

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2020 mengenai sumber daya manusia, terdapat data yang bersumber dari *World Economic Forum* (WEF) yang menjelaskan bahwa ada beberapa jenis profesi yang paling berpeluang besar pada tahun 2021 hingga 2022. Profesi yang diungkap yaitu profesi yang berkaitan pada bidang konten, *marketing* (pemasaran), dan *sales* (penjualan) yang diprediksi tumbuh pesat pada tahun yang sudah dijelaskan. Angka peluang kerja di bidang ini akan naik sekitar 43,7% pada tahun 2021. Data ini akan memperkuat bahwa terdapat harapan besar untuk mereka yang bekerja di dalam profesi yang berkaitan dengan bidang konten, *marketing* dan *sales*.

Dalam membahas dunia usaha, sumber daya manusia merupakan salah satu penyokong terpenting untuk dimiliki dan dikelola dengan baik oleh sebuah perusahaan. Untuk menciptakan sumber daya manusia yang baik, perusahaan mengenal sebuah ilmu manajemen sumber daya manusia. Menurut Robbins and Coulter (2016, hlm.356) manajemen sumber daya manusia menjadi begitu penting karena 3 alasan, pertama MSDM menjadi sumber yang signifikan bagi keunggulan kompetitif bagi perusahaan, kedua, MSDM menjadi bagian penting dari strategi perusahaan dan yang terakhir, dalam praktik MSDM di sebuah perusahaan dapat menggambarkan bagaimana perusahaan membentuk kinerja perusahaan itu sendiri. Manajemen sumber daya manusia terfokus dengan semua aspek tentang bagaimana orang dipekerjakan dan dikelola dalam sebuah organisasi atau perusahaan.

Menurut Armstrong dan Taylor (2014 hlm.4), fungsi manajemen sumber daya manusia yaitu mencakup kegiatan strategis SDM, manajemen

pengetahuan, tanggung jawab sosial perusahaan, pengembangan organisasi, sumber daya (perencanaan tenaga kerja, rekrutmen dan seleksi dan manajemen bakat), pembelajaran dan pengembangan, kinerja dan manajemen penghargaan, hubungan karyawan, kesejahteraan karyawan dan penyediaan layanan karyawan. Menurut Robbins dan Coulter (2016, hlm.371) ilmu manajemen sumber daya manusia berprinsip bahwa lebih baik mempertahankan karyawan dibandingkan mencari atau mengulang kembali proses penerimaan karyawan dan juga mengatur perencanaan sumber daya manusia yang telah disusun sebelumnya. Tujuan perencanaan sumber daya manusia salah satunya adalah menjadi pedoman manajemen perusahaan dalam menetapkan program penarikan, seleksi, pengembangan, kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, kedisiplinan, dan pemberhentian karyawan. Untuk menyelenggarakan ulang perencanaan sumber daya manusia dari awal, waktu dan biaya yang dikeluarkan akan lebih banyak dibandingkan mempertahankan karyawan yang sudah bekerja. Maka, perusahaan membutuhkan cara-cara mempertahankan karyawan yang sudah ada tersebut dengan mempertimbangkan biaya dan waktu yang lebih efektif dan efisien.

Melihat prediksi yang ada tentang peluang besar bagi profesi di bidang konten, *marketing* dan *sales* pada tahun 2021 hingga 2022 ini, perusahaan yang terikat dengan keberadaan 3 profesi tersebut dalam kegiatan usahanya dapat mempertahankan karyawan terbaik mereka agar tetap memberikan kontribusi dengan maksimal di perusahaan sehingga membantu perusahaan untuk menggapai tujuannya. Menurut Sinambela (2016, hlm.301) untuk mempertahankan karyawan, perusahaan dapat memperhatikan motif dari seorang karyawan yang bergabung dalam sebuah perusahaan bahwa ia membawa seperangkat keinginan, kebutuhan, hasrat, dan pengalaman masa lalu yang menyatu membentuk harapan kerja. Dari harapan tersebut dapat dikatakan bahwa kebutuhan karyawan dapat dipenuhi dengan memupuk rasa kepuasan kerja. Kepuasan kerja menunjukkan kesesuaian antara harapan seseorang yang timbul dan imbalan yang disediakan pekerjaan. Jadi, kepuasan

kerja juga berkaitan erat dengan teori keadilan, perjanjian psikologis, dan motivasi.

