

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kebutuhan akan barang konsumsi berperan penting pada suatu negara karena memproduksi barang yang digunakan oleh masyarakat. Salah satu industri yang berperan akan kebutuhan konsumen adalah industri *consumer goods*. Industri *consumer goods* merupakan perusahaan yang memproduksi dan mendistribusikan produk-produk yang digunakan untuk kebutuhan sehari-hari masyarakat seperti produk perawatan pribadi, perlengkapan rumah tangga, serta makanan dan minuman dimana para konsumen biasanya membeli produk ini sebagai kebutuhan hariannya setidaknya setiap sekali dalam sebulan (Putlia & Alphin, 2021). Pertumbuhan industri ini selalu berkembang mengingat sector konsumsi ini dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat. Pertumbuhan industri makanan dan minuman atau *consumer goods* pada triwulan III-2022 mencapai 3,57%, lebih tinggi dari periode yang sama tahun 2021 yang tercatat 3,49% (<https://kemenperin.go.id>).

Banyaknya industri *consumer goods* di Indonesia, membuat persaingan antara perusahaan. Nilai yang diberikan setiap perusahaan tersebut tentu berbeda, seperti kualitas dari produknya dan merk (*brand*) pada produk. Hal tersebut membuat beragamnya pilihan masyarakat

terhadap perusahaan mana yang akan di pilih untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya.

No	Saham	Market Capitalization
1	Unilever (UNVR)	159,47 T
2	Indofood CBP (ICBP)	113,70 T
3	Charoen Pokphand Indonesia (CPIN)	89,37 T
4	Mayora Indah (MYOR)	60,82 T
5	Indofood (INDF)	55,10 T

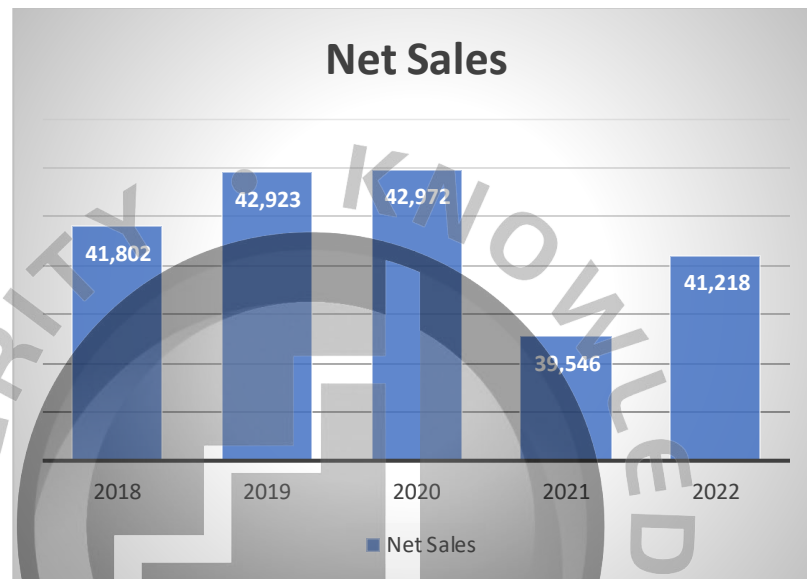
Tabel 1. 1 Top Market Cap Consumer Goods Sector

(Sumber: idx.co.id Data Pasar Maret 2023)

Berdasarkan tabel 1, peringkat *market capitalization* atau nilai pasar pada industri *consumer goods* dengan nilai pasar tertinggi yaitu pada perusahaan Unilever (UNVR), kemudian disusul dengan Indofood CBP (ICBP), dan seterusnya.

Unilever merupakan perusahaan multinasional sebagai produsen barang rumah tangga terbesar ketiga di dunia. Unilever beroperasi lebih dari 190 negara. Produk-produk Unilever tentu sudah sangat terkenal di kalangan masyarakat, karena di setiap kegiatan sehari-hari memakai brand tersebut. Beragam merk untuk berbagai kebutuhan seperti makanan, pembersih, perawatan rumah tangga, perawatan tubuh, kesehatan, dan kecantikan menjadikan minat beli konsumen terhadap produk Unilever tinggi.

Salah satu faktor pemicu nilai pasar atau *market capitalization* Unilever yang tinggi dibandingkan ke empat pesaing industri sejenis, karena tingkat penjualan bersih yang juga tinggi.



