

**ANALISIS PENERAPAN *VALUE CO-CREATION* PADA
INOVASI PROGRAM PENGGERAK JAMINAN SOSIAL
INDONESIA (PERISAI) DI BPJS KETENAGAKERJAAN
KANTOR CABANG PALEMBANG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Dalam Menempuh Derajat Sarjana S-1
Administrasi Publik**



**Oleh:
ANANDA AZKIAH RIZQI
NIM. 07011281924100**

**JURUSAN ADMINISTRASI PUBLIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
INDRALAYA
JULI 2023**

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

**ANALISIS PENERAPAN *VALUE CO-CREATION* PADA
INOVASI PROGRAM PENGGERAK JAMINAN SOSIAL
INDONESIA (PERISAI) DI BPJS KETENAGAKERJAAN
KANTOR CABANG PALEMBANG**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

ANANDA AZKIAH RIZQI

NIM. 07011281924100

Telah Disetujui Oleh Dosen Pembimbing, 16 Juli 2023

Pembimbing

Anang Dwi Santoso, S.AP., MPA

NIP. 199310072019031012



Mengetahui,

Ketua Jurusan



Dr. M. Nur Budiyanoto, S.Sos., MPA

NIP. 196911101994011001

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

**ANALISIS PENERAPAN *VALUE CO-CREATION* PADA
INOVASI PROGRAM PENGGERAK JAMINAN SOSIAL
INDONESIA (PERISAI) DI BPJS KETENAGAKERJAAN
KANTOR CABANG PALEMBANG**

SKRIPSI

Oleh:

ANANDA AZKIAH RIZQI


NIM. 07011281924100

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Pada tanggal 25 Juli 2023
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

TIM PENGUJI SKRIPSI


Drs. Mardianto, M.Si

NIP. 196211251989121001



Aulia Utami Putri, S.IP., M.Si

NIP. 199508142019032020



Anang Dwi Santoso, S.AP., MPA

NIP. 199310072019031012



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI



Prof. Dr. Alfitri, M.Si

NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan



Dr. M. Nur Budiyanto, S.Sos., MPA

NIP. 1969111019994011001

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ananda Azkiah Rizqi
NIM : 07011281924100
Jurusan : Ilmu Administrasi Publik

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi saya yang berjudul “Analisis Penerapan *Value Co-creation* Pada Inovasi Program Penggerak Jaminan Sosial Indonesia (Perisai) di BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Palembang” ini adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila di kemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan/atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung skripsi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Yang membuat pernyataan
Indralaya, 16 Juli 2023



Ananda Azkiah Rizqi
NIM. 07011281924100

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Jangan terburu-buru terhadap proses, hal yang baik membutuhkan waktu”

- Ananda Azkiah Rizqi

“Dreams come true to those who truly want them”

- SKZ

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya
2. Adik laki-laki satu-satunya
3. Keluarga besar
4. Seluruh dosen dan pegawai FISIP
Unsri
5. Sahabat dan teman terdekat
6. Teman-teman Administrasi Publik
angkatan 2019
7. Almamaterr kuning kebanggan,
Univeristas Sriwijaya

ABSTRACT

This study aims to determine the analysis of the application of value co-creation to the innovation of Program Penggerak Jaminan Sosial Indonesia (Perisai) at BPJS Ketenagakerjaan Palembang Branch Office based on Prahalad and Ramaswamy's (2004) value co-creation theory, namely the DART with 4 dimensions, namely dialogue, access, risk assessment, and transparency. The research method used is qualitative with a descriptive approach using data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The informants in this study consisted of 6 people including 3 Perisai coaches and 3 Perisai agents. The results of the study show that Perisai coaches and Perisai agents have implemented value co-creation in accordance with The DART theory in the implementation of the Perisai program, although there are still some deficiencies in terms of responsibility. This is because there are still Perisai agents who do not register new participants for 3 months, which causes the Sistem Informasi Perisai account of the agent to be automatically deactivated and the agent loses his rights as a Perisai agent as of the deactivation.
Keywords: Value Co-creation, Perisai, BPJS Ketenagakerjaan

Advisor



Anang Dwi Santoso, S.AP., MPA

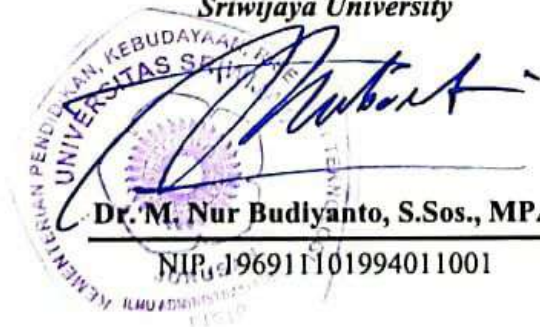
NIP. 199310072019031012

Indralaya, July 2023

Chairman of the Public Administration Department

Faculty of Social and Political Science

Sriwijaya University



Dr. M. Nur Budlyanto, S.Sos., MPA

NIP. 196911101994011001

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis penerapan *value co-creation* pada inovasi program Penggerak Jaminan Sosial Indonesia (Perisai) di BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Palembang berdasarkan teori *value co-creation* milik Prahalad dan Ramaswamy (2004) yaitu the DART dengan 4 dimensi yaitu *dialogue* (dialog), *access* (akses), *risk assessment* (penilaian risiko), dan *transparency* (transparansi). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deksriptif menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan pada penelitian ini terdiri dari 6 orang yang meliputi 3 pembina Perisai dan 3 agen Perisai. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa pembina Perisai dan agen Perisai telah menerapkan *value co-creation* sesuai dengan teori The DART pada pelaksanaan program Perisai, walaupun masih terdapat sedikit kekurangan dalam hal tanggung jawab. Hal tersebut dikarenakan masih terdapat agen Perisai yang tidak mendaftarkan peserta baru selama 3 bulan, yang membuat akun Sistem Informasi Perisai dari agen tersebut otomatis dinonaktifkan dan agen tersebut kehilangan hak-haknya sebagai agen Perisai terhitung sejak penonaktifan.