Terdapat tanda atau simbol yang akan diperlihatkan oleh karyawan jika ia mengalami ketidakpuasan terhadap pekerjaannya. Tanda-tanda tersebut yaitu adalah tindakan keluar dari pekerjaan, melakukan protes, tetap setia dengan perusahaan namun banyak harapan akan perubahan, serta bekerja layaknya acuh tak acuh (Robbins dalam Ratnasari, 2019 hlm.40). Untuk menghindari ketidakpuasan kerja, banyak cara yang dapat dilakukan untuk menciptakan kepuasan kerja karyawan, contohnya dengan memberikan penghargaan, pengakuan dan juga pelatihan. Ketiga hal tersebut merupakan bagian yang dapat membentuk kepuasan diri dari seseorang karena untuk mendapatkannya, seorang karyawan akan diberikan motivasi untuk memberikan kinerja yang maksimal. Hal ini juga dapat mempengaruhi bergerak cepatnya produktivitas sebuah perusahaan untuk memenangkan pasar.

Dalam UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, pelatihan kerja merupakan keseluruhan kegiatan untuk memberi, memperoleh, meningkatkan, serta mengembangkan kompetensi, produktivitas, disiplin, sikap, dan etos kerja pada tingkat keterampilan dan keahlian tertentu sesuai dengan jenjang dan kualifikasi jabatan atau pekerjaan terkait. Pelatihan kerja lebih umum diberikan kepada karyawan level *first line* atau *middle* pada perusahaan. Pelatihan kerja diberikan untuk memupuk *skill* pada pekerjaan yang memerlukan teknik spesifik, bersifat jangka pendek dan biasa dilaksanakan *on the job*. Pelatihan dibutuhkan agar karyawan dapat melakukan tugasnya dengan baik dan sesuai dengan keinginan perusahaan sehingga membantu karyawan memaksimalkan kinerjanya. Sejalan dengan hal tersebut, menurut teori keseimbangan yang dikemukakan oleh Adam, dkk dalam Sinambela (2016, hlm.305) menghubungkan bahwa pelatihan, pendidikan, pengalaman, dan keahlian merupakan *input* yang diperlukan karyawan untuk menjalankan pekerjaannya. Dinyatakan pula, puas atau tidaknya pegawai

merupakan hasil dari perbandingan yang karyawan lakukan antara *input—outcome* dirinya dengan perbandingan *input—outcome* karyawan lainnya atau mengenai kesetaraan peluang diberikan pelatihan adalah *input* karyawan dalam tahap merasakan kepuasan kerja.

Penghargaan dan pengakuan merupakan bentuk dari kebutuhan dalam hidup manusia. Hal ini dijelaskan dalam sebuah teori kebutuhan atau *theory of needs* yang diungkapkan oleh Abraham Maslow dalam (Fisher, 2015 hlm.32) bahwa terdapat lima tingkatan dari gambaran kebutuhan manusia di dalam hidupnya. Teori ini menggambarkannya dengan membentuk piramida, dimana urutan pertama atau teratas, manusia membutuhkan hal tentang *self-actualization* atau kebutuhan mengaktualisasi diri, yang kedua, kebutuhan akan hal *esteem* atau kebutuhan penghargaan, ketiga, membutuhkan hal tentang *social* atau kebutuhan memiliki dan kasih sayang, keempat, membutuhkan hal tentang *safety* atau kebutuhan akan keamanan dan yang terakhir adalah membutuhkan hal tentang *physiological* atau kebutuhan fisiologis. Berhubungan dengan hal tersebut, penghargaan dan pengakuan merupakan sebuah kebutuhan manusia yang termasuk dalam *esteem needs*.

