada umumnya individu cenderung untuk memiliki sikap yang konformis atau searah dengan orang yang dianggap penting.

d. Media massa, berbagai informasi yang diberitakan akan memberikan landasan kognitif baru terhadap pembentukan sikap seseorang terhadap obyek yang diberitakan. Pesan-pesan sugestif yang dibawa oleh informasi tersebut, apabila cukup kuat akan memberi dasar afektif dalam menilai sesuatu hal sehingga terbentuklah arah sikap tertentu. **Indikator Sikap.** Menurut Afandi, sikap sebagai mekanisme mental yang mengevaluasi, membentuk pandangan, mewarnai perasaan dan akan ikut menentukan kecenderungan perilaku individu terhadap manusia lainnya atau sesuatu yang sedang dihadapi oleh individu, bukan terhadap diri individu itu sendiri. Adapun indikator dari sikap konsumen adalah Menggunakan produk, Penilaian Pelayanan/ Fasilitas, Merekomendasi Produk Keinginan Meningkatkan Fasilitas.

**Minat,** Minat adalah keinginan untuk memperhatikan atau melakukan sesuatu. Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Minat memiliki karakteristik sebagai berikut <sup>8</sup>:

Minat bersifat pribadi (Individual), ada perbedaan antara minat seseorang dengan orang lain.

- a. Minat menimbulkan efek deskriminatif
- b. Minat erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi, dan dipengaruhi.

Minat merupakan sesuatu yang dipelajari dan bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan mood., Ada tiga faktor yang

---

<sup>8</sup> Susetyarsi, "Analisis Pengaruh Strategi Desain Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Skuter Matik Yamaha Merek Mio Fino Dikota Semarang," Dalam *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 5, No. 1, h. 8

mempengaruhi timbulnya minat, yaitu : Faktor Sosial: Perilaku seseorang konsumen yang dipengaruhi oleh faktor-faktor social seperti perilaku kelompok kecil, keluarga, serta peran dan status social konsumen, Kelompok: Perilaku seseorang yang dipengaruhi oleh banyak kelompok kecil. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung dan tempat di mana seseorang menjadi anggotanya disebut kelompok keanggotaan

b) Keluarga: Anggota keluarga sangat mempengaruhi perilaku pembeli. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat.

c) Peran dan Status: Posisi seseorang dalam masing-masing kelompok dapat didefinisikan dalam peran dan status. Peran terdiri dari kegiatan yang diharapkan dilakukan seseorang sesuai dengan orang-orang disekitarnya Faktor Pribadi: Keputusan seorang pembeli dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yaitu usia pembeli dan tahap siklus hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri.

a) Usia dan Tahap Siklus Hidup: Orang mengubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang hidup mereka. Selera makanan, pakaian, perabotan dan rekreasi yang berhubungan dengan usia.

b) Pekerjaan: Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang mereka beli. Pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang mempunyai minat di atas rata-rata pada produk dan jasa mereka.

c) Situasi Ekonomi: Situasi ekonomi mempengaruhi pilihan produk. Pemasar produk barang yang sensitif terhadap pendapatan mengamati gejala pendapatan pribadi, tabungan, dan suku bunga.

d) Gaya Hidup: Orang berasal dari subbudaya, kelas social, dan pekerjaan yang sama mungkin mempunyai gaya hidup yang cukup berbeda. Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam keadaan psikografisnya.

e) Kepribadian dan Konsep Diri: Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologi unik yang menyebabkan respons realtif konstantan dan bertahan lama terhadap lingkungan prang itu sendiri

Faktor Psiologis: Faktor- Faktor yang berhubungan dengan kondisi fisik

individu berupa motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.

Motivasi: Kebutuhan dengan tekanan kuat mendorong seseorang untuk mencari kepuasan atas kebutuhan tersebut.

Persepsi: Proses dimana orang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang berarti

c) Pembelajaran: Perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dan pengalaman

4) Keyakinan: Pikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu

5) Sikap: Evaluasi, perasaan dan tendensi yang relative konsisten dari seseorang terhadap sebuah objek atau ide. Menurut Ferdinand, minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut: a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk. b. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. c. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

