

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penyelenggaraan sistem jaminan sosial di Indonesia memasuki era baru. Era ini dimulai dari diberlakukannya Undang-Undang No.40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional (SJSN) dan Undang-Undang No.24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS). Berdirinya Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan per 1 Januari 2014 sebagai bentuk transformasi dari PT.Jamsostek (Persero) menjadi salah upaya pemerintah dalam mewujudkan jaminan sosial tersebut.

BPJS Ketenagakerjaan merupakan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial di Indonesia yang bergerak untuk melindungi tenaga kerja di seluruh Indonesia. BPJS Ketenagakerjaan memiliki 123 Kantor Cabang dan 202 Kantor Cabang Perintis di Seluruh Indonesia. Program yang diselenggarakan oleh BPJS Ketenagakerjaan merupakan program Jaminan Sosial untuk tenaga kerja diantaranya Jaminan Kematian, Jaminan Kecelakaan Kerja, Jaminan Hari Tua, dan Jaminan Pensiun. Transformasi dari PT. Jamsostek (Persero) menjadi BPJS Ketenagakerjaan tidak hanya sekadar ganti nama namun juga merubah institusi ini secara menyeluruh..

Salah satu perubahan mendasar dari transformasi PT. Jamsostek (Persero)

menjadi BJPS Ketenagakerjaan itu terletak pada aspek perluasan cakupan kepesertaan dan orientasi pelayanannya. Cakupan peserta BPJS Ketenagakerjaan meliputi semua pekerja di sektor formal maupun informal.

Pekerja formal dalam hal ini merupakan pekerja sektor penerima upah dimana mereka menerima gaji setiap bulan dari pemberi kerja. Seperti pegawai bank, buruh pabrik, pekerja sektor konstruksi yang dibayar setiap hari dan pekerja lainnya. Pekerja formal merupakan segmentasi utama dari BPJS Ketenagakerjaan dimana segmentasi ini merupakan peserta terbanyak yang dihasilkan dalam kurun waktu ketika beroperasi menjadi PT. Jamsostek (Persero). Pekerja informal dalam hal ini merupakan pekerja sektor bukan penerima upah atau pekerja mandiri dimana ia bekerja untuk dirinya sendiri tanpa ada hubungan kerja dengan pemberi kerja. Pengertian lainnya, pekerja bukan penerima upah adalah pekerja yang melakukan kegiatan atau usaha ekonomi secara mandiri untuk memperoleh penghasilan dari kegiatan atau usahanya tersebut yang meliputi pemberi kerja, pekerja di luar hubungan kerja atau pekerja mandiri dan pekerja yang tidak termasuk pekerja di luar hubungan kerja yang bukan penerima upah. contohnya seperti tukang ojek, supir angkot, pedagang keliling, dokter, advokat, artis, dan lain-lain.

Pemerintah telah menuangkan dalam PP No 10 tahun 2015 tentang Peta Jalan Penyelenggaraan Jaminan Sosial bidang Ketenagakerjaan 2013-2019. Peta Jalan ini merupakan proyeksi target akuisisi peserta jaminan sosial ketenagakerjaan di Indonesia.

Tabel 1.1 : Target Peta jalan Penyelenggaraan Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan 2013-2019 Skenario Konservatif (juta)

Tahun	Proyeksi Pekerja di Sektor Formal	Target Kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan di Sektor Formal	Target Kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan di Sektor Informal
2014	48,21	23,69	-
2015	50,93	29,85	1,3
2016	53,72	36,20	1,9
2017	56,58	42,73	2,5
2018	59,50	49,46	3,0
2019	62,47	56,43	3,5

Sumber: Jurnal Institut BPJS Ketenagakerjaan Volume 2. No.1

Dalam pencapaian target yang dibebankan kepada BPJS Ketenagakerjaan Untuk mencapai target kepesertaan yang besar ini tentunya dibutuhkan strategi yang baik untuk mencapainya. Strategi ASQ salah satunya dipakai untuk mencapai target kepesertaan setiap tahunnya. ASQ merupakan kepanjangan dari *Acquisition, Sustainability, dan Quality*. Strategi pertama adalah *Acquisition* dimana seluruh badan usaha maupun pekerja dijangkau untuk menjadi peserta. Strategi ini dapat dicapai melalui kerjasama dengan pemerintah seperti menjadi syarat dalam pembuatan dokumen diantaranya NIB, SIUP, TDP, KITAS, prasyarat lelang dan lainnya. *Sustainability*, yaitu setelah menjadi peserta, badan usaha maupun pekerja terus menerus membayar iuran secara tepat waktu. *Quality* yaitu seluruh data peserta dikelola dengan baik dan berkualitas, ketepatan data dan kemitakhiran data merupakan kunci dari ini.

