

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
Daftar Gambar.....	viii
Daftar Tabel .....	viii
Daftar Lampiran.....	viii
1. Pendahuluan.....	1
2. TINJAUAN LITERATUR .....	3
2.1 <i>Lean</i> .....	3
2.2 <i>Lean Sigma</i> .....	4
2.3 <i>Lean Lean Sigma</i> .....	5
2.4 Segmen Kepesertaan .....	7
2.5 <i>Canvassing</i> .....	7
3. METODE PENELITIAN.....	8
3.1 Kerangka Penelitian .....	8
3.2 Measurement.....	10
3.3 Preposisi Penelitian.....	8
4. Hasil.....	11
5. Diskusi .....	17
6. Kesimpulan dan saran .....	18
6.1 Kesimpulan .....	18
6.2 Saran .....	19
6.3 Keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian lanjutan .....	19
DAFTAR PUSTAKA .....	20
LAMPIRAN.....	22

## Daftar Gambar

Gambar 1 Proses <i>Canvassing</i> .....	8
Gambar 2 Kerangka Konsep .....	9
Gambar 3 Tahapan Penelitian.....	10
Gambar 4 <i>Time Plot series before Lean Consumption</i> .....	12
Gambar 5 LCM sebelum <i>Lean Consumption</i> .....	13
Gambar 6 Pemetaan Usulan Perbaikan dengan <i>Effort</i> dan <i>Impact Matrix</i> .....	15
Gambar 7 Gambar Simulasi Setelah <i>Lean Consumption</i> .....	16

## Daftar Tabel

Tabel 2 Keterangan Proses sebelum <i>Lean Consumption</i> .....	13
Tabel 3 <i>Value Added Assesment</i> Sebelum <i>Lean Consumption</i> .....	14
Tabel 4 Kode Usulan Perbaikan.....	15
Tabel 5 Keterangan Proses Simulasi Setelah <i>Lean Consumption</i> .....	16
Tabel 6 Simulasi VAA Setelah <i>Lean Consumption</i> .....	17

## Daftar Lampiran

Lampiran 1 Tabel Informan .....	22
Lampiran 2 Daftar Pertanyaan .....	22
Lampiran 3 Pedoman Observasi .....	23
Lampiran 4 Pedoman Dokumen .....	23
Lampiran 5 Contoh Sampel Wawancara .....	24
Lampiran 6 Capaian Kepesertaan .....	28
Lampiran 7 Rata-rata Waktu Rekrutmen Badan Usaha.....	29
Lampiran 8 Perhitungan Usulan Perbaikan .....	29
Lampiran 9 Tabel Sipoc.....	30
Lampiran 10 Tabel FMEA.....	30
Lampiran 11 Tata Kelola Perubahan .....	30
Lampiran 12 OCAP .....	31

# PENERAPAN *LEAN LEAN SIGMA* PADA PROSES *CANVASSING* PENDAFTARAN BADAN USAHA DI BPJS KESEHATAN CABANG JAKARTA SELATAN

Teguh Wijaya<sup>1</sup>, Tantri Yanuar Rahmat Syah<sup>2</sup>  
Universitas Esa Unggul, Jakarta  
tantri.yanuar@esaunggul.ac.id

## 1. Pendahuluan

BPJS Kesehatan merupakan badan hukum publik yang bertanggung jawab langsung kepada presiden yang mulai beroperasi pada 1 Januari 2014 sesuai dengan amanah Undang-Undang nomor 24 tahun 2011 pasal 60 ayat 1, BPJS Kesehatan memiliki fungsi sebagai badan penyelenggara sosial, terutama di bidang asuransi kesehatan, yang merupakan transformasi dari PT. Askes (persero) sebagai perusahaan jasa asuransi yang mengurus asuransi kesehatan dan kemudian beralih kepada BPJS Kesehatan. BPJS Kesehatan merupakan penyelenggara jaminan sosial kesehatan bagi seluruh wilayah Indonesia dan bisa digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Jaminan Kesehatan Semesta (*Universal Health Coverage* atau UHC), sesuai dengan Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2018 wajib dicapai paling lambat 1 Januari 2019, seluruh penduduk dan warga negara asing yang bekerja di Indonesia minimal 6 bulan wajib menjadi Peserta Jaminan Kesehatan Nasional Kartu Indonesia Sehat (JKN-KIS). Sesuai dengan *Road Map* Jaminan Kesehatan Pemberi Kerja Badan Usaha Milik Negara, Usaha Menengah, Usaha Kecil paling lambat 1 Januari 2015 dan Pemberi Kerja usaha mikro paling lambat 1 Januari 2016 wajib menjadi peserta JKN, namun sampai dengan November 2019 capaian kepesertaan secara nasional belum tercapai.