Penghargaan dapat diberikan dalam bentuk yang bermacam-macam, mulai dari pujian bahkan pemberian penghargaan berbentuk benda berharga yang dapat dikenang atau hal lainnya yang merupakan sebuah bentuk apresiasi untuk membentuk motivasi kerja baik untuk karyawan itu sendiri dan karyawan yang lainnya agar tidak bosan berkompetisi dan tetap terpacu dengan target atau hasil kerja yang harus dipenuhi. Seperti layaknya memberikan penghargaan, ada sebuah hal yang juga bisa dikatakan berkaitan erat dengan rasa kepuasan kerja seseorang dalam menjalankan pekerjaannya, yaitu pengakuan (*recognition*). Pengakuan adalah sebuah usaha yang dilakukan oleh orang lain seperti *partner* di dalam pekerjaan, atasan di dalam struktur pekerjaan seseorang bahkan semua lapisan di dalam struktur organisasi perusahaan untuk mengakui baiknya pekerjaan yang dilakukan oleh seorang pekerja untuk perusahaannya dengan mengapresiasi hal tersebut dengan

mengucapkan atau menyampaikan banyak pujian yang membangun motivasi di dalam diri pekerja-pekerja tersebut. Milton dalam (Marnis & Priyono, 2016 hlm 132) berpendapat bahwa pengakuan merupakan pujian atas pelaksanaan, penghargaan atas selesainya pekerjaan, dan kritik dari apa-apa saja yang telah dilakukan oleh seseorang demi sebuah tercapainya tujuan bersama. Lalu, menurut Schermerhorn dalam Sinambela (2016, hlm.306) penghargaan dan pengakuan dapat dikatakan sebagai faktor pembentuk kepuasan kerja karyawan.

Untuk menetapkan objek penelitian, peneliti akan mengambil objek pada perusahaan PT Catur Sentosa Adiprana Tbk yang merupakan sebuah perusahaan yang berpusat di Cengkareng, Jakarta Barat yang bergerak di bidang distribusi independen sebuah produk dari perusahaan tertentu dan juga ritel modern besar untuk bahan bangunan di Indonesia. Dalam mendistribusikan produk, PT Catur Sentosa Adiprana Tbk mempekerjakan banyak karyawan yang di posisikan sebagai *sales* dalam kegiatan penjualan mereka. Sebagai subjek penelitian ini, peneliti akan menetapkan karyawan bagian *sales* sebagai subjek sesuai dengan data penelitian. *HR Manager* PT CSA, memberikan informasi bahwa terdapat 255 orang yang tergabung dalam *sales team* di kantor pusat yang berlokasi di Jakarta Barat. Berikut tabel jumlah karyawan bagian sales PT CSA Tbk.

Tabel 1. Tabel Jumlah Karyawan bagian *Sales* PT CSA Tbk Jabodetabek 2021

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah								JUMLAH
		Cengkareng	Kebayoran	Tangerang selatan	Banjar	Depok	Condet	Bogor	Serang	
1	<i>Sales Representative Motorist</i>	18	19	13	6	6	15	19	13	109
2	<i>Sales Representative PreSell</i>	12	8	9	10	8	8	10	13	78

Shafira Islamiani, 2021

PENGARUH PELATIHAN (SELLING SKILL TRAINING), PENGHARGAAN DAN PENGAKUAN TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN BAGIAN SALES PT CATUR SENTOSA ADIPRANA TBK

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Program Sarjana

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah								JUMLAH
		Cengkareng	Kebayoran	Tangerang selatan	Banjar	Depok	Condet	Bogor	Serang	
3	<i>Retail Operation</i>	36	2	0	1	0	0	1	0	40
4	<i>Sub Distribution</i>	0	0	5	7	5	0	5	6	28
TOTAL										255

Sumber: data jumlah karyawan PT CSA Jabodetabek 2021

Keterangan:

SR Motorist (Salesman khusus *small store* (toko kelontong) dengan membawa wujud fisik produk, sistem pembayaran *cash and carry*)

SR PreSell (Salesman *taking order* yang tidak membawa wujud fisik produk, hanya menawarkan produk ke *whole seller* (grosir) dan produk fisik dikirimkan H+2 setelah deal)

Retail Operation (salesman yang bertugas mendistribusi produk ke toko *retail* besar)

Sub Distribution (salesman yang bertugas dalam wilayah yang tidak tercapai kantor cabang, system bekerja seperti *reseller* produk)