Demi target yang dibebankan ke BPJS Ketenagakerjaan, strategi-strategi terus dilakukan, ada beberapa yang sudah dapat tercapai namun beberapa belum. Mari kita lihat pencapaian BPJS Ketenagakerjaan dalam target yang diberikan.

Tabel 1.2 : Target dan Persentasi Realisasi 2013-2015 Menurut Pekerja Penerima Upah dan Bukan Penerima Upah

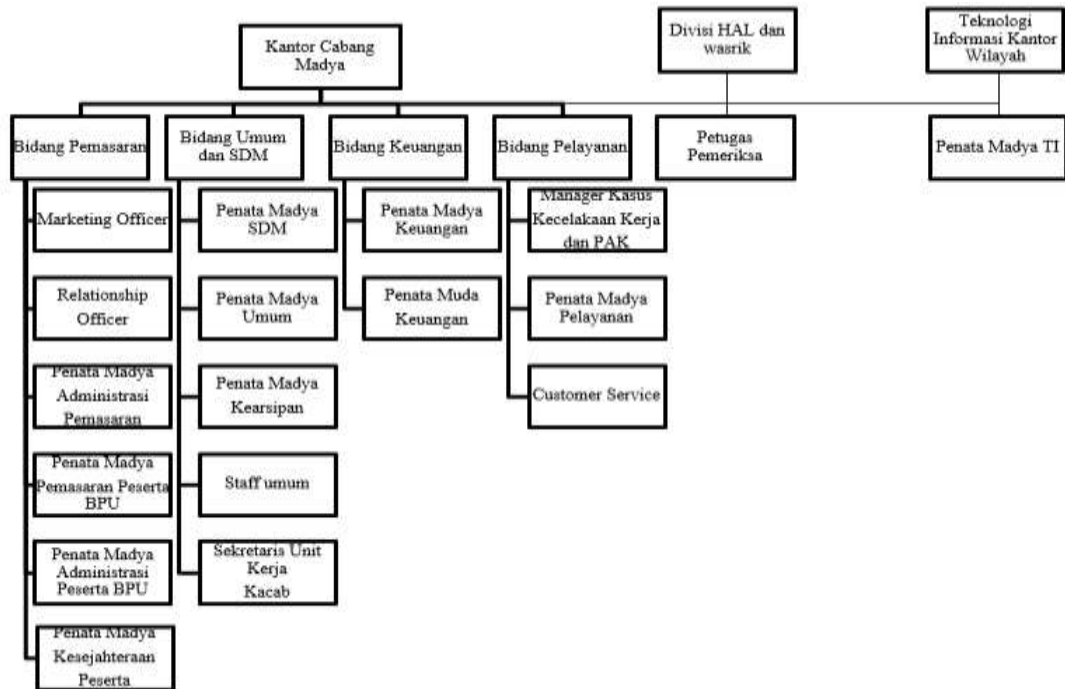
Tahun	Target 2013	Realisasi 2013	Target 2014	Realisasi 2014	Target 2015	Realisasi 2015
Pekerja Penerima Upah	10.971.423	6.294.931 (57.38%)	13.109.802	13.115.059 (99.26%)	14.595.183	14.066.630 (96.38%)
Pekerja Bukan Penerima Upah	320.000	421.006 (131.56%)	900.000	588.233 (76.72%)	2.232.087	299.963 (13.44%)

Sumber: Jurnal Institut BPJS Ketenagakerjaan Volume 2. No.1

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dalam tiga tahun perjalanan transformasi, untuk pekerja bukan penerima upah masih belum dapat memenuhi target dari yang diharapkan, oleh karena itu dari Dewan Pengawas BPJS Ketenagakerjaan tidak tinggal diam, ada beberapa rekomendasi riset yang mereka lakukan salah satunya adalah metode *marketing mix* dalam perluasan kepesertaan.

