

Perancangan human resources metrics berdasarkan return on investment penjual asuransi sebagai penilaian kinerja human capital = Human resources metrics design based on return on investment of insurance sales as the human capital performance valuation

Angela Pinkan Pustika Rini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20429346&lokasi=lokal>

Abstrak

Pertumbuhan jumlah perusahaan asuransi di Indonesia selama kurun waktu 5 tahun terakhir mengalami peningkatan terus menerus. Hal ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung kompetisi di dalam industri ini semakin meningkat. Selain itu, sumber daya pekerja dianggap semakin penting dari tahun ke tahun bagi perusahaan dan merupakan aset. Selama ini, perusahaan sudah melakukan investasi bagi para pekerjanya. Namun, masih terdapat black box gap mengenai apakah investasi terhadap pekerja yang dilakukan perusahaan sudah memberikan nilai timbal balik. Penelitian ini berfokus pada perhitungan tingkat pengembalian dari investasi pekerja sales dan perancangan Human Resources Metrics sebagai pengukuran kinerja human capital.

Penelitian ini dilakukan dengan perhitungan Human Capital Return on Investment bagi pekerja penjualan asuransi menggunakan faktor pemasukan dari pekerja, serta biaya (investasi) yang dilakukan oleh perusahaan bagi pekerja. Metode selanjutnya adalah perancangan Human Resources Metrics yang memiliki faktor-faktor sesuai bagi perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan Human Capital Return on Investment pekerja penjualan yang positif. Hal ini berarti investasi pada pekerja sudah menghasilkan pengembalian (profit) bagi perusahaan serta didapatkan Human Resources Metrics yang memiliki 16 faktor yang sesuai bagi perusahaan.

<hr>

Growth of Indonesia insurance company in the last 5 years has increasing continuously. This shows the increasing of competition in this industry. In addition, workers have been considered as an asset and important for the company from time to time. Company has invested on its worker. However, there's still a black box gap which means whether an investment of workers has already given the return of value to the company. This research focuses on the calculation of the human capital return on investment of sales and the design of Human Resources Metrics as the human capital performace valuation.

This research will be conducted with calculation of Human Capital Return on Investment (HC ROI) of sales using the revenue that is generated by the workers and the cost (investment) from the company to the workers. The next method is designing the Human Resources Metrics that the factors are suitable for the company.

The results showed the Human Capital Return on Investment of sales are positive which means that the investment of workers has already given the return value (profit) to the company and Human Resources Metrics that have 16 factors which is suitable for the company.