

**SPENDING HABIT GENERASI Z DI JAKARTA SELATAN: STUDI KUALITATIF
TENTANG HUBUNGANNYA DENGAN PREFERENSI KARIER, MOTIVASI
KERJA DAN KOMPENSASI**

***SPENDING HABIT OF GENERATION Z IN SOUTH JAKARTA: A QUALITATIVE
STUDY ON ITS RELATIONSHIP WITH CAREER PREFERENCES, WORK
MOTIVATION AND COMPENSATION***

Wasi Bagasworo^{1*}, Shafa Kamila², Nadia Atika Sari³, Nurisnaini Ashuratirana⁴, Wahyuningsih⁵

^{1*,2,3,4,5} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Banking School, Jakarta Selatan, Indonesia,
^{1*} wasi.bagasworo@ibs.ac.id, ² shafa.20231111035@ibs.ac.id, ³ nadia.20231111061@ibs.ac.id,
⁴ nurisnaini.20231111067@ibs.ac.id, ⁵ wahyuningsih.20231111083@ibs.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara spending habit Generasi Z dengan preferensi karier, kompensasi, dan motivasi kerja pada individu berusia 17–28 tahun di Jakarta Selatan. Melalui pendekatan kualitatif-deskriptif menggunakan kuesioner berskala Likert, penelitian menemukan bahwa arah karier, tingkat kompensasi, dan motivasi kerja secara bersama-sama mempengaruhi pola konsumsi Generasi Z, baik dalam hal pengeluaran terencana maupun pembelian impulsif. Hasil ini menegaskan pentingnya pemahaman perilaku keuangan generasi muda untuk pengembangan strategi manajemen SDM dan program edukasi finansial yang lebih relevan.

Kata Kunci: Generasi Z, Spending Habit, Preferensi Karier, Kompensasi, Motivasi Kerja.

Abstract

This study aims to examine the relationship between Generation Z's spending habits and their career preferences, compensation, and work motivation among individuals aged 17–28 in South Jakarta. Using a qualitative-descriptive approach with Likert-scale questionnaires, the study reveals that career direction, compensation levels, and work motivation collectively shape Gen Z's consumption patterns, including planned spending and impulsive buying. The findings highlight the importance of understanding young adults' financial behavior to inform HR strategies and financial education programs tailored to their characteristics.

Keywords: Generation Z, Spending Habits, Career Preferences, Compensation, Work Motivation.

PENDAHULUAN

Generasi Z adalah generasi pertama yang tumbuh dan berkembang sepenuhnya dalam era digital. Generasi ini biasanya terdiri dari orang-orang yang lahir antara tahun 1997 dan 2012. Generasi ini sangat dipengaruhi oleh internet dan teknologi informasi dalam berbagai aspek kehidupan mereka, mulai dari interaksi sosial, pendidikan, hingga pola konsumsi sehari-hari. Dengan memiliki akses mudah ke layanan keuangan digital dan e-commerce, mereka dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja (Pew Research Center, 2023).

Generasi yang tumbuh dalam lingkungan digital cenderung memiliki pola perilaku yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya, terutama dalam cara berinteraksi, bekerja, serta mengambil keputusan ekonomi dan konsumsi (Jean M. Twenge, 2023).

Karena kemudahan tersebut, Generasi Z dalam beberapa survei diketahui cenderung mengalokasikan pengeluaran pada hiburan, fashion, dan teknologi dibandingkan kebutuhan pokok. Dompot digital dan metode pembayaran non-tunai pada generasi ini juga berkembang pesat di Indonesia. Namun, kecenderungan konsumtif yang didorong oleh kemudahan

transaksi digital berpotensi mengarah pada perilaku keuangan yang kurang sehat apabila tidak diimbangi dengan tingkat literasi keuangan yang memadai.

Dalam kajian perilaku konsumen dijelaskan bahwa keputusan seseorang dalam melakukan konsumsi dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti faktor pribadi, sosial, psikologis, serta kondisi ekonomi (Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2022).

Selain hal-hal yang berkaitan dengan uang, kebiasaan belanja Generasi Z juga terkait dengan preferensi kerja mereka dan cara mereka melihat kompensasi mereka. Generasi ini melihat pekerjaan tidak hanya dari perspektif gaji, tetapi juga dari perspektif peluang pengembangan karier, fleksibilitas dalam bekerja, dan keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan.

Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian tentang hubungan antara kebiasaan belanja Generasi Z, preferensi karier, dan ekspektasi kompensasi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih baik tentang dinamika perilaku finansial dan karier Generasi Z, dan juga menjadi dasar untuk membuat strategi edukasi keuangan dan kebijakan pengelolaan SDM yang lebih sesuai dengan generasi yang hidup di era internet.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif untuk menganalisis hubungan antara preferensi karier, kompensasi, serta motivasi kerja yang mempengaruhi pola spending habit Generasi Z pada berbagai sektor industri di Jakarta Selatan. Metode pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online via Google Forms dengan skala Likert 1-6.

Populasi penelitian adalah Generasi Z yang bekerja di berbagai sektor industri di wilayah Jakarta Selatan. Penentuan jumlah sampel minimal menggunakan pendekatan Hair et al. (2014), yaitu $n \times 5$ indikator, sehingga dengan 20 indikator pertanyaan diperoleh minimal 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis Partial Least Square (PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4.0 untuk menguji validitas, reliabilitas, dan hubungan antar variabel.

Tabel 1. Variabel dan Operasionalisasi Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator (Skala Likert 1-6)
Spending Habit (Y)	Pola perilaku konsumsi individu yang terbentuk secara berulang dalam mengalokasikan pengeluaran (Jinoman et al., 2020).	SH1: Frekuensi & intensitas pengeluaran SH2: Pola konsumsi SH3: Perencanaan pengeluaran SH5: Evaluasi pengeluaran
Preferensi Karier (X1)	Kecenderungan individu dalam memilih pekerjaan yang sesuai dengan minat, nilai, dan kapasitas diri (Lent & Brown, 2019).	PK1: Minat karier PK2: Nilai pribadi PK3: Orientasi karier PK4: Kesesuaian pekerjaan PK5: Kesesuaian lingkungan kerja
Motivasi Kerja	Dorongan internal maupun eksternal yang menggerakkan	MK1: Intensitas &

(X2)	individu untuk bekerja secara optimal (Robbins, 2008).	motivasi intrinsik MK2: Arah dan orientasi tujuan MK3: Ketekunan & keterlibatan kerja MK4: Kepuasan kerja & pengakuan MK5: Motivasi ekstrinsik
Kompensasi (X3)	Keseluruhan imbalan finansial dan non-finansial yang diberikan perusahaan kepada karyawan (Afandi, 2018).	K1: Upah dan gaji K2: Insentif K3: Tunjangan & fasilitas kerja K4: Kompensasi non-finansial K5: Transparansi & keadilan kompensasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Berdasarkan data pengolahan kuesioner, responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 84 orang (60,4%) dan laki-laki 55 orang (39,6%) dari total 139 responden. Distribusi usia menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kelompok usia 20–25 tahun (55,4%), diikuti kelompok usia 25–28 tahun (25,2%), dan kelompok usia 17–19 tahun (19,4%).

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas konvergen dilakukan dengan analisis faktor menggunakan SmartPLS 4.0. Hasil pre-test (45 responden) menunjukkan seluruh indikator memiliki nilai outer loading di atas 0,60, dengan nilai AVE: Kompensasi 0,693; Motivasi Kerja 0,662; Preferensi Karier 0,637; dan Spending Habit 0,631 — seluruhnya memenuhi kriteria $\geq 0,50$.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test (SmartPLS 4.0, 2026)

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (rho_c)	Kriteria
Kompensasi	0.853	0.895	Reliable
Motivasi Kerja	0.889	0.918	Reliable
Preferensi Karier	0.857	0.897	Reliable
Spending Habit	0.872	0.907	Reliable

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Pada tahap full test (100 responden), evaluasi outer model menunjukkan seluruh indikator memiliki nilai outer loading $\geq 0,70$. Terdapat satu indikator yang dieliminasi (SH4 dengan nilai 0,670) karena belum memenuhi kriteria validitas konvergen. Nilai AVE seluruh variabel $\geq 0,50$ (Kompensasi 0,735; Motivasi Kerja 0,685; Preferensi Karier 0,728; Spending Habit 0,757), sehingga validitas konvergen terpenuhi.