Data Kepesertaan BPJS Kesehatan secara nasional per 30 November 2019 sejumlah 222.815.475 jiwa atau sekitar 83.63% dari total penduduk Indonesia sudah menjadi peserta JKN sehingga masih tersisa 16.37% penduduk Indonesia belum terlindungi kesehatan, sedangkan untuk capaian di BPJS Kesehatan Jakarta Selatan untuk peserta segman Pekerja Penerima Upah Badan usaha tahun 2018 adalah 1.766.118 atau 94% dari target dan sampai november 2019 capainnya baru mencapai 94% dari target dan masih terdapat 142.866 peserta yang harus direkrut. Berdasarkan laporan Kantor Cabang Jakarta Selatan didapat data capaian terhadap target yang telah ditetapkan selama periode Januari 2019- November 2019 capaian kepesertaan setiap bulannya belum tercapai. Belum tercapainya capaian kepesertaan tersebut dikarenakan proses rekrutmen peserta melalui proses *Canvassing* belum optimal, adapun *Key Performance Indikator* (KPI) proses rekrutmen adalah 3 hari sedangkan berdasarkan data capaian periode Januari 2019-November 2019 adalah 10 hari.

Belum tercapainya target tersebut dapat dilihat dari data hasil kunjungan badan usaha data hasil kunjungan didapat 54% badan usaha yang dikunjungi tidak bersedia untuk mendaftarkan badan usahanya menjadi peserta Jaminan Kesehatan Nasional (JKN), 29% badan usaha bersedia mendaftar dan 17% alamat atau *Person In Charge* (PIC) badan usaha tidak berhasil ditemui, berdasarkan kondisi tersebut dilakukan observasi pra penelitian dan wawancara pra peneliti mengidentifikasi masalah yang terjadi dalam proses pendaftaran badan usaha di Kantor Cabang Jakarta Selatan, dari hasil observasi dan wawancara didapat perencanaan dan kunjungan yang tidak efektif antara lain terjadi *waste* pada *transportation* dimana berdasarkan observasi masih terdapat kunjungan dengan pemilihan rute perjalanan yang tidak efektif yang seharusnya dapat bertemu 5 badan usaha namun hanya bisa bertemu 1 badan usaha, *waiting* proses memerlukan persetujuan pimpinan perusahaan dan menunggu PIC Badan Usaha ketika kunjungan, *Over Processing* dimana petugas wajib melakukan kunjungan dua kali jika HRD tidak ditemukan dan banyaknya berkas pendaftaran yang harus dilampirkan, *defect* Petugas BPJS Kesehatan tidak melakukan janji melalui telpon sebelum melakukan kunjungan dan tidak memastikan alamat telah sesuai sehingga 17 % dari total kunjungan *Person In Charge* (PIC) dan alamat perusahaan tidak ditemukan, dan tingkat pemahaman akan produk yang ditawarkan rendah berdasarkan hasil uji pemahaman yang dilakukan nilai rata-rata petugas 62.90 pada bulan mei, 72.90 pada bulan Juli dan 77.90 pada bulan agustus yang seharusnya standart minimal pemahaman adalah 80, *Canvassing* KIT belum terstandarisasi dan pemeriksaan badan usaha atas indikasi tidak patuh dalam melakukan pendaftaran membutuhkan waktu yang lama yaitu membutuhkan waktu 3 hari untuk kegiatan pemeriksaan lapangan.