HR Manager PT CSA Tbk memberikan informasi mengenai pelaksanaan pelatihan (*selling skill training*) yang disajikan dalam bentuk tabel di bawah ini:

Tabel 2. *Resume Belt Qualification* (jumlah peserta pelatihan) PT CSA Jabodetabek per Maret 2021

No	Posisi	Plan	Actual	Total	Balance
1	<i>Sales Representative Motorist</i>	109	100	100	-9
2	<i>Sales Representative PreSell</i>	78	78	78	0
3	<i>SUB Distributor</i>	28	27	27	-1

Sumber: data analisis PT CSA per Maret 2021

Shafira Islamiani, 2021

PENGARUH PELATIHAN (*SELLING SKILL TRAINING*), PENGHARGAAN DAN PENGAKUAN TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN BAGIAN SALES PT CATUR SENTOSA ADIPRANA TBK

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Program Sarjana

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Tabel 2 menggambarkan bahwa pelatihan khusus *salesman* atau *selling skill training* bagi karyawan bagian sales PT CSA Tbk yang ada di Jabodetabek tidak terlaksana 100%. *Belting* merupakan istilah level pelatihan yang akan diberikan pada karyawan bagian *sales* yang terdiri dari *white belt*, *green belt* dan *black belt*. Pelatihan pada level *white belt* merupakan pelatihan dasar bagi karyawan baru, semua karyawan akan merasakan pelatihan tersebut dan menerima benefit. Setelah handal dalam kriteria *white belt*, *salesman* akan dilanjutkan mengikuti pelatihan pada tahap *green belt* dan begitu pula dalam meneruskannya ke tahap pelatihan teratas dalam pelatihan *black belt*. Semakin tinggi pelatihan yang diberikan, maka keahlian *salesman* akan lebih maksimal dalam melakukan pekerjaannya hingga dapat mengembangkan kariernya ke posisi yang lebih tinggi. Berikut data mengenai pelaksanaan *belting* pada PT CSA Tbk:

Tabel 3. *Resume Belt Qualification* PT CSA Jabodetabek per Maret 2021

NO	POSISI	Plan	Total			
			Lulus			
			White	%	Green	%
1	SR PreSell	78	78	100%	60	77%
2	SR Motorist & Sub Dist	147	139	95%	86	59%
Total		225	217	96%	146	65%

Sumber: data analisis PT CSA Februari 2021

Tabel 3 menggambarkan karyawan *sales* dari tiga posisi yaitu SR PreSell, SR Motorist dan Sub Distributor perbandingan antara rencana capaian kelulusan salesman dalam pelatihan belum memenuhi target, dalam pelatihan tingkat *white belt* yang dimana menjadi bekal mendasar bagi *salesman* untuk menjalankan tugasnya belum 100% terealisasi, begitu juga dengan pelatihan pada tingkat *green belt* yang belum berhasil meluluskan karyawan *salesman* sesuai dengan rencana atau target perusahaan.

Dalam permasalahan pada pemberian penghargaan dan pengakuan, *HR manager* PT CSA mengungkapkan bahwa perusahaan telah berupaya menciptakan

kepuasan kerja karyawan melalui pemberian penghargaan dan pengakuan. Perusahaan memberikan fasilitas seperti tanggungan kesehatan dan keselamatan kerja, pemberian bonus, memberikan pengakuan formal seperti memberikan hadiah ibadah umrah kepada karyawan yang berhasil melampaui target, pemberian hadiah kendaraan dan lain sebagainya. Di samping itu, *HR manager* PT CSA Tbk juga mengungkapkan bahwa kepuasan yang ada dalam pemberian penghargaan dan pengakuan dikembalikan pada tingkat kebutuhan hidup individu karyawan, dimana kepuasan kerja dari penghargaan dan pengakuan pada umumnya bisa dirasakan dengan mudah untuk karyawan yang tingkat kebutuhan hidupnya sudah baik terutama dalam bidang ekonomi. Namun, karyawan pada bagian *sales* rata-rata memiliki prioritas pada tingkat kebutuhan di tingkat fisiologis dan rasa aman atau jika digambarkan pada teori kebutuhan Maslow berada di tingkat dasar dan tingkat dua terendah di dalam kehidupan seorang individu dan permasalahan bahwa belum seimbang antara rencana dengan keadaan aktual pencapaian penghargaan dan pengakuan dalam hal pemberian insentif bagi karyawan bagian *sales*.