Gambar 1. 1 Penjualan Bersih (Net Sales)

(Sumber: idx.co.id Laporan Keuangan UNVR)

Berdasarkan gambar 1 bahwa sejak 2018-2020 kinerja penjualan terus mengalami peningkatan. Kemudian pada tahun 2021 mengalami penurunan yang cukup drastis, salah satu penyebabnya adalah karena pandemi *covid-19*. Kondisi tersebut mengakibatkan daya beli konsumen yang menurun serta kenaikan lonjakan harga bahan baku yang mempengaruhi kinerja penjualan Unilever. Selama pandemi, Unilever menyiapkan strategi untuk kembali tumbuh mendorong kinerja penjualannya. Pada tahun 2022 Unilever mulai bangkit kembali menyusul

penjualan tahun-tahun sebelumnya, mengingat pandemi sudah mulai mereda.

Kinerja penjualan tersebut harus dipertahankan agar bisnis Unilever terus berjalan dan berkembang. Hal tersebut tidak terlepas dari strategi yang dilakukan oleh perusahaan. Salah satunya adalah peran karyawan sebagai Sumber Daya Manusia (SDM) yang berupaya untuk meningkatkan penjualan produk Unilever. SDM yang unggul dibutuhkan untuk melaksanakan kegiatan operasional dalam perusahaan agar dapat berjalan dengan baik. Perusahaan harus mampu untuk menyediakan tenaga kerja yang berkualitas guna mengoptimalkan pencapaian tujuan perusahaan. Unilever sebagai perusahaan besar yang sudah maju dan dikenal masyarakat luas, tentu juga diminati oleh para pencari kerja. Diperlukan strategi untuk menangani kebutuhan tenaga kerja yang berkualitas, salah satunya yaitu bekerja sama dengan mitra perusahaan penyedia tenaga kerja (*outsourcing*) yang dapat menyediakan tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

PT Sanjayatama Lestari merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyedia tenaga kerja (*outsourcing*) untuk produk Unilever. PT Sanjayatama Lestari didirikan dengan tujuan menjadi mitra bisnis sebagai penyedia SDM yang profesional untuk mempromosikan produk-produk Unilever. Hal tersebut diharapkan untuk dapat meningkatkan volume penjualan produk Unilever sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan perusahaan dan agar dikenal masyarakat lebih luas.

Hasil kinerja penjualan yang baik juga didukung karena Unilever melakukan strategi yaitu bekerjasama dengan perusahaan layanan transportasi yaitu Gojek dengan membuat usaha patungan yaitu meluncurkan platform GoToko. GoToko merupakan platform yang menyediakan layanan untuk memudahkan pemilik warung dan toko kelontong untuk membeli barang kebutuhan warung secara *online*. Dengan adanya GoToko, dapat memberikan solusi bagi pemilik warung untuk mendapatkan ketersediaan barang secara efektif dan efisien. Pemilik warung dapat dengan mudah dalam mencari dan memesan berbagai macam produk sesuai dengan ketersediaan yang ada dan harga yang kompetitif, serta pengiriman barang yang tepat waktu.

Strategi kolaborasi antara SDM yang unggul dari penyedia tenaga kerja PT. Sanjayatama Lestari dan platform GoToko yang mendukung untuk melakukan penawaran diharapkan mampu meningkatkan pertumbuhan penjualan pada produk Unilever dengan bantuan teknologi yang dapat membantu pemenuhan kebutuhan sehari-hari atau rumah tangga para konsumen secara efektif dan efisien. Serta dengan tenaga kerja yang unggul di bidang penjualan dapat menjangkau pasar konsumen yang lebih luas.

Sebagai perusahaan di industri kebutuhan rumah tangga, untuk dapat menarik konsumen agar tertarik membeli dan memakai produk tersebut, peran tenaga kerja yang unggul sangat mempengaruhi peningkatan penjualan. Terdapat divisi tersendiri yang sangat berperan