Metode ini menggabungkan tujuh elemen, yaitu produk, harga, tempat atau saluran distribusi, promosi, *People* (orang), *Physical Evidence* (bukti fisik), serta proses. (Jurnal Institut BPJS Ketenagakerjaan Volume 2. No.1), dari tujuh elemen yang disebutkan diatas, salah satu yang menjadi prioritas utama adalah elemen *People*. Karyawan merupakan aset utama dalam industri jasa, seperti BPJS Ketenagakerjaan. Salah satu asset karyawan yang menjadi ujung tombak adalah bidang kepesertaan atau dahulu disebut bidang pemasaran. Perubahan dalam elemen *people* salah satunya adalah restrukturisasi organisasi dari bidang pemasaran menjadi bidang Kepesertaan. Restrukturisasi ini tidak hanya sekedar merubah nama namun juga mengubah beberapa *job title* dan *job description* di

dalamnya. Berikut merupakan struktur organisasi dari salah satu Kantor Cabang sebelum adanya resrtukturisasi organisasi bagian kepesertaan



Gambar 1.1 Struktur organisasi sebelum 1 Januari 2019

Dari struktur diatas terlihat bahwa bidang kepesertaan dahulu bernama bidang pemasaran terdiri atas *Marketing Officer*, *Relationship Officer*, Penata Madya Administrasi Pemasaran, Penata Madya Pemasaran Bukan Penerima Upah, Penata Madya Administrasi Pemasaran Bukan Penerima upah dan seorang Kepala Bidang Pemasaran. Adapun ringkasan pekerjaan masing-masing *job title* dapat diketahui melalui tabel dibawah ini.

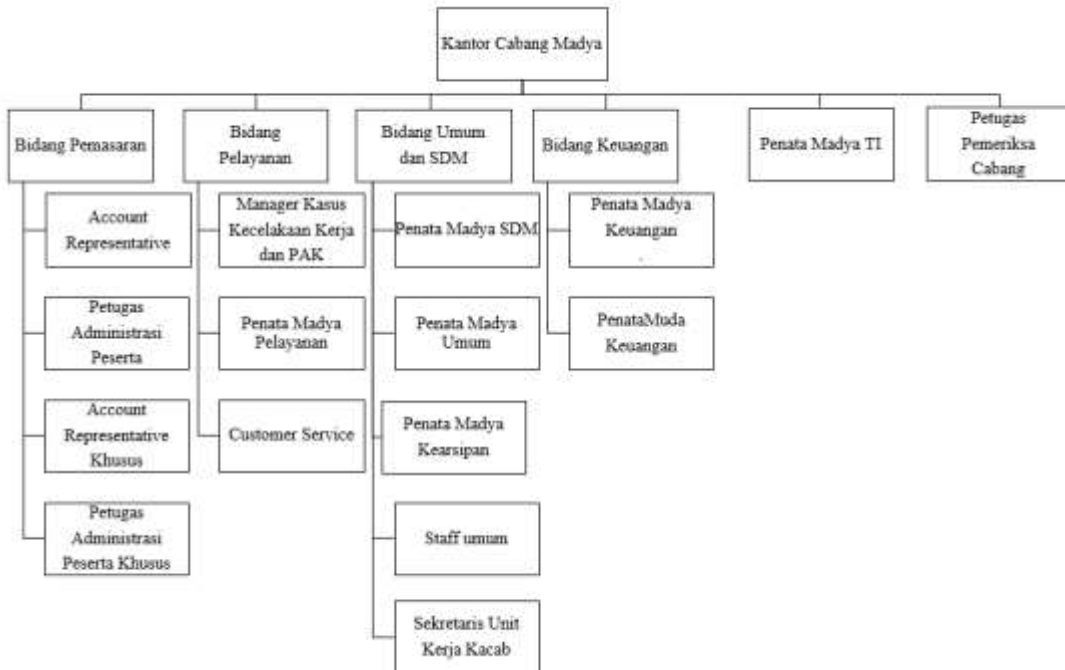
Tabel 1.3 Ringkasan pekerjaan bagian pemasaran sebelum restukturisasi organisasi