Kata Kunci: *Value Co-creation*, Perisai, BPJS Ketenagakerjaan

Pembimbing

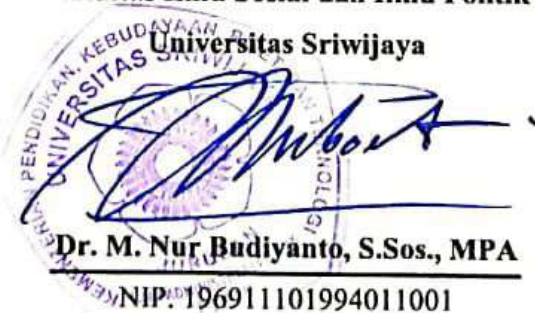


Anang Dwi Santoso, S.AP., MPA

NIP. 199310072019031012

Indralaya, Juli 2023

**Ketua Jurusan Administrasi Publik
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya**



Dr. M. Nur Budiyanto, S.Sos., MPA
NIP. 196911101994011001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis diberi kemudahan dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Penerapan *Value Co-creation* Pada Inovasi Program Penggerak Jaminan Sosial Indonesia (Perisai) di BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Palembang” dengan tepat waktu. Adapun tujuan dari adanya usulan penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) di jurusan Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Dalam penyusunan skripsi ini tentu saja tak lepas dari adanya bantuan, motivasi, maupun bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Anis Saggaf, MSCE, selaku rektor Universitas Sriwijaya
2. Prof. Dr. Alfitri, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
3. Dr. Muhammad Nur Budiyanto, S.Sos., MPA, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
4. Januar Eko Aryansah, S.IP., S.H., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya sekaligus Pembimbing Akademik
5. Anang Dwi Santoso., S.AP., MPA, selaku Pembimbing Skripsi yang telah banyak membantu dalam memberikan ide, saran, maupun kritik kepada penulis yang bermanfaat dalam menyelesaikan skripsi
6. Seluruh dosen yang telah mengajar dan para staff yang telah membantu dalam pengurusan perkuliahan selama penulis duduk dibangku perkuliahan
7. Rudy Fahriyansa, S.H., dan Ida Laila selaku orang tua yang selalu memberikan doa, nasihat, motivasi, serta dukungan kepada penulis
8. Muhammad Raffly Maulana selaku saudara yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis
9. Para pegawai BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Palembang dan masyarakat yang terlibat dalam penyelesaian skripsi

10. Para kerabat dan mahasiswa Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
11. Sahabat SMA Anisa Meilinda, Liza Nurul Fazrin, Lutfia Nur Afriani, dan Naurah Fadhilah
12. Sahabat seperjuangan perkuliahan Cyntia Rahayu Putri, Nur Balqish Adini, dan Rizka Dwi Cahyani yang selalu memberikan dorongan dan semangat kepada penulis
13. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi

Tanpa adanya dukungan dari pihak-pihak tersebut, penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar. Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini, sehingga dibutuhkannya kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Sekali lagi penulis ucapkan terima kasih atas segala perhatiannya.

Indralaya, 16 Juli 2023

Ananda Azkiah Rizqi

NIM. 07011281924100

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	i
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR ISTILAH, SINGKATAN, DAN LAMBANG.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.2 Inovasi.....	12
2.2.1 Pengertian Inovasi.....	12
2.2.2 Tipologi Inovasi Sektor Publik.....	12

2.2.3	Level Pada Inovasi.....	13
2.3	<i>Value Co-creation</i>	14
2.4	Penggerak Jaminan Sosial Indonesia (Perisai)	15
2.4.1	Pengertian Perisai	15
2.4.2	Tugas Agen Perisai	16
2.4.3	Persyaratan Menjadi Agen Perisai	16
2.4.4	Ruang Lingkup Kewenangan Pengelolaan Kepesertaan Oleh Perisai..	17
2.4.5	Skema Pengajuan Agen Perisai	17
2.4.6	Hasil Sertifikasi Pelatihan Perisai.....	18
2.4.7	Mekanisme Pemberian Insentif Kepada Agen Perisai	18
2.4.8	Skema Insentif Perisai	18
2.4.9	Penonaktifan dan Pemberhentian Perisai.....	20
2.5	Teori DART (<i>Dialogue, Access, Risk Assesment, Transparency</i>).....	21
2.5.1	<i>Dialogue</i> (Dialog).....	22
2.5.2	<i>Access</i> (Akses)	23
2.5.3	<i>Risk Assessment</i> (Penilaian Risiko)	24
2.5.4	<i>Transparency</i> (Transparansi).....	26
2.6	Penelitian Terdahulu	28
2.7	Kerangka Pemikiran.....	34
BAB III METODE PENELITIAN		35
3.1	Jenis Penelitian.....	35
3.2	Definisi Konsep	35
3.3	Fokus Penelitian.....	36
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	37
3.5	Informan Penelitian.....	38
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	38