Berdasarkan *waste* tersebut diatas mengakibatkan capaian kepesertaan yang tidak sesuai dengan target, masih ditemukannya kegiatan *non value added* dan variasi dalam proses tersebut sehingga dibutuhkan sebuah *Improvement* karena *Improvement* merupakan suatu keharusan dalam seluruh lini organisasi, seperti di bidang sumber daya manusia, organisasi jasa keuangan, layanan kesehatan dan sektor publik organisasi lainnya. Pengembangan *quality improvment* yang efektif atau Strategi *Continuous Improvement* adalah faktor kunci untuk keberhasilan jangka panjang organisasi modern, selama dekade terakhir *Lean Lean Sigma* (LSS) telah menjadi salah satu metodologi proses bisnis yang paling populer dan terbukti dapat memperbaiki proses dalam sebuah organisasi (EPA 2009)

*Lean Lean Sigma* merupakan suatu metode kolaborasi perpaduan antara metode *Lean Thinking* dan *Lean Sigma* yang bertujuan mengidentifikasi dan meminimasi *waste*, memperbaiki proses, meningkatkan kualitas dari proses produksi/jasa, serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan sebagai upaya perbaikan terus-menerus dengan langkah kerja DMAIC. Konsep *Lean* berfokus pada meminimasi *waste* (pemborosan), memperlancar aliran material, produk

dan informasi, serta peningkatan terus-menerus, sedangkan metode *Lean Sigma* bertujuan pada pengurangan variasi proses dan peningkatan terus-menerus. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa metode *Lean Sigma* ini antara lain bertujuan untuk mengidentifikasi dan meminimasi.

Konsep *Lean Sigma* saat ini tidak hanya digunakan disektor manufaktur namun juga digunakan disektor pemerintahan, di sektor pemerintahan sudah berjalan di banyak negara. Beberapa negara telah memulainya dalam memperbaiki proses pelayanan kepada masyarakatnya, seperti di negara Australia, Kanada, Finlandia, Perancis, Irlandia, Belanda, Skotlandia, Afrika Selatan, Swedia, Inggris dan Amerika Serikat. Menurut Gaspersz (2011) bahwa tujuan penerapan *Lean* didalam organisasi adalah untuk meningkatkan secara terus menerus rasio antara nilai tambah terhadap *waste* (*Value to Waste Ratio*). Suatu perusahaan sudah dianggap *Lean* jika *Value to Waste Ratio* minimum telah mencapai 30%. Sedangkan menurut Sommer & Blumenthal (2019) yang menyatakan bahwa *Lean Sigma* dapat menurunkan waktu tunggu, meningkatkan kualitas, stabilitas serta kepuasan pelanggan dengan metode *Value Stream Mapping* (VSM), kemudian Artadi & Syah (2018) menyampaikan bahwa *Lean Sigma* dengan metode *Lean Consumption Mapping* dapat meningkatkan kinerja diperusahaan, serta Sunaryanto & Syah (2018) menyimpulkan metodologi *Lean Government* dapat meningkatkan proses layanan dan waktu layanan.

Hasibul et al. (2018) menyatakan *Lean Sigma* dengan metode VSM dapat menghilangkan *waste*, meningkatkan *output* pada industri manufaktur dan menurut Antony et al. (2017) *Lean Sigma* dapat meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat, jurnal-jurnal tersebut diatas banyak menggunakan metode *Value Stream Mapping* (VSM) sehingga dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *Lean Consumption Mapping* (LCM) yang saat ini belum banyak digunakan dalam menunjukkan perbaikan pada kondisi *Current State* dan *Future State*. Berdasarkan pertimbangan tersebut, peneliti melakukan penelitian tentang penerapan konsep *Lean Sigma* yang tujuannya untuk dapat meningkatkan efisiensi waktu proses pendaftaran badan usaha di sektor pelayanan publik di Indonesia (BPJS Kesehatan Cabang Jakarta Selatan). Tentunya dengan menggunakan metode-metode seperti *Lean Consumption Mapping* (LCM) dan DMAIC.

## 2. TINJAUAN LITERATUR

### 2.1 *Lean*

*Lean* di Jepang terkenal dengan istilah “muda” yang artinya dalam bahasa inggris adalah *waste* yang merupakan kegiatan yang tidak memiliki nilai tambah, Artur (2006) memberikan definisi tentang *Lean* yaitu bagaimana menghilangkan pemborosan aktivitas guna meningkatkan nilai tambah, konsep *Lean* terus berkembang banyak para ahli yang melakukan penelitian terkait *Lean*

seperti yang disampaikan oleh Womack (2005) yang berpendapat bahwa *Lean* merupakan aktivitas yang menggunakan sumber daya tetapi tidak menciptakan nilai seperti produksi yang tidak sesuai dengan standar, persediaan barang yang tidak sesuai, produk tidak sesuai dengan harapan pelanggan, selain itu Liker & Morgan (2006) menyatakan bahwa *Lean* merupakan prinsip-prinsip dalam bisnis yang berfungsi untuk meningkatkan kualitas yang berkelanjutan melalui pengurangan aktivitas yang tidak memiliki nilai tambah dari proses hulu ke hilir yang terintegrasi.