<i>Job Title</i>	Ringkasan Pekerjaan
Marketing Officer	Mengumpulkan data potensi dan melaksanakan kegiatan pemasaran untuk mengakuisisi kepesertaan baru atau mendapatkan kembali peserta yang telah keluar dari kepesertaan (untuk masuk kembali menjadi peserta), guna memastikan tercapainya target kepesertaan dan iuran yang telah dibebankan.
Relationship Officer	Mengumpulkan data peserta, melaksanakan kegiatan pembinaan kepada peserta (sebagai bagian dari program <i>Customer Relationship Management/CRM</i>), memberikan pelayanan dan menangani keluhan peserta dengan cepat dan tepat, guna tercapainya tertib administrasi, terjalinnya hubungan baik dengan peserta, dan meningkatkan kepesertaan dan iuran yang telah ditetapkan.
Penata Madya Pemasaran Bukan Penerima Upah	Melaksanakan kegiatan pemasaran (untuk mengembangkan kepesertaan) dan pembinaan kepada peserta bukan penerima upah dan jasa konstruksi, memberikan pelayanan dan menangani keluhan peserta dengan cepat dan tepat, guna memastikan tercapainya target kepesertaan dan iuran informal yang telah dibebankan dan untuk menjaga kepuasan peserta.
Penata Madya Administrasi Pemasaran	Menghimpun dan mengelola data yang terkait dengan kegiatan pemasaran serta administrasi kepesertaan, melakukan pelayanan dokumen administrasi dan penghitungan besar iuran serta denda (jika ada), guna menyediakan data yang akurat dan dokumen yang lengkap untuk mendukung kelancaran kegiatan pemasaran.
Penata Madya Administrasi Pemasaran Bukan Penerima Upah	Menghimpun data yang terkait dengan kegiatan pemasaran dan administrasi kepesertaan bukan penerima upah dan jasa konstruksi, menyiapkan sarana prasarana penunjang kegiatan pemasaran serta melakukan pelayanan dokumen administrasi dan penghitungan besar iuran serta denda (jika ada), guna menyediakan data yang akurat dan dokumen yang lengkap untuk mendukung kelancaran kegiatan pemasaran peserta bukan penerima upah.
Penata Madya Kesejahteraan Pekerja	Menyebarkan informasi mengenai program Kesejahteraan Peserta, menghimpun dan mengkonsolidasikan data, serta mengelola administrasi program dan informasi yang terkait dengan program KP, guna menunjang kelancaran program KP Kantor Cabang Pratama.
Kepala Bidang Pemasaran	Merencanakan program pemasaran formal, informal dan khusus (untuk pengembangan kepesertaan) dan pengelolaan kepesertaan melalui program <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> di cabang yang selaras dengan strategi pemasaran wilayah, memantau dan membina kinerja <i>Marketing Officer (MO)</i> dan <i>Relationship Officer (RO)</i> serta mengendalikan pelayanan administrasi kepesertaan, guna memastikan target kepesertaan dan iuran di cabang tercapai dengan efektif dan efisien.

Sumber: PERDIR/22/092019 tentang Nama Jabatan, Uraian Jabatan dan Persyaratan Jabatan BPJS Ketenagakerjaan

Dari struktur organisasi sebelum restrukturisasi terlihat bahwa terdapat perbedaan tugas yang mencolok dari masing-masing jabatan, seperti untuk mencari kepesertaan baru dibebankan kepada *Marketing Officer* dan untuk membina kepesertaan yang lama dibebankan kepada *Relationship Officer*. Tidak hanya itu untuk segmentasi yang berbeda pun dibebankan kepada petugas yang berbeda, seperti segmentasi bukan penerima upah dan jasa konstruksi dibebankan kepada Penata Madya Bukan Penerima Upah.

Setelah 1 Januari 2019 terdapat restrukturisasi organisasi di bidang pemasaran yang sekarang bernama bidang Kepesertaan. Berikut merupakan struktur organisasi salah satu Kantor Cabang Madya setelah restrukturisasi.