3.7	Teknik Keabsahan Data	40
3.8	Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		43
4.1	Gambaran Umum Instansi	43
4.1.1	Profil BPJS Ketenagakerjaan.....	43
4.1.2	Visi dan Misi BPJS Ketenagakerjaan	45
4.1.3	Logo BPJS Ketenagakerjaan	46
4.1.4	Struktur Organisasi	47
4.1.5	Deskripsi Pekerjaan	48
4.2	Deskripsi Informan Penelitian	52
4.3	Hasil Penelitian	53
4.3.1	<i>Dialogue</i> (Dialog).....	53
4.3.2	<i>Access</i> (Akses)	59
4.3.3	<i>Risk Assessment</i> (Penilaian Risiko)	64
4.3.4	<i>Transparency</i> (Transparansi).....	72
4.4	Pembahasan.....	77
4.4.1	<i>Dialogue</i> (Dialog).....	77
4.4.2	<i>Access</i> (Akses)	78
4.4.3	<i>Risk Assessment</i> (Penilaian Risiko)	79
4.4.4	<i>Transparency</i> (Transparansi).....	80
BAB V PENUTUP.....		82
1.1	Kesimpulan	82
1.2	Saran	82
DAFTAR PUSTAKA		84
DAFTAR LAMPIRAN		89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Transformasi <i>Legacy Marketing</i> ke <i>New Wave Marketing</i>	3
Tabel 2. Perisai Yang Diakuisisi Periode Pelaporan Tahun 2022 Sampai Dengan Maret 2023 di BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Palembang	8
Tabel 3. Penghasilan, Penetapan Penghasilan, dan Besarnya Iuran	19
Tabel 4. Jumlah Peserta Yang Diakuisisi dan Iuran Yang Diterima.....	19
Tabel 5. Perhitungan Insentif	20
Tabel 6. Fokus Penelitian.....	36
Tabel 7. Informan Penelitian.....	38
Tabel 8. Daftar Staff BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Palembang	47
Tabel 9. Deskripsi Informan Penelitian	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran	34
Gambar 2. Komponen-Komponen Analisis Data Model Interaktif	42
Gambar 3. BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Palembang	45
Gambar 4. Logo BPJS Ketenagakerjaan	46
Gambar 5. Struktur Organisasi di BPJS Ketenagakerjaan Kantor	47
Gambar 6. Rapat Koordinasi Perisai BPJS Ketenagakerjaan	57
Gambar 7. Brosur BPJS Ketenagakerjaan	62
Gambar 8 Tampilan <i>Website</i> Perisai	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Tugas Dosen Pembimbing	89
Lampiran 2. Surat Izin Penelitian.....	90
Lampiran 3. Surat Keterangan Skripsi	91
Lampiran 4. Kartu Bimbingan Usulan Penelitian	93
Lampiran 5. Lembar Perbaikan Seminar Proposal	94
Lampiran 6. Kartu Bimbingan Skripsi	95
Lampiran 7. Lembar Perbaikan Ujian Komprehensif	96
Lampiran 8. Dokumentasi Wawancara	97
Lampiran 9. Pedoman Wawancara	100

DAFTAR ISTILAH, SINGKATAN, DAN LAMBANG

ARK	: <i>Account Representative Khusus</i>
BPJS	: Badan Penggerak Jaminan Sosial
BPU	: Bukan Penerima Upah
BUMN	: Badan Usaha Milik Negara
DART	: <i>Dialogue, Access, Risk Assessment, and Transparency</i>
KBBI	: Kamus Besar Bahasa Indonesia
Perisai	: Penggerak Jaminan Sosial Indonesia
PU	: Penerima Upah

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jaminan sosial merupakan hak atas perlindungan sosial bagi setiap warga negara untuk menjamin terpenuhinya kebutuhan dasar hidup yang layak. Hal tersebut diatur dalam Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 28 H Ayat (3) yang menyatakan bahwa “Setiap orang berhak atas jaminan sosial yang memungkinkan pengembangan dirinya secara utuh sebagai manusia yang bermartabat”. Dengan kata lain pemerintah memiliki tanggung jawab dan kewajiban dalam memberikan perlindungan sosial bagi setiap warga negaranya. Keseriusan pemerintah dalam menanggapi jaminan sosial dibuktikan dengan munculnya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional Pasal 3 yang berbunyi “Sistem Jaminan Sosial Nasional bertujuan untuk memberikan jaminan terpenuhinya kebutuhan dasar hidup yang layak bagi setiap peserta dan/atau anggota keluarganya”. Pemerintah memiliki fungsi utama yang salah satunya adalah fungsi pelayanan masyarakat, dimana memberikan jaminan sosial merupakan salah satu bentuk pelayanan pemerintah kepada masyarakat.

Guna mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*) diperlukan pembaruan terhadap sistem penyelenggaraan pemerintahan. Dalam hal ini negara berkewajiban untuk memenuhi hak warga negara, termasuk hak atas pelayanan yang baik dan berkualitas, sehingga diperlukannya peningkatan kualitas dalam pemberian layanan publik. Pelayanan publik merupakan kegiatan yang diselenggarakan oleh pemerintah dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan baik berupa barang, jasa, maupun pelayanan administratif bagi setiap warga negara atas

dasar kepentingan publik. Munculnya Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik mempertegas bahwa pelayanan publik saat ini menjadi perhatian utama pemerintah baik di pusat maupun daerah.