Konsep *Lean* adalah upaya untuk meningkatkan performa perusahaan dengan meningkatkan nilai tambah. Gleeson et al. (2019) berpendapat bahwa *Lean* merupakan suatu kegiatan untuk mengurangi *non value added* sehingga meningkatkan nilai pada suatu system, sehingga kinerja sistem dapat menjadi optimal. Konsep *Lean* merupakan suatu upaya menghilangkan pemborosan dan meningkatkan nilai tambah atau *value added* dari produk sehingga dapat meningkatkan nilai tambahan bagi pelanggan (Sommer & Blumenthal, 2019), berdasarkan pendapat-pendapat para ahli diatas sangatlah penting untuk konsep *Lean* dapat diterapkan pada sebuah organisasi sehingga berdasarkan Artur (2006) Sebuah perusahaan membutuhkan konsep *Lean Sigma* ketika menghadapi permasalahan antara lain : pertumbuhan perusahaan tidak baik, keuntungan kecil, pelanggan beralih ke pesaing, pelanggan mengembalikan produk, perusahaan menyalahkan pegawai, perusahaan menyalahkan konsumen, pelanggan mengeluh akan produk dan jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan hal-hal tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa *Lean* merupakan suatu proses yang dapat meningkatkan nilai dalam sebuah kegiatan sehingga dengan penerapan konsep *Lean* dapat menghilangkan *waste*, *variability*, meningkatkan *flexibility*, mengurangi *lead time* (waktu tunggu) dan dapat meningkatkan produktifitas dan kualitas yang pada akhirnya akan membuat pelanggan puas sehingga meningkatkan keuntungan pada perusahaan.

## 2.2 *Lean Sigma*

Perkembangan dunia usaha menjadikan persaingan usaha menjadi kompetitif, sehingga perusahaan berlomba-lomba untuk memperbaiki seluruh lini proses bisnis, dan *Lean Sigma* merupakan pendekatan terstruktur yang dapat digunakan untuk mencapai level terendah variasi, *Lean Sigma* merupakan metode penyelesaian masalah yang terorganisir dan sistematis untuk strategi perbaikan sistem dan pengembangan produk dan layanan baru yang mengandalkan metode statistik dan metode ilmiah untuk membuat pengurangan dramatis pada tingkat cacat pelanggan cacat dan / atau perbaikan dalam variabel output utama (Allen, 2019), sedangkan pendapat lain disampaikan oleh Gleeson et al. (2019) *Lean Sigma* merupakan hasil pengembangan di Motorola yang merupakan metode untuk meningkatkan produktivitas melalui pengurangan variasi sedangkan *Lean* meningkatkan produktivitas desain proses dan penghapusan kegiatan yang tidak memiliki nilai

tambah, dan menurut Wang & Chen (2020) *Lean Sigma* adalah metode penyelesaian masalah dengan tahapan pengukuran, analisa, perbaikan dan kontrol untuk meningkatkan kualitas suatu produk.

Adapun secara etimologi *Lean Sigma* tersusun dari 2 kata yaitu : Six yang berarti enam dan Sigma yang merupakan simbol dari standard deviasi atau dapat pula diartikan sebagai ukuran satuan statistik yang menggambarkan kemampuan suatu proses dan ukuran nilai sigma dinyatakan dalam DPU ( *Defect Per Unit* ) atau PPM ( *Part Per Million*). Dapat dikatakan bahwa proses dengan nilai sigma yang lebih tinggi (pada suatu proses) akan mempunyai defect yang lebih sedikit (baik jumlah defect maupun jenis defect). Semakin bertambah nilai sigma maka semakin berkurang *Quality Cost* dan *Cycle*, konsep *Lean Sigma* adalah pengurangan variasi sehingga dengan menepkan konsep *Lean Sigma* untuk sebuah perusahaan memiliki manfaat antara lain, dapat membuat perusahaan mencapai kesuksesan yang berkelanjutan karena dengan *Lean Sigma* dapat menciptakan keahlian dan budaya untuk terus menerus berkembang, memperkuat nilai kepada pelanggan, mempercepat tingkat perbaikan, menjadi sebuah organisasi menjadi perusahaan pembelajar dan melakukan perubahan secara menyeluruh diseluruh lini organisasi (Pande et al., 2007)

