

ABSTRACT

FINANCIAL COMPENSATION , NON-FINANCIAL COMPENSATION AND BENEFIT INFLUENCE TOWARD AFFECTIVE COMMITMENT, CONTINUANCE COMMITMENT AND NORMATIVE COMMITMENT MILLENNIAL GENERATION EMPLOYEE AT SAHABAT UTAMA GROUP CORPORATION

Nowdays, millennial generation have dominated a large proportion in Indonesia workforce. They take portions around 53% in whole Indonesia workforce. This condition had made business and human resource industry take a profound attention to millennials. With the characteristics from millennials, which others look it as “unique”, millennials have characters such as “want everything” and “want it right now” (Eddy, Schweitzer and Lyons, 2010). With this kind of characters, it can be concluded that millennials have different perspective towards compensation. If some research shows that compensation is important variable in terms of make employees stay or resigned from the organization (commitment), nevertheless with the millennials. Despite having a high salary in organization (which they hoped), private life and work-life balance are the most important variable to millennials. There for, with this condition, knowledges about fitting/proper compensations that can increase millennials commitment towards organization are required. Eventually it assists organization in order to generate the most suitable/accurate compensation package which can increase millennials commitment in organization. This research objectives are to look influence from financial compensation, non-financial compensation and benefit as an important variable in to increase millennials affective commitment (AC), continuance commitment (CC) and normative commitment (NC). Questionnaire being used to measure/ calculate commitments is Organizational Commitment Questionnaire (OCQ), designed by Meyer and Allen (1990). This research will be conduct at local organization in Jakarta. Multiple linear regression is the model research with 160 employee sample. Result of this research show that financial compensation doesn't have significant influence towards continuance commitment (CC), instead it has significant influence towards affective commitment (AC) and normative commitment (NC). The next one, non-financial compensation, shows significant influence towards all of three commitments, affective commitment (AC), continuance commitment (CC) and normative commitment (NC). In the end, last variable of compensation, benefit, shows only have significant influence towards affective commitment (AC). Hopefully this research can offer technical contribution to the organization, particularly human resources divisions, as a model/prototype/sample compensation package to increase commitments millennials in organization.

Keywords: affective commitment, continuance commitment, normative commitment, financial compensation, non-financial compensation, benefit and millennials generation.

ABSTRAK

PENGARUH *FINANCIAL COMPENSATION*, *NON-FINANCIAL COMPENSATION* DAN *BENEFIT*
TERHADAP *AFFECTIVE COMMITMENT*, *CONTINUANCE COMMITMENT*
DAN *NORMATIVE COMMITMENT* PADA KARYAWAN GENERASI
MILLENNIAL DI PT. SAHABAT UTAMA GROUP

Mendominasinya generasi millennial pada angkatan kerja di Indonesia saat ini yaitu sebesar 53% menjadikan generasi ini sebagai sorotan bagi pelaku bisnis dan pelaku sumber daya manusia di dalam sebuah organisasi. Dengan karakteristik yang berbeda dari generasi sebelumnya yang terkesan unik yaitu “menginginkan semuanya” dan “menginginkannya saat ini juga” (Eddy, Schweitzer dan Lyons, 2010) menyimpulkan bahwa generasi ini memiliki perbedaan pandangan terhadap kompensasi. Jika diberberapa penelitian menyebutkan bahwa kompensasi sebagai faktor penting dalam keputusan karyawan bertahan atau keluar dari perusahaan (*commitment*), namun tidak demikian bagi generasi millennial. Dibalik harapan gaji yang tinggi, kehidupan pribadi dan kehidupan kerja yang seimbanglah (*work-life balance*) yang paling penting bagi generasi millennial. Dengan kondisi ini sehingga diperlukan pengetahuan terkait dengan kompensasi seperti apa yang dapat meningkatkan komitmen karyawan generasi millennial terhadap perusahaan. Dimana pada akhirnya dapat membantu rancangan kompensasi yang sesuai dan dapat meningkatkan komitmen karyawan generasi millennial. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh antara *financial compensation*, *non-financial compensation* dan *benefit* sebagai faktor yang dapat meningkatkan *affective commitment* (AC), *countinuance commitment* (CC) dan *normative commitment* (NC) pada generasi millennial. Kuesioner yang digunakan untuk mengukur *commitment* menggunakan *Organizational Commitment Questionnaire* (OCQ) yang dirancang oleh Meyer dan Allen (1990). Penelitian ini melibatkan responden dari sebuah perusahaan lokal di Jakarta. Uji model penelitian menggunakan regresi linear berganda dengan sampel sebanyak 160 responden. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa *financial compensation* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap CC, namun memiliki pengaruh yang signifikan terhadap AC dan NC. Sedangkan *non-financial compensation* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap semua jenis komitmen baik AC, CC maupun NC. Sementara untuk variabel *benefit* memiliki pengaruh yang signifikan hanya pada AC. Penelitian ini pada akhirnya diharapkan memberikan kontribusi teknis kepada perusahaan khususnya pada divisi Sumber Daya Manusia sebagai gambaran untuk merancang paket kompensasi yang dapat meningkatkan komitmen organisasi karyawan khususnya bagi generasi millennial.

Kata kunci: *affective commitment*, *continuance commitment*, *normative commitment*, *financial compensation*, *non-financial compensation*, *benefit* dan generasi millennial.