Berikut data tentang pemberian penghargaan kepada karyawan bagian *sales* PT CSA Tbk:

Tabel 4. Tabel Insentif Karyawan Bagian *Sales* PT CSA Tbk per Maret 2021

No	Posisi	Plan	Actual	Actual(%)
1	<i>SR Motorist</i>	109	87	58,39%
2	<i>SR Presell</i>	78	72	92,31%
3	<i>Retail Operation</i>	38	31	81,58%
Total		225	190	71,70%

Sumber: data PT CSA Tbk 2021

Pemberian penghargaan di dasarkan kepada kinerja karyawan masing-masing. Dalam data yang tertera di dalam tabel, aktualisasi pemberian penghargaan belum tercapai maksimal sesuai dengan target atau rencana yang dirancang terutama pada karyawan di posisi *SR Motorist* yang penerimanya masih di bawah

60% dari target capaian perusahaan. Dalam teori yang diungkapkan oleh Barton di dalam penelitian Tamara (2017, hlm.1920-1934), terdapat empat bentuk pengakuan yang biasa diberikan oleh perusahaan kepada karyawannya, empat bentuk pengakuan tersebut adalah *cash award*, *spot program*, *symbolic award*, dan *verbal recognition*. Insentif dapat dikategorikan dalam pengakuan berbentuk *Cash award* atau pengakuan yang berupa sejumlah uang yang telah ditetapkan sesuai dengan persentase kinerja seperti insentif tunai, benda-benda berharga, pelatihan khusus.

Dalam praktiknya, PT CSA Tbk memberikan dan membuka kesempatan bagi seluruh karyawan bagian *sales* untuk ikut serta dalam kompetisi seputar kinerjanya dalam menjual produk dengan menitik beratkan hasil seimbang atau mendekati target yang ditentukan dalam kompetisi tersebut. Berikut merupakan kompetisi yang diadakan oleh PT CSA Tbk bagi karyawan khusus dalam bagian *sales*:

Tabel 5. Bentuk Kompetisi untuk Pengakuan di PT CSA Tbk

No	Jenis Kompetisi	Keterangan
1	<i>Seller President Club</i>	Kompetisi untuk menentukan <i>salesman</i> terbaik di dalam periode tertentu dengan hadiah tertentu yang bernilai besar dalam menjual produk secara umum
2	<i>Blue 2 and Goal 2 Seller</i>	Kompetisi untuk menentukan <i>salesman</i> terbaik di dalam periode tertentu dengan hadiah yang lebih kecil dibandingkan kompetisi <i>seller president club</i> untuk produk tertentu

Sumber: data PT CSA Tbk

Selain permasalahan yang ada pada PT Catur Sentosa Adiprana Tbk mengenai kepuasan kerja, terdapat beberapa penelitian yang menjadi pertimbangan peneliti untuk membuat penelitian tentang kepuasan kerja yang diduga terpengaruh oleh penghargaan, pengakuan dan pelatihan. Penelitian yang dilakukan oleh Zeb, *et al.*, (2015) dengan judul penelitian “*Reward and Recognition Priorities of Public Sector Universities Teachers for their Motivation and Job Satisfaction*”, Tessema, *et al.*, (2013) dengan judul penelitian “*The Effects of Employee Recognition, Pay, and Benefits on Job*