Uji discriminant validity melalui cross loadings menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai korelasi tertinggi pada konstruk yang diwakilinya dibandingkan konstruk lainnya. Dengan demikian model pengukuran dinyatakan valid secara diskriminan.

Tabel 3. Outer Loadings dan AVE Full Test (SmartPLS 4.0, 2026)

Variabel	Indikator	Outer Loading	AVE	Kriteria
Kompensasi	K1–K5	0.797–0.893	0.735	Valid
Motivasi Kerja	MK1–MK5	0.773–0.866	0.685	Valid
Preferensi Karier	PK1–PK5	0.849–0.864	0.728	Valid
Spending Habit	SH1,SH2,SH3,SH5	0.819–0.861	0.757	Valid

Model Struktural (Inner Model) dan R-Square

Nilai R-Square konstruk Spending Habit sebesar 0,807 (R-Square Adjusted 0,801) menunjukkan bahwa variabel preferensi karier, motivasi kerja, dan kompensasi secara bersama-sama mampu menjelaskan 80,7% variasi spending habit. Berdasarkan kriteria Hair et al. (2021), nilai tersebut termasuk kategori substansial.

Tabel 4. Nilai R-Square (SmartPLS 4.0, 2026)

Konstruk	R-Square	Kesimpulan
Spending Habit	0.807	Substansial

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan nilai path coefficient, T-statistic, dan P-values pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis – Path Coefficient (SmartPLS 4.0, 2026)

Hubungan Variabel	Koef. (O)	T-Statistic	P-Values	Kesimpulan
Preferensi Karier → Spending Habit (H1)	0.487	3.193	0.001	Diterima – positif signifikan
Motivasi Kerja → Spending Habit (H2)	0.261	1.775	0.076	Ditolak – positif tidak signifikan
Kompensasi → Spending Habit (H3)	0.179	1.595	0.111	Ditolak – positif tidak signifikan

Variabel Preferensi Karier berpengaruh positif dan signifikan terhadap Spending Habit (nilai original sample 0,487; T-statistic 3,193; P-values 0,001 < 0,05), sehingga H1 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa individu dengan arah karier yang jelas cenderung memiliki pola konsumsi yang lebih terarah dan berorientasi jangka panjang. Hasil ini sejalan dengan teori perilaku konsumen (Kotler & Keller, 2016) dan teori perkembangan karier Super (1990).

Motivasi Kerja berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Spending Habit (P-values 0,076 > 0,05), sehingga H2 ditolak. Motivasi kerja yang tinggi mendorong semangat dan produktivitas, namun tidak selalu berdampak langsung pada pola konsumsi.

Perilaku spending habit lebih dipengaruhi faktor lain seperti literasi keuangan, gaya hidup, dan lingkungan sosial (Loudon & Della Bitta, 2018).

Kompensasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Spending Habit (P-values $0,111 > 0,05$), sehingga H3 ditolak. Meskipun kompensasi meningkatkan kemampuan finansial, perilaku konsumsi Generasi Z lebih banyak dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan gaya hidup (Mowen & Minor, 2012). Hal ini mengindikasikan pergeseran paradigma: perilaku konsumsi Generasi Z tidak semata-mata ditentukan oleh imbalan ekonomi.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengkaji determinan spending habit Generasi Z di Jakarta Selatan melalui pendekatan PLS-SEM. Temuan empiris menunjukkan bahwa preferensi karier merupakan satu-satunya variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap spending habit (H1 diterima). Sebaliknya, motivasi kerja dan kompensasi meskipun memiliki arah hubungan positif, tidak menunjukkan signifikansi statistik, mengindikasikan bahwa perilaku konsumsi Generasi Z tidak semata-mata ditentukan oleh dorongan kerja maupun imbalan ekonomi.

Secara simultan, model penelitian memiliki daya jelas yang tinggi dengan nilai R^2 sebesar 0,807. Dominasi preferensi karier dalam model ini menegaskan adanya pergeseran paradigma perilaku keuangan Generasi Z: dari yang berbasis pendapatan menuju orientasi nilai, identitas diri, dan perencanaan masa depan. Untuk penelitian selanjutnya disarankan memasukkan variabel literasi keuangan, pengaruh digitalisasi, dan faktor psikososial dengan pendekatan mixed methods atau longitudinal.