Peningkatan kualitas pelayanan publik diperlukan untuk menciptakan kepuasan masyarakat atas pelayanan yang didapatkan. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik adalah dengan menciptakan inovasi pada pelayanan publik yang menjamin kemudahan bagi masyarakat yang merasakan manfaatnya. Selain untuk meningkatkan kualitas pelayanan, inovasi juga menjadi solusi untuk mengatasi kebijakan sebelumnya yang kurang menampakkan hasil yang (Putri & Pambudi, 2018:273). Saat ini berbagai organisasi berlomba-lomba untuk menciptakan inovasi guna meningkatkan kualitas, kreativitas, dan produktivitas dari organisasi atau lembaga itu sendiri.

Kata inovasi berasal dari Bahasa Inggris "*innovation*" yang artinya adalah inovasi atau bisa juga diartikan sebagai pembaruan. Lebih jelas, inovasi didefinisikan sebagai barang, jasa, maupun pikiran yang dirasa sebagai suatu hal yang baru oleh individu maupun kelompok tertentu. Seiring dengan adanya dinamika tuntutan atas perbaikan dari masyarakat, inovasi saat ini sudah menjadi suatu kewajiban yang harus ada didalam suatu organisasi terutama organisasi publik, karena inovasi dapat menjadi alternatif atau jawaban dalam mengatasi tuntutan kualitas pelayanan publik.

Pada penciptaan suatu inovasi, diperlukan strategi pemasaran yang matang agar inovasi tersebut dapat dilirik oleh masyarakat luas. Seiring berkembangnya era globalisasi, mengubah banyak hal dalam kehidupan seperti ekonomi, sosial, budaya, dan banyak hal lainnya, termasuk konsep pemasaran yang terus bertransformasi menjadi lebih fleksibel. Model pemasaran tradisional atau yang dikenal dengan *Legacy*

Marketing perlahan beralih ke model pemasaran baru atau yang disebut dengan *New Wave Marketing*, dimana yang semula model pemasaran bersifat vertikal dengan hanya berpusat pada pemasar, kini beralih ke horizontal yangmana pemasar turut melibatkan konsumen untuk berpartisipasi.

Adapun perubahan elemen-elemen *Legacy Marketing* yang pada awalnya meliputi *segmentation, targeting, positioning, differentiation, marketing mix (product, price, place, promotion), selling brand, service, dan process*, kemudian beralih menjadi “*The 12 Cs of New Wave Marketing*” (Kartajaya, 2010).

Tabel 1. Transformasi *Legacy Marketing* ke *New Wave Marketing*

<i>Legacy Marketing</i>	<i>New Wave Marketing</i>
<i>Segmentation</i>	<i>Communalization</i>
<i>Targeting</i>	<i>Confirming</i>
<i>Positioning</i>	<i>Clarifying</i>
<i>Differentiation</i>	<i>Coding</i>
<i>Marketing Mix</i>	<i>Crowd Combo</i>
<i>Product</i>	<i>Co-creation</i>
<i>Price</i>	<i>Currency</i>
<i>Place</i>	<i>Communal Activation</i>
<i>Promotion</i>	<i>Conversation</i>
<i>Selling</i>	<i>Commercialization</i>
<i>Brand</i>	<i>Character</i>
<i>Service</i>	<i>Caring</i>
<i>Process</i>	<i>Collaboration</i>

Sumber: Kartajaya, *Connect! Surfing New Wave Marketing* (2010).

Dahulu sektor publik dioperasikan untuk menyelesaikan isu-isu publik, sedangkan sektor swasta hanya berfokus pada memaksimalkan laba. Namun saat ini baik sektor publik maupun swasta sama-sama harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen atau *stakeholders* dengan menawarkan produk maupun jasa yang memberikan *value* dan kepuasan baik dari segi biaya, manfaat, etika, maupun perilaku

sosial. Dengan demikian, konsep pemasaran juga bisa diterapkan di sektor publik misalnya dalam membuat kebijakan publik.

Dalam pembuatan kebijakan publik pun penting untuk menggunakan konsep pemasaran guna memenuhi kebutuhan data dalam menjawab isu kebijakan publik. Adapun salah satu elemen di *legacy marketing* yaitu *marketing mix* yang memuat *product, price, place, dan promotion* dapat dijadikan sebagai alat dalam pembuatan kebijakan publik (Widjayanti, 2011). Jika dilihat di era *new wave marketing* maka disebut dengan *crowd combo* yang memuat *co-creation, currency, communal activation, dan conversation*.

Co-creation yaitu bagian dari *crowd combo* merupakan salah satu elemen di *new wave marketing* yang menggantikan *product* di *legacy marketing* karena dirasa lebih interaktif, dinamis, dan luas dibandingkan dengan sebuah produk. *Co-creation* adalah proses penciptaan produk dengan berkolaborasi, dimana konsumen berpartisipasi langsung secara aktif dan horizontal dengan perusahaan yang menciptakan produk, disini perusahaan berperan sebagai fasilitator. Pada *new wave marketing, co-creation* tidak hanya dalam bentuk produk fisik, dan juga tidak hanya diterapkan di perusahaan saja, tetapi bisa juga di sektor publik dalam bentuk suatu inovasi. Hal tersebut sejalan dengan yang dinyatakan oleh Damanpour bahwa pelayanan inovasi dapat berupa produk atau jasa yang baru, teknologi yang baru, teknologi proses produksi yang baru, sistem struktur dan administrasi baru atau rencana baru bagi anggota organisasi (Hisbani et al., 2015:266).