Variasi dalam sebuah proses sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam sebuah proses produksi atau kegiatan, perusahaan yang handal adalah perusahaan yang bisa mengurangi variasi proses tersebut melalui langkah-langkah strategis mengenalkan konsep *Lean Sigma*, konsep yang sudah teruji sejak tahun 1980 an ini dan sudah dipergunakan di beberapa perusahaan seperti Motorola, GE dan banyak perusahaan lainnya ini, merupakan metode yang efektif dalam mengurangi variasi dalam proses atau sebuah kegiatan.

### 2.3 *Lean dan Lean Sigma*

*Lean* dan *Lean Sigma* telah diimplementasikan sejak pertengahan tahun 2000 di lingkungan manufaktur. Metode-metode ini telah memberikan peningkatan signifikan dalam kualitas, kecepatan dan pengurangan biaya, namun seiring otomatisasi industri yang terus berkembang, kemampuan pekerja atau kelompok individu untuk mendorong perubahan dimoderasi oleh kebutuhan untuk melibatkan pemangku kepentingan lain dari sistem yang saling berhubungan. Intervensi sistem juga mengubah pekerjaan yang mendasarinya yang membutuhkan evaluasi ulang yang konstan terhadap efektivitas perubahan. Gleeson et al. (2019) *Lean* dan *Lean Sigma* merupakan perbaikan proses bisnis. Tujuan akhir dari perbaikan proses yang lebih baik adalah sama untuk metodologi, namun fokus pada elemen proses yang berbeda dan oleh karena itu saling melengkapi. *Lean Sigma* digambarkan sebagai metodologi sistematis dengan konsep DMAIC untuk menemukan elemen penting untuk kinerja suatu proses dan menetapkannya ke tingkat yang terbaik, sementara *Lean* digambarkan sebagai metodologi sistematis untuk menghilangkan limbah/pemborosan dan mengurangi kompleksitas suatu proses.

Allen (2019) mendefinisikan *Lean Lean Sigma* merupakan suatu metodologi yang dalam bisnis dengan menggunakan *tools* untuk meningkatkan kapabilitas proses bisnis, penurunan variasi proses telah mengakibatkan reduksi kesalahan dan peningkatan dramatik dalam keuntungan adapun manfaat dari penerapan *Lean Lean Sigma* adalah sebagai berikut: meningkatkan *level service*, meningkatkan keuntungan perusahaan, menurunkan biaya produksi, dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan konsumen. meletakkan alur kegiatan agar dapat mengidentifikasi aktivitas mana yang menciptakan nilai bagi pelanggan, dan mana yang harus dihilangkan. Produk harus mengalir melalui proses pada kecepatan yang sama seperti yang diminta pelanggan, yang menentukan kecepatan sistem manufaktur atau kecepatan proses internal. Dengan cara ini, kebutuhan pelanggan menciptakan ketertarikan dalam organisasi.

Persaingan yang sangat ketat mengakibatkan perusahaan harus jeli dalam menerapkan strateginya salah satu konsep yang wajib diterapkan dalam perusahaan adalah konsep *Lean Lean Sigma* merupakan konsep yang sistematis yang dapat meningkatkan keuntungan perusahaan, menekan biaya produksi dan pada akhirnya dapat menjadikan konsumen menjadi puas.