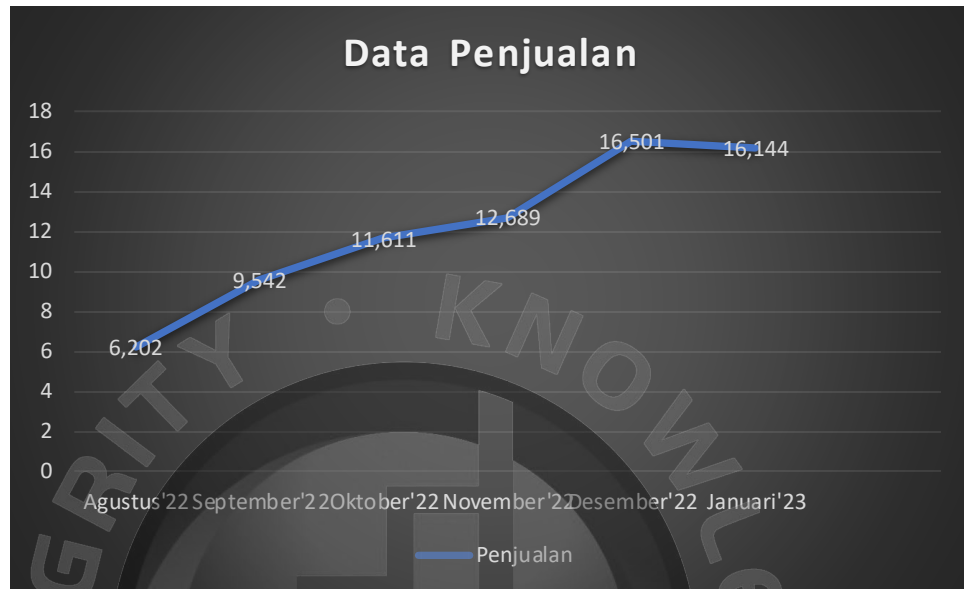
terhadap hasil penjualan yaitu Divisi Penjualan/Sales, dengan berbagai posisi Sales seperti Sales Executive, Team Leader Sales, Admin Sales dan lainnya. Selain dari posisi admin sales tersebut ditugaskan untuk melakukan penawaran produk dengan strategi-strategi yang sudah dibuat, sampai produk tersebut dipakai dan melakukan pembelian berulang. Admin sales pada GoToko yang berstatus karyawan tetap, bertugas untuk melakukan tugas administrasi yang berkaitan dengan penjualan dan pelanggan. Pada sales GoToko yang sangat berperan terhadap divisi penjualan adalah sales lapangan yang berstatus sebagai karyawan kontrak, dengan bekerja secara langsung terjun ke lapangan untuk melakukan penawaran kepada pemilik warung atau toko kelontong agar dapat membeli barang kebutuhan warung melalui platform GoToko. Setiap terdapat pemilik warung yang menyetujui atau menerima penawaran tersebut, maka akan masuk ke dalam pencapaian target sales tersebut.

PT. Sanjayatama Lestari yang merupakan perusahaan penyedia tenaga kerja (*outsourcing*) dari PT Unilever Indonesia Tbk telah menyediakan tenaga kerja yaitu sales untuk menawarkan produk GoToko dari unilever dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan dari produk unilever. Penelitian seperti ini sudah pernah dilakukan pada penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian Raynaldy et al., (2022) yang dilakukan pada PT. Sandhy Putra Makmur (Sypuma) merupakan anak perusahaan PT. Telkom Indonesia yang bergerak di bidang penyedia tenaga kerja

(outsourcing) dengan menyediakan *sales force* untuk melakukan penawaran kepada masyarakat dalam memasarkan produk Indihome.

Sales merupakan salah satu ujung tombak perusahaan bagi perusahaan yang berfokus di bidang penjualan produk. Sehingga kinerja sales sangat penting mengingat nasib perusahaan dipertaruhkan pada performa penjualan. Tim Sales dituntut untuk mencapai target penjualan yang dimana hal tersebut sebagai indikator utama seorang sales. Untuk mencapai suatu target yang telah ditentukan, diperlukan penilaian sebagai bentuk perhatian dan umpan balik terhadap kinerja para karyawan. Kinerja karyawan merupakan tingkat keberhasilan atau pencapaian seseorang dalam menjalankan tugas secara keseluruhan pada periode tertentu (Silaen et al., 2016). Seorang sales memerlukan penilaian kinerja sebagai metode untuk mengevaluasi dan memberi tahu karyawan tentang kesalahan atau apa yang kurang dalam melakukan pekerjaannya. Dalam menghadapi kondisi perekonomian saat ini yang tidak stabil dan sering mengalami perubahan, perusahaan dituntut untuk dapat meningkatkan daya saing dalam menjaga kelangsungan hidup organisasi. Peran sales disini sangat penting untuk dapat memenuhi tujuan perusahaan. Untuk meningkatkan performa penjualan produk diperlukan kinerja yang baik dari tim sales yang handal dalam mencapai target-target penjualan yang telah ditetapkan perusahaan. Berdasarkan wawancara dengan Tim Leader sales PT Sanjayatama Lestari, penilaian kinerja yang diterapkan pada sales berdasarkan pencapaian target penjualan dalam periode tertentu. Penilaian

dari kinerja tersebut berdasarkan pada pengetahuan, keterampilan, dan perilaku yang baik dengan tujuan untuk mencapai target penjualan.