Co-creation adalah tentang penciptaan bersama antara perusahaan dan konsumen. *Co-creation* mencerminkan dunia partisipatif yang muncul di mana produk atau layanan yang disediakan membuat konsumen beralih dari pasif menjadi

kolaborator, dan terlibat dalam pengembangan dan persaingan. Penciptaan nilai menggambarkan bagaimana konsumen berinteraksi, dan perusahaan sebagai pemain aktif (Prahalad & Ramaswamy, 2004).

Pada sektor publik, *co-creation* dapat digambarkan sebagai keterlibatan warga dalam inisiasi dan/atau perencanaan layanan publik guna mengembangkan hasil yang bermanfaat. *Co-creation* menciptakan pembagian peran baru dalam penyediaan layanan publik, dimana masyarakat menjadi mitra pejabat publik. Hal tersebut menandakan bahwa *co-creation* dapat menjadi solusi untuk menghadapi tantangan kebijakan publik tertentu. Dalam prakarsa *co-creation*, masyarakat dianggap sebagai mitra yang relevan, yang memiliki sumber daya dan kompetensi khusus yang berharga untuk merancang (ulang) pemberian layanan publik (Voorberg et al., 2017:178).

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Ketenagakerjaan (BPJS Ketenagakerjaan) merupakan bentuk transformasi dari PT. Jaminan Sosial Tenaga Kerja (Jamsostek) yang didirikan pada tahun 1977. BPJS Ketenagakerjaan adalah badan hukum publik yang dibentuk oleh Pemerintah Republik Indonesia yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden Republik Indonesia untuk memberikan perlindungan atau jaminan sosial kepada para pekerja di Indonesia. Hal tersebut diatur dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Pasal 1 Ayat (1) yang berbunyi “Badan Penyelenggara Jaminan Sosial yang selanjutnya disingkat BPJS adalah badan hukum yang dibentuk untuk menyelenggarakan program jaminan sosial”. Seluruh masyarakat Indonesia, termasuk orang asing yang bekerja paling singkat 6 bulan di Indonesia, wajib menjadi peserta program jaminan sosial.

Guna mendukung UUD 1945 Pasal 28 H Ayat (3) terkait setiap orang berhak atas jaminan sosial, maka pemerintah menganjurkan para pekerja formal atau

penerima upah (PU) seperti karyawan perusahaan maupun pekerja informal dan bukan penerima upah (BPU) seperti pedagang, tukang ojek, para pelaku umkm, dan sebagainya yang bekerja mandiri tanpa penghasilan tetap untuk menjadi peserta di BPJS Ketenagakerjaan. Hal tersebut dikarenakan program yang ada di BPJS Ketenagakerjaan seperti Jaminan Hari Tua (JHT), Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), Jaminan Kematian (JKM), Jaminan Pensiun (JP), dan Jaminan Kehilangan Pekerjaan (JKP) berguna dalam memberikan perlindungan kepada para pekerja akibat risiko sosial ekonomi tertentu.

Namun pada faktanya masih banyak orang yang belum mendaftar program jaminan sosial. Tercatat jumlah kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan sampai dengan Februari 2023 sebanyak 54,88 juta orang, dengan 35,30 juta orang peserta aktif dan 19,57 peserta non aktif. Pada Provinsi Sumatera Selatan itu sendiri tercatat jumlah kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan sampai dengan Februari 2023 sebanyak 1,98 juta orang, yang terdiri dari 777 ribu peserta aktif dan 312 ribu peserta non aktif. Banyaknya masyarakat yang belum mendaftar, membuat BPJS Ketenagakerjaan harus terus memikirkan inovasi-inovasi guna meningkatkan jumlah kepesertaan.

Dalam rangka meningkatkan jumlah kepesertaan, BPJS Ketenagakerjaan terus menciptakan berbagai inovasi untuk mendorong jumlah kepesertaan baik dari para pekerja penerima upah maupun pekerja bukan penerima upah. Pada tahun 2017, BPJS Ketenagakerjaan meluncurkan sebuah inovasi program kerja yang diberi nama Penggerak Jaminan Sosial Indonesia atau yang disingkat Perisai. Perisai ini diatur dalam Peraturan Direksi BPJS Ketenagakerjaan Nomor 15 Tahun 2018 tentang Penggerak Jaminan Sosial Indonesia. Program ini bertujuan untuk mengakuisisi kepesertaan dan memberikan perlindungan jaminan sosial ketenagakerjaan kepada

para pekerja formal atau penerima upah (PU), maupun informal atau pekerja bukan penerima upah (BPU) dan usaha mikro kecil menengah (UMKM) melalui sistem keagenan.

Program Perisai memiliki keterkaitan dengan *co-creation*, karena pada program Perisai menganut sistem keagenan, hal tersebut sejalan dengan *co-creation* yaitu penciptaan bersama antara perusahaan dengan konsumen, disini konsumen berperan sebagai mitra. Dalam pelaksanaan Program Perisai, para pegawai BPJS Ketenagakerjaan yang selanjutnya disebut pembina akan mencari atau memilih seseorang untuk dijadikan agen Perisai. Para agen Perisai memiliki tugas seperti melakukan sosialisasi program jaminan sosial ketenagakerjaan, mengakuisisi dan mendaftarkan peserta, mengelola data dan iuran peserta yang didaftarkan, menyerahkan bukti pembayaran iuran kepada peserta binaannya, menginformasikan bukti kepesertaan kepada peserta, dan menginformasikan kepada BPJS Ketenagakerjaan apabila ada kasus klaim manfaat jaminan.

BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Palembang tentu turut serta dalam melaksanakan program Perisai. Ditemukan berita dari laman TribunSumsel.com yang berkaitan dengan pelaksanaan Program Perisai yang berdampak pada peningkatan jumlah kepesertaan di BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Palembang.

“Sepanjang tahun 2020, agen-agen Penggerak Jaminan Sosial (Perisai) dari BPJS Ketenagakerjaan (BPJamsostek) Palembang telah mengumpulkan iuran sebesar Rp 2,43 miliar dari para peserta yang mereka rekrut. Program ini diharapkan dapat menjangkau para pekerja di seluruh pelosok. Dimana saat ini terdapat 38 agen Perisai di bawah naungan kantor cabang Palembang. Agen Perisai ini sudah merekrut 5.484 peserta dari sektor Bukan Penerima Upah atau informal. Adapun jumlah iuran yang dikumpulkan dari total peserta tersebut mencapai sekitar Rp 2,43 miliar. Hal ini merupakan hal positif karena dapat membantu BPJamsostek baik dalam menambah kepesertaan maupun iuran” (Rohekan, 2021).

Berdasarkan berita tersebut, diketahui bahwa pelaksanaan Program Perisai mendorong peningkatan jumlah kepesertaan yang tentu akan berdampak juga pada peningkatan jumlah iuran. Hal ini dapat terjadi karena adanya penciptaan bersama atau *co-creation* yang baik antara BPJS Ketenagakerjaan selaku perusahaan dan para agen Perisai selaku konsumen.

Pengakuisisian peserta baru untuk program Perisai dapat berupa para pekerja PU, BPU, maupun pelaku UMKM. Adapun jumlah akuisisi peserta BPU melalui program Perisai di tahun 2022 sampai Maret 2023 di BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Palembang adalah sebagai berikut.

Tabel 2. Perisai Yang Diakuisisi Periode Pelaporan Tahun 2022 Sampai Dengan Maret 2023 di BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Palembang

No.	Pembina Perisai	Jumlah Kantor Perisai	Jumlah Agen Perisai	Akuisisi Tahun 2022	Akuisisi Jan-Mar 2023
1	Adhe Irmansyah	1	3	140	0
2	Irfan Oktavian	1	5	7	3
3	Sri Sukanti	1	6	213	75
4	Ricki Wijaya	1	2	26	13
5	Muhar Syarif	2	5	8	14
6	Tri Wijayanto	1	5	861	90
7	Rio Saputra	2	10	240	70
Total		9	36	1495	265

Sumber: BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Palembang (2023)

Berdasarkan tabel 2, diketahui bahwa pada tahun 2022 sampai dengan Maret 2023, 7 pembina Perisai BPJS Ketenagakerjaan berhasil mengakuisisi 36 agen Perisai, kemudian agen tersebut berhasil mengakuisisi peserta baru sebanyak 1.760 peserta dari berbagai organisasi atau kelompok. Adapun beberapa organisasi yang dimaksud yaitu Kelompok Usaha Mandiri Pedesaan, Lembaga Ampera Sriwijaya, Koperasi Jasa Asosiasi Driver *Online* Berejo Angkat Ekonomi Sumatera Selatan, dan sebagainya.

Berhasilnya pelaksanaan program Perisai dalam meningkatkan jumlah kepesertaan BPU dan jumlah iuran menunjukkan bahwa *co-creation* antara BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Palembang dengan para agen Perisainya berjalan dengan baik. Dibalik keberhasilan *co-creation* antara perusahaan dan konsumen, terdapat berbagai *value* yang diterapkan didalamnya. *Value co-creation* menurut Prahalad dan Ramaswamy (2004) sebagai bentuk kreativitas kolaboratif yang digagas oleh perusahaan dan konsumen untuk menciptakan suatu inovasi, bukan hanya sebatas memuaskan konsumen mereka (Mulyana et al., 2022:63).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana penerapan *value co-creation* antara BPJS Ketenagakerjaan selaku perusahaan dengan para agen Perisai selaku konsumen pada inovasi program Perisai di BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Palembang. Oleh karena itu penulis membahas “Analisis Value *Co-creation* Pada Inovasi Program Penggerak Jaminan Sosial Indonesia (Perisai) di BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Palembang”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan di atas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Penerapan *Value Co-creation* Pada Inovasi Program Penggerak Jaminan Sosial Indonesia (Perisai) di BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Palembang?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan *value co-creation* pada inovasi

program Penggerak Jaminan Sosial Indonesia (Perisai) di BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Sebuah penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis kepada pembaca. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan menjadi referensi baru pada penelitian-penelitian selanjutnya terkait kebijakan publik khususnya pada inovasi program yang berasal dari *co-creation*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baik kepada instansi yang bersangkutan maupun masyarakat.

1. Bagi Instansi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi baru untuk instansi guna mendukung tercapainya tujuan instansi dalam memaksimalkan Program Perisai di BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Palembang.

2. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi masyarakat di Kota Palembang untuk berpartisipasi dalam pelaksanaan Program Perisai baik menjadi agen Perisai maupun menjadi peserta di BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, D., Tamonsang, M., Suhariadi, F., & Hartini, S. (2022). *Analisis Pengaruh Hubungan antara Value Co-creation Terhadap Perilaku Word of Mouth Konsumen Muslim di Indonesia Penggunaan Jasa Telemedicine*. 8(3), 2593–2602. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6569>
- Andayani, T. R. (2012). Studi Meta-analisis: Empati dan Bullying. *Buletin Psikologi*, 20(1–2), 36–51. <https://doi.org/10.22146/bpsi.11947>
- Armanto, R., & Gunarto, M. (2023). Analisis Co-creation dan Self-innovation Terhadap Kinerja Pemasaran PT Semen Baturaja Tbk. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi*, 4(1), 82–93. <https://doi.org/10.47747/jbme.v4i1.1055>
- Aryantiningrum, A., & Hertingkir, F. (2021). The Role of The Moderation of Satisfaction With The Co-Creation Performance in The Relationship of Degree of Co-Creation to Satisfaction with The Company, Loyalty and Expenditures on Customer Co-Creation: A Research on Digital Banking Jenius BTPN. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 4(3), 123–131. <https://doi.org/10.35384/jemp.v4i3.209>
- Fakhrudin, M. (2018). *Penerapan Kaidah Berbahasa Dalam Percakapan Indonesia*. 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.22236/jollar.v1i1.1241>
- Fauzi, D. B., Tanuwijaya, H., & Wulandari, S. H. E. (2016). *Perencanaan Manajemen Risiko Pengadaan Proyek IT Menggunakan ISO 31000 Pada PT. Pelabuhan Indonesia III*. 5(7). <https://media.neliti.com/media/publications/252845-risk-management-planning-procurement-pro-3ac4b58f.pdf>
- Febrian, R. (2018). Inovasi Daerah dari Perspektif Regulasi, Konseptual, dan Empiris (Tinjauan terhadap pasal Pasal 386 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah). *Jurnal Kajian Pemerintah*, 4(1), 48–61. [https://doi.org/10.25299/jkp.2018.vol4\(1\).2168](https://doi.org/10.25299/jkp.2018.vol4(1).2168)
- Fitriana, D. N. (2014). *Inovasi Pelayanan Publik BUMN (Studi Deskriptif tentang Inovasi Boarding Pass System dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Kereta Api PT KAI di Stasiun Gubeng Surabaya)*. 2(1), 1–10.

- Fordian, D., & Ramadiawati, A. A. (2020). Pengaruh Brand Orientation dan Co-creation Value Terhadap Marketing Capability Studi Pada Make Up Artist (MUA) di Kota Bandung. *Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen*, 9(1), 1–15. <https://doi.org/10.32546/lq.v9i1.348>
- Hatch, M. J., & Schultz, M. (2010). Toward A Theory of Brand Co-creation with Implications for Brand Governance. *Journal of Brand Management*, 17(8), 590–604. <https://doi.org/10.1057/bm.2010.14>
- Hisbani, N. A., Karim, M., & Malik, I. (2015). Penerapan Inovasi Pelayanan Publik di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Enrekang. *Jurnal Administrasi Publik*, 1(3), 265–277.
- Irianti, A. D. I. P. (2015). Co-creating Innovation (Studi Deskriptif Proses Co-creating Inovasi di UPT Pelayanan Perizinan Terpadu (P2T) Jawa Timur). *Kebijakan dan Manajemen Publik*, 3(3), 207–217.
- Kartajaya, H. (2010). *Connect! Surfing New Wave Marketing*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kristiadi, Al. A., Hartoyo, H., Yusuf, E. Z., & Sukandar, D. (2014). Pemodelan Online Community Relationship Management dalam Pembentukan Value Co-Creation di Industri Broadband Telekomunikasi Selular Indonesia. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13(3), 253–270. <https://doi.org/10.12695/jmt.2014.13.3.2>
- Kurniawan, A. P. (2019). *Analisis Keterlibatan Konsumen Terhadap Produk Shampo Berdasarkan Faktor Pembeli (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Nusa Nipa Maunere)*. 6(1). <https://osf.io/e2zn6/download>
- Kurniawan, C. N., Kusumawati, A., & Iqbal, M. (2020). Analisis Co-creation Experience Serta Dampaknya Dalam Konteks Pariwisata. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 24–38.
- Leo, F. R. M., & Manafe, L. A. (2021). *Implikasi Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Produk Kacamata Pada Optik Nice*. 3(1), 35–44.
- Lokobal, A., Sumajouw, M. D. J., & Sompie, B. F. (2014). *Manajemen Risiko Pada Perusahaan Jasa Pelaksana Konstruksi di Propinsi Papua*.