Gambar 1.2 Struktur organisasi setelah 1 Januari 2019

Dari struktur diatas terlihat dimana bidang kepesertaan terdiri dari *Account Representative*, *Account Representative Khusus*, Petugas Administrasi Peserta, dan Petugas Pemasaran Administrasi Khusus serta seorang kepala Bidang Kepesertaan. Perubahan diatas terlihat beberapa *job title* yang berubah seperti terlihat dalam table berikut ini:

Tabel 1.4 Perubahan *job title* setelah restukturisasi organisasi

<i>Job Title Lama</i>	<i>Job Title Baru</i>
<i>Relationship Officer</i>	<i>Account Representative</i> , atau <i>Account Representative Khusus</i>
<i>Marketing Officer</i> Penata Madya Pemasaran Bukan Penerima Upah	<i>Account Representative Khusus</i>
Penata Madya Administrasi Pemasaran	Penata Madya Administrasi Pemasaran
Penata Madya Administrasi Pemasaran Bukan Penerima Upah Penata Madya Kesejahteraan Pekerja	Penata Madya Administrasi Pemasaran Khusus

Sumber: PERDIR/22/092019 tentang Nama Jabatan, Uraian Jabatan dan Persyaratan Jabatan BPJS Ketenagakerjaan

Dari struktur diatas terlihat bahwa *Job title* lama tidak hanya berganti nama namun juga diganti dengan *Job title* baru, seperti *Relationship Officer* tidak semua menjadi *Account Representative* namun ada juga yang menjadi *Account Representative Khusus*. Sebaran perubahan jumlah personil yang mengalami perubahan *job title* dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 1.5 Sebaran *job title* setelah restukturisasi organisasi

Job Title Sebelum	Jumlah	Job Title Sesudah			
		AR	ARK	PMAP	PMAPK
MO	295		295		
RO	559	288	271		
PMP-BPU	122		122		
PMAP	222	222		138	84
PMAP-BPU	78				78
PMKP	4				4
JUMLAH	1.280	510	688	138	162

Sumber: PERDIR/22/092019 tentang Nama Jabatan, Uraian Jabatan dan Persyaratan Jabatan BPJS Ketenagakerjaan

Dari sebaran tabel diatas terlihat bahwa *job title* yang mendapat banyak perubahan adalah *job title Account Representative Khusus* dimana merupakan gabungan dari beberapa *job title* sebelumnya yaitu *job title Relationship Officer, Marketing Officer*, dan Penata Madya Pemasaran Bukan Penerima Upah. *Job title Account Representative Khusus* didapati 688 orang dari total 1.280 atau sekitar 53.75% dari orang yang menerima perubahan *job title*. Ketiga *job title* ini bergabung dan menjadi satu *job title* baru yaitu *Account Representative Khusus*.

Untuk ringkasan pekerjaan dari masing-masing *Job Title* setelah ada restrukturisasi organisasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.6 Ringkasan pekerjaan bagian pemasaran setelah restrukturisasi organisasi

Job Title	Ringkasan Pekerjaan
Account Representative Khusus	Mengumpulkan data potensi dan melaksanakan kegiatan pemasaran untuk mengakuisisi kepesertaan baru atau mendapatkan kembali peserta yang telah keluar dari kepesertaan (untuk masuk kembali menjadi peserta), guna memastikan tercapainya target kepesertaan dan iuran yang telah dibebankan serta melaksanakan kegiatan pembinaan kepada peserta (sebagai bagian dari program <i>Customer Relationship Management/CRM</i>), memberikan pelayanan dan menangani keluhan peserta dengan cepat dan tepat, guna tercapainya tertib administrasi, terjalinnya hubungan baik dengan peserta, dan meningkatkan kepesertaan dan iuran yang telah ditetapkan.
Account Representative	Mengumpulkan data peserta, melaksanakan kegiatan pembinaan kepada peserta (sebagai bagian dari program <i>Customer Relationship Management/CRM</i>), memberikan pelayanan dan menangani keluhan peserta dengan cepat dan tepat, guna tercapainya tertib administrasi, terjalinnya hubungan baik dengan peserta, dan meningkatkan kepesertaan dan iuran yang telah ditetapkan.
Penata Madya Administrasi Pemasaran	Menghimpun dan mengelola data yang terkait dengan kegiatan pemasaran serta administrasi kepesertaan, melakukan pelayanan dokumen administrasi dan penghitungan besar iuran serta denda (jika ada), guna menyediakan data yang akurat dan dokumen yang lengkap untuk mendukung kelancaran kegiatan pemasaran.
Penata Madya Administrasi Pemasaran Khusus	Menghimpun data yang terkait dengan kegiatan pemasaran dan administrasi kepesertaan bukan penerima upah dan jasa konstruksi, menyiapkan sarana prasarana penunjang kegiatan pemasaran serta melakukan pelayanan dokumen administrasi dan penghitungan besar iuran serta denda (jika ada), guna menyediakan data yang akurat dan dokumen yang lengkap untuk mendukung kelancaran kegiatan pemasaran peserta bukan penerima upah.
Kepala Bidang Pemasaran	Merencanakan program pemasaran formal, informal dan khusus (untuk pengembangan kepesertaan) dan pengelolaan kepesertaan melalui program <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> di cabang yang selaras dengan strategi pemasaran wilayah, memantau dan membina kinerja <i>Marketing Officer (MO)</i> dan <i>Relationship Officer (RO)</i> serta mengendalikan pelayanan administrasi kepesertaan, guna memastikan target kepesertaan dan iuran di cabang tercapai dengan efektif dan efisien.