Gambar 1. 2 Data Penjualan Sales
(Sumber: PT Sanjayatama Lestari, 2023)

Berdasarkan gambar 1.2 dapat dilihat bahwa hasil penjualan dari penawaran sales GoToko yang cenderung selalu meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja dari sales tersebut cukup baik, karena mereka dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan setiap bulannya. Namun yang menjadi permasalahan pada perusahaan adalah terdapat keluhan dari tim leader pada beberapa karyawan yang kurang baik dalam mencapai target penjualannya, dimana PT. Sanjayatama Lestari sebagai perusahaan penyedia jasa dituntut untuk dapat menyediakan SDM yang unggul agar dapat meningkatkan pertumbuhan perusahaan pada mitra bisnisnya yaitu Unilever. Hasil kerja dari karyawan sales yang kurang

optimal menjadi penyebab yang mempengaruhi kinerja sehingga perlu diteliti lebih lanjut apa yang menjadi penyebabnya.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja adalah kompensasi finansial. Berdasarkan hasil penelitian Aspita & Sugiono (2019) menunjukkan bahwa kompensasi finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan dan semakin baik sistem kompensasi finansial dalam perusahaan, maka semakin baik pula kinerja karyawan dari perusahaan tersebut. Salah satu upaya yang dilakukan perusahaan untuk dapat mendorong kinerja karyawan adalah dengan pemberian kompensasi finansial. Kompensasi finansial merupakan pemberian uang yang berupa upah, tunjangan, dan insentif atas imbal balik usaha yang sudah dikerjakan karyawan (Mujanah, 2019). Karyawan sales tentu akan termotivasi dengan pemberian kompensasi finansial, karena dengan adanya kompensasi finansial yang didalamnya terdapat insentif dan tunjangan membuat mereka bersungguh-sungguh dan bersemangat untuk mencapai target penjualan tersebut. Besar kecilnya kompensasi finansial yang diterima juga mempengaruhi semangat dan upaya yang dilakukan seorang sales dalam melampaui target penjualannya. Adanya pemberian kompensasi finansial yang tepat tentu akan membuat rasa kepuasan pada karyawan sales sehingga dapat meningkatkan performa kinerja mereka. Kompensasi ini diharapkan menjadi alat perusahaan agar karyawan dapat selalu termotivasi untuk bekerja keras dalam mencapai target penjualan sehingga memenuhi tujuan dari perusahaan. Berdasarkan wawancara dengan tim

leader GoToko PT Sanjayatama Lestari, adanya kompensasi finansial yang didalamnya terdapat insentif membuat sales termotivasi untuk dapat meningkatkan kinerjanya, karena apabila dalam melakukan penawaran penjualan telah mencapai target yang ditentukan perusahaan atau bahkan melebihinya, tentu jumlah insentif yang diterima juga akan semakin besar. Namun terdapat keluhan dari beberapa sales bahwa kompensasi finansial yang diberikan sering mengalami keterlambatan dalam pembayarannya. Hal tersebut tentu berdampak pada kinerja sales.

Selain kompensasi finansial, kompensasi non finansial juga menjadi faktor yang berpengaruh terhadap kinerja pada karyawan. Berdasarkan penelitian (Fredriksz, 2017) menunjukkan bahwa kompensasi non finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Kompensasi non finansial merupakan imbalan atas jasa yang diberikan karyawan kepada perusahaan yang tidak berupa uang, melainkan seperti karakteristik pekerjaan, lingkungan kerja, dan fleksibilitas tempat kerja (Mujanah, 2019). Adanya imbal balik selain dalam bentuk uang tentunya akan memberikan rasa kepuasan terhadap karyawan yang akan mempengaruhi hasil dari kinerjanya. Berdasarkan wawancara dengan tim leader GoToko PT Sanjayatama Lestari, sales merasa kurang optimal dalam melakukan pekerjaannya karena prasarana atau fasilitas dalam menunjang pekerjaannya yang kurang memadai, seperti media promosi, ketersediaan stock yang dijual, dan *gift* yang menarik pelanggan agar mau berbelanja di platform GoToko. Hal tersebut menimbulkan pelanggan

yang kurang tertarik pada saat sales melakukan penawaran. Tentunya hal tersebut berdampak pada target yang diberikan perusahaan dan akan mempengaruhi kinerja dari sales tersebut.