Metode Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif yang dilaksanakan di Sungai Binjai Kabupaten Bungo, Provinsi Jambi. Adapun alasan peneliti menjadikan lingkungan tersebut menjadi lokasi penelitian karena menurut hasil riset sementara dengan populasi masyarakat Sungai Binjai dengan jumlah penduduk/ Masyarakat Kelurahan Sungai Binjai sebanyak **4.486 Jiwa** tahun 2021 (terbaru), Jumlah yang bekerja sebanyak 3.495 jiwa dan yang tidak bekerja 991 Jiwa. Masyarakat yang telah bergabung dan menjadi peserta BPJS sebesar 1.177 Jiwa atau hanya sebesar 26% berarti yang belum menjadi peserta BPJS sebesar 74% jadi harus mendapatkan pengkajian lebih lanjut Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti menggunakan teknik pengumpulan menggunakan kuisioner dalam bentuk *hard file* dimana untuk jawaban responden di dasarkan pada pengetahuan dan pengalaman dengan memilih jawaban sesuai yang disediakan peneliti dengan skala pengukuran Skala Likert merupakan program analisa dari suatu variabel dengan

cukup menyediakan jawaban pasti sepertiya – tidak, setuju - tidak setuju.<sup>9</sup>

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah BPJS mandiri dikelurahan Sungai Binjai yang mana penerima upah (PBPU) sebanyak 1177 Jiwa populasi adalah 1177 Masyarakat dan sampel yang diambil sebanyak 92 Masyarakat. Dengan prosentase kesalahan 10% dan reliabilitas kurang dari 0,821 adalah kurang baik, sedangkan 0,822 dapat diterima dan diatas 0,821 adalah baik. Data yang didapatkan peneliti dalam penelitian ini adalah data yang berisi jawaban dari responden mengenai suatu permasalahan yang sedang diteliti. Analisis data bertujuan untuk menyusun data agar mudah dipahami. Tahapan yang digunakan menggunakan analisis data statistic dengan menentukan masalah pada objek penelitian, mengumpulkan data sebagai data primer, kemudian mengolah data dan menyajikan sebagai hasil untuk dianalisis. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Korelasi, Uji F, Uji T, Uji R, uji Asumsi Klasik, Regresi Linear Berganda menggunakan Software R ( Posit Cloud)

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil perhitungan pada Uji Korelasi antara peubah penjelas dan perubah reposns pada variabel persepsi sudah cukup bukti untuk memngatakan bahwa terdapat hubungan positif sangat lemah yaitu 0,178 antara peubah persepsi dan minat BPJS dan pada penjelas dan peubah repons pada variabel sikap sudah cukup bukti untuk mengatkan bahwa terdapat hubungan positif lemah yaitu 0,317 antara peubah sikap terhadap peubah minat BPJS

Dengan hasil pengaruh tanpa variabel persepsi dan sikap pada minat BPJS masyarakat Sungai Binjai sebesar 11853, sedangkan pada variabel Persepsi jika naik 1 satuan maka Minat BPJS akan meningkat 0,032 dan pada variabel Sikap naik 1 satuan maka Minat BPJS akan meningkat 0,300

### ***Variabel Persepsi terhadap Minat Masyarakat Menjadi Peserta BPJS (X1)***

Pada variabel persepsi ini peneltian menunjukkan bahwa terhadap minat bpjs tidak berpengaruh signifikan dengan senilai 0,0003 maka tolak H0 dan ini

---

<sup>9</sup> Hardani dan Nur Himatul Andriani: *Metode Penelitian Kualitataif dan Kuantitatif* (Yogyakarta, CV. Pustaka Ilmu Group, 2020), h. 240

menyatakan dalam ketertarikan dalam mengikuti bpjs K mandiri dengan faktor persepsi nya dan ini membuktikan bahwa faktor ini tidak terlalu dominan dalam hasil penelitian ini

#### ***Variabel Sikap terhadap Minat Masyarakat Menjadi Peserta BPJS (x2)***

Pada variabel persepsi ini peneltian menunjukkan bahwa terhadap minat bpjs tidak berpengaruh signifikan dengan senilai 0,634 maka terima H0 dan ini menyatakan dalam ketertarikan dalam mengikuti bpjs K mandiri dengan faktor Sikap nya dan ini membuktikan bahwa faktor ini tidak terlalu dominan dalam hasil penelitian ini.

#### ***Variabel Persepsi dan Sikap terhadap Minat Masyarakat Menjadi Peserta BPJS(Y)***

Pada variabel kedua faktor ini berpengaruh secara simultan dengan persentase sebesar 8,20 % berpengaruh terhadap minat masyarakat sedangkan pada 91,80% dari variabel yang lain yang tidak diteliti , jadi dapat disimpulkan pada variabel ini ternyata tidak beikutkuat dalam mempenaruhi minat masyarakat sungai binjai menjadi peserta bpjs kesehatan mandiri dikarenakan persentase yang dikategorikan kecil dan variabel lain dengan persenatse yang lebih besar.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab yang telah dibahas sebelumnya, maka disimpulkan yang diperoleh dari penelitian Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Sungai Binjai Menjadi Peserta BPJS Mandiri adalah sebagai berikut:

Berdasarkan uji parsial diketahui bahwa variabel Persepsi (X<sub>1</sub>) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat (Y) masyarakat Sungai Binjai menjadi peserta BPJS mandiri. Berdasarkan uji parsial diketahui bahwa variabel Sikap (X<sub>2</sub>) berpengaruh signifikan terhadap minat (Y) masyarakat Sungai Binjai menjadi peserta BPJS mandiri. Berdasarkan uji simultan, kedua variabel yaitu variabel Persepsi (X<sub>1</sub>) dan variabel Sikap (X<sub>2</sub>) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat (Y) masyarakat Sungai Binjai menjadi peserta BPJS mandiri.

**DAFTARPUSTAKA**

- Shiddii Ash Hasbi , Al-Qur'an dan terjemahan departemen Agama, (Bandung: Cardoba: April 2014).
- Ahmad Aidil, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga terhadap Keputusan Konsumen Memilih Hotel Syariah Pada Hotel Fadayh Muara Bungo" (*Skripsi*, IAI Yasni Bungo, 2019).
- Asih Eka Putri, *Seni Buku Saku-2: Paham BPJS Badan Penyelenggara Jaminan Sosial* ( Jakarta: Friedrich-Ebert-Stiftung Kantor Perwakilan Indonesia, 2014).
- Budiwanto Setyo, *Metode Statistika* ( Malang: FIK Univ. Negeri Malang, 2017).
- Ending Solehudin, *Perbandingan Asuransi Syariah dan Konvensional*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2019).
- Fikriyah Afridatul, "Pengaruh Uang Saku, Pengalaman pelanggan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Online" (*Istithamar*, STAI Syahbanun Watol, 2024)
- Hardani dan Nur Himatul Andriani: *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Yogyakarta, CV. Pustaka Ilmu Group, 2020).
- Hizkia Elfran Mawey, "Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Rajawali Nusindo Cabang Manado" *Universitas Sam Ratulagu Manado*.
- Jannati Rahmatika, "Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Insani Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.BRI SYARIAH KCP MUARA BUNGO" (*Skripsi*, Program sarjana IAI Yasni Bungo, 2019).
- Mawaddah Siti, " Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Banda Aceh" ( *Skripsi*, UIN Ar-Raniry Banda Aceh).
- Melinda, "Faktor-Faktor yang berhubungan dengan Minat Masyarakat dalam keikutsertaan BPJS Mandiri di Kecamatan Bener Kabupaten Purworejo" dalam *Jurnal Kesehatan Masyarakat*.
- Murni Wahid, "Pemaparan Metode Penelitian kuantitatif, " *UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*, July 2017.
- Nugraha Setiawan, "Penentuan Ukuran Sampel Memakai Rumus Slovin & Tabel Krejcle Morgan Telah Konsep dan Aplikasinya", ( *Skripsi*, Universitas Padjadjaran, 2007).
- Nurul Fijriah, "Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah" (*Skripsi*, Perbankan Syariah IAIN Metro, 2021).
- Nurul Ichan, *Asuransi Syariah: Teori Konsep, Sistem Operasional, dan Praktik*, ( Depok : PT RajaGrafindo Persada, 2020).
- Pohan Winda Lamsana, "Faktor-Faktor yang berhubungan dengan keikutsertaan masyarakat dalam kepesertaan BPJS Mandiri di Wilayah Kerja Pukesmas Kota Pinang" (*Skripsi*, Universitas Sumatra Utara, 2018).

- Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006).
- Risti Pratiwi, "Pengaruh Sikap Siswa terhadap keaktifan Belajar Kompetensi Pembuatan Satu Rempel Mata Pelajaran Dasar Teknologi Menjahit," (*Skripsi*, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017).
- Rubiyah, " Pengaruh Sikap Siswa daalm Proses Pembelajaran terhadap Prestasi Belajar Pendidikan Agama Islam MADreasah Tsanawiyah Al- Huda Pekan Baru" ( *Skripsi*, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2011).
- Solechan, "Badan Peyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan sebagai Pelayanan Publik" dalam *Administrative Law & Governance Journal*.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R &D* (Bandung: Alfabeta, 2016).
- Supriyo, "Manajemen Resiko Dalam Perfektif Islam," dalam *Pendidikan Ekonomi FKIP Muhammadiyah Metro*.
- Susetyarsi, "Analisis Pengaruh Strategi Desain Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Skuter Matik Yamaha Merek Mio Fino Dikota Semarang," Dalam *Jurnal STIE Semarang*.
- Syahrum dan Salim: *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung, Citrapustaka Media, 2014).