#### 2.4 *Lean Consumption Map* (LCM)

Womack (2005) menyatakan bahwa konsep dari *Lean Consumption Map* (LCM) adalah alat bantu yang sangat cocok untuk industri pelayanan. LCM didasarkan pada lima prinsip sederhana yang sangat erat kaitannya dengan yang telah dikenal secara luas yaitu konsep Lean Manufacturing. Prinsip yang pertama adalah menyelesaikan masalah pelanggan sepenuhnya dengan memastikan bahwa semua barang dan jasa bekerja di lingkungan pelanggan. Jika hal ini tidak dilakukan maka pelanggan tidak akan kembali lagi atau kehilangan pelanggan. Prinsip yang kedua adalah jangan membuang waktu pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan menghilangkan waktu antrian dan waktu tunggu yang jelas-jelas tidak diharapkan oleh pelanggan. Prinsip yang ketiga adalah menyediakan barang atau jasa dengan tepat sesuai keinginan pelanggan. Ketersediaan produk atau jasa sesuai yang diharapkan oleh pelanggan harus tersedia. Memastikan pengisian ulang produk yang sudah terpakai pelanggan dengan segera menjadi kunci keberhasilannya. *Demand and supply fluctuation* (fluktuasi permintaan dan pasokan) barang dan jasa perlu kendalikan untuk menjamin ketersediaan produk dan jasa. Prinsip yang keempat menyediakan jumlah yang diinginkan dengan tepat sesuai dengan produk atau jasa tersebut diinginkan. Perencanaan jumlah produk atau jasa yang tersedia menjadi penting. Tidak adanya variasi jumlah persediaan harus terus menerus dimonitor. Keakuratan jumlah produk atau jasa di sistem dan fisik menjadi sesuatu yang tidak bisa ditawar-tawar. Prinsip yang kelima adalah menyediakan produk atau jasa yang diinginkan di waktu dan lokasi yang diinginkan oleh pelanggan. Pemahaman terhadap perencanaan waktu dan lokasi perlu dipahami oleh kedua pihak. Terus melakukan komunikasi yang efektif untuk menjadikan pelanggan menjadi partner (pasangan) dalam perencanaan pelayanan. Prinsip yang keenam adalah terus menerus menemukan solusi untuk

mengurangi waktu tunggu pelanggan dan kesulitan pelanggan. Kesadaran bahwa demand (permintaan) pelanggan dari waktu ke waktu akan terus-menerus mengalami peningkatan, hal ini menuntut adanya perbaikan yang secara terus-menerus pula untuk dilaksanakan demi memenangkan kebutuhan pelanggan.

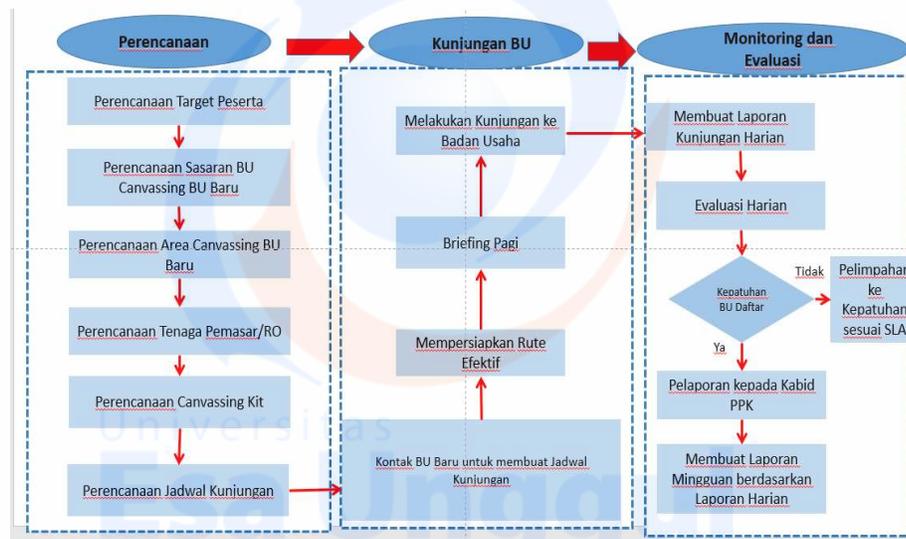
## 2.5 Segmen Kepesertaan

Sesuai dengan Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2018 tentang Jaminan Kesehatan Nasional, segmen kepesertaan Program JKN terdiri atas Segmen Penerima Bantuan Iuran Jaminan Kesehatan (PBI JK) merupakan penduduk dengan status orang tidak mampu (fakir dan miskin) sesuai dengan pendataan yang dilakukan oleh kementerian yang mengurus tentang kesejahteraan yang didaftarkan oleh pemerintah sebagai Peserta program Jaminan Kesehatan Nasional. Bukan PBI Jaminan Kesehatan Adalah peserta yang dengan kesadarannya sendiri membayar iuran baik secara mandiri ataupun melalui pemberi kerja, adapun segmen peserta Bukan PBI adalah Pekerja Penerima Upah (PPU) dan anggota keluarganya adalah setiap orang yang bekerja pada Pemberi Kerja dengan menerima Gaji atau Upah dan diikat dalam perjanjian kerja dan bekerja pada institusi formal, Pekerja Bukan Penerima Upah (PBPU) adalah segmen peserta dimana peserta tersebut tidak bekerja pada institusi formal pada suatu instansi namun bekerja atau berusaha atas risiko sendiri .