Sumber: PERDIR/22/092019 tentang Nama Jabatan, Uraian Jabatan dan Persyaratan Jabatan BPJS Ketenagakerjaan

Dari ringkasan pekerjaan hasil restrukturisasi organisasi dalam bidang Kepesertaan diatas terlihat bahwa salah satu *job title* yang menerima banyak perubahan adalah *job title Account Representative Khusus*. Demi melaksanakan strategi ASQ demi memenuhi *universal coverage* adalah *Account Representative*

dan *Account Representative Khusus*, disamping job title lainnya adalah sebagai pendukung dalam administrasi. *Job title Account Representative Khusus* perlu mendapatkan banyak perhatian dikarenakan untuk jabatan ini banyak personil bidang kepesertaan yang belum terbiasa dengan *job title* ini harus sesegera mungkin beradaptasi.

Dengan pembaharuan sistem ini terlihat bahwa ada 510 personil dalam rumpun kepesertaan akan berusaha untuk menjalani *job title* nya yang terbaru, Salah satunya adalah di Kantor Cabang Surabaya Rungkut, ada 4 orang dengan *job title Account Representative Khusus* yang dulu dari berbagai *job title* 1 orang dari Relationship Officer, 2 orang dari *Marketing Officer* dan 1 orang dari Penata Madya Pemasaran Bukan Penerima Upah.

Dari hasil restrukturisasi ini terlihat masih belum menggembirakan dalam pencapaian target. Melihat pencapaian target untuk tahun 2019 dari 36 juta tenaga kerja peserta aktif tercapai 34.1 juta tenaga kerja peserta aktif atau 94% pencapaian target. Hal ini jauh dari sasaran direksi yaitu pencapaian 120% dari target yang ditetapkan. Selain itu dari perubahan *job title* ini keluhan pun muncul dari peserta dan juga kepala bidang kepesertaan, dari peserta mereka mengeluhkan lambatnya respon untuk melayani, kurangnya kunjungan ke perusahaan binaan, dan untuk keluhan yang datang dari kepala bidang kepesertaan adalah target penambahan tenaga kerja dan iuran yang tidak tercapai.

Hal ini merupakan gambaran nasional terutama di kota-kota Industri seperti Jakarta, Surabaya, Bekasi, Karawang, dan kota-kota lain. Berdasarkan pengamatan peneliti salah satunya di Surabaya yaitu Kantor Cabang Surabaya Rungkut.

Terdapat empat orang di Kantor Cabang Surabaya Rungkut yang menduduki jabatan sebagai *Account Representative* Khusus terlihat dari mereka tidak terlalu menguasai jabatannya saat ini. Pegawai yang terdahulu menduduki jabatan *Marketing Officer* ada penyesuaian dalam membina peserta yang sudah lama dan penyesuaian untuk berinteraksi dengan peserta dari kalangan Bukan Penerima Upah. Pegawai yang sebelumnya menduduki posisi *Relationship Officer* mereka terlihat menyesuaikan untuk berjuang dalam mencari kepesertaan baru setelah sebelumnya mereka lebih banyak membina kepesertaan yang sudah ada. Tidak hanya itu mereka harus menyesuaikan ketika berinteraksi dengan peserta dari sektor Bukan Penerima Upah. Karyawan yang sebelumnya menduduki jabatan Penata Madya Pemasaran Bukan Penerima Upah terlihat penyesuaiannya adalah dalam mengelola iuran yang jauh lebih besar dari sebelumnya. Tidak hanya itu saat ini dibebankan untuk membina kepesertaan yang lintas segmentasi yaitu perusahaan dan korporasi. Sebanyak empat orang *Account Representative* Khusus ini adalah salah satu contoh bahwa mereka harus melakukan banyak penyesuaian untuk menyelesaikan tugasnya.