DAFTAR PUSTAKA

- Awanis, A. (2025). Career development opportunities and pay equity on intention to stay among Generation Z workers in Indonesia. *Apresiasi Ekonomi*, 13(2), 381–389.
- Chien, G. C. L., Mao, I., Nergui, E., & Chang, W. (2020). The effect of work motivation on employee performance. *Journal of Human Resources in Hospitality and Tourism*. <https://doi.org/10.1080/15332845.2020.1737765>
- Cornell University – ILR School, Institute for Compensation Studies. (2021). How does Gen Z evaluate compensation packages? eCommons Cornell University.
- Damayanti, I., & Wulansari, P. (2024). The influence of compensation and non-physical work environment on employee turnover intention among Generation Z in Bandung City. *IRJEMS*, 3(1), 341–346.
- Deloitte. (2023). Gen Z and Millennial Survey. Deloitte Insights.
- Dessler, G. (2020). *Human resource management* (16th ed.). Pearson.
- Fikri, M. A. R., Santoso, B., & Handaru, A. W. (2024). Analisa preferensi kerja bagi generasi Z. *Jurnal Pajak dan Analisis Ekonomi Syariah*, 3(1), 45–60.
- Hidayah, S., & Nugroho, R. (2022). Eksplorasi pola konsumsi dan harapan karier generasi Z di Indonesia. *Jurnal Riset Ekonomi dan Pembangunan*, 12(2), 150–163.
- Hirschi, A., & Koen, J. (2021). Contemporary career orientations and career self-management. *Journal of Vocational Behavior*, 126, Article 103505.
- Indriyarti, E. R., Indriyarti, A. R., Sunaryo, H., & Irawan, A. (2022). Determinants of Jakarta's Gen Z spending habits. *Journal of Consumer Sciences*, 7(2), 135–150. <https://doi.org/10.29244/jcs.7.2.135-150>

- Jinoman, et al. (2020). Financial behavior and spending habits of Generation Z. *Journal of Global Awareness*.
- Jorgensen, B. L., Foster, D., Jensen, J. F., & Vieira, E. (2017). Financial attitudes and responsible spending behavior of emerging adults. *Journal of Family and Economic Issues*. <https://doi.org/10.1007/s10834-016-9512-5>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Lent, R. W., & Brown, S. D. (2019). Social cognitive career theory at 25. *Journal of Career Assessment*, 27(4), 563–578.
- Mabaso, C. M., & Mathebula, M. (2025). Reward preferences to attract and retain Generation Z. *Acta Commercii*. <https://doi.org/10.4102/ac.v25i1.1345>
- Ningsih, W. D. (2025). Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif generasi Z. *Jejak Digital: Jurnal Ilmu Sosial dan Ekonomi*, 4(1), 12–21.
- Nor, M. F., Eliyana, A., & Sridadi, A. R. (2022). The importance of work motivation to employee performance. *Jurnal Pamator*.
- Pew Research Center. (2023). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*.
- Putri, P. K. (2024). Gen Z di dunia kerja: Kepribadian dan motivasi. *Jurnal Psikologi dan Pendidikan*, 10(2), 55–66.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behavior*. Pearson Education.
- Rodriguez, J. M., Labong, D. C., & Palallos, L. (2024). Financial behavior and spending habits of Generation Z. *Journal of Global Awareness*. <https://doi.org/10.24073/jga/5/02/05>
- Sudaryanto, S. (2025). Compensation and rewards on job satisfaction of Generation Z employees in Bekasi. *International Indonesian Journal of Social Entrepreneurship*.
- Twenge, J. M. (2023). *Generations: The real differences between Gen Z, Millennials, Gen X, Boomers, and Silents*. Atria Books.
- Zebua, T. S. A., & Pasaribu, L. H. (2025). Analisis pengaruh lingkungan kerja, fleksibilitas kerja, dan pengembangan karir terhadap preferensi karir generasi Z. *Jurnal Sosial dan Sains*, 6(1), 101–115.
- Zeng, D., et al. (2022). Impact of intrinsic and extrinsic motivation on work engagement. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3), 1284.
- Zemzami, M., & Lotfi, S. (2024). Development and initial validation of a career preference scale. *Islamic Guidance and Counseling Journal*, 7(1).