Faktor lain yang mempengaruhi kinerja adalah kompetensi. Menurut penelitian (Satriawan et al., 2022) kompetensi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan. Kompetensi yang dimiliki setiap karyawan menjadi indikator penentu kinerja karyawan. Kemampuan serta pengetahuan dari tiap sales tentu berbeda-beda dalam upayanya mencapai target penjualan. Hal tersebut yang membedakan mana sales yang berkompeten dan mana yang tidak. Seorang sales tentunya harus berkompeten agar dapat memenuhi target penjualan tersebut. Kompetensi merupakan kemampuan dan pengetahuan seseorang dibidang tertentu dalam melakukan pekerjaannya yang menunjukkan bahwa pegawai tersebut profesionalisme terhadap bidang yang diunggulinya (Bahari et al., 2019). Diantara kompetensi yang dibutuhkan pada seorang sales adalah pengetahuan yang mendalam mengenai produk, menjaga hubungan yang baik dengan konsumen dan kemampuan bernegosiasi yang baik.. Berdasarkan wawancara dengan Tim Leader yang terjadi pada sales di PT Sanjayatama Lestari adalah banyak karyawan sales yang berkompeten. Namun adanya kebijakan perusahaan untuk tidak dapat terlalu lama mempertahankan sales yang performanya dalam pencapaian target tidak sesuai yang diinginkan perusahaan atau kurang dari standar target penjualan yang ditetapkan perusahaan yang cenderung meningkat. Kondisi

ini membuat setiap sales memiliki upaya dan usaha yang kuat untuk dapat berkompeten agar tetap dipertahankan di dalam perusahaan.

Faktor lain yang mempengaruhi kinerja juga dilihat dari kepuasan kerja. Berdasarkan penelitian Hendri (2019) menunjukkan bahwa kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Sehingga menunjukkan semakin tinggi kepuasan kerja karyawan maka karyawan akan menunjukkan kinerja terbaiknya. Tuntutan di bidang sales penuh dengan tantangan yang dihadapkan dengan target penjualan, apabila dapat mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan tentu akan menimbulkan rasa kepuasan dan kebanggaan tersendiri pada seorang sales karena indikator keberhasilan sales adalah dapat memenuhi target perusahaan. Hal tersebut membuat karyawan bagian sales mendapatkan kepuasan kerja dalam pekerjaannya. Kepuasan kerja merupakan hubungan perasaan karyawan terhadap pekerjaannya, baik suka atau tidak suka sebagai hasil interaksi karyawan dengan lingkungan kerjanya atau sebagai persepsi sikap mental, serta hasil evaluasi karyawan terhadap pekerjaannya (Badrianto & Ekhsan, 2020). Kepuasan kerja merupakan aspek penting dalam kinerja karyawan. Apabila karyawan merasa puas terhadap pekerjaan yang dilakukannya, tentu akan membuat mereka loyal terhadap perusahaannya sehingga menghasilkan kinerja yang baik. Namun sebaliknya apabila karyawan merasa tertekan atau tidak merasa puas dengan pekerjaannya sehingga mereka tidak bersungguh-sungguh dalam melakukan pekerjaannya, tentu

akan berdampak kurang baik pada kinerjanya. Berdasarkan wawancara dengan sales PT Sanjayatama Lestari, mereka merasa cukup nyaman dan puas terhadap pekerjaan mereka, karena keharmonisan antara karyawan yang cukup tinggi, kondisi lingkungan pekerjaan yang kondusif. Namun, sales tersebut juga merasa kurang puas dalam melakukan pekerjaannya karena dukungan yang diberikan perusahaan seperti prasarana untuk menunjang pekerjaannya yang masih kurang.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul “Peningkatan Kinerja Karyawan berdasarkan Kompensasi Finansial, Kompensasi Non Finansial, Kompetensi, dan Kepuasan Kerja (Studi Pada Sales Kontrak GoToko Cluster Karyawan PT Sanjayatama Lestari)”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kompensasi finansial, kompensasi non finansial, kompetensi, dan kepuasan kerja mempunyai pengaruh terhadap kinerja karyawan.