Dari perubahan *job title* ini keluhan pun muncul dari peserta dan juga kepala bidang kepesertaan, dari peserta mereka mengeluhkan lambatnya respon untuk melayani, kurangnya kunjungan ke perusahaan binaan, dan untuk keluhan yang datang dari kepala bidang kepesertaan adalah target penambahan tenaga kerja dan iuran yang tidak tercapai.

Untuk menjalani pekerjaan dengan *job title* yang baru, para *Account Representative* Khusus tentunya harus memiliki kompetensi yang baik. Kompetensi

merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan seseorang dalam menjalani tugas yang diberikan. Untuk saat ini BPJS Ketenagakerjaan hingga sekarang belum memiliki model kompetensi untuk jabatan *Account Representative* Khusus. Acuan yang dipakai saat ini hanyalah kompetensi *job title* sebelumnya yaitu *relationship officer*, *Marketing Officer* dan penata madya pemasaran bukan penerima upah.

Menurut Spencer and Spencer, (1993 : 9) Kompetensi adalah sebagai karakteristik yang mendasari seseorang dan berkaitan dengan efektifitas kinerja individu dalam pekerjaannya (*an underlying characteristic's of an individual which is Causally Related to criterion - referenced effective and or superior performance in a job or situation*). *Underlying Characteristics* mengandung makna kompetensi adalah bagian dari kepribadian yang mendalam dan melekat kepada seseorang serta perilaku yang dapat diprediksi pada berbagai keadaan dan tugas pekerjaan. *Causally Related* berarti kompetensi adalah sesuatu yang menyebabkan atau memprediksi perilaku dan kinerja. *Criterion Referenced* mengandung makna bahwa kompetensi sebenarnya memprediksi siapa yang berkinerja baik, diukur dari kriteria atau standar yang digunakan

Menjadi pertanyaan besar tentunya gambaran model kompetensi para *Account Representative* Khusus saat ini, kompetensi apa saja yang diharapkan muncul dan kompetensi apa yang harus dikembangkan kompetensi-kompetensi apa sajakah yang harus dimiliki mereka dan bagaimana cara pengembangannya merupakan hal yang harus diteliti lebih lanjut. Hal ini tentunya untuk menjadikan sumber daya manusia BPJS Ketenagakerjaan yang handal yang tentunya dapat

mendukung penerapan strategi ASQ demi tercapainya *universal coverage* untuk seluruh pekerja di Indonesia

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana model kompetensi *Account Representative* Khusus di BPJS Ketenagakerjaan saat ini?
2. Kompetensi apa sajakah yang menunjang untuk keberhasilan *Account Representative* Khusus di BPJS Ketenagakerjaan?
3. Bagaimana model kompetensi yang diharapkan dari *Account Representative* Khusus di BPJS Ketenagakerjaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui gambaran model kompetensi *Account Representative* Khusus di BPJS Ketenagakerjaan saat ini
2. Mengetahui kompetensi apa saja yang menunjang keberhasilan *Account Representative* Khusus dalam melaksanakan tugasnya
3. Mengetahui gambaran model kompetensi yang diharapkan dari *Account Representative* Khusus di masa yang akan datang.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat baik dari segi akademis maupun segi praktis, yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan kemampuan dalam bidang pengembangan sumber daya manusia serta dapat dijadikan rujukan untuk penelitian selanjutnya

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan saran dan masukan bagi BPJS Ketenagakerjaan dalam hal membuat kebijakan terkait kompetensi karyawannya khususnya terkait *training* dan pengembangan untuk jabatan *Account Reresentative Khusus*