## 2.6 *Canvassing*

*Canvassing* merupakan aktivitas terencana yang dilakukan secara *door to door* untuk memberikan advokasi dan registrasi kepada Badan Usaha tentang kewajiban Pemberi Kerja mendaftarkan seluruh karyawan dan anggota keluarganya menjadi peserta JKN-KIS melalui kegiatan penyisiran badan usaha berdasarkan wilayah/area terkecil (kecamatan, kelurahan/desa, jalan) untuk mendapatkan data potensi peserta dan ditindaklanjuti dengan kegiatan perluasan kepesertaan yang terintegrasi dengan kegiatan kepatuhan, dalam proses *Canvassing* secara garis besar terbagi menjadi 3 bagian yaitu: perencanaan, kunjungan Badan Usaha (BU) dan monitoring serta evaluasi

Perencanaan merupakan proses/aktivitas dalam hal perencanaan target peserta, BU sasaran, area *Canvassing* serta petugas dan sarana pendukung dalam *Canvassing*, sedangkan kunjungan BU merupakan kegiatan melakukan advokasi dan registrasi dengan cara kunjungan langsung ke badan usaha dan proses monitoring serta evaluasi merupakan kegiatan guna mengukur ekeftivitas aktivitas kegiatan dan dalam hal badan usaha tidak bersedia untuk melakukan registrasi petugas harus melakukan kunjungan dua kali dan selanjutnya dilimpahkan ke bidang kepatuhan untuk dilakukan penindakan kepatuhan sesuai regulasi yang berlaku, adapun bersama ini disampaikan proses *Canvassing* yang ada di BPJS Kesehatan.



Gambar 1 Proses Canvassing

## 2.6 Preposisi Penelitian

Proposisi penelitian ini disusun sesuai dengan uraian jurnal-jurnal yang relevan dengan *Lean Lean Sigma* untuk Pemerintahan atau Sektor Publik. Jurnal pertama disampaikan oleh Arfmann & Barbe (2014) yang menyimpulkan bahwa *Lean* dapat diterapkan dengan baik pada sistem Toyota Production System (TPS) atau dibidang manufaktur namun belum bisa seluruhnya dapat menjawab tantangan di dunia jasa/pelayanan publik, namun pada tahun 2018 penelitian yang dilakukan oleh Sunaryanto & Syah (2018) dan disampaikan oleh Artadi & Syah (2018) yang menyatakan bahwa *Lean Six Sigma* memberikan dampak yang signifikan kepada lingkungan pemerintahan dan lingkungan swasta dengan metode LCM dan DMAIC, selain itu menurut Antony et al . (2017) bagaimana konsep *Lean Six Sigma* dapat memberikan pelayanan dengan cepat meningkatkan efisiensi waktu dan dapat menurunkan biaya operasional sehingga penelitian ini dapat juga di teliti pada sektor publik lainnya. Proposisi penelitian merupakan suatu hubungan yang logis antara dua konsep atau lebih yang dirangkum dalam bentuk kalimat pernyataan. Dari uraian jurnal sebelumnya, maka proposisi dalam penelitian ini adalah metode *Lean Lean Sigma* dapat diterapkan di bidang pelayanan publik dengan melakukan studi kasus penerapan *Lean Lean Sigma* untuk memperbaiki proses pendaftaran badan usaha menjadi peserta Jaminan Kesehatan Nasional di Daerah Kota Administrasi Jakarta Selatan. Proposisi yang kedua bahwa LCM dan DMAIC merupakan metode yang tepat dan terstruktur untuk kemudian digunakan di penerapan konsep *Lean Service*.

## 3. METODE PENELITIAN

### 3.1 Kerangka Penelitian

Penelitian tesis ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan data yang diperoleh berdasarkan pengamatan atau observasi, hasil wawancara, hasil pemotretan di lapangan, analisa dokumen dan catatan atau laporan dengan jenis penelitian kualitatif bersifat induktif, adapun