- Mansilla, Ó. G., Berenguer-Contrí, G., & Serra-Cantallops, A. (2019). The Impact of Value Co-creation on Hotel Brand Equity and Customer Satisfaction. *Tourism Management, 75*, 51–65. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.04.024>
- Mulyana, D., Taufiq, A. R., & Harison, E. D. (2022). DART Model of Value Co-creation in Digital MSMEs. *Internation Journal of Business and Economy, 4*(4), 62–74.
- Novatiani, A., Rusmawan Kusumah, R. W., & Vabiani, D. P. (2019). Pengaruh Transparansi dan Akuntabilitas Terhadap Kinerja Instansi Pemerintah. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis, 10*(1), 51–62. <https://doi.org/10.17509/jimb.v10i1.15983>
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). Co-creation Experiences: The Next Practice in Value Creation. *Journal of Interactive Marketing, 18*(3), 5–14. <https://doi.org/10.1002/dir.20015>
- Pratama, M. R. (2013). *Inovasi Pelayanan Publik (Studi Deskriptif Tentang Nilai Tambah (Value Added) Inovasi Pelayanan Perizinan Bagi Masyarakat Di Kota Kediri)*. 1(2), 218–225.
- Putra, S., & Sutjahjo, G. (2017). *Sistem Informasi Diklat Pegawai Pada BP Batam Berbasis Smartphone Android Dengan Ionic Framework dan Database MySql*. 7(3), 47–64.
- Putri, E. K., & Pambudi, A. (2018). Inovasi Pelayanan Akta Kelahiran Melalui E-Government di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Yogyakarta. *Natapraja, 6*(1), 69. <https://doi.org/10.21831/jnp.v6i1.20740>
- Radityatama, A. (2022). Co-creation Marketing Pada Kepuasan Merchant Gofood by Gojek Indonesia. *E-Jurnal Manajemen, 11*(9), 1677–1701. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2022.v11.i09.p05>
- Ramadhan, M. H. (2022). Pengaruh PPKM Terhadap Interaksi Antar Individu Mahasiswa Uhamka di Kampus. *Jurnal Psikologi Jambi, 7*(1), 38–45. <https://doi.org/10.22437/jpj.v7i1.20136>
- Ritonga, I. T., & Syahrir, S. (2016). Mengukur transparansi pengelolaan keuangan daerah di Indonesia: Berbasis website. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia, 20*(2), 110–126. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol20.iss2.art4>

- Rohekan, A. B. (2021). Setahun Terkumpul Dana Rp 2,43 Miliar, Ini Syarat Jadi Agen Perisai BPJS Naker dan Insentif Didapat. Artikel ini telah tayang di TribunSumsel.com dengan judul Setahun Terkumpul Dana Rp 2,43 Miliar, Ini Syarat Jadi Agen Perisai BPJS Naker dan Insentif Didapat. *Tribun Sumsel*. <https://sumsel.tribunnews.com/2021/02/25/iuran-terkumpul-capai-rp-243-miliar-ini-syarat-jadi-agen-perisai-bpjs-naker-dan-insentif-didapat?page=all>
- Sasongko, D. A. (2018). *Analisis Risiko dan Strategi Aksi Mitigasi Pada Usaha Penjualan Mesin Teknologi Tepat Guna Dengan Metode House of Risk (Studi Kasus: Toko Sedia Mesin)*.
- Setiawan, B., Sudarmiati, Agus Hermawan, & Purwiyanto. (2022). Study of Value Co-Creation, In Pergiramerame Tour & Travel Service Development Strategy Using the DART Model. *International Journal of Humanities Education and Social Sciences (IJHESS)*, 2(3), 849–856. <https://doi.org/10.55227/ijhess.v2i3.314>
- Sipahutar, N. Y. P., Silitonga, M. C. A., Fadhila, T. W., Putri, R. E., & Itu, Y. (2022). Co-Creation of Public Service Innovation for Marginalized Groups in The Underdeveloped Regions. *Jurnal Ilmu Sosial*, 21(2), 201–222. <https://doi.org/10.14710/jis.21.2.2022.201-222>
- Siregar, F. S., & Erlindawaty. (2020). Penguatan Karakter Berbasis Kearifan Lokal Sumatera Utara Pada Anak Panti Asuhan Al Munawwaroh. *Jurnal Prodikmas Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 26–31. <https://doi.org/10.30596/jp.v5i1.5743>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif* (3rd ed.). Alfabeta.
- Voorberg, W., Bekkers, V., Timeus, K., Tonurist, P., & Tummers, L. (2017). Changing Public Service Delivery: Learning in Co-creation. *Policy and Society*, 36(2), 178–194. <https://doi.org/10.1080/14494035.2017.1323711>
- Wantara, P., Irawati, A., & Sri, W. (2021). Strategi Pengembangan Produk Garam Rakyat Bersama PT. Garam Madura Menggunakan Model DART. *Eco-Entrepreneur*, 7(2), 136–151. <https://doi.org/10.21107/ee.v7i2.14206>
- Wicaksono, K. W. (2019). Tipologi Inovasi Sektor Publik Pada Tiga Program Inovatif Pemerintah Daerah Kota Surabaya (Tinjauan Reflektif terhadap Tiga Inovasi

- Pelayanan Publik Pemerintah Kota Surabaya Tahun 2018). *Jurnal Manajemen Pelayanan Publik*, 1(2), 196. <https://doi.org/10.24198/jmpp.v1i2.19895>
- Widjayanti, A. (2011). Marketing Dalam Sektor Publik. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 8(3), 330–339. <https://doi.org/10.31113/jia.v8i3.295>
- Wufron, W., Nurhasan, R., & Rahmawati, M. (2021). Value Co-Creation terhadap Word of Mouth melalui Customer Satisfaction Produk Kerajinan Kulit Sukaregang Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 20(1), 9–16. <https://dx.doi.org/10.52434/jwe.v20i1.1094>
- Zamhari, A., Chairunnisa, S., Warni, D. R., & Septiano, A. (2022). Analisis Usaha Inovatif Melalui Kewirausahaan Sosial. *Journal Economics Technology and Entrepreneur*, 1(4), 319–325.