1.2. Ruang Lingkup Masalah

Agar penelitian ini dapat terarah dengan baik, diperlukan adanya batasan dalam masalah yaitu ruang lingkup, dengan batasan antara lain:

1. Bentuk dari penelitian ini adalah modifikasi model dari hasil penelitian sebelumnya yaitu Rizal & Handayani (2021) dengan mengambil kompensasi finansial dan kompensasi non finansial sebagai variabel independen dan kinerja karyawan sebagai

variabel dependen. Modifikasi model dari penelitian selanjutnya yaitu Paulina & Lebang (2017) dengan mengambil variabel independen yaitu kompetensi dan kepuasan kerja serta kinerja karyawan sebagai variabel dependen.

2. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah kompensasi finansial, kompensasi non finansial, kompetensi, dan kepuasan kerja. Ketiga variabel independen tersebut dipilih karena sesuai dengan fenomena yang terjadi dan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kinerja karyawan.
3. Objek penelitian ini adalah karyawan sales kontrak GoToko pada cluster Karawang di PT Sanjayatama Lestari.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan dari masalah penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh positif kompensasi finansial terhadap kinerja karyawan sales kontrak GoToko cluster Karawang PT Sanjayatama Lestari?
2. Adakah pengaruh positif kompensasi non finansial terhadap kinerja karyawan sales kontrak GoToko cluster Karawang PT Sanjayatama Lestari?

3. Adakah pengaruh positif kompetensi terhadap kinerja karyawan sales kontrak GoToko cluster Karawang PT Sanjayatama Lestari?
4. Adakah pengaruh positif kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan sales kontrak GoToko cluster Karawang PT Sanjayatama Lestari?

1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maksud dan tujuan penelitian ini adalah:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh positif kompensasi finansial terhadap kinerja karyawan sales kontrak GoToko cluster Karawang PT Sanjayatama Lestari.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh positif kompensasi non finansial terhadap kinerja karyawan sales kontrak GoToko cluster Karawang PT Sanjayatama Lestari.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh positif kompetensi terhadap kinerja karyawan sales kontrak GoToko cluster Karawang PT Sanjayatama Lestari.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh positif kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan sales kontrak GoToko cluster Karawang PT Sanjayatama Lestari.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini ditunjukkan agar dapat bermanfaat untuk berbagai pihak, diantaranya:

1.5.1. Manfaat Teoritis

Memberikan bukti empiris dan memperkuat teori mengenai pengaruh kompensasi finansial, kompensasi non finansial, kompetensi, dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan dalam mencapai efektifitas organisasi, serta memperluas wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan.

1.5.2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Manfaat bagi penulis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pemahaman serta dapat meningkatkan kemampuan menganalisis mengenai pengaruh kompensasi finansial, kompensasi non finansial, kompetensi, dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan.

b. Bagi Akademisi

Manfaat bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dan sebagai bahan acuan bagi penelitian selanjutnya pada konsentrasi SDM yang akan mengangkat topik yang sama mengenai pengaruh kompensasi finansial, kompensasi finansial, kompetensi, dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan sales ataupun di divisi lainnya.

c. Bagi Instansi

Manfaat bagi instansi, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan memberikan pemahaman kepada berbagai pihak perusahaan terhadap pengaruh kompensasi finansial, kompensasi non finansial, kompetensi, dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan agar dalam penerapannya dilakukan secara optimal guna memenuhi tujuan perusahaan.

1.6. Sistematika Penulisan Penelitian

Sistematika penulisan penelitian merupakan tahapan dalam penelitian yang digunakan agar memudahkan dalam penyusunan skripsi. Urutan sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab I membahas mengenai gambaran secara umum yang sedang terjadi atau sudah terjadi terkait dengan objek penelitian, yang mencakup latar belakang, rumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab II ini terdiri atas kumpulan kajian pustaka yang digunakan dalam pembahasan masalah, yang mencakup penelitian terdahulu, landasan teori, hipotesis penelitian, kerangka pemikiran, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab III ini menjelaskan mengenai objek penelitian, desain dan jenis penelitian, teknik, populasi dan sampel penelitian, metode yang akan digunakan dalam pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab IV menjelaskan mengenai objek yang sedang diteliti yaitu karyawan pada divisi sales dan dilanjutkan dengan menganalisis serta membahas hasil penelitian dari pengaruh kompensasi finansial, kompensasi non finansial, kompetensi, dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan.

BAB V: PENUTUP

Bab V merupakan kesimpulan dari akhir hasil penelitian yang telah diperoleh oleh peneliti dan saran yang dapat diberikan untuk penelitian ini.