Satisfaction: Cross Country Evidence”, Imran *et al.*, (2014) dengan judul penelitian “*Exploring Relationship among Rewards, Recognition and Employees’ Job Satisfaction: A Descriptive Study on Libraries in Pakistan*”, dan Asaari, *et al.*, (2019) dengan judul penelitian “*Influence of Salary, Promotion, and Recognition toward Work Motivation among Government Trade Agency Employees*” membuktikan bahwa penghargaan dan pengakuan dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja dan terdapat penelitian yang dilakukan oleh Tindwa, (2013) “*The Effects Of Financial Rewards on Employee's Job Satisfaction Of General Duties Police*” yang memiliki hasil penelitian bahwa penghargaan tidak mempengaruhi kepuasan kerja. Selain itu, terdapat penelitian tentang pelatihan yang dilakukan oleh Saputra and Sudharma (2017) “*Pengaruh Promosi Jabatan, Pelatihan dan Lingkungan Kerja terhadap Kepuasan Kerja Karyawan*” dan penelitian oleh Khan, *et.al.*, (2016) “*Impact of Training and Development of Employees on Employee Performance through Job Satisfaction: A Study of Telecom Sector of Pakistan*” yang menyatakan bahwa pelatihan mempengaruhi kepuasan kerja, namun terdapat penelitian yang dilakukan oleh Godfrey, (2014) “*Factors Influencing Employee Job Satisfaction and its Impact on Employee Performance: A Case of Unilever Kenya*” yang hasilnya menunjukkan bahwa pelatihan tidak mempengaruhi signifikan terhadap kepuasan kerja.

Berdasarkan hasil fenomena yang terjadi dan adanya penelitian tentang kepuasan kerja terdahulu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang kepuasan kerja di dalam tempat, waktu dan subjek yang berbeda yaitu industri distribusi independen sebuah produk dan subjek penelitian yaitu karyawan pada bagian *sales* PT Catur Sentosa Adiprana Tbk karena perusahaan terkait memiliki kriteria yang ingin diteliti lebih dalam dan diharapkan penelitian ini akan membantu *manager* dalam mengambil keputusan di masa yang akan datang mengenai upaya menciptakan kepuasan kerja karyawan. Selain itu, peneliti menetapkan *gap research* secara empiris dengan membandingkan hasil dari beberapa penelitian sebelumnya. Maka, penelitian akan diberikan judul

“Pengaruh Pelatihan (*Selling Skill Training*), Penghargaan dan Pengakuan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Bagian *Sales* PT Catur Sentosa Adiprana Tbk”.

1.2 Perumusan Masalah

Dengan hasil uraian latar belakang di atas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pelatihan (*selling skill training*) berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan bagian *sales* PT Catur Sentosa Adiprana Tbk?
2. Apakah penghargaan berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan bagian *sales* PT Catur Sentosa Adiprana Tbk?
3. Apakah pengakuan berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan bagian *sales* PT Catur Sentosa Adiprana Tbk?
4. Apakah pelatihan (*selling skill training*), penghargaan dan pengakuan secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan bagian *sales* PT Catur Sentosa Adiprana Tbk?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari uraian latar belakang dan perumusan masalah di atas, bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan:

1. Pelatihan (*selling skill training*) berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan bagian *sales* PT Catur Sentosa Adiprana Tbk.
2. Penghargaan berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan bagian *sales* PT Catur Sentosa Adiprana Tbk.
3. Pengakuan berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan bagian *sales* PT Catur Sentosa Adiprana Tbk.
4. Pelatihan (*selling skill training*), penghargaan dan pengakuan bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan kerja PT Catur Sentosa Adiprana Tbk.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, di harapkan dapat memberikan manfaat yang di lihat dari aspek:

a. Manfaat teoritis

Sebagai sumber pengetahuan yang dapat menambah wawasan dalam pengembangan ilmu pengetahuan bidang manajemen sumber daya manusia khususnya mengenai implementasi pengaruh pelatihan (*selling skill training*), penghargaan dan pengakuan terhadap kepuasan kerja karyawan bagian *sales* PT Catur Sentosa Adiprana Tbk.

b. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini di harapkan akan memberikan manfaat bagi semua pihak yang terkait dengan penelitian ini, di antaranya:

1. Menambah wawasan mengenai kepuasan kerja pekerja sebagai bahasan penting dalam ilmu manajemen sumber daya manusia,
2. Memperkaya hasil penelitian dan bahan referensi bagi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang khususnya berkonsentrasi pada bidang manajemen sumber daya manusia, sebagai informasi bagi para pembacanya, serta menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.